

## BELEDİYELERDE HİZMET PAZARLAMASI: ELAZIĞ BELEDİYESİ ÖRNEĞİ

**Nurcan YÜCEL\***  
**Atilla YÜCEL\*\***  
**Erkan GÜLTER\*\*\***  
**Merve AK\*\*\*\***

### ÖZET

Belediyeler, kamu hizmetlerinin büyük bir kısmını üstlenen ve zamanla önemi artan kentsel hizmet birimlerinden biridir. Belediyeler, belde halkına şehircilik hizmetlerinden eğitim ve kültür hizmetlerine kadar çok çeşitli hizmetler vermektedirler (Duman ve Yüksel, 2008:43). Halka en yakın hizmet birimi olan belediyelerin, halkın ihtiyaç ve isteklerine duyarlı davranmaları, halkın sürekli desteğini ve beğenisini kazanmaları belediye yönetimleri için önemli bir durumdur (Göküş ve Alpürker, 2011:121). Bu çalışmanın amacı, Elazığ Belediyesi'nin sunmuş olduğu hizmetlerin kalitesini ve tüketicilerin bu hizmetlerden memnun olma düzeylerini belirlemektir. Araştırma için oluşturulan anket formu, Elazığ il merkezinde yaşayan 572 seçmen üzerinde uygulanmıştır. Yüzde, frekans ve t-testi analizleri yapılmıştır. Katılımcıların taşıma araçlarının, seyyar satıcıların denetimlerinin, tuvaletlerin temizliğinin yetersizliği vb. konularda belediyenin faaliyetlerini yetersiz gördüğü sonucu bulunmuştur. Belediyenin bu konularda gerekli düzeltmeleri ve düzenlemeleri yapması konusunda dikkat çekilmiştir.

**Anahtar Kelimeler:** Belediye, Hizmet, Belediyelerde Hizmet Pazarlaması.

**JEL Sınıflaması:** M31

### SERVICE MARKETING IN MUNICIPALITIES: THE CASE OF ELAZIG MUNICIPALITY

### ABSTRACT

Municipalities, public services, a large part of the undertaking and the importance of time is one of the growing urban service units. Municipalities, towns people, urban services, education and cultural services provide a wide range of services. Ring the nearest service unit, the municipalities, the public needs and responsive to the wishes of the people to act consistently to gain the support and admiration of municipal governments is an important condition for. The purpose of this study is that the quality of the services provided, Elazığ municipality, and consumers to determine levels of being satisfied with these services. Research for living in the Elazığ created survey form was implemented on the voters of 572. Percentages, frequency and t-test analysis have been made. Participants in the transport system, mobile vendors, controls the municipality activities and more lack of toilets have the result that insufficient. Participants in the transport system, mobile vendors, controls the municipality activities and more lack of toilets have the result that insufficient. The municipality to make any necessary corrections and edits these issues taken care of.

**Keywords:** Municipal, Service, Municipal Services Marketing.

**JEL Classification:**M31

---

\* Yard.Doç.Dr., Fırat Üniversitesi İİBF İşletme, nyucel@firat.edu.tr

\*\* Yard.Doç.Dr., Fırat Üniversitesi İİBF İşletme, ayucel@firat.edu.tr

\*\*\* Araş.Gör., Fırat Üniversitesi İİBF İşletme. egulter@firat.edu.tr

\*\*\*\* İstanbul Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü

## **GİRİŞ**

Küreselleşme, bilgi teknolojilerinin gelişimi ve devlet yönetimi anlayışındaki değişmelerin sonucunda ortaya çıkan kamu yönetimi anlayışının temel amacı, vatandaşın isteklerini karşılayacak hizmetleri sunmak ve kamu yönetiminde verimliliği artırmaktır (Özer, 2005:4). Modern hizmet anlayışı çerçevesinde ise; üretimin ve tüketimin olduğu toplumlarda en önemli varlık hizmet alanlar, hizmeti kullananlar olduğundan hizmet üretenlerin, kullananları memnun etmesi gerekmektedir. Bu memnuniyetin sağlanabilmesi, sunulan hizmetin kalitesiyle ilişkili olmaktadır. Bu sebeple, yerel yönetimler olan belediyelerin vatandaşların tatmin etmesi, vatandaşların istek ve taleplerini yerine getirebilmesi gerekmektedir. Bunun içinde belediyelerin sürekli ve güncellenebilir durum analizleri yapmaları, vatandaşı bir müşteri gibi görerek talep ve beklentilerine göre hizmet sunmaları önemli olmaktadır. Belediyeler, halkın istediği hizmeti istediği kalitede sunduğu sürece genellikle devamlılıklarını sürdürebilmektedirler (Torlak, 1999: 24; Usta ve Memiş, 2010:334). Bu bilgiler doğrultusunda; belediye kavramı ve belediyelerin önemi gündeme gelmektedir.

### **1.BELEDİYE KAVRAMI**

En önemli hizmet kuruluşlarından biri olan belediyeler, diğer kamu kuruluşlarından farklı olarak halkla iç içe olan ve halka en yakın kuruluşlar olarak bilinmektedirler. Bunun nedeni, belediyelerin üstlendikleri görevlerin halkın günlük yaşantısını yakından ilgilendirmesidir (Nadaroğlu, 2001:195). Bu sebeple, belediyeler ve belediye hizmetlerinden yararlanan halkın memnuniyeti oldukça önem taşımaktadır. Halkın ihtiyaç ve isteklerine duyarlı davranmak, halkın sürekli desteğini, beğenisini ve güvenini sağlamak belediye yönetimleri için önemli görülmektedir. Bu hizmetlerin yerine getirilmesinde önemli olan, halkın memnuniyetinin ne derece sağlanabildiği ve düzeltici-önleyici faaliyetler geliştirilerek, vatandaş odaklı bir hizmet sunumunun gerçekleştirilebilmesidir (Göküş ve Alptürker, 2011:123).

Belediyeler mal ve hizmet üretilen, kâr amacı gütmeyen işletmelerdir (Versan, 1990: 215). Belediyeler, kentsel alanlarda yaşayan halkın, yerel nitelikteki ihtiyaçlarını karşılayan kamu tüzel kişilerdir. Bilimsel ve teknolojik gelişmelerin neden olduğu sosyal hareketlilik, sosyal, kültürel ve sportif uğraşı alanların ortaya çıkması, kentsel alandaki nüfus artışı, sosyo-ekonomik iş bölümü ve katmanlaşmanın artması gibi faktörler, halkın ihtiyaç ve beklentilerinin çeşitlenmesine yol açmıştır.

Belediyeler hizmet sundukları vatandaşlarına bölgeler arasında dengeli, ayırım yapmadan ve çıkar gözetmeden kaliteli bir hizmet sunma anlayışı gerçekleştirdiklerinde başarılı sayılmakta ve hizmeti alanlardan da, ödülleri seçimle tekrar yönetime geldikleri zaman almaktadırlar (Cankuş, 2008:8). Burada dikkat edilmesi gereken nokta, hizmetlerin yerine getirilmesinde halkın memnuniyetinin derecesinin ölçülmesi ve düzenleyici-önleyici tedbirlerle vatandaş odaklı hizmetin sunumudur (Henden ve Henden, 2005:49). Bu nedenle yönetim, hizmet verilen halkın görüşlerine başvurmakta, bu bilgiler ışığında kamu hizmetlerinin halkın ihtiyacı doğrultusunda dağıtılıp, dağıtılmadığını tespit etmekte ve gerekirse hizmetlerini ihtiyaçlar doğrultusunda genişletmekte ve hizmet dağıtımının dengesini sağlamaktadır (Kara ve Gürcü, 2010:80).

