

BELEDİYELERDE VİZYON YÖNETİMİ

Serhat TAŞPINAR

Dumlupınar Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü İşletme Doktora Öğrencisi, (serhattaspinar@gmail.com)

ÖZET: Bu çalışmanın amacı, 2005 yılında çağdaş kamu mali yönetim sistemi kurulması amacıyla getirilen 5018 sayılı Kamu Mali Yönetim ve Kontrol Kanunu ile kamu kurumlarının hayatına giren stratejik planlama kavramının ayrılmaz bir parçası olan vizyon kavramının genel değerlendirilmesinin yapılarak Belediyeler üzerinde uygulama alanının işlerliğinin ölçülmesidir. Bu amaçla vizyon kavramının kelime anlamı ve genel anlamları, vizyonun metodolojisi ile işlevleri üzerinde durulacak ve etkili bir vizyonda olması gereken özellikler anlatılarak etkili bir vizyonun işletmeler üzerindeki öneminden bahsedilecek olup, uluslararası ölçekli şirket vizyonları ile ülkemiz belediye vizyonları arasındaki farklar karşılaştırılarak çözüm önerileri sunulacaktır.

Anahtar Kelimeler: Vizyon, Vizyon Yönetimi, Belediyelerde Vizyon

VISION MANAGEMENT IN MUNICIPALITY

ABSTRACT: The aims of this study, a general assessment of the vision concept is to measure the effectiveness of applications area on municipalities. The vision entered into force with No 5018 Public Financial Management and Control Law in 2005 and it became integral part of strategic planning concept in public institutions. For this purpose, focused on vision concept of word meaning, its general meaning, the methodology and its functions, described features that should be an effective vision, discussed the importance of an effective vision on businesses and an international scale company's visions and municipalities in our country's differences will be compare and then propose solutions about them.

Key Words: Vision, Vision Management, Vision in Municipality

1.GİRİŞ

Dünyada son yirmi beş yılda, başta bilgi ve iletişim teknolojileri olmak üzere, her alanda yaşanan hızlı değişim, vatandaşların kamu kurumlarının hizmet performansını yetersiz bulması ve kamu harcamalarının ülkelerin mali sistemleri üzerinde yarattığı baskı gibi çeşitli nedenlerle, pek çok ülkede kamu yönetimi reformları uygulamaya konmuştur. Bu reformların kapsamı ve yaklaşımları ile izlenen stratejiler ülkeden ülkeye farklılıklar göstermektedir. Ancak, kamu yönetimi üzerine yapılan araştırmalar, reformlar kapsamında en yoğun olarak benimsenen aracın stratejik planlama olduğunu göstermektedir (Berry, 2007: 342). Stratejik planlamanın ayrılmaz bir parçaları olan misyon, vizyon ve temel değerler kavramlarının kamu kurumlarındaki etkisinin de düşük olduğu değerlendirildiğinde konu hakkında bir çalışma yapılması kaçınılmaz olmuştur. Bütün kamu kurumlarını ve kavramları ilgilendiren bir çalışma yapmanın zorluğundan dolayı Belediyeler bazında vizyon üzerinde çalışma yapılmıştır.

2.VİZYON KAVRAMI

Vizyon, gelecekle ilgili senaryo kurgulamak ve bu senaryo doğrultusunda sanki gerçekleşmiş gibi hareket etmektir de denebilir. (Heintel, 1995:115-116 ve Heinze, 1995:80-81). Vizyon kelimesi; sezgi, düş görme, trans anlamlarını da içermektedir (Kozlu, 1996:1). "Vizyon, önemli ölçüde mevcut durumdan daha fazla istenen bir durumun ifadesidir." (Ackoff, 1998:27). Başka bir tanım ile gelecekte varılmak istenen hedef veya amaç olarak da tanımlanabilir.

