T.C.
TRAKYA ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
İŞLETME ANABİLİM DALI
YÜKSEK LİSANS TEZİ

İSTANBUL'DAKİ MAHALLİ İDARELERDE(İLÇE BELEDİYELER) İTİBAR YÖNETİMİNİN UYGULANABİLİRLİĞİ

AYHAN BAYRAM

TEZ DANIŞMANI
YRD. DOÇ. DR. SEYHAN BİLİR GÜLER

EDİRNE 2012

Tez Adı : İstanbul'daki Mahalli İdarelerde(İlçe Belediyelerde) İtibar Yönetiminin Uygulanabilirliği

Hazırlayan : Ayhan BAYRAM

ÖZET

Mahalli idare yöneticileri halkın demokratik seçimiyle yapılan mahalli idareler genel seçimi sonuçlarına göre 5 yıl süre ile görev yaparlar. Bu süre zarfında mahalli idare yöneticileri sınırları içerisinde bulunan bölge ile ilgili sorunların çözümü, halkın istek ve ihtiyaçlarını karşılamakla yükümlüdürler. Mahalli idare yöneticileri bu yükümlülüklerini yerine getirirken hem kendilerinin hem de kurumlarının kamuoyunda itibar kazanmasını sağlarlar. Sahip olunan bu itibar, kurumun başarısı ya da başarısızlığına göre artar ya da azalır. Mahalli idare yöneticileri sahip oldukları olumlu itibarı, görev süresi sonunda tekrar seçilebilmek için kullanabilirler.

Hızla değişen dünyada mahalli idareler, kâr amacı gütmeden sunmuş oldukları hizmetleri halkın istek ve ihtiyaçlarına göre belirlemektedirler. Sunulan hizmetlerin kalitesi ve beğenilirliği mahalli idarelerin itibarını etkilemektedir. Mahalli idarelerin çalışanlarına, seçmenlerine ve sunduğu hizmetin kalitesiyle halka karşı sorumlulukları vardır. Bu sorumluluklarını yerine getiren mahalli idarelerin, itibar kazandıkları ve bu itibarlarını artırabildikleri sürece başarılı oldukları görülür.

Bu çalışma; itibar, itibar bileşenleri ve itibar yönetimini kurumsal açıdan değerlendirerek İstanbul'daki mahalli idarelerin (ilçe belediyeler) yöneticilerinin itibar yönetimi ile ilgili düşüncelerini göz önünde bulundurarak bazı öneriler getirebilmek üzere tasarlanmıştır.

Anahtar Kelimeler: İtibar, İtibar Yönetimi, Kurumsal İtibar, Kurumsal İtibar Yönetimi, Mahalli İdareler.

Name of Thesis : Applicability Of Reputation Management In Local Administrations (District Municipalities) In Istanbul

Prepared By : Ayhan BAYRAM

ABSTRACT

Local government executives shall serve for a period of 5 years according to the results of the general local elections held by the people's democratic choice. During this time, local government executives are obliged to meet the demands and needs of the people and to solve the problems related to the region within the boundaries of their jurisdiction. While fulfilling these obligations local government executives gain a public reputation for themselves and for the institutions they lead as well. This reputation increases or decreases depending on the success or the failure of these institutions. Local government executives may use this positive reputation in order to be reelected at the end of the term of office.

In today`s rapidly changing world, local governments determine their services which are submitted without profit seeking motive according to the needs and requests of the people . Admirability and the quality of services offered affect the reputation of local governments. local governments have responsibilities to their employees, to the voters and by the quality of their services to the general public. It has been observed that while fulfilling their responsibilities local governments are successful as long as they gain reputation and increase the level of that reputation.

This study is designed to give some recommendations by evaluating reputation, components of reputation and reputation management in terms of institutional perspective and by taking the thoughts of the executives of Istanbul municipal governments (county governments) regarding reputation management into consideration

Keywords: Reputation, Reputation Management, Institutional Reputation, Institutional Reputation Management, Local Governments.

ÖN SÖZ

Dünyada 1990'lı yıllarda önem kazanmaya başlayan itibar yönetimi kavramı ülkemizde 2000'li yıllardan sonra önem kazanmaya başlamıştır. Bu çalışmanın, İstanbul'da bulunan mahalli idare (ilçe belediyeler) yöneticilerinin itibar yönetimine bakış açılarına ve itibar yönetiminin mahalli idarelerde uygulanabilirliğine katkı sağlayacağı düşünülmektedir.

Tezimin hazırlanışı sırasında ilgisini benden esirgemeyip bilgi birikimini benimle paylaşan, yönlendiren değerli danışmanım Yrd. Doç. Dr. Seyhan BİLİR GÜLER'e, tezimin uygulama kısmında bana yardımcı olan İstanbul Büyükşehir Belediyesi İtfaiye Daire Başkanlığı Yöneticisi Celal CİL'e, manevi destekleriyle her zaman yanımda bulunan ve beni lisansüstü çalışma yapmaya teşvik eden sevgili aileme gönülden teşekkür ederim.

Ayhan BAYRAM
Edirne- 2012

İÇİNDEKİLER

ÖZET.....I

ABSTRACT.....II

ÖNSÖZ.....III

TABLOLAR LİSTESİ.....IX

ŞEKİLLER LİSTESİ.....XII

I. BÖLÜM

İTİBAR KAVRAMI VE KAPSAMI

GİRİŞ.....1

1. İTİBAR KAVRAMI.....3

1.1. İtibar Yönetimiyle İlişkili Kavramlar.....5

1.1.1. Kurum Kimliği.....5

1.1.2. Kurumsal Kültür.....7

1.1.3. Kurumsal İmaj.....8

1.1.4. Marka.....10

2. KURUMSAL İTİBAR VE BİLEŞENLERİ.....11

2.1. Ürün ve Hizmetler.....13

2.2. Liderlik.....13

2.3. Kurumsal Sosyal Sorumluluk.....15

2.4. Çalışanlar.....17

2.5. Finansal Performans.....18

2.6. Kurumsal Yönetim.....19

2.7. Kurumsal İletişim.....20

2.8. Halkla İlişkiler.....22

2.9. Müşteri Memnuniyeti.....24

2.10. Kurumsal Etik.....25

2.11. Kurumsal Yönetişim.....25

2.12. Kalite.....28

2.13. Kriz Yönetimi.....29

3. KURUMSAL İTİBAR YÖNETİMİ.....31

3.1. Kurumsal İtibar Yönetiminin Amacı ve Önemi.....35

3.2. Kurumsal İtibar Yönetiminin Süreçleri.....36

3.3. Etkili Bir İtibar İçin Yapılması Gerekenler.....37

3.4. Kurumsal İtibar Yönetiminde Yapılan Hatalar.....39

II. BÖLÜM

TÜRKİYE'DE MAHALLİ İDARELER'DE İTİBAR YÖNETİMİ

1. Mahalli İdare Kavramı ve Temel İlkeler.....40

1.1. Kavramsal Olarak Mahalli İdareler.....40

1.2. Mahalli İdare Türleri.....43

1.3. Türkiye'de Mahalli İdareler.....44

2. İL ÖZEL İDARESİ.....46

2.1. İl Özel İdaresinin Organları.....49
2.1.1. İl Genel Meclisi.....49
2.1.2. İl Encümeni.....51
2.1.3. Vali.....53
3. BELEDİYELER.....54
3.1. Belediyelerin Organları.....62
3.1.1. Belediye Meclisi.....62
3.1.2. Belediye Encümeni.....64
3.1.3. Belediye Başkanı.....66
3.2. Büyükşehir Belediyeleri.....67
3.2.1. Büyükşehir Belediyelerin Organları.....73
3.2.1.1. Büyükşehir Belediye Meclisi.....73
3.2.1.2. Büyükşehir Belediye Encümeni.....74
3.2.1.3. Büyükşehir Belediye Başkanı.....75
4. KÖYLER.....76
4.1. Köy İdaresinin Organları.....79
4.1.1. Köy Derneği.....79
4.1.2. İhtiyar Meclisi.....79
4.1.3. Muhtar.....81
5. MAHALLİ İDARE BİRLİKLERİ.....83
5.1. Birlik Türleri.....85
5.2. Birliklerin Faaliyet Alanlarına Göre Faaliyet Türleri.....86
5.3. Mahalli İdare Birliklerini Doğuran Etmenler.....87
5.4. Mahalli İdare Birliklerinin Organları.....89
5.4.1. Birlik Meclisi.....89

5.4.2. Birlik Encümeni.....91

5.4.3. Birlik Başkanı.....92

6. MAHALLİ İDARELERDE KURUMSAL İTİBAR BİLEŞENLERİ.....93

6.1. Hizmet Kalitesi.....97

6.2. Liderlik.....108

6.3. Kurumsal Sosyal Sorumluluk.....108

6.4. Kurumsal İletişim.....110

6.5. Halkla İlişkiler.....111

6.6. Seçmen ve Çalışan Memnuniyeti.....116

6.7. Kurumsal Yönetişim.....119

6.8. Kriz Yönetimi.....121

III. BÖLÜM

İSTANBUL'DAKİ MAHALLİ İDARELERDE(İLÇE BELEDİYELERDE) İTİBAR YÖNETİM DÜZEYLERİNE YÖNELİK BİR ARAŞTIRMA

1.YÖNTEM.....123

1.1. Araştırmanın Hipotezleri.....123

1.2. Evren ve Örneklem.....126

1.3. Verilerin İstatistiksel Analizleri.....126

2. TANIMLAYICI ANALİZLER.....128

2.1. Örneklem Grubunun Demografik Özelliklerine İlişkin Bulgular.....128

2.2. Araştırmaya Katılan Yerel Yönetimdeki Yöneticilerin İtibar Yönetimini Değerlendirme Düzeylerinin Puanlarının Ortalamaları.....134

2.3. Araştırmaya Katılan Yerel Yönetimdeki Yöneticilerin Ölçek Sorularına Verdiği Cevapların Ortalamaları.....135

2.4. Araştırmaya Katılan Yerel Yönetimdeki Yöneticilerin İtibar Yönetimini Değerlendirme Düzeylerinin Demografik Özelliklere Göre Farklılaşması.....140

2.5. Araştırmaya Katılan Yerel Yönetimdeki Yöneticilerin İtibar Yönetimini Değerlendirme Düzeylerinin Aralarındaki İlişkilerin Korelasyon Analizi İle İncelenmesi.....155

SONUÇ VE ÖNERİLER.....158

KAYNAKÇA.....166

EK :1 SORU FORMU(ANKET).....175

EK :2 ANKETE KATILAN BELEDİYELER.....180

TABLOLAR LİSTESİ

Tablo-2.1. : Türkiye'de 2009 Mahalli İdareler Seçimlerinde Seçilmiş Görevlilere İlişkin Bilgiler.....45

Tablo-2.2. : Türkiye deki İllerin Yıllara Göre Değişimi.....47

Tablo-2.3. : Osmanlı İmparatorluğu'ndan Günümüze Belediye Sayıları.....56

Tablo-2.4. : Türkiye'de Türlerine ve Nüfus Aralıklarına Göre Belediyelerin Dağılımı.....61

Tablo-2.5. : Büyükşehir Belediyelerinin Nüfuslarının Değişimi.....68

Tablo-2.6. : Mahalli İdare Birliklerinin ve Belediyeye Bağlı İdarelerin Sayısı.....84

Tablo-2.7. : Türleri İtibarıyla Mahalli İdare Birliklerinin Sayıları(2010).....84

Tablo-3.1. : Ölçeğe Ait Güvenilirlik Analizi Sonuçları.....127

Tablo-3.2. : Örneklem Grubunun Yaşlara Göre Dağılımı.....128

Tablo-3.3. : Örneklem Grubunun Cinsiyetlere Göre Dağılımı.....129

Tablo-3.4. : Örneklem Grubunun Eğitim Düzeylerine Göre Dağılımı.....129

Tablo-3.5. : Örneklem Grubunun Yerel Yönetimlerde Çalışma Sürelerine Göre Dağılımı.....130

Tablo-3.6. : Örneklem Grubunun Yerel Yönetimlerdeki Statülerine Göre Dağılımı.....131

Tablo-3.7. : Örneklem Grubunun Bulundukları Görevdeki Çalışma Sürelerine Göre Dağılımı.....132

Tablo-3.8. : Örneklem Grubunun Görev Yaptığı Yönetimde Çalışan Personel Sayısına Göre Dağılımı.....132

Tablo-3.9. : Örneklem Grubunun Görev Yaptığı Yerel Yönetimin Nüfusuna Göre Dağılımı.....133

Tablo-3.10. : Araştırmaya Katılan Yerel Yönetimdeki Yöneticilerin İtibar Yönetimini Değerlendirme Düzeylerinin Puanlarının Ortalamaları.....134

Tablo-3.11. : Araştırmaya Katılan Yerel Yönetimdeki Yöneticilerin İtibar Yönetimi Sorularına Verdiği Cevapların Ortalamaları.....135

Tablo-3.12. : Araştırmaya Katılan Yerel Yönetimdeki Yöneticilerin Kurum Sorularına Verdiği Cevapların Ortalamaları.....136

Tablo-3.13. : Araştırmaya Katılan Yerel Yönetimdeki Yöneticilerin Sosyal Sorumluluk Sorularına Verdiği Cevapların Ortalamaları.....136

Tablo-3.14. : Araştırmaya Katılan Yerel Yönetimdeki Yöneticilerin Çalışanlar Sorularına Verdiği Cevapların Ortalamaları.....137

Tablo-3.15. : Araştırmaya Katılan Yerel Yönetimdeki Yöneticilerin Kurumsal İletişim Sorularına Verdiği Cevapların Ortalamaları.....137

Tablo-3.16. : Araştırmaya Katılan Yerel Yönetimdeki Yöneticilerin Kalite Sorularına Verdiği Cevapların Ortalamaları.....138

Tablo-3.17. : Araştırmaya Katılan Yerel Yönetimdeki Yöneticilerin Yönetim Sorularına Verdiği Cevapların Ortalamaları.....138

Tablo-3.18. : Araştırmaya Katılan Yerel Yönetimdeki Yöneticilerin Kriz Yönetimi Sorularına Verdiği Cevapların Ortalamaları.....139

Tablo-3.19. : Araştırmaya Katılan Yerel Yönetimdeki Yöneticilerin Müşteri Memnuniyeti Sorularına Verdiği Cevapların Ortalamaları.....139

Tablo-3.20. : Araştırmaya Katılan Yerel Yönetimdeki Yöneticilerin Kurumsal Yönetişim Sorularına Verdiği Cevapların Ortalamaları.....140

Tablo-3.21. : Araştırmaya Katılan Yerel Yönetimdeki Yöneticilerin İtibar Yönetimini Değerlendirme Düzeylerinin Yaş Değişkenine Göre Farklılaşmaması.....140

Tablo-3.22. : Araştırmaya Katılan Yerel Yönetimdeki Yöneticilerin İtibar Yönetimini Değerlendirme Düzeylerinin Cinsiyet Değişkenine Göre Farklılaşmaması.....143

Tablo-3.23. : Araştırmaya Katılan Yerel Yönetimdeki Yöneticilerin İtibar Yönetimini Değerlendirme Düzeylerinin Eğitim Düzeyi Değişkenine Göre Farklılaşmaması.....145

Tablo-3.24. : Araştırmaya Katılan Yerel Yönetimdeki Yöneticilerin İtibar Yönetimini Değerlendirme Düzeylerinin Yerel Yönetimlerdeki Çalışma Süresi Değişkenine Göre Farklılaşmaması.....146

Tablo-3.25. : Araştırmaya Katılan Yerel Yönetimdeki Yöneticilerin İtibar Yönetimini Değerlendirme Düzeylerinin Yerel Yönetimlerdeki Statü Değişkenine Göre Farklılaşmaması.....150

Tablo-3.26. : Araştırmaya Katılan Yerel Yönetimdeki Yöneticilerin İtibar Yönetimini Değerlendirme Düzeylerinin Bulundukları Görevde Çalışma Süresi Değişkenine Göre Farklılaşmaması.....153

Tablo-3.27. : Araştırmaya Katılan Yerel Yönetimdeki Yöneticilerin İtibar Yönetimini Değerlendirme Düzeylerinin Aralarındaki İlişkilerin Korelasyon Analizi İle İncelenmesi.....156

ŞEKİLLER LİSTESİ

Şekil-1.1. : Paydaş Değerinin Yönetimi....4

Şekil-1.2. : İtibar, İmaj ve Kimlik Arasındaki İlişki....6

Şekil-1.3. : Kurumsal Kültürün Oluşumu....7

Şekil-1.4. : İtibar Yönetimi Stratejisi....12

Şekil-1.5. : Kurumlarda ki Kriz Türleri....30

Şekil-1.6. : RQ Katsayısı....34

Şekil-2.1. : Türkiye'de Mahalli İdareler....43

Şekil-3.1. : Örneklem Grubunun Yaşlara Dağılımı....129

Şekil-3.2. : Örneklem Grubunun Cinsiyetlere Dağılımı....129

Şekil-3.3. : Örneklem Grubunun Eğitim Düzeylerine Göre Dağılımı....130

Şekil-3.4. : Örneklem Grubunun Yerel Yönetimlerde Çalışma Sürelerine Göre Dağılımı....131

Şekil-3.5. : Örneklem Grubunun Yerel Yönetimlerdeki Statülerine Göre Dağılımı....131

Şekil-3.6. : Örneklem Grubunun Bulundukları Görevdeki Çalışma Sürelerine Göre Dağılımı....132

Şekil-3.7. : Örneklem Grubunun Görev Yaptığı Yönetimde Çalışan Personel Sayısına Göre Dağılımı....133

Şekil-3.8. : Örneklem Grubunun Görev Yaptığı Yerel Yönetimin Nüfusuna Göre Dağılımı....133

Şekil-3.9. : Araştırmaya Katılan Yerel Yönetimdeki Yöneticilerin İtibar Yönetimini Değerlendirme Düzeylerinin Puanlarının Ortalamaları.....135

GİRİŞ

İtibar kavramı güvenilirlik, etik, saydamlık, kalite, saygınlık, tutarlılık, kalıcılık ve süreklilik kavramlarını içermektedir. Bu kavramlar, iç ve dış paydaşların o kurum hakkındaki imajlarının toplam değerlendirmesidir. Bu değerlendirme, kuruma yönelik benzer ve kalıcı eylemlerin tutarlılığı ile ilgilidir. Eğer kurumun itibarı, iyi bir şekilde korunmazsa sonuçta kurumsal yapı işlevselliğini kaybedecektir.

İtibarın yönetimini daha çok kurumun kültür ve değerlerinin bir yaşam tarzına dönüştürülmesi olarak ele almak gerekmektedir. Bunun için plan ve politikalara ihtiyaç duyulmaktadır. Ancak bütünsel olarak yönetildiği zaman başarıya ulaşan itibar yönetimi tüm çalışanlar tarafından benimsenmeli, buna paralel olarak kurum içinde bir kültür haline gelmeli ve kurumun iletişim halinde olduğu tüm paydaşları tarafından aynı şekilde algılanması sağlanmalıdır. İtibar her düzeydeki kurum çalışanının sahip çıktığı, günlük yaşama geçirdiği, yanlış uygulamaları düzeltmek için çaba gösterdiği ortam, itibarın yönetilmesidir. İtibarın yönetilmesinde ihtiyaç duyulan yol haritası, içinde bulunulan firmanın kurumsal sistemleri içinde yer almalıdır

İtibar yönetiminin kurumun tüm çalışanlarına entegre edilmesi, tüm öğelerin kurumsal politikalar ve programlar doğrultusunda şekillendirilmesi gerekir. Kurum davranışları ile kurumun verdiği mesajlar uyumlu olduğunda güçlü bir itibar kazanabilmektedir.

Mahalli idareler belli bir coğrafi alan üzerinde yaşayan insanların istek ve ihtiyaçlarını kâr amacı gütmeden karşılayan kamu kuruluşlarıdır. Mahalli idareler bölgesel sorunların tespit edilmesinde ve giderilmesinde önemli bir role sahiptir. Ülkemizde mahalli idareler il özel idareleri, belediyeler ve köylerden oluşmaktadır. Ayrıca mahalli idare organlarının bir araya gelerek oluşturduğu mahalli idare birlikleri bulunmaktadır. Mahalli idare yöneticileri halkın demokratik tercihleri sonucu işbaşı yapmaları nedeniyle gücünü halktan almaktadırlar. Yöneticiler halk

tarafından seçildiğinden bölgesel sorunları iyi bilmekte ve bu sorunlara yönelik çözüm yollarını daha hızlı hayata geçirebilmektedirler. İtibar yönetiminin etkin olarak uygulandığı mahalli idarelere halk daha fazla güvenmektedir.

Ülkemizde 1990 yıllarda gündeme gelen ve 2000'li yıllarda önem kazanmaya başlayan itibar yönetimi kavramı ilk olarak özel sektörde uygulanmaya başlanmıştır. Günümüzde de kamu kurum ve kuruluşlarında itibar yönetimi uygulamalarını görmekteyiz. Kurumlar ulusal ve uluslar arası alanda güçlü bir itibara sahip olabilmek için itibarlarını artırıcı faaliyette bulunmaktadırlar.

Bu çalışma, itibar yönetimi konusunun daha geniş bir alanda tartışılmasını sağlamayı hedeflemiştir. İtibar, özel sektör yönetimlerinde olduğu kadar kamu yönetimleri için de sahip olunması ve korunması gereken bir değerdir ve itibar yönetimi kamu yönetimlerinde de uygulanabilecek bir modeldir.

Çalışmanın birinci bölümünde itibar, itibar yönetimi, kurumsal itibar ve kurumsal itibar yönetimi kavramlarına ilişkin açıklamalara yer verilmiştir. Çalışmanın ikinci bölümünde genel olarak mahalli idareler ve mahalli idarelerde itibar bileşenleri ile itibarın sağladığı faydalara değinilmiştir. Üçüncü bölüm olan uygulama bölümünde ise İstanbul'daki Mahalli İdarelerde(İlçe Belediyelerde) görev yapan yöneticilerin itibar yönetimi ve itibar yönetiminin bileşenlerine ilişkin bakış açılarını anlamaya yönelik yapılan araştırmanın sonuçlarına yer verilmektedir.

I. BÖLÜM

İTİBAR KAVRAMI VE KAPSAMI

1. İTİBAR KAVRAMI

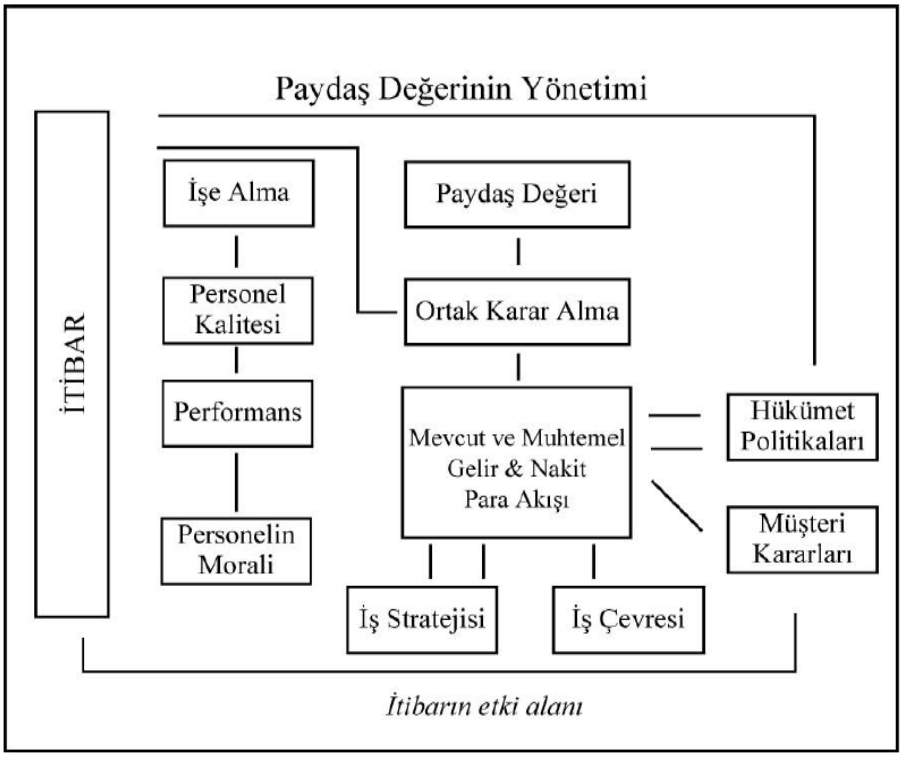
İtibar, Türk Dil Kurumu tarafından yayınlanan sözlükte değerli olma, saygı görme ve güvenilir olma, saygınlık ve prestij anlamlarında kullanılmaktadır (http://tdkterim.gov.tr, 02.10.2010). İtibar insanların, kurumların ve ülkelerin ulusal ve uluslararası alandaki en önemli değerlerindendir. İtibar uzun bir süreç içerisinde istikrarlı ve devamlı davranışlar sonucunda elde edilmekte, çok kısa bir zaman içerisinde de kaybedilebilmektedir. İtibarın temeli güven olgusuna dayanmaktadır. Kurumlar da güven olgusunun değeri arttıkça itibar kazanmaktadırlar. İtibar kazandıkça kurumların güvenilirliği, saygınlığı, marka değeri, imajı ve kurum değerleri de artmaktadır. Bundan dolayı, sürdürülebilir karlılık ve kalkınma için itibarın önemi artmaktadır (Hacımirzaoğlu, 2009:3). İtibar insanın, kurum ya da kuruluşun çevresindekiler tarafından nasıl algılandığıdır. Çevresindekiler tarafından yaptıklarıyla olumlu yönde algılanan kişi ya da kuruluşların güvenilirlik ve saygınlığı ve bunlarla doğru orantılı olarak itibarları artmaktadır. İtibar, herhangi bir şeyi tasarlamak, üretmek ve ortaya çıkarmakla ilgili bir şey değildir. İtibar; güvenilirlik, saygınlık ve algılama bileşenlerinin neticesinde ortaya çıkan, içinde bulunulan durumla insanların düşünce ve beklentileri arasında ilişki kurmaktır.

İtibar olgusunun temelinde güvenilirlik, etik, saydamlık, kalite, saygınlık, tutarlılık, kalıcılık ve süreklilik kavramları bulunmaktadır (Şatıroğlu ve Erendağ 2008:54). Bu algı, Şekil 1.1 üzerinde görüldüğü gibi iç ve dış paydaşların (tedarikçiler, hükümet, medya, çalışanlar, müşteriler, vb) o kurum hakkındaki imajlarının toplam değerlendirmesidir. Bu değerlendirme kuruma yönelik benzer ve kalıcı eylemlerin tutarlılığı ile ilgilidir. Eğer kurumun itibarı, iyi bir şekilde korunmazsa sonuçta kurumsal yapı işlevselliğini kaybedecektir.

İtibar, bir kurumun farklı izleyici gruplarında yaratmış olduğu algılamaların ve bu grupların kurumla kurmuş olduğu ilişki içerisinde yaşadığı deneyimlerden oluşan izlenimlerin tamamıdır. İtibar, ağırlıklı olarak kuruluşa ilişkin deneyim, güvenilirlik, saygınlık ve bilgiden oluşmaktadır (Türker, 2005: 6).

İtibar, ilk olarak ortaya çıktığında küçük bir kavram olarak kabul edilirken, günümüzde, "toplum ile kurumlar arasındaki güvenin ve saygınlığın simgelerine dönüşmüş eylemler bütünü olarak kabul edilmektedir (Kadıbeşegil 2006: 30)

İtibar yönetimi konusunda araştırmalar yapmış olan Charles Fombrun itibarı, algılanma ve yanlış algılanmayı yansıtan bir ayna olarak tanımlamaktadır. Fombrun, itibarın geçmişte yapılan eylemlerle birlikte gelecekte yapılacak olan eylemleri de kapsadığını ifade ederek itibarın algıya dayanan bir kavram olduğunu belirtmektedir (Türker, 2005:4).



Şekil 1.1. : Paydaş Değerinin Yönetimi

Kaynak: Hacımirzaoğlu Müveddet, *İtibar Yönetimi: Çanakkale Bölgesindeki Otel İşletmelerine Yönelik Bir Araştırma*, (Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Turizm İşletmeciliği Anabilim Dalı, Basılmamış Yüksek Lisans Tezi), Çanakkale 2009,s. 5.

Şekil 1.1' de paydaş değerinin yönetiminin itibar üzerine etkisi gösterilmiştir. İtibarın etki alanı, bütün paydaş değerlerini içerisine almaktadır.

1.1. İtibar Yönetimiyle İlişkili Kavramlar

Kurumların en önemli değeri olan itibarla ilişkili kavramlar kurum kimliği, kurum kültürü, kurum imajı, marka ve kriz yönetimi kavramları aşağıda sunulmuştur.

1.1.1. Kurum Kimliği

Kurum kimliği bir kuruluşun, isletmenin, örgütün kimliğini belirtmektedir. Yani kuruluşun kendisini nasıl gördüğü iç ve dış çevresindekiler tarafından nasıl algılandığıdır. Bu kimlik; kuruluşun çevresiyle iletişimi, yönetim anlayışı, kuruluşta çalışanların davranışları gibi unsurlardan oluşur. Kurumsal kimlik kuruluşun, işletmenin organizasyonun kimliğini ifade etmektedir (Gümüş, 2009:21).

Kurum kimliği kavramı bireysel kimlikten farklı olarak; ancak kolektif kimliğe benzer bir biçimde bir kuruluşun, işletmenin, organizasyonun kimliğini ifade etmektedir. Bu kimlik, kuruluşta çalışanların davranışları, kuruluşun iletişim biçimleri, felsefesi ve görsel unsurlarından oluşmaktadır.

Kurumsal kimlik bir kurumun, kalıcı ve ayırt edici özellikleri olarak tanımlanır (Deephouse, Wry, 2007:4). Başka bir deyişle, kurumun kendisini nasıl gördüğünü, iç paydaşlar tarafından nasıl algılandığını ifade etmektedir. İtibarı güçlendirmek amacıyla girişilen kurumsal iletişim faaliyetlerini içermektedir (Kalafatoğlu, 2010:57).

Günümüzde kurum kimliği kurum felsefesi, kurumsal davranış, kurumsal iletişim ve kurumsal dizayn olarak adlandırılan öğelerin birleşimi ve karşılıklı etkileşimi olarak ele alınmaktadır (Karsak, 2009:169).

Hatch ve Schultz, kurumsal kimliği, bir kuruluşun kendini ifade şekli olarak tanımlamış ve kurumun kim olduğunu, nasıl yaptığını, ne yaptığını ve nereye gitmek istediğini belirleme biçimi yöntemi olarak belirtmiştir (Türker, 2005:46).

Örgütlerin üç çeşit kimliğinden söz edilmektedir (Hacımirzaoğlu, 2009:9);

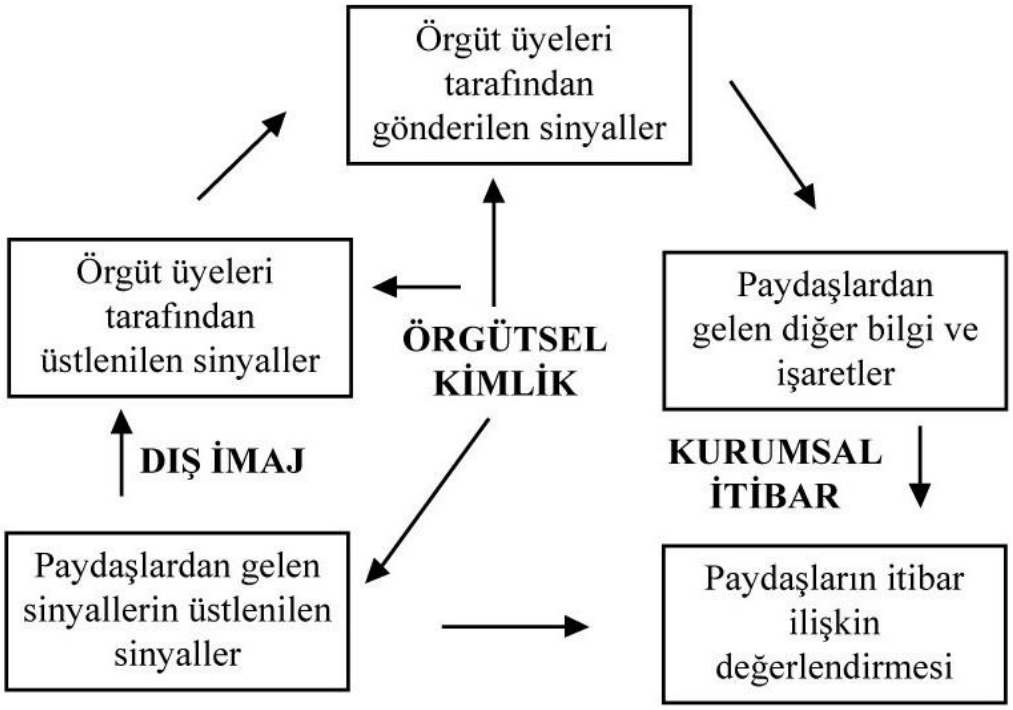
1. Örgütün ne olduğu (mevcut hali),

2. Örgütün ne olmak istediği (ideali),

3. Başkalarının örgütü nasıl gördüğü (dış görünüşü).

Bir kurumun bir kimliğe ihtiyaç duymasının başlıca nedenleri; kurum içerisinde çalışanların kuruluş ile bütünleşmelerini sağlamak, kurum dışında ise diğer kuruluşlardan, rakiplerden ayırt edilmek ve onlardan sıyrılabilmektir. Çünkü artık günümüzde pek çok kuruluş birbirine benzer ürünler üretmekte, tüketicinin tercih sebebi o kurulusun hatırlanabilme derecesi ve imajı olmaktadır (Türker, 2005:47).

Kuruluşun çalışanlarının gözünde olumlu bir kimliğe sahip olması dış çevredeki kimliğini de olumlu yönde etkilemektedir. Bir kuruluşun olumlu bir kimliğe sahip olmasının en önemli şartı çalışanların gözünde olumlu bir kimliğe sahip olmasıdır.



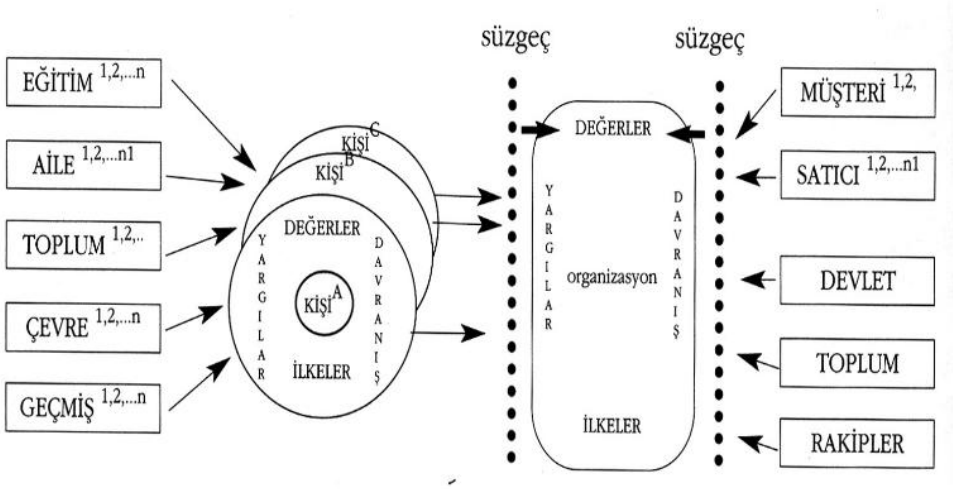
Şekil 1.2. : İtibar İmaj ve Kimlik Arasındaki İlişki

Kaynak: KARAKÖSE, Turgut(2007), *Kurumların DNA'sı İtibar ve Yönetimi*, Ankara, Nobel Yayın Dağıtım, s:27

Şekil 1.2'de görüldüğü üzere örgütsel kimlik kurumsal itibar ve dış imaj kavramları ile yakın ilişki içerisindedir. Bu iki kavram arasındaki ilişki örgütsel kimlik tarafından sağlanmaktadır.

1.1.2. Kurumsal Kültür

Kültür, Türk Dil Kurumu tarafından yayınlanan sözlükte tarihsel, toplumsal gelişme süreci içinde yaratılan bütün maddi ve manevi değerler ile bunları yaratmada, sonraki nesillere iletmede kullanılan, insanın doğal ve toplumsal çevresine egemenliğinin ölçüsünü gösteren araçların bütünü anlamında kullanılmaktadır (http://www.tdk.gov.tr, 02.11.2010).



Şekil 1.3. : Kurumsal Kültürün Oluşumu

Kaynak: Kavuncu, Cihangir. (2003): *Kültür*, İstanbul, Rota Yayınları, s:52.

Şekil 1.3'te de görüldüğü üzere kurumsal kültür, kurumun içinde bulunduğu toplumun kültürel değerlerin bir araya gelmesiyle oluşmaktadır.

Draft, kurumsal kültürü kurum çalışanlarının paylaştığı sosyal değerler, standartlar, normlar, inançlar, değerler ve anlayışlar bütünü olarak tanımlamaktadır (Eren 2004:136). Kurum kültürüyle kuruluşun etik, ahlaki ve toplumsal değerlere

olan bağlılığının artmasının yanı sıra çevresiyle ilişkilerinde de değişiklikler gözlenir.

Kurumsal Kültür; kurumsal kültürle ilgili çok farklı tanımlar olmasına rağmen ana düşünce kültürün temel kurumsal değerlerle ilgili olmasıdır. Kurumsal kültürün özellikleri aşağıda sıralanmıştır (Gümüş, 2009:24);

- Bütünseldir,
- Tarihsel Bağlamı vardır,
- Antropolojik kavramlarla ilgilidir,
- Sosyal yapısı vardır,
- Kolay anlaşılabilirdir,
- Değişimi zordur,

Kuruluşlar sahip oldukları kültürle toplum içerisindeki yerini ve topluma yapmış oldukları katkı ve zararlarını ölçebilir. Bu konuda daha faydalı olabilecekleri stratejiler planlayabilirler. Bir kuruluşun başarıya ulaşmasındaki en önemli değer kültürdür. Kuruluşlar, kararlar alırken bağlı oldukları toplumun değerlerini de göz önüne almalıdırlar.

İtibar, doğrudan doğruya kültür ve değerlerle ilişkilidir. İtibar sahibi olmak isteyen kişi ya da kurum, toplumun kültür ve değerlerine uygun bir davranış biçimi sergilediği sürece önemli ve değerlidir. Kişinin temsil ettiği makamdan bağımsız tutum ve davranışlarının toplumun değerleri ve kültürü ile uyuşması, temsil ettiği makamı yüceltir (Kadıbeşegil, 2006:117).

1.1.3. Kurumsal İmaj

Kurumsal imaj, kuruluşun paydaşları tarafından nasıl algılandığı ve görüldüğüdür. Dolayısıyla imaj bir kurumun inanç ve hislerinin bütünüdür, itibar ise değerlere dayalı olarak oluşmaktadır (Gümüş, 2009:32).

İmaj, kuruluşların önemli değerlerindendir ve iyi yönetilmesi gerekir. Kurumların imajının oluşmasında etik, ahlaki ve toplumsal değerler ön planda yer almaktadır. Bu değerleri göz önünde bulundurarak alınan karar kurumun imajına olumlu katkılar sağlayacaktır. İmaj itibarın oluşmasında önemli etkenlerden biridir. İyi bir imaja sahip olan bir kuruluşun itibarı da iyi olmaktadır. Dolayısıyla birçok bileşeni içeren imaj kavramı, kurumsal kültür ve kimliklere dayanmadığında yanılmalara neden olmakta, yanlış anlamlara yol açmaktadır (Peltekoğlu, 2007:5).

Kurumsal imaj, bir örgütün insanlarının küresel izlenimlerine karşılık gelir. Kurumla ilgili bilgi ve inançlar halkın zayıf yanları olarak tanımlanmaktadır. Kurumun imajı bir kuruluşun adını, bilişsel reaksiyonlarını, müşterilerini, yatırımcılarını, çalışanlarını ve başvuru derneklerini temsil eder. Buna göre, kurum kategorize ve organizasyon ile ilgili bilgileri hatırlamak için bir depo görevi görür (Lievens, 2012:568).

Kurumların kimlikleri imajlarının belirleyicisidir. Kurumsal kimlik paydaşlara yansıtıldığında, söz konusu paydaşların zihinlerinde kuruma ilişkin imaj oluşmakta, bu imajlar ise kurumun uzun dönemde güçlü bir itibar kazanmasını sağlamaktadır. Ancak bu süreç, kurumların kültüründen beslenmektedir. Kurumsal itibar, kurumun tümünü kapsayan bir süreçtir ve tüm çalışanların katılımını gerektirmektedir. Bu anlamda kurumların güçlü itibarı, sahip olduğu güçlü kültür üzerinde gelişebilmektedir (Gümüş, 2009:33).

Kurumsal imaj, imaj çalışmalarının başlangıcını ve sonucunu oluşturmaktadır. Kurumsal imaj yaratmak için dört unsurun gerçekleşmesi gerekmektedir. Bunlar; "alt yapı kurmak, dış imaj oluşturmak, iç imaj oluşturmak, soyut imaj oluşturmaktır" (Gültekin, 2005:132).

Joe Marconi; kimlik, imaj ve itibar arasındaki ilişkiyi "kurumun algılanması ve ne yaptığı imajını oluştururken, imajlar zaman içerisinde itibarı oluşturur" diyerek açıklamaktadır (Hacımirzaoğlu, 2009:7). Olumlu bir imaja sahip bir kuruluş halkın gözündeki güven ve saygınlığını artırmasının yanı sıra tercih edilme oranını da artırır. Çoğu zaman imajla karıştırılan kurumsal itibar, Fomburn'a göre kurum içi ve kurum dışı bireylerin algılarından oluşan rekabetin kaynağını oluşturur ve itibar

"kurumun tüm bileşenleriyle elde ettiği toplam değerdir" demektedir. Öyleyse, olumlu algı yaratabilmek için yapılması gereken, imajı oluşturan bileşenlerin bütünleşik olarak yönetilebilmesidir. Gelen her iletinin imaja ve dolayısıyla itibara katkıda bulunacağı gerçeği ise, itibarın tüm bileşenlerinin uyum içinde yönetimini gerektirmektedir (Hacımirzaoğlu, 2009:10).

Kurumlar, kurumsal imajlarını sürekli denetlemelidirler. İmaj denetlemelerinde amaç, hangi unsurların farklı yatırımcıların arasında imajı oluşturduğunu dikkatlice belirlemektir. Kurumun sonraki amacı da bu yatırımcıların benimsediği imajda stratejik değişiklikler yapmaktır. Örneğin bu, kurumun daha fazla sergilenmesi ya da reklam kampanyalarında belirli özelliklerinin vurgulanması şeklinde olabilir (Usta, 2006:25).

1.1.4. Marka

Amerikan Pazarlama Derneği'ne göre marka tanımını: "Marka bir satıcı veya satıcı grubuna ait ürün ve hizmetlerin tanımlanması ve rakiplerinden ayrı tutulması amacıyla bir isim, bir terim, işaret, sembol veya tasarımdır" (Elitok, 2003:2). David A.Aaker ise markayı şu şekilde tanımlamaktadır: "Marka, ürünleri ya da bir satıcı veya satıcı gruplarının hizmetlerini tanımlayan ve bu ürün ve hizmetleri rakiplerinden farklılaştıran (logo, ticari marka, paket dizaynı gibi ayırt edici) isim veya semboldür." Aaker'e göre marka, bundan ötürü müşteriye ürünün kaynağını işaret eder ve hem müşteriyi, hem de üreticiyi belirleyici görünen ürünleri temin etmeye çalışan rakiplerden korumaktadır (Türker, 2005:55).

Marka, pazardaki diğer ürünlerden farklılık yaratarak bu farklılığın sağladığı faydaların tüketiciler tarafından algılanmasını sağlar. Bir ürünün marka olabilmesi için, ürün bir değer ifade etmesi ve kurum tarafından o ürüne yüklenilen anlamın tüketiciler tarafından doğru algılanması gerekir (Akmehmet, 2006:26).

Farklı firmalar tarafından üretilen ürünlerin birçoğu tüketiciler için aynıdır veya benzerdir. Örneğin; benzin aynı benzin ya da su aynı sudur; bu tür ürünlere farksız ürün denir ve eğer bir firma bu tür farksız bir üründe farklılık yaratabilirse, o zaman tüketici için tercih edilebilir bir yön geliştirmiş olur. Marka ile tüketicinin

ilişkisine bakıldığında, markalar sadık müşteriler yaratır. Tüketicilerin bazı ürünleri diğerlerine tercih etmelerinin sebebi kurumun marka ile farklılık yaratmasıdır (Soydaş, 2005:45-46).

Bir markanın başarılı olabilmesi ve kâr elde edebilmesi için olumlu bir itibara sahip olması gerektiği gibi, kalitesi yüksek olan bir ürünün sağladığı itibarın, marka vasıtasıyla başka bir ürüne aktarılması da markanın, itibarını devam ettirici bir özelliktir (Akmehmet, 2006:26).

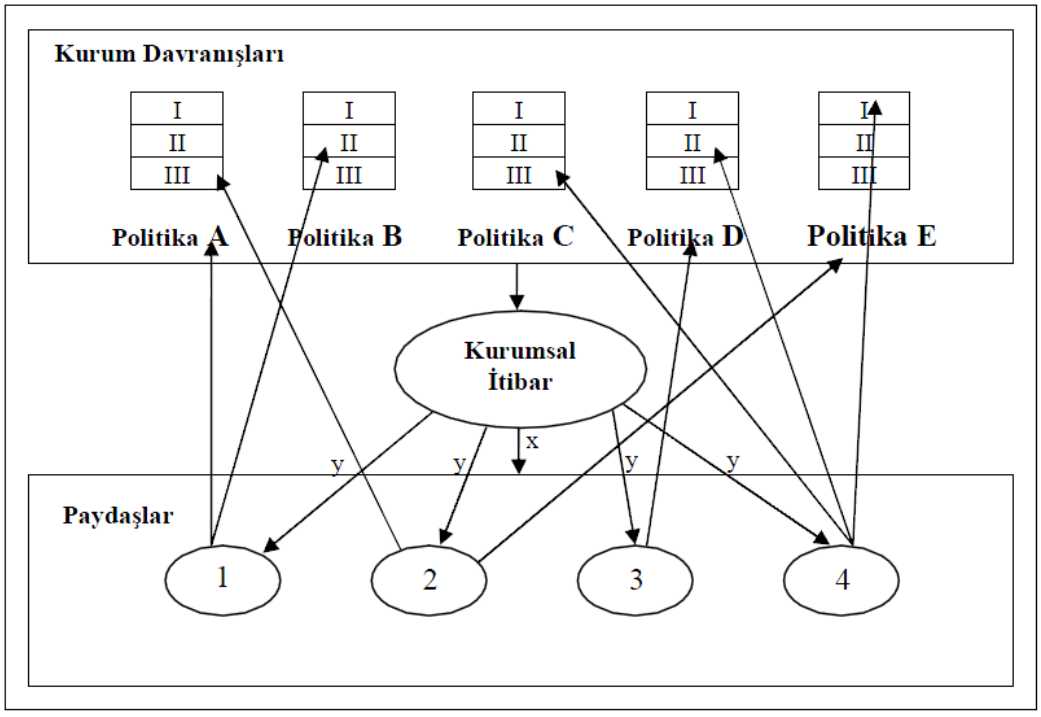
FedEx firmasının iletişim yöneticisi Bill Margaritis'e göre marka, performansla ilgili beklenti ya da verilen sözdür. İtibar ise davranışlar, yapılan işler ve markanın hayata geçirilmesinde kurumun gösterdiği performanstır. Bu nedenle marka ve itibar ayrılamaz bir biçimde bağlantılıdır. Bu anlamda markanın itibarın "taşıyıcısı" olduğunu söylemek yanlış olmayacaktır (Er, 2008:42). Markalar vaat eder, itibar kazanılır! Ürünleri ve hizmetleri temsil eden markalar çeşitli vaatlerde bulunurlar. Bu vaatlerin tüketicilerin beklentileri ile buluştuğu süreçte marka değeri yaratılır. Bu değer rekabeti yönlendirir, kurumun değerini artırır (Kadıbeşegil, 2006:55). Marka, tüketici için bir malın sigortası ve garantisidir. Nedeni ise marka, ürünün satın alınmasından itibaren satış sonrası hizmetleri de dâhil olmak üzere kalitesini garanti eder. Marka olmasının ve tüketiciler tarafından tercih edilme nedeni de bundan dolayıdır.

2. KURUMSAL İTİBAR VE BİLEŞENLERİ

Kurumsal itibar olgusu, ekonomik, organizasyonel teori ve pazarlama alanlarında çalışan araştırmacılar tarafından incelenmekte, ekonomistler itibar konularını ürün kalitesi ve fiyat ile ilişkilendirerek analiz etmekte; organizasyonel araştırmacılar ise itibarı sosyal bir kimlik olarak ele almakta, bir kuruluşun varlığını devam ettirmesine önemli katkıları olabilen önemli ve soyut bir kaynak olarak tanımlamaktadır. Bu tanımlarda birbirinden farklı terimler kullanılıyor olmakla birlikte, kurumsal itibar olgusunun esası üzerinde belirli bir ortak görüş oluşmuş bulunmaktadır (Akmehmet, 2006:30).

Fombrun‟ un 2003 yılında kurumsal itibarın bir firmanın finansal göstergelerini nasıl etkilediğiyle ilgili araştırmasında altı önemli sonuca ulaşılmıştır. Buna göre; itibarın destek sağladığı, kurumsal serveti beslediği, saygınlık kazançlarını arttırdığı, nakit akışını olumlu yönde etkilediği, büyüme ile itibar arasında pozitif bir ilişki olduğu ve firmanın piyasa değerini olumlu yönde arttırdığını tespit edilmektedir. Ayrıca Fombrun bir kurumun itibar sermayesinin büyüklüğünün karşılaşılan krizler sonucunda öğrenildiğini belirtmektedir. Çünkü ani krizler fiziksel varlık ve maddi kayıplar oluşturmasının yanında toplumun firmaya bakışını da olumsuz yönde etkileyebilmektedir (Kuyucu, 2003:4).

Kurumsal itibar, bir kurumun yarattığı güvenin toplam pazar değeri içindeki katkı payıdır. Kurumun elle tutulamayan değerlerinin taşıyıcısıdır. Toplum tarafından "beğenilen, takdir edilen" bir kurum olmanın karşılığıdır. Bu karşılığın bedelini hesaplayabilecek herhangi bir para birimi henüz icat edilmemiştir! İtibarın önemi ancak yitirildiğinde anlaşılmaktadır (Kadıbeşegil, 2006:55).



Şekil 1.4. : İtibar Yönetimi Stratejisi

Kaynak: Gümüş ve Öksüz, Murat ve Burcu (2009), *Turizm İşletmelerinde Kurumsal İtibar Yönetimi*, Ankara, Nobel Yayın Dağıtım, s:74

Şekil 1.4'te görüldüğü üzere farklı paydaşlar geçmişteki, şimdiki ve gelecekte olması beklenen davranışlarda farklı bilgilere ihtiyaç duymaktadır ve aynı bilgiler tüm paydaşlar tarafından eşit gereklilikte ve değerde olmayabilmektedir. Paydaşların ilgilendiği politikalar birbirinden farklı olmaktadır; müşteriler ürünlerle ilgili bilgilere ihtiyaç duyarken (kalite, ürün güvenliği vb.), çalışanlar işle ilgili bilgilere (ücret, iş güvenliği, profesyonel gelişim vb.), yatırımcılar finansal bilgilere (net kazanç, yatırımların dönüşü vb.) ihtiyaç duymaktadır. Bu bağlamda kurumların itibar kazanmasında farklı bileşenlerin değişik oranda etkili olduğu söylenebilmektedir (Uzunoğlu ve Öksüz, 2008:112).

Kurumsal itibarın sağlanabilmesi için çeşitli bileşenlere ihtiyaç duyulmaktadır. Bu bileşenler aşağıda belirtilmiştir.

2.1. Ürün ve Hizmetler

Kurumların iyi bir itibara sahip olması sundukları ürün ve hizmetin kalitesi ile doğru orantılıdır. Tüketici tercihlerinde sunulan ürün ve hizmetin ucuz ve kaliteli olması ön plandadır. Kurumlar tüketicilerin ihtiyaçlarını karşılarken yeni alternatifler sunmaktadırlar. Bu alternatiflerle sunulan ürün ve hizmetlerin müşterilerin dikkatini çekmesi sağlanarak pazar payı artırılmaya çalışılmaktadır.

Kuruluşlar ürün ve hizmetlerle ilgili olarak tüketicilere sık sık doğru bilgiler vermesi çok önemlidir. Kurumlar kendi itibarını yaratmak ve bu itibarı kaybetmemek için ürün ve hizmet kalitesini ve müşteri memnuniyetini sürekli olarak artırmak zorundadırlar. Rekabetin şartları da bunu gerektirmektedir (Karatepe, 2008:91).

2.2. Liderlik

Kurumsal itibarın inşasında ve güçlendirilmesinde liderin çok önemli bir rolü vardır. Son yıllarda yapılan araştırmalar, itibarın yönetiminden, örgüt yöneticilerinin sorumlu olduğu sonucunu ortaya koymaktadır. Bunun için

yöneticilerin, çalışanların desteğini de alarak kurumun itibarını güçlendirmesi ve hedeflere ulaşmaya çalışması gerekmektedir. İyi itibara sahip örgütler, rakiplerine kıyasla daha iyi performans göstererek etkili ve verimli olabileceklerdir. Bu aşamada, örgütlerin güçlü bir itibara sahip olmalarının yöneticilerin liderlik vasıflarıyla ilişkili olduğunu göstermektedir (Karaköse, 2007:49).

Günümüzde liderlerin görev ve sorumlulukları üç temel alanda tanımlanmaktadır. Liderlerin ilk görevleri, yönettikleri kurumun vizyonunu ve misyonunu belirlemektir. İkinci görevleri, kurum için gerekli nitelikli insan gücünü seçmek ve ihtiyaç durumunda gerekli değişiklikleri yapmaktır. Üçüncü görevleri ise kurumun itibarını yönetmektir. Yani tüm sosyal paydaşların ilişki ve iletişim yönetiminin stratejik önceliklerini belirlemek ve bunların gerçekleştirilmesinde öncülük yapmaktadır. Kurumsal yönetişim ilkelerine bağlılık, toplumun norm ve değerlerine uyum, kurumsal sosyal sorumluluk alanında gerçekleştirilen faaliyetler, insan sermayesini geliştirme ve yönetmede sağlanacak başarı kurum itibarının kalıcılığına ve sürekli müşteri memnuniyetini sağlamaya önemli ölçüde katlı sağlamaktadır (Croft ve Dalton 2007:126).

Kurumun saygınlığı ve itibarın oluşması ile lideri arasında önemli bir bağ olduğunu, Prof. Charles Fombrun "kurum olarak istediğiniz kadar iyi şeyler yapın, eğer lideriniz akıllıca olmayan şeyler yaparsa itibarınız bundan kötü etkilenir." sözüyle açıklamaktadır. Amerika'da yapılan son araştırmalarda CEO'ların kurum itibarını oluşturma üzerindeki etkinliği de yüzde 48 gibi yüksek bir düzeydedir (Akmehmet, 2006:55).

Kurumsal itibarını artırmak isteyen liderlerin dikkat etmesi gerekenler şunlardır (Argüden, 2002:44):

- Bir kurumun itibarını oluşturan en önemli unsur olan müşteri tatmininin yüksek olması gerekmektedir. Bu nedenle itibar kazanmak için en öncelikli adım ürün ve hizmet kalitesinin sürekli geliştirilmesi için çaba göstermektir,
- İçte ve dışta verilen sözlerden dönmemek, sektörde bilgi ve danışma kaynağı olarak algılanmak da itibar artırmaya yardımcı olur.

- Hata yapıldığında bunu kabullenip, çözüm üretmek, toplumun güvenini kazanmak için gerekli bir yaklaşımdır.