Bu bilgiler doğrultusunda; bireyler toplumsal bir varlık olarak bir arada yaşamaktan kaynaklanan çeşitli kamusal hizmetlere gereksinim duymaktadırlar. Hizmetlerin yerinden karşılanması ilkesi ile oluşturulan belediyelerin; bir belde ya da kentte yaşayan halka en yakın yönetimler olmaları bakımından, yerel ortak ihtiyaçları en iyi

şekilde tespit ederek, optimal hizmet üretimini sağladıkları savunulmaktadır (Torlak, 1999:29).

## 2.HİZMET VE HİZMET PAZARLAMASI

Hizmet pazarlamasının konusunu oluşturan hizmet kavramı oldukça geniş bir alanı içeren çalışma dallarından oluşmaktadır. Hizmetler havayolu ulaştırmasından, sigorta işlerine, çamaşırhane işlerinden, ticari taksilerin yerine getirdiği ulaştırma işlevine, doktorlardan, danışmanların da içerisinde olduğu çalışma alanlarına kadar pek çok alanı kapsamına almaktadır (Kozak vd., 2011:1).

Hizmetin tanımlanması ile ilgili olarak şimdiye kadar çok sayıda çalışma yapılmıştır. Ancak, hizmetin tanımını yapmak oldukça zor olmuştur. Bunun nedenlerinden biri; malların pazarlanmasına rekabet üstünlüğü ya da tüketici tatmini katan ve mallarla birlikte sunulan hizmetlerle, mallardan bağımsız olarak sunulan ve tüketicilere fayda sağlayan hizmetler arasındaki farkı dikkate alacak bir tanımın kolay yapılamayışdır. Bununla birlikte, malların insan ihtiyaçlarına yönelik oluşu ile hizmetlerin insanların sorunlarına yönelik oluşu arasındaki farkın kolay açıklanamaması diğer bir neden olarak sayılabilir. Hizmet, tüketicilerin yaşantılarından kaynaklanan ve çoğunlukla fiziksel olmayan sorunlarını çözmeye ya da çözümünü kolaylaştıran sistemler, faaliyetler ve faydalar toplamıdır (İslamoğlu vd., 2006:18).

Hizmet pazarlaması, hizmet işletmelerinde yürütülen pazarlama faaliyetlerinin bütünüdür. Hizmet yönetimi ve pazarlanmasına ilişkin model ve kavramlar, müşterinin hizmetin üretildiği ve kendisine sunulduğu hizmet sürecinde fiziksel olarak yer almasının bir sonucudur (Kargın, 2006:24). Hizmet pazarlaması, aktiviteler, yararlar ve tatmin duygusu yaratan; dokunulmayan, hissedilmeyen, stoklanamayan, sahiplenemeyen, eşzamanlı olarak üretilen ve tüketilen, adına hizmet denilen şeylerin tüketicilere ulaştırılması ile ilgili faaliyetler bütününe verilen isimdir (Kozak vd., 2011:13). Hizmet pazarlaması ile müşteri-vatandaş tatmini yapısal olarak farklı şekilde kavramsallaştırılmış olmalarına rağmen, aralarındaki ilişki net bir şekilde tanımlanamamaktadır (Spreng ve Mackoy, 1995:201). Ancak, akademisyen ve uygulamacılar tarafından hizmet pazarlaması ile müşteri-vatandaş tatmini birbirinin yerine kullanılmaktadır (Reeves vd., 1995:63).

1960'lı yılların başların hemen başlarında özellikle ABD'de hizmet sektöründe çalışanların sayısının mamul üreten işletmelerde çalışanların sayısını aşması, hizmet pazarlaması kavramı ve uygulamaları üzerindeki tartışmalara yeni bir açılım getirmiştir. Öte yandan, 1970'li yıllara gelindiğinde Batılı ülkelerde hizmet sektöründe yaratılan artı değerın ulusal gelirler içinde önemli bir noktaya ulaşması ile birlikte hizmet pazarlaması ile ilgili kavramlar ve uygulamalar yaygınlık kazanmıştır. Bu gelişmeye paralel olarak, akademik düzeyde hizmet pazarlaması alanı, ayrı bir inceleme konusu olarak kabul görmeye başlamıştır (Öztürk, 2003:19). İzleyen yıllarda hizmet pazarlaması kavramları, modelleri ve araçlarının geliştirilmesi ile ilgili araştırmalar yürütülmeye başlanmış ve özellikle de 1980 sonrasında hizmet pazarlaması, farklılığı ile ayrı bir dal olarak genel kabul gören bir alan haline gelmiştir (Kozak vd., 2011:13). İşletmelerin günümüz rekabet ortamında bir üstünlük sağlayabilmeleri için hizmet pazarlamasını benimsemeleri gerekmektedir. Bu nedenle, hizmet pazarlaması uygulayıcıları pazarlama faaliyetlerine daha fazla önem vermek zorundadırlar (Grönroos, 2000:47; Çiftçiabaşı, 2008:12).

## 3.BELEDİYELERDE HİZMET PAZARLAMASI

İşletmeler sadece mal ve hizmet pazarlarken; belediyelerin ise, bunların yanında örgüt pazarlaması, kişi pazarlaması ve fikir pazarlamasıyla meşgul oldukları görülmektedir.

Belediyelerin, belediye örgütünü bir bütün olarak ele alıp, örgüt pazarlamasıyla ilgilenmeleri gerekmektedir. Bununla birlikte, belediyeler pazarlamanın önemini kavrayıp kâr amacı güden işletmelerde uygulanan pazarlama ilkelerini ve yöntemlerini benimseyip uyguladıklarında başarılı bir biçimde yaşamlarını sürdürebilmektedirler (Kotler, 1982:16-21).

Ancak, pazarlamanın belediyeler için uygun olmadığını ve pazarlamanın belediyenin kaynaklarını harap edeceği iddia edilmektedir. Hizmetleri yerine getirmede, gerekli zamanın pazarlama olmadığı takdirde daha uzun olabileceği ve pazarlamanın bir para israfı olduğu ve daha kötüsü reklâmın tahrip edici bir durum arz ettiği görüşü savunulmaktadır (Çiftcibaşı, 2008:42). Bu görüşler çerçevesinde, belediyeler pazarlamayı sürekli olarak kullanamamışlardır. Bazen tutundurmaya kısıtlı olarak kullanmışlar, bazen de tutundurmaya, özellikle reklâmı hiç kullanmamışlardır. Çoğu zaman da finansman yetersizliği nedeniyle pazarlamayı uygulayamamışlardır (Reibstein, 1967:25-27).

Öte yandan, haberleşmenin yaygın olarak kullanılması, medyanın önem kazanması, belediyelerinde dinamik ve değişen şartlarda faaliyet göstermesi, işletmelerde uygulanan pazarlama eylemleri, işlevleri, ilkeleri ve yöntemlerini belediyeler için de geçerli hâle getirmiştir. Son zamanlarda belediyelerin kâr amaçlı işletmeler gibi hareket ettikleri görülmüştür. Böylece, belediyelerde pazarlama faaliyetlerinin önemi gittikçe artmaktadır. Belediyeler, tüm pazarlama eylem ve faaliyetlerinde pazarlama ilkelerini ve yöntemlerini kullanarak, kendilerine özgü hizmetleri kendi pazarlarına başarılı bir şekilde sunabilmektedirler. Mevcut ve potansiyel müşterilerini tatmin etmeyi hedeflemekte, onların hizmetlerine olan taleplerini belirlemekte ve fiyatlama stratejileri geliştirmektedirler. Bunun için, haberleşmeyi kullanarak medyada olumlu imaj yaratmaya çalışmaktadırlar ve tutundurmanın bütün bileşenlerini kullanmaktadırlar. Personelin davranış ve tutumları ile fiziksel unsurlara önem vermektedirler. Hizmetin sunumunu kolaylaştırıcı çabalar içine girmektedirler. Bütün bunların yanı sıra belediyelerin, kanuni kısıtlamalarla karşılaştıkları görülmektedir. Diğer yandan belediyeye vergi ödeyenlerin, müşterilerin ve belediyeyle ilgili diğer grupların (siyasi partiler, medya gibi) tenkitleriyle karşılaşmaktadırlar. Hızlı teknolojik değişim, değişen çevre koşulları, pazarın her geçen gün yeni ihtiyaçlarının ortaya çıkması ve belediyenin sunduğu hizmetlere karşı alternatif hizmetlerin piyasaya girmesi belediye yöneticilerinin pazarlamaya olan ilgisini gittikçe artırmaktadır (Çiftcibaşı, 2008:42-43).