Vizyon, bir kurumun geleceğini şekillendirmeye yönelik bir kavram olduğu için, beklenmedik durumları azaltır ve beklenmedik durumlarda da yapılabilecek önlemleri ortaya koyar. Bu durum ise kurumun başarısını artırır ve benzer kurumlar arasında öne çıkmasını sağlar. Vizyon, yön gösterdiği için, gereksiz birçok işlemin ve verimsiz bir sürü için önüne geçilmesine katkı sağlar. Nitekim vizyonun (ACKOFF, 1998)uz bir kurum, rotasız bir gemiye benzetilmektedir. Bir başka deyişle vizyonun varlığı, kurumu, yaratıcılığa ve rasyonel davranışa iterken, yokluğu, kaosa ve başarısızlığa sürükleyeceği ifade edilmektedir. Ancak vizyondan beklenen yararların sağlanmasında, her ne kadar daha çok üst düzeye ilişkin bir işlev gerekli olsa da vizyonun oluşturulması sürecinde çalışanların katılımının önemi vurgulanmalıdır. Vizyon oluşumuna katkı sağlayan bireylerin, vizyonu benimsemesi ve uygulamasının çok daha sorunsuz olacağı açıktır. (Ülgen ve Mirze, 2004:180)

Vizyon, örgütün geleceğine ışık tutan, adeta temel bir yasa oluşturur. Bunlar tüm yönetim faaliyetlerini yönlendirerek gelecek için rehber görevi görür ve birçok düzenleme, bu doğrultuda gerçekleştirilir. Hedeflere ulaşılması konusundaki ilkeler, vizyon sayesinde ortaya konur. (Quigley, 1998:25)

Vizyonun, temelde geleceği görme ve tasarlama olarak ifade edilebileceği hatırlanırsa, gelecek yönelimli bir kavram olduğu için, günümüz yöneticilerinin doğal olarak vazgeçilmez bir özelliği haline geldiği görülmektedir. Bugün kurumların geleceğine şekil veren ve gelecekte bulunabileceği noktanın belirlenmesinde, özellikle üst düzey yöneticilerin vizyonları belirleyici olmaktadır. Nitekim stratejik karar alma noktasında bulunan bir yöneticinin, yürütmeye ilişkin görevleri yerine getiren bir yöneticiden daha vizyon sahibi, daha bilge olması gereği söz konusudur.(Stoney, 2001: 31)

Vizyon kuruluşun ideal geleceğini sembolize eder. Kuruluşun uzun vadede neleri yapmak istediğinin güçlü bir anlatımıdır. Vizyon bir kuruluşun farklı birimleri arasında birleştirici bir unsurdur. Bundan dolayı, birçok işlevi yerine getiren kuruluşlarda daha da önemli bir role sahiptir.

Vizyon bildirim kuruluşun ulaşmayı arzu ettiği geleceğin iddialı ve gerçekçi bir ifadesidir. Bu ifade, bir yandan çalışanları ve karar alıcıları ilerlemeye teşvik etmeli, diğer yandan da ulaşılabilir olmalıdır. Vizyon bildirim, misyon bildirim ile birlikte kuruluş planının çatısını oluşturur. (Kamu Kurumları için Stratejik Plan Hazırlama Kılavuzu: 25)

3.BELEDİYELER İÇİN VİZYON

2005 yılında yürürlüğe giren 5018 sayılı Kamu Mali Yönetimi ve Kontrol Kanununun 9'uncu maddesi; "*Kamu idareleri; kalkınma planları, programlar, ilgili mevzuat ve benimsedikleri temel ilkeler çerçevesinde geleceğe ilişkin misyon ve vizyonlarını oluşturmak, stratejik amaçlar ve ölçülebilir hedefler saptamak, performanslarını önceden belirlenmiş olan göstergeler doğrultusunda ölçmek ve bu sürecin izleme ve değerlendirmesini yapmak amacıyla katılımcı yöntemlerle stratejik plan hazırlarlar...*" ile birlikte Belediyeler için stratejik plan hazırlama zorunluluğu ile birlikte vizyon bildirimini hazırlama sorumluluğu da getirilmiştir. 5393 sayılı Belediye Kanunu ve 5216 sayılı Büyükşehir Kanunu gereği mahalli idareler seçimlerini izleyen 6 ay içinde;

- Bütün Büyükşehir Belediyeleri
- Nüfusu 50.000'nin üzerindeki Belediyeler

Stratejik plan dolayısı ile vizyon bildirimini hazırlama mecburiyetindedirler.