- Çalışanlara ve paydaşlara misyon doğrultusunda heyecan kazandırabilmenin de itibarı artırıcı bir etkisi vardır.

- Üst yönetimin iç ve dış çevreyle etkileşimde bizzat bulunması ve kişiliği ile kurumsal kimliğin tutarlılığı itibar kazanmada fayda sağlar. Nitekim, kurumların değerlerini şekillendiren kurucu girişimciler genellikle kurumda kendi değerlerini yansıttıkları için bu tutarlılığı daha kolay yakalarlar.

- İletişimde kullanılan mesajların rakamlarla tutarlı olmasının ötesinde mantıksal bir çerçeveye, modele oturtulması da güven unsurunu artırıcı bir etki yapar.

İş dünyası liderleri ile yapılan bu araştırmanın her bir sonucunda, liderlerin kurumsal itibarı önceki yıllardan daha çok önemsediklerini ve bu öğeyi rekabetin ana parametrelerinden biri olarak tanımladıklarını gözlemliyoruz. Sözünü ettiğimiz itibarlı liderler iş dünyasının görüş ve önerileriyle tartışılmaz ismi Peter Drucker'ın tanımına uygun olanlardır. Drucker, "lideri" şöyle tanımlıyor: "Arkasından gelenleri sürükleyen kişidir. Arkasından gelen yoksa o kişi lider değildir!" (Kadıbeşegil, 2006:161).

2.3. Kurumsal Sosyal Sorumluluk

Yalnızca ticari kaygı ön planda bulundurarak faaliyet gösteren kurumlar artık kamuoyunda kabul görmemekte, bu bakımdan da kurumlar sosyal sorumluluk taşıyan faaliyetlere ağırlık vermekte ve bu şekilde rakipleri arasından sıyrılmaya çalışarak, iyi bir itibar ile paydaşlara ulaşmaya çalışmaktadırlar. Toplum kâr eden kurumlardan daha çok, sosyal olanları beğenmektedir. Artık sosyal sorumluluk, kurum felsefesinin tamamlayıcı öğesi haline gelmiştir (Okay, 2002:354).

2002 yılında, Dünya Ekonomik Formu'nda bir çalışma grubu "Küresel Kurumsal Vatandaşlık" ile ilgili ortak bir bildiriye imza atmıştır. Bu girişim, kurumsal itibarın iyi kurumsal vatandaşlığın açık bir sürükleyicisi olduğunu

vurgulamıştır. Bu çalışma grubu, kurumların ayrı bir kurumsal sosyal sorumluluk veya sürdürülebilir gelişim raporu hazırlamalarının giderek yükselen bir trend olduğunu bildirmiştir. Bu nedenle artık dünya çapındaki iş liderlerinin birçoğunun resmi gündeminde kurumsal itibar yer almaktadır (Er, 2008:60).

Bir kurumun sosyal sorumlulukları başlıca üç ana grupta toplanabilir;

- Kurumun kendisinden beklenen ekonomik performansı göstermesi; yeni iş olanakları yaratması, yatırımlar yapması, ihtiyaç duyulan mal ve hizmetleri ekonomik olarak üretmesi ve kâr sağlayarak vergilerini ödemesi, bunların yanı sıra iş yasalarına tamamen uyulması, çocuk işçi çalıştırılmaması, sigortaların ödenmesi, işçi sağlığı ve iş güvenliği gereklerinin tam yerine getirilmesi.

- Çevre bilinci ile hareket ederek kaynakların akılcı kullanılması, doğal kaynakların korunması ve çevre kirliliğine neden olunmaması.

- İçinde bulunulan bölge ya da ülkede yaşanan ekonomik veya sosyal nitelikli sorunların çözümüne katkı sağlanması. Örneğin kurumların kendi bünyelerindeki vakıflar ya da yakın buldukları bir sivil toplum kuruluşu aracılığıyla eğitim, sağlık, altyapı gibi bazı temel sorunların çözümüne katkıda bulunmaları, sanat, spor, kültür aktivitelerini desteklemeleri, kurumların kendilerinin ya da kurucularının adlarını taşıyan okullar, hastaneler, öğrenci yurtları, bakım evleri yaptırmaları.

Kurumsal sosyal sorumluluk kurumların ulusal ve uluslararası alanda tanınmasını sağlar. Kurumsal sosyal sorumluluk bileşenini etkin olarak kullanan kurumlar yazılı ve görsel medyadan da destek görmektedir. Kurumsal sosyal sorumluluğun faydaları aşağıda belirtilmiştir (Kadıbeşegil, 2006:137);

- Daha kolay fon temin ederler,
- Marka imajlarını güçlendirirler,
- Satışlarına katkı sağlarlar,
- Çalışanların bağlılığı artarken, yeni yetenekler için öncelikli adres olurlar,
- Karar süreçlerini etkinleştirirler,

- Risk yönetimini geliştirirler,
- Maliyetlerini düşürürler.

Sosyal sorumluluk bilincine erişmemiş kurumların finansal yapıları ne kadar güçlü olursa olsun, uzun vadede toplumun gözünde iyi bir itibara sahip olmaları düşünülemez. Kurumun sosyal sorumluluk çalışmalarının bulunduğu sektörün özellikleriyle ve paydaş çevresinin beklentileriyle uyumlu olması gerekmektedir. Bu uyumun kurum itibarına doğrudan etkisi olacaktır. Kurumlar, sosyal sorumluluk projelerini kendi kurumsal kimlikleriyle bütünleştirebildikleri takdirde daha olumlu sonuçlar alabileceklerdir (Er, 2008:60-1).

İstanbul Büyükşehir Belediyesinin gençlerin geleceklerine daha iyi yön verebilmek ve onları iş dünyasının üst düzey yöneticileri ile bir araya getirebilmek için düzenlemiş olduğu "Kariyer Günleri" adlı program bir sosyal sorumluluk projesi olarak kurumun itibar değerini yükseltmektedir. Bu proje ile üniversiteyi bitiren ve öğrenim gören gençler -alanında uzman hocalardan- kişisel gelişim ve iş hayatıyla ilgili profesyonel destek alma imkânı bularak, üst düzey yöneticilerle söyleşi yapabileceklerdir. Bu proje işsizlik rakamlarının küresel olarak arttığı bir dünyada önemli bir girişim olarak görülmektedir.

2.4. Çalışanlar

Kurumların itibarının oluşması içeride başlar. Tüm düzeylerdeki çalışanların kurumlarıyla gurur duyması bir anlamda o kurumun itibarını yönetiyor olması ile eşdeğerdir. Oluşumu içeride başlamayan itibarın dış dünyada gerçekleşmesi çok zordur. Çalışanlar için itibar "aldıkları ücretin tatminkârlığının" ötesinde bir kavramdır. Onlar için itibar kuruma kendilerini ait hissetmeleri ve kurumu her yönüyle benimsemeleridir (Kadıbeşegil, 2006:169).

Çalışanlar kurumun müşteriye dönük olan yüzünü temsil etmektedir. Çalışanların müşterilere karşı davranış ve tutumları kuruma ilişkin bakış açısını şekillendirecektir. Çalışanların memnuniyeti, müşterilere olumlu yansıyacak ve

kurumun itibarını artıracaktır. İtibarlı bir kurum nitelikli çalışanları kuruma çekmesinin yanı sıra müşteri memnuniyetini de artırmaktadır.

Çalışan tatmini; kalite, müşteri bağlılığı ve verimlilikte en önemli harekete geçiricilerden biridir. Memnun çalışanlar yüksek derecede motive olmakta, yüksek moralle çalışmakta, çalışmaları daha etkili ve verimli olmaktadır. Çalışan tatmini bu nedenle kalite süreçlerini de doğrudan etkilemektedir. Birçok ampirik çalışmada çalışan tatmininin; kurumsal bağlılık ve sadakatin güçlü bir belirleyicisi olduğu, çalışan devri ve devamsızlığı ile arasında negatif bir ilişki olduğu sonucuna ulaşılmıştır (Gümüş ve Öksüz, 2009:111).

Çalıştığımız kurumun çalışanları ile birlikte oluşturacağımız kurum kültürü ve değerler itibarımızdır. Çalışanların bu kültür ve değerlere sahip çıkıyor olması dalga dalga yayılacaktır. Bunun gerçekleşmesinde liderlere önemli görevler düşmektedir. Her düzeydeki yöneticinin bunu önemsemesi, benimsemesi ve "Bize neyi nasıl yapmak yakışır?" sorusunu sorması iyi bir başlangıç olacaktır (Kadıbeşegil, 2006:169).

2.5. Finansal Performans

Finansal performans, bir kuruluşun karlılık ve yatırım amacıyla risk alabilme ve rekabet edebilme yeteneğini anlatmaktadır. Örgütlerin hedeflerine ulaşamamalarının nedenlerinden biri, teknik ve fiziksel donanım yetersizliğidir. Ekonomik yapısını güçlendiren örgütler, küresel piyasada diğerlerine oranla daha fazla itibara sahip ve daha başarılı olmaktadırlar. Finansal performansı iyi olan bir kurum (Karaköse, 2007:47);

- Güçlü karlılık boyutlarına sahiptir,
- Riski düşük yatırımlar yapar,
- Gelecekte büyüme ile ilgili güçlü tahminler yapar,
- Rakiplerinden daha üstün performans gösterir.

Kurumların finansal performansları güven ortamında oluşturmaları gerekmektedir. Güven ortamında oluşturulan bir finansal performans kuruluşa itibar da sağlamaktadır. Kuruluşa yatırımcıların ilgisini artırarak daha karlı bir kuruluş olmasını sağlar.

Kurumlar "itibara, olumlu birçok nedenin var olmasından dolayı değer verirler. Daha yetenekli insanları çekmek ve elde tutmak daha kolaydır. Müşteriler firmanın mevcut ürün ve hizmetlerini satın almaya ve yeni teklifleri kabul etmeye daha isteklidir. Yatırımcılar ve bankacılar olumlu firmaları algıladıkları takdirde yatırım sermayesi ve borçlanma fonlarını daha fazla ilgi gösterirler (Bowd, Bowd, 2012:4).

Sonuçları 2006 yılı başlarında alınan ve dünyanın önde gelen danışmanlık kurumlarından Hill& Knowlton'ın yürüttüğü "Reputation Watch" (itibar izlenimleri) araştırması finansal performans ile itibar ilişkisini çok güzel bir biçimde ortaya koymaktadır. Araştırmanın 2005 sonuçlarına göre; Kuzey Amerika, Avrupa ve Asya‟ da önde gelen finansal analistlerin % 86‟ sı bir firmaya yatırım yapılıp yapılamayacağı konusunda değerlendirme yaparken finansal verilere bakmaktadır. Aynı analistler % 86 oranında lider ve yönetim ekibinin kalitesine baktıklarını ifade etmektedir. Söz konusu araştırmada, konu kurumsal itibara geldiği zaman akan sular durmaktadır. Kuzey Amerika'da analistlerin % 88‟ i, Avrupa'da % 91, İngiltere'de % 93 ve Asya Pasifik'te ise % 94'ü, kurumların itibarlarını yönetmek konusunda yeterlilik göstermemeleri halinde finansal darboğaza gireceklerini belirtmektedirler (Kadıbeşegil, 2006:55-6).

2.6. Kurumsal Yönetim

Belirli birtakım amaçlara ulaşmak için başta insan olmak üzere, parasal kaynakları, araç-gereçleri, hammaddeleri ve zaman faktörünü birbiriyle uyumlu ve etkin kullanmaya olanak verecek kararlar alma ve bunları uygulatma süreçlerinin toplamıdır.

Kurumsal itibar, bir rekabet bileşeni olarak, yönetim dikkatlerini üzerinde toplamaya başladığı günden bu yana, itibarın yönetilmesi önem kazanmaya başlamış,

korunması ve yükseltilebilmesi yönünde çeşitli önlemler geliştirilmesi için gerek akademik ve gerekse pratik çabalar konu üzerine yoğunlaştırılmıştır (Gümüş, 2009:7).

Yönetim kavramı ile ilgili olarak; bir grup faaliyeti olması, beşeri olması, işbirliği, işbölümü ve evrensel olmasından bahsedilebilir. Aşağıda yönetimin özelliklerine değinilmektedir.

a) Amaç Özelliği: Yönetim olayı ve olgusunun gerçekleşebilmesi için önceden belirlenmiş amaçlar dizisinin bulunması gereklidir. Bu amaçlar dizisi yönetim ve organizasyonun etkinliğini artıracaktır.

b) İşbölümü Özelliği: İşlerin en iyi yapılabilecek olanlara göre bölümlenmesi gerekir. Bu ilke uzmanlaşmanın gereğidir. İşler çeşitli parçalara göre ayrılacak ve buna göre uzmanlar tayin edilecektir. Bu uzmanlar işlerin yürütülmesini sağlayacaklardır.

c) Yaratıcılık Özelliği: Yönetimde etkinliği, verimliliği sürekli artırmak her zaman mümkün olduğuna göre, yöneticilerin yaratıcılığı motive etmeleri gereklidir. Yöneticiler çalışanları yaratıcılığa teşvik edici uygulamaları hayata geçirmelidir.

ç) Grup Özelliği: Yönetim olayında bahsedebilmek için iki ya da daha fazla kişinin varlığı gereklidir. Bu kişiler bir araya gelerek grup oluşturur.

d) Rasyonellik Özelliği : Yönetimde planlar, kararlar, uygulamalar, kontroller sırasında etkinlik, verimlilik prensiplerinden yararlanılmalıdır. Bu prensipler rasyonellik özelliğinin daha etkinliğini artıracaktır.

e) İletişim Özelliği: Yönetimde hem yatay, hem dikey boyutta iletişime bir olay olarak önem verilmelidir. Yönetimin iletişim özelliğinin artırılması yönetimin etkinliğini ve verimliliğini artıracaktır (http://www.odevsitesi.com, 08.05.2011).

2.7. Kurumsal İletişim

Doğru ve etkili iletişim stratejileri tasarlama, doğru yöntemler bulma ve hayata geçirilmesi, kurumsal itibarın oluşumunda önemli bir yere sahiptir. Bunun

yanı sıra iletişim uzmanları bu stratejilerin oluşturulması ve uygulanması noktasında önem kazanmaktadır.

Kurum için en önemli nokta iletişim kanallarının etkin olarak yönetilmesidir. Örgüt tarafından fonksiyonel birimler, pazar ve medya ile koordinasyonun sağlanması için iletişim gerekmektedir (Kuyucu 2003:20).

Dolayısıyla bir kurumun itibarını yönetmesinin yolu iletişimi yönetmekten geçer. Kurumun sahip olduğu kültür ve değerleri doğrultusunda tasarladığı gelecek planlarını ve bu planların uzantısı olan iş hedeflerini gerçekleştirmesinde devreye soktuğu süreçlerden bir tanesi de iletişim süreçleridir. İletişim süreçleri, kurumun ilişkide olduğu sosyal paydaşlar ile kurduğu iletişimin tamamını kapsar. Bu sosyal paydaşlar ise çalışan, müşteri, medya, işbirliği yapılan kurumlar, bayiler, yatırımcılar, hükümet, üniversite, genel kamuoyu gibi o kurumun bugün ve gelecekteki durumundan etkilenen kitleleri kapsamaktadır. Tüm sosyal paydaşların o kurumla ilgili toplam algılaması, kurumun itibarının iyi ya da kötü olmasını belirler ve kurumun bu algılamayı bilerek iletişimini uygun bir strateji ile yönetmesi gerekmektedir (Dörtok, 2004:73).

Belirtilen bu amaçların yanı sıra, örgüt içinde "bir sistem olarak iletişimin temel amacı" kopuk ve dağınık ilişkileri düzenlemek ve örgütsel amaçlarla bireysel amaçlar arasında bilinçli bir dengenin kurulmasını sağlamaktır (Karatepe, 2008:81).

Kurumsal iletişimin özelliklerini şöyle sıralayabiliriz (Güney, 2001:199):

- Kurumsal iletişim, örgütsel amaçların (resmi ve doğal amaçların) gerçekleştirilmesiyle ilgilidir.
- Kurumsal iletişim, örgütü oluşturan öğeler arasında gerekli iliksilerin kurulmasını sağlar. Başka bir deyişle örgütü canlı tutar.
- Kurumsal iletişim, gelişmelere toplumsal ve teknolojik açıdan uyum sağlamaya çalışan bir sistemdir.
- Kurumsal iletişim, kurumun verimli ve etkin olarak yönetilmesine imkân sağlayan araçtır.

- Kurumsal iletişim, tek yönlü değildir. Çünkü örgüt dinamik yapı içinde yer almaktadır.

2.8. Halkla İlişkiler

Kurumlar genel olarak toplumun ekonomik, sosyal ve kültürel yapısından soyutlanamaz, geleneklerden ve toplumun değer yargılarından büyük ölçüde etkilenirler. Sürekli gelişen ve değişen bir çevre içinde yer alan işletmeler, yaşamlarını amaçlarına dönük bir biçimde sürdürebilmek için yeni koşullara uymak ve çevreyle etkili ilişkiler ve iletişim kurmaları gerekmektedir. Bu ilişkilerin belirli bir düzen ve sosyal sorumluluk yaklaşımı içinde kurulması, çağdaş ve kültürel nitelik taşıyan her işletmenin en önemli amaçları arasında yer almaktadır. Bu nedenle işletmeler toplumun yapısını, özelliklerini, özlemlerini, gelenek ve göreneklerini tanımak ve aynı zamanda kendini de topluma tanıtmak zorundadırlar. Bu yönde harcanacak çabalar işletmelerin halkla ilişkiler işlevini oluşturmaktadır (Avcıkurt, 2005:63).

Halkla ilişkiler, dört temel aşamadan oluşmaktadır: (i) Bilgi toplama, (ii) Çalışma planı hazırlama, (iii) Planın uygulanması ve (iv) Uygulama sonuçlarının değerlendirilmesi.

Halkla ilişkiler faaliyetinde ilk iş, bilgi toplamadır. İlişki kurulacak hedef kitle ile ilgili bilgi sahibi olmadan, kurulacak ilişkileri yürütmek kolay olmayacaktır. Bilgi toplanması, yoğun ve bilimsel bir araştırma gerektirmektedir. Sosyal nitelikli bir araştırmada dikkate alınacak ilk önemli konu, problemi belirli olarak ortaya koymaktır. Ayrıca araştırmada kullanılacak ölçüm araçlarının güvenilirlik derecesinin de bilinmesi gerekmektedir. Bilgi toplama, çeşitli yollarla yapılabilmektedir. İlişki kurulacak bir toplumun özelliklerinin, o toplum hakkında yazılmış kitaplardan, gazete ve dergilerde yayınlanmış olan yazılardan, o toplumun içinde uzun süre bulunmuş kişilerin ilk elden verdikleri bilgilerden öğrenilmesi mümkündür. Örnekleme, anket yöntemleri ise, araştırma sırasında sıkça başvurulan tekniklerdir.

Halkla ilişkiler çalışmasının planlanmasında, kampanya için gereken para, kullanılacak iletişim araçları, çalıştırılacak personel, kampanya süresi, atılacak adımlar ve halka ulaşacak tanıtma mesajları, ayrıntılı bir şekilde belirlenmektedir.

Üçüncü aşamada, toplanan bilgilere göre hazırlanan tanıtma mesajları, kararlaştırılan araçlarla, belirli bölgelerde, belirlenmiş olan hedeflere ulaştırılmaktadır. Bu işlem sırasında halkla ilişkilerin ilkelerine ve uygulamanın baştan savma yapılmamasına dikkat edilmesi gerekmektedir.

Dördüncü aşama ise, sonuçların değerlendirilmesi aşamasıdır. Bu değerlendirmelerin ortaya koyduğu veriler, bundan sonraki çalışmalarda da kullanılabilmeleri için bilgisayarlarda dosyalanarak el altında bulundurulmaktadır. Sonuçların değerlendirilmesi, hedef kitleye ulaştırılan mesajlar için yapılan geri beslemenin ölçülmesi ise sağlanabilmektedir. Sonuçların değerlendirilmesi, kampanyanın başarı derecesini de ortaya çıkarmaktadır (Çelik vd, 2000:13).

Halkla ilişkiler uygulayıcıları, itibarı oluşturan bileşenleri ön plana çıkararak kurumların gelişmeleri için ihtiyaç duydukları performansı oluşturmaya çalışmaktadırlar. Yine etkin bir itibar algısı yaratmak için paydaşlar araştırıldıktan sonra her birinin örgüt üzerindeki etkisine göre her biri için ayrı ve sürekli iletişim programları hazırlamaları gerekmektedir (Croft ve Dalton 2007: 88).

Genel olarak bir kuruluş, hedeflediği kitlenin kendisine karşı tutumu itibarıyla dört olumsuz duruma muhatap olabilmektedir. Bu olumsuz durumlar; hedef kitlenin kuruluşa karşı düşmanlık beslemesi, önyargılı olması, kayıtsızlık içerisinde olması, bu kuruluş ve onun ürettiği mal ve hizmetlerle ilgili olarak herhangi bir bilgiye sahip olmamasıdır. Bu problemler şüphesiz ki, kurumun sağlıklı bir şekilde işlemesini engelleyebilecek nitelikte birtakım alt problemlerin doğmasına da neden olabilmektedir. İyi bir halkla ilişkiler çalışmasının temel amacının bu problem merkezlerinin ve bu ana başlıklar nedeni ile ortaya çıkabilecek diğer alt sorunların çözümüne yönelik olması gerekmektedir. Buna göre temel amaç, düşmanlığın "sempati"ye, önyargının "kabullenme"ye, kayıtsızlığın "ilgi"ye ve bilgisizliğin "bilgi"ye dönüştürülmesi olacaktır (Çelik vd, 2000:21).

İtibar, çoğu kez, bir örgütün pazarlama fonksiyonları ile kamuoyu veya halkla ilişkiler fonksiyonları arasında bulunan bir varlık olarak görülebilmektedir. Etkin bir itibar riski yönetimi için gerekli beceri ve teknikler de esas olarak, bu alanlarda halkla ilişkiler fonksiyonu daha önemli olarak bulunmaktadır. O halde kurumun bir halkla ilişkiler departmanı varsa veya halkla ilişkiler faaliyetinden kim sorumluysa, itibar riski yönetimi sorumluluğunun burada olması gerektiği oldukça açıktır. Ancak bu kişinin, programın hem rutin hem de kriz ortamında düzgün işlemesini sağlayacak bilgiye ulaşma imkanına ve yeterli yetkiye sahip olması gerekmektedir (Ural, 2008:92).

İngiltere'de yapılan bir araştırmada, piyasada faaliyet gösteren danışmanlık firmaları arasında özellikle halkla ilişkiler alanında uzmanlaşan kurumların itibar yönetimi konusunda kurumlara destek verdiklerini göstermektedir (Eryılmaz, 2008:166).

2.9. Müşteri Memnuniyeti

Müşteri memnuniyeti kurumsal itibarın en önemli bileşenlerindendir. Müşteri memnuniyetini ön planda bulunduran kuruluşların, müşteriler tercihlerinde ilk sırada yer almaktadır. Kurumlar sağlamış oldukları mal ve hizmetle ilgili olarak satış öncesinde ve sonrasında gereken her türlü desteği tüketicilere sağlıyorsa kısaca müşteri memnuniyetini sağlayabiliyorsa olumlu bir itibara sahip olur. Bu itibar satışlarına olumlu yönde yansır. Bu desteği sağlayamayan kurumlar ise müşteri kaybına uğrarlar. Müşterinin kaybı demek itibar kaybıyla birlikte o müşterinin portföyden çıkıyor olması anlamına geliyor (Kadıbeşegil, 2006:59).

Günümüz müşteri yapısının, dinamik ve değişken bir durum sergilemesi, müşterileri izlemeyi ve memnun etmeyi zorlaştıran bir etki yaratmıştır. Bugün dünyanın birçok yerinde, kurumların karşılaştıkları en temel sorun, müşteri sadakatinin önemli ölçüde azalması durumudur. Bu durumun temel nedenini, artan rekabet ve ileri teknoloji sonucu, müşterilere sunulan daha ucuz fiyatlı, daha cazip alternatif ürünler oluşturmaktadır. Bir kurumun başarısı, müşterilerini ne kadar iyi tanıdığına, pazardaki potansiyeli müşteriye dönüştürmede ne ölçüde başarılı

olduğuna ve kazandığı müşteriyi elde tutmadaki performansına bağlı olmaktadır (www.bilgiyonetimi.org.tr, 01.03.2011).

2.10. Kurumsal Etik

Kurumsal etik kurumsal itibarın oluşumunda önemli etkenler arasında yer almaktadır. Etik kurallara bağlı kurumların sağlam bir itibarı, çalışan ve müşteri bağlılığı ile piyasa değeri fazladır. Etik bir kurumla itibarlı bir kurum arasında çok sıkı bir ilişki vardır. Etik kurallarına uygun hareket eden kuruluşlar halk tarafından destek görecektir.

Etik dışı davranışlarda bulunan kurumlar kamuoyu tarafından destek görmeyecek ve olumlu bir itibara sahip olmayacaktır. Etik kuralların göz ardı edilmesi mesleğin geleceğini tehlikeye atacak kadar sakıncalı sonuçlar doğurabilmektedir. Etik olmayan davranışlar her şeyden önce mesleğin itibarını zedelemektedir. Meslek uygulayıcılarının kamuoyunda etik değerlerden yoksun kişiler, hatta hiçbir yeterliliği olmayan dolandırıcılar gibi algılanmasına yol açabilir (Aydede, 2004:54). Bireyin, kurumun ve toplumun etik çıtası yüksek ve uyumlu olduğu takdirde etik dışı eylem olasılığı zayıflayacaktır (Arslan ve Berkman, 2009:94).

2.11. Kurumsal Yönetişim

Yönetişim, bir toplumsal-politik sistemdeki ilgili bütün aktörlerin ortak çabalarıyla elde edilen sonuçların oluşturduğu yapı ya da düzen olarak tanımlanmaktadır. Bu tanımın yanında kavramın içeriğinin çok farklı şekilde belirlendiği de görülmektedir. Ancak genel kabul gören tanımında yönetişim, ayrımı bulanık olan kamu kuruluşları ve özel sektör arasındaki sınırlarda gelişen yönetim tarzlarını göstermekte ve yönetimin daha iyi yönetebilmek amacıyla yeniden yapılandırılmasına vurgu yapmaktadır (Özer, 2006:60).

Günümüzde yönetişim terimi, kamu yönetimini, özel sektör ve sivil toplum kuruluşlarını içine alan kompleks bir sistemi ve bunların kendi aralarındaki ilişkiler

ağını ve karşılıklı etkileşimlerini ifade etmek için kullanılmaktadır. Bu süreçte merkezi yönetim ve yerel yönetim kuruluşlarından başka, sivil toplum örgütlerini, özel girişimcileri ve kâr amacı gütmeyen kuruluşları kapsayan geniş bir aktörler yelpazesinin varlığı ve bunların yönetim sistemine dâhil edilmesi gündeme gelmektedir (Eryılmaz, 2000:28).

Kurumsal yönetişim bir kurallar dizisi değil, bir yönetim kültürüdür. Bir kurumda sadece yönetim kurulunu değil, tüm paydaşları kapsar. Yönetim Kurulu'nun yönetişim ilkelerine uyumlu davranışlar sergilemesi ve bu konuya gösterilen özenin vurgulanması, kurum içinde model olmayı ve dolayısıyla kurum genelinde benimsenmesini hızlandırmaktadır. Kurumsal yönetişim kurumda karar verenlerin sadece bu yetkileri kötüye kullanmalarının önlenmesi değil, aynı zamanda sağduyulu, adil ve kuruma değer yaratacak şekilde kullanmalarının sağlanmasını da kapsamaktadır. Kurumsal yönetişim, bir kurumun hedeflerine ulaşması ve en üstün performansı göstermesi açısından önem taşımaktadır (Argüden, 2007:8).

Yönetişim ve Kalkınma başlığıyla 1992 yılında yayımlanan Dünya Bankası raporunda yönetişimin dört unsuru şöyle tanımlanmıştır: a) kamu sektörü yönetimi, b) hesapverebilirlik c)kalkınma amacına yönelik yasal çevre d)şeffaflık ve bilgilendirme

a) Kamu sektörü yönetimi: Kamu hizmetleri, kamu finansman yönetimi ve kamu işletmelerini kapsamaktadır. Dünya Bankası, kamu sektörü yönetimi reformu aracılığıyla müdahaleci ve hantal devletten etkin ve küçük devlete geçileceği , böylece yeni bir iktidar tarzı olan yönetişime de uygun koşulların yaratılacağı görüşünü ileri sürmüştür.

b) Hesapverebilirlik: Bu ilkenin makro ve mikro getirileri vardır. Makro getirileri; etkili mali yönetim, kamu harcamalarında dışsal kontrolörlük sistemi ve kontrolör denetimi sonuçlarını değerlendirme mekanizmalarının tesisi önerilirken, mikro düzeyde; yerelleşme ve yerel hizmetlerin fiyatlandırılması söz konusu edilmektedir.

c)Kalkınma amacına yönelik yasal çevre: Açık ve istikrarlı, her piyasa aktörüne yansız ve adil biçimde uygulanan bir kurallar seti ve hukuksal çerçeve ile

bağımsız bir yargı sistemine gereksinim vardır. Piyasa ekonomileri açık yasal kuralların varlığını gerektirdiği için, ekonomik aracılarla devletin bu sistem içerisinde birlikte yer alması etkileşimin sağlanması için zorunludur.

d) Şeffaflık ve bilgilendirme: Dünya Bankası'na göre düzenlemelerle yönetimde açıklık, hesapverebilirlik inşa edilebilerek yolsuzlukların azaltılması mümkün kılınabileceği gibi siyasa yapımında kamu ve özel sektör arasındaki danışma süreçlerine de destek sunulabilecektir. Bu ilke ile bütçe ve hükümet tasarımları piyasanın bütün aktörleri için güvenilir ve ulaşılır olacaktır (Bayramoğlu, 2005:44).

Kurumsal yönetişim etkin olarak uygulandığı kurumlar iç ve dış çevrenin endişelerini gidermek için kendi yönetim standartlarına uygun rakamların kesin olduğu özet tablolar yayınlarlar (Klein, vd, 2004:5).

Kurumsal yönetişim, kurumların hissedarların, ve yönetimin davranışlarını kapsayan kurallar bütünü olarak görülebilir. Bu kurallar; kurumun güçlü yönetişim uygulamalarını sürdürmesini sağlayan kurumsal özellikleri ve faktörleri içermektedir. Bu faktörler; kurumun sahiplik yapısının, paydaşlarıyla ilişkilerinin, finansal şeffaflığının, bilgileri açığa çıkaran uygulamalarının yanında, yönetim biçimini de içermektedir (Gümüş, 2008:118).

Yönetişim ile itibar yönetimi yakın bir ilişki içerisindedir. Yönetişimin amaçları içerisinde yer alan toplumdaki yozlaşmanın azaltılması, saydamlık, verimlilik, güvenilirlik, eşitlik vb gibi kavramlar itibarın oluşmasında önemli bir rol oynamaktadır.

Karşılıklı bilgi akışı ve etkileşime dayalı bir anlayış olarak yönetişimin temel ilkelerini şu şekilde sıralanmıştır (Türker, 2005:27).

- Demokratik düzende açıklık, hesap verme, çoğulculuk ve dolayısıyla birlikte yönlendirme sürecidir.

- Yönetimin merkezi otoritenin tekelinden çıktığı ve yetkilerin paylaşıldığı bir yönetim türüdür.

- Kamu bürokrasisi, özel sektör ve sivil toplum örgütlerinin bir arada da rol aldığı çok aktörlü bir yönetim anlayışıdır.

- Yönetsel kararların alınmasında insandan çevreye kadar her oluşumdan merkezin etkilenmesi ve etkileşimle yönetim anlayışının benimsenmesidir.

2.12. Kalite

Kalite, bir ürün ya da hizmetin belirlenen ya da olabilecek ihtiyaçları karşılama kabiliyetine dayanan özelliklerin toplamıdır. Kalite çeşitli yönetim felsefeleriyle uygulamaya dönüşmektedir. Bunlardan en önemlisi Toplam Kalite Yönetimidir. Toplam Kalite Yönetimi(TKY), müşteri beklentisinin aşılmasını hedefleyen, ekip çalışmasını destekleyen, tüm süreçlerin gözden geçirilmesini ve iyileştirilmesini sağlayan bir yönetim felsefesidir. Toplam Kalite Yönetimi için müşteri memnuniyeti kârdan önce gelmektedir. Bu yöntemde insan, süreç, müşteri ve sürekli geliştirme dört temel unsurdur ve birbirleri ile sürekli bir ilişki halindedirler. TKY yalnız alt sistemleri, yalınlaştırılmış süreçleri veya fonksiyonel departmanları değil, sistemin tamamını yönetme kaygısını taşır (http://tr.wikipedia.org, 08.03.2011).

Kurumlar, kaliteli mal ve hizmet üreterek müşteri tatminini en üst seviyeye çıkarabilmek için çalışmaktadır. Bu nedenle kalitenin müşteri memnuniyetinde en önemli etkenlerden olduğu kabul edilmektedir.

Kurumlar itibarı yükseldikçe, müşterilerini daha kolay bir şekilde memnun ederler. Bu durum, kişilerin itibarı yüksek bir kurumdan iyi hizmet beklediklerinde ve aldıkları hizmetin iyi mi yoksa kötü mü olduğuna karar veremediklerinde, başka bir nedenleri olmaması kaydıyla aldıkları hizmetin iyi olduğu şeklinde düşünmelerine yol açan bir olumlu geri besleme olarak ortaya çıkmaktadır. Bir başka deyişle, itibar, algılanan kaliteye en fazla katkıda bulunan unsurlardan biridir (Akmehmet, 2006:59).

Bilinçli tüketiciler şöyle diyor; “Bana sadece gıda ürünü satma. Bana, bu ürünün üstün kaliteli bir şekilde, insanlar ve hayvanlar zarar görmeden üretildiğini

söyle. Sattığın ürünün beni obeziteye sürüklemeyeceğini belirt. Sattığın ürün ile yeni iş alanları açıldığını, bu ürünün yaratıcı-yenilikçi çalışmaları teşvik ettiğini söylüyorsan işte o zaman ne ala" (Kadıbeşegil, 2006:136).

2.13. Kriz Yönetimi

Kriz yönetimi, kriz olarak nitelenen durumu ortadan kaldırmak için yapılan planlı, sistematik ve rasyonel bir şekilde uygulanan faaliyetler topluluğudur. Sistematik olarak adım adım verilecek kararları, bu kararları uygulayacak ekibi oluşturmayı, uygulama sonuçlarını hızla alarak yeni kararlar vermeyi kapsamına alır. Normal şartlardaki yönetim politikalarının kriz şartlarında cevap vermesi zordur. Kriz dönemlerindeki uygulamanın farklı olması gerekir. Krizi normal şartların iş yapma ve karar verme alışkanlıkları ile çözmeye çalışanlar başarısız olabilirler (Koçel, 2005:1).

İtibarla ilgili krizler genellikle, beklenilmeyen ve hazırlıksız yakalanılan durumlar olarak karşımıza çıkmaktadır. İşte bu sebeple, bütün kurum ya da kuruluşların acil ve öngörülemeyen durumlar için birer kriz yönetim planının olması gerekmektedir (Solmaz, 2006:66).

Ticari rekabetin yoğun olarak yaşanmasıyla birlikte, kuruluşların ürün ve hizmetlerine yönelik olarak hedef kitlelerini genişletme isteğiyle hem ürettikleri ürün ve hizmetlerde hem de kurumsal itibarlarını geliştirmek amacıyla faaliyetlerde bulundukları ve bunlar için de büyük meblağlarda para ve zaman harcamaktadırlar. Ancak kurumsal itibarı, ürün ve kurum imajını yükseltmek için yapılan çalışmalar ve harcanan paraya karşın; kuruluşların hâla büyük bir çoğunluğunun bir kriz anında etkin bir iletişim kuracak ve krizin en az hasarla atlatılmasını sağlayacak, hatta krizi bir fırsat olarak görüp değerlendirebilecek çok az kriz yönetimi planının olduğunu tespit etmek mümkündür. Kuruluşların itibarlarına harcadıkları miktarın ve zamanın bir kısmını da bunu korumak amacıyla kriz yönetimine ve iletişimine harcamak zorunda oldukları da bilinmektedir. Aksi halde yıllar boyunca yapılan başarılı faaliyetler ve hizmetlerden elde edilen itibar, olumlu imaj ve hatta kuruluşun varlığı bir krizle bir anda ortadan kaybolabilmektedir (Okay, 2002:172).

Temel Faktörler	Çevre	Kriz Türü	Kriz Örnekleri
Dışsal Faktörler	Fiziksel Çevre	Doğal Felaketler	Depremin otelin sahip olduğu mallara zarar vermesi, volkan patlamalarının turistleri korkutması
		Teknolojik Hatalar	Bir plaja petrol sızıntısı olması ve burayı ziyaret eden turistlerin engellenmesi
	İnsan ya da Sosyal Çevre	Anlaşmazlıklar	Çalışanların greve girmesi, özel ilgi gruplarının restoranları boykot etmesi
		Kötü Niyetli Eylemler	Terör saldırıları, bilgisayar-rezervasyon sistemlerine hacker saldırıları
İçsel Faktörler	Yönetim Hataları	Yönetim Hataları	Bir gemiden denize petrol akması
		Aldatıcı Davranışlar	Bir restoranın bilerek müşterilere bozulmuş yemek sunması
		Suiistimal	Rüşvet vs.

Şekil 1.5. : Kurumlarda ki Kriz Türleri

Kaynak: Gümüş ve Öksüz, Murat ve Burcu (2009), *Turizm İşletmelerinde Kurumsal İtibar Yönetimi*, Ankara, Nobel Yayın Dağıtım, s:78

Şekil 1.5'te görüldüğü üzere krizin temel faktörleri kurum içi ve kurum dışı olmak üzere ikiye ayrılmaktadır. Bu faktörlerle ilgili olarak doğru kararlar alındığında kriz fazla büyümeden sonlandırılabilir.

Dowling, itibar konusunun yöneticilerin gündeminden çıkması halinde krizlere davetiye çıkarılacağını söylemektedir. Bu durumun ortaya çıkmasında etkili olan dört temel öğe vardır. Bunlardan birincisine göre, yöneticiler genellikle iyi bir itibara sahip olmanın kıymetini bilememektir. İkinci olarak yöneticiler itibarın nasıl oluştuğu ve yönettikleri kurumun nasıl algılandığı ile ilgili bir fikre sahip değillerdir. Üçüncü öğe olarak, bu yöneticilerin itibarın nasıl ölçülebileceği konusunda bilgili olmamasına değiniyor. Dördüncü öğe ise kriz durumlarıyla ilgili İlk üç öğe göz ardı edildiğinde kurumun karşı karşıya kaldığı krizlerde ne yapacağını bilememesi derin yaralar açabiliyor (Kadıbeşegil, 2006:85).

Kurumsal itibar, kriz yönetiminin hem bir faktörü, hem de bir sonucu olarak düşünülebilir. Başarılı itibar yönetimi sayesinde başarılı kriz yönetimi sağlanacak, bu da itibarda iyileşmeyi sağlayacaktır.

Burson Marsteller'ın 2004 yılında büyük kurumların üst düzey yöneticileri arasında yaptığı araştırmaya göre üst düzey yöneticiler, zedelenen itibarın iyileşmesinin yaklaşık dört yıl sürdüğünü belirtmişlerdir. Krizlerin paydaşların hafızasından silinmeye başlamasının ise yaklaşık üç yıl sürdüğüne inanmaktadırlar. Yine bu kişilere göre kriz sonrası itibarın iyileştirilmesinde sorumluluğun % 68'i tepe yöneticisinin, % 32'si ise yönetim kurulunun üzerindedir. Bu araştırmaya katılan yöneticilere göre kriz sonrası itibarı iyileştirmek için gerçekleştirebilecek en etkili beş strateji sırasıyla şunlardır (Er, 2008:56-7).

- Tepe yöneticisinin özür dilediğini açıklaması,
- Daha iyi kurumsal vatandaş olmaya adanmak,
- Kurumun web sitesinden kriz bilgilerini sağlamak,
- Yeni bir tepe yöneticisini işe almak,
- İç denetimleri gerçekleştirmek üzere dışarıdan bir denetçi kullanmak.

3. KURUMSAL İTİBAR YÖNETİMİ

Rekabet ve değişen ekonomik koşullar sayesinde kaliteli ürün ve hizmet üretmenin ve bunu duyurmanın dışında başka faktörlerin de, geleceği güvence altına alabilmek için gerekli olduğu anlaşılmıştır. Bu faktörlerden biri de kurumsal itibarın yönetilmesidir. Kurumsal itibar yönetimi çevremizde, müşterilerimizde, toplumun genelinde nasıl algılanmakta olduğumuzu ve kurumumuzun hangi özellikleriyle tanınmak istediğini içeren ve bu iki başlıkla ilgili faaliyetlerin yürütülmesi temeline dayanan bir yönetim disiplinidir (Kadıbeşegil, 2006:174).

Kurumsal itibar yönetimi, iç ve dış paydaş gruplarının en geniş anlamıyla toplumun kuruma ait düşünce, bilgi ve duygusal tepkilerinin kontrol edilmesi ve yönlendirilmesi süreci olarak tanımlanabilmektedir. Kadıbeşegil "İtibarınızı

yönetmekten daha önemli bir işiniz mi var ?" diye sorarken, itibarın ne kadar önemli ve vazgeçilmez olduğunu vurgulamakla birlikte, kurumsal itibara duyarsızlığın ya da kötü bir itibarın kurumun varlık nedenlerini ortadan kaldırabilecek güce sahip olduğunu göstermektedir (Karatepe 2008:82).

Green'e göre kurumsal itibar kurumun kağıt üzerindeki değeri ile piyasadaki değeri arasındaki farkın büyük bir bölümünü göstermektedir. Green, itibarı oluşturmak, varlığını korumak ve bu şekildeki bir itibardan faydalanabilmenin çok fazla maliyetli olabileceğini söylemektedir (Türker, 2005:7).

Kurumsal itibar karmaşık bir olgudur ve bu alandaki literatür hâla emekleme aşamasındadır. Araştırmalar 1950'lerde ve 60'larda itibarı kurumun dış görünümü açısından ve müşteri açısından ele alıyordu. 1970'li yıllarda çalışanların görüşleri daha fazla ilgi görmeye başladı. Her iki bakış açısı iç paydaşlar tarafından imaj olarak görüldü (Davies, vd, 2001:113).

Kurumsal itibarın, her şeyden önce kurumların, toplum değerleriyle çelişmeyen vizyon, misyon değerler ve kültürden oluşan kurumsal temelleri üzerine, iş hedefleriyle ilişkilendirilerek yönetilmesi gerekiyor (Kadıbeşegil, 2006:23).

Kurumsal itibarın yönetilmesini daha çok kurumun kültür ve değerlerinin bir yaşam tarzına dönüştürülmesi olarak ele almak gerekmektedir. Bunun için plan ve politikalara ihtiyaç duyulmaktadır. Ancak bütünsel olarak yönetildiği zaman başarıya ulaşan itibar yönetimi üst yönetim tarafından benimsenmeli, buna paralel olarak kurum içinde bir kültür haline gelmeli ve kurumun iletişim halinde olduğu tüm paydaşları tarafından aynı şekilde algılanması sağlanmalıdır. Her düzeydeki kurum çalışanının sahip çıktığı, günlük yaşama geçirdiği, yanlış uygulamaları düzeltmek için çaba gösterdiği ortam, kurumsal itibarın yönetilmesidir. Kurumsal itibarın yönetilmesinde ihtiyaç duyulan yol haritası, içinde bulunulan firmanın kurumsal sistemleri içinde yer almalıdır (Hacımirzaoğlu, 2009:21).

Larkin'e göre itibar yönetimi uygulamaları paydaşlara karşı sorumlulukların anlaşılması ile ilgilidir. Kurumlar, paydaşlarını tanıdığında ve onlara karşı sorumluluklarının farkında olduğunda itibarını daha iyi yönetebilmektedir. Her bir paydaşın kurumdan farklı beklentileri bulunmaktadır. Bu beklentilerin karşılanması

ve söz konusu paydaşların kurumu iyi yönde değerlendirmesi itibar yönetiminin temel amacını oluşturmaktadır. Paydaşlar farklı zamanlarda ve farklı şekillerde kurumla veya kurumun mesajlarıyla karşılaşmaktadır. Bu karşılaşmalar sonucu edindiği bilgiler ve deneyimler kurumsal itibarını belirlemektedir.

İtibar yönetiminin kurumun tüm çalışanlarına entegre edilmesi, tüm öğelerin kurumsal politikalar ve programlar doğrultusunda şekillendirilmesi gerekir. Kurum davranışları ile verdiği mesajlar uyumlu olduğunda güçlü bir itibar kazanabilmektedir (Gümüş, 2009:43).

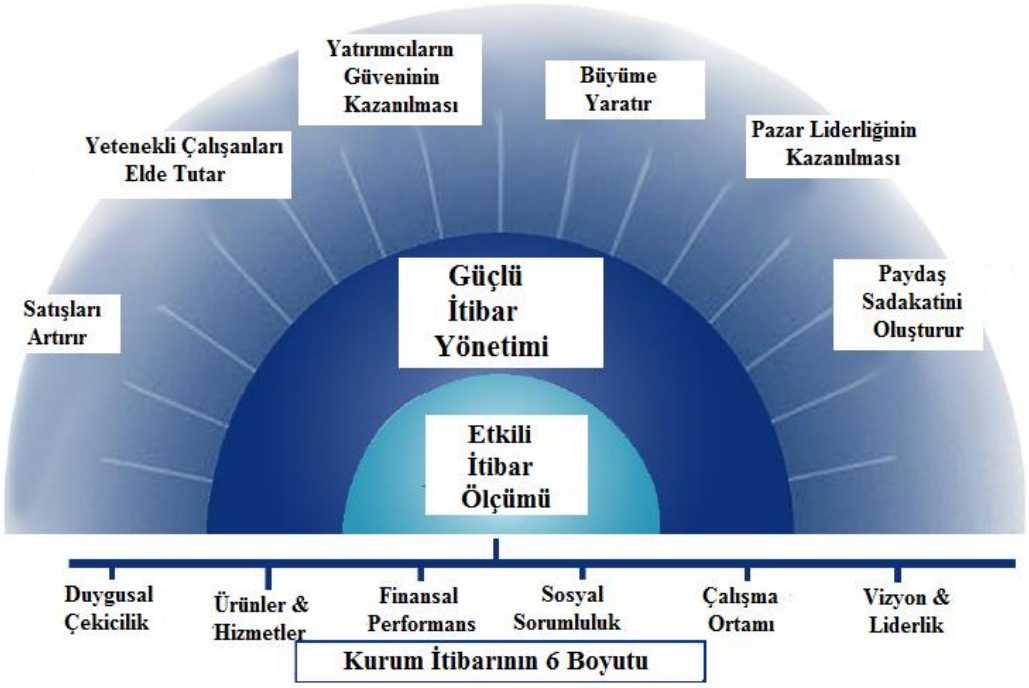
Ölçülmeyen performans geliştirilemez. Dolayısıyla, itibarı yönetmek için düzenli olarak ölçmek gerekir. İyi bir itibar yönetimi sistemi kurabilmek için hedef kitlenin belirlenmesi ve temsilinin sağlanması, ölçülecek itibar boyutlarının tespit edilmesi, ölçümlerin yapılması ve belli bir zaman dilimi içinde ulaşılmak istenen hedeflerin belirlenmesi gerekir (Argüden, 2003:11-12).

Kurumsal itibarı tanımlamak ve ölçmek adına literatürde yer alan yazarların farklı çalışmaları incelendiğinde, itibarı açıklayan birden fazla bileşen üzerinde yoğunlaştıkları ve bu bileşenler kullanılarak itibarın ölçüldüğü görülmektedir. Bu araştırmalardan bazıları ise şöyledir: Fortune dergisinin AMAC (America's Most Admired Companis) ve GMAC (Global Most Admired Companies) çalışmalarından başka 1997'ye kadar kurumsal itibara yönelik bir çalışmaya rastlanmamaktadır. Her iki çalışmada da itibar değişkenleri kurumların bazı özellikleri göz önüne alınarak değerlendirilmiştir. Bu özellikler; yenilik, yönetim kalitesi, yatırım değerleri, topluluk, çevreye karşı sorumluluk, etkileme gücü, gelişme, yetenekli elemanları barındırabilme, ürün ve hizmet kalitesi, finansal istikrar ve kurumsal nitelikler olarak sıralanmıştır (Şatıroğlu ve Erendağ, 2008:53).

Firmalar kurumsal itibar performanslarını ölçebilmek için iki temele ihtiyaç duymaktadırlar. İlki itibarı oluşturan kriterlerin ne olduğu, ikincisi ise hangi paydaşların nezdinde itibar performanslarını ölçümleyecekleridir. İtibarın ölçülmesi ile ilgili kullanılan evrensel modeller bulunmaktadır. Fombrun‟ un geliştirdiği İtibar Katsayısı (Reputation Quotient) modeli ile kurumların itibar düzeyleri belirlenmekte ve sonuçlar saygın ekonomi dergilerinde yayınlanmaktadır. Birçok sosyal paydaşın

farklı kurumlarla ilgili algılamalarını ölçmek için geliştirilen ve son derece kapsamlı bir ölçümleme modeli olan Harris-Fombrun itibar Katsayısı (RQ) bu alanın önemli çalışmalarındandır. Paydaşların altı farklı boyutta 20 ifade ile kurumsal itibarı nasıl gördüklerini tespit etmektedir. Bu altı boyut; duygusal cazibe, ürünler ve hizmetler, finansal performans, vizyon, liderlik, çalışma ortamı ve sosyal sorumluluktur. Bu sonuçlar doğrultusunda üst sıralarda yer alan firmaların marka değerleri yükselmektedir İşletmeler açısından çok önemli bir yere sahip olan itibar yönetiminin, kurumun finans, pazarlama, üretim ve satış fonksiyonlarıyla entegre bir biçimde yürütülmesi gerekmektedir(Hacımirzaoğlu, 2009:21).

Kurumsal itibar bir işletmenin ortakları, çalışanları, çevresi, müşterileri, rakipleri, finans kaynakları ve tedarikçilerinin kurumla ilgili nasıl düşündüklerini göstermek için RQ (İtibar Katsayısı) ölçütü kullanılmaktadır. RQ ölçütü; duygusal çekim, vizyon ve liderlik, kalite, finansal güvenilirlik, sosyal, çevresel sorumluluk ve bilgi ve yetenek unsurlarıyla işletmelerin kurumsal itibar düzeylerinin belirlenmesini sağlamaktadır(Karakılıç, 2005:184-5).



Şekil 1.6. : RQ Katsayısı

Kaynak: Keeney, DAN(2007), *DPKpedia: Definition of Reputation Management*

http://www.dpkpr.com/articles/dpkpedia-definition-of-reputation-management/, (Erişim Tarihi: 22.01.2011)

Şekil 1.6'da görüldüğü üzere RQ katsayısının bileşenleri gösterilmiştir. Bu bileşenler itibar ölçümünde değerlendirme kriteri olarak kullanılmaktadır. RQ Katsayısı araştırma ve uygulamada bilgilendirebilir karma bir veri tabanı oluşturmaya yönelik küresel bir proje olarak tarif edilmiştir. Profesör Charles Fombrun ve arkadaşları tarafından yürütülen itibar araştırma çalışmaları Harris İnteraktif Şirketi tarafından yol gösterici olarak kabul edilmektedir (Aqueveque ve Ravasi, 2006:13).

3.1. Kurumsal İtibar Yönetiminin Amacı ve Önemi

Kurumlar itibarlarını başarılı bir şekilde yöneterek kamuoyunda saygın ve güvenilir bir yere sahip olurlar. Sahip oldukları yerin kurumlara maddi ve manevi olarak birçok getirisi vardır. Bu getirilerin devamlılığının sağlanabilmesi için itibarın korunması kurum için önemlidir.

Kurumun en değerli varlıklarından olan itibarın etkili bir biçimde yönetilmesi, olası risklere karşı korunması ve kriz durumunda doğru kararlar verilmesi büyük önem taşımaktadır. Kurumsal itibar yönetiminin amaçları şunlardır (Karaköse, 2007: 93):

- Süreç içinde yönetmenin önem taşıdığı zihinlerin hangileri olduğunu saptamak,
- Kurumun rakipleri karşısındaki mevcut görünürlüğü ve güvenilirliğini gerçekçi bir şekilde teşhis etmek,
- Konum oluşturmada kurumun kontrolü altındaki hangi faktörlerin kullanılacağına karar vermek,
- Örgütün markasını ve itibarını inşa etmek ve geliştirmek,

- İş yerinde ve pazarda iyi bir itibarın devamını sağlamak,
- Örgütün itibarına zarar verebilecek tehlikeleri ortadan kaldırmak amacıyla, etkili ve güvenilir faaliyetler, politikalar, yöntemler, sistemler ve standartlar oluşturmak,
- Örgütün itibarını lekeleyebilecek tehlikelerle ilgili belirli tespitlerde bulunmak,
- Kurumsal itibarın yönetimi için bir yönetim takımı oluşturmak ve bu takımı sorumluluklar ile donatmak,
- İletişim kanallarını etkin olarak yönetebilmek, kişi ve kurumları sürekli, doğru ve kesintisiz bilgiyi paylaşmaya teşvik etmek.

3.2. Kurumsal İtibar Yönetiminin Süreçleri

Kurumsal itibar yönetiminin etkin ve verimli bir şekilde uygulanabilmesi için bazı süreçlerden geçmesi gerekmektedir. Bu süreçleri kurumsal itibar yönetiminin uygulama adımları oluşturmaktadır. Bu adımlar uygulanırken kurumun içinde bulunduğu durum iyi analiz edilmelidir. Yapılan analizler sonucunda uygun adımlar uygulamaya konulmalıdır. Argüden'e göre kurumsal itibar yönetiminin etkin bir şekilde uygulanabilmesi altı adımdan oluşmaktadır:

İlk adım, süreç içinde yönetmenin önem taşıdığı zihinlerin hangileri olduğunu saptamayı içerir.

İkinci adım, kurumun ya da iş biriminin rakipleri karşısındaki mevcut görünürlük ve güvenilirliğini gerçekçi bir şekilde teşhis etmektir.

Üçüncü adım, konum oluşturmada kurumun kontrolü altındaki hangi faktörlerin kullanılacağına karar vermektir.

Dördüncü adım, kurumun farklılaşmış bir konuma ulaşıp ulaşmadığına ve hedef pazar dilimleri açısından özellikle değer taşıyan konumlar olup olmadığına belirlemeyi içerir.

Beşinci olarak, hedef müşterilerin zihnine ve kalbine götüren etkin yolları belirlemek üzere geniş bir iletişim taktikleri yelpazesinden yararlanmak gerekir.

Altıncı olarak ise farklı, tutarlı ve bütünsel kurumsal uygulamaların etkin yönetimi gerekir (Argüden, 2003:20).

3.3. Etkili Bir İtibar İçin Yapılması Gerekenler

Ronald Alsop kurumların etkili bir itibara sahip olmak için 18 değişmez yasayı uygulaması gerektiğini söylemektedir. Bunlar (www.capital.com.tr, 20.01.2011):

a) En Değerli Varlığın Maksimize Edilmesi: İtibar, daha fazla müşteri, daha yüksek bir borsa değeri, daha nitelikli çalışanlar, daha yüksek kâr anlamlarına gelmektedir.

b) İtibarın Ölçülmesi: Bilmediğiniz bir şeyi yönetemezsiniz. İtibar açısından rakiplerinizin önünde mi gerisinde mi olduğunuzu saptamalısınız.

c) Sizi İzleyenlerin Gözetilmesi: Müşteriler, çalışanlar, tedarikçiler, bayiler, hissedarlar, finansal analistler, hükümet yetkilileri, medya sizi izleyenlerden yalnızca bir kısmıdır.