#### **4.ARAŞTIRMANIN METODOLOJİSİ**

##### **4.1.Literatür Taraması**

Hizmet kalitesinin boyutlarının belirlenmesi ve ölçümü için daha önce yapılmış pek çok çalışma literatüre geçmiştir. Muğla ilinde yapılan bir uygulamada, boyutlar bazında belediye hizmetlerinin beklenen düzeyi ile Muğla belediyesinin performansı arasındaki farkın en az temizlik boyutunda, en fazla farkın ise; finansman boyutunda olduğu saptanmıştır. Temizlik boyutunun dışındaki diğer tüm boyutlarda cevaplar açısından bay ve bayanlar arasında bir fark gözlenmemiştir (Gümüsoğlu vd., 2003:166). Başka bir çalışmada, Tokat il merkezinde yaşayan vatandaşların belediye hizmetlerinden memnuniyeti ölçülmüştür. Araştırmanın sonucuna göre; faktörler arasında en yüksek yüklemeye yapılan faktör vergi kazanımı ve artırımı iken, en düşük faktör ortalaması belediyenin ekonomik faaliyetlerinde bulunmuştur. Hizmet kalitesinden memnuniyet ile yaş arasında anlamlı bir ilişki mevcut ve yaş artışıyla memnun olma seviyesinin yükseldiği görülmüş, gelir düzeyi açısından anlamlı bir ilişki bulunmamıştır (Ardıç vd., 2004:77).

Mersin Büyükşehir Belediyesi'nde Vatandaş Memnuniyetinin Ölçülmesine yönelik yapılan diğer bir çalışmada; belediyenin toplu taşıma araçlarından memnun olmadıkları, cadde ve sokakların yayalar için yeterli genişlikte olmadığı bulunmuştur. Seyyar ve semt pazarı denetimlerinin yetersiz olduğu; belediyenin genel olarak hizmetlerinden genel bir memnuniyetsizliğin olduğu sonucuna varılmıştır (Duman ve Yüksel, 2008:55). Kayseri Büyükşehir örneği üzerinde yapılan bir uygulamada; tüketicilerin demografik özellikleri itibarıyla algıladıkları değer boyutları arasında birbirinden farklılıklar bulunmuştur (Sarıyer, 2008:183).

Giresun il merkezinde “Belediyelerde Hizmet Kalitesin Seçmen Bağlılığı Üzerine Etkisi” isimli çalışmada seçmenlerin bilgilendirilmesi ve önemsenmesi diğer faktörlerden daha önemli bir belediye hizmeti olarak ortaya çıkmıştır. Aynı zamanda algılanan hizmet kalitesi hem tutumsal hem davranışsal seçmen bağlılığını anlamlı ve pozitif yönde etkilemektedir şeklinde bir sonuca ulaşılmıştır (Usta vd., 2009:230-231). Yozgat'ta yaşayan vatandaşların Yozgat Belediyesinin vermiş olduğu hizmetlerin kalitesinden memnuniyet düzeylerinin belirlenmesine yönelik yapılan çalışmada; sosyal sorumluluk, Yozgat'ın tanıtılması ve yeşil alan konusundaki çalışmalardan halkın memnun olduğu tespit edilmiştir. Ancak, belediyenin ve belediye çalışanlarının fiziksel görünümüne daha çok önem vermesi gerektiği, yollara ve otopark sorununa eğilmesi gerektiği sonucu bulunmuştur (Kara ve Gürcü, 2010:84).

#### **4.2.ARAŞTIRMANIN AMACI, EVRENİ VE ÖRNEKLEM SEÇİMİ**

Bu çalışma, Elazığ Belediyesi sınırları içinde ikamet eden vatandaşların, belediyeden aldıkları hizmetlerden memnuniyet düzeylerini belirlemek ve öğrenmek amacıyla yapılmıştır. Araştırmanın evrenini, Elazığ Belediyesi hizmet sınırları içine giren 37 mahallede ikamet eden, yaşları 18 ve üzeri olan vatandaşlar oluşturmaktadır. Tablo-1 her bir mahalleden alınan örneklem sayısı hakkında ayrıntılı bilgiyi içermektedir. Örneklem sayısının belirlenmesinde her bir mahalle nüfusunun toplam nüfusa oranı hesaplanmış ve alınan örneklem sayılarının mahalle nüfusunu temsil etmesi hedeflenmiştir. Araştırmada kullanılan veriler, anket ve mülakat tekniği kullanılarak Kolayda örnekleme yöntemiyle seçilen cevaplayıcılardan elde edilmiştir. Kolayda örnekleme, çok miktarda veriye hızlı yoldan ulaşma imkânı sağladığı için tercih edilen bir yöntemdir. Bu örneklemede amaç, kolayca ulaşılabilir birimlerin seçilmesiyle örneklemin oluşturulmasıdır (Nakip, 2004:140).

Anket yöntemi ile veri toplamak için aynı katılımcıya sunulmak üzere anket formu hazırlanmıştır. Anket ve görüşmeler, pilot çalışma süreci de dahil olmak üzere, tüketicilerle yüz yüze mülakatlar şeklinde yapılmış ve anket üzerindeki sorulara birebir cevaplar alınmıştır. Anket formu dört bölümden oluşmuştur. Anket formunda yer alan bölümlerden birincisi, Belediye Hizmetleri ile ilgili Genel Konularla ilgili olup 9 ifadeden, ikinci bölüm Belediyenin Denetleme Hizmetleri ile ilgili 10 ifadeden, üçüncü bölüm Belediyenin Sunduğu Diğer Hizmetlerle ilgili 25 ifadeden oluşmaktadır. Son bölümde ise, anket katılımcıları ile ilgili demografik sorular (yaş, cinsiyet, medeni durum, eğitim seviyesi, aylık gelir, meslek, ikamet edilen mahalle, ikamet etme süresi) yer almaktadır.

Anket soruları hazırlanırken daha önce yapılmış olan Ardıç vd. (2004) ile Duman ve Yüksel (2008)'nin araştırmalarında sorulan sorular dikkate alınmıştır. Ayrıca Elazığ Belediyesi'nin web sayfasından yararlanılarak bir anket formu geliştirilmiştir. Anket formu geliştirilmesi ve değerlendirilmesi aşamasında ön test için bir odak grubu araştırması yapılmıştır. Bir grup işletme eğitimi alan yüksek lisans öğrencilerinden, geliştirilen anket formundaki soruların değerlendirilmesi istenmiş ve eksik bırakılan soruların neler olabileceği sorulmuştur. Odak grubu araştırmalarından sonra gerekli düzeltmeler yapılmış,

anket formu hazırlanmıştır. Anket verileri toplanmadan önce Elazığ'da yaşayan 30 kişilik bir gruba anket uygulanmış ve bu ön test sonucunda anketin son şekli hazırlanmıştır.