Kamu İdarelerinde Stratejik Plan Hazırlamaya İlişkin Usul ve Esaslar Hakkında Yönetmelik'in 5'inci maddesi (c) maddesinde; "*Stratejik planların doğrudan doğruya kamu idarelerince ve idarelerin kendi çalışanları tarafından hazırlanması zorunludur. İhtiyaç duyulması hâlinde idare dışından temin edilecek danışmanlık hizmetleri sadece yöntem ve süreç danışmanlığı ile eğitim hizmetleri konularıyla sınırlıdır...*" denilmiştir.

Yukarıdaki mevzuat hükümleri çerçevesinde kamu idareleri stratejik plan hazırlama danışmanlık hizmetini sadece yöntem ve süreç danışmanlığı ile eğitim hizmetleri konularıyla sınırlı olmak üzere satın alabilecek diğer konularda kendi çalışanları tarafından hazırlayacaklardır. Dolayısı ile Belediyelerde vizyonlarını kendi çalışanlarının hayal güçleri ölçüsünde hazırlayabileceklerdir. Belediyelerin vizyonlarını belirlerken takip etmeleri gereken süreçleri aşağıda açıklayacağız.

3.1.Vizyon Metodolojisi

Belediyeler vizyon bildirelerini hazırlarken aşağıdaki metodolojiyi takip edebilirler(Kotter, 1990: 81);

- **İlk Plan:** Vizyon sürecinin ilk basamağı olan bu noktada, piyasa ihtiyaçlarının hayallerde belirlenmesidir.
- **Yol gösterici koalisyon:** İlk planın oluşturulmasından sonra, bunun üzerine geniş bir insan grubunun tesis edilerek koalisyonun sağlanması gerekir.
- **Takım Çalışması:** Grupta etkili bir takım çalışması, vizyonun başarısı için gereklidir. Amaç, vizyonun gerçekleşmesinde herkesin katkısını sağlamaktır.
- **Aklın ve Duyguların Rolü:** Hem analitik ve hem de hayallere dayalı sezgisel bakış açısı sürecin gelişimi için son derece önemlidir.
- **Zaman Çerçevesi:** Vizyon tek toplantıda ya da oturumda oluşturulamayabilir. Bu durum aylar hatta yıllar olabilir. Vizyonu betimleyen kısa ifadeler, uzun süre içinde hazırlanmalıdır. Zira kurumun gelecekteki kişiliğine şekil vermek söz konusudur.
- **Son Ürün:** Sürece ilişkin sonuçlar, yönetici için yapılabilirliği, esnekliği, taşınabilirliği faktörlerini de kapsayarak en kısa sürede gerçekleştirilmelidir.

Gelecek kavramı kurumdan kuruma değişiklik göstermekle birlikte ulaşılmaması istenen vizyon için belirli bir yıl belirlenebileceği gibi uzun dönemli hedefe ulaşmaya yönelik vizyonlarda belirlenebilir.

Örneğin; Garanti Bankası, "*Avrupa'da en iyi banka olmak*" vizyonu için bir süre belirlememiş Avrupa'nın en iyi bankası olduğunda vizyonunu gerçekleştirmiş olacaktır.

Ancak Ülker Bisküvi Sanayi A.Ş. vizyonunu "*Özellikle unlu mamullerde, tüketicinin en çok tercih ettiği marka konumunu daha da güçlendirerek sürdürmek ve dünya pazarlarında gelecek 10 yıl içerisinde ilk 5 firma arasında yer almak.*" şeklinde belirleyerek vizyonu için bir süre öngörmüştür.

3.2.Vizyonun İşlevleri

Vizyon oluşturmada vizyonun işlevleri şunlardır(Miller, 1992: 21):

- Vizyon, insanlara kılavuzluk ederek onlara yol gösterir.
- Yaratıcılık ve yenilikçiliği destekler.
- Vizyon insanlara olumlu konuları çağrıştırmaktadır.
- Vizyon, insanlara ilham kaynağı olur.
- Vizyon, insanlara geri bildirim verir.
- Vizyon, insanlara serbest düşünme, bağımsızlık ve özgürlük hissi verir
- Vizyon, aydınlatıcıdır.
- Vizyon, davranışsal uyarılar ve çekicilik kazandırır.
- Vizyon, ateşler ve hayran bırakır.
- İtici güç ve alışkanlıklar yaratır.
- Yüksek performansta uzun süreli çalışmayı olumlu kılar
- Parlak hedefler için, çalışanı motive eder.
- Kapasiteyi geliştirir.