ç) Değerlerin Yaşanması: Kurum bir müze değildir. Değerleriniz kurumin yaşayan bir parçası olmalı; toplantı odasına asılı bir listeden ibaret kalmamalıdır.

d) Örnek Vatandaş Olunması: Kurum olarak sosyal sorumluluklarınızı önemseyin. Çevreye verilen önem ve sosyal kampanyalar giderek daha fazla önem kazanmaktadır.

e) Zorlayıcı Bir Vizyon Belirlenmesi: Vizyonu ortalamaların ötesine geçen bir kurum, geleceğe dönük güven verir ve sektöründe liderliği ele geçirebilir.

f) Duygusal Cazibe Yaratılması : Mutlu çalışanlar ve yüksek ürün kalitesi, duygusal bir cazibe sağlar. İnsanlar bu cazibeye kapıldıkça, kurumun saygınlığı da artacaktır.

g) Eksiklerin Saptanması: Kurumlara duyulan güven azaldıkça, eksikleri konusunda dürüst olanların değeri artıyor. Fakat bu eksiklerin giderilmesi gerekmektedir.

ğ) Tehlikelere Karşı Hazırlıklı Olunması: Müşteriye, çalışanlara karşı yapılan küçük bir hata hızla büyüyebilir ve ölümcül hale gelebilir. Bunlara karşı uyanık olunmalıdır.

h) Çalışanların İtibarın Taşıyıcısı Olması: Çalışanlarınız kurumun kamuoyu içindeki elçileridir. Onların kurum hakkında iyi duygulara sahip olmasını sağlayın.

ı) İnternetin İyi Kullanımı: İnternet sizi kontrol altına almadan önce siz onu kontrol altına alın. İnternette yayılabilecek olumsuz bir imaj, başınızı çok ağrıtabilir.

i) Tek Sesle Konuşulması: Kamuoyuna tutarlı ve net mesajlar verilmelidir. Kurum ne kadar büyükse bu o kadar zordur. En azından çelişkili mesajlar vermemeye dikkat edilmelidir.

j) Tehditlerin Önemsenmesi: Başka kurumlarla işbirlikleri, kurumların itibarına zarar verebilir. Bu tür adımları atarken dikkatli olunmalıdır.

k) Krizlerin Yönetilmesi: Krizler bazen kaçınılmaz olabilir fakat bunların kalıcı zararlara dönüşmesi engellenmelidir. Krizi en az hasarla atlatmaya çalışılmalıdır.

l) Sorunların Tek Hamlede Çözümü: Zarar gören saygınlığı onarmak için çok sayıda şansınız olmamaktadır. Yapacağınız ilk müdahalede sorunu çözmeye çalışmalısınız.

m) Sinizminin Ciddiye Alınması: İtibarı inşa etmek için yıllarca uğraşırsınız fakat onu bir dakikada kaybedebilirsiniz. Olumsuzluklar kolay unutulmamaktadır.

n) Savunmacı Olunmaması: Olumsuz bir durumda sessiz kaldığınızda sorun kendiliğinden çözülmeyecektir. Hatanızı itiraf etmeniz, affedilmenizi sağlayabilir.

o) İsim Değiştirilmesi: Bazen kötü bir ünü silip atmanın tek yolu başka bir kimliğe bürünmektir. Çabalar işe yaramıyorsa, bu yola başvurmalıdır.

3.4. Kurumsal İtibar Yönetiminde Yapılan Hatalar

Kurumlar etkili bir itibara sahip olabilmek için çalışırken çeşitli hatalar yapmaktadır. Bu hatalar kurumun itibarının düşmesine yol açmaktadır. Kurumlar itibarlarını artırmak isterken sahip oldukları itibarlarını kaybetme tehlikesi ile karşı karşıyadırlar. Bu nedenle kurumlar itibarlarını artırırken çok dikkat etmeleri gerekmektedir. Kurumların itibarlarını artırırken yapmış olduğu hatalar şunlardır;

- İtibarı tehdit edebilecek gelişmeleri yeterince izlememek ve bunlarla hızlı ve kararlı bir şekilde mücadele etmeye hazır olunmaması.

- Kurumun itibar düzeyini düzenli olarak izlememek. Önde gelen hissedarların, müşterilerin, çalışanların, yatırımcıların, tedarikçilerin ve hükümet yetkililerinin bu konuda ne düşündüğüne kayıtsız kalınması.

- İtibara ilişkin sorunlara savunmacı ve inkârcı bir reaksiyon gösterilmektedir. Hatalı olunduğu durumlarda, açık ve hatta af dileyici davranmaktan kaçınılması.

- Çalışanların kurumun saygınlığı açısından öneminin kavranmaması ve çalışanların kurumun kamuya açık yüzü olduğunun unutulması. Kamuoyunun kurumu kavrayışı üzerinde çalışanların önemli bir etkisi olduğunun anlaşılmaması.

- Yapay olarak, ahlâklı ve sorumluluk taşıyan bir kurum imajı çizilmelidir. Ahlâkın kurum kültürünün bir parçası haline getirilmesi yerine ofise asılacak bir değerler listesi gibi görülmesi.

II. BÖLÜM

TÜRKİYE'DE MAHALLİ İDARELER'DE İTİBAR YÖNETİMİ

1. MAHALLİ İDARE KAVRAMI VE TEMEL İLKELER

1.1. Kavramsal Olarak Mahalli İdareler

Mahalli idareler, Türk Dil Kurumu tarafından yayınlanan sözlükte yerel yönetim anlamında kullanılmaktadır (http://tdkterim.gov.tr, Erişim Tarihi: 23.01.2012). Mahalli idareler kavramı Türk demokrasisinin ve Türkiye'de modernleşme hareketlerinin gelişmesinde önemli bir dönüm noktasını oluşturmaktadır.

Mahalli idareler belirli bir coğrafi alan üzerinde yaşayan insan topluluklarının özellikle ihtiyaçlarını karşılamak üzere geniş kapsamlı bir hizmet ağını insanlara ulaştırmada aracı bir kurum görevi üstlenmektedir. Bu hizmetler temelde su, aydınlanma, barınma gibi ihtiyaçların giderilmesinin yanında; ulaşım, temizlik, dinlenme, yapı ve imar işleri, bayındırlık, sağlık hizmetleri, otopark, otogar gibi hizmetlerin tamamını kapsamaktadır. Ayrıca mahalli idareler, yaşlılara ve muhtaç kimselere karşı sosyal politikaların da uygulayıcısı konumundadır (Mutlu, 2010:7).

Mahalli idareler kavramı uluslararası sosyal bilimler ansiklopedisinde "Bir devletin ya da bölgesel yönetimin alt birimi olan ve göreceli olarak küçük bir alanda, sınırlı sayıdaki kamusal politikaların belirlenmesi ve uygulanması ile görevli bir kamu kuruluşu olarak tanımlanan bu idareleri belirli bir coğrafi alanda yaşayan yerel topluluğun ortak ihtiyaçlarını karşılamak üzere, karar organları yerel halkça seçilen, yasalarla belirlenmiş görev ve yetkilere sahip özel geliri, bütçesi ve personeli olan kamu tüzel kişileri" olarak tanımlanmıştır.

Birleşmiş Milletler, Avrupa Konseyi ve Uluslararası Yerel Yönetimler Birliği belgelerinden ve bu konuda yapılmış çeşitli akademik çalışmalardan yola çıkarak mahalli idarelerin sahip oldukları nitelikleri aşağıdaki gibi sıralamıştır:

- Modern mahalli idareler, bölgesel sınırları açık bir şekilde belirlenmiş idari ve mali açıdan özerk, yerel personeli atamada merkezi idareden bağımsız, tüzel kişiliğe sahip idarelerdir. Ayrı bir tüzel kişilikleri, mal varlıkları, bütçeleri ve gelir kaynakları olan bu idareler, yerinden yönetim sisteminin önemli bir ayağını oluşturmaktadır.

- Mahalli idarelerin yetki ve sorumlulukları kanunlarla düzenlenmiş olup bu idareler, devletin belirli bir bölgesinde kendilerine verilen görev ve hizmetleri yerine getirmektedir.

- Mahalli idarelerin karar organları (kimi durumlarda yürütme organları), merkezi idarenin taşra örgütünde görev ve hizmetlerini yerine getirirken merkezi idareden özerktirler. Ancak, bu bağımsızlık sınırsız ölçüde değildir. Bir başka deyişle, mahalli idareler devlet gibi sınırları içinde mutlak manada yetki ve güç sahibi olmayıp bağlı bulundukları devlete bağlıdırlar.

- Merkezi idare, idarenin bütünlüğünün sağlanması, kamu yararı ve yerel özerkliğin kötüye kullanımının önlenmesi gibi benzeri amaçlarla mahalli idareler üzerinde denetim yetkisi kullanmaktadır. Merkezi idarenin mahalli idareler üzerindeki denetim yetkisi taşra teşkilatında olduğu gibi hiyerarşik olmayıp vesayet denetimi ile sınırlıdır.

- Mahalli idareler, federal devletlerde, federal anayasalar ya da eyalet anayasalarıyla düzenlenmiş yarı özerk statü tanınmış yönetim birimleri iken, özerk devletlerde birer kamu tüzel kişileridir (Ulusoy ve Akdemir, 2012:20-22).

Mahalli idareler, yerel hizmetlerin sunumunda oldukça etkindir. Sahip oldukları kaynakları etkin ve verimli kullanarak yeni hizmetler sunabilir ve yöresel ekonomik kalkınmaya katkıda bulunabilir.

Halkın günlük hayattaki ihtiyaçlarının önemli bir kısmını karşılayan mahalli idareler; eğitim, sağlık, spor alanları, konut edindirme, çevre düzenlemesi, kent içi ulaşım, çevre temizliği, kanalizasyon, vb pek çok alanda önemli görevler üstlenmiştir.

Mahalli idareler yerel nitelikteki hizmetleri daha verimli yerine getirebilecekleri gibi, hizmet sunumunda merkezi yönetime göre daha uygun karar

alabilir. Mahalli idareler bulunduğu bölgenin toplumsal ve ekonomik eksikliklerini belirlenmesinden, kamu hizmetlerinin etkin ve verimli sunumuna kadar birçok konuda merkezi yönetime göre çok daha uygun kararlar alabilir.

Ülkemizde 1982 Anayasasının 127. maddesine göre mahalli idarelere ilişkin düzenlemeler şunlardır;

- Mahalli idareler; il, belediye veya köy halkının mahalli müşterek ihtiyaçlarını karşılamak üzere kuruluş esasları kanunla belirtilen ve karar organları, gene kanunda gösterilen, seçmenler tarafından seçilerek oluşturulan kamu tüzelkişileridir.

- Mahalli idarelerin kuruluş ve görevleri ile yetkileri, yerinden yönetim ilkesine uygun olarak kanunla düzenlenir.

- Mahalli idarelerin seçimleri, 67. maddedeki esaslara göre beş yılda bir yapılır. Ancak, milletvekili genel veya ara seçiminden önceki veya sonraki bir yıl içinde yapılması gereken mahalli idareler organlarına veya bu organların üyelerine ilişkin genel veya ara seçimler milletvekili genel veya ara seçimleriyle birlikte yapılır. Kanun, büyük yerleşim merkezleri için özel yönetim biçimleri getirebilir.

- Mahalli idarelerin seçilmiş organlarının, organlık sıfatını kazanmalarına ilişkin itirazların çözümü ve kaybetmeleri, konusundaki denetim yargı yolu ile olur. Ancak, görevleri ile ilgili bir suç sebebi ile hakkında soruşturma veya kovuşturma açılan mahalli idare organları veya bu organların üyelerini, İçişleri Bakanı, geçici bir tedbir olarak, kesin hükme kadar uzaklaştırabilir.

- Merkezi idare, mahalli idareler üzerinde, mahalli hizmetlerin idarenin bütünlüğü ilkesine uygun şekilde yürütülmesi, kamu görevlerinde birliğin sağlanması, toplum yararının korunması ve mahalli ihtiyaçların gereği gibi karşılanması amacıyla, kanunda belirtilen esas ve usuller dairesinde idari vesayet yetkisine sahiptir. Mahalli idarelerin belirli kamu hizmetlerinin görülmesi amacı ile kendi aralarında Bakanlar Kurulunun izni ile birlik kurmaları, görevleri, yetkileri, maliye ve kolluk işleri ve merkezi idare ile karşılıklı bağ ve ilgileri kanunla düzenlenir. Bu idarelere, görevleri ile orantılı gelir kaynakları sağlanır (http://www.tbmm.gov.tr, Erişim Tarihi:08.04.2012).

1.2. Mahalli İdare Türleri

Mahalli idareler amaçlarına ve türlerine göre ikiye ayrılmaktadır.

a) Amaçlarına Göre Mahalli İdareler: Amaçlarına göre mahalli idareler, genel amaçlı ve özel amaçlı olarak ikiye ayrılmaktadır.

aa) Genel Amaçlı Mahalli İdareler: Amaçlarına göre mahalli idarelerin ilk türünü genel amaçlı mahalli idareler oluşturmaktadır. Genel amaçlı mahalli idareler, yerel bir topluluğun mahalli nitelikteki ortak ihtiyaçlarını karşılamakla görevlendirilmiştir. Mahalli idareler halkın ortak nitelikteki tüm ihtiyaçlarını karşılamakla yükümlüdür.

ab) Özel Amaçlı Mahalli İdareler: Amaçlarına göre mahalli idarelerin ikinci türünü özel amaçlı mahalli idareler oluşturmaktadır. Genel amaçlı mahalli idarelerin aksine, bu tür mahalli idareler; eğitim, sağlık, gibi belirli bir ya da birkaç kamu hizmetini yerine getirmek üzere kurulmuşlardır. Özel amaçlı mahalli idareler, bir ya da birden fazla mahalli idare biriminin görev alanına giren bölgede kendisine verilen görevi yerine getirebilmektedir.

b) Niteliklerine Göre Mahalli İdareler: Niteliklerine göre mahalli idareler, temsil niteliğine sahip olan ve temsili niteliği olmayan mahalli idareler olarak ikiye ayrılmaktadır.

ba) Temsil Niteliğine Sahip Mahalli İdareler: Niteliklerine göre mahalli idarelerin ilk türünü temsil niteliğine sahip mahalli idareler oluşturmaktadır. Temsil niteliğine sahip mahalli idarelerin olduğu ülkelerde mahalli idarelerin organları seçimle iş başına gelmektedir. Bu idarelerin kendilerine yasayla verilmiş görev, yetki ve sorumlulukları vardır.

bb) Temsili Niteliği Olmayan Mahalli İdareler: Niteliğine göre mahalli idarelerin ikinci türünü temsil niteliğine sahip olmayan mahalli idareler oluşturmaktadır. Mahalli idarelerin çok azı, temsili niteliği olmayan birimlerdir. Sayıları giderek azalan bu tür mahalli idare birimlerinin seçimle iş başına gelen organları olmadığı gibi, genellikle yetki genişliğine dayalı fonksiyonları yerine getirdikleri görülmektedir (Ulusoy ve Akdemir, 2012:28).

c) Uygulama Türüne Göre Mahalli İdareler

Uygulama türüne göre mahalli idareler tek düze ve ayrımlı mahalli idareler olmak üzere ikiye ayrılır.

ca) Tek Düze Mahalli İdareler: Mahalli idare uygulamalarında tek bir yapılanmanın olduğu mahalli idarelerdir.

cb) Ayrımlı Mahalli İdareler: Mahalli idare uygulamalarında farklı yapılanmaların olduğu mahalli idarelerdir.

1.3. Türkiye'de Mahalli İdareler

Türkiye'de mahalli idarelerin tarihsel gelişim sürecinin başlaması, düzenli olarak Tanzimat sonrası sürece yani; 19. yüzyılın ikinci yarısına, paralel olarak ilerlemiş ve gelişmiştir. Özellikle Batı'ya göre düzenlenen kurumlardan ilk olarak belediyeler ve il özel idareleri şekillenmiştir. Köyler ise, genel anlamda eski geleneklerin devamı niteliğinde olmuştur. Bu bağlamda Türkiye'deki mahalli idare geleneğinin, çok eskiye uzanmayan bir tarihi olduğunu söyleyebiliriz.

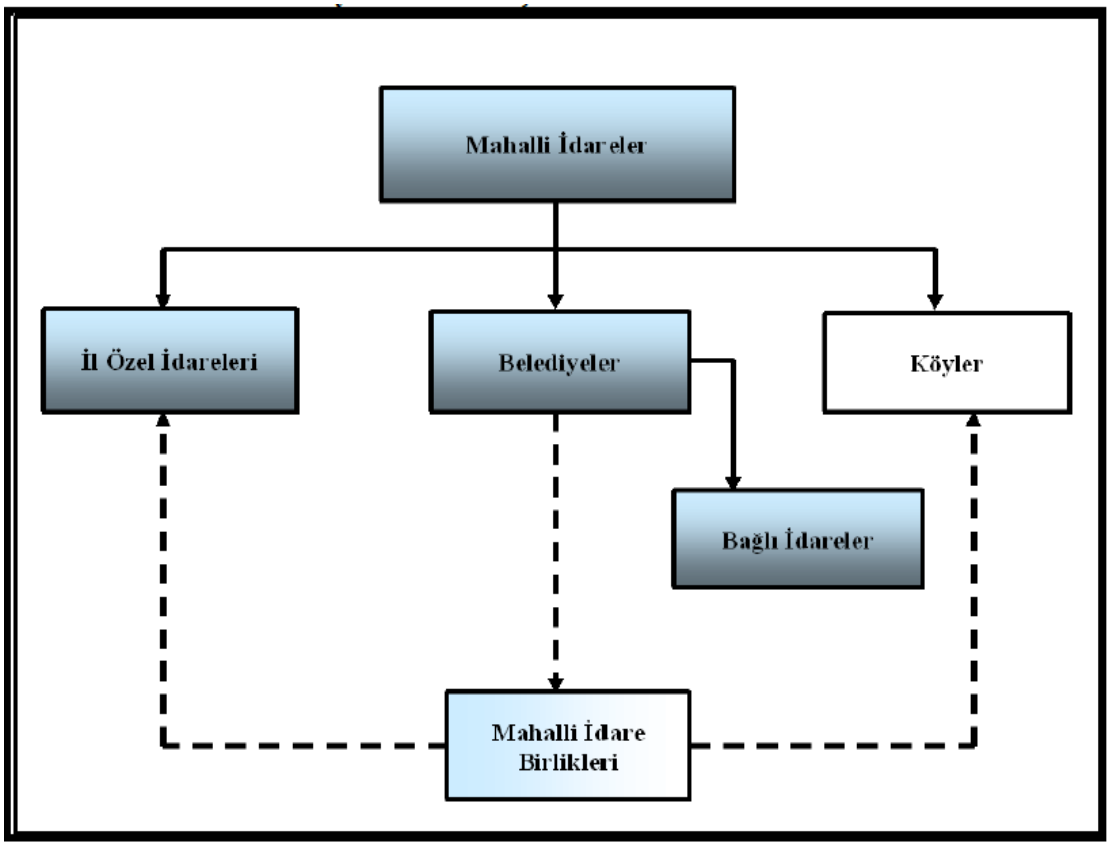
18 yaşını dolduran her Türk vatandaşı seçme ve halk oylamasına katılma hakkına sahiptir. 2839 sayılı Milletvekili Seçimi Kanunu'nun 11. maddesinde belirtilen sakıncaları taşımamak şartıyla 25 yaşını dolduran her Türk vatandaşı belediye başkanlığına, muhtarlığa, il genel meclisi ve belediye meclisi üyeliğine seçilebilmektedir.

Tablo 2.1. : Türkiye'de 2009 Mahalli İdareler Seçimlerinde Seçilmiş Görevlilere İlişkin Bilgiler

Türü	Erkek	Oran (%)	Kadın	Oran (%)	Toplam
Belediye Başkanı	2.923	99,08	27	0,92	2.950
Belediye Meclis Üyesi	30.450	95,78	1.340	4,22	31.790
İl Genel Meclis Üyesi	3.269	96,74	110	3,26	3.379
Köy Muhtarı	34.210	99,81	65	0,19	34.275
Köy İhtiyar Meclis Üyesi	137.848	99,76	329	0,24	138.177
Mahalle Muhtarı	18.178	97,69	429	2,31	18.607
Mahalle İhtiyar Heyeti Üy.	71.174	98,06	1.409	1,94	72.583
Toplam	**298.052**	**98,77**	**3.709**	**1,23**	**301.761**

Kaynak: www.migm.gov.tr, Erişim Tarihi 01.03.2012.

Tablo 2.1'de Türkiye'de 2009 Mahalli İdareler Seçimlerinde Seçilmiş Görevlilere İlişkin bilgilere yer verilmiştir. Mahalli İdarelerde yapılan seçimlerde seçilen 301.761 görevliden 298.052 kişisinin (%98,77) erkek, 3.709 kişisinin ise (% 1,23) kadın olduğu görülmektedir. Seçilen erkek görevlilerin sayısı kadın görevlilerinin sayısından çok fazladır.



Şekil 2.1. : Türkiye'de Mahalli İdareler

Kaynak: www.migm.gov.tr, Erişim Tarihi 01.03.2012.

Ülkemizde üç tür mahalli idare bulunmaktadır. Bunlar: il özel idaresi, belediye ve köydür. Birden fazla mahallî idarenin, yürütmekle görevli oldukları hizmetlerden bazılarını, birlikte yürütmek üzere, kendi aralarında kurdukları birlikler mahalli idare birliklerini oluşturmaktadır (5355 Sayılı Mahalli İdare Birlikleri Kanunu'nun 3/a. Maddesi).

2. İL ÖZEL İDARESİ

İl özel idareleri "il halkının yerel nitelikteki ortak ihtiyaçlarını karşılamak üzere kurulan ve karar organı seçmenler tarafından seçilerek oluşturulan, idari ve mali özerkliğe sahip kamu tüzel kişisi" olarak tanımlanmıştır (5302 Sayılı il Özel İdareleri Kanunu'nun 3/a Maddesi).

Osmanlı İmparatorluğu'nda Tanzimat dönemini müteakip önce "Muhassıllık Meclisleri" ve daha sonra da "Memleket Meclisleri" olarak ortaya çıkan mahallî oluşumların ülkemizdeki batılı anlamda ilk yerel yönetim örgütlenmesi fikrine temel oluşturduğu bilinmektedir. Böylece halkın idareye fiili iştirakinin sağlanmasına dönük bir gelenek oluşmaya başlamış ve bu uygulamalar mahallî idare yapılarının temelini teşkil etmiştir. Gerek Muhassıllık gerekse Memleket meclislerinin geleneksel temeli ise 18. yüzyıldan sonra fonksiyonel hale gelen Meşveret Meclislerine dayanmaktadır.

İl özel idarelerinin biçimlenmesi bakımından, 1864 tarihli Tuna Vilayeti Nizamnamesi belirleyici bir tarihi adım olmuştur. Bu Nizamnameyle, mahallînde belli işlerden sorumlu olan bir il idaresi oluşturulmuş ve ilde yaşayan halkın bazı mahalli külfetlere katılımı amaçlanmıştır. 1864 tarihli Vilayet Nizamnamesi ilk defa pilot uygulama olarak Mithat Paşa döneminde Tuna Vilayetinde uygulanmış ve müteakiben 1865 yılından itibaren Osmanlı İmparatorluğu'nun diğer bölgelerinde de uygulanmaya başlanmıştır. Bu uygulamalarda, Nizamnamenin uygulandığı yerlerin sosyal yapısı da gözetilerek kapsamlı olmayan bazı değişiklikler yapılmıştır. 1864 tarihli Nizamname, bütün Osmanlı İmparatorluğunda uygulanabilecek bir biçim verilerek 1867 yılında "Vilayet-i Umumiye Nizamnamesi" adıyla uygulamaya konulmuştur. Bunu izleyen temel düzenleme ise, 1871 tarihli İdare-i Umumiye-i Vilayat Nizamnamesidir. Bu Nizamname ile vilayet umumi meclisine bazı yetkiler verilmiş ve nahiye idareleri daha geniş ve etraflı bir düzenlemeye konu edilmiştir. Bu düzenlemeler çerçevesinde ortaya çıkan ve daha çok istişari bir statüye sahip olan vilayet umumi meclisleri, değişik statü ve süreçleri izleyerek 1913 yılında çıkarılan İdare-i Umumiye-i Vilâyat Kanun-u Muvakkatı ile il özel idarelerinin karar organı durumuna gelmiştir. 1913 tarihli Kanun, il yönetimini genel ve özel yönetim olarak ikiye ayırarak bugünkü yönetim sisteminin de temelini atmıştır. Kanunla vilayetler,

hem merkezi idarenin bir parçası hem de hükmi şahsiyeti haiz bir mahalli idare olarak kabul edilmiştir. Söz konusu Kanun, il özel idarelerini düzenleyen temel metin olarak İmparatorluktan Cumhuriyet'e tevarüs etmiştir. Bu Kanun muhtelif değişiklikler geçirmiş olup en kapsamlı değişikliklerden birisi de 1987 yılında yapılmış ve 1913 tarihli bu Kanunun adı 3360 sayılı İl Özel İdaresi Kanunu olarak değiştirilmiştir. 2005 yılına kadar yürürlükte kalan 1913 tarihli bu Kanun, 2005 yılında yerini 5302 sayılı İl Özel İdaresi Kanununa bırakmıştır (Mahalli İdareler Genel Faaliyet Raporu, 2011:4).

Tablo 2.2. : Türkiye'deki İllerin Yıllara Göre Değişimi

YIL	1920	1924	1926	1933	1936	1939	1954	1957
İL SAYISI	71	74	63	57	62	63	66	67

YIL	1989	1990	1991	1992	1995	1996	1999
İL SAYISI	71	73	74	76	79	80	81

Kaynak: www.migm.gov.tr, Erişim Tarihi 01.03.2012.

Ülkemizdeki il sayısında 1933 yılından sonra sürekli bir artış olduğu görülmektedir. Bu tarihten önce il sayısı 1920 yılında 71, 1924 yılında 74, 1926 yılında ise 63'tür. Ülkemizde 1999 yılında yaşanan Marmara depreminden sonra Düzce ilçesinin il olmasıyla il sayısı 81'e ulaşmıştır.

İl özel idareleri mahalli müşterek nitelikte olmak şartıyla;

- Gençlik ve spor, sağlık, tarım, sanayi ve ticaret; belediye sınırları il sınırı olan büyükşehir belediyeleri hariç ilin çevre düzeni planı, bayındırlık ve iskân, toprağın korunması, erozyonun önlenmesi, kültür, sanat ve turizm, sosyal hizmet ve yardımlar, yoksullara mikro kredi verilmesi, çocuk yuvaları ve yetiştirme yurtları; ilk ve orta öğretim kurumlarının arsa temini, binaların yapım, bakım ve onarımı ile diğer ihtiyaçlarının karşılanmasına ilişkin hizmetleri il sınırları içinde,

- İmar, yol, su, kanalizasyon, katı atık, çevre, acil yardım ve kurtarma, orman köylerinin desteklenmesi, ağaçlandırma, park ve bahçe tesisine ilişkin hizmetleri belediye sınırları dışında,

yapmakla görevli ve yetkili kılınmıştır (5302 Sayılı il Özel İdareleri Kanunu'nun 6. Maddesi).

İl özel idareleri ayrıca, bakanlıklar ve diğer merkezi idare kuruluşlarının; yapım, bakım ve onarım işleri, devlet ve il yolları, içme suyu, sulama suyu, kanalizasyon, enerji nakil hattı, sağlık, eğitim, kültür, turizm, çevre, imar, bayındırlık, iskan, gençlik ve spor gibi hizmetlere ilişkin yatırımları ile bakanlıklar ve diğer merkezi idare kuruluşlarının görev alanına giren diğer yatırımları, söz konusu kurum ve kuruluşların bütçelerinde bu hizmetler için ayrılan ödeneklerin il özel idarelerine aktarmak suretiyle gerçekleştirilir (5302 Sayılı il Özel İdareleri Kanunu'nun 6. Maddesi Ek fıkra: 3/7/2005-5393/85 md.; Değişik ikinci fıkra: 24/7/2008-5793/42 md.).

Hizmetlerin yerine getirilmesinde öncelik sırası, il özel idaresinin mali durumu, hizmetin ivediliği ve verildiği yerin gelişmişlik düzeyi dikkate alınarak belirlenir. İl özel idaresinin hizmetleri, vatandaşlara en yakın yerlerde ve en uygun yöntemlerle sunulur. Hizmet sunumunda özürlü, yaşlı, düşkün ve dar gelirlilerin durumuna uygun yöntemler uygulanır. Hizmetlerin diğer mahalli idareler ve kamu kuruluşları arasında bütünlük ve uyum içinde yürütülmesine yönelik koordinasyon o ilin valisi tarafından sağlanır (5302 Sayılı il Özel İdareleri Kanunu'nun 6. Maddesi Ek fıkra: 1/7/2006-5538/26 md.; Değişik üçüncü fıkra: 24/10/2011-KHK-661/61 md.).

5302 sayılı İl Özel İdaresi Kanunu'nun 7. Maddesine göre il özel idarelerinin yetki ve imtiyazları şunlardır;

- Kanunlarla verilen görev ve hizmetleri yerine getirebilmek için her türlü faaliyette bulunmak, gerçek ve tüzel kişilerin faaliyetleri için kanunlarda belirtilen izin ve ruhsatları vermek ve denetlemek.

- Kanunların il özel idaresine verdiği yetki çerçevesinde yönetmelik çıkarmak, emir vermek, yasak koymak ve uygulamak, kanunlarda belirtilen cezaları vermek.

- Hizmetlerin yürütülmesi amacıyla, taşınır ve taşınmaz malları almak, satmak, kiralamak veya kiraya vermek, takas etmek, bunlar üzerinde sınırlı ayni hak tesis etmek.

- Borç almak ve bağış kabul etmek.

- Vergi, resim ve harçlar dışında kalan ve miktarı yirmi beş bin Türk lirasına kadar olan dava konusu uyuşmazlıkların anlaşmayla tasfiyesine karar vermek.

- Özel kanunları gereğince il özel idaresine ait vergi, resim ve harçların tarh, tahakkuk ve tahsilini yapmak.

- Belediye sınırları dışındaki gayri sıhhi müesseseler(Havaalanları hariç) ile umuma açık istirahat ve eğlence yerlerine ruhsat vermek ve denetlemek (5302 Sayılı il Özel İdareleri Kanunu'nun 7. Maddesi).

2.1. İl Özel İdaresinin Organları

İl özel idaresinin İl Genel Meclisi, İl Encümeni ve Vali olmak üzere üç ayrı organı vardır. Bu organlardan il genel meclisi karar, vali ve il encümeni yürütme organıdır.

2.1.1. İl Genel Meclisi

İl genel meclisi, il özel idaresinin karar organıdır. Meclis seçimleri 5 yılda bir ildeki seçmenler tarafından ilgili kanunda gösterilen esas ve usullere göre yapılır.

Nüfusu 25.000'e kadar olan ilçelerde 2,

Nüfusu 25.001'den 50.000'e kadar olan ilçelerde 3,

Nüfusu 50.001'den 75.000'e kadar olan ilçelerde 4,

Nüfusu 75.001'den 100.000'e kadar olan ilçelerde 5 asıl üyelik ve aynı miktarda yedek üyelik belirlenmektedir.

Nüfusu 100.000'den fazla olduğu ilçelerde fazla olan her 100.000 kişi için bir asıl ve bir yedek üye ilave edilmekte, artık sayı 50.000'den fazla ise yine bir asıl bir yedek üye ilave edilmektedir.

İl genel meclisi, seçim sonuçlarının ilanını izleyen beşinci gün kendiliğinden toplanır. Bu toplantıda meclise en yaşlı üye başkanlık eder. Meclis, bu toplantısında, üyeleri arasından ve gizli oyla meclis başkanını, meclis birinci ve ikinci başkanvekillerini, ikisi yedek olmak üzere dört kâtip üyeyi ilk iki yıl için görev yapmak üzere seçer. Meclis başkanlık divanı seçimi üç gün içinde tamamlanır. İlk iki yıldan sonra seçilecek başkanlık divanı, yapılacak ilk mahalli idareler seçimlerine kadar görev yapar. Meclis başkanlığı ve başkanlık divanında boşalma olması durumunda, kalan süreyi tamamlamak üzere, yenisi seçilir (2972 Sayılı Mahalli İdareler İle Mahalle Muhtarlıkları ve İhtiyar Heyetleri Seçimi Hakkında Kanun ile Belediye Kanunu 5/a Maddesi).

Meclisin görev ve yetkileri şunlardır;

- Stratejik plân ile yatırım ve çalışma programlarını, il özel idaresi faaliyetlerini ve personelinin performans ölçütlerini görüşmek ve karara bağlamak.

- Bütçe ve kesin hesabı kabul etmek, bütçede kurumsal kodlama yapılan birimler ile fonksiyonel sınıflandırmanın birinci düzeyleri arasında aktarma yapmak.

- Belediye sınırları il sınırları olan İstanbul ve İzmit hariç il çevre düzeni plânı hazırlamak ve belediye sınırları dışındaki alanların imar plânlarını görüşmek ve karara bağlamak.

- Borçlanmaya karar vermek.

- Bütçe içi işletmeler ile Türk Ticaret Kanununa tâbi ortaklıklar kurulmasına veya bu ortaklıklardan ayrılmaya, sermaye artışına ve gayrimenkul yatırım ortaklığı kurulmasına karar vermek.

- Taşınmaz mal alımına, satımına, trampa edilmesine, tahsisine, tahsis şeklinin değiştirilmesine veya tahsisli bir taşınmazın akar haline getirilmesine izin vermek. Bunların üç yıldan fazla kiralanmasına ve süresi yirmi beş yılı geçmemek kaydıyla üzerlerinde sınırlı aynî hak tesisine karar vermek.

- Şartlı bağışları kabul etmek (İptal: Anayasa Mahkemesinin 18/1/2007 tarihli ve E.:2005/32, K.:2007/3 sayılı Kararı ile).

- İl özel idaresi adına imtiyaz verilmesine ve il özel idaresi yatırımlarının yap-işlet veya yap-işlet-devret modeli ile yapılmasına, il özel idaresine ait kurum, işletme ve iştiraklerin özelleştirilmesine karar vermek.

- Encümen üyeleri ile ihtisas komisyonları üyelerini seçmek.

- İl özel idaresi tarafından çıkarılacak yönetmelikleri kabul etmek.

- Norm kadro çerçevesinde il özel idaresinin ve bağlı kuruluşlarının kadrolarının ihdas, iptal ve değiştirilmesine karar vermek.

- Yurt içindeki ve yurt dışındaki mahalli idareler ve mahalli idare birlikleriyle karşılıklı işbirliği yapılmasına karar vermek.

- Diğer mahalli idarelerle birlik kurulmasına, kurulmuş birliklere katılmaya veya ayrılmaya karar vermek.

- İl özel idaresine kanunlarla verilen görev ve hizmetler dışında kalan ve ilgililerin isteğine bağlı hizmetler için uygulanacak ücret tarifesini belirlemek (5302 Sayılı il Özel İdareleri Kanunu'nun 10. Maddesi).

İl genel meclisi tarafından alınan kararların tam metni, en geç beş gün içinde valiye gönderilir. Vali, hukuka aykırı gördüğü kararları, yedi gün içinde gerekçesini de belirterek yeniden görüşülmek üzere il genel meclisine iade edebilir. Valiye gönderilmeyen meclis kararları yürürlüğe girmez. Yeniden görüşülmesi istenilmeyen kararlar kesinleşir (5302 Sayılı il Özel İdareleri Kanunu'nun 15. Maddesi).

2.1.2. İl Encümeni

İl encümeni, il özel idaresinin yürütme organıdır. İl encümeni valinin başkanlığında, il genel meclisinin her yıl kendi üyeleri arasından bir yıl için gizli oyla seçeceği beş üye ile biri malî hizmetler birim amiri olmak üzere valinin her yıl birim amirleri arasından seçeceği beş üyeden oluşur (5302 Sayılı il Özel İdareleri Kanunu'nun 25. Maddesi).

İl encümeninin görevleri şunlardır;

- Stratejik plân ve yıllık çalışma programı ile bütçe ve kesin hesabı inceleyip il genel meclisine görüş bildirmek.

- Yıllık çalışma programına alınan işlerle ilgili kamulaştırma kararlarını almak ve uygulamak.

- Öngörülmeyen giderler ödeneğinin harcama yerlerini belirlemek.

- Bütçede fonksiyonel sınıflandırmanın ikinci düzeyleri arasında aktarma yapmak.

- Kanunlarda öngörülen cezaları vermek.

- Vergi, resim ve harçlar dışında kalan ve miktarı beş bin Türk Lirası'na kadar olan ihtilafların sulhen halline karar vermek.

- Taşınmaz mal satımına, trampa edilmesine ve tahsisine ilişkin kararları uygulamak, süresi üç yılı geçmemek üzere kiralanmasına karar vermek.

- Belediye sınırları dışındaki umuma açık yerlerin açılış ve kapanış saatlerini belirlemek.

- Vali tarafından havale edilen konularda görüş bildirmek.

- Kanunlarla verilen diğer görevleri yapmak (5302 Sayılı il Özel İdareleri Kanunu'nun 26. Maddesi).

Vali kanun, tüzük, yönetmelik ve il genel meclisi kararlarına aykırı gördüğü encümen kararının bir sonraki toplantıda tekrar görüşülmesini isteyebilir. Encümen, kararında ısrar ederse karar kesinleşir. Bu takdirde, vali, kesinleşen encümen kararının uygulanmasını durdurur ve idari yargı mercilerine yürütmeyi durdurma talebi ile birlikte on gün içinde başvurur. İtiraz Danıştay'ca en geç altmış gün içinde karara bağlanır. Encümen başkan ve üyeleri, münhasıran kendileri, ikinci derece dahil kan ve kayın hısımları ve evlatlıkları ile ilgili işlerin görüşüldüğü encümen toplantılarına katılamazlar (5302 Sayılı il Özel İdareleri Kanunu'nun 27. Maddesi).

2.1.3. Vali

İl özel idaresinin başı ve tüzel kişiliğinin temsilcisidir. İl özel idaresi teşkilatını sevk ve idare ederek il özel idaresinin hak ve menfaatlerini korur.

Valinin görev ve yetkileri şunlardır:

a) İl özel idaresi teşkilâtının en üst amiri olarak il özel idaresi teşkilâtını sevk ve idare etmek, il özel idaresinin hak ve menfaatlerini korumak.

b) İl özel idaresini stratejik plâna uygun olarak yönetmek, il özel idaresinin kurumsal stratejilerini oluşturmak, bu stratejilere uygun olarak bütçeyi, il özel idaresi faaliyetlerinin ve personelinin performans ölçütlerini hazırlamak ve uygulamak, izlemek ve değerlendirmek, bunlarla ilgili raporları meclise sunmak.

c) İl özel idaresini Devlet dairelerinde ve törenlerde, davacı veya davalı olarak da yargı yerlerinde temsil etmek veya vekil tayin etmek.

d) İl encümenine başkanlık etmek.

e) İl özel idaresinin taşınır ve taşınmaz mallarını idare etmek.

f) İl özel idaresinin gelir ve alacaklarını takip ve tahsil etmek.

g) Yetkili organların kararını almak şartıyla sözleşme yapmak.

h) İl genel meclisi ve encümen kararlarını uygulamak.

i) Bütçeyi uygulamak, bütçede meclis ve encümenin yetkisi dışında kalan aktarmaları yapmak.

j) İl özel idaresi personelini atamak.

k) İl özel idaresi, bağlı kuruluşlarını ve işletmelerini denetlemek.

l) Şartsız bağışları kabul etmek.

m) İl halkının huzur, esenlik, sağlık ve mutluluğu için gereken önlemleri almak.

n) Bütçede yoksul ve muhtaçlar için ayrılan ödeneği kullanmak

o) Kanunlarla il özel idaresine verilen ve il genel meclisi veya il encümeni kararını gerektirmeyen görevleri yapmak ve yetkileri kullanmak (5302 Sayılı il Özel İdareleri Kanunu'nun 30. Maddesi).

3. BELEDİYELER

Belediye, beldenin ve belde sakinlerinin mahalli müşterek nitelikteki ihtiyaçlarını karşılamak üzere kurulan ve karar organı seçmenler tarafından seçilerek oluşturulan, idari ve mali özerkliğe sahip kamu tüzel kişisi olarak tanımlanmıştır (5393 Sayılı Belediye Kanunu'nun 3/a Maddesi).

Gerek Selçuklu gerekse Osmanlı İmparatorluğunda, başta vakıflar ve esnaf teşkilatı gibi sivil oluşumların birçok belediye hizmetini yerine getirdiği bilinmektedir. 1826 yılına kadar kadıların; maiyetindeki subaşı, ihtisap ağası ve mimarbaşı gibi görevlilerle, mahallî, yargısal ve idari görev yaptıkları görülmektedir. Kadılar, aynı zamanda esnafın mahallî meselelerinin çözümünde de görev almıştır. Kadıların yürüttüğü başlıca mahalli hizmetler arasında: şehrin temizliği, ticaretin sağlıklı yürütülmesi, esnafın denetim ve kontrolü, fiyatların denetimi ve imar düzeninin gözetilmesi gibi bazı temel hizmetleri sayabiliriz.

Belediye hizmetlerinin yürütülmesi amacıyla 1826 yılında, İhtisap Nazırlığının kurulduğunu görüyoruz. İhtisap Nazırlığı genel olarak kadıların yürüttüğü belediye hizmetlerinin zabıtaya ait görevlerini üstlenmiştir. İhtisap Nazırlığının teşkili ile İhtisap Ağalığı da kaldırılmıştır. İhtisap Nezaretinin belediye görevlerinin yanında devletin vergisini toplamak gibi görevleri de vardı.

İstanbul'da modern anlamda ilk belediye idaresi ise, "İstanbul Şehremaneti" adıyla 1854 yılında çıkarılan bir Nizamname ile kurulmuştur. Bu Nizamname ile aynı zamanda İhtisap Nazırlığı da ilga edilmiştir. İstanbul Şehremanetinin; vergi tarh ve tahsili konusunda Maliye Nezareti, kaldırım yapım ve onarımı için Umur-u Nafia Nezareti, asayişle ilgili sorunlar için Zabtiye Nezareti ve Esnaf işleri için de Ticaret Nezareti ile devamlı ilişki içinde olması da öngörülmüştür. Kurulan bu belediye idaresinin başında merkezi hükümet tarafından tayin edilen bir yüksek memur bulunuyordu. Bu belediyede, ileri gelen memurlardan ve esnaf temsilcilerinden

oluşan, daha çok istişari/danışma görevleri olan bir Şehremaneti meclisi de vardı. Yeni kurulan bu belediye idaresi için 1855 yılında 14 maddelik bir nizamname çıkartılmıştır. Bu nizamnamenin ikinci maddesinde; Dersaadet'te bulunanların zaruri ihtiyaçlarının teminini kolaylaştırmak, esnafın düzenini sağlamak, çarşı ve pazarın denetimini yapmak, şehir olmanın gerektirdiği intizam ve temizliği temin etmek, yol ve kaldırımların yapım ve onarımını sağlamak, daha önce İhtisap Nazırlığınca toplanan vergileri toplayıp maliyeye teslim etmek gibi görevler Şehremanetine verilmiştir. Zorunlu ihtiyaç maddelerinin karşılanması konusundaki görevler de Şehremanetine tevdi edilmiştir.

Osmanlı döneminde ilk belediye uygulamalarının, Altıncı Daire-i Belediye adıyla İstanbul'un, Beyoğlu ve Galata semtlerinde yapıldığını görmekteyiz. Altıncı Daire-i Belediyenin teşkili konusundaki tebliğde; İstanbul'un genel olarak 14 belediye dairesine ayrıldığı belirtilmekte; ancak Beyoğlu ve Galata semtlerinin gelir itibarıyla iyi durumda olduğu, buralarda iyi nitelikte binaların yer aldığı, bu yörelerde yaşayan halkın diğer ülkelerdeki belediye uygulamalarını da gördüğü ve faydasını idrak ettiği ifade edilerek ilk belediye uygulamalarının burada yapılmasının münasip olacağı belirtiliyordu.

Altıncı Daire-i Belediye uygulamasından sonra, İstanbul'da belediye sayıları bazen arttırılmış bazen de azaltılmıştır. Daha sonra, münhasıran İstanbul'da uygulanmak üzere 1877 tarihli "Dersaadet Belediye Kanunu", İstanbul dışındaki vilayetlerde uygulanmak için ise "Vilayet Belediye Kanunu" çıkarılmıştır. Dersaadet Belediye Kanunu ile İstanbul için yirmi adet belediye idaresi kurulması hüküm altına alınmıştır. Ancak, Osmanlı İmparatorluğu'nun içinde bulunduğu savaş şartları ve gelir yetersizlikleri İstanbul'da kurulması öngörülen belediyelerin hemen kurulup faaliyete geçmesine imkân vermemiştir. İstanbul dışındaki vilayetlerde kurulan belediyeler ise daha çok liman kentlerinde kurulup faaliyete geçmiştir.

Cumhuriyet döneminde ilk yasal düzenlemelerden birisi belediyeler için yapılmıştır. Bu çerçevede Cumhuriyet idaresinin yasalaştırdığı ilk önemli kanunlardan olan, 1580 sayılı Belediye Kanunu 1930 yılında yürürlüğe girmiştir. 1580 sayılı Kanun, 74 yıl yürürlükte kalarak insanımızın hayatında en etkili kanunlardan birisi olma başarısını da göstermiştir. Bu Kanun, dönemin şartlarına

göre belediye yönetimine, medeni hayatın bütün gereklerini yerine getirecek önemli bir misyon yüklemişti. Bilindiği gibi, 1580 sayılı Belediye Kanunu 24.12.2004 tarihinde yerini 5272 sayılı Belediye Kanununa bırakmıştır. 5272 sayılı Kanun, TBMM'deki oylama yönteminden kaynaklanan Meclis İç Tüzüğüne aykırılık nedeniyle Anayasa Mahkemesince iptal edilmiş ve bunun yerine şu anda yürürlükte bulunan 03.07.2005 tarih ve 5393 sayılı Belediye Kanunu 13.07.2005 tarih ve 25326 sayılı Resmi Gazetede yayımlanarak yürürlüğe girmiştir (Mahalli İdareler Genel Faaliyet Raporu, 2011:5).

Tablo:2.3. : Osmanlı İmparatorluğu'ndan Günümüze Belediye Sayıları

Osmanlı İmparatorluğu'ndan Günümüze Belediye Sayıları Yılı	Belediye Sayıları	İndeks
1923 öncesi	389	100
1923	421	108
1930	492	126
1940	549	141
1950	628	161
1960	995	256
1970	1.303	335
1980	1.727	444
1990	2.061	530
2000	3.215	826
2005	3.225	829
2008	3.225	829
2009	2.949	758
2010	2.950	758

Kaynak: www.migm.gov.tr, Erişim Tarihi 01.03.2012.

Tablo 2.3'te verilen belediye sayısında 1950'lerden itibaren önemli bir artış yaşanmıştır. 1980'lerde artış daha da hızlanmıştır. 2008 yılı itibarıyla belediye sayısı 3.225 olmuştur. Bu sayı, 2010 yılı sonu itibarıyla 2.950 olmuştur.

Belediye başkanlarının halkın demokratik iradesini yansıtan seçim sonuçlarına göre iş başına gelmesi, belediyeleri halka yaklaştıran önemli bir etkendir. Türkiye belediye yönetimini, Fransa'nın komün idaresinden uyarlayarak geliştirmiştir.

5393 sayılı Belediye Kanunu'na göre nüfusu 5.000 'i aşan yerleşim birimlerinde belediye idaresi kurulabilmektedir (5393 Sayılı Belediye Kanunu'nun 4. Maddesi).

Belediyelerin görevleri şunlardır:

- İmar, su ve kanalizasyon, ulaşım gibi kentsel alt yapı; coğrafi ve kent bilgi sistemleri; çevre ve çevre sağlığı, temizlik ve katı atık; zabıta, itfaiye, acil yardım, kurtarma ve ambulans; şehir içi trafik; defin ve mezarlıklar; ağaçlandırma, park ve yeşil alanlar; konut; kültür ve sanat, turizm ve tanıtım, gençlik ve spor; sosyal hizmet ve yardım, nikah, meslek ve beceri kazandırma; ekonomi ve ticaretin geliştirilmesi hizmetlerini yapma veya yaptırmadır. Büyükşehir belediyeleri ile nüfusu 50.000'i geçen belediyeler, kadınlar ve çocuklar için koruma evleri açar.

- Devlete ait her derecedeki okul binalarının inşaatı ile bakım ve onarımını yapabilir veya yaptırabilir, her türlü araç, gereç ve malzeme ihtiyaçlarını karşılayabilir; sağlıkla ilgili her türlü tesisi açabilir ve işletebilir; kültür ve tabiat varlıkları ile tarihi dokunun ve kent tarihi bakımından önem taşıyan mekânların ve işlevlerinin korunmasını sağlayabilir, bu amaçla bakım ve onarımını yapabilir, korunması mümkün olmayanları aslına uygun olarak yeniden inşa edebilir. Gerektiğinde öğrencilere, amatör spor kulüplerine malzeme verir ve gerekli desteği sağlar, her türlü amatör spor karşılaşmaları düzenler, yurt içi ve yurt dışı müsabakalarda üstün başarı gösteren veya derece alan sporculara belediye meclisi kararıyla ödül verebilir. Gıda bankacılığı yapabilir.

Belediye hizmetlerinin yerine getirilmesinde öncelik sırası, belediyenin mali durumu ve hizmetin ivediliği dikkate alınarak belirlenmektedir. Hizmetlerin, vatandaşlara en yakın yerlerde ve en uygun yöntemlerle sunulması gerekmektedir. Hizmet sunumunda özürlü, yaşlı, düşkün ve dar gelirlilerin durumuna uygun yöntemler uygulanmak zorundadır (5393 Sayılı Belediye Kanunu'nun 14. Maddesi).

Belediyelerin yetki ve imtiyazları şunlardır:

- Belde sakinlerinin mahalli müşterek nitelikteki ihtiyaçlarını karşılamak amacıyla her türlü faaliyet ve girişimde bulunmak.

- Kanunların belediyeye verdiği yetki çerçevesinde yönetmelik çıkarmak, belediye yasakları koymak ve uygulamak, kanunlarda belirtilen cezaları vermek.

- Gerçek ve tüzel kişilerin faaliyetleri ile ilgili olarak kanunlarda belirtilen izin veya ruhsatı vermek.

- Özel kanunları gereğince belediyeye ait vergi, resim, harç, katkı ve katılma paylarının tarh, tahakkuk ve tahsilini yapmak; vergi, resim ve harç dışındaki özel hukuk hükümlerine göre tahsili gereken doğalgaz, su, atık su ve hizmet karşılığı alacakların tahsilini yapmak ve yaptırmak.

- Müktesep haklar saklı kalmak üzere; içme, kullanma ve endüstri suyu sağlamak; atık su ve yağmur suyunun uzaklaştırılmasını sağlamak; bunlar için gerekli tesisleri kurmak, kurdurmak, işletmek ve işlettirmek; kaynak sularını işlettirmek.

- Toplu taşıma yapmak; bu amaçla otobüs, deniz ve su ulaşım araçları, tünel, raylı sistem dâhil her türlü toplu taşıma sistemlerini kurmak, kurdurmak, işletmek ve işlettirmek.

- Katı atıkların toplanması, taşınması, ayrıştırılması, geri kazanımı, ortadan kaldırılması ve depolanması ile ilgili bütün hizmetleri yapmak ve yaptırmak.

- Mahalli müşterek nitelikteki hizmetlerin yerine getirilmesi amacıyla, belediye sınırları ve mücavir alanlar içerisinde taşınmaz almak, kamulaştırmak, satmak, kiralamak veya kiraya vermek, trampa etmek, tahsis etmek, bunlar üzerinde sınırlı ayni hak tesis etmek.

- Borç almak, bağış kabul etmek.

- Toptancı ve perakendeci halleri, otobüs terminali, fuar alanı, mezbaha, ilgili mevzuata göre yat limanı ve iskele, kurmak, kurdurmak, işletmek, işlettirmek veya bu yerlerin gerçek tüzel kişilerce açılmasına izin vermek.

- Vergi, resim ve harçlar dışında kalan dava konusu uyuşmazlıkların, anlaşmayla tasfiyesine karar vermek ya da bu alacaklardan feragat etmek.

- Gayri sıhhi müesseseler ile umuma açık istirahat ve eğlence yerlerini ruhsatlandırmak ve denetlemek.

- Beldede ekonomi ve ticaretin geliştirilmesi ve kayıt altına alınması amacıyla izinsiz satış yapan seyyar satıcıları faaliyetten men etmek, men edilen seyyar satıcılarca cezaları ödenmeyerek iki gün içinde geri alınmayan gıda maddelerini gıda bankalarına, cezası ödenmeyerek otuz gün içinde geri alınmayan gıda dışı malları yoksullara vermek.

- Reklam panoları ve tanıtıcı tabelalar konusunda standartlar getirmek.

- Gayrisıhhi işyerlerini, eğlence yerlerini ve halk sağlığı ile çevreye etkisi olan diğer işyerlerini kentin belirli yerlerinde toplamak.

- Hafriyat toprağı ve moloz döküm alanlarını; sıvılaştırılmış petrol gazı depolama sahalarını; inşaat malzemelerini, odun, kömür ve hurda depolama alanları ve satış yerlerini belirlemek; bu alan ve yerler ile taşımalarda çevre kirliliği oluşmaması için gereken tedbirleri almak.

- Kara, deniz, su ve demiryolu üzerinde işletilen her türlü servis ve toplu taşıma araçları ile taksi sayılarını, bilet ücret ve tarifelerini, zaman ve güzergahları belirlemek; durak yerleri ile karayolu, yol, cadde, sokak, meydan, ve benzeri yerler üzerinde araç park yerlerini tespit etmek ve işletmek, işlettirmek veya kiraya vermek; kanunların belediyelere verdiği trafik düzenlemesinin gerektirdiği bütün işleri yürütmek (5393 Sayılı Belediye Kanunu'nun 15. Maddesi).

Belediyenin gelirleri şunlardır:

- Kanunlarla gösterilen belediye vergi, resim, harç ve katılma payları.

- Genel bütçe vergi gelirlerinden ayrılan pay.

- Genel ve özel bütçeli idarelerden yapılacak ödemeler.

- Taşınır ve taşınmaz malların kira, satış ve başka suretle değerlendirilmesinden elde edilecek gelirler.

- Belediye meclisi tarafından belirlenecek tarifelere göre tahsil edilecek hizmet karşılığı ücretler.

- Faiz ve ceza gelirleri.

- Bağışlar.

- Her türlü girişim, iştirak ve faaliyetler karşılığı sağlanacak gelirler.

- Diğer gelirler.

Büyükşehir belediyelerinde büyükşehir sınırları ve mücavir alanları içinde belediyelerince tahsil edilen emlak vergisi tutarının tamamı ilgili ilçe ve ilk kademe belediyeleri tarafından alınır. Bunlardan büyükşehir belediyesine veya özel idareye ayrıca pay kesilmez (5393 Sayılı Belediye Kanunu'nun 59. Maddesi).

Belediyelerin giderleri şunlardır;

- Belediye binaları, tesisleri ile araç ve malzemelerinin temini, yapımı, bakımı ve onarımı için yapılan giderler,

- Belediyenin personeline ve seçilmiş organlarının üyelerine ödenen maaş, ücret, ödenek, huzur hakkı, yolluklar, hizmete ilişkin eğitim harcamaları ile diğer giderler.