**Tablo 1-Ankete Katılan Mahalleler ve Geçerli Kişi Sayıları**

1-Abdullahpaşa Mahallesi	35	20-Kırklar Mahallesi	23
2-Akpınar Mahallesi	10	21-Kızılay Mahallesi	7
3-Aksaray Mahallesi	17	22-Kültür Mahallesi	21
4-Alayaprak Mahallesi	3	23-Mustafapaşa Mahallesi	30
5-Cumhuriyet Mahallesi	30	24-Nailbey Mahallesi	20
6-Çatalçeşme Mahallesi	7	25-Olgunlar Mahallesi	19
7-Çarşı Mahallesi	3	26-Rızaiye Mahallesi	28
8-Doğukent Mahallesi	20	27-Rüstempaşa Mahallesi	23
9-Esentepe Mahallesi	4	28-Safran Mahallesi	1
10-Fevzi Çakmak Mahallesi	11	29-Salibaba Mahallesi	7
11-Harput Mahallesi	2	30-Sarayatik Mahallesi	11
12-Hicret Mahallesi	8	31-Sanayi Mahallesi	30
13-Hilalkent Mahallesi	7	32-Sugözü Mahallesi	1
14-Göllübağ Mahallesi	1	33-Sürsürü Mahallesi	42
15-Gümüşkavak Mahallesi	3	34-Ulukent Mahallesi	18
16-İcadiye Mahallesi	7	35-Üniversite Mahallesi	32
17-İzzetpaşa Mahallesi	26	36-Yeni Mahalle	37
18-Karşıyaka Mahallesi	7	37-Yıldızbağları	10
19-Ataşehir Mahallesi	11		

**Toplam: 572 anket**

**Not:**Seçmen sayıları Eylül-2010 tarihine ilişkin verilerdir. Elazığ il Seçim Kurulu Başkanlığı'ndan temin edilmiştir. Anket sayıları mahalle nüfusları toplam nüfusa oranlanarak belirlenmiştir.

## 5.BULGULAR

### 5.1. Cevaplayıcılara İlişkin Bulgular

Analizlerde öncelikle cevaplayıcıların yaşı, cinsiyeti, eğitim düzeyi, gelir düzeyi, mesleği, ikamet ettiği mahalle, ikamet etme süresi gibi demografik özellikler bakımından tanımlayıcı değişkenler, istatistiksel ölçütlerden Yüzde ve Frekans dağılımlarına göre incelenmiş ve SPSS 16.0 istatistik paket programı kullanılarak gerekli analizler yapılmıştır. 572 cevaplayıcıdan elde edilen veriler; Güvenilirlik, Geçerlilik, Yüzde ve Frekans ile t-testi yapılarak değerlendirilmiştir.

Aşağıda Tablo-2’de cevaplayıcılara ait bu tanımlayıcı değişkenler Yüzde ve Frekans dağılımlarına göre gösterilmiştir. Tablo 2’de görüldüğü üzere cevaplayıcıların yaşları incelendiğinde, %37.6’sının 18 ve 24’un yaşın altında, %21.7’sinin 25-31 yaşları arasında, %15.2’sinin 32-38 yaşları arasında, %13.8’inin 39-45 yaşları arasında ve %11.7’sinin 45 yaşın üzerinde olduğu belirlenmiştir. Araştırmaya katılanların yaklaşık %75 gibi büyük bir çoğunluğu 20 ile 40 yaş aralığında yer almaktadır. Cinsiyete göre dağılıma bakıldığında ise; %42.8’i kadın, %53.8’i erkek’tir.

**Tablo 2: Cevaplayıcılara İlişkin Demografik Özellikler**

<b>Yaş</b>	<b>n</b>	<b>(%)</b>
18 -24 arası	215	37,6
25-31	124	21,7
32-38	87	15,2
39-45	79	13,8
45’in üzerinde	67	11,7
<b>Toplam</b>	<b>572</b>	<b>100</b>
<b>Cinsiyet</b>	<b>n</b>	<b>(%)</b>
Kadın	245	42,8
Erkek	327	53,8
<b>Toplam</b>	<b>572</b>	<b>100.0</b>
<b>Medeni Durum</b>	<b>n</b>	<b>(%)</b>
Evli	264	46,2
Bekar	308	53,8
<b>Toplam</b>	<b>572</b>	<b>100.0</b>
<b>Eğitim Düzeyi</b>	<b>n</b>	<b>(%)</b>
İlköğretim	38	6,6
Lise	118	20,6
Üniversite	373	65,2
Lisansüstü	43	7,5
<b>Toplam</b>	<b>572</b>	<b>100.0</b>
<b>Gelir Düzeyi</b>	<b>n</b>	<b>(%)</b>
0-500 TL	203	35,5
501-999 TL	64	11,2
1000-1499 TL	107	18,7
1500-1999 TL	130	22,7
2000 ve üstü	68	11,9
<b>Toplam</b>	<b>572</b>	<b>100.0</b>
<b>Meslek-Meşguliyet</b>	<b>n</b>	<b>(%)</b>
Serbest Meslek	38	6,6
İşçi	63	11
Memur	221	38,6
Emekli	33	5,8
Ev Hanımı	29	5,1
Öğrenci	150	26,2
Esnaf	15	2,6
Diğer	23	4
<b>Toplam</b>	<b>572</b>	<b>100.0</b>
<b>Süre</b>	<b>n</b>	<b>(%)</b>
1 yıldan az	26	4,5
1-5 yıl arası	103	18
5 yıldan fazla	443	77,4
<b>Toplam</b>	<b>572</b>	<b>100</b>

Eğitim düzeyi bulgularına bakıldığında; ilköğretim mezunlarının oranı %6.6, lise mezunlarının oranı %20.6, üniversite mezunu olanların oranı %65.2 ve lisansüstü eğitim yapmış olanların oranı %7.5 olduğu görülmüştür. Bu çerçevede eğitim düzeyinin yüksek (%93) olduğu söylenebilir.

Cevaplayıcılar gelir düzeyleri bakımından ele alındığında, %35.5'inin 500 TL'nin altında, %11.2'sinin 500-999 TL arasında, %18.7'sinin 1000-1499 TL, %22.7'sinin 1500-1999 TL ve %11.9'unun 2000 TL'nin üzerinde gelire sahip oldukları belirlenmiştir. Ayrıca meslek gruplamaları bakımından incelendiğinde; %6.6'sının serbest meslek, %11'inin işçi, %38.6'sının memur, %5.8'inin emekli, %5.1'inin ev hanımı, %26.2'sinin öğrenci, %2.6'sının esnaf ve %4'ünün de diğer (ilaç mümessili, öğretim görevlisi vb.) olduğu tespit edilmiştir. İkamet edilen mahallede bulunma süresi bakımından incelendiğinde; %4.5'inin 1 yıldan az, %18'inin 1-5 yıl arasında ve %77.4'ünün ise 5 yıldan fazla bir süredir mahallelerinde ikamet ettikleri tespit edilmiştir.

### 5.2. Geçerlilik ve Güvenilirlik Analizi

Uygulanan anket formunun ölçeğinin Yapı Geçerliliğini belirlemek amacıyla, Faktör Analizi uygulanmış ve Varimax Döndürme (Rotation) metodu kullanılmıştır. Araştırmada uygulanan Faktör Analizi sonuçlarına göre; Kaiser-Meyer-Olkin (KMO) değeri 0.94 bulunmuştur. Bartlett Testi sonucu 12541 olarak tespit edilmiştir. Bartlett testi .000 düzeyinde anlamlı bulunmuştur. Bartlett testine göre, değişkenler arasında bir korelasyon bulunmakta ve Faktör analizi bu değişkenlere uygulanmaktadır.

Bununla birlikte, anket formunun Güvenilirliğini saptamak amacıyla Alpha Modeli aracılığı ile Güvenilirlik katsayısı olan Cronbach Alpha kullanılmıştır. Analiz sonucunda ölçeğin Güvenilir olduğunu söyleyebilmek için Cronbach Alpha değerinin 0.80'den fazla olması beklenmektedir (Bryman ve Cramer, 1997:78). Bu doğrultuda araştırmada kullanılan ölçeğin Güvenilirlik Analizi yapılmış ve ilgili katsayı 0.94 olarak hesaplanmıştır. Yapılan analizler sonucunda tespit edilen bu değerlere bakıldığında; tüketicilere uygulanan anket formunun Geçerlilik ve Güvenilirlik değerlerinin istenen değerlerde olduğu bulunmuş, anket formu Geçerli ve Güvenilir olarak değerlendirilmiştir.

