

The Journal of Academic Social Science Studies



International Journal of Social Science
Volume 6 Issue 4, p. 305-336, April 2013

YEREL SİYASETTE SEÇMEN BAĞLILIĞINI BELEDİYE HİZMET KALİTESİ ARACILIĞIYLA OLUŞTURMAK: TRB – I BÖLGESİ ÖRNEĞİ*

*DEVELOPING VOTER COMMITMENT THROUGH MUNICIPAL SERVICE
QUALITY IN LOCAL POLITICS: SAMPLE OF TRB-1 REGION*

Yrd. Doç. Dr. Erkan Turan DEMİREL

Fırat Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi İşletme Bölümü

Doç. Dr. Ahmet YATKIN

Fırat Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Kamu Yönetimi Bölümü

Yrd. Doç. Dr. Muhammet DÜŞÜKCAN

Fırat Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi İşletme Bölümü

Doç. Dr. Neslihan DERİN

İnönü Üniversitesi Kale MYO Pazarlama Programı

Yrd. Doç. Dr. Arzu ÇAKINBERK

Tunceli Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi İşletme Bölümü

Yrd. Doç. Dr. Mehmet GÜVEN

Bingöl Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi İşletme Bölümü

* Bu çalışma, TÜBİTAK desteği ile 15.04.2011 – 15.10.2012 tarihleri arasında Fırat Üniversitesi'nde yürütülen 110K461 numaralı ve "Seçmen Gözüyle; Belediye Başkanlarının Liderlik Özellikleri, Belediye Hizmet Kalitesi ve Seçmen Bağlılığı Etkileşimi: TRB - 1 Bölgesi İl Merkezi Belediyeleri Örneği isimli projenin sonuç raporundan üretilmiştir. Sonuç raporu, TÜBİTAK Sosyal ve Beşeri Bilimler Araştırma Destek Grubu Yürütme Komitesi'nin 27.12.2012 tarihli toplantısında alınan kararla kabul edilmiştir.

Abstract

Public services are one step ahead of the private sector in terms of contributing to development, democracy, social peace and welfare. Municipal services have a distinguished place among public services, because the stronger development, democracy, social peace and welfare are at the local level, the stronger they will be at the national level. Thus, it is necessary to achieve quality standards in local services and seek ways to maintain their quality. The relevant quality standards are determined by the citizens for whom the municipal services are provided. In this regard, it is expected that citizens are/should be sensitive to the quality of municipal services. Municipalities led by mayors who offer a quality service and inspire (set a model for) voters will both enhance voter trust in local democracy and create strong commitment among the electorate.

The abovementioned views shaped the main objective of this study, to: “determine the effect of the quality of municipal services on voter commitment towards mayors”. A quantitative correlational research design was used, as the study focused on the influences of certain variables on one another. The research population consisted of voters (554,618 persons, according to data for 31 Dec 2009) living within the central municipalities of provinces (Elazığ, Malatya, Bingöl, Tunceli) located in TRB1 (This is a classification used in Turkey as a part of Nomenclature of Territorial Units for Statistics of European Union) region. A sample of 1616 voters was randomly selected from the population, surveyed via a questionnaire. The questionnaire included demographic factors and scales measuring municipal service quality and voter commitment, which were developed by the researchers.

A strongly significant, positive relationship was found between the quality of municipal services and voter commitment.

Key Words: Service Quality, Municipality Service Quality, Mayors, Elector Commitment, TRB-1 Region

Öz

Kalkınmaya, demokrasiye, toplum barışına ve insan refahına özel sektörden çok daha fazla katkı sağlayan hizmetler kamu hizmetleridir. Kamu hizmetleri arasında da belediye hizmetleri özel bir konuma sahiptir. Demokrasi ve toplum barışı yerelde ne kadar güçlü olursa genelde de o kadar güçlü olacaktır. O halde yapılması gereken, yerel hizmetlerde önce kalite ölçülerini yakalayabilmek sonra ise bu durumu korumanın yollarına bakmaktır. Yakalanması gereken kalite ölçüleri, belediye hizmetlerinin kullanıcı durumundaki vatandaşların belirlediği ölçülerdir. Bu anlamda, vatandaşların belediye hizmetlerinin kalitesine karşı duyarlı olacakları / olmaları beklenmelidir. Kaliteli hizmet sunan ve seçmene ilham veren (örnek olan) başkanların yönettiği belediyeler, yerel demokrasiye olan inancı pekiştirecek ve bağlılık hissi güçlü seçmen kitleleri oluşturabilecektir.