- Her türlü alt yapı, yapım, onarım ve bakım giderleri,

- Vergi, resim, harç, katılma payı, hizmet karşılığı alınacak ücretler ve diğer gelirlerin takip ve tahsili için yapılacak giderler,

- Belediye zabıta ve itfaiye hizmetleri ile diğer görev ve hizmetlerin yürütülmesi için yapılacak giderler,

- Belediyenin kuruluşuna katıldığı kurum, kuruluş ve katıldığı birliklerle ilgili ortaklık payı ve üyelik aidatı giderleri,

- Mezarlıkların tesisi, korunması ve bakımına ilişkin giderler,

- Faiz borçlanmaya ilişkin diğer ödemeler ile sigorta giderleri,

- Dar gelirli, yoksul, muhtaç ve kimsesizler ile özürlülere yapılacak sosyal hizmet ve yardımlar,

- Dava takip ve icra giderleri,

- Temsil, tören, ağırlama ve tanıtım giderleri,

- Avukatlık, danışmanlık ve denetim hizmetleri karşılığı yapılacak ödemeler,

- Yurt içi ve yurt dışı kamu ve özel kesim ile sivil toplum örgütleriyle birlikte yapılan ortak hizmetler ve proje giderleri,

- Sosyo-kültürel, sanatsal ve bilimsel etkinlikler için yapılan giderler,

- Belediye hizmetleriyle ilgili olarak yapılan kamuoyu yoklaması ve araştırması giderleri,

- Kanunla verilen görevler ve hizmetlerin yürütülmesi için yapılan diğer giderler,

- Şartlı bağışlarla ilgili yapılacak harcamalar,

- İmar düzenleme giderleri,

- Her türlü proje giderleri (5393 Sayılı Belediye Kanunu'nun 60. Maddesi).

Tablo 2.4. : Türkiye'de Türlerine ve Nüfus Aralıklarına Göre Belediyelerin Dağılımı (2010)

Nüfus Aralığı	B.Şehir	İl	B.Şehir İlçe	İlçe	Belde	Toplam
0 – 1.999				59	964	1.023
2.000 - 4.999				212	823	1.035
5.000 - 9.999			6	174	143	323
10.000 - 24.999		2	9	175	43	229
25.000 - 49.999		5	19	62	3	89
50.000 - 99.999		22	18	53	1	94
100.000 - 249.999		26	31	14		71
250.000 - 499.999	1	10	44			55
500.000 - 999.999	6		16			22
1.000.000+	9					9
Toplam	**16**	**65**	**143**	**749**	**1.977**	**2.950**

Kaynak: www.migm.gov.tr, Erişim Tarihi 01.03.2012.

Türkiye'de 2950 belediye vardır. Bu belediyelerin 16 tanesi büyükşehir belediyesi, 65 tanesi il belediyesi, 143 tanesi büyükşehir ilçe belediyesi, 749 tanesi ilçe belediyesi ve 1977 tanesi de belde belediyesidir (www.illeridaresi.gov.tr, Erişim Tarihi : 01.03.2012).

Türkiye'deki belediye sınırları içerisinde yaşayan nüfusta sürekli artış görülmektedir. Bunun üç temel nedeni vardır: birincisi köyden kente dolayısıyla

belediye sınırları içindeki alanlara doğru yaşanan yoğun göç; ikincisi belediye sayısındaki ölçüsüz artış; üçüncüsü ise doğum olayları neticesinde belediye sınırları içerisindeki nüfusun artışıdır (Ulusoy ve Akdemir, 2012:227).

3.1. Belediyelerin Organları

Belediyelerin Belediye Meclisi, Belediye Encümeni ve Belediye Başkanı olmak üzere üç ayrı organı vardır. Bu organlardan belediye meclisi karar, belediye encümeni ve belediye başkanı yürütme organıdır.

3.1.1. Belediye Meclisi

Belediye meclisi, belediyenin karar organıdır. Belde halkı tarafından nispi temsil sistemine göre seçilen üyelerden oluşur. Meclis üyelerinin seçiminde onda birlik baraj uygulanmakta ve her belde bir seçim çevresi kabul edilmektedir.

Belediye meclisi üyelerinin sayısı belde nüfusuna göre 9 ile 55 kişi arasında değişmektedir. 2972 sayılı Mahalli İdareler İle Mahalle Muhtarları ve İhtiyar Heyetleri Seçimi Hakkındaki Kanun, belediye meclisi üyelerinin seçimine ilişkin hususları belirlemiş bulunmaktadır. Buna göre, her seçim çevresinden son nüfus sayımı sonuçlarına göre seçilecek üye sayıları şöyledir:

- Nüfusu 10.000 ve daha az olan belediyelerde 9
- Nüfusu 10.001 -20.000 arasında olan belediyelerde 11
- Nüfusu 20.001 -50.000 arasında olan belediyelerde 15
- Nüfusu 50.001 -100.000 arasında olan belediyelerde 25
- Nüfusu 100.001 -250.000 arasında olan belediyelerde 31
- Nüfusu 250.001 -500.000 arasında olan belediyelerde 37
- Nüfusu 500.001 -1.000.000 arasında olan belediyelerde 45
- Nüfusu 1.000.000'dan fazla olan belediyelerde 55

meclis üyesi ve aynı sayıda yedek üye hesaplanır (2972 Sayılı Mahalli İdareler İle Mahalle Muhtarlıkları ve İhtiyar Heyetleri Seçimi Hakkında Kanun ile Belediye Kanunu 5/b Maddesi).

Belediye meclisinin görev süresi 5 yıldır. Belediye meclisinin görevleri şunlardır:

- Stratejik plân ile yatırım ve çalışma programlarını, belediye faaliyetlerinin ve personelinin performans ölçütlerini görüşmek ve kabul etmek,

- Bütçe ve kesin hesabı kabul etmek, bütçede kurumsal kodlama yapılan birimler ile fonksiyonel sınıflandırmanın birinci düzeyleri arasında aktarma yapmak,

- Belediyenin imar planlarını görüşmek ve onaylamak, büyükşehir ve il belediyelerinde il çevre düzeni plânını kabul etmek (İstanbul ve İzmit hariç).

- Borçlanmaya karar vermek.

- Taşınmaz mal alımına, satımına, takasına, tahsisine, tahsis şeklinin değiştirilmesine veya tahsisli bir taşınmazın kamu hizmetinde ihtiyaç duyulmaması halinde tahsisin kaldırılmasına; üç yıldan fazla kiralanmasına ve süresi otuz yılı geçmemek kaydıyla bunlar üzerinde sınırlı aynî hak tesisine karar vermek,

- Kanunlarda vergi, resim, harç ve katılım payı konusu yapılmayan ve ilgililerin isteğine bağlı hizmetler için uygulanacak ücret tarifesini belirlemek,

- Şartsız bağışları kabul etmek,

- Vergi, resim ve harçlar dışında kalan ve miktarı 5.000 TL'den fazla, dava konusu olan belediye alacaklarının anlaşma ile tasfiyesine karar vermek,

- Bütçe içi işletme ile 6272 sayılı Türk Ticaret Kanunu'na tabi ortaklıklar kurulmasına veya bu ortaklıklardan ayrılmaya, sermaye artışına ve gayrimenkul yatırım ortaklığı kurulmasına karar vermek.

- Belediye adına imtiyaz verilmesine ve belediye yatırımlarının yap-işlet veya yap-işlet-devret modeli ile yapılmasına; belediyeye ait kurum, işletme ve iştiraklerin özelleştirilmesine karar vermek.

- Meclis başkanlık divanı ve encümen üyeleri ile ihtisas komisyonları üyelerini seçmek.

- Norm kadro çerçevesinde belediyenin ve bağlı kuruluşlarının kadrolarının ihdas, iptal ve değiştirilmesine karar vermek.

- Belediye tarafından çıkarılacak yönetmelikleri kabul etmek.

- Meydan, cadde, sokak, park, tesis ve benzerlerine ad vermek; mahalle kurulması, kaldırılması, birleştirilmesi, adlarıyla sınırlarının tespiti ve

değiştirilmesine karar vermek; beldeyi tanıtıcı amblem, flama ve benzerlerini kabul etmek.

- Diğer mahalli idarelerle birlik kurulmasına, kurulmuş birliklere katılmaya veya ayrılmaya karar vermek.

- Yurt içindeki ve İçişleri Bakanlığı'nın izniyle yurt dışındaki belediyeler ve mahalli idare birlikleriyle karşılıklı iş birliği yapılmasına; kardeş kent ilişkileri kurulmasına; ekonomik ve sosyal ilişkileri geliştirmek amacıyla kültür, sanat ve spor gibi alanlarda faaliyet ve projeler gerçekleştirilmesine; bu çerçevede arsa, bina ve benzeri tesisleri yapma, yaptırma, kiralama veya tahsis etmeye karar vermek.

- Fahri hemşerilik payesi ve beratı vermek.

- Belediye başkanıyla encümen arasındaki anlaşmazlıkları karara bağlamak.

- Mücavir alanlara belediye hizmetlerinin götürülmesine karar vermek.

- İmar planlarına uygun şekilde hazırlanmış belediye imar programlarını görüşerek kabul etmek (5393 sayılı Belediye Kanunu'nun 18. Maddesi).

3.1.2. Belediye Encümeni

Belediye encümeni, belediyelerin yürütme organıdır. Encümen, il belediyelerinde ve nüfusu 100.000'in üzerindeki belediyelerde, belediye meclisinin her yıl kendi üyeleri arasından bir yıl için gizli oyla seçeceği üç üye; belediye başkanı, mali hizmetler birim amiri ve belediye başkanının her yıl birim amiri ve

belediye başkanının her yıl birim amirleri arasından seçeceği 2 üye olmak üzere toplam yedi üyeden oluşur. Diğer belediyelerde ise, belediye meclisinin her yıl kendi üyeleri arasından bir yıl için gizli oyla seçeceği 2 üye, belediye başkanı, mali hizmetler birim amiri ve belediye başkanının her yıl birim amirleri arasından seçeceği bir üye olmak üzere toplam beş üyeden oluşur. Encümen toplantılarına belediye başkanı ya da görevlendireceği başkan yardımcısı o da yoksa başkanın görevlendireceği encümen üyesi başkanlık etmektedir (5393 sayılı Belediye Kanunu'nun 33. Maddesi).

Toplantılarda karar alınırken oyların eşit çıkması halinde başkanın bulunduğu taraf çoğunluk kabul edilmektedir. Encümene havale edilen konular bir hafta içinde görüşülerek karara bağlanır. Toplantı gündemi belediye başkanı tarafından hazırlanmaktadır. Encümen üyeleri belediye başkanının uygun görüşü ile gündem maddesi teklif edebilir. Belediye başkanı tarafından havale edilmeyen konular encümende görüşülmez (5393 sayılı Belediye Kanunu'nun 35. Maddesi).

Belediye encümenin görevleri şunlardır:

- Stratejik plân ve yıllık çalışma programı ile bütçe ve kesin hesabı inceleyip belediye meclisine görüş bildirmek.

- Yıllık çalışma programına alınan işlerle ilgili kamulaştırma kararlarını almak ve uygulamak.

- Öngörülmeyen giderler ödeneğinin harcama yerlerini belirlemek.

- Bütçede fonksiyonel sınıflandırmanın ikinci düzeyleri arasında aktarma yapmak.

- Kanunlarda öngörülen cezaları vermek.

- Vergi, resim ve harçlar dışında kalan, dava konusu olan belediye alacaklarının anlaşma ile tasfiyesine karar vermek.

- Taşınmaz mal satımına, trampasına ve tahsisine ilişkin meclis kararlarını uygulamak; süresi üç yılı geçmemek üzere kiralanmasına karar vermek.

- Umuma açık yerlerin açılış ve kapanış saatlerini belirlemek.

- Diğer kanunlarda belediye encümenine verilen görevleri yerine getirmek (5393 sayılı Belediye Kanunu'nun 34. Maddesi).

3.1.3. Belediye Başkanı

Belediye başkanı, belediye idaresinin başı ve belediye tüzel kişiliğinin temsilcisidir. Başkan belediye sınırları içerisinde yaşayan seçmenlerin oyunun çoğunu almak şartıyla beş yıl için seçilir. Belediye başkanı, görevinin devamı süresince siyasi partilerin yönetim ve denetim organlarında görev alamaz; profesyonel spor kulüplerinin başkanlığını yapamaz ve yönetiminde bulunamaz (5393 sayılı Belediye Kanunu'nun 37. Maddesi).

Belediye başkanının görevleri şunlardır:

- Belediye teşkilatının en üst amiri olarak belediye teşkilatını sevk ve idare etmek, belediyenin hak ve menfaatlerini korumak.

- Belediyeyi stratejik plâna uygun olarak yönetmek, belediye idaresinin kurumsal stratejilerini oluşturmak, bu stratejilere uygun olarak bütçeyi, belediye faaliyetlerinin ve personelinin performans ölçütlerini hazırlamak ve uygulamak, izlemek ve değerlendirmek, bunlarla ilgili raporları meclise sunmak,

- Belediyeyi devlet dairelerinde ve törenlerde, davacı veya davalı olarak da yargı yerlerinde temsil etmek veya vekil tayin etmek,

- Meclise ve encümene başkanlık etmek,

- Belediyenin taşınır ve taşınmaz mallarını idare etmek,

- Belediyenin gelir ve alacaklarını takip ve tahsil etmek,

- Yetkili organların kararını almak şartıyla sözleşme yapmak,

- Meclis ve encümene kararlarını uygulamak,

- Bütçeyi uygulamak, bütçede meclis ve encümenin yetkisi dışındaki aktarmalara onay vermek,

- Belediye personelini atamak,

- Belediye ve bağlı kuruluşları ile işletmelerini denetlemek,

- Şartsız bağışları kabul etmek,

- Belde halkının huzur, esenlik, sağlık ve mutluluğu için gereken önlemleri almak,

- Bütçede yoksul ve muhtaçlar için ayrılan ödeneği kullanmak, özürlülere yönelik hizmetleri yürütmek ve özürlüler merkezini oluşturmak,

- Temsil ve ağırlama giderleri için ayrılan ödeneği kullanmak,

- Kanunlarla belediyeye verilen ve belediye meclisi veya belediye encümeni kararını gerektirmeyen görevleri yapmak ve yetkileri kullanmaktır (5393 sayılı Belediye Kanunu'nun 38. Maddesi).

Belediye başkanı mahalli idareler genel seçimlerinden itibaren altı ay içinde; kalkınma plânına uygun olarak stratejik plân ve ilgili olduğu yıl başından önce de yıllık performans plânı hazırlayıp belediye meclisine sunmak zorundadır. Ancak, nüfusu 50.000'in altında olan belediyelerde stratejik plân yapılması zorunlu değildir (5393 sayılı Belediye Kanunu'nun 41. Maddesi).

3.2. Büyükşehir Belediyeleri

Büyükşehir belediyesi 5216 sayılı kanunda en az üç ilçe veya ilk kademe belediyesini kapsayan, bu belediyeler arasında koordinasyonu sağlayan; kanunlarla verilen görev ve sorumlulukları yerine getiren, yetkileri kullanan; idarî ve malî özerkliğe sahip ve karar organı seçmenler tarafından seçilerek oluşturulan kamu tüzel kişisi olarak tanımlanmıştır (5216 sayılı Büyükşehir Belediye Kanunu'nun 3/a Maddesi).

Bir kamu kuruluşu olması nedeniyle Büyükşehir Belediyesince yerine getirilen tüm hizmetler 1982 Anayasası'nın 127. Maddesinde "Büyük yerleşim yerleri için özel yönetim biçimleri getirilebilir" hükmüne dayanmaktadır. Bu bağlamda, Büyükşehir Belediyesi'nin görev, yetki ve sorumluluklarını düzenleyen pek çok kanun bulunmakta; ancak bunlar içerisinde özellikle 5216 sayılı Büyükşehir Belediye Kanunu, 5393 sayılı Belediye Kanunu ve 5018 sayılı Kamu Mali Yönetimi

ve Kontrol Kanunu belirleyici yer tutmaktadırlar. İsmi geçen bu kanunlar belediye hizmetlerinin hemen hemen tamamı üzerinde etkiye sahiptir ve sekiz ana hizmet alanı ve belediyenin genel yönetimi hususunda belirleyicidir (Arslan, 2010:56).

Rekabetin yoğunlaştığı ve değişimin ivme kazandığı bir ortamda; ülkemizin yönetim yapısını sürekli geliştirmek, kamu hizmetlerini çağdaş standartlara kavuşturmak, böylece halkımızın kamu kuruluşlarından talep ve beklentilerine etkin bir şekilde cevap vermek amacıyla kamu yönetiminde bir paradigmal değişimin işareti olarak yeniden yapılanmaya yönelik çalışmalar kapsamında Büyükşehir Belediyelerinin yönetim yapısına ilişkin olarak 27.06.1984 tarihli ve 3030 sayılı Büyükşehir Belediyelerinin Yönetimi Hakkında Kanun Hükmünde Kararnamenin Değiştirilerek Kabulü Hakkında Kanun yerine 10/07/2004 tarihli ve 5216 sayılı Büyükşehir Belediyesi Kanunu kabul edilmiştir (Annak, 2010:1).

Tablo 2.5. : Büyükşehir Belediyelerinin Nüfuslarının Değişimi

	1989	**1998**	**2000**	**2008**	**2010**
Belediyeli Nüfus(A)	36,521	48,491	53,405	59,170	61,568
Büyükşehir Belediyelerinin Nüfusu (B)	14,223	19,803	22,091	32,355	33,967
B/A	38,94	40,83	41,2	54,7	55,2
Büyükşehir Belediyelerinin Nüfusu/ Türkiye Nüfusu(%)	25,00	31,55	30,6	45,2	46,1

Kaynak: Ulusoy, Ahmet, Tekin Akdemir, *Mahalli İdareler Teori-Uygulama-Maliye*, Seçkin Yayıncılık, 7. Baskı, Ankara, Şubat, 2012, s:299.

Türkiye'de 2010 yılı itibarıyla 16 adet Büyükşehir Belediyesinin sınırlarında yaşayan nüfus, toplam nüfusun % 46,1'ini, belediye sınırları içerisinde yaşayan nüfusun ise % 55,2'sini oluşturmaktadır.

Belediye sınırları içindeki ve bu sınırlara en fazla 10.000 metre uzaklıktaki yerleşim birimlerinin son nüfus sayımına göre toplam nüfusu 750.000'den fazla olan il belediyeleri, fizikî yerleşim durumları ve ekonomik gelişmişlik düzeyleri de dikkate alınarak kanunla büyükşehir belediyesine dönüştürülebilir (5216 sayılı Büyükşehir Belediye Kanunu'nun 4. Maddesi). Büyükşehir belediyesi olunabilmesi için belli bir büyüklüğe, belli bir nüfusa, fiziki yerleşim durumları ve ekonomik gelişmişlik düzeylerinin uygun olması şartı getirilerek kamu kaynaklarının daha etkin ve verimli kullanılması amaçlanmıştır.

5216 sayılı Büyükşehir Belediye Kanunu'nun 7. maddesinde ayrıntılı olarak büyükşehir belediyelerinin görevleri belirtilmiştir. Ayrıntılı olarak açıklanmasının nedeni büyükşehir belediyeleri ile ilçe belediyeleri arasında muhtemel görev ve yetki anlaşmazlığı sorunu çıkmasını önlemektir. Bu görevler şunlardır:

- İlçe ve ilk kademe belediyelerinin görüşlerini alarak büyükşehir belediyesinin stratejik plânını, yıllık hedeflerini, yatırım programlarını ve bunlara uygun olarak bütçesini hazırlamak.

- Çevre düzeni plânına uygun olmak kaydıyla, büyükşehir belediye ve mücavir alan sınırları içinde 1/5.000 ile 1/25.000 arasındaki her ölçekte nazım imar plânını yapmak, yaptırmak ve onaylayarak uygulamak; büyükşehir içindeki belediyelerin nazım plâna uygun olarak hazırlayacakları uygulama imar plânlarını, bu plânlarda yapılacak değişiklikleri, parselasyon plânlarını ve imar ıslah plânlarını aynen veya değiştirerek onaylamak ve uygulanmasını denetlemek; nazım imar plânının yürürlüğe girdiği tarihten itibaren bir yıl içinde uygulama imar plânlarını ve parselasyon plânlarını yapmayan ilçe ve ilk kademe belediyelerinin uygulama imar plânlarını ve parselasyon plânlarını yapmak veya yaptırmak.

- Kanunlarla büyükşehir belediyesine verilmiş görev ve hizmetlerin gerektirdiği proje, yapım, bakım ve onarım işleriyle ilgili her ölçekteki imar plânlarını, parselasyon plânlarını ve her türlü imar uygulamasını yapmak ve ruhsatlandırmak, 20.7.1966 tarihli ve 775 sayılı Gecekondu Kanununda belediyelere verilen yetkileri kullanmak.

- Büyükşehir belediyesi tarafından yapılan veya işletilen alanlardaki işyerlerine büyükşehir belediyesinin sorumluluğunda bulunan alanlarda işletilecek yerlere ruhsat vermek ve denetlemek.

- Belediye Kanununun 69 ve 73 üncü maddelerindeki yetkileri kullanmak.

- Büyükşehir ulaşım ana plânını yapmak veya yaptırmak ve uygulamak; ulaşım ve toplu taşıma hizmetlerini plânlamak ve koordinasyonu sağlamak; kara, deniz, su ve demiryolu üzerinde işletilen her türlü servis ve toplu taşıma araçları ile taksi sayılarını, bilet ücret ve tarifelerini, zaman ve güzergâhlarını belirlemek; durak yerleri ile karayolu, yol, cadde, sokak, meydan ve benzeri yerler üzerinde araç park yerlerini tespit etmek ve işletmek, işlettirmek veya kiraya vermek; kanunların belediyelere verdiği trafik düzenlemesinin gerektirdiği bütün işleri yürütmek.

- Büyükşehir belediyesinin yetki alanındaki meydan, bulvar, cadde ve ana yolları yapmak, yaptırmak, bakım ve onarımını sağlamak, kentsel tasarım projelerine uygun olarak bu yerlere cephesi bulunan yapılara ilişkin yükümlülükler koymak; ilân ve reklam asılacak yerleri ve bunların şekil ve ebadını belirlemek; meydan, bulvar, cadde, yol ve sokak ad ve numaraları ile bunlar üzerindeki binalara numara verilmesi işlerini gerçekleştirmek.

- Coğrafî ve kent bilgi sistemlerini kurmak.

- Sürdürülebilir kalkınma ilkesine uygun olarak çevrenin, tarım alanlarının ve su havzalarının korunmasını sağlamak; ağaçlandırma yapmak; gayrisıhhî işyerlerini, eğlence yerlerini, halk sağlığına ve çevreye etkisi olan diğer işyerlerini kentin belirli yerlerinde toplamak; inşaat malzemeleri, hurda depolama alanları ve satış yerlerini, hafriyat toprağı, moloz, kum ve çakıl depolama alanlarını, odun ve kömür satış ve depolama sahalarını belirlemek, bunların taşınmasında çevre kirliliğine meydan vermeyecek tedbirler almak; büyükşehir katı atık yönetim plânını yapmak, yaptırmak; katı atıkların kaynakta toplanması ve aktarma istasyonuna kadar taşınması hariç katı atıkların ve hafriyatın yeniden değerlendirilmesi, depolanması ve bertaraf edilmesine ilişkin hizmetleri yerine getirmek, bu amaçla tesisler kurmak, kurdurmak, işletmek veya işlettirmek; sanayi ve tıbbî atıklara ilişkin hizmetleri yürütmek, bunun için gerekli tesisleri kurmak, kurdurmak, işletmek veya işlettirmek;

deniz araçlarının atıklarını toplamak, toplatmak, arıtmak ve bununla ilgili gerekli düzenlemeleri yapmak.

- Gıda ile ilgili olanlar dâhil birinci sınıf gayrisıhhî müesseseleri ruhsatlandırmak ve denetlemek, yiyecek ve içecek maddelerinin tahlillerini yapmak üzere laboratuvarlar kurmak ve işletmek.

- Büyükşehir belediyesinin yetkili olduğu veya işlettiği alanlarda zabıta hizmetlerini yerine getirmek.

- Yolcu ve yük terminalleri, kapalı ve açık otoparklar yapmak, yaptırmak, işletmek, işlettirmek veya ruhsat vermek.

- Büyükşehirin bütünlüğüne hizmet eden sosyal donatılar, bölge parkları, hayvanat bahçeleri, hayvan barınakları, kütüphane, müze, spor, dinlence, eğlence ve benzeri yerleri yapmak, yaptırmak, işletmek veya işlettirmek; gerektiğinde amatör spor kulüplerine malzeme vermek ve gerekli desteği sağlamak, amatör takımlar arasında spor müsabakaları düzenlemek, yurt içi ve yurt dışı müsabakalarda üstün başarı gösteren veya derece alan sporculara belediye meclis kararıyla ödül vermek.

- Gerektiğinde sağlık, eğitim ve kültür hizmetleri için bina ve tesisler yapmak, kamu kurum ve kuruluşlarına ait bu hizmetlerle ilgili bina ve tesislerin her türlü bakımını, onarımını yapmak ve gerekli malzeme desteğini sağlamak.

- Kültür ve tabiat varlıkları ile tarihî dokunun ve kent tarihi bakımından önem taşıyan mekânların ve işlevlerinin korunmasını sağlamak, bu amaçla bakım ve onarımını yapmak, korunması mümkün olmayanları aslına uygun olarak yeniden inşa etmek.

- Büyükşehir içindeki toplu taşıma hizmetlerini yürütmek ve bu amaçla gerekli tesisleri kurmak, kurdurmak, işletmek veya işlettirmek, büyükşehir sınırları içindeki kara ve denizde taksi ve servis araçları dahil toplu taşıma araçlarına ruhsat vermek.

- Su ve kanalizasyon hizmetlerini yürütmek, bunun için gerekli baraj ve diğer tesisleri kurmak, kurdurmak ve işletmek; derelerin ıslahını yapmak; kaynak suyu veya arıtma sonunda üretilen suları pazarlamak.

- Mezarlık alanlarını tespit etmek, mezarlıklar tesis etmek, işletmek, işlettirmek, defin ile ilgili hizmetleri yürütmek.

- Her çeşit toptancı hallerini ve mezbahaları yapmak, yaptırmak, işletmek veya işlettirmek, imar plânında gösterilen yerlerde yapılacak olan özel hal ve mezbahaları ruhsatlandırmak ve denetlemek.

- İl düzeyinde yapılan plânlara uygun olarak, doğal afetlerle ilgili plânlamaları ve diğer hazırlıkları büyükşehir ölçeğinde yapmak; gerektiğinde diğer afet bölgelerine araç, gereç ve malzeme desteği vermek; itfaiye ve acil yardım hizmetlerini yürütmek; patlayıcı ve yanıcı madde üretim ve depolama yerlerini tespit etmek, konut, işyeri, eğlence yeri, fabrika ve sanayi kuruluşları ile kamu kuruluşlarını yangına ve diğer afetlere karşı alınacak önlemler yönünden denetlemek, bu konuda mevzuatın gerektirdiği izin ve ruhsatları vermek.

- Sağlık merkezleri, hastaneler, gezici sağlık üniteleri ile yetişkinler, yaşlılar, engelliler, kadınlar, gençler ve çocuklara yönelik her türlü sosyal ve kültürel hizmetleri yürütmek, geliştirmek ve bu amaçla sosyal tesisler kurmak, meslek ve beceri kazandırma kursları açmak, işletmek veya işlettirmek, bu hizmetleri yürütürken üniversiteler, yüksek okullar, meslek liseleri, kamu kuruluşları ve sivil toplum örgütleri ile işbirliği yapmak.

- Merkezî ısıtma sistemleri kurmak, kurdurmak, işletmek veya işlettirmek.

- Afet riski taşıyan veya can ve mal güvenliği açısından tehlike oluşturan binaları insandan tahliye etmek ve yıkmak (5216 sayılı Büyükşehir Belediye Kanunu'nun 7/a. Maddesi).

5216 sayılı Büyükşehir Belediyesi Kanunu'nun 7. Maddesinin b fıkrasında belirtilen ilçe belediyelere ait görevler şunlardır;

- Kanunlarla münhasıran büyükşehir belediyesine verilen görevler ile birinci fıkrada sayılanlar dışında kalan görevleri yapmak ve yetkileri kullanmak.

- Büyükşehir katı atık yönetim plânına uygun olarak, katı atıkları toplamak ve aktarma istasyonuna taşımak.

- Sıhhî işyerlerini, 2 nci ve 3 üncü sınıf gayrisıhhî müesseseleri, umuma açık istirahat ve eğlence yerlerini ruhsatlandırmak ve denetlemek.

- Birinci fıkrada belirtilen hizmetlerden; 775 sayılı Gecekondu Kanununda belediyelere verilen yetkileri kullanmak, otopark, spor, dinlenme ve eğlence yerleri ile parkları yapmak; yaşlılar, özürlüler, kadınlar, gençler ve çocuklara yönelik sosyal ve kültürel hizmetler sunmak; mesleki eğitim ve beceri kursları açmak; sağlık, eğitim, kültür tesis ve binalarının yapım, bakım ve onarımı ile kültür ve tabiat varlıkları ve tarihî dokuyu korumak; kent tarihi bakımından önem taşıyan mekânların ve işlevlerinin geliştirilmesine ilişkin hizmetler yapmak.

- Defin ile ilgili hizmetleri yürütmek (5216 sayılı Büyükşehir Belediye Kanunu'nun 7/b. Maddesi).

3.2.1. Büyükşehir Belediyelerinin Organları

Büyükşehir belediyelerinin Büyükşehir Belediye Meclisi, Büyükşehir Belediye Encümeni ve Büyükşehir Belediye Başkanı olmak üzere üç ayrı organı vardır. Bu organlardan büyükşehir belediye meclisi karar, büyükşehir belediye encümeni ve büyükşehir belediye başkanı yürütme organıdır.

3.2.1.1. Büyükşehir Belediye Meclisi

Büyükşehir belediye meclisi, büyükşehir belediyesinin karar organıdır. Meclis üyeleri, büyükşehir belediyesi sınırlarında kalan ilçe belediyelerinde ikamet edenler tarafından seçilmektedir.

Büyükşehir Belediye meclislerine ait görevler 5216 sayılı yasanın çeşitli maddelerinde gösterilmiştir. Bunlar:

- İlçe belediyelerine ait görevlerden bir veya birkaçını mali külfeti anılan belediyeler tarafından karşılanması ve bunların istekte bulunması kaydıyla ortaklaşa veya bizzat büyükşehir belediyesince yapılmasına karar vermek.

- Büyükşehir belediyesi bünyesinde hizmet birimleri kurulmasına, bunların kaldırılmasına veya birleştirilmesine karar vermek.

- Büyükşehir belediyesine ait olan iktisadi kuruluşların safi gelirinden belediye bütçesine aktarılacak miktarın oranını tespit etmek.

- İlçe belediye bütçelerini yatırım ve hizmetler arasında bütünlüğü sağlayacak şekilde gözden geçirerek aynen veya değiştirerek kabul etmek.

- İlçe belediyelerinin kendi aralarında veya büyükşehir belediyesi ile aralarında anlaşmazlık çıkması veya ilçe belediyeleri arasında farklı uygulamalar bulunması halinde, bu anlaşmazlık ve farklı uygulamaları ortadan kaldırmak amacıyla yönlendirici ve düzenleyici tedbirler almak

- Yeni kurulan büyükşehir belediyelerinde meydan, bulvar cadde, yol, sokak, park, spor ve kültürel tesislerin büyükşehir belediyesi ile ilçe belediyeleri arasında dağılımına ilişkin esasları belirlemek.

- 5393 sayılı yasa ve diğer ilgili yasalarla, belediye meclislerine verilen görev ve yetkileri yerine getirmek (Ulusoy ve Akdemir, 2012:309).

3.2.1.2. Büyükşehir Belediye Encümeni

Büyükşehir belediye encümeni, büyükşehir belediyelerinin yürütme organıdır. Büyükşehir belediye encümeni, belediye başkanının başkanlığında, belediye meclisinin kendi üyeleri arasından bir yıl için gizli oyla seçeceği beş üye ile biri genel sekreter, biri malî hizmetler birim amiri olmak üzere belediye başkanının her yıl birim amirleri arasından seçeceği beş üyeden oluşur.

Belediye başkanının katılamadığı toplantılarda, encümen toplantılarına genel sekreter başkanlık eder (5216 sayılı Büyükşehir Belediye Kanunu'nun 16. Maddesi).

3.2.1.3. Büyükşehir Belediye Başkanı

Büyükşehir belediye başkanı, büyükşehir belediye idaresinin başı ve tüzel kişiliğinin temsilcisidir. Büyükşehir belediye başkanı, ilgili kanunda gösterilen esas ve usullere göre büyükşehir belediyesi sınırları içindeki seçmenler tarafından 5 yıllığına doğrudan seçilir.

Büyükşehir belediye başkan vekili, Belediye Kanunundaki usullere göre belirlenir. Ancak, büyükşehir kapsamındaki ilçe ve ilk kademe belediye başkanları büyükşehir belediye başkan vekili olamaz.

Büyükşehir ve büyükşehir kapsamındaki ilçe ve ilk kademe belediye başkanları görevlerinin devamı süresince siyasi partilerin yönetim ve denetim organlarında görev alamaz, profesyonel spor kulüplerinin başkanlığını yapamaz ve yönetiminde bulunamaz (5216 sayılı Büyükşehir Belediye Kanunu'nun 17. Maddesi).

Büyükşehir belediye başkanlarına ait görevler şunlardır;

- Belediye teşkilatının en üst amiri olarak belediye teşkilâtını sevk ve idare etmek, beldenin ve belediyenin hak ve menfaatlerini korumak.

- Belediyeyi stratejik plâna uygun olarak yönetmek, belediye idaresinin kurumsal stratejilerini oluşturmak, bu stratejilere uygun olarak bütçeyi hazırlamak ve uygulamak, belediye faaliyetlerinin ve personelinin performans ölçütlerini belirlemek, izlemek ve değerlendirmek, bunlarla ilgili raporları meclise sunmak.

- Büyükşehir belediye meclisi ve encümenine başkanlık etmek, bu organların kararlarını uygulamak.

- Bu Kanunla büyükşehir belediyesine verilen görev ve hizmetlerin etkin ve verimli bir şekilde uygulanabilmesi için gerekli önlemleri almak.

- Büyükşehir belediyesinin ve bağlı kuruluşları ile işletmelerinin etkin ve verimli yönetilmesini sağlamak, büyükşehir belediyesi ve bağlı kuruluşları ile işletmelerinin bütçe tasarılarını, bütçe üzerindeki değişiklik önerilerini ve bütçe kesin hesap cetvellerini hazırlamak.

- Büyükşehir belediyesinin hak ve menfaatlerini izlemek, alacak ve gelirlerinin tahsilini sağlamak.

- Yetkili organların kararını almak şartıyla, büyükşehir belediyesi adına sözleşme yapmak, karşılıksız bağışları kabul etmek ve gerekli tasarruflarda bulunmak.

- Mahkemelerde davacı veya davalı sıfatıyla ve resmî mercilerde büyükşehir belediyesini temsil etmek, belediye ve bağlı kuruluş avukatlarına veya özel avukatlara temsil ettirmek.

- Belediye personelini atamak, belediye ve bağlı kuruluşlarını denetlemek.

- Gerektiğinde bizzat nikâh kıymak.

- Diğer kanunların belediye başkanlarına verdiği görev ve yetkilerden büyükşehir belediyesi görevlerine ilişkin olan hizmetleri yerine getirmek ve yetkileri kullanmak **(**İptal: Anayasa Mahkemesi'nin 25/1/2007 tarihli ve E.: 2004/79, K.: 2007/6 sayılı Kararı ile).

- Bütçede yoksul ve muhtaçlar için ayrılan ödeneği kullanmak, özürlülerle ilgili faaliyetlere destek olmak üzere özürlü merkezleri oluşturmak (5216 sayılı Büyükşehir Belediye Kanunu'nun 18. Maddesi).

4. KÖYLER

442 sayılı Köy Kanunu'nda köy 3 şekilde tanımlanmıştır. Bunlar:

Nüfusu 2.000'den aşağı yurtlara köy denir (442 Sayılı Köy Kanunu'nun 1. Maddesi).

Cami, mektep, otlak, yaylak, baltalık gibi orta mallar bulunan ve toplu veya dağınık evlerde oturan insanlar bağ, bahçe ve tarlalarıyla birlikte bir köy teşkil ederler (442 Sayılı Köy Kanunu'nun 2. Maddesi).

Köy bir yerden bir yere götürülebilen veya götürülemeyen mallara sahip olan ve iş bu kanun ile kendisine verilen işleri yapan başlı başına bir varlıktır (442 Sayılı Köy Kanunu'nun 7. Maddesi).

Bugünkü yapısıyla köylerin kurulması ve teşkilatlanması 19.yüzyılın ilk yarısına kadar gitmektedir. Muhtarlıklar, özellikle Yeniçeri Ocağının kapanmasından sonra bozulan asayişi düzeltmeye yönelik daha çok bir güvenlik birimi olarak kurulmuştur. 1829 tarihinde başlayan teşkilatlanma zamanla bütün ülkeye yayılmıştır. Köylerle ilgili düzenleme önceleri 1858 tarihli bir "Talimat" ile yapılmıştır. 1864 tarihli "Vilayet Nizamnamesi" içinde köylerle ilgili bir bölüm yer almış, bağımsız bir kanun ise ancak Cumhuriyet döneminde çıkarılmıştır (Salihoğlu, 2009:21).

Köy Kanunu'na göre nüfusu yüz elliden aşağı olan köyler bu kanuna göre köy ahalisinden seçim hakkı olanların yarısından çoğunun istemesiyle etrafındaki bir saat ve ondan aşağı olan köylerden birine bağlanırlar veyahut vali veya kaymakam bu kanunun hangi maddeleri yapılacağını ayrıca emreder. Bu kabil köyler hiçbir köye bağlanmaz ve vali veya kaymakam da hiçbir emir vermezse eski göreneklerine göre işlerini yapar (442 Sayılı Köy Kanunu'nun 89. Maddesi).

Yeni bir köyün kurulması beş şekilde olabilir. Bunlar:

- (*)Bir köye veya belediyeye ait bir veya birden çok bağlının bu idari birimlerden ayrılarak bağımsız bir köy olarak kurulması, birden çok köye veya belediyeye ait bağlıların bu idari birimlerden ayrılıp kendi aralarında birleşmek suretiyle bağımsız köy kurulması, birden çok köyün tüzel kişiliklerinin kaldırılarak yeni bir köy kurulması, köy merkezinin kendi idari sınırları içinde yerinin değiştirilmesi, köy merkezinin kendi idari sınırları içinde yerinin değiştirilmesi,

- 7269 Sayılı Umumi Hayata Müessir Afetler Dolayısıyla Alınacak Tedbirler, Yapılacak Yardımlara Dair Kanun hükümlerine göre, tabii afete uğramış olması veya uğrama tehlikesi bulunması sebebiyle bir köy veya bağıllarının Bakanlar Kurulu Kararı ile başka yere yerleştirilmesi,

- 6831 sayılı Orman Kanunu'nun, 23.09.10983 tarih ve 2896 sayılı Kanunun 9.maddesiyle değişik, 13. maddesinin (B) bendine göre yerinde kalkındırılması imkânı bulunmayan orman içi köy veya köy bağıllarının Bakanlar Kurulu Kararı ile başka yere yerleştirilmesi,

- 14.06.1934 tarih ve 2510 sayılı "İskân Kanunu" hükümleri uyarınca yurdumuza kabul edilen göçmenlerin yetkili mercilerce ayrı bir köy halinde yerleştirilmesi,

- (*)Bunların dışında ekonomik ve sosyal nedenlerle, bulundukları yerleşik yeri terk ederek ekonomik odaklara, yol kavşakları gibi yerlere halkın yerleşmesi sonucunda bir köy kurulması, hallerinde gerekli işlemler yapılır.

Yeni bir köyün kurulması (*) ile gösterilen durumlardaki gibiyse, o yerde bulunan seçmenlerin en az yarısından bir fazlasının birlikte verecekleri dilekçe ile en yakın mülki idare amirine başvurmaları gerekmektedir (11.05.1988 tarih 19811 Sayılı Sınır Anlaşmazlığı Mülki Ayrılma ve Birleşme ile Köy Kurulması ve Kaldırılması Hakkındaki Yönetmeliğin 32. Maddesi).

Köye ait işler ikiye ayrılır:

- Mecburi olan işler,

- Köylünün isteğine bağlı olan işler.

Köylü mecburi olan işleri görmezse ceza görür. İsteğine bağlı olan işlerde ceza yoktur. Ancak köylünün isteğine bağlı bu gibi işlerde köy derneğinin yarısından çoğu hükmederler ve vilayete bağlı olan yerlerde vali ve kazaya bağlı olan köylerde kaymakamın rızasını alırlarsa o iş bütün köylü için mecburi olur ve yapmayan ceza görür (442 Sayılı Köy Kanunu'nun 12. Maddesi). Mecburi işler, köyün temizliği, köyün güvenliği vb. köyde yaşayanların tamamını ilgilendiren işlerdir. İsteğe bağlı işler, spor aktiviteleri, berber, ayakkabıcı yetiştirmek vb. köyde yaşayanların kendi istekleriyle yapmış olduğu işlerdir.

Türkiye'de Aralık 2010 tarihi itibariyle toplam köy sayısı 34.386, aynı tarih itibariyle köy statüsüne kavuşmamış bağlı olarak nitelendirilen yerleşim yerleri sayısı ise 46.915'dir (www.illeridaresi.gov.tr, Erişim Tarihi:01.03.2012). Adrese dayalı nüfus kayıt sistemi 2010 yılı nüfus sayımı sonuçlarına göre toplam köy nüfusu 12.155.230'dur. Ortalama köy nüfusu 354 kişidir (www.migm.gov.tr, Erişim Tarihi:01.03.2012).

4.1. Köy İdaresinin Organları

Köy idaresinin Köy Derneği, İhtiyar Meclisi ve Muhtar olmak üzere üç ayrı organı vardır. Bunlardan muhtar, yürütme organı, ihtiyar meclisi ve köy derneği danışma ve karar organlarıdır.

4.1.1. Köy Derneği

442 sayılı Köy Kanununda köy derneği; köy muhtarı ve ihtiyar meclisi üyelerini seçmeye hakkı olan kadın ve erkek köylülerin topluluğu olarak tanımlanmıştır. Bu tanımdan, köyde ikamet eden on sekiz yaşını dolduran kadın ve erkeklerin köy derneğinin doğal üyesi olduğu sonucu çıkmaktadır. Köy derneğine belirli konularda karar verme yetkisi verilmiştir.

Köy Derneğinin Görev ve Yetkileri şunlardır:

- Köylünün isteğine bağlı olan işlerin mecburi hale getirilmesine karar vermek,

- Köylü kadın ve erkekler arasından köy muhtarını ve ihtiyar meclisi üyelerini seçmek,

- Köy muhtarı ve ihtiyar meclisi üyelerinin köy tüzel kişiliği ile davacı veya davalı olması durumunda köy tüzel kişiliğini temsile yetkili birini seçmek (www.migm.gov.tr, Erişim Tarihi:01.03.2012).

4.1.2. İhtiyar Meclisi

İhtiyar meclisi, köy yönetimine ilişkin kararların alındığı, üyeleri köy derneğince seçilen karar organıdır. İhtiyar meclisi üyeliği seçimleri her beş yılda bir yapılan mahalli idareler seçimlerinde gerçekleştirilir. İhtiyar meclisine üye seçilebilmek için, en az altı aydan beri o köyde oturmak, 25 yaşını doldurmak, Türk vatandaşı olmak ve 2972 sayılı Mahalli idareler İle Mahalle Muhtarlıkları ve İhtiyar Heyetleri Seçimi Hakkında Kanunda ve bu Kanunun atıf yaptığı diğer kanunlarda öngörülen hükümlerce seçilmeye mani hâli olmamak gerekir. Üyelik için ilkokul

mezuniyeti şartı aranmaz, okur-yazar olmak yeterlidir. Köy ihtiyar meclisine son genel nüfus sayımı sonuçlarına göre; nüfusu 1.000'e kadar olan köylerde 8, nüfusu 1 001'den 2000'e kadar olan köylerde 10, nüfusu 2 000'den fazla olan köylerde 12 üye seçilir. Oyların sayımı sonucunda en çok oy alanlardan başlanarak nüfusu 1 000'e kadar olan köylerde ilk dört üye, nüfusu 1 001 'den 2 000'e kadar olan köylerde ilk beş üye ve nüfusu 2 000'den fazla olan köylerde ilk altı üye asıl, geri kalanlar ise yedek üye olur. Köy muhtarlığı ve köy ihtiyar meclisi üyeliği seçimlerinde adaylık usulü yoktur. Köyün imamı ile öğretmeni veya başöğretmeni ihtiyar meclisinin doğal üyesidirler. Bir köyde birden fazla imam bulunursa ihtiyar meclisinde aza olarak bulunacak imamı kaymakam seçer.

İhtiyar meclisi en az haftada bir defa toplanır. İhtiyar meclisini toplanmaya muhtar çağırır. İhtiyar meclisi, köy muhtarının çağırmadığı ve meclisin toplanma günü olmadığı vakitlerde dahi köy muhtarına haber vererek kendi isteği ile toplanabilir. İhtiyar meclisi kararları bir deftere kaydolunur ve kararlar üyeler tarafından imzalanır.

İhtiyar Meclisinin görev ve yetkileri şunlardır:

- Köylüye ait işleri konuşmak ve hangi işlerin köylü tarafından kendileri çalışarak doğrudan doğruya ve hangi işlerin para ile veya işçi ile görülebileceğine karar vermek,

- Köy Kanununun 13 ve 14 üncü maddelerinde yazılı mecburi ve isteğe bağlı işleri yapmak için gerekmesi durumunda köy sınırı içindeki taşınmazları piyasa fiyatından satın almak,

- Tarlası olmayan veya yetişmeyen köylüye köyün sınırı içinden boş araziden bir parça ayırıp vermek ve kullanma yetkisi mal sandığına veya diğer dairelere geçmiş olan araziyi köy adına satın alıp arazisi olmayanlara vermek ve bedelini taksitle köy sandığına ödetmek,

- Köylünün kaçar gün çalışacağına karar vermek,

- Köyde oturanlara ve köyle ilgisi bulunanlara salma salmak, salınacak paranın miktarına karar vermek ve buna yapılacak itirazları karar bağlamak,

- Köy sınırının değişmesi için müracaatta bulunmak,

- Mühürlenecek ilmühaberlerden alınacak ücretleri gösteren cetveli yapmak,

- Köy parasının yerinde harcanmasını ve yolsuzluk olmamasını köy muhtarıyla birlikte sağlamak,

- Köy Kanununun 13 üncü maddesindeki köylüye ait mecburi işleri yapmayanlara para cezası uygulamak,

- Köy korucusunun tutulmasına karar vermek,

- Görevini gereği gibi yapmayan veya kendilerine yasak işleri yapan korucular hakkında uyarma, kınama ve işten çıkarma cezası vermek,

- Köy Yerleşme Planının yapılmasına, Yapılan plan gereğince köy tüzel kişiliği adına tescil ettirilen parsellerin köyde ikamet eden ve köy nüfusuna kayıtlı olan ihtiyaç sahiplerine satılmasına karar vermek,

- Köylünün iki tarafın uzlaşmasıyla bitirilebilen her türlü işlerini görmek (442 Sayılı Köy Kanunu'nun 44. Maddesi).

4.1.3. Muhtar

Muhtar, köy idaresinin yürütme organıdır ve aynı zamanda köy idaresinin de başkanıdır. Köy muhtarı köy derneği tarafından seçilir. Muhtarlık seçimlerinde siyasi partiler aday gösteremez. Muhtarların görev süresi beş yıldır.

Muhtarın göreceği işler devlet ve köy işleri olmak üzere ikiye ayrılmıştır. Köy Kanunu'nun 36. maddesinde muhtarın göreceği devlet işleri sıralanmıştır. 37. maddesinde ise köy tüzel kişiliğinin temsilcisi olarak göreceği işler belirtilmiştir. Muhtarın göreceği devlet işleri şunlardır:

- Hükümet tarafından bildirilecek kanunları, nizamları köy içinde ilan etmek ve halka anlatmak ve kanunlar, nizamlar, talimatlar, emirler ile kendisine verilecek işleri görmek;

- Köyün sınırı içinde dirlik ve düzenliği korumak (asayişi korumak);

- Salgın ve bulaşık hastalıkları günü gününe Hükümete haber vermek;

- Hekim olmayanların ve üfürükçülerin hastalara ilaç yapmasını menetmek ve Hükümete haber vermek;

- Köylünün çiçek ve bulaşık hastalıklar aşısı ile aşılanıp hastalıktan kurtulmasına çalışmak;

- Köye gelip gidenlerin niçin gelip gitmekte olduklarını anlamak ve bunlar içinde şüpheli adamlar veyahut ecnebiler görülürse hemen yakın karakola haber vermek;

- Her ay içinde köyde doğan, ölen, nikâhlanan ve boşananların defterini yapıp ertesi ayın onuncu gününden evvel nüfus memuruna vermek ve köyün nüfus defterini birlikte götürerek vukuatı yürüttürmek;

- Vergi toplamak için gelen tahsildarlara yol göstermek, yardım etmek ve tahsildarların yolsuzluğunu görürse Hükümete haber vermek.

- Asker toplamak ve bakaya ve kaçakları Hükümete haber vermek;

- Köy civarında eşkıya görürse Hükümete haber vermek ve elinden gelirse tutturmak;

- Köylünün ırzına ve canına ve malına el uzatan ve Hükümet kanunlarını dinlemeyen kimseleri köy korucuları ve gönüllü korucularla yakalattırarak Hükümete göndermek;

- Köy sınırı içinde yangın ve sel olursa köylüleri toplayıp söndürmeğe ve çevirmeğe çalışmak, (orman yangınlarında sınırdan dışarı olsa dahi yardıma mecburdurlar.);

- Mahkemelerden gönderilen celpname ve her türlü tezkere ve hükümleri lazım gelenlere bildirerek istenilen işleri yapmak ve mahkeme mubaşirine ve jandarmaya vazifesinde kolaylık göstermek;

- İhzar ve tevkif müzekkereleri (bazı adamların kanun namına tutulmasını emreden mahkeme kağıdı) gösterildikte aranılan kimseleri kağıdı getirenlere tutturmak;

- Zarar görenlerin şikayeti ve bilip işitenlerin haber vermesi üzerine sorup araştırmak;

- Bu kanunda ismi geçen davaları ihtiyar meclisine söyleyip hükmünü almak (442 sayılı Köy Kanunu'nun 36. Maddesi).

Muhtarın göreceği köy işleri şunlardır:

- 13 üncü maddede sayılan işleri ihtiyar meclisi ile görüşerek yapmak ve yaptırmak;

- 14 üncü maddede sayılan işlerin yapılabilmesi için köylülere öğüt vermek;

- İhtiyar meclisi ile görüştükten sonra köylüyü işe çağırmak;

- İhtiyar meclisi kararı ile köy işlerine harcanacak parayı toplamak;

- Köy işlerine harcanacak parayı topladıktan sonra harcamak için emir vermek;

- Bir ay içinde nerelere ve ne kadar para harcamış ise gelecek ay başında hesabını ihtiyar meclisine vermek;

- Köy işlerinde hem davacı, hem hasım olarak mahkemede bulunmak ve isterse mahkemeye diğer birini yerine (vekil) göndermektedir (442 sayılı Köy Kanunu'nun 37. Maddesi).

5. MAHALLİ İDARE BİRLİKLERİ

Mahalli idare birlikleri 5355 Sayılı Mahalli İdare Birlikleri Kanunu'nda birden fazla mahallî idarenin, yürütmekle görevli oldukları hizmetlerden bazılarını birlikte görmek üzere kendi aralarında kurdukları kamu tüzel kişisi olarak tanımlanmıştır (5355 Sayılı Mahalli İdare Birlikleri Kanunu'nun 3/b Maddesi).

Mahalli idare birliklerinin ve belediyeye bağlı idarelerin sayıları aşağıdaki tabloda gösterilmiştir:

Tablo 2.6. : Mahalli İdare Birliklerinin ve Belediyeye Bağlı İdarelerin Sayısı

Türü	Belediyeye Bağlı İdareler	Mahalli İdare Birlikleri
Sayı	19	1.793

Kaynak: www.migm.gov.tr, Erişim Tarihi 01.03.2012.

Tablo 2.6'da mahalli idare birliklerinin sayısı 1.793, belediyeye bağlı idarelerin sayısı 19 olarak gösterilmiştir. 2007 yılından itibaren türlerine göre birlik sayıları aşağıdaki tabloda gösterilmiştir:

Tablo 2.7. : Türleri İtibarıyla Mahalli İdare Birliklerinin Sayıları (2010)

S.No	Türü	2007	2008	2009	2010
1	Ulusal Düzeyde Birlikler	2	2	2	2
2	Belediye Hizmet Birliği	64	67	64	63
3	Özel İdare-Belediye Hizmet Birliği	14	14	15	15
4	Kalkınma Birliği	12	13	14	13
5	Çevre Altyapı Hizmet Birliği	90	108	115	125
6	Turizm Birliği	30	51	66	70
7	Sulama Birliği	370	376	391	411
8	İçmesuyu Birliği	123	139	155	164
9	Köylere Hizmet Götürme Birliği	878	896	908	909
10	Diğer	20	20	20	21
Toplam		**1.603**	**1.686**	**1.750**	**1.793**

Kaynak: www.migm.gov.tr, Erişim Tarihi 01.03.2012.

Tablo 2.7'de 2010 yılı sonu itibarıyla türleri itibarıyla mahalli idare birliklerinin sayıları; 909'u köylere hizmet götürme birliği (KHGB), 411'i sulama birliği, 164'ü içmesuyu birliği, 63'ü belediye hizmet birliği, 70'i turizm birliği, 125'i çevre altyapı hizmet birliği, 15'i özel idare-belediye hizmet birliği, 2'si ulusal düzeyde birlik, 13'ü kalkınma birliği ve 21'i diğer birlikler olmak üzere toplam birlik sayısı 1.793'tür.

Mahalli idare birliği kurulabilmesi için iki veya daha fazla mahalli idarenin bir araya gelerek bir tüzük üzerinde anlaşmaları gerekmektedir. İlgili Valiliğin ya da

İçişleri Bakanlığının tüzüğü onaylamasından sonra Bakanlar Kurulu kararı ile mahalli idare birliği kurulabilmektedir.

Mahallî idarelerin menfaatlerinin korunması, gelişmelerine yardımcı olunması, personelinin eğitilmesi ve mahallî idarelerle ilgili kanun hazırlıklarında görüş bildirilmesi amacıyla il özel idarelerini ve belediyeleri temsil etmek üzere ülke düzeyinde sadece birer birlik kurulabilir. Bu durum ülke düzeyinde olmaksızın bu amaçlarla başka mahallî idare birliği kurulmasına engel oluşturmaz. İl özel idareleri ve belediyeler ülke düzeyinde kurulan birliklerden kendilerine ait olanın doğal üyesidir(5355 Sayılı Mahalli İdare Birlikleri Kanunu'nun 20. Maddesi). Belediyeleri temsil etmek üzere Türkiye Belediyeler Birliği ve il özel idarelerini temsil etmek üzere Vilayetler Hizmet Birliği kurulmuştur.

5.1. Birlik Türleri

Birlik türleri birliği oluşturan mahalli idare birimleri, birliklerin faaliyet alanları ve amaçlarının sayısına göre sınıflandırılmaktadır.

Birliği oluşturan mahalli idarelere göre birlik türleri, iller arası birlikler, belediyeler arası birlikler, köyler arası birlikler ve il, belediye ve köyler arası birlikler olmak üzere dörde ayırabiliriz.

a) İller Arası Birlikler: İki ya da daha çok il özel idaresinin bir araya gelerek oluşturdukları birliklerdir. Bu tür birliklerde amaç, yasalarla illere bırakılmış yerel görevlerin birlik kuruluşu içinde, ortak tesisat ve yönetimle yerine getirilmesidir. İller arası birliklerde birlik tüzüğü üye illerin genel meclislerince oy birliği ile kabul edildikten sonra İçişleri Bakanlığının onayı ile kesinleşir. Vilayetler Hizmetler Birliği, Erzurum, Erzincan, Bayburt İlleri Kalkınma Birliği gibi(s:365).

b) Belediyeler Arası Birlikler: Sadece belediyeler arasında kurulan birliklerdir. Bu tür birlikleri ülkesel ölçekte, bölgesel ölçekte, alt bölgesel ölçekte şeklinde ele almak mümkündür. Türkiye Belediyeler Birliği, Doğu Karadeniz Belediyeler Birliği, Afyon Belediyeler Birliği gibi.

c) Köyler Arası Birlikler: Köy birlikleri sayıca fazladır ve yurt düzeyinde yayılmıştır. Bunun temel nedeni ise köyler arası birlikleri merkezi idarenin köy idarelerine hizmet götürmede bir araç olarak kullanmasıdır. KÖYDES gibi.

d) İl, Belediye ve Köyler Arası Birlikler : Diğer birlik türlerinin aksine bu tür birlikler farklı yönetim birimleri arasında kurulabilmektedir. Bu birlikler:

- İl özel idaresi-belediye-köy
- İl özel idaresi-belediye
- İl özel idaresi-köy
- Belediye-köy

Arasında kurulabilmektedir. Serik Çevre, Kültür ve Turizm Altyapı Birliği, Kapadokya İl Özel İdareleri ve Belediyeler Birliği, Güzelyayla Turizm Merkezi Altyapı Hizmetler Birliği, Eğiridir Meyve Üreticileri Birliği gibi (Ulusoy ve Akdemir, 2012:365-6).