### 5.3. Elazığ Belediyesi'nin Genel Hizmetleri Analizi

Yapılan anketin ikinci bölümünde katılımcılara Elazığ Belediyesi'nin Genel Hizmetleriyle ilgili konular sorulmuştur. Bu sorular toplu taşıma hizmetleri, felaket anında barınacak yerler, işaretlendirme, şehir içi trafik ve parklarla ilgilidir (Tablo 3).

**Tablo-3: Belediye Hizmetleri ile İlgili Genel Konular**

		Sayı	Yüzde
1-Belediyenin Toplu taşıma hizmetleri yeterli mi?	Evet	123	21,5
	Hayır	407	71,2
	Fikrim	42	7,3
	Yok	572	100
	Toplam		
2-Deprem, sel gibi doğal afetler anında barınabileceğiniz yerlerin nerede olduğunu biliyor musunuz?	Evet	48	8,4
	Hayır	476	83,2
	Fikrim	48	8,4
	Yok	572	100
	Toplam		
3-Cadde-sokak adları, ev ve apartman numaraları yeterince belirgin mi?	Evet	208	36,4
	Hayır	294	51,4
	Fikrim	70	12,2



	Yok Toplam	572	100
4-Kentin cadde ve sokakları araç trafiği için yeterli genişlikte mi?	Evet Hayır Fikrim Yok Toplam	40 <u>510</u> 22 572	7,0 <u>89,2</u> 3,8 100
5-Kentin cadde ve sokaklarının aydınlatılması yeterli mi?	Evet Hayır Fikrim Yok Toplam	<u>202</u> 337 33 572	<u>35,3</u> 58,9 5,8 100
6-Kentin kaldırımları yaya trafiği için yeterli mi?	Evet Hayır Fikrim Yok Toplam	69 <u>485</u> 18 572	12,1 <u>84,8</u> 3,1 100
7-Semtinizde yeterli sayıda park var mı?	Evet Hayır Fikrim Yok Toplam	119 <u>412</u> 41 572	20,8 <u>72</u> 7,2 100
8-Park, bahçe vb. yeşil alanların düzenlemesi yeterli mi?	Evet Hayır Fikrim Yok Toplam	161 <u>366</u> 45 572	28,1 <u>64</u> 7,9 100
9-Halkın içinde yaşadığı çevrenin fiziki olarak iyileştirilmesi ve güzelleştirilmesi konusunda yapılan faaliyetler yeterli mi?	Evet Hayır Fikrim Yok Toplam	95 <u>420</u> 57 572	16,6 <u>73,4</u> 10,0 100

Tablo-3'te görüldüğü üzere; katılımcılara belediyenin toplu taşıma hizmetlerinin yeterliliği konusunda ne düşündükleri sorulduğunda; 572 katılımcıdan yarısından fazlasının 407 tanesinin (%71.2) toplu taşıma araçlarının yeterli olmadığını, %21.5'inin ise yeterli olduğu yönünde cevap verdikleri görülmüştür. Buradan hareketle; belediyenin toplu taşıma hizmetleri konusunda iyileştirmeler yapmasının gerekliliği ortaya çıkarken, çok ciddi bir memnuniyetsizliğin olduğu söylenebilmektedir. Elazığ son yıllarda depremlerin de artmasına rağmen; katılımcıların büyük bir kısmı olan 476 (%83.2)'sının herhangi bir doğal afet anında barınabilecekleri yerlerin nerede olduğunu bilmedikleri tespit edilmiştir. Katılımcıların %36.4'lük kısmı olan 208 tanesi cadde-sokak adları, ev ve apartman numaralarının yeterince belirgin olduğunu belirtmelerine rağmen, bunların belirgin olmadığını söyleyen 294 katılımcı bulunmaktadır. Bu soruya Evet cevabı verenlerin oranının daha yüksek olması gerektiği kabul edilirse Elazığ Belediyesine bu konuda da görev düştüğü ifade edilebilmektedir.

Katılımcıların 572 tanesinden 510 tanesinin Elazığ'ın cadde ve sokaklarının araç trafiği için yeterli genişlikte olmadığını belirtmişlerdir. %89.2'lik bir kısmın bu görüşte olduğu düşünüldüğünde Elazığ Belediyesi'nin bu konuda gerekli düzenlemeleri yapması gerektiği söylenebilmektedir. Ankete katılanların %35'lik kısmı kentin cadde ve sokaklarının aydınlatılması yeterli olduğunu belirtirken; %85'lik bir kısım da kentin kaldırımlarını yaya trafiği için yeterli bulmamışlardır. Ankete katılanların büyük bir

çoğunluğu (%60-%75) mahallelerinde yeterli sayıda park olmadığını, yeşil alan düzenlemelerinin yeterli olmadığını ve içinde yaşadığı çevrenin fiziki olarak iyileştirilmesi ve güzelleştirilmesi konusunda yapılan faaliyetler yeterli olmadığını belirtmişlerdir. Buradan hareketle, Elazığ halkının park, yeşil alan vb., fiziki alanların iyileştirilmesi konusunda önemli sorunlar yaşadığı söylenebilir. Elazığ Belediyesi'nin bu konuda gerekli olan iyileştirmeleri ve düzenlemeleri yapması gerekmektedir.

#### 5.4. Belediye Denetimleri İle İlgili Hizmetler

Araştırmanın bu bölümü katılımcıların belediye denetimleri konusundaki düşüncelerini içermektedir. Katılımcılara belediye denetimlerini ilgilendiren 10 temel konuda ifadeler verilmiş ve düşüncelerini 1-Tamamen katılmıyorum, 2-katılmıyorum, 3-kararsızım, 4-katılıyorum, 5-tamamen katılıyorum 5'li Likert ölçeğine göre belirlemeleri istenmiştir. Bu ölçeği kullanmanın en önemli avantajı, katılımcılara verdikleri cevaplarda daha geniş bir aralık vermek, duygu ve düşüncelerini daha rahat yansıtmalarını sağlamaktır.

Belediye Denetimleri ile ilgili katılımcılara verilen ifadeler, katılımcıların verdikleri cevapların aritmetik ortalamaları ve standart sapmaları Tablo-4'te verilmiştir. Tablo-4 aynı zamanda bulunan aritmetik ortalamaların ölçek orta değeri olan 3 değerinden ne ölçüde farklı olduğunu istatistiki testini de vermektedir. Diğer bir ifadeyle, 3 değerinin üstünde ve altında bulunan aritmetik ortalamaların 3 değerinden ne ölçüde farklı olduğunu çizelgede sunulan t-testi ile belirlenmektedir. Tabloda belirlenen p-değeri bulunan t değerinin istatistiki olarak ne ölçüde önemi olduğunu göstermektedir. Sosyal bilimlerde genel kabul görmüş hata oranı .05'in altında bulunan p-değerleri aritmetik ortalama ile 3 arasındaki farkın sıfırdan önemli ölçüde farklı olduğunu ortaya koyarken, .05'in üzerinde bulunan p-değerleri farkın sıfırdan önemli ölçüde farklı olmadığını belirlemektedir. Bu bilgilerden hareketle, Tablo-4'te sunulan p-değerlerinin hepsinin .05 değerinin altında olması verilen ifadelerin aritmetik ortalamalarının ölçek orta değeri olan 3'ten farklarının sıfırdan önemli ölçüde farklı olduğu görülmektedir. Dolayısıyla, katılımcıların artık kararsızlık noktasından çıkarak konu hakkında belirli bir tavır belirttikleri söylenebilir. Örneğin, onuncu ifadenin aritmetik ortalaması olan 3.09 değeri kararsız noktası olan 3'e oldukça yakın gözükse de istatistiki olarak 3'ten önemli ölçüde farklıdır. Bu da katılımcıların işyeri sahiplerinin işyeri önlerinde satış yapmalarına olumsuz baktıkları fakat bu tavrın oldukça sınırlı ölçüde olduğu sonucunu ortaya çıkarabilir. Aynı zamanda belirlenmesi gereken ortalamalar 1 veya 5 değerlerine doğru üçten uzaklaştıkça ifadeye katılım daha yüksek şiddet göstermektedir. Aritmetik ortalamanın 3'ten ne oranda farklı olduğunun en önemli göstergesi t değerleridir ve yüksek t değerleri farkın daha önemli olduğunu göstermektedir.