3.3.Etkili bir Vizyon İçin Yapılması Gerekenler

Etkili bir vizyon tasarlanırken hem üst yönetici hem çalışanlar hem de paydaşların aklında kalması ve doğru çağrışımlar yapması gerekmektedir. Vizyonu internet sitelerine konularak unutulmuş bir kavramdan çıkarma adına aşağıdaki özelliklere sahip olması gerekmektedir.

-Etkili bir vizyon aşağıdaki özelliklere sahiptir:

- İdealisttir; yürekte gelmesi, hissedilmesi gerekir.
- Özgündür; kuruluşun vizyonunu diğerlerinden ayırt edici özelliğe sahiptir.
- Çekicidir; kuruluş çalışanları kadar diğer paydaşların da ilgisini çeker.
- Kısa ve akılda kalıcıdır.
- İlham verici ve iddialıdır.
- Gelecekteki başarıları ve ideal olanı tanımlayıcıdır.

-Etkili Bir Vizyon Bildirimi İçin Cevaplanması Gereken Sorular

- Kuruluşun ideal geleceği nedir?
- Kuruluş; çalışanları ve yararlanıcılar tarafından nasıl algılanmak istiyor?
- Hesap verme sorumluluğunu taşıyan idari ve siyasi otoriteler nasıl bir gelecek öngörüyor?

Etkili bir vizyon hazırlamak isteyen Belediyeler 20. Yüzyılın sonları ve 21. Yüzyıl ile başlayan Yeni Kamu Yönetimi vizyonu çerçevesinde hazırlamaları yerinde olacaktır. Yeni Kamu Yönetim Anlayışı ve Uygulaması(Dinçer ve Yılmaz, 2003: 30-31):

- Piyasaya saygılıdır ve mümkün olduğu ölçüde piyasa araçlarını kullanır.
- Hukukun güvencesi altında, sivil toplum kuruluşlarına ve bireylere geniş bir alan tanır.
- Yerel ve yerinden yönetim yapılarını öne çıkarır.
- Stratejik yönetim anlayışı içinde öncelikli alanlara yoğunlaşır, performansa ve kaliteye dayanır,
- Bilgi teknolojilerini yönetimin bütün süreçlerine yayar ve kullanır.
- Çok çalışmaktan ziyade akıllı ve programlı çalışmayı öngörür,
- Mevzuatta kısıllıktan ve sadelikten yanadır.
- Yatay organizasyon yapısı ve yetki devrini gerektirir.
- Katılımın gelişmesi için gerekli güvenli ortamını ve mekanizmaları oluşturur.
- Sorumluluğunun gereği olarak hesap verir, herkesin bilgi edinme hakkı olduğuna inanır.
- Çalışanları geliştirir, güçlendirir ve yetkilendirir.
- Grup ya da ekip çalışmasına önem verir, çalışanların görüş ve eleştirilerinden yararlanır.

3.4.Vizyon Tasarımdan Sonra Yapılacaklar

Vizyonun tasarım süreci kadar takip süreci de çok önemlidir. Vizyonun bütün personel ve paydaşlara benimsetilmesi ve bunun devamı adına aşağıdaki adımların uygulanması gerekmektedir(Dubrin, 1996: 15):

- Vizyonunuzu insanlara sıklıkla hatırlatın.
- Vizyon tam olarak uygulandığında, daha fazla ödül ve heyecanın çalışanlar için gerçekleşeceğini söyleyin.
- Vizyona doğru gidişi periyodik olarak ölçün. Örneğin niyetiniz, hizmet alanında dünya çapında bir sonuç almaksa, paydaşlarınızın memnuniyet oranlarını sürekli takip edin.
- Vizyonu tasarlayanlara, vizyonun ne denli iyi gidip gitmediğini sorarak sahiplik duygusu oluşturun.
- Örgütsel vizyonlarla bireysel vizyonları karşılaştırın. İnsanlardan yazılı olarak örgüt vizyonlarının kariyer hedeflerine ne kadar uyumlu olduğunu isteyin.
- Vizyonu canlı ve ayakta tutmak için değişen koşullarla uyumlaştırın.