5.2. Birliklerin Faaliyet Alanlarına Göre Faaliyet Türleri

Birliklerin temel faaliyet alanları: Belediyecilik eğitimi, üye belediyelere danışmanlık, çevrenin korunması, bölge planlama çalışması, ortak alım hizmetleri, üye belediyelere sigorta hizmeti, bilgi birikimi ve yayın faaliyetleri olarak sıralanabilir. Bir birliğin bütün alanlarda faaliyet göstermesi zor olduğundan birlikler genellikle bir ya da birkaç amacı gerçekleştirmek için örgütlenmektedir.

Birlikler faaliyet alanlarına göre: Zorunlu Birlikler, Turizm Altyapı Hizmetler Birlikleri, Köylere Hizmet Götürme Birlikleri, Ülke Düzeyinde Kurulan Birlikler ve Diğer Birlikler şeklinde sıralamak mümkündür.

a) Zorunlu Birlikler: Su, atık, katı atık ve benzeri altyapı hizmetleri ile çevre ve ekolojik dengenin korunmasına ilişkin projelerin zorunlu kılması durumunda oluşturulmuş birliklerdir. Bu birliklere katılmak ve ayrılmak için Bakanlar Kurulu kararı gereklidir.

b) Turizm Altyapı Hizmet Birlikleri: Kültür ve turizm koruma ve gelişim bölgeleri ile turizm merkezlerinde, alanın bütüncül bir anlayışla korunması, geliştirilmesi, tanıtımı, kültür ve turizme ilişkin sosyal ve teknik altyapının gerçekleştirilmesi ve işletilmesini sağlamak amacıyla alandaki bütün mahalli idarelerin katılımı ile kurulan mahalli idare birlikleridir.

c) Köylere Hizmet Götürme Birlikleri: Bakanlık ve diğer merkezi idare kuruluşları ile il özel idarelerinin; köye yönelik hizmetlerine ilişkin yapım, bakım ve onarım işleri, bölünmüş yol, elektrifikasyon, köy yolu, içme suyu, sulama suyu ve kanalizasyon yatırımları gerçekleştirmek üzere kurulmuş birliklerdir.

ç) Ülke Düzeyinde Birlikler: Mahalli idarelerin menfaatlerinin korunması, gelişmelerine yardımcı olunması, personelinin eğitilmesi ve mahalli idarelerle ilgili kanun hazırlıklarında görüş bildirilmesi amacıyla kurulan birliklerdir. 5355 sayılı kanuna göre il özel idarelerini ve belediyeleri temsil etmek üzere ülke düzeyinde sadece birer birlik kurulabilir.

d) Diğer Birlikler: Diğer birlikleri üç sınıfta gruplandırabiliriz. Bunlar:

Ekonomik ve ticari amaçlı birlikler: Ulaştırma, sergi, fuar, vb.

Sosyal ve kültürel amaçlı birlikler: Eğitim, kreş çocuk yuvası kurma, vb

Diğer hizmetleri gerçekleştirmeye yönelik birlikler: Kalkınma amaçlı, hayvancılık, ormancılık, vb.

5.3. Mahalli İdare Birliklerini Doğuran Etmenler

Mahalli idare birliklerini doğuran etmenler hizmet gereksinimi, yerel görevlerde farklılaşma, ekonomik gereksinimler, hemşehrilik etmeni, politik tatmin olmak üzere 5 ayrı grupta sınıflandırılmıştır.

a) Hizmet Gereksinimi: Geçmişin endüstriyel ve ticari gelişmesinde yaşanılan mesafe ve fiziki zorluk gibi engellerin olmayışı, mahalli idareleri ve yerel halkı artan gereksinimleri karşılamak üzere iş birliği yapmaya yöneltmiştir.

b) Yerel Görevlerde Farklılaşma: Yerel görevleri yerine getirmede mahalli idareleri farklı bir oluşuma yönelten bu nedenleri: araç-gereç etmeni, parasal etmen ve personel etmeni olmak üzere üçe ayrılmaktadır.

ba) Araç-Gereç Etmeni: Mahalli idareler, bazen tek başlarına edinemedikleri ya da işletilmelerini çeşitli nedenlerle sürdüremedikleri araç ve gereçleri(kamyon, yol yapımı ve bakım makineleri, ambulans ve benzeri ekipmanları) birlik kurarak sağlamaktadır.

bb) Parasal Etmen: Mahalli idare birliklerinin ortaya çıkışında parasal etmenin etkisi göz ardı edilemez. Gelir kaynaklarının daha çok merkezi idarelerde toplandığı günümüzde, sınırlı parasal kaynaklara sahip mahalli idare birimleri yerel halkın artan gereksinimlerini yeterince karşılayamamaktadır.

bc) Personel Etmeni: Bir kısım mahalli idare hizmetlerinin yerine getirilmesinde, alanında yetişmiş uzman personele ihtiyaç duyulmaktadır. Uzman personelin düşük ücretle çalışmaya yanaşmasına karşın, yürürlükte mevzuatlar, bu personele çekici bir aylık ve ücret ödenmesini mümkün kılmamaktadır.

c) Ekonomik Gereksinimler: Mahalli idareler, artan hizmet talebini karşılamak için gelir artırıcı çaba sarf ettikleri gibi, kaynak israfını önlemek ve kıt olan kaynaklarıyla hizmet talebini karşılamaya yönelik yeni kurum ve oluşumlar da kurmaktadır. Birlikler üyelerine göre daha büyük nüfus grupları ve coğrafi alana hizmet götürdüklerinden, yerel hizmetleri daha etkili ve etkin bir şekilde sunabilmektedir.

ç) Hemşehrilik Etmeni: Yoğunlaşan istekleri karşılamak amacıyla, bölgesel imkânları harekete geçirerek etraflarındaki mahalli idarelerle birlik kurma yoluna gidebilmektedir. Mahalli idare yöneticilerinin bu tür girişimlerde bulunması yöre halkının kendilerine olan desteğini artırdığı gibi, işadamları ve hemşehrilerinde yöresel sorunlara karşı daha duyarlı davranarak maddi ve manevi yardımda bulunmalarını sağlamaktadır.

d) Politik Tatmin: Görevlere herhangi bir nedenle seçilemeyen ya da daha önce bu tür görevlerde yer alan fakat aynı görevlere tekrar seçilemeyen yerel siyasetçiler, birlik yönetimlerinde görev alarak kendilerini gösterebilir ve manevi

duygularını tatmin edebilirler. Daha çok kendini gösterme imkânı olarak bilinç altında yatan bu nedenin, birliklerin kurulmasında etkili unsurlardan biri olduğu söylenebilir (Ulusoy ve Akdemir, 2012:355-369).

5.4. Mahalli İdare Birliklerinin Organları

Mahalli idare birlikleri "birlik meclisi", "birlik encümeni" ve "birlik başkanından" oluşmaktadır. Birlik meclisi karar, birlik encümeni ve birlik başkanı ise yürütme organı niteliğindedir.

5.4.1. Birlik Meclisi

Birlik meclisi, birliğin karar organıdır ve birlik üyesi mahallî idarelerin meclislerinin kendi üyeleri veya belediye meclis üyeliğine seçilmeye haiz kişiler arasından, birlik tüzüğünde belirlenen sayıda ve gizli oyla seçecekleri üyelerden oluşur. Ancak dışarıdan seçileceklerin sayısı mahalli idare meclisinden seçileceklerin üçte birini geçemez. Asıl üye sayısının yarısı kadar yedek üye seçilir.

Birliğin üyesi olan il özel idaresi için vali, belediye için belediye başkanı ve köy için muhtar, birlik meclisinin doğal üyesidir. Birlik meclisinde bunların dışında doğal üye bulunmaz. Meclis üye tam sayısına doğal üyeler de dâhildir. Vali ve belediye başkanı birlik meclisinde kendisini temsil etmek üzere meclis üyelerinden birine yetki verebilir.

Üye mahallî idarelerden herhangi birinin birlik meclisindeki asıl üyeliklerinde boşalma olursa, birlik başkanı o mahallî idarenin yedek üyelerini göreve çağırır. Çağrılacak yedek üye kalmadığı takdirde üye mahallî idarelerin meclisleri, ilk toplantılarında yeniden yedek üye seçimi yapar. Birlik meclisinin feshedilmesi durumunda yeniden asıl ve yedek üye seçimi yapılır. Bu üyeler kalan süreyi tamamlar.

İl özel idaresi, belediye ve köy idarelerindeki görevleri sona erenlerin birlik meclisi üyeliği de sona erer.

Birlik meclisi üyeliği, üyeliğin düşmesini gerektiren bir sebeple sona erenler, bir sonraki dönemde birlik meclisi üyeliğine seçilemezler.

Birlik tüzüğünde, üye mahallî idarelerin birlik meclisinde nüfus ve katılım payı oranına göre temsil edilmesine dair esas getirilebilir.

Birlik başkanı aynı zamanda birlik meclisinin de başkanıdır (5355 Sayılı Mahalli İdare Birlikleri Kanunu'nun 8. Maddesi).

Birlik meclisinin görevleri şunlardır:

- Yatırım plânı ve çalışma programını görüşmek ve kabul etmek.

- Bütçe ve kesin hesabı kabul etmek, bütçede kurumsal kodlama yapılan birimler ile fonksiyonel sınıflandırmanın birinci düzeyleri arasında aktarma yapmak.

- Borçlanmaya karar vermek.

- Taşınmaz mal alımına, satımına, kiralanmasına ve takasına karar vermek.

- Birlik tarafından yürütülecek hizmetler için uygulanacak ücret tarifesini belirlemek.

- Şartlı bağışları kabul etmek.

- Dava konusu olan ve miktarı iki bin Yeni Türk Lirasından on bin Türk Lirasına kadar birlik alacaklarının sulhen halline karar vermek.

- Birlik yatırımlarının yap-işlet veya yap-işlet-devret modeli ile yapılmasına karar vermek.

- Birlik başkanlık divanını, birlik encümen üyelerini ve meclis ihtisas komisyonu üyelerini seçmek.

- Birlik teşkilâtına ait birimlerin kurulmasına karar vermek.

- Birlik tüzüğünde öngörülmesi halinde tüzük değişikliğini kabul etmek.

- Birlik tarafından çıkarılacak yönetmelikleri kabul etmek.

- Birlik başkanıyla birlik encümeni arasındaki anlaşmazlıkları karara bağlamak (5355 Sayılı Mahalli İdare Birlikleri Kanunu'nun 10. Maddesi).

5.4.2. Birlik Encümeni

Birlik encümeni, birlik başkanı ile sayısı yediyi geçmemek üzere birlik tüzüğünde gösterilecek sayıda meclis üyesinden oluşur. Ülke düzeyinde kurulan birliklerde bu sayı iki kat olarak uygulanır. Bu üyeler, birlik meclisince, dönem başı toplantısında kendi üyeleri arasından gizli oyla bir yıllığına görev yapmak üzere seçilirler. Birlik başkanı, encümeninin de başkanıdır.

Birlik encümeni birlik tüzüğünde belirtilen sürelerle toplanır. Bu süre bir ayı aşamaz.

Herhangi bir sebeple yıl içinde seçilen birlik encümeni, dönem başına kadar görev yapar. Birlik meclisi üyeliği sona erenlerin birlik encümeni üyeliği de sona erer.

Üye sayısı dört veya daha fazla olan mahallî idare birliklerinde, encümen üyelerinin ayrı ayrı mahallî idarelerin meclis üyeleri arasından seçilmesi zorunludur.

Birlik meclisinin feshi durumunda, yeni meclis oluşuncaya kadar birlik meclisi ve birlik encümenine ait görevler, ulusal düzeyde kurulan birlikler için İçişleri Bakanlığınca, diğer birlikler için birlik merkezinin bulunduğu yer mülkî idare amirince kamu görevlileri arasından biri başkan olmak üzere görevlendirilecek beş kişilik bir heyet tarafından yürütülür (5355 Sayılı Mahalli İdare Birlikleri Kanunu'nun 12. Maddesi).

Birlik encümeninin görevleri şunlardır:

- Yatırım plânı ve çalışma programı ile bütçe ve kesin hesabı inceleyip birlik meclisine görüş bildirmek.

- Kamulaştırma işlemlerinin gerektirdiği kamu yararı kararını almak.

- Öngörülmeyen giderler ödeneğinin harcama yerlerini belirlemek.

- Bütçede fonksiyonel sınıflandırmanın ikinci düzeyleri arasında aktarma yapmak.

- Kanunlarda öngörülen cezaları vermek.

- İki bin Yeni Türk Lirasına kadar olan davaların sulhen halline karar vermek.

- Taşınmaz mal alımına, satımına, kiralanmasına ve takasına ilişkin meclis kararlarını uygulamak (5355 Sayılı Mahalli İdare Birlikleri Kanunu'nun 13. Maddesi).

5.4.3. Birlik Başkanı

Birlik başkanı, birlik idaresinin başı ve tüzel kişiliğinin temsilcisidir.

Birlik başkanının görevleri şunlardır:

- Birliği yönetmek ve birliğin hak ve menfaatlerini korumak.

- Yatırım plânı ve çalışma programı ile bütçeyi ve kesin hesabı hazırlamak, uygulamak, izlemek, değerlendirmek ve bunlarla ilgili olarak hazırlayacağı yıllık faaliyet raporunu meclise sunmak.

- Birliği temsil etmek veya vekil tayin etmek.

- Birlik meclisine ve birlik encümenine başkanlık etmek.

- Birliğin taşınır ve taşınmaz mallarını idare etmek.

- Birliğin gelir ve alacaklarını takip ve tahsil etmek.

- Yetkili organların kararını almak şartıyla sözleşme yapmak.

- Birlik meclisi ve birlik encümeni kararlarını uygulamak.

- Birlik meclisi ve birlik encümeninin yetkisi dışında kalan diğer ödenek aktarmalarını yapmak.

- Birlik personelini atamak.

- Birliği denetlemek.

- Şartsız bağışları kabul etmek.

- Kanunlarla birliğe verilen ve birlik meclisi veya birlik encümeni kararını gerektirmeyen görevleri yapmak ve yetkileri kullanmak (5355 Sayılı Mahalli İdare Birlikleri Kanunu'nun 14. Maddesi).

6. MAHALLİ İDARELERDE KURUMSAL İTİBAR BİLEŞENLERİ

Güçlü bir itibar, bir kurumun sahip olabileceği önemli bir değerdir. İtibar dokunulamaz ve soyut bir değer olduğundan bu kavram kurumlarda somut değere dönüşür. Tüketicilerin kurumun ürün ve hizmetlerini satın almasını ve başkalarına bunları tavsiye etmesini daha fazla muhtemel kılar, yetenekli çalışanların kuruluşa katılmalarını ve kuruluşta çalışmalarını teşvik eder ve endüstri akranları arasında sözünü geçirir ve güvenilirliği oluşturur (Türker, 2005:64).

Kurumsal itibar, bir kurumun ürettiği mal ve hizmetlerin fiyatı, özellikleri ve kalitesi ile oluşur. Aynı zamanda rekabet stratejilerinin içine ekonomik ve sosyal hususların dâhil edilmesiyle kurum bağlılığı oluşur (Larkin, 2003:9)

Kurumların itibarlarını sadece kendilerinin sergiledikleri davranışlar belirlemez. Doğal olarak seçmenlerin kurumla ilgili olumlu veya olumsuz izlenimleri de itibarı doğrudan etkilemektedir. Herhangi bir örgütün veya kişinin, kurumunuz hakkında sarf ettiği olumlu düşünceler, insanların nezdinde itibarınızı yükseltecektir. Tersi durum söz konusu olduğunda ise itibar doğal olarak zedelenecektir (Karaköse, 2007:9). Güçlü itibara sahip olan kuruluşlar yeterliliği fazla olan çalışanlara cazip gelerek tercih edilmesini sağlayabilir, çalışanları daha fazla çalışmaya sevk ederek seçmenin duyarlılığını arttırabilir.

Günümüz rekabet şartlarında kamuoyunun sempatisini kazanmak ve bunu uzun süre korumak mümkün olamamaktadır. Bu yüzden iyi bir itibar oluşturmak ve bunu sürekli kılmak için devamlı çaba harcamak gerekmektedir (Karaköse, 2007:10).

Fombrun; iyi bir itibarı davetiyeye benzetmektedir. Yüksek bir itibarın kapıları açtığını, başkalarını davet ettiğini, müşterileri ve yatırımcıları beraberinde getirdiğini belirtmektedir (Büyük, 2003:23).

Kurumlar arasında bir rekabet ölçütü olan ve kurumların sürekliliğini sağlayan bir olgu olarak görülen itibar, kamu yönetimi açısından bakıldığında bir rekabet ölçütü olmasa da halkın desteğini ve güvenini sağlama noktasında vazgeçilmez bir öneme sahiptir. Bu görüş ışığında net bir şekilde ifade edilebilir ki; bir devletin itibarı son derece önemlidir. Çünkü devlet mekanizmasının sağlıklı işleyişi, halkın devletine duyduğu inanç ve güvene, dolayısıyla devlete ve kurumlarına verdiği desteğe bağlıdır. Devletin itibarı toplumsal uzlaşım ve toplumsal huzurun sağlanması açısından da önemlidir. Öte yandan Fombrun'un ifade ettiği gibi toplumun kurum hakkındaki algılamasını yansıtan bir ayna olması dolayısıyla, itibar bir devletin yurt dışındaki imajına da etki eder. Bu nedenle kendi halkı nezdinde itibar sahibi olan bir devlet, uluslararası platformda da itibar sahibi olur. Bu da o ülkenin kredibilitesini yükseltir ve global ölçekte oynayacağı rolün önem derecesini belirler (Türker, 2005:65).

Günümüzde devlet, bir taraftan milli sınırların dışında egemenlik alanlarını ve güçlerini daha fazla arttıran uluslararası örgütlenmelerin baskılarından ve toplumda güçlenen bireycilik eğilimlerinden doğan siyasal ve sivil nitelikli hak ve özgürlük talepleriyle; diğer taraftan vatandaşlara sunduğu kamu hizmetlerinin çok daha kaliteli ve tatmin edici olmasına ilişkin talep ve beklentilerle kuşatılmış bulunmaktadır. Artık devletin mutlak bir güç olmayıp toplumun ihtiyaçlarından doğduğu, kamu hizmetinin ise vatandaşlara "lütuf" seklinde verilen bir hizmet değil, devletin varlık nedeninin gereği olduğu herkes tarafından kabul edilmeye başlanmıştır. Ancak bu gerçek, teorik olarak kabul edilse de ülkemizde uygulama açısından tam olarak gerçekleştirilememektedir.

Bugün demokratik toplumların en önemli özellikleri olarak; geniş tabanlı katılım, büyüme ile birlikte gelirin yeniden dağılımı, yoksul dostu politikalar ve hesap verebilirlik öne çıkmakta, bunların gerçekleştirilebilmesinde ise yerinden yönetim ideal bir çözüm olarak görülmektedir. Mahalli idarelerin var olduğu pek çok ülkede halkın ihtiyaçlarının karşılanması için verimli, etkin ve yerel koşullara duyarlı kararlar alınarak ihtiyaçlara uygun, esnek, verimli hizmet sunulabilmektedir (Ulusoy ve Akdemir, 2012:23).

Dürüst, güvenilir ve eşit kamu hizmeti kamu kurumlarına olan güveni arttırdığı gibi iş dünyası için de uygun bir ortam oluşturmak suretiyle piyasaların iyi işlemesine ve ekonomik gelişmeye katkıda bulunur. Bu noktada ekonomik gelişmişlik düzeyi ile ülkenin iç ve dıştaki itibarı arasında da ciddi bir korelasyon olduğundan söz edebiliriz. Çünkü güçlü bir ekonomiye sahip bir ülkede hizmet kalitesi yükselir, yolsuzluk olayları azalır ve halkın devlete güveni artar (Türker, 2005:100-1). Halkın devlete olan güveninin artmasıyla devletin itibarı da artacaktır. İtibarlı bir devlet vatandaşlarının yaşam standartlarını yükselteceği gibi hizmet kalitesini de arttıracaktır.

Küreselleşme ve ona bağlı serbestleştirme gelişmelere egemen oldukça, halkın yaşam niteliği ve yoksullaşma sorunları da yerel yönetimlerin ana kaygısı olmak durumundadır. Bu sorumluluğu, toplumdaki sivil örgütlenmeler ve gönüllü özerk kuruluşlar koruyucu-geliştirici insani örgütlenmeler üstlenmek durumundadır. Aslında, bu özel ve özerk örgütlenmelerin özendirilmesi, yönlendirilmesi ve desteklenmesi de, yine mahalli idarelerin görevleri arasındadır. Mahalli idarelerin seçenlerine ve yörelerine karşı sorumlulukları da siyasal gücü ellerinde tutmaları ve bunu sürdürmeleri de bu sorumluluğun gereğini yerine getirmeye bağlıdır. Gelir dağılımı çarpıklığında büyük kitleler ezilmeden, sisteme yabancılaşmadan, sosyal patlamalar tüm gelişmeleri tersyüz etmeden yerel yönetimler, bu insani ve siyasi sorumluluklarını üstlenmeli, bunun için hazırlıklar yapmalıdır (Gitmez, 1997:91).

Mahalli idarelerin etkin ve verimli bir itibara sahip olabilmeleri için mali yönden de iyi bir durumda olması gerekmektedir. Mahalli idarelerin kâr amacı gütmemesi nedeniyle halka karşı yükümlülüklerini yerine getirirken merkezi hükümet tarafından yeterli miktarda mali kaynak aktarımı yapılmalıdır. Mahalli idarelerin itibarlarını artırabilmeleri için halka hızlı ve kaliteli sunması gerekmektedir. Hızlı ve kaliteli hizmetin sunulabilmesi için yeterli mali kaynağa sahip olunması gerekmektedir. Mahalli idare kuruluşlarının olumlu bir itibara sahip olabilmesi için merkezi hükümet mahalli idareleri mali kaynak yönünden desteklemelidir.

Mahalli idarelerde itibar büyük bir öneme sahiptir. Kamuoyunun yerel yönetimlerdeki etkisinin artmasından sonra yerel yöneticiler kamuoyuna daha iyi

hizmet verebilmek için daha fazla emek harcamaları gerekmektedir. Bu kapsamda yeni ve farklı projeler geliştirilerek halkın istek ve ihtiyaçlarına uygun yatırımlar yapılması yerel yönetimin itibarını arttırmaktadır. Yerel yönetim yöneticileri kamuoyuna yapmış oldukları hizmetlerde kamuoyuna bir farklılık oluşturamazlarsa, başarılı olamazlar. Kurum itibarı daha geniş kitlelere ulaşmada ve topluma daha iyi hizmetler sunmada önemli bir etkendir. Bunun için ilk olarak bir kurum kimliği ve kurum kültürü, oluşturulan kurum kimliği kamuoyuna iletilerek bir kurum imajı oluşturulmalıdır. Oluşturulan kurum imajı yoluyla da kurum itibarı oluşturulmalıdır.

Yerel yönetimler kamuoyundaki itibarlarını arttırmak için yazılı ve görsel iletişim yollarını kullanırlar. Bu iletişim yollarını kullanarak yapmış oldukları hizmet ve yatırımları kamuoyuna daha iyi anlatma imkânı bulurlar. Kamuoyu yerel yönetimlerin kendileri için yapmış olduğu hizmet ve yatırımları tanıdıkça, yerel yöneticilere olan güvenlerinde de artış meydana gelecektir. Yerel yöneticilere duyulan güvenin artması kamuoyundaki kurum itibarını arttırmaktadır.

Mahalli idarelerde kurumsal itibar bileşenleri, mahalli idarelerin türlerine göre farklılık göstermektedir. Bileşenler seçilirken bu etken göz önünde bulundurulmaktadır. Mahalli idarelerin başarısında önemli bir role sahip olan itibar, kurumun tüm işlevlerini kapsayan sistemli ve uzun dönemli çalışmalar neticesinde meydana gelmektedir.

Mahalli idarelerin halkla iç içe bir kurum olması nedeniyle itibar kazanması için, çalışanların tamamının bütünsel başarısına ihtiyaç vardır. Birinci bölümde bahsedildiği üzere mahalli idarelerde itibar ölçülürken itibar bileşenleri kullanılmaktadır. Literatür incelendiğinde dünyanın çeşitli ülkelerinde yapılan itibar incelemelerinde farklı itibar bileşenleri kullanıldığı görülmektedir. Bu çalışmada yer alan mahalli idareler için itibar bileşenleri aşağıda yer aldığı gibidir (Hacımirzaoğlu, 2009:42).

Olumlu itibar adeta bir mıknatıs gibidir. Kurumun çekiciliğini arttırır ve geniş çaplı faaliyetlerinin gerçekleşmesini kolaylaştırır. İyi bir itibarın mahalli idarelere sağladığı yararlar şunlardır (Er, 2008:27);

- Yeni iş olanaklarını ve finansal sermaye kaynaklarını cezp etmek,

- Yatırımları güvence altına almak,
- Siyasi ve hukuki ilişkileri etkilemek,
- İnsan sermayesi: En iyi çalışanları çekmek ve iyi çalışanları elde tutmak,
- Seçmenlerle ilişkileri güçlendirmek,
- Kuruma karşı durma potansiyeline sahip sivil toplum örgütleri veya eylemciler ile ilişkileri geliştirmek,
- Daha az sayıda kriz riskiyle karşılaşmak ve kriz durumunda örgüte/markaya yalıtım ve tampon sağlamak,
- Daha başarılı yeni hizmetler sunmak,
- Finansal performansta potansiyel artış,
- Satın almalarda daha düşük fiyat ödemek,
- Seçmenlerden ve çalışanlardan daha yüksek bağlılık görmek,
- Seçmenin kurumun hareketlerine daha fazla serbesti tanımasını sağlamak,

Olumlu bir itibar bütün kuruluşlar için önemlidir. Bir kuruluş çevresinin güvenini ve saygınlığını kazandığı takdirde başarıya ulaşabilecektir. Olumlu bir itibara sahip mahalli idarelerin sunmuş oldukları hizmetlerin kalitesini sürekli arttırması gerekmektedir.

6.1. Hizmet Kalitesi

Mahalli idareler, sınırları içerisinde yaşayan bireylere kar amacı gütmeden hizmet vermektedirler. Sunulan hizmetlerde bireylerin ihtiyaçları ve sorunlarının kısa sürede çözüme kavuşturulması amaçlanmaktadır. Mahalli idareler halka en yakın kuruluşlar olmaları ve sorunlarının çözümünde en hızlı hizmeti sunan kuruluşlar olmaları nedeniyle itibar yönetimi sürecinde hizmet kalitesi en önemli bileşenlerdendir. Mahalli idarelerde kaliteli hizmet sunumunda bireylerin istek ve ihtiyaçlarının kısa sürede karşılanması, bulunduğu bölgeye yatırım yapmak isteyen yatırımcılara destek sağlayarak bölgenin kalkınmasına katkıda bulunmak temel

ilkelerdir. Mahalli idarelerin organlarından olan belediyelerin yöneticileri seçimle iş başına geldiğinden sunulan hizmetlerin toplumun ihtiyaçlarının karşılanmasına yönelik olması çok önemlidir.

Yerel ekonomik yapılanmaları ile de farklılaşma çabaları gözlenen yerel yönetimler, son yıllarda halka sundukları hizmetlerde iyileştirme sağlayabilmek için stratejiler geliştirmeye başlamışlardır. Yerel yönetim hizmetlerinde en önemli noktalardan biri, bu hizmetlerin yerine getirilmesinde vatandaşların memnuniyetinin ne derece sağlanabildiğinin ölçülebilmesi ve düzeltici-önleyici faaliyetler geliştirilerek, vatandaş odaklı bir hizmet sunumu gerçekleştirilebilmesidir. Vatandaş odaklı çalışmalar için doğrudan temas kurma ile istek ve beklentiler hakkında bilgi toplamak öncelik taşımaktadır. Günümüzde merkezi yönetim tarafından yürütülen birçok kamu hizmeti yerel yönetimlere devredilmektedir. Vatandaş üzerinde odaklanan post-modern politika, vatandaşlara ulaşmak için en uygun yollardan birisi olarak yerel yönetimleri görmektedir. Yerel yönetim hizmetlerinin, vatandaşların yaşantısındaki yeri ve kullanan nüfusun gelişimi göz önüne alındığında kamu hizmetlerinde kalitenin önemi daha net görülmektedir. Hızlı kentleşme, teknoloji ve ulaşımdaki gelişmeler ve sosyal devlet anlayışının yaygınlaşmasıyla yerel yönetimlerin hizmet yükü hızla artmaktadır. Belediyeler açısından hizmet sundukları bölgede yasayan bireylerin ihtiyaçlarının tatmin edilmesi büyük önem taşımaktadır. Ancak, son yıllarda hızla artan sosyal, ekonomik ve ekolojik sorunlar ihtiyaçların tatmin edici biçimde karşılanmasını güçleştirmektedir. Yasalar ve kaynaklar gibi iki önemli kısıtlayıcının baskısıyla belediyeler sundukları hizmet kalitesinin iyileştirilmesi konusunda zorluklar yaşamaktadırlar. Ayrıca, belediye başkanı ve belediye personelinden duyulan memnuniyet düzeyi de hizmet kalitesi üzerinde önemli etki yaratmaktadır (Kurgun, vd, 2008:13).

Halkın performans açısından verdiği yanıtlara göre, belediyenin hizmet kalitesini arttırması için bazı iyileştirme çalışmaları önerilmiştir. Bu çalışmalar aşağıda özetlenmiştir. Belediye halkın haberleşme konusundaki beklentilerini çok kısa süre içinde belirlemeli, edindiği bilgilere göre haberleşme stratejilerini gözden geçirmelidir. Bu aşamada belediyenin birinci önceliği vereceği alan haberleşme olmalı, gerekirse ilgili çalışanların iletişim becerileri konusunda eğitimler alması

sağlanmalıdır. Ayrıca halkla ilişkiler konusunda yeni ve etkin politikalar oluşturulması için odaklanmış grup çalışmaları yararlı olacaktır. Belediyenin en önemli sorunlarından bir diğeri ulaşımdır ve bu konudaki beklentilerin en kısa sürede belirlenerek giderilmesi uygun olacaktır. Haberleşme ve iletişim kanallarının iyileştirilmesi ile ulaşım konusundaki problemlerin saptanması kolaylaşacaktır. Temizlik yönündeki çabalarının şu aşamada en azından şimdiki başarıda devam etmesi ya da mümkünse artırılması belediyenin süreklilik gösteren ve uzun döneme damgasını vuracak bir başarı elde etmesine katkıda bulunacaktır. Eşitlik boyutunda şu aşamada herhangi bir strateji değişikliğine ve ekstra araştırmaya gerek yoktur. Uzun dönemde aradaki farkı kapatma çabaları yarar getirecektir. Kültür boyutunda da acil olarak alınması gereken bir tedbir ya da yapılması zorunlu bir değişiklik bulunmamaktadır. Uzun dönemde aradaki farkı kapatmak için bazı çalışmalar yapmak gerekebilir. Sorumluluk belediyenin kısa dönemde ve acil önlemler alması gereken bir boyut olarak değerlendirilmeli ve yeterli bulunmayan alanlar bir anket çalışması ile belirlenmelidir. İtimat, sorumluluktan sonra ele alınması gereken dördüncü önemli konu niteliğini taşımaktadır. Doğru haberleşme ve iletişim kanalları kurularak hangi alanlarda itimat duyulmasında sorunların olduğu saptanmalı ve bu konudaki alternatif önerilerin belirlenmesi için çalışmalar organize edilmelidir. Sonuç olarak orta dönemde ilk ele alınması gereken boyut, itimat olarak belirlenebilir. Muğla Belediyesi performansının en zayıf bulunduğu alan finansman boyutudur Bu nedenle kısa dönemde bir takım kaynakların devreye girmesi için girişimlerde bulunmak yararlı olacaktır. Böylece finansal sorunların hiç olmazsa orta dönemde bazı beklentileri giderecek biçimde çözümlenmesi sağlanabilir. Bu konuda belediyenin önündeki engeller önem sırasına konulmalıdır. Daha sonra belirlenen direnç noktalarının ortadan kaldırılması için stratejiler ve politikalar oluşturmalı ve ayrıca ek finansal kaynaklar yaratılmalıdır. Finansal kaynaklar, halkın belirlediği önceliklere göre planlanmalı ve dağıtılmalıdır (Gümüşoğlu, vd, 2010:7).

Yerel Yönetimler avuç içi bilgisayarlar yardımıyla ya da cep telefonlarından SMS, WAP, i-mode teknolojilerini kullanarak vatandaşlarına mobil hizmetler sunabilirler.

a) Kısa Mesaj (SMS) : Vatandaşların SMS yoluyla belediyelerde iletişim kurması mümkündür. Mobil Belediye Sistemi adı verilen sistem ile vatandaştan gelen mesajlar denetlenerek, talep edilen bilgiler belediye bilgisayar sisteminden sorgulanıp vatandaşa bilgi mesajı gönderilebilmektedir. Vatandaşların, belediyelere herhangi bir GSM hattından ulaşabilmeleri mümkündür. Bu sistem ile gerçekleştirilebilecek uygulamalar şu şekilde sınıflandırılabilir:

aa) Bilgi Mesajları Gönderilmesi

- Kullanıcı boş mesaj gönderebilir. Kullanıcının/Vatandaşın boş mesaj göndermesinin nedeni; sistemin kullanımını öğrenmek amacıyla göndermesi gereken SMS formatını talep etmektir.

- Bu yolla kullanıcı vergi bilgisini talep edebilir. Kullanıcı belediyeden emlak vergisi, vb borçlarını öğrenmek isteyebilir. Hatta bu yolla vergi borcunun ödenmesi bile mümkündür.

ab) İstek İşlemleri : Kullanıcı belediyeden çeşitli şikayet ve isteklerde bulunabilir.

ac) İlave İşlemler : Belediye hizmet anketleri ile belediye olarak verilen her türlü hizmet hakkında yerel halkın düşünceleri alınabilir.

Bu sistemin kullanılmasıyla; vatandaşın telefon ile yapmış olduğu isteklerde kullanıcıdan ve operatörden kaynaklanan hatalar ortadan kalkacak, vatandaş belediye ile iletişim kurmak istediğinde operatöre ihtiyaç duymayacak ve istekleri elektronik ortamda kayıt altına alınmış olacak, anket ve çeşitli araştırmalar (seçim anketleri vb) kolaylıkla gerçekleştirilebilecektir.

b) WAP : WAP (Wireless Application Protocol / Kablosuz Uygulama Protokolü) mobil telefonlar, avuç içi bilgisayarlar gibi mobil iletişim araçları üzerinde internet içeriği sağlayanbir teknolojidir. WAP'ta tasarlanacak olan portallar ile sistemin kişiyi tanıyarak tanımlaması ve bilgilerin, o kişinin tercih ve zevklerine uygun bir şekilde gönderilmesi söz konusudur. İlgili bilgileri verdiğinizde, bilgilerin bulunduğu yerin özelliklerine göre gönderilmesi mümkün olacaktır. Sistemin bulunduğunuz yeri anlaması ve bu yer bilgisine göre en yakındaki en uygun olanın bilgisini verebilmesi, hatta oraya nasıl gidileceğinin tarif edilmesi gerçekleşecektir.

Daha ileriki aşamalarda WAP teknolojisi ile sadece "taksi" denildiğinde sistem kişinin nerede olduğunu belirleyerek taksiyi oraya gönderecektir. Acil durumlarda ve kazalarda, polis ve ambulans çağırırken, bu sistem çok büyük yararlar sağlayacaktır. Bu teknolojiden yararlanarak birçok bankacılık işleminin gerçekleştirilebilmesi de mümkündür.

c) Avuç İçi Bilgisayarlar : Kamu görevlilerine teslim edilecek olan ve harici ya da dahili bir yazıcıya sahip olan avuç içi bilgisayarlar yardımıyla; Tahsilat, İlan Reklam Tespiti / Tahakkuk, İşgaliye Tespit / Tahakkuk, Pazar Yerleri Tahakkuk, Zabıta Denetim Hizmet Masası, Katılım İhbarname, Su İhbarname gibi işlemler yapılabilmektedir. (Bu yöntemde, abone ziyareti öncesinde, gidilecek abonelerin bilgileri avuç içi bilgisayar üzerine aktarılır. Abone adresine gidildiğinde, görevli sayaç üzerindeki barkod etiketini cihaza okutarak veya abone numarasını el ile cihaza girerek programın bu abone ile ilgili bilgileri bulmasını sağlar. Ekranda görülen abone bilgileri göz ile kontrol edilir. Bilgiler doğru ise, sayaç değeri el ile girilir ve işlem tamamlanır. Cihaz üzerindeki program önce tahmini tüketimle ilgili kontrolleri yapar ve herhangi bir olumsuzluk durumunda kamu görevlisi uyarılır ve hatanın düzeltilmesi istenir. Ödeme bildirimi verilemiyorsa, nedeni girilir. Hatalı bir durum yoksa tüketimle ilgili gerekli hesaplamalar yapılarak yazıcıdan ödeme bildirimi basılır. O günkü okuma işlerini tamamlayan görevli merkeze gelerek cihaz üzerindeki bilgileri sisteme aktarır. Bu aktarma bir program aracılığı ile otomatik olarak yapılır.

Avuç içi bilgisayarların sağladığı faydalar ise aşağıdaki gibi sıralanabilir:

- Endeks girişindeki otokontrol ile tahakkuk hatalarının önlenmesi,

- Abonelerin erken ve doğru ihbarname alımı ile zamanında ödeme yapabilmeleri,

- Sonradan fatura dağıtımı gereksiniminin ortadan kalkması ve fatura dağıtımındaki adres hatalarının engellenmesi,

- Kaçak kullanımların, saat arızası gibi durumların anında belirlenerek raporlarının oluşturulması ve hızlı müdahale imkânı,

- Günlük okunan sayaç ortalamasındaki ciddi artış ile personel tasarrufu,

- Oluşturulan tahakkukların "Belediye Gelirler Sistemine" elektronik aktarımı sayesinde veri kayıp ve hatalarının engellenmesi, hız kazanılması,

- Artan müşteri memnuniyeti (Güler, Döventaş, 2009:39).

İstanbul'daki bazı yerel yönetimler tarafından vatandaşların kullanımına sunulan mobil hizmetlerin bazılarına aşağıda değinilmiştir:

a) Bağcılar Belediyesi Telefon Belediyeciliği Sistemi

Bağcılar Belediyesi tarafından kullanıma açılan Sesli Yanıt Servisi ile vatandaşlar, Emlak vergisi, Çevre Temizlik vergisi ve toplam borçlarını, varsa gecikme zammı ile birlikte öğrenebilmektedirler. Sesli yanıt servisine (0212) 410 06 74 numaralı telefondan ulaşılmaktadır. Emlak Vergisi, Çevre Temizlik Vergisi ya da Belediyeye olan toplam borcu öğrenmek için Borç Öğrenme Menüsünde 1, 2 veya 3 numaralı tuşa basıldığında, sistem Belediyenin Gelirler Müdürlüğü tarafından verilen sicil numarasının girilmesini istemektedir. Sicil numarası doğru olarak tuşlandıysa, sistem bilgisayar kayıtlarından, borç öğrenme menüsünde seçilen işlemle ilgili hesabı inceleyerek, varsa borcu bildirmektedir.

b) Bakırköy Belediyesi

Bakırköy Belediyesi'nin vermiş olduğu Çağrı merkezi hizmeti sayesinde vatandaşlar 466 00 00 nolu telefonu arayarak borç bilgileri sorgulama, tahakkuk bilgileri öğrenme, şikayet bildirme, şikayet durumu sorgulama, tahsilat bilgileri öğrenme, beyan bilgileri sorgulama, şifre değiştirme ve kredi kartı ile borç ödeme işlemlerini gerçekleştirebilmektedirler.

c) Beşiktaş Belediyesi

Beşiktaş Belediyesi tarafından "Cepte Beşiktaş" olarak adlandırılan uygulama ile Belediye, Belediye Başkanı ve projeler ile ilgili bilgilere ulaşılabilmekte, borç sorgulama ve ödeme, rayiç sorgulama gibi işlemler cep telefonunu ile gerçekleştirilebilmektedir. Ayrıca o günkü hava durumunu öğrenilebilmekte, Beşiktaş'taki kültür sanat etkinlikleri ile ilgili bilgi alınabilmekte ve anketlere katılma imkânına sahip olunabilmektedir. "Adres Sor Bölümü"nden, Beşiktaş'taki oteller, restoranlar, sinemalar gibi çok acil gerekli olabilecek bilgiler

cep telefonuna gönderilmektedir. Yine Belediye hizmetlerinden biri olan iletişim Merkezi'ne 444 44 55'i arayarak 24 saat boyunca ulaşmak mümkündür. İletişim merkezinden, vergi harçları öğrenme ve ödeme, dilekçe ve beyanname verme, imar durumunu sorgulama, şikâyet ve talepte bulunma, bilgi alma (faaliyetler, kültür sanat aktiviteleri vb.), Belediye başkanına mesaj bırakma, acil müdahale gerektiren durumlarda, 7 gün 24 saat doktor danışma hattı ve tam donanımlı ambulans hizmetlerinden ücretsiz olarak yararlanma hizmetleri verilmektedir.

ç) Beykoz Belediyesi

Beykoz Belediyesinin Emlak ve Çevre Temizlik Vergisi mükellefleri 0216322 2504 numaralı belediye santralini arayarak T-Belediye sistemine bağlanabilmekte ve gerekli bilgileri ve seçenekleri tuşlayarak vergi borçlarını öğrenebilmektedirler. Aynı zamanda kredi kartı bilgilerini girerek vergi borçlarının tamamını ödeyebilmekte, GSM numarasını girerek vergi borcunu sms olarak isteyebilmekte ve ödeyebilmekte ayrıca belediyeye ait banka hesap numarasını ve posta çeki hesap numarasını öğrenebilmektedirler.

d) Beyoğlu Belediyesi

Beyoğlu Belediyesi tarafından Akıllı Kent Otomasyonu adlı bir proje yürütülmektedir. Proje neticesinde; Beyoğlu'na ait hali hazır haritalar, Kadastral Haritalar ve İmar Planları Beyoğlu halkının bilgileri ile örtüştürülmüş, Beyoğlu İlçesinin tamamını kapsayan saha ve envanter çalışmaları yapılarak, sosyal doku analizleri oluşturulmuştur. Ayrıca Belediyenin bütün arşivleri dijital ortama aktarılmıştır. Projesinin hizmet kanallarından biri olarak da İletişim Merkezi 444 0 160 kurulmuştur. Bu merkez bu alt sistemlerden oluşmaktadır.

Çağrı Merkezi Altyapısı: IP tabanlı sistem sayesinde ses, faks ve e-posta olarak gelen tüm çağrılar tek bir sistemde toplanmakta kurulan altyapı gelen çağrıları operatörlerin yoğunluğuna göre dağıtmakta ayrıca arama istatistiklerinin tümünü tutmaktadır. İletişim Merkezi Yazılımı: Çağrı Merkezi ve Akıllı Kent Otomasyon Sistemi ile entegre çalışan yazılım ile vatandaşların numaralarının otomatik olarak görülmesi ve tek ekrandan vatandaşın bu serviste görülebilecek tüm işlemlerinin yapılması sağlanmaktadır. Beyoğlu Belediyesi İletişim Merkezi'nde borç sorgulama,

borç ödeme, aktivite başvurusu ve şikâyet başvurusu işlemleri yapılabilmektedir. Ayrıca İletişim Merkezi aracılığıyla belediye hizmetleri ile ilgili bilgi verme, adres/kişi bilgileri düzeltme, anket, geri bildirim için yüz yüze görüşme ve belirli konularda tele konferans yapılması gibi çalışmalar da yapılabilmektedir.

e) Çekmeköy Belediyesi

Çekmeköy Belediyesi tarafından 0 216 641 90 01 numaralı telefondan telefon belediyeciliği hizmeti verilmektedir. Belediye ile ilgili bilgi almak veya geçmiş dönemlere ait borcu, bunlara oluşan gecikme zam toplamlarını ve yıl sonuna kadar ödenmesi gereken toplam borcu öğrenmek mümkündür. Hizmete sunulan sesli yanıtlama ve bilgi sistemi ile günün her saatinde arayıp borç öğrenmek mümkündür. Bu sistemle, beyanlarda gerekli evraklar ve belediye hizmetlerine ulaşmayı sağlayacak telefon numaraları da sunulmaktadır. Benzer uygulamalar günümüzde birçok belediye tarafından kullanılmaktadır.

f) Fatih Belediyesi

2007 Şubat ayında TÜBİTAK'ın elektronik imza sertifikası alan Fatih Belediyesi mobil imza uygulamasını Dünya'da ilk kez kullanan belediye olmuştur. E-imzanın alınması ve kullanımının bazı koşulları gerektirmesi nedeniyle vatandaşların daha kolay bir uygulama sağlayabilmeleri için mobil imza uygulanmaya başlamıştır. Bu sistem sayesinde kağıt, zaman ve emekten tasarruf sağlanmaktadır.

Fatih Belediyesi'nde mobil imza kapsamında Bilgi Edinme, Teklif Verme, Bina Beyanı, İlan Reklam Beyanı, Evlenme Müracaatı İmar Durumu, Çevre Temizlik Vergisi Beyanı, İşyeri Ruhsatı başlıkları altındaki işlemlerden yapım aşamasında olan İşyeri Ruhsat Başvuru dışındakiler gerçekleştirilebilmektedir.

g) Kadıköy Belediyesi

Emlak ve Çevre Temizlik Vergileri cep telefonu ile ödenebilmektedir. Kadıköy Belediyesi Hesap Özeti Uygulaması ile güncel borç durumu mükelleflere hatırlatılmaktadır.

h) Şişli Belediyesi

Şişli Belediyesi'nin hizmete sunduğu "Şişlim Projesi" birçok belediye uygulamasının cepten yapılabilmesini sağlamaktadır. Uygulama sms ile gönderilecek linke tıklayarak ya da cep telefonu tarayıcısına www.sislibelediyesi.com/sislim.html yazarak cep telefonuna indirildikten sonra açılışta gelen ve T.C. kimlik, sicil, telefon numaraları ile soyadı ve şifre bilgilerini içeren formun doldurulmasıyla kullanılmaya başlanabilmektedir. Bu uygulama ile belediye, belediye başkanı, hizmetler, mahalleler ile ilgili tüm bilgilere ulaşılabilmektedir. Beyanlar, borç ödeme / sorgulama, taşınmaz ve şikayetler bildirilebilmekte, Şişli ile ilgili tüm haberlere ulaşılabilmekte, interaktif anketlere katılınabilmekte, rehber bölümünden, Şişli'deki tüm oteller, restoranlar, barlar gibi bilgilerin yanı sıra nöbetçi eczaneler gibi çok acil gerekli olabilecek bilgiler elde edilebilmektedir.

Ayrıca Şişli Belediyesi'nin Turkcell ve MNG Bilgisayar işbirliğiyle başlattığı GSM üzerinden tahsilat hizmeti ile Şişli ilçesi sınırları içinde yaşayan emlak ve çevre vergisi mükellefleri, cep telefonlarından mükellef sicil numaralarını öğrenebilmekte ve borçlarını ödeyebilmektedirler.

Bu sistemde vergi borcunu öğrenmek isteyen mükelleflerin, "3401 BORC (mükellef sicil no)" bilgisini yazdıktan sonra 3060'a kısa mesaj göndermeleri üzerine mükellefe kısa bir süre içerisinde adı, soyadı ve vergi borcu bilgisini içeren bir mesaj ulaştırılmaktadır. Bunun üzerine "3401 ODE (mükellef sicil no) (kredi kartı no) (son kullanım tarihi) (CVC2 kodu)" bilgisini 3060'a kısa mesaj olarak gönderen mükellefe; adı, soyadı, ödenen tutar ve makbuz numarasını içeren bir mesaj ulaştırılmaktadır. Ödeme makbuzunun numarasını öğrenmek isteyen mükellefler, "3401 MAKBUZ (mükellef sicil no)" mesajını 3060'a göndererek, ödeme bilgisini sonradan da edinebilmektedirler.

ı) Tuzla Belediyesi

Tuzla Belediye'since kurulan Mobil Belediye Sistemi ile vatandaşlar belediye binasına gelmeden ve telefon açmadan cep telefonlarını kullanarak "emlak vergi borçlarını" öğrenmektedirler. Bu sistemde vatandaşlar; (EMLAK) (ABONE NUMARASINI) (YIL) (DÖNEM) yazarak belediyeye kısa mesaj göndermektedirler.

ÖRNEĞİN: “EMLAK 457 2006 1” Mobil Belediye Sistemi ile bu mesaj karşılığında vatandaşa otomatik olarak; “2006/1 DÖNEMİNE AİT TAHAKKUK EDEN EMLAK VERGİ BORCUNUZ 750,00 TL’DİR. SON ÖDEME: 31/05/2006, ÖDEME YAPILMIŞTIR.” Mesajı gönderilmektedir.

i) Üsküdar Belediyesi

Üsküdar Belediyesi “Marmara ve Boğazlar Belediyeler Birliği Örnek Belediyecilik Projeleri Yarışması”nda “İyi Yönetişim” kategorisinde 2007 yılında MOBEL (Mobil Belediye) Projesi ile 3. lük ödülüne layık görülmüştür.

Üsküdar Belediyesi bu proje sayesinde Üsküdar’daki tüm işyerlerini hızla taramakta ve denetleyebilmektedir. Proje kapsamında 22 bin işyeri kayıt altına alınmıştır. Cep bilgisayarları (PDA) ve yazıcılarının kullanıldığı sistem, Belediye Bilgi Sistemi ile tümleşik çalışarak saha bilgilerinin online güncellenmesini sağlamaktadır.

Zabıtalar işyerleri hakkındaki eksik veya hatalı bilgileri yerinde düzeltmekte, fotoğraflarını, eksik belgeleri ve varsa diğer uygunsuzlukları tespit ederek cep bilgisayarı yoluyla merkezi sisteme kaydetmektedir. Ekipler kullandıkları cep bilgisayarları ile GPRS ve internet üzerinden belediyenin internet veri tabanına ulaşmakta ve işyeri ile ilgili sorgulamalar yapabilmektedir.

Yapılan denetimin sonucunda oluşturulan tutanaklar, otomatik olarak düzenlenip cep yazıcısından bastırılarak işyeri sahibine tebliğ edilmektedir. MOBEL kapsamında işyerleri sınıflandırılarak, ne iş yaptıkları tespit edilmektedir. İşyerlerinde çalışanların sayıları ve bilgileri ile boş işyerlerinin kayıtları sisteme girilmektedir. Esnafın bildirdiği sorunlar ve çözüm teklifleri kaydedilerek, problemlerin hızla çözülmesi sağlanmaktadır.

Tüm bunların yanında, sistem sayesinde, zabıta ekiplerinin günlük faaliyetleri denetlenebilirken; ilçedeki ruhsatsız işyerlerinin takibi yapılarak, tüm işyerlerinin ruhsat alması sağlanacak; çevre temizlik vergisi, ilan, reklam, eğlence, işgaliye vb. vergi beyanlarındaki kaçaklar önlenecektir.

Ayrıca Üsküdar Belediyesi’nde vatandaşlar vergi borcu öğrenme, imar durumu, zemin etüt bilgisi, beyaz masaya öneri ve şikayet bildirimi, sokak rayiçleri

gibi işlemleri internetin yanı sıra belediyenin telefon hattından (444 0 875) ücretsiz olarak yapabilmekte, emlak ve çevre temizlik vergisi borçlarını ödeyebilmektedirler.

j) Zeytinburnu Belediyesi

Belediye, 5070 Sayılı yasa gereği mobil imza uygulamalarını devreye almış ve SMS Belediyeciliğini başlatmıştır. SMS Belediyeciliği ile belediyenin internet portalında yapılan her işlem için vatandaşların bildirmiş olduğu cep telefonuna SMS ile bilgilendirme mesajları atılmaktadır. Ayrıca cep telefonunun belediyeye bildirilmesi halinde Belediye içerisinde belirtilen sicille alakalı yapılan tüm işlemlerde bilgilendirilme mümkün hale getirilmiştir. Özellikle vatandaşların adına işlem yapması için yolladıkları kişi / personelin işlemini yapıp yapmadıklarını, verilen ödeme talimatının yerine getirip getirilmediğini takip etme imkânı da sağlanmıştır. Bir diğer hizmet sayesinde de 0212 444 0 252 hatlı telefon ile belediyenin internet hizmetinden faydalanamayan vatandaşlar için bilgilendirici telefon hizmetine başlanmıştır. Bu hizmet ile telefon ile vergi borçlarını öğrenmek ve istenirse faks ile borç dökümlerini alabilmek mümkündür. Ayrıca şikâyet ve önerilerle ilgili bölüm ile belediye hizmetleri ile ilgili bilgilendirici bölüm bulunmaktadır. T-belediyecilik hizmetlerinde þu anda üç bölüm bulunmaktadır. Belediyenin hizmet hattını arayan vatandaşlar; vergi borçlarını öğrenebilmekte, bilgi hattından gerekli bilgileri alabilmekte ve şikayet-öneri kısmından belediyeye ilçeyle ilgili görüşlerini aktarabilmektedirler. 0212 444 0 252 numaralı telefon arandıktan sonra ”1” tuşuna basıldığında ”Vergi Bilgilendirme Hattı’na, ”2” numaralı tuşa basıldığında ”Bilgi Hattı’na, ”0” numaralı tuşa basıldığında da ”Şikayet ve Öneri Hattı’na bağlanılabilmektedir.

Mahalli idare sınırları içerisinde yaşayan bireyler, mahalli idarelerden beklediği kalitede hizmeti bulamayınca mahalli idare ile ilgili olumsuz düşünceye kapılarak bu fikirlerini çevresine ve çeşitli iletişim araçlarını kullanarak kamuoyuyla paylaşabilmektedir. Bu durum ilgili mahalli idare kuruluşuyla ilgili olumsuz bir itibarın oluşmasına yol açmaktadır. Hizmet kalitesi itibara giden yolda önemli bir dönüm noktasını oluşturmaktadır. Hizmet kalitesi yüksek olan mahalli idareler genellikle yüksek itibara sahiptirler. İyi bir itibar kazanılmak için kaliteli hizmet sunulması gerekmektedir. Kaliteli hizmet sağlayan mahalli idarelerle ilgili olarak

sınırları içerisinde yaşayan bireyler memnuniyetlerini çevreleriyle paylaşmakta, bu paylaşım mahalli idareye ulusal ve uluslar arası güçlü bir itibar oluşumunu ve itibarın korunmasını sağlamaktadır.

6.2. Liderlik

İtibarın inşasında ve güçlendirilmesinde lider önemli bir role sahiptir. Mahalli idarelerde liderler itibarı etkili olarak yönetmelidir. Liderler mahalli idarelerin değişikliklere uyum sağlaması, sorunların çözümü ve iletişim araçlarının etkili olarak kullanılmasını sağlamalıdır.