**Tablo 4-Katılımcıların Belediye Denetim Hizmetleri ile İlgili Düşünceleri ve Aritmetik Ortalamaların Ölçek Orta Değeri Olan 3 ile Karşılaştırılması**

	A.O.	S.S.	t değeri	P değeri
1-Belediyenin temizlik konusunda esnaf denetimlerini yeterli buluyorum.	1.65	.93	-34.60	.000
2-Belediyenin fiyatlar konusunda esnaf denetimlerini yeterli buluyorum.	1.75	.94	-31.60	.000
3-Belediyenin seyyar satıcı denetimlerini yeterli buluyorum.	1.89	1.09	-24.16	.001
4-Belediyenin semt pazarı denetimlerini yeterli buluyorum.	1.90	1.08	-24.14	.000
5-Belediyenin baca (ev, fabrika) denetimlerini	1.69	0.97	-31.93	.002

yeterli buluyorum.				
6-Belediyenin gürültü denetimlerini yeterli buluyorum.	1.79	0.97	-29.38	.000
7-Belediyenin kaçak yapılaşma konusundaki denetimlerini yeterli buluyorum.	1.91	0.97	-24.12	.000
8-Belediyenin yangın tertibatı denetimlerini yeterli buluyorum.	1.09	1.19	-18.22	.000
9-Belediyenin asansör denetimlerini yeterli buluyorum.	1.92	1.06	-24.10	.001
10-İşyeri sahiplerinin işyeri önlerinde satış yapmalarına olumsuz bakıyorum.	3.09	1.66	1.43	.000

**Not:** Kullanılan ölçek 1 ile 5 arasında değişmiş ve 1 tamamen katılıyorum, 2 katılmıyorum, 3 kararsızım, 4 katılıyorum, 5 tamamen katılıyorum değerlerini temsil etmiştir.

**A.O:** Aritmetik ortalama, **SS:** Standart sapma

Tablo 4'te sunulan aritmetik ortalamalar incelendiğinde 3 değerinin üzerinde bulunan tek ortalama çizelgedeki onuncu ifadeye ait olan ortalamalardır. İşyeri önlerinde yapılan satışlar ifadesine ait ortalama değer (A.O=3.09) istatistiksel olarak 3 (kararsızım) değerinden anlamlı olarak farklı olduğu çizelgede görülmektedir ( $p=.000$ ). Dolayısıyla, katılımcıların işyeri sahiplerinin işyeri önünde satış yapmalarına olumsuz baktığı fakat 3.09 değerinin üçe 3'e 4 değerinden daha yakın olduğu düşünüldüğünde bu katılımın pratikte çok güçlü olmadığı söylenebilir. Tablo 4'ten görüldüğü üzere; onuncu ifadenin dışındaki ifadelerin tümüne ait aritmetik ortalamalar 3 değerinden istatistiki olarak önemli ölçüde farklıdır ( $p<.05$ ). Bu ifadelerin aritmetik ortalamalarının içerisinde 2'ye yakın olan değerler, 3'e yakın olan değerlere göre daha güçlü tavırlar göstermektedir. Örneğin, katılımcıların baca denetimleri (A.O=1.69, SS=.97), yangın tertibatı (A.O=1.09, SS=1.19) esnaf denetimleri (A.O=1.65, SS=.93), fiyatlar (A.O=1.75, SS=.94), gürültü (A.O=1.79, SS=.97) denetimlerini, asansör denetimi (A.O=1.92, SS=1.06), kaçak yapılaşma (A.O=1.91, SS=.97), semt pazarı (A.O=1.90, SS=1.08), seyyar satıcı (A.O=1.89, SS=1.09) denetimlerine göre daha yetersiz bulmaktadırlar. Tablo 4'te sunulan bulgular özetlenecek olursa; katılımcılar belediyenin esnaf denetimleri konusunda daha aktif davranması gerektiğini belirtmişler ve belediyenin sözü edilen konuların denetimleri açısından yetersiz kaldığını belirtmişlerdir. Katılımcıların esnafın işyeri önlerinde satış yapmalarına olumsuz bakması belediyenin bu konuda daha sıkı denetime tabi tutması anlamına gelmektedir. Bununla birlikte, belediyenin baca, yangın tertibatı, fiyat, esnaf ve gürültü denetimlerini daha kontrollü yapması bir ihtiyaç olarak görülmektedir.

### 5.5. Belediyenin Diğer Hizmetleri İle İlgili Konular

Araştırmanın bu kısmında, belediyenin sunduğu hizmetler hakkında katılımcıların görüşlerini içermektedir. Yapılan ankette 25 farklı ifade ile belediye hizmetlerinin yeterliliği katılımcılara sorulmuş ve 1-5 ölçeği ile katılımcıların ifadelerine ne ölçüde katıldıkları belirlenmiştir. Kullanılan ölçekte 1-Tamamen katılmıyorum, 2-Katılmıyorum, 3-Kararsızım, 4-Katılıyorum, 5-Tamamen katılıyorum ölçütlerini ifade etmiştir. Kullanılan 25 ifade, bu ifadelerle ait Aritmetik ortalama, Standart sapma değerleri Tablo-5'te sunulmuştur.

Tablo-5, aynı zamanda bulunan aritmetik ortalamaların ölçek orta değeri olan 3'ten ne ölçüde farklı olduğunun testini vermektedir. Burada yapılan t-testi bir önceki bölümde yapılan testlerle aynı olup, çizelge bulgularının yorumu aynı şekilde olacaktır. Tablodan görüldüğü üzere, katılımcılar iki konuda belediyenin hizmetlerini yeterli

görmektedirler. Bunlar; belediyenin spora ve sporcuya verdiği destekler (A.O=2.34, SS=1.27), belediyenin yoksullara dağıttığı hizmetler (kömür, yemek vb.) (A.O=2.31, SS=1.21) olarak sıralanabilmektedir. Katılımcılar belediyenin çöp toplama hizmetlerinin yeterli olduğu iddiasına, ilaçlama hizmetlerinin yeterli olduğu iddiasından daha güçlü ölçüde katılmaktadırlar. Diğer taraftan, katılımcılar belediyenin halka açık tuvalet hizmetlerini, trafik düzenlemesi ve otopark alanı, kanalizasyon ve atık su alt yapı yatırımları, sokak çocuklarına, sokak hayvanlarına sunulan hizmetler, içme suyu alt yapı yatırımları, şehir temizliği ve çevre kirliliğinin önlenmesi ile ilgili hizmetlerini genel olarak yeterli bulmamaktadırlar. Daha öncede belirtildiği gibi bu ifadelerin aritmetik ortalamaları 3 değerinden uzaklaştıkça katılımcıların tavrının şiddeti de artmaktadır. Örneğin, katılımcılar en fazla halka açık tuvalet hizmetlerinin (A.O.=1.63, SS=.97) ve trafik düzenleme ve otopark hizmetlerinin yetersiz olduğunu düşünürken, en az çöp toplama hizmetlerinin (A.O=2.26, SS=1.31) ve hizmetlerinin (A.O=2.24, SS=1.24) yetersiz olduğunu düşünmektedir.