Yukarıdaki görüşlerin çizdiği çerçevede şekillenen bu çalışmanın temel amacı; “belediyelerin hizmet kalitesinin, belediye başkanlarının oluşturabildikleri seçmen bağlılığı üzerindeki belirleyiciliğinin tespit edilmesidir”. Araştırmanın amacına ulaşabilmek için nicel araştırma yaklaşımı tercih edilmiştir. Çalışmada, değişkenlerin birbirleri üzerindeki belirleyiciliklerine odaklanıldığı için nicel yaklaşım kapsamındaki yöntemlerden korelasyonel (ilişkisel) araştırma tanımına uygun bir araştırma gerçekleştirilmiştir.

Araştırmanın evrenini, TRB1 bölgesinde yer alan il merkezi belediyelerinin sınırları içerisinde yaşayan seçmenler oluşturmaktadır. Söz konusu illerdeki toplam seçmen sayısı 31.12.2009 tarihli verilere göre 554.618’dir. Söz konusu evren arasından tesadüfi olarak seçilen 1616 seçmene ulaşılmış ve anket yoluyla veri toplanmıştır. Ankette, araştırmacılar tarafından geliştirilen (belediye hizmet kalitesi, seçmen bağlılığı) ölçekler ile demografik özelliklere yönelik sorular yer almıştır.

Sonuç olarak; belediye hizmetlerinin kalitesi ile seçmen bağlılığı arasında anlamlı, güçlü ve pozitif bir ilişki bulunmuştur.

Anahtar Kelimeler: Hizmet Kalitesi, Belediyelerde Hizmet Kalitesi, Belediye Başkanları, Seçmen Bağlılığı, TRB-1 Bölgesi

GİRİŞ VE YAZIN ÖZETİ

Şiddetli ve asla boşluk kabul etmeyen rekabet şartlarında, ayakta kalabilmek, sahip olunan kaynakların verimli ve etkin kullanılması zorunluluğunu dayatmaktadır. İster kamu sektöründe olsun ister özel sektörde olsun kurumların bu zorunluluktan kaçınabilmeleri mümkün görünmemektedir.

Verimli ve etkin kaynak kullanımı çabaları, pazarlama çabaları ve ürünün ya da hizmetin kalitesi günümüz rekabet anlayışının temel unsurlarındandır. Bu çabaların başarıya ulaşabilmesi ürünün ya da hizmetin büyük ölçüde müşteri beklentilerini ve ihtiyaçlarını karşılaması ile mümkün olacaktır. Müşterilerin ihtiyaçlarına uygun olan ve müşteri beklentilerini karşılayan ürün ya da hizmet kalitelidir.

Küreselleşen dünya, sanayi sektörü kadar hizmet sektörünü de önem sıralamasında ön plana çıkarmıştır. Bugün, bir ülkenin kalkınmışlık değerlendirmesi yapılırken dikkate alınan ölçütlerden biri, hizmet sektörünün o ülke ekonomisi içerisindeki yeri ve payıdır. Buna göre, hizmet sektörü ne kadar etkin ve verimli çalışabiliyorsa o kadar kaliteli hizmet üretimi söz konusu olacaktır. Bunun doğal bir sonucu olarak da ülkenin kalkınma hızı mümkün olan en üst düzeye çıkma şansını bulacaktır. Kalkınmışlıkta ileriye doğru mesafe alındıkça demokrasi ve toplum barışı güçlenecek, insan refahı genişleyecektir.

Kalkınmaya, demokrasiye, toplum barışına ve insan refahına özel sektörden çok daha fazla katkı sağlayan hizmetler kamu hizmetleridir. Kamu hizmetleri arasında da belediye hizmetleri özel bir konuma sahiptir. Demokrasi ve toplum barışı yerelde ne kadar güçlü olursa genelde de o kadar güçlü olacaktır. O halde yapılması gereken, yerel hizmetlerde önce kalite ölçülerini yakalayabilmek sonra ise bu durumu korumanın yollarına bakmaktır. Yakalanması gereken kalite ölçüleri, belediye hizmetlerinin kullanıcısı durumundaki vatandaşların belirlediği ölçülerdir. Bu anlamda, vatandaşların belediye hizmetlerinin kalitesine karşı duyarlı olacakları / olmaları beklenmelidir. Kaliteli hizmet sunan ve seçmene ilham veren (örnek olan) başkanların yönettiği belediyeler, yerel demokrasiye olan inancı pekiştirecek ve bağlılık hissi güçlü seçmen kitleleri oluşturabilecektir.