4.ULUSLARARASI ÖLÇEKLİ ŞİRKETLERİN VİZYON ÖRNEKLERİ VE BAZI BELEDİYELERİN VİZYONLARININ DEĞERLENDİRİLMESİ

4.1.Uluslararası Ölçekli Şirket Vizyonları

Vizyonun hayatımıza 21. Yüzyıl ile birlikte girdiği değerlendirildiğinde vizyon tasarımını yıllardır yapmakta olan uluslararası işletmelerin vizyon örnekleri hayal gücümüzü zorlama adına önemli olduğunu düşünmekteyiz.

Tablo-1: Uluslararası Ölçekli Şirket Vizyonları

Şirket ¹	Vizyon	Şirket ²	Vizyon
Nike	Rekabet, kazanma ve rakiplerini ezme duygusunu tecrübe etmek	Chrysler	Chrysler Amerika'dır.
Sony	Halkın faydalanması için teknolojiyi iletme ve uygulamanın sevincini yaşamak	Apple	Herkese bir bilgisayar
Walt Disney	İnsanları mutlu etmek	CNN	En yaygın dillerde yayın yapan, her ulusun izlediği küresel ağ sistemi
Marykay Cosmetics	Kadınlara sınırsız fırsatlar verebilmek		

Tablo-1'de bulunan uluslararası ölçekli şirketlerin belirlediği vizyonların ortak özellikleri aşağıdaki gibidir;

Tablo-1'deki Vizyonlar:

- Paydaşların kafalarını karıştırmayacak şekilde kısa ve akılda kalıcıdır.
- İddialı ve kendinden emin olduğu kadar ayakları da yere basmaktadır.
- Olması gerektiği gibi mütevazı değildirler.
- Diğer hiçbir vizyona benzememektedir dolayısı ile özgündürler.
- İnsanları ateşleyici ve yol göstericidirler.
- Çalışanlarını motive edecek niteliktedirler.

4.2.Bazı Belediyelerin Vizyon Değerlendirmeleri

Tablo-2 de değerlendirmeye konu olan vizyonların idealist, özgün, kısa ve akılda kalıcı olması ve ilham verici ve iddialı sınıflandırmaları Belediyelerin stratejik planlarını hazırlarken uymak zorunda oldukları Devlet Planlama Teşkilatının³ 2006 yılında yayımlanmış olduğu Kamu İdareleri için Stratejik Plan Hazırlama Kılavuzundaki değerlendirmelerden alınmıştır. Değerlendirmeler usul üzerinden yapılmış olup esasa girilmemiştir. Belediyelerimizin halk ile iç içe olması sebebiyle vizyonlarını hazırlarken halkın da desteğini almaları, vizyonlarını kısa ve akılda kalıcı hazırlamaları ve insanlara ilham verici özellikleri çağrıştırmaları açısından önem arz etmektedir. Belediyeler için 5 yılda bir seçim yapılması vizyon gereksinimini olumsuz etkileyen en büyük etmendir. Seçimle iş başına gelecek olan üst yöneticilerin etkili bir vizyon ile halkın karşısına çıkmaları vatandaş üzerinde olumlu etki oluşturacaktır.

¹ James Collins, Jerry Porras, Building Your Company's vision, Harvard Business Review, Sep-Oct,1996, s.69

² Kaynak: Johannes C. Brengelmann, Davranış Psikolojisi Açısından Vizyoncu ve Karizmatik Yönetim, Ullrich Sollman ve Roderich Heinze, Vizyon Yönetimi, Yönetim Dizisi, İstanbul, 1995, s.28

³ Devlet Planlama Teşkilatı 2011 yılında Kalkınma Bakanlığı olarak değiştirilmiştir.