Lider, grubun eksikliklerini belirleyebilme, çözüm üretebilme, muhtemel olumsuzlukları fark edebilme, gruba zarar verebilecek çevresel zararları ve etkilerini önleyebilecek yeterliliğe sahip olmasının yanında, grup üyelerine motive edici, önemli ve açık mesajlar gönderebilecek yeterlilikte olmalıdır (Gümüş,ve Öksüz, 2009:117)

Liderler, çalışanların da desteğini alarak kurumun itibarını güçlendirme ve hedeflere ulaşma çalışmalarını yönetmelidir. Mahalli idarelerin güçlü bir itibara sahip olmaları yöneticilerin liderlik vasıflarıyla ilişkilidir. Lider kurumuyla ilgili kamuoyunu bilgilendirmeli, yazılı ve görsel basın kullanarak tanıtıcı faaliyetlerde bulunmalıdır. Mahalli idarelerde liderler halkla iç içe olmalı ve sorunların çözümü için çözüm yolları üretmelidir. Mahalli idarelerde liderlerin ana görevleri, kurumsal itibarın hammaddesi olan kurum kültür ve değerlerine sahip çıkarken, kurumsal itibarı oluşturan öğelerle ilgili alt politikaları geliştirmek olmaktadır (Kadıbeşegil, 2006:156). Lider çalışanların becerilerini değerlendirmeli ve derecelendirmelidir. Özellikle Belediye Başkanları seçimle iş başına geldiklerinden kamuoyu ve halkla iletişimini güçlendirmelidir. İletişim araçlarını etkili ve verimli kullanmalıdır.

6.3. Kurumsal Sosyal Sorumluluk

Kurumsal sosyal sorumluluk kavramını herhangi bir organizasyonun hem iç, hem de dış çevresindeki tüm paydaşlara karşı “etik” ve “sorumlu” davranması, bu

yönde kararlar alması ve uygulaması şeklinde tanımlamak mümkündür (Aktan, 2007:13). Mahalli idareler kamu hizmetlerini yerine getirmeleri ve kâr amacı gütmemeleri nedeniyle sosyal sorumluluk taşıyan faaliyetlerde çok fazla yer almamaktadır. Son yıllarda mahalli idare kuruluşlarının sosyal sorumluluk projelerine vermiş oldukları desteğin arttığı görülmektedir. 2011 yılında Çekmeköy Belediyesi hayırsever iş adamlarının ve sanatçılarında desteğiyle sokak hayvanlarına barınma evi inşa ederek hizmete açmıştır. İstanbul'da bulunan birçok belediye sosyal sorumluluk projelerine destek vermekte ve projelerin hayata geçirilmesine öncülük etmektedir. Toplum son yıllarda sosyal sorumluk projelerine destek veren kurumlara daha değer vermektedir.

Sosyal sorumluluk projelerinin, kurumlara sağladığı faydalar incelendiğinde; sosyal kimlik oluşturma, rekabet üstünlüğü elde etme, kurum bağlılığı yaratma, markalaşma ve itibar sağlama konularının başta geldiği görülmektedir. Mahalli idare kuruluşları sosyal sorumluluk projelerine destek vererek itibarlarını artırabilir. Kurumsal sosyal sorumluluk projelerinin toplumun birçok kesimi tarafından kabul görmesinin en önemli nedeni bu uygulamaların her kesimin lehine sonuçlar doğurduğunun uygulama ve araştırmalarla ortaya konulmuş ve kamuoyu tarafından anlaşılması olmuştur (Aktan, 2007:31). İtibarın, kurumların değerli varlıklarından olması nedeniyle sosyal sorumluluğun olumlu itibar üzerindeki etkisi ve belirleyiciliği artmaktadır.

Sosyal sorumluluk projeleri toplumun ihtiyaçlarını karşılaması nedeniyle mahalli idarelerle aynı amaca hizmet etmektedir. Mahalli idareler sosyal sorumluk projelerini kullanarak sınırları içerisinde yaşayan bireylerin sorunlarını asgariye indirebilir ve projeye destek vererek itibarlarını artırabilir.

Sosyal sorumlulukla ilgili yapılan araştırmalar sosyal sorumluluğun çok yönlü olduğunu belirtmekte iken itibar ve sosyal sorumluluk arasında pozitif bir ilişki olduğunu ileri sürmektedir. Bu nedenle, kurumsal sosyal sorumluluk kurumunun faaliyet gösterdiği sektöre göre, kurumun paydaşları üzerinde çeşitli yönleriyle farklı etkileri olabilmektedir (Brammer, vd, 2006:5).

6.4. Kurumsal İletişim

Kurumsal iletişim "iç ve dış yazışmalarla, kullanılan tüm formların kurumun bağımlı olduğu gruplarla ilişkiler içerisinde uygun bir temel oluşturularak mümkün olduğu kadar verimli uyumlaştırılmış olduğu bir araç" olarak tanımlanmaktadır (Wiedman ve Wiedman, 2006:5).

Kurumsal iletişim, kurumun iç ve dış çevresiyle ilgili iletişim politikalarını ve uygulamalarını kapsayan bir yönetim işlevini sağlamaktadır. Kurumlarda doğru ve etkili iletişim stratejileri tasarlanması ve hayata geçirmesi kurumsal itibarın oluşumunda önemli bir yere sahiptir. Mahalli idareler halkla sürekli iç içe olmaları nedeniyle iletişim kanallarını etkin olarak yönetmeli ve kullanmalıdır. Mahalli idarelerin itibarını yönetmesinin yolu iletişimi iyi yönetmesinden geçmektedir. İç ve dış çevrenin kurumla ilgili olumlu ve olumsuz algılarının, kurumun itibarını oluşturması nedeniyle, iç ve dış çevre ile etkili bir iletişim oluşturulması gerekir.

Belediyelerin güçlü bir kurum imajına sahip olması, yönetsel politikalarını gerçekleştirmede kendilerine önemli avantajlar sağlamaktadır. Belediyelerin kurum imajı oluşturabilmesinde ise “kurumsal iletişim” çok önemlidir. Çünkü kurumun varlığını, misyonunu, vizyonunu kısaca ne olduğunu iç ve dış çevresine anlatabilmesi sadece etkin ve doğru iletişimle mümkün olabilecektir. Bu sayede kurumun çevresi tarafından daha iyi bir şekilde algılanmasını sağlanarak, çevrenin kuruma karsı tutumunu olumlu yönde değiştirecektir. “Kurumsal iletişim”; kurum kimliğini kurum imajına çeviren bir süreçtir. Çünkü herhangi bir değere sahip kurum kimliği; çalışanlar, müşteriler ve dış çevre ile ilişkiler sonucunda ortaya çıkar. İletişim olmadan, kurumun değerleri, vizyonu ve misyonu anlaşılamaz, sahiplenilemez ve kurum açık bir kurum kimliği duygusuna sahip olamaz. Kurumsal iletişim dış dünya ile kurum arasında sağlıklı bir bilgi alışverişi sağlayabilir. Hızla değişen çevre ve rekabet koşulları karsısında belediyelerin kendilerini yeni koşullara uyarlamaları da kurumsal iletişim ile sağlanabilir. Belediyeler açısından kurumsal iletişimin önemi, halkla ilişkiler faaliyetlerinde kullanılan en etkili unsur olmasından kaynaklanmaktadır. Belediyelerde, faaliyetlerin sürdürülebilmesi, sorunların çözülebilmesi ve yaratıcı gücün oluşturulabilmesi kurumsal iletişim ile gerçekleşebilir. Kurumsal iletişim, kurum yönetiminin en önemli araçlarından biridir.

Belediyelerde planlama, eşgüdüm, karar verme, güdüleme ve denetimin sağlanabilmesi etkili bir kurumsal iletişimi gerektirir. Etkin iletişim, belediyelerdeki bütünlüğün ve çalışanların ait olma duygularının geliştirilmesini sağlayabilmektedir (Gemlik, Sığrı, 2007:279).

Mahalli idareler, yöneticilerle çalışanlar arasındaki iletişim problemlerini en aza indirmek için alınan kararlara çalışanların katılımını sağlamalıdır. Kurum içerisinde etkili bir iletişime sahip olunması hem verilen hizmetinde kalitesini hem de kurumun itibarını da arttıracaktır.

6.5. Halkla İlişkiler

Halkla ilişkiler, kurum ya da kuruluşun muhatap olduğu ve olacağı bütün hedef kitleler ile ilişkileri düzenleyerek bu kitlelerin kuruma karşı olan bilgisizliklerini bilgiye, ilgisizliklerini ilgiye ve sempatilerini kurumsal kimlik ve imaja dönüştürme çabalarının bütünüdür (Uyanık, 2010:337).

Halkla ilişkiler halkı aydınlatma, bir kuruma iyi niyet, destek ve itibar sağlama, halkın zihninde kurum hakkında olumlu bir izlenim ve lehte bir imaj yaratma faaliyetlerini kapsamaktadır. Kurumların kamuoyundan etkilenerek yönetim ile ilgili kararları toplumun ihtiyaçlarına daha uygun bir niteliğe kavuşturma rolü, günümüz dünyasında yoğunluk kazanmış bulunan halkın yönetime katılma özlemi, halkla ilişkileri etkili kılan nedenlerin başında gelmektedir (Usta, 2006:3).

Kurum içerisinde halkla ilişkiler düzenini, sağlam politika ve çabalara oturtmamış, özel ya da kamu kuruluşu, hizmet götürdüğü uzak yakın halk çevreleriyle tutarlı ve verimli bir halkla ilişkiler iletişimi kuramayacaktır (Aşkun, 1989:47).

Belediyelerde halkla ilişkiler çalışmalarının neden önemli olduğu sorusunu, üç madde halinde yanıtlamak mümkündür:

- Belediyeler fiziki ve alanlarının küçüklüğü bakımından halkla daha yakındırlar. Bunun için de denetime sürekli açıktır. Yerine getirdiği hizmetler halkın gözü önünde geçmekte, birçoğu günlük yaşamla ilgili bulunmaktadır. Belediyeler,

halkla ilişkiler çalışmalarına ağırlık ve önem vererek, hizmetlerini ve amaçlarını kamuoyuna bildirmek ve onları aydınlatmak zorundadırlar. Bu bağlamda halkla ilişkiler çalışmaları ile yönetim, hedef kitlelerine olumlu imaj yansıtma imkânını elde etmiş bulunacaktır.

- Belediyelerde genel karar organları seçimle göreve gelmekte, yine aynı yöntemle değişmektedir. Bu durum belediyelerin, diğer kamu kuruluşlarına göre halkın dilek ve önerilerine karşın daha duyarlı ve yakın davranmalarını öngörmektedir. Duyarlılığın, süreklilik ve daha çok anlam kazanması da kesintisiz, planlı ve yeterli düzeyde halkla ilişkiler çalışmalarıyla mümkün olmaktadır.

- Belediyeler, demokratik katılımı yönetim anlayışı olarak halkla ilişkiler uygulamaları çerçevesinde ele almak durumundadırlar. Yerel hizmetlerle ilgili, istendiği takdirde karar aşamasında, halkın katılımını sağlamakla, kuşkusuz daha başarılı sonuçlar elde edilecektir. Bu nedenle de katılımı daha çok gerçekleştirmek, ancak başarılı bir halkla ilişkiler çalışması ile mümkün olacaktır. Bu konuda yapılacak çalışmalar için yöntem ve imkânlar çeşitlidir (Akçakaya, 1999:79).

Belediye yönetimlerinin demokratik niteliği geliştirmek ve aynı zamanda yerel halkın belediye yönetimine katılımını sağlamak ve katılımın etkinliğinin uygulanabilirliğinin gerçekleştirilmesi açısından halkla ilişkiler konusu önem taşımaktadır.

Belediyelerde halkla ilişkilerin temel amacı; bir yandan halkın istediği belediyeyi yani halkın belediyesini oluşturmak ve belediyeden yana olan, belediye yönetimini destekleyen kent kamuoyunu oluşturmak şeklinde belirlemek mümkündür. Belediye yönetimlerinde halkla ilişkiler etkinliklerinin uygulanması için demokratik yönetsel anlayışın hâkim kılınması gerekmektedir. Demokratik işleyiş yaklaşımı halkla ilişkiler etkinliğine bu çerçevede yönetsel açıklığa ve katılıma imkân tanıyacak uygulamaları gerektirecektir. Bu nedenle yerel düzeyde halkla ilişkiler ve demokrasi arasında çift yönlü bir ilişki ağını belirlemek mümkündür. Karşılıklı ilişkinin gerçekleşmesi ile halkla ilişkiler demokratik işleyişin gelişmesine ve yerel halkın demokratik işleyişe yönelik birikim ve sisteme olan güveninin artmasına yol açacaktır. Bu yönüyle yerel düzeyde halkla ilişkiler

etkinlikleri katılımın amaçlarına ulaşılmasını kolaylaştırıcı bir gereklilik olarak önem kazanmaktadır (Öner, 2001:103).

Halkla ilişkiler, yönetime halkın düşünce, özellik ve tutumlarıyla ilgili bilgiler getiren, girişilecek tanıtma kampanyaları konusunda fikir yaratan ve bu kampanyaları en yüksek yöneticinin görüşüne ve yönetimin politikasına uygun olarak yürüten yani kendi önerileri ile hazırlanan mesajları halka aktaran birimdir. Bu özellikleri nedeni ile bağlı olduğu kuruluşun ilk sorumlu yetkilisi ile devamlı bir işbirliği ve karşılıklı görüş teatisi oluşumu içinde çalışması zorunludur. Halkla ilişkiler yüksek düzeyde bir danışman ve tanıtma kampanyalarının yürütülmesi konusunda uygulayıcı olmak durumundadır. Kurumun yöneticileri ile halkla ilişkiler birimi zincirleme birbirinden uzaklaştıkça bu fonksiyonların gerçekleştirilmesi zorlaşmaktadır (Asna,1968:68).

Yerel halkın ihtiyaçlarını karşılama işlevi yüklenen belediyelerin bu işlevini etkin biçimde yerine getirebilmesi için yerel halkın beklentilerinin ve sorunlarının sağlıklı olarak belirlenmesine yönelik gereklilikler ön plana çıkmaktadır. Bu çerçeveden hareketle belediye yönetimleri ile örgütlenmiş ve bireysel yerel halk arasında karşılıklı iletişim ve etkileşimin sağlanması gerekmektedir. Halkla ilişkiler etkinlikleri söz konusu ilişkileri kurmak ve geliştirme imkânını oluşturmasıyla yerel katılımın kurumsallaşmasına önemli katkılar sağlayabilecek niteliktedir (Öner, 2001:100).

Mahalli idarelerde halkla ilişkiler kamu kuruluşunun izlediği hizmet politikasının halka açıklanması, benimsetilmesi, kurumun çalışmalarının halka duyurulması kuruma karşı toplumda olumlu bir tutum yaratılması, halkın kurum hakkında ne düşündüğünün ve ondan ne istediğinin öğrenilmesi ve halkla işbirliği sağlanmasına ilişkin faaliyetler ve hizmetler olarak tanımlanmaktadır (Yalçındağ, 1968:69).

Belediyeler açısından halkla ilişkilerin amaçları aşağıda açıklanmıştır (Akçakaya, 1999:80).

- Belde halkı ile belediye arasında anlayış birliğini, iyi niyeti sağlamak, başka bir anlatımla halkın güvenini kazanmak. Belediyeler, yaptıkları işin, aldıkları kararların doğru olduğuna belde halkını inandıramazlarsa, başarılı olamayacaklardır.

- Belde halkını aydınlatmak ve onlara çalışmaları benimsetmek; belde halkını politikasından haberdar etmek.

- Belde halkının belediye yönetimine karşı olumlu davranışlar içinde olmasını sağlamak.

- Halkın belediye olan ilişkilerinde işleri kolaylaştırmak. Bu konuda belediye başkanlarına şu öneriyi yapmak yararlı olacaktır. Belediye hizmet birimlerinin görülebilir giriş yerlerine, o birimle ilgili başvuruların nasıl yapılacağı, hangi bilgi ve belgelerin istendiği, varsa başvuruya ilişkin süreler ve diğer hususlar anlaşılır bir dille yazılmalı, bu panolara belde halkının ilgisi çekilmelidir.

- Belediye meclisi, encümen ve belediye başkanının aldığı kararların yerindeliğini artırmak için belde halkından bilgi almak. Belediye karar organları tarafından kararlar alınmadan önce, yapılacak işer hakkında belde halkına görüşlerini belirtme olanağı vermek.

- Belediye yetkili organlarının almış olduğu kararlara ve mevzuata uyulmasını sağlamak için bunlar hakkında halka aydınlatıcı bilgi vermek.

- Belde halkı ile işbirliği, gönül birliği sağlayarak hizmetlerin daha çabuk ve kolay görülmesinde halkın katkısını temin etmek.

- Belde halkının dilek, istek, öneri, telkin ve şikayetlerinden yapılan çalışmalarda, hazırlanan plan, program ve diğer düzenlemelerde yararlanmak, aksaklıkların giderilmesi için yapılacak tüm etkinliklerde bunları değerlendirmek.

- Belde halkından olmanın gururunu aşılamak.

Halkla ilişkiler, itibarı oluşturan bileşenleri ön plana çıkararak kurumların gelişmeleri için ihtiyaç duydukları performansı oluşturmaya çalışmaktadır. Etkin bir itibar algısı yaratmak için halkın örgüt üzerindeki etkisine göre iletişim programları hazırlanmalıdır. Yerel halk ile belediye yönetimleri arasında karşılıklı iletişim ve etkileşimi sağlamaya yönelik en önemli girişim Yerel Gündem 21 oluşumlarıdır.

1992 Rio Konferansı ve 1996 Habitat II toplantılarındaki hedefe ulaşılması noktasında yerel yönetimlere katılımcı anlayış içerisinde Gündem 21 olarak ifade edilen "Kentler İçin Eylem Planı" hazırlama sorumluluğu verilmiştir. Bu toplantılarda katılım, birlikte yönetim kavramları geliştirilmiş merkezi ve yerel yönetimler ile sivil toplum kuruluşlarının birlikte çözümler üretmesi ve bu amaçla toplumun tüm kesimleriyle işbirliği sağlanması önerilmiştir. Bu çerçevede UNDP (Birleşmiş Milletler Kalkınma Programı) desteği ile yürütülen "Türkiye'de Yerel Gündem 21'lerin Teşviki ve Geliştirilmesi" projesi Eylül 1997'de UNDP, Türkiye Cumhuriyeti Hükümeti ve IULA-EMME tarafından imzalanarak uluslar arası bir anlaşma niteliği kazanmıştır. Proje 6 Mart 1998 tarihli Resmi Gazetenin mükerrer sayısında yayınlanmış, ayrıca İçişleri Bakanlığı tarafından 19.03.1998 tarihinde yayınlanan bir genelge Yerel Gündem 21 uygulamaları bakımından belediyeler üzerinde teşvik edici olmuştur (Öner, 2001:104).

Belediyeler halkın ne düşündüğünü anlamak, tavsiye ve şikâyetlerini öğrenmek için çeşitli yol yöntemler kullanırlar. Bu yöntemler (Akçakaya, 1999:84).

- Vatandaşların kişisel başvuruları,

- Temsilci nitelikteki kişi ve gruplarla temas,

- Kamuoyu araştırmaları,

- Referandum.

Belediyelerin halkla ilişkiler çalışmalarının halka tanıtılmasında kullandığı araçlar şunlardır (Akçakaya, 1999:85).

- Basınla ilişkiler.

- Belediye rehberleri (El kitapları),

- Yıllıklar, kurum gazete ve dergiler,

- Halk günleri,

- Festivaller,

- Sergi ve Fuarlar,

- Konferans, açık oturum ve seminerler,

- Kurultaylar,

- Kamuoyuna rapor verme ve toplantıların halka açık yapılması,

- Radyo ve televizyon.

Mahalli idarelerin kar amacı gütmeden topluma hizmet vermeleri ve yöneticilerinin (Vali hariç) seçimle iş başına gelmeleri nedeniyle halkla ilişkileri çok önemlidir. Halkın istek ve ihtiyaçları kısa sürede giderilmeli ve sorunları en aza indirmek için çalışmalar yapılmalıdır. Halkla ilişkilerin etkin olarak çalışması mahalli idarelerin itibarını olumlu yönde etkiler. İstanbul Büyükşehir Belediyesinin etkin halkla ilişkiler için uygulamakta olduğu beyaz masa uygulaması İstanbul Büyükşehir Belediyesine olan güveni arttırmıştır. Beyaz masa uygulamasıyla halk telefon ve e mail aracılığıyla bu birime kolayca ulaşabiliyor ve sorunuyla ilgili, kısa bir süre sonra, kendisine geri dönüş yapılarak sorunun çözümü için yapılan çalışmalar hakkında bilgi verilmektedir.

6.6. Seçmen ve Çalışan Memnuniyeti

Mahalli idarelerin yöneticileri siyasi partiler aracılığıyla ya da bağımsız olarak yerel yönetim seçimlerinde aday olurlar. Yapılan seçimler sonucunda en yüksek oyu alan siyasi parti adayı ya da bağımsız aday, mahalli idarelerde 5 yıllığına görev yaparlar. Mahalli idare yöneticilerinin göreve gelmesinden sonra kendisine oy veren vermeyen tüm bireylere karşı eşit davranması gerekmektedir. Tüm halkın istek ve ihtiyaçlarını karşılamalı ve sorunların çözümüne yönelik projeler geliştirilmelidir.

Seçmenler, mahalli idareleri etkilemede son derece güçlü bir potansiyele sahiptirler. Şöyle ki mahalli idarelerde bürokrasinin azlığı yönetime katılmayı arttırıcı rol oynar. Demokrasinin büyük birimlerde sağlıklı işleyebilmesi, bireylerin karar alımına doğrudan katılabildiği ve günlük hayat üzerinde gerçek denetimde bulunabildiği birçok küçük demokrasilerden oluşmasına bağlıdır. Temsili demokrasinin halkı yönetimden dışladığı, bu yüzden de halkı demokrasiye yabancılaştırdığı şeklindeki görüşler dikkate alındığında, yerel düzeyde katılımın arttırılması daha da önem taşımaktadır. Halkın yönetime katılımı ile demokrasi

düşüncesi geliştirilebileceği gibi, seçmenler kendilerini doğrudan ilgilendiren konularda daha fazla söz sahibi olabilecektir (Ulusoy ve Akdemir, 2012:33).

Mahalli idare yöneticileri 5 yıllık süre sonunda yapmış olduğu hizmetlerin ve göstermiş olduğu yönetim tarzının neticesinde halkın gözünde olumlu bir itibara sahipse yeniden seçilebilir. Fakat bu 5 yıllık süre zarfında olumsuz bir itibara sahip olursa yeniden seçilme ihtimali çok zayıftır. Seçmenin büyük bir kısmının memnuniyeti mahalli idare yöneticilerinin tekrar seçilmelerini sağlayacaktır. Seçmenin büyük bir kısmının memnun olmadığı bir mahalli idare kuruluşu yöneticileri başarı sağlayamaz ve bunların tekrar seçilme ihtimalleri çok zayıftır.

Çalışanlar, mahalli idarelerin seçmenlerle iyi ilişkiler kurmasındaki en önemli araçlardandır. Olumlu çalışan tutumları, kurumlarda güçlü bir itibar oluştururken yeni çalışanları kuruma çekme kabiliyetini de arttırmaktadır. Çünkü mevcut çalışanlar kurumun çalışma ortamının kalitesini doğrulamaktadır. Çalışan çabaları ve kalitesi ile olumlu çalışan tutumları müşteriler tarafından gözlemlenebilmektedir. İyi çalışma ortamı olan kurumlardaki çalışanların, seçmen memnuniyeti üzerinde doğrudan etkisi bulunmaktadır (Gümüş, 2009:111).

Çalışanların seçmenlerle kurduğu olumlu ilişki seçmenin mahalli idare yönetimine olumlu bir bakış açısıyla bakmasını sağlayabilir. Bu bakış açısı kurumun itibarını ve saygınlığını artıracaktır. Çalışanlar kurumun olumlu bir itibara sahip olmasında önemli bir etkendir.

Gaziantep, Kahramanmaraş ve Bingöl illerinde 237 sivil toplum kuruluşuna uygulanan yerel yönetim memnuniyeti çalışmasının sonuçları aşağıdaki gibidir:

Sivil toplum kuruluşları yerel düzeydeki taleplerini ağırlıklı olarak yerel bürokratlara iletmekle birlikte; % 21.1 oranında kamuoyu oluşturmak amacıyla toplantı ve paneller düzenleyerek; % 16.9 oranında görsel ve yazılı basın aracılığıyla belediye yönetimine iletmektedirler. Buna karşın sivil toplum kuruluşları sorunlarını, taleplerini % 3.4 oranında siyasi partiler aracılığıyla belediye yönetimine ulaştırıp, taleplerine aykırı karar ve uygulamalara yönelik tepkilerini % 65,8 oranında belediye yetkililerine aktarırlarken % 8.4 oranında ise basın toplantıları aracılığıyla doğrudan kamuoyuna iletmektedirler.

Belediye yönetimiyle iletişimleri noktasında siyasi partileri öncelikli olarak kullanmayı tercih etmeyen sivil toplum kuruluşları belediye yönetimlerinin işleyiş tarzları açısından % 47.7 oranında siyasi yandaşlarını temsil ettiğini, aynı çerçevede % 34.2 oranında siyasi partilerin yerel hizmetlere yönelik kararların alınmasında etkin olduklarını ifade etmişlerdir. Belediye yönetimleriyle iletişim ve etkileşim kanalı olarak belediye yetkililerini öncelikli olarak tercih eden sivil toplum kuruluşları yönetimde siyasi partilerin etkinliğini savunmalarına karşın, belediye yönetimlerine % 4.2 oranında duydukları güven nedeniyle denetleme yapma girişiminde bulunmadıklarını belirtmişlerdir.

Sivil toplum kuruluşlarının % 27.8'i belediye yönetimine yönelik denetim işlevlerini bir sonraki seçimlerde oy verme davranışlarıyla yerine getirirken, % 7.6'sı mevcut denetim yapılarını yeterli görmekte; % 12.7'si ise meclis çalışmalarına katılmak suretiyle denetim yapmaktadırlar. Sivil toplum kuruluşları yerel halkı ilgilendiren bazı kararların kesinlik kazanmasında % 82.3 oranında halk oylaması modelinin uygulanmasını istemektedirler. Bu yaklaşımlarıyla kuruluşlar belediye yönetim kararlarında etkinlik kazanımı talep ediyor görünmektedirler. Bu yaklaşımı bir bakıma kuruluşların siyasi partilerin etkinliklerine ortak olma talebi biçiminde nitelemek mümkündür. Sivil toplum kuruluşları % 78.5 oranında mevcut belediye yönetimlerinin halk katılımını sağlamaya yönelik yeterli çalışmalar yapmadıklarını savunmaktadırlar. Bu çerçevede sivil toplum kuruluşları halk katılımının gerçekleştirilmesi yöntemleri arasında % 19.8 oranında halk oylaması uygulanmasını önermekte aynı zamanda halk oylamasını belediye yönetimlerinin daha aktif hale getirilmesinin aracı olarak görmektedirler. Sivil toplum kuruluşları halk katılımının istenilen düzeyde gerçekleşmemesinin nedenleri arasında; % 11 oranında yerel halkın belediye yönetim işleyişine dair yeterli bilgi sahibi olmamasını , % 11 oranında yerel halkın belediye kararları hakkında bilgi sahibi olmalarının yasal açıdan zor olmasını görmektedirler. Bu yaklaşımlar belediye yönetimlerinin mevcut işleyişlerinin yerel halkın bilgisine açık olmadığı anlamını taşımaktadır (Öner, 2001:111).

Türkiye'deki belediyeler içerisinde TSE-ISO 10002 Müşteri Memnuniyeti ve Şikayet Yönetim Sistemi belgesini ilk alan belediye Kumluca Belediyesi'dir.

Kumluca Belediyesi seçmenlerine yönelik yapmış oldukları uygulamalarla bu belgeyi almaya hak kazanmışlardır. Türk Standartları Enstitüsü yetkililerinin 01 Mart 2012 tarihinde yapmış oldukları incelemelerde Kumluca Belediyesi'nin TSE-ISO 10002 Müşteri Memnuniyeti ve Şikayet Yönetim Sistemi belgesini yeniden güncellemişlerdir (www.haberler.com, Erişim Tarihi :01.03.2012).

6.7. Kurumsal Yönetişim

Kurumsal yönetişim, kurumun yönetim kurulu, maaşlı yöneticiler ve diğerleri arasındaki hak ve sorumluluklarının dağılımını tanımlar, kurumla ilgili verilecek kararları, uygulanacak kullanılacak kuralları ve yönergeleri açıklar. Böylece, kuruluş amaçlarının belirlenmesinde, bu amaçlara ulaşmakta ve kuruluş performansının izlenmesinde kullanılacak araçların seçiminde bir baz oluşturmaktadır (Türker, 2005:26).

Dünyada kurumsal yönetişim ilkeleri gün geçtikçe yaygınlaşmaktadır. Kurumsal yönetişim ana ilkeleri: etkililik, tutarlılık, şeffaflık, adil olmak, hesap verebilirlik, katılımcılık/yayılım ve sorumluluktur. Bu ilkeler ışığında kurumsal yönetişim, bir kurumun hedeflerine ulaşması ve en üstün performansı göstermesi açısından önem taşır (Argüden, 2011:5). Kurumsal yönetişim anlayışı mahalli idarelerde kurumsal verimliliği artırırken itibarı da artırabilmektedir. Mahalli idarelerin halkın istek, ihtiyaç ve beklentilerini karşılayarak çevreleri ile etkileşim içerisinde olmaları gerekmektedir.

Bayramoğlu, iyi yönetişimi neoliberal paradigmanın[*] devamı olarak görmektedir. Yönetişimin, ekonomi ve siyaset arasındaki ilişkiyi açıklayarak, siyaset düzlemine ekonomiyi yediren bir yaklaşım olduğunu düşünmektedir. Diğer bir ifade ile yönetişim, politik toplumun (devletin) sivil toplum (piyasa) tarafından sömürgeleştirilmesidir. Bunun en açık kanıtını, söz konusu modelin, girişimci ya da kurum olarak "kurum" haklarını güvence altına alan özelliğinde görmek

[*] Devletin faaliyet alanı sınırlandırılmalıdır. Devletin başlıca görevi, kanun ve düzeni sağlamak, özel girişimlerin kendi aralarındaki sözleşmelerin yürürlüğünü temin etmek ve rekabetçi piyasaları özendirmek suretiyle özgürlüğümüzü korumak olmalıdır. Devletin gücü sınırlanmalıdır. Özgürlüğün korunması, devletin gücünün sınırlanması ve yerelleşmesiyle olasıdır.

mümkündür. Sözü edilen; haklar, özgürlükler ve eşitliklerin, ticaret hakkı temelinde tanımlandığı yeni bir iktisat biçimidir (Bayramoğlu, 2005:415).

Dünya Bankası, yönetişimin ihtiyaç duyduğu yeni devlet biçiminin yerleşmesi için, ikili bir strateji geliştirmiştir. Stratejinin ilk unsuru, devletin işlerini kendi kapasitesiyle sınırlandırmaktır. Bu unsura göre, devlet kendi kapasitesini aşan görevlerden kurtulmalı ve bu görevler piyasa ya da çeşitli topluluklar tarafından üstlenilmelidir. Devlet piyasalar uygun kurumsal temellerin düzenlenmesi açısından temel önemdedir. Stratejinin ikinci unsuru kamu kurumlarına yeniden güç kazandırıp devletin hareket kabiliyetini artırmaktır. Buna göre, devletin mevcut yetersiz kapasitesinin kabul edilmesi bu kapasitenin değiştirilemeyeceği anlamı taşımaz. Aksine devletin keyfi edimlerini kontrol etmede ve kök salmış yolsuzlukla mücadelede çok daha işe yarayan etkili kurallar ve sınırlamalar tasarlanabilir.

Yönetişim yaklaşımının temel önermeleri şunlardır:

- Ekonomi, kural ve kurumlarıyla siyasetten arındırılmalıdır: Ekonomi yönetimi ve kurumları siyasetin vesayetinden kurtulmadıkça, başta kaynak tahsisindeki yanlış tercihler olmak üzere yolsuzluklar ve kamu kaynaklarının israfı önlenemez: Dolayısıyla ekonominin özerk kılınması yönetime dair pek çok sorunun da çözümüne katkı sunar.

- Kamu yönetimi piyasa kurallarına göre düzenlenmelidir. Piyasanın gereklilikleri/kuralları ve aktörleri, toplumsal kalkınma için yaratıcı ve geliştirici özelliklere sahiptir. Bu nedenle, devlet aygıtının örgütlenmesi ve işleyişi itibarıyla piyasa ilkelerine göre düzenlenmesi gerekmektedir.

- Devletlerarası ilişkilerde, bağımsızlık ilkesi yerini karşılıklı bağımlılığa bırakmıştır: Küreselleşme süreci içinde ulusal ölçek "bağımlı" düzey haline gelmiştir. Bu yüzden devletler arasındaki ilişkiler "karşılıklı bağımlılık" esasına göre düzenlenmektedir. Yönetişim, siyasal egemenliği küresel düzeyde örgütlerken, ulusal ve ulus altı düzeydeki yönetimleri de "bağımlı" düzeyler olarak örgütlemelidir. Bu, bağımsız devletler arasında kurulan bir uluslararası alanın inşasıyla değil, karşılıklı bağımlılık ilişkisi içindeki bir küresel alanın inşasıyla mümkündür. Dolayısıyla, siyasal egemenlik ölçeğinin "ulus" ölçeğinden "küresel" ölçeğe transferi

sağlanmalıdır (Örneğin uluslararası kurumların, ülke siyasetlerini belirlemeleri, "demokratikleştirme" programı vs.).

- Yerelleşme, kürselleşmenin ikiz hareketidir: Küreselleşme, yerelleşme ile birlikte yürütülmelidir; yerel ölçekli düzenlemeler, küresel ekonomiye daha kolay entegre olmaktadır. Ayrıca katılım ve hesapverebilirliği artırdığı için yerelleşme demokrasiyi de geliştirecektir. Merkezi gücün mümkün olduğunca dağıtılmasını amaçlayan bu süreç, çeşitli biçimler altında gerçekleşebilir.

- Kalkınma ve yönetişim arasında pozitif ve doğrusal bir ilişki bulunmaktadır: Kalkınma sorununa ulusal ölçekteki müdahaleci ve planlamacı yaklaşımlarla yanıt verilmesi dönemi kapanmıştır. Kalkınma için katılım ve piyasa sinyallerine açık olmak gerekmektedir. Bu ise yönetişim yaklaşımıyla mümkündür (Bayramoğlu, 2005:114).

Mahalli idare yöneticileri yasalarla belirlenmiş görev ve sorumluluklarını yerine getirirken sadece yasaları ve yönetmelikleri değil; aynı zamanda belki de daha fazla önem arz eden evrensel ve yerel ölçekte itiraz edilmeyecek biçimde yerleşik ve kabul görmüş olan ahlaki ve etik ilkeleri de gözeterek görevlerini yerine getirmelidirler (Çelikyay, 2012:12).

6.8. Kriz Yönetimi

Kriz yönetimi, olumsuz bir durumla karşılaşıldığında derhal uygulanacak bir eylem planıdır; itibar yönetimi ise uzun yıllar boyunca sürdürülen proaktif bir yaklaşımı kullanan bir stratejidir. Kriz yönetiminin itibar yönetimini destekleyici bir program olduğunu söylemek mümkündür.

Kriz yönetiminin başarıyla gerçekleştirilebilmesi için sırasıyla yapılması gereken etkinlikler şunlardır:

- Kurumda bir kriz durumu yaşandığının derhal kabul edilmesi,

- Krizle ilgili mümkün olduğunca fazla bilgi toplanması ve bu bilgilerin değerlendirilmesi için bir enformasyon merkezi oluşturulması,

- Kriz planlama aşamasında belirlenen kurum sözcüsünün medyadan gelebilecek sorulara karşı hazırlıklı olması,

- Krizle ilgili bilgi vermek üzere kurumun paydaşlarıyla iletişime geçilmelidir.

Bir kriz yönetim planı hazırlanırken ilk gereksinim, olası krizlerin yazılı olarak ortaya konulması ve böyle bir durumla karşılaşıldığında kuruluşun başa çıkabilme yeteneğinin belirlenmesidir. Kriz anında, önceden hazırlanmış olan bir planın yürürlüğe konması, zaman kazanmak ve planlı hareket edebilmek açısından büyük önem taşımaktadır. Böyle bir uygulamada, ilgili kitleyi ve çalışanları en kısa sürede bilgilendirmek temel amaçtır (Çelik vd, 2000:26).

Kriz dönemleri, halka ilişkiler etkinliklerinin ön plana çıktığı zamanlardır. Çünkü birçok kriz, örgütün hedef kitleleri ve genel olarak halkın katkılarıyla aşılabilir. Kuşkusuz bu aşamada katılım, büyük ölçüde anlam kazanır. Kriz dönemlerine hazırlıksız yakalanmak, halkla ilişkiler stratejileriyle ve etkinlikleriyle yeterli düzeyde çalışma yapmamak, örgütsel uygulamalarda olumsuz sonuçlara neden olur. Kamuoyu farklı ve beklenmedik tepkiler geliştirir, dedikodu ve söylenti ortamının olumsuz tüm sonuçları krizle başa çıkmayı zorlaştırır. Bu nedenle, kriz öncesinde ve krizden sonra uygulanacak halkla ilişkiler programları mutlaka hazırlanmalı, tartışılmalı ve olgunlaştırılmalıdır. Yönetim kademelerinin katkıları sağlanmalı, gerekli eğitim çalışmaları önceden yapılmalıdır (Türker, 2005:42).

Özellikle kriz dönemlerinde zedelenen kurum itibarı bir kurumun en büyük ve en önemli değeridir. Kaybedilen itibarı kazanmak kadar mevcut itibarın korunması da işletmeler açısından önemli bir yönetim süreci olarak görülmelidir (Solmaz, 2006:2).

Mahalli idareler için itibar uzun sürede ve güvene dayalı ilişkiler sonucunda elde edilmektedir. İtibarı yüksek bir mahalli idare kuruluşu krizi başarılı bir şekilde yönettiği takdirde kamuoyunun mahalli idare kuruluşuna ilişkin değerlendirmeleri olumlu yönde olacaktır. Bu da mahalli idarenin kamuoyundaki itibarının güçleneceği anlamına gelmektedir.

III. BÖLÜM

İSTANBUL'DAKİ MAHALLİ İDARELERDE (İLÇE BELEDİYELERDE) İTİBAR YÖNETİMİNİN UYGULANABİLİRLİĞİ

Bu bölümde İstanbul'daki ilçe belediyelerde itibar yönetiminin uygulanabilirliğine ilişkin belediye başkanları ya da birim yöneticileriyle görüşülmüş kurum, sosyal sorumluluk, çalışanlar, kurumsal iletişim, kalite, yönetim, kriz yönetimi, müşteri memnuniyeti ve kurumsal yönetişim gibi itibar bileşenlerinin etkileri hakkındaki görüşleri araştırılmıştır.

1. Yöntem

1.1. Araştırmanın Hipotezleri

Genel olarak hipotez, karşılaşılan özel duruma ilişkin bir önermedir. İstatistiksel hipotez, bir araştırmada ilgilenilen bir ya da daha fazla parametrenin değeri hakkında ileri sürülen ve doğruluğu, geçerliliği bu parametre hakkında bilgi üreten istatistiklerden ve bu istatistiklerin örnekleme dağılımıyla ilgili bilgilerden yararlanarak araştırılabilen önermelerdir. Yorumsal istatistikte geleneksel karar alma işlemi olarak hipotez testi, örneklem bilgilerinden yararlanarak bu örneklemin çekildiği ana kütlenin bir ya da daha fazla parametresi hakkında yorum yapma konularını içerir. Burada, örneklem gözlem değerleri kullanılarak hesaplanan istatistiğin değeriyle, bu istatistiğin bilgi ürettiği parametrenin önceden belirlenmiş, bilinen değeri arasındaki farklılıkların, istatistiksel olarak anlamlı olup olmadığı belirlenir. Farklılık varsa, bu farklılıkların öneminin, sıfır hipotezini reddetmek için yeterli olup olmadığına karar verilir. Eğer söz konusu farklılık anlamlı bir farklılıksa sıfır hipotezi reddedilir, tersi durumda kabul edilir (http://www.web.sakarya.edu.tr, 01.10.2011).

Hipotez, ortaya çıkmış ve çıkacak belirli davranışlar, olgular ve olaylar hakkında varsayım olarak yapılan açıklamalardır. Hipotez araştırmacının araştırma problemindeki değişkenler arasında ne tür ilişkilerin olduğuna dair beklentileri ifade

eder (Altunışık, 2002:18). Sunulan bilgilerin sınanması hipotez testleri ile yapılmaktadır. Sıfır (H_0) hipotezine karşı mutlaka bir alternatif hipotez (H_1,) oluşturulmalı ve hipotez testi sürecinin başında oluşturulması gerekmektedir. Hipotez kurulduktan sonra söz konusu hipotezi test etmeye olanak verecek uygun bir test tekniğinin seçilmesi gerekir (Altunışık, 2002:150).

Araştırmayla ilgili kurulan hipotezler aşağıdadır.

Hipotezler

H_0: Yerel yönetimdeki yöneticilerin itibar yönetimi algıları arasında yaş değişkenine göre anlamlı bir fark yoktur. **(Red)**

H_1: Yerel yönetimdeki yöneticilerin itibar yönetimi algıları arasında yaş değişkenine göre anlamlı bir fark vardır.

H_0: Yerel yönetimdeki yöneticilerin itibar yönetimi algıları arasında cinsiyet değişkenine göre anlamlı bir fark yoktur. **(Kabul)**

H_2: Yerel yönetimdeki yöneticilerin itibar yönetimialgıları arasında cinsiyet değişkenine göre anlamlı bir fark vardır.

H_0: Yerel yönetimdeki yöneticilerin itibar yönetimi algıları arasında eğitim düzeyi değişkenine göre anlamlı bir fark yoktur. **(Kabul)**

H_3: Yerel yönetimdeki yöneticilerin itibar yönetimi algıları arasında eğitim düzeyi değişkenine göre anlamlı bir fark vardır.

H_0: Yerel yönetimdeki yöneticilerin itibar yönetimi algıları arasında yerel yönetimlerde çalışma süresi değişkenine göre anlamlı bir fark yoktur. **(Red)**

H_4: Yerel yönetimdeki yöneticilerin itibar yönetimi algıları arasında yerel yönetimlerde çalışma süresi değişkenine göre anlamlı bir fark vardır.

H_0: Yerel yönetimdeki yöneticilerin itibar yönetimi algıları arasında yerel yönetimlerdeki statü değişkenine göre anlamlı bir fark yoktur. **(Kabul)**

H_5: Yerel yönetimdeki yöneticilerin itibar yönetimi algıları arasında yerel yönetimlerdeki statü değişkenine göre anlamlı bir fark vardır.

H_0: Yerel yönetimdeki yöneticilerin itibar yönetimi algıları arasında bulundukları görevdeki çalışma süresi değişkenine göre anlamlı bir fark yoktur. **(Kabul)**

H_6: Yerel yönetimdeki yöneticilerin itibar yönetimi algısı arasında bulundukları görevdeki çalışma süresi değişkenine göre anlamlı bir fark vardır.

H_0: Yerel yönetimdeki yöneticilerin itibar yönetimi algısı ile kurum algısı arasında herhangi bir ilişki yoktur. **(Red)**

H_7: Yerel yönetimdeki yöneticilerin itibar yönetimi algısı arttıkça kuruma yönelik olumlu algısı da artar.

H_0: Yerel yönetimdeki yöneticilerin itibar yönetimi algısı ile sosyal sorumluluk algısı arasında herhangi bir ilişki yoktur. **(Red)**

H_8: Yerel yönetimdeki yöneticilerin itibar yönetimi algısı arttıkça sosyal sorumluğa yönelik olumlu algısı da artar.

H_0: Yerel yönetimdeki yöneticilerin itibar yönetimi algısı ile çalışanların kuruma bağlılığına yönelik algısı arasında herhangi bir ilişki yoktur. **(Kabul)**

H_9: Yerel yönetimdeki yöneticilerin itibar yönetimi algısı arttıkça çalışanların kuruma bağlılığına yönelik olumlu algısı da artar.

H_0: Yerel yönetimdeki yöneticilerin itibar yönetimi algısı ile kurumsal iletişim algısı arasında herhangi bir ilişki yoktur. **(Kabul)**

H_{10}: Yerel yönetimdeki yöneticilerin itibar yönetimi algısı arttıkça kurumsal iletişime yönelik olumlu algısı da artar.

H_0: Yerel yönetimdeki yöneticilerin itibar yönetimi algısı ile kalite algısı arasında herhangi bir ilişki yoktur. **(Kabul)**

H_{11}: Yerel yönetimdeki yöneticilerin itibar yönetimi algısı arttıkça kaliteye yönelik olumlu algısı da artar.

H_0: Yerel yönetimdeki yöneticilerin itibar yönetimi algısı ile yönetim algısı arasında herhangi bir ilişki yoktur. **(Red)**

H_{12}: Yerel yönetimdeki yöneticilerin itibar yönetimi algısı arttıkça yönetime yönelik olumlu algısı da artar.

H_0: Yerel yönetimdeki yöneticilerin itibar yönetimi algısı ile kriz yönetimi algısı arasında herhangi bir ilişki yoktur. **(Red)**

H_{13}: Yerel yönetimdeki yöneticilerin itibar yönetimi algısı arttıkça kriz yönetimine yönelik olumlu algısı da artar.

H_0: Yerel yönetimdeki yöneticilerin itibar yönetimi algısı ile müşteri memnuniyeti algısı arasında herhangi bir ilişki yoktur. **(Kabul)**

H_{14}: Yerel yönetimdeki yöneticilerin itibar yönetimi algısı arttıkça müşteri memnuniyetine yönelik olumlu algısı da artar.

H_0: Yerel yönetimdeki yöneticilerin itibar yönetimi algısı ile kurumsal yönetişim algısı arasında herhangi bir ilişki yoktur. **(Red)**

H_{15}: Yerel yönetimdeki yöneticilerin itibar yönetimi algısı arttıkça kurumsal yönetişime yönelik olumlu algısı da artar.

1.2. Evren ve Örneklem

Bu araştırmanın evrenini Türkiye'deki ilçe belediyeler oluştururken, örneklemini ise İstanbul'daki mahalli idareler(ilçe belediyeler) oluşturmaktadır. İstanbul'da bulunan 25 ilçe belediyesine anket uygulanmıştır. Anketin katılan sayısının az olma sebebi İstanbul'da bulunan mahalli idarelerin sayısının az olması ve belediyelerde "itibardan kim sorumludur" sorusunun cevabı olarak kurumun belediye başkanlarıyla, ilgili birim müdürünün olmasıdır. İlgili belediyede yapılan araştırmalar neticesinde itibar yönetiminden kimin sorumlu olduğu belirlenerek ilgili yönetici ile anket yapılmıştır.

1.3. Verilerin İstatistiksel Analizi

Araştırmada elde edilen veriler SPSS (Statistical Package for Social Sciences) for Windows 17.0 programı kullanılarak analiz edilmiştir. Verileri

değerlendirilirken tanımlayıcı istatistiksel metotları (Sayı, Yüzde, Ortalama, Standart sapma) kullanılmıştır. Hipotez testleri olarak Non-Parametrik testlerden Kruskal Wallis H-Testi, Mann Whitney U testi ve korelasyon analizleri yapılmıştır. Elde edilen bulgular % 95 güven aralığında 0,05 anlamlılık düzeyinde yorumlanmıştır. Ölçeğe ait güvenilirlik sonuçları Tablo 3.1'de incelenmiştir. Ölçekte yer alan tüm soruların genel ortalaması 4,5790 olarak bulunmuştur. Ölçeğin güvenilirlik katsayısı Alpha bölümlere göre hesaplanmıştır.

Tablo 3.1. Ölçeğe Ait Güvenilirlik Sonuçları

	Sorular	**Ort.**	**St. Sap.**	**Alpha**
1	Kurumun kamuoyu tarafından nasıl algılandığıdır	4,8400	0,3700	0,6780
2	Dış çevrenin kurum için düşündükleridir	4,5600	0,5100	
3	Kurumun en önemli değeridir	4,8000	0,4100	
4	Marka, imaj ve kimlik unsurlarını kurum içinde barındırır	4,7200	0,5400	
5	Halkın duyduğu güveni yansıtır	4,8000	0,4100	
6	Marka, imaj ve kimlik unsurlarının dış çevreye yansımasıdır	4,8400	0,3700	
7	Kurumun imajını geliştirir	4,8800	0,3320	0,6540
8	Kurumun kültürünü olumlu yönde etkiler	4,3600	0,5690	
9	Kuruma vizyon kazandırır	4,7600	0,4360	
10	Kurum kültürünün çalışanlar tarafından kolayca benimsenmesini sağlar	4,2000	0,5000	
11	Örgütlerin toplumsal sorumluluklarını arttırır	4,7200	0,4580	0,7040
12	Çalışma ortamı ve çevresini olumlu yönde etkiler	4,7200	0,5420	
13	Etik unsurlara daha duyarlı yaklaşılmasını sağlar	4,7600	0,5230	
14	Çevreye duyarlı ve uyumlu kurum yaratır	4,8000	0,4080	
15	Nitelikli çalışanları kuruma çeker	4,5600	0,7120	0,6440
16	Nitelikli çalışanları kurumda tutar	4,3200	0,4760	
17	Çalışanların iş tatminini arttırır	4,4000	0,7640	
18	Kurumsal bağlılık yaratır	4,4400	0,5070	
19	Çalışanları eğitmek için açık ve tutarlı mesajları tanımlar	4,3200	0,4760	0,7020
20	Yüksek performans ve isteğe bağlı çabayı özendirir	4,2400	0,5230	

21	Dedikodu ve yanlış anlaşılmaları azaltır	4,4000	0,5000	
22	Çalışanları destekleyerek motive eder	4,6800	0,5570	
23	İşlem hızını arttırır	4,2000	0,6450	0,6010
24	Sponsorlardan destek almayı kolaylaştırır	4,0800	0,7590	
25	Yatırımcıları, yerel yönetime yatırım yapmaya teşvik eder	4,5200	0,5100	
26	Yerel yönetimin halkın gözündeki değerini arttırır	4,9600	0,2000	
27	Yönetici kalitesini arttırır	4,6400	0,5690	0,6080
28	Yönetim kalitesini arttırır	4,7600	0,5230	
29	Liderliği teşvik eder	4,5600	0,5070	
30	Krize karşı hızlı davranılmasını sağlar	4,4000	0,5770	0,6300
31	Kriz anlarında kontrolü elde tutmayı sağlar	4,4000	0,5770	
32	Kurumun medya ilişkilerini kuvvetlendirir	4,8000	0,4080	
33	Etkin halkla ilişkiler çalışmalarını sağlar	4,7200	0,4580	
34	İyi hizmetler oluşmasını sağlar	4,9200	0,2770	0,6750
35	Hata giderlerinin azaltılmasını sağlar	4,7200	0,5420	
36	Düşük işlem giderleri oluşmasını sağlar	4,2800	0,7370	
37	Sermaye çeker	4,2400	0,5970	0,7840
38	Etkin performans sağlar	4,7600	0,5230	
39	Kurumsal amaçların başarılmasını sağlar	4,6800	0,5570	
40	Yasal zorunluluklar ve genel sosyal beklentilerin karşılanmasını sağlar	4,4000	0,7070	

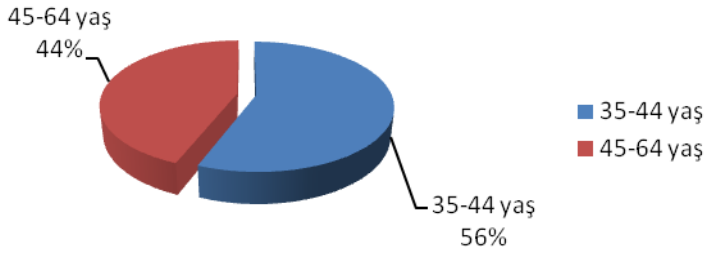
2. TANIMLAYICI ANALİZLER

2.1. Örneklem Grubunun Demografik Özelliklerine İlişkin Bulgular

Tablo 3.2. Örneklem Grubunun Yaşlarına Göre Dağılımı

	Frekans	Yüzde (%)
35-44 yaş	14	56
45-64 yaş	11	44
Toplam	25	100

Örneklem grubunun yaşlarına göre dağılımı Tablo 3.2'de incelenmiştir. Buna göre araştırmaya katılan yerel yönetimdeki yöneticilerin 14'ü (% 56,0) 35-44 yaş, 11'i (% 44,0) 45-64 yaştır.

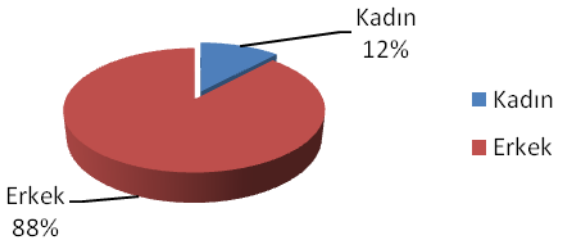


Şekil 3.1. Örneklem Grubunun Yaşlarına Göre Dağılımı

Tablo 3.3. Örneklem Grubunun Cinsiyetlerine Göre Dağılımı

	Frekans	Yüzde (%)
Kadın	3	12
Erkek	22	88
Toplam	25	100

Örneklem grubunun cinsiyetlerine göre dağılımı Tablo 3.3'te incelenmiştir. Buna göre araştırmaya katılan yerel yönetimdeki yöneticilerin 3'ü (% 12,0) Kadın, 22'si (% 88,0) Erkektir.



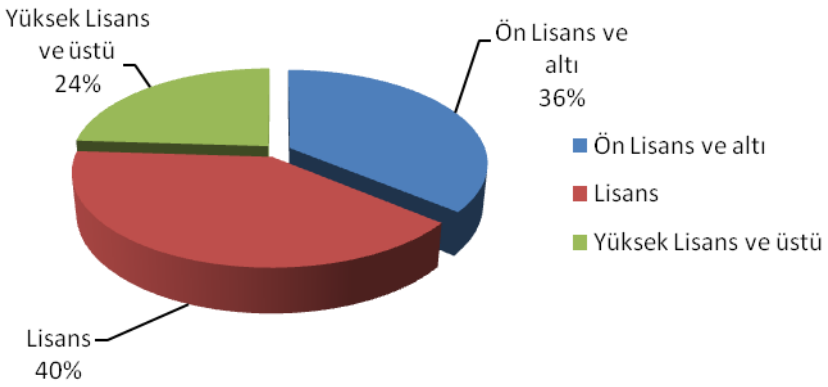
Şekil 3.2. Örneklem Grubunun Cinsiyetlerine Göre Dağılımı

Tablo 3.4. Örneklem Grubunun Eğitim Düzeylerine Göre Dağılımı

	Frekans	Yüzde (%)
Ön Lisans ve altı	9	36
Lisans	10	40
Yüksek Lisans ve üstü	6	24
Toplam	25	100

Örneklem grubunun eğitim düzeylerine göre dağılımı Tablo 3.4'te incelenmiştir. Buna göre araştırmaya katılan yerel yönetimdeki yöneticilerin 9'u (%

36,0) Ön Lisans ve altı, 10'u (% 40,0) Lisans, 6'sı (% 24,0) Yüksek Lisans ve üstüdür.

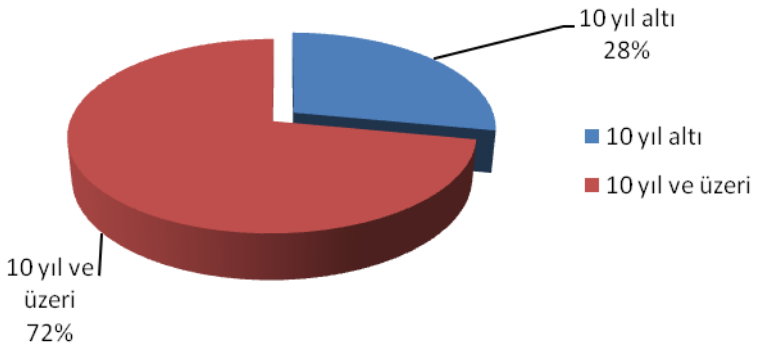


Şekil 3.3. Örneklem Grubunun Eğitim Düzeylerine Göre Dağılımı

Tablo 3.5. Örneklem Grubunun Yerel Yönetimlerde Çalışma Sürelerine Göre Dağılımı

	Frekans	Yüzde (%)
10 yıl altı	7	28
10 yıl ve üzeri	18	72
Toplam	25	100

Örneklem grubunun yerel yönetimlerde çalışma sürelerine göre dağılımı Tablo 3.5'te incelenmiştir. Buna göre araştırmaya katılan yerel yönetimdeki yöneticilerin 7'si (% 28,0) 10 yıl altı, 18'i (% 72,0) 10 yıl ve üzeridir.