Yukarıdaki görüşlerle şekillenen bu çalışma, “belediyeler tarafından sunulan hizmetlerin kalitesini, bu hizmetlerden faydalanan vatandaşların bakış açılarını dikkate alarak belirlemek, kalite algılamasının seçmen bağlılığı yaratmadaki etkililiğini incelemek ve gerekirse söz konusu alanlardaki iyileştirme çabalarına destek vermek” amacını gütmektedir.

Çalışmada, hizmet kalitesi, seçmen bağlılığı ve bunlar arasındaki etkileşime yönelik kuramsal çerçeveden sonra uygulama kısmında hipotezlerin testlerine yönelik sonuçlar aktarılmaktadır.

Çalışmanın yazında alacağı yeri daha iyi görebilmek amacıyla, rastlanabilen çalışmalardan bazılarının konuya yaklaşımlarına ilişkin yazın özeti ise aşağıda aktarılmaktadır:

Yazında, belediye hizmet kalitesinin ölçümü (Gümüsoğlu vd, 2003; Ardıç vd., 2004:63-81; Kırıl, 2006; Çakmak, 2007; Duman ve Yüksel, 2008:43-57); yerel yönetimleri kalite yönetimi ilkelerine göre inceleme (Berkün, 2005); yönetim ve müşteri-vatandaş odaklılık kavramlarını belediyeler açısından inceleme (Duman, 2006); e – belediyecilik (Tosun, 2008:71-94); belediye hizmetlerinin yeterliliği ile belediye başkanından duyulan memnuniyet arasındaki ilişki (Kurgun vd., 2008:29-54); belediyelerde performans yönetimi (Hazman, 2009:53-66); belediye hizmet yeterliliği – vatandaş katılımı ilişkisi (Martins, 1995:441-458); belediyelerin rekabetçilik düzeyleri (Cleary, 2003:183); belediye hizmet kalitesini iyileştirmede kıyaslama (Folz, 2004:209-220); belediye hizmet kalitesini arttırmada iletişimin rolü (Bernhard, 2009:34-41) ve belediyelerin sosyal sermaye açısından analizi (Hernandez ve Colmenarez, 2009:470-485) konularına odaklanmış olan çalışmalar yer almakta ve bu çalışmalar mevcut çalışmanın alt yapısına katkı sağlamaktadır.

Yazında, hizmet kalitesi – seçmen bağlılığı ilişkisi (Usta ve Memiş, 2009:213-235); istikrarlı ve ılımlı bir demokratik ortamın belirleyicileri (Jaros ve Mason, 1969:100-110) ve partiye yönelik tutum – liderlik ilişkisi (Pillai ve Williams, 1998:397-416) konularına odaklanmış olan çalışmalar yer almakta ve bu çalışmalar mevcut çalışmanın alt yapısına katkı sağlamaktadır.

1. TEORİK ÇERÇEVE

Bu başlık altında, “Hizmet Kavramı ve Özellikleri”, “Hizmet Kalitesi Kavramı”, “Belediyelerde Hizmet Kalitesi”, “Seçmen Bağlılığı” ve “Seçmen Bağlılığı ve Liderlik” konularında teorik çerçeve çizilmektedir.

1.1. Hizmet Kavramı ve Özellikleri

İnsan gereksinimleri her zaman elle tutulabilen ve gözle görülebilen araçlarla sağlanamazlar. Somut olmayan ancak insan gereksinimlerini karşılayan araçlar da bulunmaktadır ve bunların genel adı “hizmettir” (Karalar, 1998:30). Türk Dil Kurumu’nun Büyük Türkçe Sözlüğü’nde, hizmet, “gereksinimleri karşılama ve üretildiği anda tüketilme özelliklerine sahip her türlü etkinlik” şeklinde tanımlanmaktadır.

Hizmet; ekonomik bir değer taşıyan yer, zaman ve psikolojik olarak fayda sağlayan bir işlem, eylem veya sunumdur (Murdick, 1990:4). Hizmet, müşteriler ile işletmeler arasında cereyan eden sosyal içerikli bir faaliyet ve soyut bir kavramdır (Evans, 1999:53). Hizmet; “bir tarafın diğerine sunduğu, temel olarak dokunulamayan ve her hangi bir şeyin sahipliğiyle sonuçlanamayan bir faaliyet ya da fayda olarak” da tanımlanmaktadır (Kotler, 1991:467).