**Tablo 5-Katılımcıların Belediyenin Diğer Hizmetleri ile İlgili Düşünceleri ve Aritmetik Ortalamaların Ölçek Orta Değeri Olan 3 ile Karşılaştırılması**

	A.O.	S.S.	t değeri	P değeri
1-Belediyenin çöp toplama hizmetleri yeterlidir.	2.26	1.31	-13.45	.000
2-Belediyenin ilaçlama hizmetlerinden memnunum.	2.24	1.24	-14.47	.000
3-Belediyenin şehir temizliği ve çevre kirliliğinin önlenmesi konusunda yaptığı hizmetler yeterlidir.	1.92	1.05	-24.49	.000
4-Belediyenin sel ve diğer doğal afetlere karşı almış olduğu önlemler yeterlidir.	1.83	1.01	-27.64	.000
5-Belediyenin halka açık tuvalet hizmetleri yeterlidir.	1.63	.97	-33.43	.000
6-Belediyenin kanalizasyon/atık su altyapı yatırımları yeterlidir.	1.75	1.01	-29.43	.000
7-Belediyenin katı ve tıbbi atık tesislerinin hizmetleri yeterlidir.	1.95	1.08	-23.16	.000
8-Belediyenin içme suyu altyapı yatırımları yeterlidir.	1.87	1.16	-23.22	.000
9-Belediyenin yol yapım ve bakımı, otopark ve kavşak yatırımları yeterlidir.	1.98	1.19	-20.29	.000
10-Sosyal tesislerin ve kamu binalarının yapılması ve onarımı yeterlidir.	1.96	1.09	-22.48	.000
11-Belediyenin trafik düzenlemesi ve otopark alanları yeterlidir.	1.74	.99	-30.24	.000
12-Belediyenin sokak çocuklarına sunduğu hizmetler yeterlidir.	1.82	1.01	-27.77	.000
13-Belediyenin fiyat belirlemeleri (ekmek, taşımacılık vb) uygun ve yeterlidir.	2.06	1.14	-19.53	.000
14-Belediyenin göç nedeniyle kentimize gelen vatandaşlara uyum hizmetleri yeterlidir.	2.13	1.14	-18.39	.000
15-Belediyenin engelli vatandaşlara sağladığı hizmetler yeterlidir.	2.02	2.12	-21.16	.000
16-Belediyenin halka açık spor tesisleri yeterlidir.	2.03	1.12	-20.61	.000
17-Belediyenin kültür ve sanat etkinlikleri yeterlidir.	2.01	1.10	-21.25	.000
18-Belediyenin sokak hayvanları ile ilgili hizmetleri yeterlidir.	1.84	.99	-27.68	.000
19-Belediyenin yoksullara dağıttığı hizmetler (yemek, kömür vb.) yeterlidir.	2.31	1.21	-13.46	.000
20-Belediyenin düzenlemiş olduğu kurslar, hizmet	2.16	1.16	-17.22	.000

İçerikler vb. yeterlidir.				
21-Belediyenin sosyal projeler ve görevler konusundaki faaliyetleri yeterlidir.	2.09	1.13	-19.07	.000
22-Belediyenin e-belediye hizmetleri yeterlidir.	2.13	1.15	-17.95	.000
23-Belediyenin festival, hayırseverlik vb. faaliyetleri yeterlidir.	2.21	1.20	-15.62	.000
24-Belediyenin spora ve sporcuya verdiği desteklerden memnunum.	2.34	1.27	-12.24	.000
25-Belediyenin hizmetlerinden genel olarak memnunum.	1.92	1.11	-22.95	.000

**Not:** Kullanılan ölçek 1 ile 5 arasında değişmiş ve 1 tamamen katılıyorum, 2 katılmıyorum, 3 kararsızım, 4 katılıyorum, 5 tamamen katılıyorum değerlerini temsil etmiştir.

**A.O:** Aritmetik ortalama, **SS:** Standart sapma

### SONUÇ VE ÖNERİLER

Bu araştırma, Elazığ'da Belediye sınırları içerisinde sunulan belediye hizmetlerinden vatandaşların memnuniyetini ölçmek amacıyla yapılmıştır. Yürütülen bu araştırma ile elde edilen bulguların, karar vericileri daha iyi kararlar almaya yönlendirmesi ve dolayısıyla Elazığ halkına daha iyi belediye hizmetleri sunulması hedeflenmiştir. Araştırma verileri, Elazığ Belediyesi sınırları içerisinde bulunan 37 mahalleden toplanmış ve her mahallenin araştırmada temsil edilmesini sağlamak yoluyla bulguların genelleştirilmesinde güvenilirliğin artırılması düşünülmüştür.

Katılımcılara sorulan konulardan birisi, belediyenin toplu taşıma hizmetleri ile ilgilidir. Bulgulardan görüleceği üzere; katılımcıların çoğunluğu hizmetlerin yeterli olmadığını belirtmişlerdir. Ankette yer alan diğer konulardan bir diğeri; cadde ve sokakların araç ve yaya trafiği için yeterli olmadığıdır. Bununla birlikte, park, yeşil alan düzenlemeleri ile fiziki alan düzenlemesinin ve güzelleştirilmesinin yeterli olmadığını düşünmektedirler. Araştırmanın son iki kısmında katılımcıların belediye denetimleri ve diğer hizmetleri hakkındaki düşünceleri incelenmiştir. Belediye denetimleri açısından sonuçlar özetlenecek olursa; katılımcılar, genel olarak, işyeri sahiplerinin işyeri önlerinde satış yapmalarına olumsuz bakmakta ve yapılan denetimleri yetersiz bulmaktadır. Aynı şekilde, baca denetimleri, yangın tertibatı, esnaf denetimleri, fiyatlar, gürültü denetimlerini eksik görülmektedir. Katılımcılar asansör denetimi, kaçak yapılaşma, semt pazarı, seyyar satıcı denetimlerini de yetersiz bulmaktadırlar. Araştırmanın son bölümünde katılımcıların diğer hizmetleri hakkındaki düşünceleri ölçülmüş ve belediyenin spora ve sporcuya verdiği destekler, belediyenin yoksullara dağıttığı hizmetleri (kömür, yemek vb.) yeterli olarak sıralanabilmektedir. Bununla birlikte, belediyenin çöp toplama hizmetleri ile ilaçlama hizmetleri de yeterli olarak görülmektedir.

Diğer yandan, öncelikli olarak halka açık tuvalet hizmetlerinin ve trafik düzenleme, otopark hizmetler bakımından katılımcıların memnuniyetsizliği ortadadır. Ayrıca, katılımcıların kanalizasyon ve atık su alt yapı yatırımları, sokak çocuklarına, sokak hayvanlarına sunulan hizmetler, içme suyu alt yapı yatırımları, şehir temizliği ve çevre kirliliğinin önlenmesi konularında da belli düzeyde bir memnuniyetsizlikleri göze çarpsa da diğerleri kadar belirgin değildir. Elazığ kanalizasyon ve atık su alt yapı yatırımları, sokak çocuklarına, sokak hayvanlarına sunulan hizmetler, içme suyu alt yapı yatırımları, şehir temizliği ve çevre kirliliğinin önlenmesi ile ilgili hizmetlerini kanalizasyon ve atık su alt yapı yatırımları, sokak çocuklarına, sokak hayvanlarına sunulan hizmetler, içme suyu alt yapı yatırımları, şehir temizliği ve çevre kirliliğinin önlenmesi ile ilgili hizmetlerini kanalizasyon ve atık su alt yapı yatırımları, sokak çocuklarına, sokak hayvanlarına sunulan

hizmetler, içme suyu alt yapı yatırımları, şehir temizliği ve çevre kirliliğinin önlenmesi ile ilgili hizmetlerini kanalizasyon ve atık su alt yapı yatırımları, sokak çocuklarına, sokak hayvanlarına sunulan hizmetler, içme suyu alt yapı yatırımları, şehir temizliği ve çevre kirliliğinin önlenmesi ile ilgili hizmetlerini kanalizasyon ve atık su alt yapı yatırımları, sokak çocuklarına, sokak hayvanlarına sunulan hizmetler, içme suyu alt yapı yatırımları, şehir temizliği ve çevre kirliliğinin önlenmesi konularında belli düzeyde bir memnuniyetsizlikleri göze çarparsa da diğerleri kadar belirgin olmadığı görülmektedir.