Tablo-2: Bazı Belediyelerin Vizyon Değerlendirmeleri

Kurum	Vizyon	İdealist	Özgün	Kısa ve Akılda Kalıcı	İlham Verici ve İddialı
İstanbul Büyükşehir Belediyesi	Sürdürülebilir ve Yenilikçi çözümlerle hayatı kolaylaştıran, şehircilik ve medeniyet adına küresel değer üreten marka kentin yerel yönetimi	✓	✓	X	X
Ankara Büyükşehir Belediyesi	Dünya Belediyelerine, hizmet anlayışı ve sunumda esin kaynağı olmak.	✓	✓	✓	✓
İzmir Büyükşehir Belediyesi	İzmir Büyükşehir Belediye Vizyonu Uygarlıkların mirasını yaşatan, doğayı koruyan, bilgiyi esas alan yönetim anlayışıyla, kentli ile geleceğin İzmir'ini kuran çağdaş, güvenilir belediye olmak.	✓	✓	X	✓
Bağcılar Belediyesi	Şehir bilinci yüksek, çağın hayat standartlarına sahip örnek bir kent oluşturmak.	✓	✓	✓	X
Çankaya Belediyesi	Yeni Nesil Belediyecilik anlayışı ile Çankaya'yı 21. yüzyılın çağdaş kent yapılanmasının en güzel ve seçkin örneklerinden biri yaparak model bir kent yaratmak.	✓	✓	X	✓
Büyükçekmece Belediyesi	"Daha Çağdaş Büyükçekmece, Daha Mutlu Büyükçekmeceli" hedefimiz doğrultusunda, mutluluk şehri Büyükçekmece'yi insanımıza sunmak için çalışan, imkânlarını hizmete dönüştürürken, çağın gerektirdiği tüm teknolojik değerleri kullanan, insanın ihtiyacı olan tüm hizmetleri sorumluluk alanında bilen, kaliteli, öncü ve seçkin bir kurum olmak.	✓	✓	X	X
İngiltere Manchester Belediyesi	Dünya standartlarında bir şehir olma isteğini başararak, Konsey'in başlıca önceliklerini inşa etmek yoluyla sakinlere daha iyi fırsatlar sağlayarak, ekonomik büyümeyi sürdürerek, karmaşık ailelerin bağımlılıklarını azaltarak ve kamu sektörü reformunu destekleyerek Manchester Topluluk Stratejisine ulaşmaya katkıda bulunmaktır.	✓	✓	X	✓
Canada Belcarra Belediyesi	Toplum mirasını göz önünde bulundurarak gelecek nesillere yaşama gücü, sağlık, güvenlik ve sivil toplum hareketinin aktarılmasını sağlamak.	✓	✓	✓	✓

Tablo-2' de değerlendirilmesi yapılan Belediyelerin vizyonlarının ortak özellikleri aşağıdaki gibidir.

Tablo-2' deki Ülkemiz Belediyelerine ait Vizyonların Özellikleri:

- Uzun yazıldıklarından akılda kalıcı değildirler.
- Birçoğu ilham verici ve iddialı değildir.
- Birçoğunun kullandığı “şehir bilinci yüksek”, “doğaya saygılı”, “tarihi değerlere sahip çıkan” gibi ifadeler birçok belediyenin vizyonunda kullanılmışlardır.
- Ülkemizde yeni kamu mali yönetim anlayışının yeni olması nedeniyle Belediyelerin Stratejik Planları ve ya Faaliyet Raporlarının dolayısı ile vizyonlarının bilinme oranları düşüktür.
- Birçok Belediyenin Stratejik Plan ve Vizyonlarını Kanuni bir zorunluluk olarak hazırladıkları görülmektedir.

5.SONUÇ

Vizyon gelecekle ilgilidir. Söz konusu gelecek genellikle şirketlerin, kurumların ve kuruluşların planlama dönemlerinin ötesinde bir gelecektir. Söz konusu geleceğe ulaşana kadar şirketin içinde bulunduğu sektör, endüstri, teknoloji, ürünler, demografik koşullar, resmi mevzuat, yaşam tarzları ve hatta tüketiciler, müşteriler eğilimler sonucu değişecek, evrim geçirecek, tekamül edecektir ve hatta çığır atılacak atılımlar meydana gelebilecektir. Söz konusu gelişimler şirketleri de değişime zorlayacaktır. İşte mevcut dış ve iç koşulları çok iyi derinliğine bilip, uzak görüşlülüğü, ileri görüşlülüğü ile geleceğin bugünden canlı, heyecan veren, iddialı imgelerini oluşturup bunu bugünden vizyonuna aktarabilen, vizyonuna ulaşabilmek için güçlerini ve kaynaklarını bugünden mobilize edebilen şirketler mutlaka söz konusu geleceğe ulaştığında rakiplerinden daha avantajlı ve üstün durumda olacaklardır.(<http://strateji-nedir.blogspot.com.tr/2011/07/vizyon-neden-gereklidir.html>)