Hizmetin doğal yapısından kaynaklanan dört temel özelliği vardır. Bunlar; soyutluk, ayrılmazlık, değişkenlik ve dayanıksızlık şeklinde adlandırılmaktadır (Parasuraman vd., 1985:35):

Soyutluk: Hizmet, fiziki varlığa sahip olmayan soyut bir varlıktır. Temel duyu organlarıyla algılanamaz.

Ayrılmazlık: Hizmetin, üretimi ve tüketimi hem eş zamanlı hem de eş mekânlıdır.

Değişkenlik: Bu özellik, hizmet üretiminde insan unsurunun katkısı ve önemi ile ilgilidir. Hizmetin kalitesi, hizmeti sunan personelin istekliliğine, nezaketine ve tecrübesine bağlı olarak hem zamana hem de mekâna bağlı olarak değişkenlik gösterebilir.

Dayanıksızlık: Hizmetlerin dayanıksız olmasının nedenleri; hizmetlerin stoklanamaması, saklanamaması, iade edilememesi ve yeniden satılmamasıdır.

1.2. Hizmet Kalitesi Kavramı

Kalite sözcüğü esasen, kastedilen ürünün veya hizmetin gerçekte ne olduğunu belli etmek amacı ile kullanılmaktadır. Kalite, halk arasında, üstünlüğü ve iyiliği, yani kaliteye konu edilen ürünün veya hizmetin iyi niteliklerinin olduğunu belirtir. Bir başka ifade ile kalite, “o ürün, hizmet, süreç ya da oluşumdan beklenen gereksinimleri karşılayabilme, hizmet verdiği kişi ya da kişilere en iyiyi sağlayabilme yeteneğidir”. Ancak, bir kişi için mükemmel olan şeyin diğer bir kişiyi hiç memnun etmeyebileceği

unutulmamalıdır. Bu bakımdan, kalitenin, subjektif değerlendirmeler içeren göreceli bir kavram olduğu ifade edilebilir.

Hizmet sistemlerinde de aynen imalat sistemlerinde olduğu gibi kalitenin boyutlandırılması söz konusudur. Hizmet kalitesinin boyutları çok çeşitli olmakla birlikte, genellikle “sunum” etrafında kümelenmektedir (Bolat, 2002:8). Hizmet kalitesinin boyutları şu şekilde sınıflandırılabilir (Buttle, 1996:8-25): “güvenilirlik, isteklilik (karşılık verme), kifayet (yeterlilik), erişim (ulaşılabilirlik), iltifat, iletişim, emniyet (güvenlik), müşteriye anlama ve fiziksel varlıklar”. Hizmet kalitesinin sayılan boyutlarının açıklamaları aşağıda yer almaktadır:

Güvenilirlik: “Hizmetin bir kerede ve doğru yapılması, diğer bir ifadeyle verilen sözün tutulması” anlamına gelir. Hizmetin zamanında, tarafsız, adil, hatasız, tutarlı, hizmet standartlarına, yasalara, kurumun ve müşterilerin menfaatlerine uygun şekilde sunulmasını kapsar.

İsteklilik (karşılık verme): Çalışanların hizmet verme konusunda her zaman ve her koşulda hazır ve istekli olmasını açıklar. Müşterilere, zamanında (dakik) ve uygun karşılık verme derecesini belirler.

Kifayet (yeterlilik): “Hizmet verenlerin gerekli mesleki bilgi ve yeteneğe sahip olma derecesi” ve “kurumun, hizmet sunabilmek için yeterli tecrübeye, kalifiye çalışana, hizmet üretimi için uygun özelliklerde mekâna, yeterli sermayeye ve makine – teçhizata vs. sahip olma derecesi” anlamlarını ifade eder.

Erişim (ulaşılabilirlik): Müşterinin işletme ile ilişki kurma kolaylığını ve yaklaşılabilirlik ölçüsünü içerir. Bu unsur; hizmet mekânının uygun yerde olmasını, çalışma saatlerinin uygun olmasını, telefonla ve internet benzeri araçlarla kuruma kolaylıkla ulaşılabilmesini, hizmet almak için zorunlu olan bekleme süresinin makul olmasını, kurum yöneticileriyle görüşmenin kolay olmasını, müşteri önerilerinin ve şikâyetlerinin ciddi bir şekilde değerlendirilmesini vs. kapsar.