Elazığ belediyesi ve vatandaşların belediye hizmetlerinden memnuniyet düzeylerini ölçmeye yönelik olarak yapılan bu araştırmanın bulgularına bakıldığında; birçok konuda genel bir memnuniyetsizliğin olduğu söylenebilmektedir. Bu bilgiler doğrultusunda, yapılan araştırma sonuçları belediye yöneticileri tarafından daha ayrıntılı olarak değerlendirilip, memnuniyetsizliğin yüksek noktalarda olduğu konular belirlenerek, gerekli önlemler alınmalıdır. Bununla birlikte, yerel yönetimlerin sundukları hizmetlerin vatandaşlar tarafından nasıl değerlendirildiğinin dikkate alınması ihtiyacının arttığı ve gerekli düzenlemelerin yapılmasının gerektiği görülmektedir.

#### KAYNAKÇA

- BOZKURT, Ömer; Turgay ERGUN ve Seriy SEZEN (1998), *Kamu Yönetimi Sözlüğü*, TODAİE Yayını, Ankara.
- BRYMAN, Alan ve Duncan CRAMER (1997), *Quantitative Data Analysis with SPSS for Windows*, Routledge, NewYork.
- CANKUŞ, Bülent (2008), “Belediye Hizmetlerine İlişkin Algı ve Memnuniyetinin İkili Lojistik ve Regresyon Analizi ile Ölçümü (Eskişehir ili Örneği)”, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Osmangazi Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Eskişehir.
- ÇİFTÇİBAŞI, Gamze (2008), “Belediyelerde Hizmet Pazarlaması ve Üniversite Öğrencilerinin Eğitim Hizmetlerine Yaklaşımı Üzerine Bir Araştırma”, Gazi Üniversitesi, Eğitim Bilimleri Enstitüsü, İşletme Eğitimi Anabilim Dalı, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Ankara.
- DUMAN, Teoman ve Fatih YÜKSEL (2008), “Belediyelerde Vatandaş Memnuniyetinin Ölçümü: Mersin Büyükşehir Belediyesi Örneği”, *Çağdaş Yerel Yönetimler*, Cilt.17(Sayı.1):43-57.
- GRÖNROOS, Christian (1990), *Service Management and Marketing-Managing the Moments of Truth in Service Competition*, Lexington Books, P.C. Heath and Company Toronto.
- GÖKÜŞ, Mehmet ve Hakan ALPTÜRKER (2011), “Belediyelerin Sunduğu Hizmetlerde Vatandaş Memnuniyeti”, *Selçuk Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, Sayı.2:121-133.
- GÜMÜŞOĞLU, Şevkinaz; Sabri ERDEM, Güzin KAVRUKKOCA ve Aşkın ÖZDAĞOĞLU (2003) , “Belediyelerde Beklenen Algılanan Hizmet Kalitesinin Servqual Modeli ile Ölçülmesi ve Muğla İlinde Bir Uygulama”, *3.Ulusal Üretim Araştırmaları Sempozyumu*, Kültür Üniversitesi, İstanbul.
- HENDEN, H.Burçin ve Rıfki HENDEN (2005), “Yerel Yönetimlerin Hizmet Sunumlarındaki Değişim ve E-Belediyeçilik”, *Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi*, Cilt.4 (Sayı.14):48-66.

- İSLAMOĞLU, A. Hamdi, Burcu CANDAN, Şenol HACİEFENDİOĞLU ve Kenan AYDIN (2006), *Hizmet Pazarlaması*, 1. Baskı, Beta Yayınları, İstanbul.
- KARA, Mehmet ve Maşide GÜRCÜ (2010), “Belediye Hizmetlerinde Halkın Memnuniyetinin Ölçülmesine Yönelik Bir Çalışma: Yozgat Belediyesi Örneği”, *Organizasyon ve Yönetim Bilimleri Dergisi*, Cilt 2(Sayı 2):79-86.
- KARGIN, Elif Öztürk (2006), “Bankacılıkta Hizmet Pazarlaması, Bireysel Bankacılık Hizmetleri Uygulamasında Bir Banka Akbank Örneği”, *Dokuz Eylül Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi*, İzmir.
- KOTLER, Philip (1982), *Marketing for Nonprofit Organizations*, Prentice-Hall, New Jersey.
- KOZAK, Nazmi, Çağıl Hale ÖZEL, Deniz Karagöz YÜNCÜ (2011), *Hizmet Pazarlaması*, Detay Yayıncılık, Ankara.
- NADAROĞLU, Halil (1994), *Mahalli İdareler, Teorisi, Ekonomisi, Uygulaması*, Yenilenmiş 5.Bası, Beta Yayınları, İstanbul.
- NAKİP, Mahir (2004), *Pazarlama Araştırmalarına Giriş (SPSS Destekli)*, Seçkin Yayıncılık, Ankara.
- ÖZER, M. Akif (2005), “Günümüzün Yükselen Değeri: Yeni Kamu Yönetimi”, *Sayıştay Dergisi*, Sayı.29:1-21.
- ÖZTÜRK, Sevgi Ayşe (2003), *Hizmet Pazarlaması*, Ekin Kitabevi, Bursa.
- REEVES, Carol A., David A. BEDNAR ve R. Cayce LAWRANCE (1995), “Back to the Beginning: What Do Customers Care About in Services Firms?”, *Quality Management Journal*, Vol.3(No.1):56-72.
- REİBSTEİN J. Davis. Jr. (1967), *Marketing Concepts Strategies and Delicions*, Prentice Hall Inc, New Jersey.
- SARIYER, Nilsun (2008), “Gloval Ölçeği ile Belediye Hizmetlerinde Müşterinin Algıladığı Değerinin Belirlenmesi-Kayseri Büyükşehir Örneği”, *Gazi Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, Cilt.10(Sayı.3):163-185.
- SPRENG, Richard ve Robert MACKOY (1995), “An Emprical Examination of a Model of Perceived Service Quality and Satisfaction”, *Journal of Retailing*, Vol.72 (No.2):201-214.
- ŞEN, Lütfi Mustafa ve Musa EKEN (2007), “Belediyelerde İnsan Kaynakları Yönetimi”, *Kamu Yönetimi Yazıları*, Nobel Yayın Dağıtım, s.542-561, Ankara.
- TORLAK, Ömer (1999), *Belediyelerde Hizmet Yönetimi ve Pazarlama*, Seçkin Yayınevi, Ankara.
- USTA, Resul, ve Levent MEMİŞ (2010), “Belediye Hizmetlerinde Kalite: Giresun Belediyesi Örneği”, *Süleyman Demirel Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, Cilt.15(Sayı.3):333-355.
- VERSAN, Vakur (1990), *Kamu Yönetimi Siyasi ve İdari Teşkilat*, Der Yayınları, İstanbul.
- YÜKSEL, Fatih, Osman ÇEVİK ve Kadir ARDIÇ (2004), “Belediyelerde Hizmet Kalitesinin (Vatandaş Tatmininin) Ölçülmesi: Tokat Belediyesinde Bir Uygulama”, *Çağdaş Yerel Yönetimler Dergisi*, Cilt.13(Sayı.3):63-81.