Stratejik yönetim kitaplarımızın çoğunda misyonun vizyondan önce geldiğini anlatan yazılar bulunmaktadır. Hâlbuki geleceği planlamadan misyonunuzun olmasının bir anlamı yoktur. Vizyon hem misyonu hem de stratejik hedefleri kapsamaktadır. Şirket kuran girişimciler için önce gelecekte hedefledikleri yer vardır sonrasında o hedefe gitmek için belirlemeleri gereken misyonları olacaktır. Anlaşılacağı üzere geçmişte ne kadar önem verilirse de vizyon şirketlerin vazgeçilmezi haline gelmiştir.

21. yüzyıl dünyasının gelişen teknoloji ve standartlara uyum sağlamak mecburiyetinde olan Belediyeler tıpkı özel bir şirket gibi stratejik planlarını, misyon ve vizyon bildirimlerini hazırlamakla yükümlüdürler. Bu yükümlülüklerini kanun ve nizamların öngördüğü bir zorunluluk olarak görüp geçiştirmek yerine halka hizmet yolunda kullanmaları gerektiği düşünülmektedir. Yönetime gelen üst yöneticilerin vizyonları aynı zamanda buldukları il, ilçe veya beldenin de vizyonu olacaktır. Bu yüzden ülkenin gelişimi adına yerel yönetimlerin önemi gittikçe artmaktadır. Dolayısı ile özellikle yerel yönetimlerde liderin vizyonunun önemi tartışılmazdır. Belediye yönetimlerinin seçimle iş başına geldiği de düşünülüğünde etkili bir vizyonun önlerindeki diğer seçimlere de olumlu yansıtacağı unutulmamalıdır.

KAYNAKÇA

- ACKOFF, Russell L. (1998), “A Systemic View of Transformational Leadership”, Systemic Practice and Action Research, Vol. 11, No: 1.
- HEİNTEL, Peter. (1995), “Vizyon ve Öz Yapılanma”, Vizyon Yönetimi: Önceden Düşürülmüş Başarı, I.B., (Der.) Ullrich Sollmann ve Roderich Heinze, (Çev.) Veli Karaöz, Evrim Yayınları, İstanbul.
- HEİNZE, Roderich. (1995), “Vizyon Yönetimi: Arthur Schlingensiepen’in Galaksilerarası Vizyon Arama Gezisi”, Vizyon Yönetimi: Önceden Düşürülmüş Başarı, I.B., (Der.) Ullrich SOLLMANN ve Roderich Heinze, (Çev.) Veli Karaöz, Evrim Yayınları, İstanbul.
- KOZLU, Cem. (1996), Türkiye Mucizesi İçin Vizyon Arayışları ve Asya Modelleri, 4. B., Türkiye İş Bankası Kültür Yayınları, Yayın No: 335, Ankara
- KOTTER, J. P., Leading Change, Developing A Vision And Strategy, Harvard Business Scholl Press, Boston, 1990.
- ÜLGEN, Hayri ve S. Kadri Mirze. (2004), İşletmelerde Stratejik Yönetim, Literatür Yayınları, İstanbul.
- STONE, Christopher. (2001) “Strategic Management or Strategic Taylorizm? A Case Study into Change Within a UK Local Authority”, The International Journal of Public Sector Management, Vol. 14, No: 1.
- QUIGLEY, Joseph V. (1998), Vizyon Oluşturulması Geliştirilmesi ve Korunması, (Çev.) Berat Çelik, Yeni Çizgi Yayınları, I.B., İstanbul, , s. 25.
- DİNÇER, Ömer ve Yılmaz, Cevdet.(2003) “Kamu Yönetiminde Yeniden Yapılanma: 1 Değişimin Yönetimi İçin Yönetimde Değişim” T.C. Başbakanlık, Ankara.