İltifat: Müşterilerle ilişkide bulunan çalışanların kibar, saygılı ve dostane yaklaşımlarını içerir. Bununla birlikte, çalışanların temiz ve düzenli görünmeleri, güler yüzlü olmaları, hizmet sunmaktan duydukları memnuniyeti ifade etmeleri, müşteri görüşlerine değer vermeleri, müşteriye ilgi ve özen gösterme dereceleri vs.’de bu kapsamda düşünülebilir.

İletişim: Bu boyut, müşterileri, anlayacakları bir dilden konuşarak bilgilendirmek, onları dinlemek, hatta kullanılan dilin müşterilere özel olarak ayarlanması (her müşteriyle, ilgilerini, algılarını, beklentilerini, eğitim düzeylerini, kültürel özelliklerini ve müşterinin kuruma ilişkin geçmiş deneyimlerini vs. dikkate alarak konuşmak) anlamına gelmektedir. Müşterinin sorularını eksiksiz bir şekilde cevaplamak gibi konular bu kapsamda değerlendirilebilir.

Emniyet (güvenlik): Verilen hizmetin, gerek can, mal ve çevre açısından gerekse hukuksal açıdan her türlü tehlike ve riskten uzak olması anlamına gelir. Bir başka ifade

ile hizmetin hiçbir şekilde şüphe, tehlike ve risk içermemesidir. Müşterilerin fiziksel ve parasal güvenlikleri ile mahremiyetlerinin korunmasını kapsar. Kurum, hizmetin tehlikelerden vs. arındırılması ile müşterilerin güvenliklerinin sağlanması için üzerine düşen görevleri yerine getirdiğini şüpheye hiç yer bırakmayacak şekilde ispatlayabilmelidir.

Müşteriyi anlama: Müşterinin tüm yanlarıyla (isimleri, iletişim bilgileri, sosyo-ekonomik özellikleri, sosyo-kültürel özellikleri, satın alma karar sürecindeki davranışları, beklentileri, ilgileri, algıları vb.) tanınması ve tanımlanabilmesidir. Müşterilerin özel ilgiye tabi tutulmaları da söz konusu unsurun kapsamında sayılabilir.

Fiziksel varlıklar: Hizmetin, fiziksel anlamda kanıtlanmasıdır. Hizmetin verildiği ortamın fiziksel özelliklerinin (renk, tasarım, aydınlatma, ısıtma, temizlik, düzenlilik, estetik vb), personelin dış görünüşünün, kullanılan teçhizatın çağın ve hizmetin gereklerine uygunluğunun yanı sıra hizmetin somut (görülebilir) etkilerinin varlığını ifade etmektedir. Bu boyut ayrıca, hizmetin oluşturduğu ortamın psikolojik ve sosyal durumunu da açıklamaktadır.

1.3. Belediyelerde Hizmet Kalitesi

Günümüz belediyelerinin en önemli sorunlarından birinin “kaynakların verimli kullanılmaması” olduğu ifade edilmektedir. Belediyelerin kaynaklarını ne kadar verimli kullandıkları tartışmaları içerisinde, verimliliğin göstergelerinin ne olduğu önemli bir yer tutmaktadır. Bununla birlikte kullanılacak göstergeler arasında “vatandaş tatmini” kavramı da sayılmaktadır (Torlak, 1999:10).

Kamu yönetiminde toplam kalite yönetimi (TKY) ilkelerinin Amerika ve İngiltere’de uygulamaya konulması ile birlikte imalat ve hizmet sektörlerinden sonra kamu sektöründe de toplam kalitenin uygulanabileceği görülmüştür (Ökmen, 2010:490-496). Küreselleşme ve hızlı şehirleşmenin etkisiyle hızla ön plana çıkan belediyelerden beklenti de dönüşüme uğramıştır. “Devlet baba” anlayışının yerini “sosyal devlet” anlayışının alması ile kamu yönetimi sistemimize hâkim olan “devlet ne üretirse vatandaş onu kullanır” mantığı geçerliliğini yitirmiştir. Bugün geçerli olan mantık, “devletin vatandaşların ihtiyaçlarına göre üretim yapması” şeklindedir. Söz konusu mantığın aksamadan işlemesi, kaynakların verimli kullanılmasına bağlıdır. Bu noktaya da vatandaş memnuniyetinin sağlanması ve hizmet kalitesinin artırılması ile ulaşılabilmektedir (Ardıç vd., 2004:63-81).