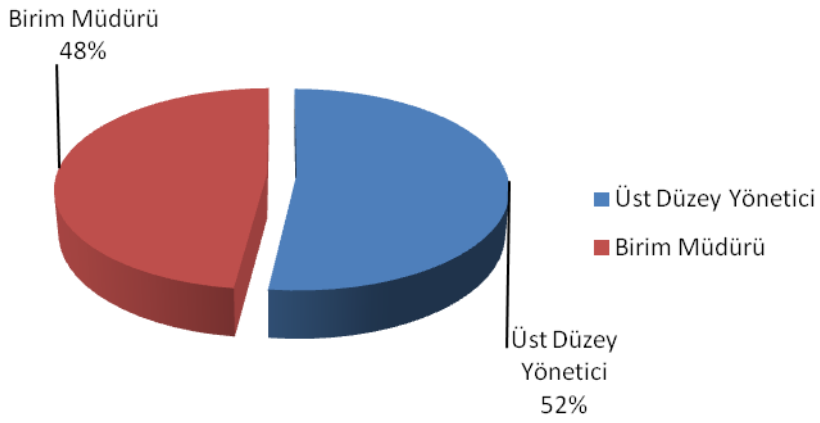


Şekil 3.4. Örneklem Grubunun Yerel Yönetimlerde Çalışma Sürelerine Göre Dağılımı

Tablo 3.6. Örneklem Grubunun Yerel Yönetimlerdeki Statülerine Göre Dağılımı

	Frekans	Yüzde (%)
Üst Düzey Yönetici	13	52
Birim Müdürü	12	48
Toplam	25	100

Örneklem grubunun yerel yönetimlerdeki statülerine göre dağılımı Tablo 3.6'da incelenmiştir. Buna göre araştırmaya katılan yerel yönetimdeki yöneticilerin 13'ü (% 52,0) Üst Düzey Yönetici, 12'si (% 48,0) Birim Müdürüdür.

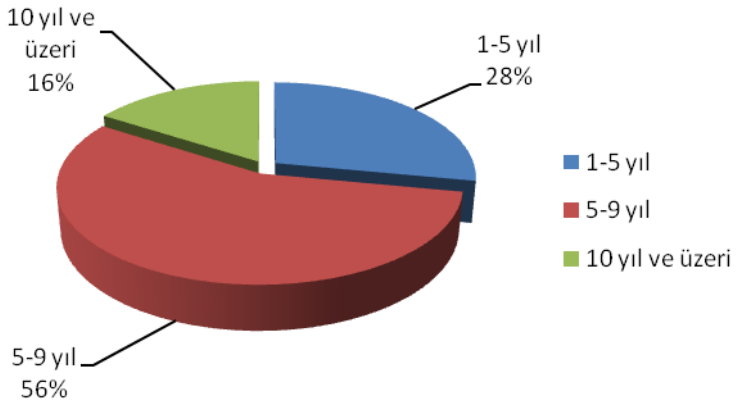


Şekil 3.5. Örneklem Grubunun Yerel Yönetimlerdeki Statülerine Göre Dağılımı

Tablo 3.7. Örneklem Grubunun Bulundukları Görevdeki Çalışma Sürelerine Göre Dağılımı

	Frekans	Yüzde (%)
1-5 yıl	7	28
5-9 yıl	14	56
10 yıl ve üzeri	4	16
Toplam	25	100

Örneklem grubunun bulundukları görevdeki çalışma sürelerine göre dağılımı Tablo 3.7'de incelenmiştir. Buna göre araştırmaya katılan yerel yönetimdeki yöneticilerin 7'si (% 28,0) 1-5 yıl, 14'ü (% 56,0) 5-9 yıl, 4'ü (% 16,0) 10 yıl ve üzeridir.

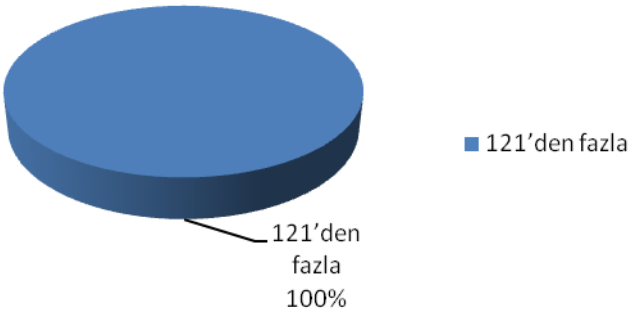


Şekil 3.6. Örneklem Grubunun Bulundukları Görevdeki Çalışma Sürelerine Göre Dağılımı

Tablo 3.8. Örneklem Grubunun Görev Yaptığı Yönetimde Çalışan Personel Sayısına Göre Dağılımı

	Frekans	Yüzde (%)
121'den fazla	25	100

Örneklem grubunun görev yaptığı yönetimde çalışan personel sayısına göre dağılımı Tablo 3.8'de incelenmiştir. Buna göre araştırmaya katılan yerel yönetimdeki yöneticilerin 25'i (% 100,0) 121'den fazladır.

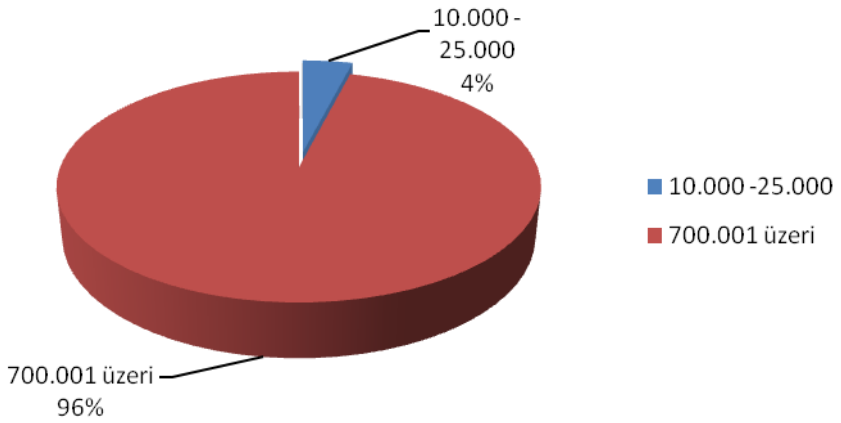


Şekil 3.7. Örneklem Grubunun Görev Yaptığı Yönetimde Çalışan Personel Sayısına Göre Dağılımı

Tablo 3.9. Örneklem Grubunun Görev Yaptığı Yerel Yönetimin Nüfusuna Göre Dağılımı

	Frekans	Yüzde (%)
10.000 -25.000	1	4
70.001 üzeri	24	96
Toplam	25	100

Örneklem grubunun görev yaptığı yerel yönetimin nüfusuna göre dağılımı Tablo 3.9'da incelenmiştir. Buna göre araştırmaya katılan yerel yönetimdeki yöneticilerin 1'i (% 4,0) 10.000 -25.000, 24'ü (% 96,0) 700.001 üzeridir.



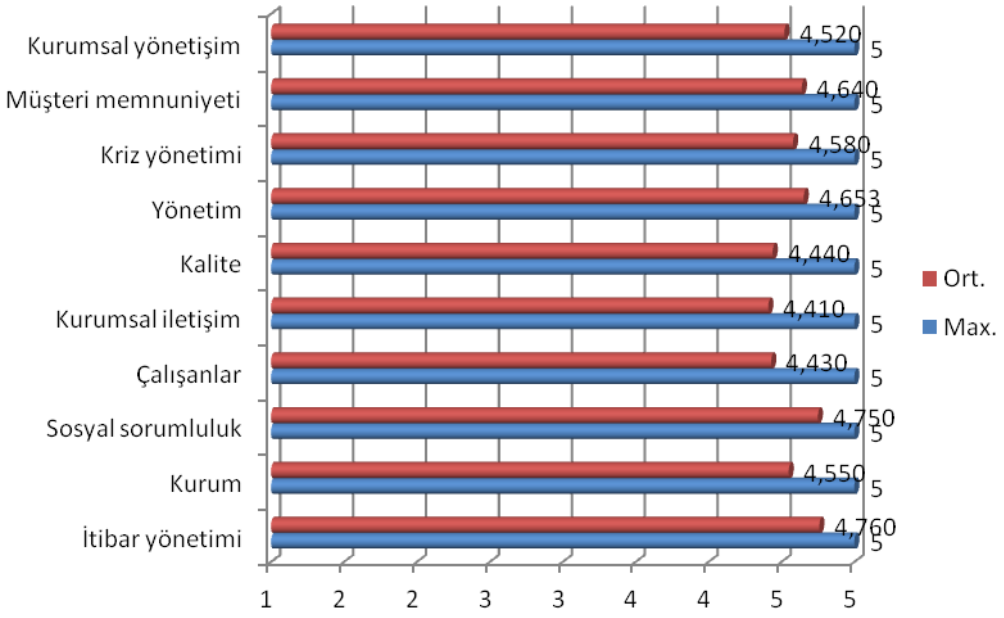
Şekil 3.8. Örneklem Grubunun Görev Yaptığı Yerel Yönetimin Nüfusuna Göre Dağılımı

2.2. Araştırmaya Katılan Yerel Yönetimdeki Yöneticilerin İtibar Yönetimini Değerlendirme Düzeylerinin Puanlarının Ortalamaları

Tablo 3.10. Araştırmaya Katılan Yerel Yönetimdeki Yöneticilerin İtibar Yönetimini Değerlendirme Düzeylerinin Puanlarının Ortalamaları

	N	Min.	Max.	Ort.	S.s
İtibar yönetimi	25	4,167	5,000	**4,760**	0,273
Kurum	25	4,000	5,000	4,550	0,306
Sosyal sorumluluk	25	4,000	5,000	4,750	0,354
Çalışanlar	25	3,250	5,000	4,430	0,436
Kurumsal iletişim	25	3,500	5,000	**4,410**	0,374
Kalite	25	4,000	5,000	4,440	0,309
Yönetim	25	3,667	5,000	4,653	0,379
Kriz yönetimi	25	3,750	5,000	4,580	0,351
Müşteri memnuniyeti	25	3,333	5,000	4,640	0,429
Kurumsal yönetişim	25	3,250	5,000	4,520	0,467

Tablo 3.10'da görüldüğü üzere, araştırmaya katılan yerel yönetimdeki yöneticilerin itibar yönetimini değerlendirme düzeylerinin puanlarının ortalamaları incelendiğinde, itibar yönetimi puanlarının ortalamasının en yüksek, kurumsal iletişim puanlarının ortalamasının en düşük olduğu görülmektedir.



Şekil 3.9. Araştırmaya Katılan Yerel Yönetimdeki Yöneticilerin İtibar Yönetimini Değerlendirme Düzeylerinin Puanlarının Ortalamaları

2.3. Araştırmaya Katılan Yerel Yönetimdeki Yöneticilerin Ölçek Sorularına Verdiği Cevapların Ortalamaları

Tablo 3.11. Araştırmaya Katılan Yerel Yönetimdeki Yöneticilerin "*İtibar Yönetimi*" Sorularına Verdiği Cevapların Ortalamaları

	N	Min.	Max.	Ort.	S.s
Kurumun kamuoyu tarafından nasıl algılandığıdır.	25	4,000	5,000	**4,840**	0,370
Dış çevrenin kurum için düşündükleridir.	25	4,000	5,000	**4,560**	0,510
Kurumun en önemli değeridir.	25	4,000	5,000	4,800	0,410
Marka, imaj ve kimlik unsurlarını kurum içinde barındırır.	25	3,000	5,000	4,720	0,540
Halkın duyduğu güveni yansıtır.	25	4,000	5,000	4,800	0,410
Marka, imaj ve kimlik unsurlarının dış çevreye yansımasıdır.	25	4,000	5,000	**4,840**	0,370

Tablo 3.11'de görüldüğü üzere, araştırmaya katılan yerel yönetimdeki yöneticilerin "*itibar yönetimi*" sorularına verdiği cevapların ortalamaları

incelendiğinde, "*Dış çevrenin kurum için düşündükleridir.*" sorusuna verilen cevapların ortalamasının en düşük, "*Kurumun kamuoyu tarafından nasıl algılandığıdır.*" ve *"Marka, imaj ve kimlik unsurlarının dış çevreye yansımasıdır."* sorularına verilen cevapların ortalamasının en yüksek olduğu görülmektedir.

Tablo 3.12. Araştırmaya Katılan Yerel Yönetimdeki Yöneticilerin "*Kurum*" Sorularına Verdiği Cevapların Ortalamaları

	N	Min.	Max.	Ort.	S.s
Kurumun imajını geliştirir.	25	4,000	5,000	**4,880**	0,332
Kurumun kültürünü olumlu yönde etkiler.	25	3,000	5,000	4,360	0,569
Kuruma vizyon kazandırır.	25	4,000	5,000	4,760	0,436
Kurum kültürünün çalışanlar tarafından kolayca benimsenmesini sağlar.	25	3,000	5,000	**4,200**	0,500

Tablo 3.12'de görüldüğü üzere, araştırmaya katılan yerel yönetimdeki yöneticilerin "*Kurum*" sorularına verdiği cevapların ortalamaları incelendiğinde, "*Kurum kültürünün çalışanlar tarafından kolayca benimsenmesini sağlar."* sorusuna verilen cevapların ortalamasının en düşük, "*Kurumun imajını geliştirir."* sorusuna verilen cevapların ortalamasının en yüksek olduğu görülmektedir.

Tablo 3.13. Araştırmaya Katılan Yerel Yönetimdeki Yöneticilerin "*Sosyal Sorumluluk*" Sorularına Verdiği Cevapların Ortalamaları

	N	Min.	Max.	Ort.	S.s
Örgütlerin toplumsal sorumluluklarını arttırır.	25	4,000	5,000	**4,720**	0,458
Çalışma ortamı ve çevresini olumlu yönde etkiler.	25	3,000	5,000	**4,720**	0,542
Etik unsurlara daha duyarlı yaklaşılmasını sağlar.	25	3,000	5,000	4,760	0,523
Çevreye duyarlı ve uyumlu kurum yaratır.	25	4,000	5,000	**4,800**	0,408

Tablo 3.13'te görüldüğü üzere, araştırmaya katılan yerel yönetimdeki yöneticilerin "*Sosyal Sorumluluk*" sorularına verdiği cevapların ortalamaları incelendiğinde, "*Örgütlerin toplumsal sorumluluklarını arttırır."* ve "*Çalışma ortamı*

ve çevresini olumlu yönde etkiler." sorularına verilen cevapların ortalamasının en düşük, "*Çevreye duyarlı ve uyumlu kurum yaratır."* sorusuna verilen cevapların ortalamasının en yüksek olduğu görülmektedir.

Tablo 3.14. Araştırmaya Katılan Yerel Yönetimdeki Yöneticilerin "*Çalışanlar*" Sorularına Verdiği Cevapların Ortalamaları

	N	Min.	Max.	Ort.	S.s
Nitelikli çalışanları kuruma çeker.	25	2,000	5,000	**4,560**	0,712
Nitelikli çalışanları kurumda tutar.	25	4,000	5,000	**4,320**	0,476
Çalışanların iş tatminini arttırır.	25	2,000	5,000	4,400	0,764
Kurumsal bağlılık yaratır.	25	4,000	5,000	4,440	0,507

Tablo 3.14'te görüldüğü üzere, araştırmaya katılan yerel yönetimdeki yöneticilerin "*Çalışanlar*" sorularına verdiği cevapların ortalamaları incelendiğinde, "*Nitelikli çalışanları kurumda tutar."* sorusuna verilen cevapların ortalamasının en düşük, "*Nitelikli çalışanları kuruma çeker."* sorusuna verilen cevapların ortalamasının en yüksek olduğu görülmektedir.

Tablo 3.15. Araştırmaya Katılan Yerel Yönetimdeki Yöneticilerin "*Kurumsal İletişim*" Sorularına Verdiği Cevapların Ortalamaları

	N	Min.	Max.	Ort.	S.s
Çalışanları eğitmek için açık ve tutarlı mesajları tanımlar.	25	4,000	5,000	4,320	0,476
Yüksek performans ve isteğe bağlı çabayı özendirir.	25	3,000	5,000	**4,240**	0,523
Dedikodu ve yanlış anlaşılmaları azaltır.	25	4,000	5,000	4,400	0,500
Çalışanları destekleyerek motive eder.	25	3,000	5,000	**4,680**	0,557

Tablo 3.15'te görüldüğü üzere, araştırmaya katılan yerel yönetimdeki yöneticilerin "*Kurumsal İletişim*" sorularına verdiği cevapların ortalamaları incelendiğinde, "*Yüksek performans ve isteğe bağlı çabayı özendirir."* sorusuna verilen cevapların ortalamasının en düşük, "*Çalışanları destekleyerek motive eder."* sorusuna verilen cevapların ortalamasının en yüksek olduğu görülmektedir.

Tablo 3.16. Araştırmaya Katılan Yerel Yönetimdeki Yöneticilerin "*Kalite*" Sorularına Verdiği Cevapların Ortalamaları

	N	Min.	Max.	Ort.	S.s
İşlem hızını arttırır.	25	2,000	5,000	4,200	0,645
Sponsorlardan destek almayı kolaylaştırır.	25	3,000	5,000	**4,080**	0,759
Yatırımcıları, yerel yönetime yatırım yapmaya teşvik eder.	25	4,000	5,000	4,520	0,510
Yerel yönetimin halkın gözündeki değerini arttırır.	25	4,000	5,000	**4,960**	0,200

Tablo 3.16'da görüldüğü üzere, araştırmaya katılan yerel yönetimdeki yöneticilerin "*Kalite*" sorularına verdiği cevapların ortalamaları incelendiğinde, "*Sponsorlardan destek almayı kolaylaştırır."* sorusuna verilen cevapların ortalamasının en düşük, "*Yerel yönetimin halkın gözündeki değerini arttırır."* sorusuna verilen cevapların ortalamasının en yüksek olduğu görülmektedir.

Tablo 3.17. Araştırmaya Katılan Yerel Yönetimdeki Yöneticilerin "*Yönetim*" Sorularına Verdiği Cevapların Ortalamaları

	N	Min.	Max.	Ort.	S.s
Yönetici kalitesini arttırır.	25	3,000	5,000	4,640	0,569
Yönetim kalitesini arttırır.	25	3,000	5,000	**4,760**	0,523
Liderliği teşvik eder.	25	4,000	5,000	**4,560**	0,507

Tablo 3.17'de görüldüğü üzere, araştırmaya katılan yerel yönetimdeki yöneticilerin "*Yönetim*" sorularına verdiği cevapların ortalamaları incelendiğinde, "*Liderliği teşvik eder."* sorusuna verilen cevapların ortalamasının en düşük, "*Yönetim kalitesini arttırır."* sorusuna verilen cevapların ortalamasının en yüksek olduğu görülmektedir.

Tablo 3.18. Araştırmaya Katılan Yerel Yönetimdeki Yöneticilerin "*Kriz Yönetimi*" Sorularına Verdiği Cevapların Ortalamaları

	N	Min.	Max.	Ort.	S.s
Krize karşı hızlı davranılmasını sağlar.	25	3,000	5,000	**4,400**	0,577
Kriz anlarında kontrolü elde tutmayı sağlar.	25	3,000	5,000	**4,400**	0,577
Kurumun medya ilişkilerini kuvvetlendirir.	25	4,000	5,000	**4,800**	0,408
Etkin halkla ilişkiler çalışmalarını sağlar.	25	4,000	5,000	4,720	0,458

Tablo 3.18'de görüldüğü üzere, araştırmaya katılan yerel yönetimdeki yöneticilerin "*Kriz Yönetimi*" sorularına verdiği cevapların ortalamaları incelendiğinde, "*Krize karşı hızlı davranılmasını sağlar."* ve "*Kriz anlarında kontrolü elde tutmayı sağlar."* sorularına verilen cevapların ortalamasının en düşük, "*Kurumun medya ilişkilerini kuvvetlendirir."* sorusuna verilen cevapların ortalamasının en yüksek olduğu görülmektedir.

Tablo 3.19. Araştırmaya Katılan Yerel Yönetimdeki Yöneticilerin "*Müşteri Memnuniyeti*" Sorularına Verdiği Cevapların Ortalamaları

	N	Min.	Max.	Ort.	S.s
İyi hizmetler oluşmasını sağlar.	25	4,000	5,000	**4,920**	0,277
Hata giderlerinin azaltılmasını sağlar.	25	3,000	5,000	4,720	0,542
Düşük işlem giderleri oluşmasını sağlar.	25	3,000	5,000	**4,280**	0,737

Tablo 3.19'da görüldüğü üzere, araştırmaya katılan yerel yönetimdeki yöneticilerin "*Müşteri Memnuniyeti*" sorularına verdiği cevapların ortalamaları incelendiğinde, "*Düşük işlem giderleri gerektirmektedir."* sorusuna verilen cevapların ortalamasının en düşük, "*İyi hizmetler sağlamak gerekmektedir."* sorusuna verilen cevapların ortalamasının en yüksek olduğu görülmektedir.

Tablo 3.20. Araştırmaya Katılan Yerel Yönetimdeki Yöneticilerin "*Kurumsal Yönetişim*" Sorularına Verdiği Cevapların Ortalamaları

	N	Min.	Max.	Ort.	S.s
Sermaye çeker.	25	3,000	5,000	**4,240**	0,597
Etkin performans sağlar.	25	3,000	5,000	**4,760**	0,523
Kurumsal amaçların başarılmasını sağlar.	25	3,000	5,000	4,680	0,557
Yasal zorunluluklar ve genel sosyal beklentilerin karşılanmasını sağlar.	25	3,000	5,000	4,400	0,707

Tablo 3.20'de görüldüğü üzere, araştırmaya katılan yerel yönetimdeki yöneticilerin "*Kurumsal Yönetişim*" sorularına verdiği cevapların ortalamaları incelendiğinde, "*Sermaye çeker."* sorusuna verilen cevapların ortalamasının en düşük, "*Etkin performans sağlar."* sorusuna verilen cevapların ortalamasının en yüksek olduğu görülmektedir.

2.4. Araştırmaya Katılan Yerel Yönetimdeki Yöneticilerin İtibar Yönetimini Değerlendirme Düzeylerinin Demografik Özelliklere Göre Farklılaşması

Tablo 3.21. Araştırmaya Katılan Yerel Yönetimdeki Yöneticilerin İtibar Yönetimini Değerlendirme Düzeylerinin Yaş Değişkenine Göre Farklılaşması

	Grup	N	Ort	Ss	MW	p
İtibar yönetimi	35-44 yaş	14,000	4,714	0,221	37,000	**0,019**
	45-64 yaş	11,000	4,818	0,329		
Kurum	35-44 yaş	14,000	4,571	0,317	66,500	0,552
	45-64 yaş	11,000	4,523	0,305		
Sosyal sorumluluk	35-44 yaş	14,000	4,786	0,292	74,000	0,853
	45-64 yaş	11,000	4,705	0,430		
Çalışanların	35-44 yaş	14,000	4,464	0,518	61,000	0,366
	45-64 yaş	11,000	4,386	0,323		
Kurumsal iletişim	35-44 yaş	14,000	4,500	0,427	47,500	0,098
	45-64 yaş	11,000	4,295	0,270		
Kalite	35-44 yaş	14,000	4,464	0,352	74,500	0,888

	45-64 yaş	11,000	4,409	0,257		
Yönetim	35-44 yaş	14,000	4,738	0,374	52,000	0,146
	45-64 yaş	11,000	4,545	0,373		
Kriz yönetimi	35-44 yaş	14,000	4,661	0,375	49,000	0,114
	45-64 yaş	11,000	4,477	0,305		
Müşteri memnuniyeti	35-44 yaş	14,000	4,667	0,471	65,500	0,505
	45-64 yaş	11,000	4,606	0,389		
Kurumsal yönetişim	35-44 yaş	14,000	4,554	0,440	76,000	0,954
	45-64 yaş	11,000	4,477	0,518		

Araştırmaya katılan yerel yönetimdeki yöneticilerin itibar yönetimi puanları ortalamalarının yaş değişkenine göre anlamlı bir farklılık gösterip göstermediğini belirlemek amacıyla yapılan Mann Whitney-U testi sonucunda grup ortalamaları arasındaki fark, istatistiksel açıdan anlamlı bulunmuştur (Mann Whitney U=37,00; p=0,019<0,05). Ortalamalar arasındaki farka göre, 35-44 yaş aralığındaki yerel yönetimdeki yöneticilerin itibar yönetimi puanları, 45-64 yaş aralığındaki yerel yönetimdeki yöneticilerin itibar yönetimi puanlarından düşüktür.

Araştırmaya katılan yerel yönetimdeki yöneticilerin "kurum puanları" ortalamalarının yaş değişkenine göre anlamlı bir farklılık gösterip göstermediğini belirlemek amacıyla yapılan Mann Whitney-U testi sonucunda grup ortalamaları arasındaki fark istatistiksel açıdan anlamlı bulunmamıştır (Mann Whitney U=66,500; p=0,552>0,05).

Araştırmaya katılan yerel yönetimdeki yöneticilerin "sosyal sorumluluk puanları" ortalamalarının yaş değişkenine göre anlamlı bir farklılık gösterip göstermediğini belirlemek amacıyla yapılan Mann Whitney-U testi sonucunda grup ortalamaları arasındaki fark istatistiksel açıdan anlamlı bulunmamıştır (Mann Whitney U=74,000; p=0,853>0,05).

Araştırmaya katılan yerel yönetimdeki yöneticilerin "çalışanlar puanları" ortalamalarının yaş değişkenine göre anlamlı bir farklılık gösterip göstermediğini belirlemek amacıyla yapılan Mann Whitney-U testi sonucunda grup ortalamaları arasındaki fark istatistiksel açıdan anlamlı bulunmamıştır (Mann Whitney U=61,000; p=0,366>0,05).

Araştırmaya katılan yerel yönetimdeki yöneticilerin "kurumsal iletişim puanları" ortalamalarının yaş değişkenine göre anlamlı bir farklılık gösterip göstermediğini belirlemek amacıyla yapılan Mann Whitney-U testi sonucunda grup ortalamaları arasındaki fark istatistiksel açıdan anlamlı bulunmamıştır (Mann Whitney U=47,500; p=0,098>0,05).

Araştırmaya katılan yerel yönetimdeki yöneticilerin "kalite puanları" ortalamalarının yaş değişkenine göre anlamlı bir farklılık gösterip göstermediğini belirlemek amacıyla yapılan Mann Whitney-U testi sonucunda grup ortalamaları arasındaki fark istatistiksel açıdan anlamlı bulunmamıştır (Mann Whitney U=74,500; p=0,888>0,05).

Araştırmaya katılan yerel yönetimdeki yöneticilerin "yönetim puanları" ortalamalarının yaş değişkenine göre anlamlı bir farklılık gösterip göstermediğini belirlemek amacıyla yapılan Mann Whitney-U testi sonucunda grup ortalamaları arasındaki fark istatistiksel açıdan anlamlı bulunmamıştır (Mann Whitney U=52,000; p=0,146>0,05).

Araştırmaya katılan yerel yönetimdeki yöneticilerin "kriz yönetimi puanları" ortalamalarının yaş değişkenine göre anlamlı bir farklılık gösterip göstermediğini belirlemek amacıyla yapılan Mann Whitney-U testi sonucunda grup ortalamaları arasındaki fark istatistiksel açıdan anlamlı bulunmamıştır. (Mann Whitney U=49,000; p=0,114>0,05).

Araştırmaya katılan yerel yönetimdeki yöneticilerin "müşteri memnuniyeti puanları" ortalamalarının yaş değişkenine göre anlamlı bir farklılık gösterip göstermediğini belirlemek amacıyla yapılan Mann Whitney-U testi sonucunda grup ortalamaları arasındaki fark istatistiksel açıdan anlamlı bulunmamıştır (Mann Whitney U=65,500; p=0,505>0,05).

Araştırmaya katılan yerel yönetimdeki yöneticilerin "kurumsal yönetişim puanları" ortalamalarının yaş değişkenine göre anlamlı bir farklılık gösterip göstermediğini belirlemek amacıyla yapılan Mann Whitney-U testi sonucunda grup ortalamaları arasındaki fark istatistiksel açıdan anlamlı bulunmamıştır (Mann Whitney U=76,000; p=0,954>0,05).

Tablo 3.22. Araştırmaya Katılan Yerel Yönetimdeki Yöneticilerin İtibar Yönetimini Değerlendirme Düzeylerinin Cinsiyet Değişkenine Göre Farklılaşması

	Grup	N	Ort	Ss	MW	P
İtibar yönetimi	Kadın	3	4,611	0,419	24,000	0,419
	Erkek	22	4,780	0,254		
Kurum	Kadın	3	4,667	0,382	25,000	0,489
	Erkek	22	4,534	0,302		
Sosyal sorumluluk	Kadın	3	4,667	0,382	25,500	0,478
	Erkek	22	4,761	0,358		
Çalışanlar	Kadın	3	4,667	0,382	21,500	0,321
	Erkek	22	4,398	0,441		
Kurumsal iletişim	Kadın	3	4,500	0,250	27,000	0,607
	Erkek	22	4,398	0,391		
Kalite	Kadın	3	4,417	0,520	28,500	0,698
	Erkek	22	4,443	0,288		
Yönetim	Kadın	3	4,667	0,333	32,000	0,929
	Erkek	22	4,652	0,391		
Kriz yönetimi	Kadın	3	4,417	0,144	18,500	0,211
	Erkek	22	4,602	0,367		
Müşteri memnuniyeti	Kadın	3	4,667	0,333	31,500	0,894
	Erkek	22	4,636	0,447		
Kurumsal yönetişim	Kadın	3	4,583	0,289	32,000	0,930
	Erkek	22	4,511	0,491		

Araştırmaya katılan yerel yönetimdeki yöneticilerin "itibar yönetimi puanları" ortalamalarının cinsiyet değişkenine göre anlamlı bir farklılık gösterip göstermediğini belirlemek amacıyla yapılan Mann Whitney-U testi sonucunda grup ortalamaları arasındaki fark istatistiksel açıdan anlamlı bulunmamıştır (Mann Whitney U=24,000; p=0,419>0,05).

Araştırmaya katılan yerel yönetimdeki yöneticilerin "kurum puanları" ortalamalarının cinsiyet değişkenine göre anlamlı bir farklılık gösterip göstermediğini belirlemek amacıyla yapılan Mann Whitney-U testi sonucunda grup ortalamaları arasındaki fark istatistiksel açıdan anlamlı bulunmamıştır (Mann Whitney U=25,000; p=0,489>0,05).

Araştırmaya katılan yerel yönetimdeki yöneticilerin "sosyal sorumluluk puanları" ortalamalarının cinsiyet değişkenine göre anlamlı bir farklılık gösterip göstermediğini belirlemek amacıyla yapılan Mann Whitney-U testi sonucunda grup ortalamaları arasındaki fark istatistiksel açıdan anlamlı bulunmamıştır (Mann Whitney U=25,500; p=0,478>0,05).

Araştırmaya katılan yerel yönetimdeki yöneticilerin "çalışanlar puanları" ortalamalarının cinsiyet değişkenine göre anlamlı bir farklılık gösterip göstermediğini belirlemek amacıyla yapılan Mann Whitney-U testi sonucunda grup ortalamaları arasındaki fark istatistiksel açıdan anlamlı bulunmamıştır (Mann Whitney U=21,500; p=0,321>0,05).

Araştırmaya katılan yerel yönetimdeki yöneticilerin "kurumsal iletişim puanları" ortalamalarının cinsiyet değişkenine göre anlamlı bir farklılık gösterip göstermediğini belirlemek amacıyla yapılan Mann Whitney-U testi sonucunda grup ortalamaları arasındaki fark istatistiksel açıdan anlamlı bulunmamıştır (Mann Whitney U=27,000; p=0,607>0,05).

Araştırmaya katılan yerel yönetimdeki yöneticilerin "kalite puanları" ortalamalarının cinsiyet değişkenine göre anlamlı bir farklılık gösterip göstermediğini belirlemek amacıyla yapılan Mann Whitney-U testi sonucunda grup ortalamaları arasındaki fark istatistiksel açıdan anlamlı bulunmamıştır (Mann Whitney U=28,500; p=0,698>0,05).

Araştırmaya katılan yerel yönetimdeki yöneticilerin "yönetim puanları" ortalamalarının cinsiyet değişkenine göre anlamlı bir farklılık gösterip göstermediğini belirlemek amacıyla yapılan Mann Whitney-U testi sonucunda grup ortalamaları arasındaki fark istatistiksel açıdan anlamlı bulunmamıştır (Mann Whitney U=32,000; p=0,929>0,05).

Araştırmaya katılan yerel yönetimdeki yöneticilerin "kriz yönetimi puanları" ortalamalarının cinsiyet değişkenine göre anlamlı bir farklılık gösterip göstermediğini belirlemek amacıyla yapılan Mann Whitney-U testi sonucunda grup ortalamaları arasındaki fark istatistiksel açıdan anlamlı bulunmamıştır (Mann Whitney U=18,500; p=0,211>0,05).

Araştırmaya katılan yerel yönetimdeki yöneticilerin "müşteri memnuniyeti puanları" ortalamalarının cinsiyet değişkenine göre anlamlı bir farklılık gösterip göstermediğini belirlemek amacıyla yapılan Mann Whitney-U testi sonucunda grup ortalamaları arasındaki fark istatistiksel açıdan anlamlı bulunmamıştır (Mann Whitney U=31,500; p=0,894>0,05).

Araştırmaya katılan yerel yönetimdeki yöneticilerin "kurumsal yönetişim puanları" ortalamalarının cinsiyet değişkenine göre anlamlı bir farklılık gösterip göstermediğini belirlemek amacıyla yapılan Mann Whitney-U testi sonucunda grup ortalamaları arasındaki fark istatistiksel açıdan anlamlı bulunmamıştır (Mann Whitney U=32,000; p=0,930>0,05).

Tablo 3.23. Araştırmaya Katılan Yerel Yönetimdeki Yöneticilerin İtibar Yönetimini Değerlendirme Düzeylerinin Eğitim Düzeyi Değişkenine Göre Farklılaşması

	Grup	N	Ort	Ss	KW	P
İtibar yönetimi	Ön Lisans ve altı	9	4,741	0,334	3,984	0,136
	Lisans	10	4,850	0,200		
	Yüksek Lisans ve üstü	6	4,639	0,267		
Kurum	Ön Lisans ve altı	9	4,472	0,264	2,581	0,275
	Lisans	10	4,650	0,316		
	Yüksek Lisans ve üstü	6	4,500	0,354		
Sosyal sorumluluk	Ön Lisans ve altı	9	4,750	0,395	2,252	0,324
	Lisans	10	4,850	0,269		
	Yüksek Lisans ve üstü	6	4,583	0,408		
Çalışanlar	Ön Lisans ve altı	9	4,417	0,280	0,534	0,766
	Lisans	10	4,375	0,517		
	Yüksek Lisans ve üstü	6	4,542	0,534		
Kurumsal iletişim	Ön Lisans ve altı	9	4,306	0,243	1,489	0,475
	Lisans	10	4,450	0,468		
	Yüksek Lisans ve üstü	6	4,500	0,387		
Kalite	Ön Lisans ve altı	9	4,278	0,264	3,933	0,140
	Lisans	10	4,500	0,289		
	Yüksek Lisans ve üstü	6	4,583	0,342		

Yönetim	Ön Lisans ve altı	9	4,667	0,408	0,037	0,982
	Lisans	10	4,633	0,429		
	Yüksek Lisans ve üstü	6	4,667	0,298		
Kriz yönetimi	Ön Lisans ve altı	9	4,472	0,317	4,384	0,112
	Lisans	10	4,725	0,381		
	Yüksek Lisans ve üstü	6	4,500	0,316		
Müşteri memnuniyeti	Ön Lisans ve altı	9	4,630	0,389	0,683	0,711
	Lisans	10	4,767	0,225		
	Yüksek Lisans ve üstü	6	4,444	0,689		
Kurumsal yönetişim	Ön Lisans ve altı	9	4,472	0,384	1,465	0,481
	Lisans	10	4,600	0,530		
	Yüksek Lisans ve üstü	6	4,458	0,534		

Araştırmaya katılan yerel yönetimdeki yöneticilerin "itibar yönetimi puanı" ortalamalarının eğitim düzeyi değişkeni açısından anlamlı bir farklılık gösterip göstermediğini belirlemek amacıyla yapılan Kruskal Wallis H-Testi sonuçlarına göre; grup ortalamaları arasındaki fark anlamlı bulunmamıştır (KW=3,984; p=0,136>0,05).

Araştırmaya katılan yerel yönetimdeki yöneticilerin "kurum puanı" ortalamalarının eğitim düzeyi değişkeni açısından anlamlı bir farklılık gösterip göstermediğini belirlemek amacıyla yapılan Kruskal Wallis H-Testi sonuçlarına göre; grup ortalamaları arasındaki fark anlamlı bulunmamıştır (KW=2,581; p=0,275>0,05).

Araştırmaya katılan yerel yönetimdeki yöneticilerin "sosyal sorumluluk puanı" ortalamalarının eğitim düzeyi değişkeni açısından anlamlı bir farklılık gösterip göstermediğini belirlemek amacıyla yapılan Kruskal Wallis H-Testi sonuçlarına göre; grup ortalamaları arasındaki fark anlamlı bulunmamıştır (KW=2,252; p=0,324>0,05).

Araştırmaya katılan yerel yönetimdeki yöneticilerin "çalışanlar puanı" ortalamalarının eğitim düzeyi değişkeni açısından anlamlı bir farklılık gösterip göstermediğini belirlemek amacıyla yapılan Kruskal Wallis H-Testi sonuçlarına göre; grup ortalamaları arasındaki fark anlamlı bulunmamıştır (KW=0,534; p=0,766>0,05).

Araştırmaya katılan yerel yönetimdeki yöneticilerin "kurumsal iletişim puanı" ortalamalarının eğitim düzeyi değişkeni açısından anlamlı bir farklılık gösterip göstermediğini belirlemek amacıyla yapılan Kruskal Wallis H-Testi sonuçlarına göre; grup ortalamaları arasındaki fark anlamlı bulunmamıştır (KW=1,489; p=0,475>0,05).

Araştırmaya katılan yerel yönetimdeki yöneticilerin "kalite puanı" ortalamalarının eğitim düzeyi değişkeni açısından anlamlı bir farklılık gösterip göstermediğini belirlemek amacıyla yapılan Kruskal Wallis H-Testi sonuçlarına göre; grup ortalamaları arasındaki fark anlamlı bulunmamıştır (KW=3,933; p=0,140>0,05).

Araştırmaya katılan yerel yönetimdeki yöneticilerin "yönetim puanı" ortalamalarının eğitim düzeyi değişkeni açısından anlamlı bir farklılık gösterip göstermediğini belirlemek amacıyla yapılan Kruskal Wallis H-Testi sonuçlarına göre; grup ortalamaları arasındaki fark anlamlı bulunmamıştır (KW=0,037; p=0,982>0,05).

Araştırmaya katılan yerel yönetimdeki yöneticilerin "kriz yönetimi puanı" ortalamalarının eğitim düzeyi değişkeni açısından anlamlı bir farklılık gösterip göstermediğini belirlemek amacıyla yapılan Kruskal Wallis H-Testi sonuçlarına göre; grup ortalamaları arasındaki fark anlamlı bulunmamıştır (KW=4,384; p=0,112>0,05).

Araştırmaya katılan yerel yönetimdeki yöneticilerin "müşteri memnuniyeti puanı" ortalamalarının eğitim düzeyi değişkeni açısından anlamlı bir farklılık gösterip göstermediğini belirlemek amacıyla yapılan Kruskal Wallis H-Testi sonuçlarına göre; grup ortalamaları arasındaki fark anlamlı bulunmamıştır (KW=0,683; p=0,711>0,05).

Araştırmaya katılan yerel yönetimdeki yöneticilerin "kurumsal yönetişim puanı" ortalamalarının eğitim düzeyi değişkeni açısından anlamlı bir farklılık gösterip göstermediğini belirlemek amacıyla yapılan Kruskal Wallis H-Testi sonuçlarına göre; grup ortalamaları arasındaki fark anlamlı bulunmamıştır (KW=1,465; p=0,481>0,05).

Tablo 3.24 Araştırmaya Katılan Yerel Yönetimdeki Yöneticilerin İtibar Yönetimini Değerlendirme Düzeylerinin Yerel Yönetimlerdeki Çalışma Süresi Değişkenine Göre Farklılaşması

	Grup	N	Ort	Ss	MW	P
İtibar yönetimi	10 yıl altı	7	4,762	0,270	58,500	0,770
	10 yıl ve üzeri	18	4,759	0,281		
Kurum	10 yıl altı	7	4,464	0,267	49,000	0,380
	10 yıl ve üzeri	18	4,583	0,321		
Sosyal sorumluluk	10 yıl altı	7	4,536	0,393	34,000	**0,047**
	10 yıl ve üzeri	18	4,833	0,309		
Çalışanlar	10 yıl altı	7	4,393	0,453	56,000	0,662
	10 yıl ve üzeri	18	4,444	0,442		
Kurumsal iletişim	10 yıl altı	7	4,429	0,401	62,000	0,951
	10 yıl ve üzeri	18	4,403	0,375		
Kalite	10 yıl altı	7	4,429	0,189	62,500	0,975
	10 yıl ve üzeri	18	4,444	0,349		
Yönetim	10 yıl altı	7	4,571	0,252	46,000	0,274
	10 yıl ve üzeri	18	4,685	0,420		
Kriz yönetimi	10 yıl altı	7	4,464	0,366	46,000	0,288
	10 yıl ve üzeri	18	4,625	0,346		
Müşteri memnuniyeti	10 yıl altı	7	4,286	0,525	25,000	**0,015**
	10 yıl ve üzeri	18	4,778	0,302		
Kurumsal yönetişim	10 yıl altı	7	4,357	0,575	48,000	0,341
	10 yıl ve üzeri	18	4,583	0,420		

Araştırmaya katılan yerel yönetimdeki yöneticilerin "itibar yönetimi puanları" ortalamalarının yerel yönetimlerdeki çalışma süresi değişkenine göre anlamlı bir farklılık gösterip göstermediğini belirlemek amacıyla yapılan Mann Whitney-U testi sonucunda grup ortalamaları arasındaki fark istatistiksel açıdan anlamlı bulunmamıştır (Mann Whitney U=58,500; p=0,770>0,05).

Araştırmaya katılan yerel yönetimdeki yöneticilerin "kurum puanları" ortalamalarının yerel yönetimlerdeki çalışma süresi değişkenine göre anlamlı bir farklılık gösterip göstermediğini belirlemek amacıyla yapılan Mann Whitney-U testi sonucunda grup ortalamaları arasındaki fark istatistiksel açıdan anlamlı bulunmamıştır (Mann Whitney U=49,000; p=0,380>0,05).

Araştırmaya katılan yerel yönetimdeki yöneticilerin "sosyal sorumluluk" puanları ortalamalarının yerel yönetimlerdeki çalışma süresi değişkenine göre anlamlı bir farklılık gösterip göstermediğini belirlemek amacıyla yapılan Mann Whitney-U testi sonucunda grup ortalamaları arasındaki fark istatistiksel açıdan anlamlı bulunmuştur (Mann Whitney U=34,00; p=0,047<0,05). Ortalamalar arasındaki farka göre, 10 yıldan az süre yerel yönetimlerde çalışan yöneticilerin sosyal sorumluluk puanları, 10 yıl ve daha fazla süre yerel yönetimlerde çalışan yöneticilerin sosyal sorumluluk puanlarından düşüktür.

Araştırmaya katılan yerel yönetimdeki yöneticilerin "çalışanlar" puanları ortalamalarının yerel yönetimlerdeki çalışma süresi değişkenine göre anlamlı bir farklılık gösterip göstermediğini belirlemek amacıyla yapılan Mann Whitney-U testi sonucunda grup ortalamaları arasındaki fark istatistiksel açıdan anlamlı bulunmamıştır (Mann Whitney U=56,000; p=0,662>0,05).

Araştırmaya katılan yerel yönetimdeki yöneticilerin "kurumsal iletişim" puanları ortalamalarının yerel yönetimlerdeki çalışma süresi değişkenine göre anlamlı bir farklılık gösterip göstermediğini belirlemek amacıyla yapılan Mann Whitney-U testi sonucunda grup ortalamaları arasındaki fark istatistiksel açıdan anlamlı bulunmamıştır (Mann Whitney U=62,000; p=0,951>0,05).

Araştırmaya katılan yerel yönetimdeki yöneticilerin "kalite" puanları ortalamalarının yerel yönetimlerdeki çalışma süresi değişkenine göre anlamlı bir farklılık gösterip göstermediğini belirlemek amacıyla yapılan Mann Whitney-U testi sonucunda grup ortalamaları arasındaki fark istatistiksel açıdan anlamlı bulunmamıştır (Mann Whitney U=62,500; p=0,975>0,05).

Araştırmaya katılan yerel yönetimdeki yöneticilerin "yönetim" puanları ortalamalarının yerel yönetimlerdeki çalışma süresi değişkenine göre anlamlı bir farklılık gösterip göstermediğini belirlemek amacıyla yapılan Mann Whitney-U testi sonucunda grup ortalamaları arasındaki fark istatistiksel açıdan anlamlı bulunmamıştır (Mann Whitney U=46,000; p=0,274>0,05).

Araştırmaya katılan yerel yönetimdeki yöneticilerin "kriz yönetimi" puanları ortalamalarının yerel yönetimlerdeki çalışma süresi değişkenine göre

anlamlı bir farklılık gösterip göstermediğini belirlemek amacıyla yapılan Mann Whitney-U testi sonucunda grup ortalamaları arasındaki fark istatistiksel açıdan anlamlı bulunmamıştır (Mann Whitney U=46,000; p=0,288>0,05).

Araştırmaya katılan yerel yönetimdeki yöneticilerin "müşteri memnuniyeti" puanları ortalamalarının yerel yönetimlerdeki çalışma süresi değişkenine göre anlamlı bir farklılık gösterip göstermediğini belirlemek amacıyla yapılan Mann Whitney-U testi sonucunda grup ortalamaları arasındaki fark istatistiksel açıdan anlamlı bulunmuştur (Mann Whitney U=25,00; p=0,015<0,05). Ortalamalar arasındaki farka göre, 10 yıldan az süre yerel yönetimlerde çalışan yöneticilerin Müşteri memnuniyeti puanları, 10 yıl ve daha fazla süre yerel yönetimlerde çalışan yöneticilerin Müşteri memnuniyeti puanlarından düşüktür.

Araştırmaya katılan yerel yönetimdeki yöneticilerin "kurumsal yönetişim" puanları ortalamalarının yerel yönetimlerdeki çalışma süresi değişkenine göre anlamlı bir farklılık gösterip göstermediğini belirlemek amacıyla yapılan Mann Whitney-U testi sonucunda grup ortalamaları arasındaki fark istatistiksel açıdan anlamlı bulunmamıştır (Mann Whitney U=48,000; p=0,341>0,05).

Tablo 3.25 Araştırmaya Katılan Yerel Yönetimdeki Yöneticilerin İtibar Yönetimini Değerlendirme Düzeylerinin Yerel Yönetimlerdeki Statü Değişkenine Göre Farklılaşması

	Grup	N	Ort	Ss	MW	P
İtibar yönetimi	Üst Düzey Yönetici	13	4,7950	0,2270	74,0000	0,8150
	Birim Müdürü	12	4,7220	0,3200		
Kurum	Üst Düzey Yönetici	13	4,4620	0,2670	48,0000	0,0910
	Birim Müdürü	12	4,6460	0,3280		
Sosyal sorumluluk	Üst Düzey Yönetici	13	4,7120	0,4060	74,0000	0,8060
	Birim Müdürü	12	4,7920	0,2980		
Çalışanlar	Üst Düzey Yönetici	13	4,5000	0,4080	66,0000	0,5010
	Birim Müdürü	12	4,3540	0,4700		
Kurumsal iletişim	Üst Düzey Yönetici	13	4,4620	0,3510	69,0000	0,6160
	Birim Müdürü	12	4,3540	0,4050		
Kalite	Üst Düzey Yönetici	13	4,4230	0,2960	74,0000	0,8220
	Birim Müdürü	12	4,4580	0,3340		

Yönetim	Üst Düzey Yönetici	13	4,7690	0,3440	49,0000	0,0940
	Birim Müdürü	12	4,5280	0,3880		
Kriz yönetimi	Üst Düzey Yönetici	13	4,6150	0,3000	72,5000	0,7570
	Birim Müdürü	12	4,5420	0,4110		
Müşteri memnuniyeti	Üst Düzey Yönetici	13	4,5900	0,5470	77,5000	0,9770
	Birim Müdürü	12	4,6940	0,2640		
Kurumsal yönetişim	Üst Düzey Yönetici	13	4,5770	0,4130	71,0000	0,6900
	Birim Müdürü	12	4,4580	0,5310		

Araştırmaya katılan yerel yönetimdeki yöneticilerin "itibar yönetimi" puanları ortalamalarının yerel yönetimlerdeki statü değişkenine göre anlamlı bir farklılık gösterip göstermediğini belirlemek amacıyla yapılan Mann Whitney-U testi sonucunda grup ortalamaları arasındaki fark istatistiksel açıdan anlamlı bulunmamıştır (Mann Whitney U=74,000; p=0,815>0,05).

Araştırmaya katılan yerel yönetimdeki yöneticilerin "kurum puanları" ortalamalarının yerel yönetimlerdeki statü değişkenine göre anlamlı bir farklılık gösterip göstermediğini belirlemek amacıyla yapılan Mann Whitney-U testi sonucunda grup ortalamaları arasındaki fark istatistiksel açıdan anlamlı bulunmamıştır (Mann Whitney U=48,000; p=0,091>0,05).

Araştırmaya katılan yerel yönetimdeki yöneticilerin "sosyal sorumluluk" puanları ortalamalarının yerel yönetimlerdeki statü değişkenine göre anlamlı bir farklılık gösterip göstermediğini belirlemek amacıyla yapılan Mann Whitney-U testi sonucunda grup ortalamaları arasındaki fark istatistiksel açıdan anlamlı bulunmamıştır (Mann Whitney U=74,000; p=0,806>0,05).

Araştırmaya katılan yerel yönetimdeki yöneticilerin "çalışanlar" puanları ortalamalarının yerel yönetimlerdeki statü değişkenine göre anlamlı bir farklılık gösterip göstermediğini belirlemek amacıyla yapılan Mann Whitney-U testi sonucunda grup ortalamaları arasındaki fark istatistiksel açıdan anlamlı bulunmamıştır (Mann Whitney U=66,000; p=0,501>0,05).

Araştırmaya katılan yerel yönetimdeki yöneticilerin "kurumsal iletişim" puanları ortalamalarının yerel yönetimlerdeki statü değişkenine göre anlamlı bir farklılık gösterip göstermediğini belirlemek amacıyla yapılan Mann Whitney-U testi

sonucunda grup ortalamaları arasındaki fark istatistiksel açıdan anlamlı bulunmamıştır (Mann Whitney U=69,000; p=0,616>0,05).

Araştırmaya katılan yerel yönetimdeki yöneticilerin "kalite" puanları ortalamalarının yerel yönetimlerdeki statü değişkenine göre anlamlı bir farklılık gösterip göstermediğini belirlemek amacıyla yapılan Mann Whitney-U testi sonucunda grup ortalamaları arasındaki fark istatistiksel açıdan anlamlı bulunmamıştır (Mann Whitney U=74,000; p=0,822>0,05).

Araştırmaya katılan yerel yönetimdeki yöneticilerin "yönetim" puanları ortalamalarının yerel yönetimlerdeki statü değişkenine göre anlamlı bir farklılık gösterip göstermediğini belirlemek amacıyla yapılan Mann Whitney-U testi sonucunda grup ortalamaları arasındaki fark istatistiksel açıdan anlamlı bulunmamıştır (Mann Whitney U=49,000; p=0,094>0,05).

Araştırmaya katılan yerel yönetimdeki yöneticilerin "kriz yönetimi" puanları ortalamalarının yerel yönetimlerdeki statü değişkenine göre anlamlı bir farklılık gösterip göstermediğini belirlemek amacıyla yapılan Mann Whitney-U testi sonucunda grup ortalamaları arasındaki fark istatistiksel açıdan anlamlı bulunmamıştır (Mann Whitney U=72,500; p=0,757>0,05).

Araştırmaya katılan yerel yönetimdeki yöneticilerin "müşteri memnuniyeti" puanları ortalamalarının yerel yönetimlerdeki statü değişkenine göre anlamlı bir farklılık gösterip göstermediğini belirlemek amacıyla yapılan Mann Whitney-U testi sonucunda grup ortalamaları arasındaki fark istatistiksel açıdan anlamlı bulunmamıştır (Mann Whitney U=77,500; p=0,977>0,05).

Araştırmaya katılan yerel yönetimdeki yöneticilerin "kurumsal yönetişim" puanları ortalamalarının yerel yönetimlerdeki statü değişkenine göre anlamlı bir farklılık gösterip göstermediğini belirlemek amacıyla yapılan Mann Whitney-U testi sonucunda grup ortalamaları arasındaki fark istatistiksel açıdan anlamlı bulunmamıştır (Mann Whitney U=71,000; p=0,690>0,05).

Tablo 3.26. Araştırmaya Katılan Yerel Yönetimdeki Yöneticilerin İtibar Yönetimini Değerlendirme Düzeylerinin Bulundukları Görevde Çalışma Süresi Değişkenine Göre Farklılaşması

	Grup	N	Ort	Ss	KW	P
İtibar yönetimi	1-5 yıl	7	4,762	0,286	0,086	0,958
	5-9 yıl	14	4,774	0,258		
	10 yıl ve üzeri	4	4,708	0,370		
Kurum	1-5 yıl	7	4,607	0,318	1,180	0,554
	5-9 yıl	14	4,554	0,328		
	10 yıl ve üzeri	4	4,438	0,239		
Sosyal sorumluluk	1-5 yıl	7	4,536	0,443	3,947	0,139
	5-9 yıl	14	4,839	0,270		
	10 yıl ve üzeri	4	4,813	0,375		
Çalışanlar	1-5 yıl	7	4,393	0,430	0,633	0,729
	5-9 yıl	14	4,411	0,476		
	10 yıl ve üzeri	4	4,563	0,375		
Kurumsal iletişim	1-5 yıl	7	4,393	0,430	0,745	0,689
	5-9 yıl	14	4,375	0,364		
	10 yıl ve üzeri	4	4,563	0,375		
Kalite	1-5 yıl	7	4,500	0,323	1,614	0,446
	5-9 yıl	14	4,375	0,306		
	10 yıl ve üzeri	4	4,563	0,315		
Yönetim	1-5 yıl	7	4,429	0,252	5,323	0,070
	5-9 yıl	14	4,714	0,410		
	10 yıl ve üzeri	4	4,833	0,333		
Kriz yönetimi	1-5 yıl	7	4,464	0,393	1,015	0,602
	5-9 yıl	14	4,625	0,350		
	10 yıl ve üzeri	4	4,625	0,323		
Müşteri memnuniyeti	1-5 yıl	7	4,476	0,424	2,612	0,271
	5-9 yıl	14	4,667	0,453		
	10 yıl ve üzeri	4	4,833	0,333		
Kurumsal yönetişim	1-5 yıl	7	4,321	0,572	2,358	0,308
	5-9 yıl	14	4,554	0,429		
	10 yıl ve üzeri	4	4,750	0,354		

Araştırmaya katılan yerel yönetimdeki yöneticilerin "itibar yönetimi" puanı ortalamalarının bulundukları görevde çalışma süresi değişkeni açısından anlamlı bir

farklılık gösterip göstermediğini belirlemek amacıyla yapılan Kruskal Wallis H-Testi sonuçlarına göre; grup ortalamaları arasındaki fark anlamlı bulunmamıştır (KW=0,086; p=0,958>0,05).

Araştırmaya katılan yerel yönetimdeki yöneticilerin "kurum" puanı ortalamalarının bulundukları görevde çalışma süresi değişkeni açısından anlamlı bir farklılık gösterip göstermediğini belirlemek amacıyla yapılan Kruskal Wallis H-Testi sonuçlarına göre; grup ortalamaları arasındaki fark anlamlı bulunmamıştır (KW=1,180; p=0,554>0,05).

Araştırmaya katılan yerel yönetimdeki yöneticilerin "sosyal sorumluluk" puanı ortalamalarının bulundukları görevde çalışma süresi değişkeni açısından anlamlı bir farklılık gösterip göstermediğini belirlemek amacıyla yapılan Kruskal Wallis H-Testi sonuçlarına göre; grup ortalamaları arasındaki fark anlamlı bulunmamıştır (KW=3,947; p=0,139>0,05).

Araştırmaya katılan yerel yönetimdeki yöneticilerin "çalışanlar" puanı ortalamalarının bulundukları görevde çalışma süresi değişkeni açısından anlamlı bir farklılık gösterip göstermediğini belirlemek amacıyla yapılan Kruskal Wallis H-Testi sonuçlarına göre; grup ortalamaları arasındaki fark anlamlı bulunmamıştır (KW=0,633; p=0,729>0,05).

Araştırmaya katılan yerel yönetimdeki yöneticilerin "kurumsal iletişim" puanı ortalamalarının bulundukları görevde çalışma süresi değişkeni açısından anlamlı bir farklılık gösterip göstermediğini belirlemek amacıyla yapılan Kruskal Wallis H-Testi sonuçlarına göre; grup ortalamaları arasındaki fark anlamlı bulunmamıştır (KW=0,745; p=0,689>0,05).

Araştırmaya katılan yerel yönetimdeki yöneticilerin "kalite" puanı ortalamalarının bulundukları görevde çalışma süresi değişkeni açısından anlamlı bir farklılık gösterip göstermediğini belirlemek amacıyla yapılan Kruskal Wallis H-Testi sonuçlarına göre; grup ortalamaları arasındaki fark anlamlı bulunmamıştır (KW=1,614; p=0,446>0,05).

Araştırmaya katılan yerel yönetimdeki yöneticilerin "yönetim" puanı ortalamalarının bulundukları görevde çalışma süresi değişkeni açısından anlamlı bir

farklılık gösterip göstermediğini belirlemek amacıyla yapılan Kruskal Wallis H-Testi sonuçlarına göre; grup ortalamaları arasındaki fark anlamlı bulunmamıştır (KW=5,323; p=0,070>0,05).

Araştırmaya katılan yerel yönetimdeki yöneticilerin "kriz yönetimi" puanı ortalamalarının bulundukları görevde çalışma süresi değişkeni açısından anlamlı bir farklılık gösterip göstermediğini belirlemek amacıyla yapılan Kruskal Wallis H-Testi sonuçlarına göre; grup ortalamaları arasındaki fark anlamlı bulunmamıştır (KW=1,015; p=0,602>0,05).

Araştırmaya katılan yerel yönetimdeki yöneticilerin "müşteri memnuniyeti" puanı ortalamalarının bulundukları görevde çalışma süresi değişkeni açısından anlamlı bir farklılık gösterip göstermediğini belirlemek amacıyla yapılan Kruskal Wallis H-Testi sonuçlarına göre; grup ortalamaları arasındaki fark anlamlı bulunmamıştır (KW=2,612; p=0,271>0,05).

Araştırmaya katılan yerel yönetimdeki yöneticilerin "kurumsal yönetişim" puanı ortalamalarının bulundukları görevde çalışma süresi değişkeni açısından anlamlı bir farklılık gösterip göstermediğini belirlemek amacıyla yapılan Kruskal Wallis H-Testi sonuçlarına göre; grup ortalamaları arasındaki fark anlamlı bulunmamıştır (KW=2,358; p=0,308>0,05).

2.5. Araştırmaya Katılan Yerel Yönetimdeki Yöneticilerin İtibar Yönetimini Değerlendirme Düzeylerinin Aralarındaki İlişkilerin Korelasyon Analizi ile İncelenmesi

Tablo 3.27. Araştırmaya Katılan Yerel Yönetimdeki Yöneticilerin İtibar Yönetimini Değerlendirme Düzeylerinin Aralarındaki İlişkilerin Korelasyon Analizi ile İncelenmesi

Boyutlar	**Boyut**	**N**	**r**	**P**
Kurum	İtibar yönetimi	25	0,483	**0,015**
Sosyal sorumluluk	İtibar yönetimi	25	0,613	**0,001**
Çalışanlar	İtibar yönetimi	25	0,276	0,181
Kurumsal iletişim	İtibar yönetimi	25	0,222	0,286

Kalite	İtibar yönetimi	25	0,214	0,305
Yönetim	İtibar yönetimi	25	0,484	**0,014**
Kriz yönetimi	İtibar yönetimi	25	0,481	**0,015**
Müşteri memnuniyeti	İtibar yönetimi	25	0,279	0,176
Kurumsal yönetişim	İtibar yönetimi	25	0,448	**0,025**

Tablo 3.27'den anlaşılacağı üzere, kurum ile itibar yönetimi arasındaki ilişkiyi belirlemek üzere yapılan korelasyon analizi sonucunda, puanlar arasında %48,3 düzeyinde pozitif yönde anlamlı ilişki bulunmuştur. (r=0,483; p=0,015<0,05). Buna göre kurum puanı arttıkça itibar yönetimi puanı da artmaktadır.

Sosyal sorumluluk ile itibar yönetimi arasındaki ilişkiyi belirlemek üzere yapılan korelasyon analizi sonucunda, puanlar arasında %61,3 düzeyinde pozitif yönde anlamlı ilişki bulunmuştur. (r=0,613; p=0,001<0,05). Buna göre sosyal sorumluluk puanı arttıkça itibar yönetimi puanı da artmaktadır.

Çalışanlar ile itibar yönetimi arasındaki ilişkiyi belirlemek üzere yapılan korelasyon analizi sonucunda, puanlar arasında istatistiksel açıdan anlamlı ilişki bulunamamıştır. (r=0,276; p=0,181>0,05).

Kurumsal iletişim ile itibar yönetimi arasındaki ilişkiyi belirlemek üzere yapılan korelasyon analizi sonucunda, puanlar arasında istatistiksel açıdan anlamlı ilişki bulunamamıştır. (r=0,222; p=0,286>0,05).

Kalite ile itibar yönetimi arasındaki ilişkiyi belirlemek üzere yapılan korelasyon analizi sonucunda, puanlar arasında istatistiksel açıdan anlamlı ilişki bulunamamıştır. (r=0,214; p=0,305>0,05).

Yönetim ile itibar yönetimi arasındaki ilişkiyi belirlemek üzere yapılan korelasyon analizi sonucunda, puanlar arasında %48,4 düzeyinde pozitif yönde anlamlı ilişki bulunmuştur. (r=0,484; p=0,014<0,05). Buna göre yönetim puanı arttıkça itibar yönetimi puanı da artmaktadır.

Kriz yönetimi ile itibar yönetimi arasındaki ilişkiyi belirlemek üzere yapılan korelasyon analizi sonucunda, puanlar arasında %48,1 düzeyinde pozitif yönde anlamlı ilişki bulunmuştur. (r=0,481; p=0,015<0,05). Buna göre kriz yönetimi puanı arttıkça itibar yönetimi puanı da artmaktadır.

Müşteri memnuniyeti ile itibar yönetimi arasındaki ilişkiyi belirlemek üzere yapılan korelasyon analizi sonucunda, puanlar arasında istatistiksel açıdan anlamlı ilişki bulunamamıştır. ($r=0,279$; $p=0,176>0,05$).

Kurumsal yönetişim ile itibar yönetimi arasındaki ilişkiyi belirlemek üzere yapılan korelasyon analizi sonucunda, puanlar arasında %44,8 düzeyinde pozitif yönde anlamlı ilişki bulunmuştur. ($r=0,448$; $p=0,025<0,05$). Buna göre kurumsal yönetişim puanı arttıkça itibar yönetimi puanı da artmaktadır.

SONUÇ VE ÖNERİLER

Günümüzde yaşanan küreselleşme ve yönetim anlayışındaki değişiklikler, itibar yönetimi kavramını ortaya çıkarmıştır. Bu kavram, ilk olarak ortaya çıktığında önemsiz bir kavram olarak kabul edilirken, günümüzde, toplum ile kurumlar arasındaki güvenin ve saygınlığın simgelerine dönüşmüş eylemler bütünü olarak kabul edilmiştir.

1990'lı yıllarda ilk olarak uygulanmaya başlayan itibar yönetimi 2000'li yıllardan sonra ülkemizde de uygulanmaya başlamıştır. Günümüzde kurumlarda itibarın yönetiminden sorumlu birimler kurularak etkili ve başarılı bir itibar için çalışmalar yapılmıştır. Güçlü bir itibar, bir kurumun sahip olabileceği en önemli değerdir. Bu değer algıya dayalı bir değer olduğundan geçmişte yaptıklarıyla gelecekte yapacaklarını kapsamaktadır. Bundan dolayı kurumlar geçmişte yapmış olduğu hataları tekrarlamamalı ve bundan dersler çıkarıp itibarını koruyarak güçlendirme yoluna gitmelidir. İtibar dokunulamaz ve soyut bir değer olduğundan bu kavram kurumlarda somut değere dönüşmektedir.

Kurumlar itibarlarını başarılı bir şekilde yöneterek kamuoyunda saygın ve güvenilir bir yere sahip olmaktadır. Bu sahip oldukları yerin, kurumlara maddi ve manevi olarak birçok getirisi vardır. Bu getirilerin devamlılığının sağlanabilmesi için itibarın korunmasının kurum için önemi çok büyüktür.

Kurum için değerli bir varlık olan itibarın etkili bir biçimde yönetilmesi olası risklere karşı korunması ve kriz durumunda doğru kararlar verilmesi büyük önem taşımaktadır. Kriz durumlarında kurumlar alacakları kararlarda itibarlarına zarar verecek kararlar almamaya özen göstermelidir. Kurumlar itibarlarını korumak için sık sık bilgilendirici açıklamalar yaparak toplumun ihtiyaç ve isteklerine göre kaliteli mal ve hizmetler sağlamalıdır.

Çalışmanın amacını oluşturan itibar yönetimi ve kurumsal itibar yönetimi kavramlarının açıklanması ile Türkiye' de bu konuyla ilgili çalışmaların hangi aşamada olduğunun anlaşılması için Türkiye'nin en büyük ve en fazla nüfusunun yaşadığı şehir olan İstanbul'un ilçe belediyeleri ele alınmıştır. Halkın seçtiği kişiler tarafından yönetilen belediyelerde itibar yönetimi son yıllarda büyük bir önem

kazanmıştır. İtibar yönetiminin uygulandığı belediyeler halka daha iyi hizmetler vermekte ve yöneticilere olan güven artırmaktadır.

Bu çalışma, "İstanbul'daki mahalli idarelerde itibar yönetimi uygulanıyor mu?" sorusunu cevaplar niteliktedir.

Çalışma sırasında % 12'si kadın %88'i erkek olmak üzere toplam 25 kişi ile görüşülmüştür. Ankete katılanlar belediye başkanları ve insan kaynakları müdürleridir. Anketin katılan sayısının az olma sebebi İstanbul'da bulunan mahalli idarelerin sayısının az olması ve belediyelerde "itibardan kim sorumludur" sorusunun cevabı olarak sadece belediye başkanlarının ve ilgili birim müdürünün olmasıdır. İlgili belediyede yapılan araştırmalar neticesinde itibar yönetiminden kimin sorumlu olduğu belirlenerek ilgili yönetici ile anket yapılmıştır.

Ankete katılanların ortak düşünceleri; araştırmaya katılan yerel yönetimdeki yöneticilerin itibar yönetimini ile ilgili sorulara verdiği cevaplardan ortalaması en yüksek olan cevaplar "*Kurumun kamuoyu tarafından nasıl algılandığıdır*" ve *"Marka imaj ve kimlik unsurlarının dış çevreye yansımasıdır."* olduğu görülmektedir. İtibarın kurumun çevresi tarafından nasıl algılandığı, marka, imaj ve kimlik unsurlarının biraraya gelerek oluştuğunu düşünmektedirler. İtibar yönetiminin bileşenlerinden kurumla ilgili sorulara verilen cevaplardan ortalaması en yüksek olan cevap ise "*Kurumun imajını geliştirdiği"*'dir. Yerel yönetim yöneticileri itibar yönetiminin uygulandığı yerel yönetimlerin imajının daha olumlu olduğunu düşünmektedirler. İtibar yönetiminin bileşenlerinden sosyal sorumlulukla ilgili sorulara verilen cevaplardan ortalaması en yüksek olan cevap "ç*evreye duyarlı ve uyumlu kurum yarattığı"*'dır. Sosyal sorumluluk projelerine destek veren yerel yönetimlerin iç ve dış çevresi tarafından daha duyarlı ve uyumlu bir kurum olarak algılandığını düşünmektedirler.

Yerel yönetim yöneticilerinin itibarın bileşenlerinden çalışanlarla ilgili sorulara verdiği cevaplardan ortalaması en yüksek olan cevap "n*itelikli çalışanları kuruma çektiği"*'dir. Yerel yönetim yöneticileri güçlü bir itibara sahip yerel yönetimlerde nitelikli çalışanların çalışmak isteyeceklerini düşünmektedirler. Yerel yönetim yöneticilerinin itibarın bileşenlerinden olan kurumsal iletişimle ilgili

sorulara verdiği cevaplardan ortalaması en yüksek olan cevap "*çalışanları destekleyerek motive ettiği"*'dir. Yerel yönetim yöneticileri çalışanların kurumsal iletişim kullanılarak daha iyi motive edilebileceğine inanmaktadırlar. İtibarın bileşenlerinden kalite ile ilgili sorulara verilen cevaplardan ortalaması en yüksek olan cevap "*yerel yönetimin halkın gözündeki değerini arttırdığı"*'dır. Yerel yönetim yöneticileri kaliteli hizmet sunan yerel yönetimlerin halkın gözünde daha değerli olduğunu düşünmektedirler. İtibarın bileşenlerinden yönetim ile ilgili sorulara verilen cevaplardan ortalaması en yüksek olan "y*önetim kalitesini arttırdığı"*'dır. Yerel yönetim yöneticileri etkili ve verimli bir yönetimin sergilendiği yerel yönetimlerde yönetim kalitesinin artacağını ve daha etkili bir yönetimin uygulanacağını düşünmektedirler.

Yerel yönetim yöneticileri itibarın bileşenlerinden kriz yönetimi ile ilgili sorulara verdiği cevaplardan ortalaması en yüksek olan cevap "*kurumun medya ilişkilerini kuvvetlendirdiği"*'dir. Yerel yönetim yöneticileri kurumun içinde bulunduğu zor zamanlarda etkili ve başarılı bir kriz yönetiminin, medya ilişkilerini güçlendireceğine inanmaktadırlar. İtibarın bileşenlerinden müşteri memnuniyeti ile ilgili sorulara verilen cevaplardan ortalaması en yüksek olan cevap "*iyi hizmetler sağlamak gerektiği"*'dir. Yerel yönetim yöneticileri hizmet sundukları halkın memnuniyetinin artması için iyi hizmetlerin sağlanması gerektiğine inanmaktadırlar. İtibarın bileşenlerinden kurumsal yönetişim ile ilgili sorulara verilen cevaplardan ortalaması en yüksek olan cevap "*etkin performans sağladığı"*'dır. Yerel yönetim yöneticileri kurumsal yönetişimin uygulandığı kurumların performansının artacağı düşünülmektedir.

Yerel yönetim yöneticilerinin itibar yönetimi puanlarının ortalamalarının yaş değişkenine göre anlamlı bir farklılık gösterip göstermediğini belirlemek amacıyla yapılan Mann Whitney-U testi sonucunda grup ortalamaları arasında istatistiksel açıdan anlamlı bir fark bulunmuştur. Ortalamalar arasındaki farka göre, 35-44 yaş aralığındaki yerel yönetimdeki yöneticilerin itibar yönetimi puanları, 45-64 yaş aralığındaki yerel yönetimdeki yöneticilerin itibar yönetimi puanlarından düşüktür. 45-64 yaş aralığında bulunan yerel yönetim yöneticileri deneyimlerinin fazla olması ve seçmenlerin yerel yönetime karşı bakış açısını 35-44 yaş aralığında

yer alan yerel yönetim yöneticilerine göre daha uzun süredir gözlemlediklerinden dolayı itibar yönetiminin kurumlarına önemli katkılar sağlayacağını düşünmektedirler.

Yerel yönetim yöneticilerinin itibarın sosyal sorumluluk ve müşteri memnuniyeti bileşenlerine verdikleri cevapların ortalamalarının yerel yönetimlerdeki çalışma süresi değişkenine göre anlamlı bir farklılık gösterip göstermediğini belirlemek amacıyla yapılan Mann Whitney-U testi sonucunda grup ortalamaları arasında istatistiksel açıdan anlamlı bir fark bulunmuştur. Ortalamalar arasındaki farka göre, 10 yıldan az süre yerel yönetimlerde çalışan yöneticilerin sosyal sorumluluk ve müşteri memnuniyeti puanları, 10 yıl ve daha fazla süre yerel yönetimlerde çalışan yöneticilerin sosyal sorumluluk puanlarından düşüktür. 10 yıl ve daha fazla süredir yerel yönetimde görev yapan yöneticiler, kurumlarının sosyal sorumluluk projelerinde yer almasının ve görev süreleri sona erdiğinde tekrar seçilebilmeleri için hizmet sundukları seçmenlerin memnuniyetinin sağlanmasının kurumlarının itibarını artıracağını düşünmektedirler.

Kurum ile itibar yönetimi arasındaki ilişkiyi belirlemek üzere yapılan korelasyon analizi sonucunda, puanlar arasında %48,3 düzeyinde pozitif yönde anlamlı ilişki bulunmuştur. Buna göre kurum puanı arttıkça itibar yönetiminin puanı da artmaktadır. İtibar yönetimi kurumun iç ve dış çevresi tarafından benimsenmesini kolaylaştıracaktır. Yerel yönetim yöneticilerinin itibar yönetimi algısına göre kurum bileşeni kurumun imajını geliştirir, kurumun kültürünü olumlu yönde etkiler, kuruma vizyon kazandırır ve kurum kültürünün çalışanlar tarafından kolayca benimsenmesini sağlamaktadır. İtibar yönetiminin kuruma sağlamış olduğu bu faydalar kurumun değerini artırırken aynı zamanda kuruma olan güveni de artırmaktadır.

Sosyal sorumluluk ile itibar yönetimi arasındaki ilişkiyi belirlemek üzere yapılan korelasyon analizi sonucunda, puanlar arasında %61,3 düzeyinde pozitif yönde anlamlı ilişki bulunmuştur. ($r=0,613$; $p=0,001<0,05$). Buna göre sosyal sorumluluk puanı arttıkça itibar yönetiminin puanı da artmaktadır. Yerel yönetim yöneticileri kurumlarının sosyal sorumluluk projelerine destek vermesinin kurumlarının itibarını artıracağını düşünmektedirler. Yerel yönetim yöneticilerinin itibar yönetimi algısına göre sosyal sorumluk bileşeni toplumsal sorumlulukları

artırır, çalışma ortamı ve çevresini olumlu yönde etkiler, etik unsurlara daha duyarlı yaklaşılmasını sağlar, çevre karşı duyarlı ve uyumlu kurum yaratmaktadır. Bu faydalar kurumun daha iyi tanınmasını ve çevresinde olumlu bir itibara sahip olabilmesinde önemli katkılar sağlar.

Çalışanlar ile itibar yönetimi arasındaki ilişkiyi belirlemek üzere yapılan korelasyon analizi sonucunda, puanlar arasında istatistiksel açıdan anlamlı ilişki bulunamamıştır. (r=0,276; p=0,181>0,05). Yerel yönetim yöneticilerinin itibar yönetimi algısına göre çalışan bileşeni itibar yönetimi üzerinde fazla bir etkiye sahip değildir. Yerel yönetim yöneticileri güçlü bir itibara sahip olunabilmesi için çalışanların önemli bir etken olmadığını düşünmektedirler. İtibar yönetimi ve çalışanlar arasında istatistiksel açıdan anlamlı bir ilişki bulunamamasının bir diğer nedeni ise ankete katılan ilçe belediyelerin itibar yönetiminden sorumlu yöneticilerinin sayısının az olmasıdır.

Kurumsal iletişim ile itibar yönetimi arasındaki ilişkiyi belirlemek üzere yapılan korelasyon analizi sonucunda, puanlar arasında istatistiksel açıdan anlamlı ilişki bulunamamıştır. (r=0,222; p=0,286>0,05). Yerel yönetim yöneticilerinin itibar yönetimi algısına göre kurumsal iletişim bileşeni itibar yönetimi üzerinde fazla bir etkiye sahip değildir. Yerel yönetim yöneticileri güçlü bir itibara sahip olunabilmesi için kurumsal iletişimin önemli bir etken olmadığını düşünmektedirler. İtibar yönetimi ve kurumsal iletişim arasında istatistiksel açıdan anlamlı bir ilişki bulunamamasının bir diğer nedeni ise ankete katılan ilçe belediyelerin itibar yönetiminden sorumlu yöneticilerinin sayısının az olmasıdır.

Kalite ile itibar yönetimi arasındaki ilişkiyi belirlemek üzere yapılan korelasyon analizi sonucunda, puanlar arasında istatistiksel açıdan anlamlı ilişki bulunamamıştır. (r=0,214; p=0,305>0,05). Yerel yönetim yöneticilerinin itibar yönetimi algısına göre kalite bileşeni itibar yönetimi üzerinde fazla bir etkiye sahip değildir. Yöneticiler güçlü bir itibara sahip olunabilmesi için kalitenin önemli bir etken olmadığını düşünmektedirler. İtibar yönetimi ve kalite arasında istatistiksel açıdan anlamlı bir ilişki bulunamamasının bir diğer nedeni ise ankete katılan ilçe belediyelerin itibar yönetiminden sorumlu yöneticilerinin sayısının az olmasıdır.

Yönetim ile itibar yönetimi arasındaki ilişkiyi belirlemek üzere yapılan korelasyon analizi sonucunda, puanlar arasında %48,4 düzeyinde pozitif yönde anlamlı ilişki bulunmuştur. (r=0,484; p=0,014<0,05). Buna göre yönetim puanı arttıkça itibar yönetiminin puanı da artmaktadır. Yerel yönetim yöneticilerinin itibar yönetimi algısına göre yönetim bileşeni yönetici kalitesini artırır, yönetim kalitesini artırır ve liderliğe teşvik eder. Bu faydalar kurumun daha iyi ve etkili bir yönetim anlayışı sergilemesini sağlar. Yönetim bileşeni yöneticilerin etkinlik ve yeterlilik yönünden de etkili olmalarını sağlar.

Kriz yönetimi ile itibar yönetimi arasındaki ilişkiyi belirlemek üzere yapılan korelasyon analizi sonucunda, puanlar arasında %48,1 düzeyinde pozitif yönde anlamlı ilişki bulunmuştur. (r=0,481; p=0,015<0,05). Buna göre kriz yönetimi puanı arttıkça itibar yönetiminin puanı da artmaktadır. Yerel yönetim yöneticilerinin itibar yönetimi algısına göre kriz yönetimi bileşeni krize karşı daha hızlı davranılmasını sağlar, kriz anlarında kontrolü elde tutmayı sağlar, kurumun medya ilişkilerini kuvvetlendirir ve etkin halkla ilişkiler çalışmalarını sağlar. Bu faydalar yaşanabilecek bir kriz durumunda kurumun daha kontrollü ve bilinçli davranışlarda bulunmasını sağlar.

Müşteri memnuniyeti ile itibar yönetimi arasındaki ilişkiyi belirlemek üzere yapılan korelasyon analizi sonucunda, puanlar arasında istatistiksel açıdan anlamlı ilişki bulunamamıştır. (r=0,279; p=0,176>0,05). Yerel yönetim yöneticilerinin itibar yönetimi algısına göre müşteri memnuniyeti bileşeni itibar yönetimi üzerinde fazla bir etkiye sahip değildir. Yerel yönetim yöneticileri güçlü bir itibara sahip olunabilmesi için müşteri memnuniyetinin önemli bir etken olmadığını düşünmektedirler. İtibar yönetimi ve müşteri memnuniyeti arasında istatistiksel açıdan anlamlı bir ilişki bulunamamasının bir diğer nedeni ise ankete katılan ilçe belediyelerin itibar yönetiminden sorumlu yöneticilerinin sayısının az olmasıdır.

Kurumsal yönetişim ile itibar yönetimi arasındaki ilişkiyi belirlemek üzere yapılan korelasyon analizi sonucunda, puanlar arasında %44,8 düzeyinde pozitif yönde anlamlı ilişki bulunmuştur. (r=0,448; p=0,025<0,05). Buna göre kurumsal yönetişim puanı arttıkça itibar yönetimi puanı da artmaktadır. Yerel yönetim yöneticilerinin itibar yönetimi algısına göre kurumsal yönetişim bileşeni sermaye

çeker, etkin performans sağlar, kurumsal amaçların başarılmasını sağlar, yasal zorunluluk ve genel sosyal beklentilerin karşılanmasını sağlar. Bu faydalar kurumun etkililik, tutarlılık, şeffaflık, adil ve hesap verebilir olmasını sağlar. Kurumsal yönetişimin etkin olduğu kurumlar görev ve sorumluluklarını yerine getirirlerken kamuoyundan daha fazla destek görürler.

Çıkan sonuçlar İstanbul'daki mahalli idarelerde itibardan sorumlu olan yöneticilerin, çalışanlar, kalite ve müşteri memnuniyeti ile itibar yönetiminin arasındaki ilişkiyi kuvvetlendirecek çalışmalar yapması gerekmektedir.

Saylı ve arkadaşları tarafından "Kurumsal İtibar ve Kurumsal Performans İlişkisini Belirlemeye Yönelik İlk 500 İşletme İçinde Yapılmış Bir Araştırma" adlı çalışmada etik, kurumsal itibar ve kurumsal performans arasında bir ilişki var mı? sorusu cevaplandırılmaya çalışılmıştır. Elde edilen sonuçlara göre, etik ilkelerin itibar üzerinde önemli bir belirleyici olduğu görülmüştür. Performans faktörü olarak finansal göstergelere dayalı isletme performansıyla kurumsal itibar arasında anlamlı ilişki çıkmazken, kalite ve müşteri memnuniyetiyle kurumsal itibar arasında anlamlı ilişkiler görülmektedir.

Hacımirzaoğlu "İtibar Yönetimi: Çanakkale Bölgesindeki Otel İşletmelerine Yönelik Bir Çalışma" adlı tezinde Çanakkale bölgesindeki otel yöneticileri; itibar yönetimi, kurum, sosyal sorumluluk, çalışanlar, kurumsal iletişim, kalite, yönetim, kriz yönetimi, müşteri memnuniyeti ve kurumsal yönetişim olarak belirlenen itibar bileşenlerini yüksek düzeyde gerekli ve önemli bulmuştur.

Bu tezin hazırlanma aşamasında İstanbul'daki mahalli idarelerde itibar yönetiminin uygulanması yönünde bir gelişme yaşanmıştır. Sarıyer Belediyesi'nde İnsan Kaynakları Müdürlüğüne bağlı itibar yönetimi birimi oluşturulma çalışmaları başlamıştır. Bu gelişme, diğer belediyelerde itibar yönetimi biriminin kurularak itibar yönetiminin daha aktif halde uygulanması için önemli bir adımdır.

Ayrıca itibar yönetimi biriminin kurulması ile belediyelerin itibarını artırmalarında ve daha etkin kullanmalarında önemli bir rol oynayacaktır. İtibar, kurumun önemli bir değeridir. Ancak kurulan bu birimin denetimi konusuna ağırlık

verilmeli ve diğer belediyelerde kurulacak itibar yönetimi birimleriyle belli bir standartizasyon sağlanmalıdır.

Yüzyıllardır çok sayıda devlete başkentlik yapmış olan İstanbul, zengin bir kültüre sahiptir. İstanbul, gerek tarihi gerekse sosyal zenginliği nedeniyle yıl içerisinde yerli ve yabancı milyonlarca turist tarafından ziyaret edilmektedir. Bu ziyaretlerin İstanbul'un ve ülkemizin tanıtımına olumlu katkılar yapması için belediyelerin itibarlarını arttırıcı faaliyette bulunmaları gerekmektedir. Belediyeler İstanbul'da yaşayan halkın memnuniyetini arttıracak ve İstanbul'u ziyaret eden turistlerin ilgisini çekecek faaliyetlerde bulunmalıdır. Bunun yanında şehrin 15.000.000' a yakın nüfusu, çarpık kentleşme, trafik vb sorunlar şehrin itibarını olumsuz yönde etkilemektedir. Bu sorunların çözümü belediyelerin ve aynı zamanda ülkemizin de itibarına olumlu yönde yansıyacaktır.

İstanbul'daki mahalli idarelerin(ilçe belediyeleri) itibarlarını arttırabilmeleri, kurumlarının isimlerini ulusal ve uluslararası mecralarda duyurabilmeleri ve bu alanda bir marka haline getirebilmeleri için bu birime verilen önemi arttırmaları ve bu birimin belediye başkanına bağlı olması gerekmektedir. Ayrıca İçişleri Bakanlığının, belediyeleri bu birimi kurmaları yönünde de teşvik etmesi gerekir.

Gelecekte bu konuda araştırma yapacak araştırmacılar araştırmaya daha fazla sayıda belediyeye uygulamaları, araştırmaya katılan yerel yönetim yöneticilerinin itibar yönetimi algılarında farklılık olup olmadığı, kadın yönetici sayısının fazla olması, yaş, eğitim düzeyleri ve bulundukları görevde çalışma süreleri gibi etkenlere dikkat etmeleri yapacakları çalışmalarına önemli katkı sağlayacaktır. Yapılan anketler sonucu elde edilen verilerle bu çalışmanın sonucu elde edilen verilerin karşılaştırılması itibar yönetimi konusunda daha net bilgilere ulaşılmasını sağlayacaktır. İtibar yönetiminin ülkemizde yeni gelişen bir kavram olmasından dolayı çok fazla kaynak bulunamamıştır. İlerleyen zamanlarda itibar yönetimiyle ilgili daha fazla kaynağa ulaşılabilecektir.

KAYNAKÇA

442 Sayılı Köy Kanunu

2972 Sayılı Mahalli İdareler İle Mahalle Muhtarlıkları ve İhtiyar Heyetleri Seçimi Hakkında Kanun ile Belediye Kanunu

5216 sayılı Büyükşehir Belediye Kanunu

5302 Sayılı il Özel İdareleri Kanunu

5355 Sayılı Mahalli İdare Birlikleri Kanunu

5393 Sayılı Belediye Kanunu

19811 Sayılı Sınır Anlaşmazlığı Mülki Ayrılma ve Birleşme ile Köy Kurulması ve Kaldırılması Hakkındaki Yönetmelik.

Altunışık, Remzi ve diğerleri (2002): *Sosyal Bilimlerde Araştırma Yöntemleri SPSS Uygulamalı*, 2. Basım, Sakarya Kitabevi Yayınları, Sakarya.

Akar Kuyucu, Burcu (2003): "Kurumlarda Etkin ve Başarılı İtibar Yönetimi", *Arge Danışmanlık Dergisi*, Sayı:4, İstanbul.

Akçakaya, Murat (1999): "Belediyelerde Halkla İlişkiler", *Sayıştay Dergisi*, Sayı:34, Ankara.

Akmehmet, Duygu (2006): *Kurumsal İtibar Yönetimi ve Bir Uygulama*, (Marmara Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İşletme Anabilim Dalı, Uluslar arası Kalite Yönetimi Bilim Dalı, Basılmamış Yüksek Lisans Tezi), İstanbul.

Aktan, Coşkun Can (2007): *Kurumsal Sosyal Sorumluluk İşletmeler ve Sosyal Sorumluluk*, İgiad Yayınları, İstanbul.

Annak, Celal (2010): Marmara Belediyeler Birliği, İstanbul Büyükşehir Belediyesi Görevde Yükseltme Sınavı Notları.

Argüden, Yılmaz (2002): "Kurumsal Sosyal Sorumluluk", *Arge Danışmanlık Dergisi,* Sayı :3, İstanbul.

Argüden, Yılmaz (2003): "İtibar Yönetimi", *Arge Danışmanlık Dergisi,* Sayı :4, İstanbul.

Argüden, Yılmaz (2007): "Arge Kurumsal Yönetişim Notları", *Arge Danışmanlık Dergisi,* Sayı :9, İstanbul.

Arslan, Mahmut : Berkman, Ümit (2009): *Dünyada ve Türkiye'de İş Etiği ve Etik Yönetimi*, Tüsiad Yayınları, İstanbul.

Arslan Şefik (2010): *5018 Sayılı Kanun Çerçevesinde Mahalli İdareler Maliyesi Otomasyon Sisteminin Etkinliği: İstanbul Büyükşehir Uygulaması*, (İstanbul Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Maliye Anabilim Dalı, Basılmamış Yüksek Lisans Tezi), İstanbul.

Asna, M. Alaeddin(1968): "Yönetim Halk İlişkileri", *Amme İdaresi Dergisi* C:1, Sayı: 4, Ankara.

Aşkun, İnal Cem (1989): "Kamu Kuruluşlarında Halkla İlişkiler", *Anadolu Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, c: 7, Sayı: 2, Eskişehir.

Avcıkurt, Cevdet (2005): *Turizmde Tanıtma ve Satış Geliştirme*, Değişim Yayınları, İstanbul.

Aydede, Ceyda (2002): *Teorik ve Uygulamalı Halkla İlişkiler Kampanyaları*, Mediacat Yayınları, İstanbul.

Balta Peltekoğlu, Filiz (2007): *Halkla İlişkiler Nedir?,* Beta Yayıncılık, Ankara.

Bayramoğlu, Sonay (2005): *Yönetişim Zihniyeti Türkiye'de Üst Kurullar ve Siyasal İktidarın Dönüşümü,* İletişim Yayınları, İstanbul.

Büyük, Sedef (2003): "İtibar Her Zaman Kazandırır", *Capital Dergisi,* Sayı:75, İstanbul.

Çelikyay, Hicran (2012): "Kent Yönetimi ve Etik İlkeler", *Boğaziçi Bülteni Dergisi,* Sayı:35, İstanbul.

Çelik, Arzum Erken: Durak, İbrahim: Yazıcı, Selamet (2000): *Halkla İlişkiler Politikası*, (Ankara Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İşletme Anabilim Dalı, Basılmamış Doktora Tezi), Ankara.

Dörtok, Arın (2004): *Kurumsal İtibarınızdan Kaç Sıfır Atabilirsiniz,* Rota Yayınları, İstanbul.

Elitok, Bülent (2003), *Hadi Markalaşalım*, Sistem Yayıncılık, İstanbul.

Er, Gamze (2008): *Sanal Ortamda İtibar Yönetimi*, Cinius Yayınları, İstanbul.

Eren, Erol (2004): *Örgütsel Davranış ve Yönetim Psikolojisi,* Beta Basım Yayım, İstanbul.

Eryılmaz, Bilal (2000): *Kamu Yönetimi*, Erkan Matbaacılık, İstanbul.

Eryılmaz, Mehmet (2008): "Örgüt İtibarı Kavramı ve Yönetimi İle İlgili Bazı Sorunlar" Anadolu Üniversitesi *Sosyal Bilimler Dergisi,* Cilt 8, Sayı:1, Eskişehir.

Gemlik, Nilay: Sığrı, Ünal (2007): "Kurum İmajı Analizi ve Bir Belediye Üzerindeki Uygulamanın Değerlendirilmesi", *İstanbul Ticaret Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi,* Sayı:11, İstanbul.

Gitmez, S. Ali (1997): "Kitlelerin Yaşam Niteliğinin Geliştirilmesi ve Yerel Yönetimlerin Sorumluluğu", *Ada Kentliyim Dergisi,* Sayı: 9, Ankara.

Güler, Mahmut: Döventaş Ebru (2009): "Elektronik Devletten (E Devlet) Mobil Devlete (M Devlet) Geçişte Türkiye'de Yerel Yönetim Uygulamaları", *Hitit Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi,* C:1, Sayı:2, Çorum.

Gültekin, Bilgehan (2005): "Türkiye'nin Uluslararası İmajında Yükselen Değerler ve Eğilimler" *Selçuk İletişim Dergisi,* Cilt:1, Sayı: 4, Konya.

Gümüş, Murat: Burcu, Öksüz (2009): *Turizm İşletmelerinde Kurumsal İtibar Yönetimi*, Nobel Yayın Dağıtım, Ankara.

Güney, Salih, (2001): *Yönetim ve Organizasyon,* Nobel Dağıtım, Ankara.

Güzelcik Ural, Ebru (2000): "Değer Yaratan Bir Halkla İlişkiler Çalışması Olarak İtibar Yönetimi", *İstanbul Ticaret Üniversitesi Dergisi,* Sayı:7, İstanbul.

Hacımirzaoğlu, Müveddet(2009): *İtibar Yönetimi: Çanakkale Bölgesindeki Otel İşletmelerine Yönelik Bir Araştırma*, (Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi,

Sosyal Bilimler Enstitüsü, Turizm İşletmeciliği Anabilim Dalı, Basılmamış Yüksek Lisans Tezi), Çanakkale.

Kadıbeşegil, Salim (2010): *İtibar Yönetimi,* 5. Basım, Mediacat Yayınları, İstanbul.

Kalafatoğlu, Yiğit (2010): *Elektronik Ortamda İtibar Yönetimi*, (Marmara Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Halkla İlişkiler Anabilim Dalı, Reklamcılık ve Tanıtım Bilim Dalı, Basılmamış Yüksek Lisans Tezi), İstanbul.

Karakılıç, Nilüfer (2005): "Kurumsal İtibarın Müşteri Tercihleri Üzerine Etkileri: Afyon" da Perakende Sektöründe Faaliyet Gösteren İşletmeler Üzerine Bir Araştırma" *Afyon Kocatepe Üniversitesi, İ.İ.B.F. Dergisi,* Sayı:2, Afyon.

Karaköse, Turgut (2007): *Kurumların DNA'sı İtibar ve Yönetimi*, Nobel Yayın Dağıtım, Ankara,

Karaköse, Turgut(2007): "Örgütlerde İtibar Yönetimi", *Akademik Bakış Uluslararası Hakemli Sosyal Bilimler E-Dergisi*, Sayı:11, Elazığ.

Karatepe, Selma (2008): "İtibar Yönetimi: Halkla İlişkilerde Değer Yaratma" *Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi, Sayı:* 23, Malatya

Karsak, Banu (2008): "Web Sitelerinin Kurumsal Kimlik Açısından Değerlendirilmesi: En Beğenilen 20 Kurum Üzerine Bir Analiz" *Galatasaray Üniversitesi İletişim Dergisi,* Sayı:9, İstanbul.

Kavuncu, Cihangir (2003): *Kültür*, Rota Yayınları, İstanbul.

Koçel, Tamer (2005): *İşletme Yöneticiliği,* Arıkan Yayıncılık, İstanbul,

Kurgun, Avşar: Özdemir, Ali: Kurgun, Hülya: Bakıcı, Zeynep (2008): "Belediyelerde Hizmet Yeterliliğinin ve Hizmet Kalitesinin Artırılmasını Etkileyen Faktörlerin Analizi: İzmir Karşıyaka Belediyesinde Uygulama", *Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi,* C:10, Sayı:2, İzmir.

Mutlu, Murat (2010): *Mahalli İdarelerin Bölgesel Kalkınma Üzerindeki Etkileri*, (Uludağ Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Maliye Anabilim Dalı, Maliye Bilim Dalı, Basılmamış Yüksek Lisans Tezi), Bursa.

Okay, Aydemir: Okay, Ayla (2002): *Halkla İlişkiler ve Medya*, Mediacat Yayınları, İstanbul.

Öner, Şerif (2001): "Belediyelerde Yönetime Katılmada Halkla İlişkilerin Rolü ve Önemi", *Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, Cilt: 3, Sayı: 2, İzmir.

Özer, M. Akif (2006): "Yönetişim Üzerine" *Sayıştay Dergisi,* Sayı:63, Ankara.

Saylı, Halil: Ağca, Veysel: Kızıldağ, Duygu: Yaşar, Özlem Uğurlu (2009): "Etik, Kurumsal İtibar ve Kurumsal Performans İlişkisini Belirlemeye Yönelik İlk 500 İşletme İçinde Yapılmış Bir Araştırma", *Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi,* Sayı:2, Isparta.

Solmaz, Başak (2006): "Krizde İtibarın Yönetilmesi", *Selçuk İletişim Dergisi*, Cilt 3, Sayı:4, Konya.

Soydaş, A. U. (2005) "Global İşletmelerde Kurum Kimliği ve Kurumsal Marka", *İstanbul Ticaret Üniversitesi Dergisi*, Sayı:11, İstanbul.

Şatıroğlu Çiğdem: Erendağ Fulya (2008): "Kurum İtibarının Bileşenleri Üzerine Bir Çalışma: Sağlık Hizmeti Üreten Bir Kamu Kurumunda İç Paydaşlar İtibarı Nasıl Algılıyor?" *Akdeniz Üniversitesi İletişim Fakültesi Ulusal Halkla İlişkiler Sempozyumu 21. Yüzyılda Halkla İlişkilerde Yeni Yönelimler, Sorunlar ve Çözümü,* Antalya.

Türker, Hamiyet (2005): *İtibar Yönetimi*, (Mersin Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Kamu Yönetimi Anabilim Dalı, Basılmamış Yüksek Lisans Tezi), Mersin.

Ulusoy, Ahmet : Tekin Akdemir (2012): *Mahalli İdareler Teori-Uygulama-Maliye*, 7. Baskı, Seçkin Yayıncılık, Ankara.

Usta, Murat(2006): *Örgüt Kültüründe Halkla İlişkiler ve İtibar Yönetimi Ege Akdeniz Bölgelerindeki Turizm İşletmeleri Örneği*, (Dokuz Eylül Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Turizm İşletmeciliği Anabilim Dalı, Basılmamış Yüksek Lisans Tezi), İzmir.

Uzunoğlu, Ebru : Öksüz, Burcu (2008): "Kurumsal İtibar Riski Yönetimi: Halkla İlişkilerin Rolü" *Selçuk İletişim Dergisi, Sayı:5, Konya.*

Yalçındağ, Selçuk (1968): "Mahalli İdarelerde Halkla İlişkiler", *Amme İdaresi Dergisi*, C:1 Sayı: 4, Ankara.

İnternet Kaynakları

2010 Yılı Mahalli İdareler Genel Faaliyet Raporu, http://www.migm.gov.tr/Dokumanlar/2010%20MAHALLI_IDARELER_GENEL_FAALIYET_RAPORU.pdf, (Erişim Tarihi:01.03.2012).

Argüden, Yılmaz, *Yönetim Kurulu Sırları,* http:www.arguden.netargudenUserFilesFilekitaplaryonetimkurulusirlari_tr.pdf, (Erişim Tarihi:20.05.2011).

Aqueveque, Claudio: Ravasi, Davide: (2006), *Explanation For The Reputation –Performance Relationship"*

http://www.reputationinstitute.com/members/nyc06/Aqueveque.pdf,

(Erişim Tarihi:10.02.2011).

Bowd, Ryan: Bowd, Les(2012): *Assessing a Financial Value for a Corporate Entity's Reputation; A Proposed Formula,* http://www.ribm.mmu.ac.uk/wps/papers/wp02_01.pdf, (Erişim Tarihi: 21.04.2011).

Brammer, Stephan: Brooks, Chris: Pavelin, Stephen (2006): *Corporate Reputation and Stock Returns: Are Good for Investor,* www.icmacentre.rdg.ac.uk/pdf/discussion/dp2006-05.pdf,
(Erişim Tarihi: 17.08.2011).

Croft, Susan: Dalton, John (2007): *Managing Corporate Reputation,* http://dl.lux.bookfi.org/genesis/500000/b67e9f4bec2d7263647db36cfe212157/_as/%5BJohn_Dalton,_Susan_Croft%5D_Managing_Corporate_Repu(BookFi.org).pdf, (Erişim Tarihi: 10.11.2011).

Davies, Gary: Chun, Rosa: Da Silva, Rui Vinhas (2001) *The Personification Metaphor As a Measurement Approach For Corporate Reputation,* Vol:4-2, http://www.reputationinstitute.com/crr/V04/Davies.pdf, (Erişim Tarihi: 10.11.2011).

Deephouse, David L: Wry, Tyler (2007): *An Examınatıon of the Relatıonshıp Between Corporate Socıal Performance and Stakeholder Perceptıons of Corporate Socıal Performance,*

http://www.reputationinstitute.com/members/nyc06/Wry.pdf,
(Erişim Tarihi: 10.11.2011).

Gümüşoğlu, Şevkinaz: Erdem, Sabri: Kavrukkoca, Güzin: Özdağoğlu, Aşkın (2010): *Belediyelerde Beklenen Algılanan Hizmet Kalitesinin "Servqual" Modeli ile Ölçülmesi ve Muğla İlinde Bir Uygulama,* http://www.deu.edu.tr/userweb/sabri.erdem/dosyalar/sabri_erdem_iku.pdf, (Erişim Tarihi: 03.01.2012).

Hipotez Testleri,

http://web.sakarya.edu.tr/~adurmus/statistik/acikogretim/unite09.pdf,
(Erişim Tarihi: 08.02.2012).

Keeney, DAN (2007): *DPKpedia: Definition of Reputation Management,*

http://www.dpkpr.com/articles/dpkpedia-definition-of-reputation-management/,
(Erişim Tarihi 22.01.2011).

Klein, Peter: Shapiro, Daniel: Young Jeff (2004): *Corporate Governance, Family Ownership and FirmValue: the Canadian Evidence,* http://business.sfu.ca/files/PDF/cibc-centre/ccgrm-kleinshapiro.pdf,

(Erişim Tarihi : 05.11.2011).

Larkin, Judy : (2003) *Strategic Reputation Risk Management,* http://www.google.com.tr/books?hl=tr&lr=&id=aaeLF_3VPJEC&oi=fnd&pg=PR4&dq=j.+larkin+strategic+reputation+risk+management&ots=_qTeGFGCtY&sig=hBg8Sb_csWhNxO3qUaoMtN32coI&redir_esc=y# (Erişim Tarihi: 22.02.2012).

Lievens, Filip (2012): *Organizational Image,*

http://users.ugent.be/~flievens/image.pdf (Erişim Tarihi: 18.01.2012).

Salihoğlu, Enver(2008): *Köy Kurulması ve Kaldırılması İle İlgili Sorunlar*, http://www.yerelsiyaset.com/pdf/ekim2008/7.pdf, (Erişim Tarihi: 10.12.2011).

Trakya Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Lisansüstü Tez Yazım İlke ve Kuralları http://sobe.trakya.edu.tr/dosyalar/201133117333-Tez%20Yazim%20Kurallari.pdf, (Erişim Tarihi : 05.01.2012).

Uyanık, Celalettin: (2010), *İşletmelerde Halkla İlişkiler Sunumu,* http://celalettinuyanik.com/wp-content/uploads/2012/06/i%C5%9Fletmelerde-halkla-ili%C5%9Fkiler.ppt, (Erişim Tarihi: 03.09.2011).

Wiedman, Klaus: Wiedman, Peter: Prauschke, Christine (2006): *How do Stakeholder Alignment Concepts İnfluence Corporate Reputation? The Role of Corporate Communication in Rreputation Building,* http://www.reputationinstitute.com/members/nyc06/Wiedmann_Prauschke.pdf, (Erişim Tarihi: 08.03.2011).

http://www.bilgiyonetimi.org/cm/pages/mkl_gos.php?nt=268
(Erişim Tarihi: 01.03.2011).

http://www.capital.com.tr/AnaSayfa/Default.aspx
(Erişim Tarihi: 20.01.2011).

http://www.haberler.com/kumluca-belediyesi-nin-musteri-memnuniyeti-yeniden-3411214-haberi/ (Erişim Tarihi: 01.03.2012)

http://www.migm.gov.tr/IlOzelIdareleri.aspx (Erişim Tarihi: 01.03.2012).

http://www.migm.gov.tr/Belediyeler.aspx (Erişim Tarihi: 01.03.2012).

http://www.migm.gov.tr/IlceBeldeBelediyeleri.aspx
(Erişim Tarihi: 01.03.2012).

http://www.migm.gov.tr/Koyler.aspx (Erişim Tarihi: 01.03.2012).

http://www.migm.gov.tr/Birlikler.aspx (Erişim Tarihi: 01.03.2012).

http://tdkterim.gov.tr/bts/ (Erişim Tarihi: 02.10.2010).

http://www.tdk.gov.tr/TR/Genel/SozBul.aspx?F6E10F8892433CFFAAF6AA849816B2EF4376734BED947CDE&Kelime=k%c3%bclt%c3%bcr
(Erişim Tarihi 02.11.2010).

http://www.odevsitesi.com/default.asp?islem=dok_indir&odevno=140729
(Erişim Tarihi: 08.05.2011).

tr.wikipedia.org/wiki/Toplam_Kalite_Y%C3%B6netimi#Kalite_Nedir.3F
(Erişim Tarihi: 08.03.2011).

http://www.tbmm.gov.tr/develop/owa/anayasa.maddeler?p3=127
(Erişim Tarihi: 08.04.2012).

http://www.illeridaresi.gov.tr/default_B0.aspx?content=151
(Erişim Tarihi: 01.03.2012).

http://www.tdk.gov.tr/index.php?option=com_gts&arama=gts&kelime=mahallîidare&uid=34223&guid=TDK.GTS.4f6b6b37a5a1a0.41824875
(Erişim Tarihi: 23.01.2012).

Ek:1

SORU FORMU (ANKET)

Elinizdeki anketin amacı, İstanbul ili sınırları içerisinde bulunan yerel yönetimlerdeki (İlçe belediyeler) yöneticilerin itibar yönetimi kavramını nasıl değerlendirdiklerini ortaya koymaktır. Elde edilen veriler, Trakya Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İşletme Anabilim Dalında devam etmekte olduğum yüksek lisans tezi için kullanılacaktır.

Ayhan BAYRAM
Trakya Üniversitesi
Tel: +90 0505 580 61 78
Email: ayhan_bayram1987@hotmail.com

1. Yaşınız : 15-24 ( ) 25-34 ( ) 35-44 ( ) 45-54 (x) 55-64 ( ) 65+ ( )

2. Cinsiyetiniz: Kadın ( ) Erkek ( )

3. Eğitim Düzeyiniz: İlkokul ( ) Ortaokul ( ) Lise ( ) Ön Lisans ( ) Lisans ( ) Yüksek Lisans ( ) Doktora ( )

4. Yerel Yönetimlerde Çalışma Süreniz: Bir yıldan az ( ) 1-2 yıl ( )

3-4 yıl ( ) 5-9 yıl (x) 10 yıl ve üzeri ( )

5. Yerel Yönetimlerdeki Statünüz: Üst Düzey Yönetici ( )

Birim Müdürü ( ) Birim Şefi ( )

6. Bulunduğunuz Görevde Çalışma Süreniz: Bir yıldan az ( ) 1-2 yıl ( )

3-4 yıl ( ) 5-9 yıl ( ) 10 yıl ve üzeri ( )

7. Görev Yaptığınız Yönetimde Çalışan Personel Sayısı: 60’ tan az ( ) 61-80 ( )

81-100 ( ) 101-120 ( ) 121’den fazla ( )

8. Yerel Yönetimin Nüfusu : 10.000 -25.000 ( ) 25.001 – 40.000 ( )

40.001 – 55.000 ( ) 55.001 – 70.000 ( ) 70.001 üzeri ( )

Aşağıdaki sorulara yanıt verirken sizin için en doğru seçeneğe gerekli rakamı yazınız.

1. Kesinlikle katılıyorum

2. Katılıyorum

3. Kararsızım

4. Katılmıyorum

5. Kesinlikle katılmıyorum

a) İtibar Yönetimi

Kurumun kamuoyu tarafından nasıl algılandığıdır ( )

Dış çevrenin kurum için düşündükleridir ( )

Kurumun en önemli değeridir ( )

Marka, imaj ve kimlik unsurlarını kurum içinde barındırır ( )

Halkın duyduğu güveni yansıtır ( )

Marka, imaj ve kimlik unsurlarının dış çevreye yansımasıdır ( )

1) Kurum

Kurumun imajını geliştirir ( )

Kurumun kültürünü olumlu yönde etkiler ( )

Kuruma vizyon kazandırır ( )

Kurum kültürünün çalışanlar tarafından kolayca benimsenmesini sağlar ( )

2) Sosyal Sorumluluk

Örgütlerin toplumsal sorumluluklarını arttırır ( )

Çalışma ortamı ve çevresini olumlu yönde etkiler ( )

Etik unsurlara daha duyarlı yaklaşılmasını sağlar ( )

Çevreye duyarlı ve uyumlu kurum yaratır ( )

3) Çalışanlar

Nitelikli çalışanları kuruma çeker ( )

Nitelikli çalışanları kurumda tutar ( )

Çalışanların iş tatminini arttırır ( )

Kurumsal bağlılık yaratır ( )

4) Kurumsal İletişim

Çalışanları eğitmek için açık ve tutarlı mesajları tanımlar ( )

Yüksek performans ve isteğe bağlı çabayı özendirir ( )

Dedikodu ve yanlış anlaşılmaları azaltır ( )

Çalışanları destekleyerek motive eder ( )

5) Kalite

İşlem hızını arttırır ( )

Sponsorlardan destek almayı kolaylaştırır ( )

Yatırımcıları, yerel yönetime yatırım yapmaya teşvik eder ( )

Yerel yönetimin halkın gözündeki değerini arttırır ( )

6) Yönetim

Yönetici kalitesini arttırır ( )

Yönetim kalitesini arttırır ( )

Liderliği teşvik eder ( )

7) Kriz Yönetimi

Krize karşı hızlı davranılmasını sağlar ( )

Kriz anlarında kontrolü elde tutmayı sağlar ( )

Kurumun medya ilişkilerini kuvvetlendirir ( )

Etkin halkla ilişkiler çalışmalarını sağlar ( )

8) Müşteri Memnuniyeti

İyi hizmetler oluşmasını sağlar ( )

Hata giderlerinin azaltılmasını sağlar ( )

Düşük işlem giderleri oluşmasını sağlar ( )

9) Kurumsal Yönetişim

Sermaye çeker ( )

Etkin performans sağlar ( )

Kurumsal amaçların başarılmasını sağlar ( )

Yasal zorunluluklar ve genel sosyal beklentilerin karşılanmasını sağlar ( )

Ek:2

ANKETE KATILAN BELEDİYELER

ADALAR BELEDİYESİ

ARNAVUTKÖY BELEDİYESİ

ATAŞEHİR BELEDİYESİ

AVCILAR BELEDİYESİ

BEŞİKTAŞ BELEDİYESİ

BEYLİKDÜZÜ BELEDİYESİ

BEYOĞLU BELEDİYESİ

ÇEKMEKÖY BELEDİYESİ

ESENLER BELEDİYESİ

ESENYURT BELEDİYESİ

EYÜP BELEDİYESİ

FATİH BELEDİYESİ

GAZİOSMANPAŞA BELEDİYESİ

KADIKÖY BELEDİYESİ

KAĞITHANE BELEDİYESİ

KARTAL BELEDİYESİ

MALTEPE BELEDİYESİ

PENDİK BELEDİYESİ

SANCAKTEPE BELEDİYESİ

SARIYER BELEDİYESİ

SULTANGAZİ BELEDİYESİ

ŞİŞLİ BELEDİYESİ

TUZLA BELEDİYESİ

ÜMRANİYE BELEDİYESİ

ZEYTİNBURNU BELEDİYESİ