“Halkın genel ve ortak ihtiyaçlarını karşılamak ve kamu yararını sağlamak için devlet veya diğer kamu tüzel kişilikleri tarafından yürütülen sürekli ve düzenli faaliyetler” olarak tanımlanan kamu hizmetlerine, TKY ilkelerinin uygulanabilirliği özel kuruluşlara göre bazı zorluklar içermektedir. Bu zorluklar şöyle sıralanabilir (Ökmen, 2010:490-496):

- ✓ Özel sektör “kâr” amacı güderken, kamu hizmetlerinde “kamu yararı” güdülmektedir.
- ✓ Kamu hizmetlerinin muhatabı “vatandaş” iken özel sektörün muhatabı “müşteri” dir.
- ✓ Kamusal hizmetlerin sunumunda devlet rakipsizdir.
- ✓ Kamu hizmetlerinin kullanımı, genel olarak halkın isteklerinden bağımsızdır.
- ✓ Kamu sektörünün performansının ölçümü özel sektöre göre çok daha güçtür.

Bu zorluklara bakıldığında, “hangi kamu hizmetinin kaliteli olduğu” gibi bir soru kendini göstermektedir. Bu sorunun cevabı ise OECD tarafından verilmektedir. OECD’ye göre kaliteli kamu hizmetinin nitelikleri; “şeffaflık”, “katılım”, “müşteri (vatandaş) ihtiyaçlarının karşılanması”, “ayrımcılık yapmadan hizmetin sunulması”, “yeterlilik”, “erişilebilirlik”, “düzenlilik”, “süreklilik”, “doğruluk”, “hassaslık”, “risklerden uzaklık”, “güvenilirlik” ve “amaca uygunluktur” (Ökmen, 2010:490-496).

Yazında görülen çalışmaların bir çoğu, vatandaşı müşteri olarak gören anlayışın kamu hizmetlerinin sunulmasına önemli katkıları olduğunu belirtmektedirler (Ardıç vd., 2004:63-81). Bu durum, “hizmet kalitesi” kavramı ile “vatandaş tatmini” kavramlarının birbirlerinin yerine kullanılması gibi yaygın bir davranışı ortaya çıkarmaktadır (Reeves vd., 1995:56-72).

2. SEÇMEN BAĞLILIĞI

Seçmen bağlılığı kavramına, müşteri bağlılığı kavramından yola çıkılarak yaklaşmıştır. Bu görüşün en güçlü dayanağı, yeni kamu yönetimi anlayışının vatandaşları vergileriyle hizmet satın alan müşteriler konumuna yerleştirmesidir. Kamu hizmetlerinde bilgi ve iletişim teknolojilerinin, hemen her ülkede farklı oranlarda artan bir şekilde kullanılmaya başlanması ve bununla paralel olarak “kamu yönetimi - bilgi toplumu ilişkisi” çerçevesinde yaşanan dönüşümler; kamu hizmeti sunumu ve birey-yönetim ilişkileri açısından vatandaşın tüketiciye (müşteriye) kayan paradigma değişikliğini ortaya çıkarmıştır (Ökfem ve Seçkiner, 2010:23-46).

Bu paradigma değişikliği, kamu hizmetlerinden yararlananlara karşı hizmet sunucuların sorumluluklarındaki artışı ve müşteri yönelimliliği beraberinde getirmiştir. Bilgi toplumunun getirdiği anlayış değişikliği ile “halkın bilinçli ve aktif katılımı” kamu yönetimi ve kamu hizmetlerinin sunumunda sürekli vurgulanır olmuştur. Bu söylem, kaliteli hizmet anlayışının ön koşullarından sayılarak, işletme yönetimindeki müşteri odaklılık anlayışına eğilimden esinlenilerek “vatandaş – yönetim” ilişkilerinin yeniden şekillenmesine yol açmıştır. Bundan dolayıdır ki, günümüzde hizmet kullananlar kamu hizmetlerinin tüketicileri olarak yeniden kavramlaştırılmaya çalışılmaktadır (Ökfem ve Seçkiner, 2010:23-46). Yine, bu yeni anlayışa göre bir diğer önemli nokta da vatandaşlarca sahip olunan devlettir. Yani, vatandaş yönetilen konumundan çıkartılıp “müşteri” olarak konumuna yerleştirilmektedir (Nebati, internet:24.06.2012).

Yeni kamu yönetimi anlayışının, küreselleşme bağlamında kökten değişen kamu yönetimi anlayışının bir parçasıdır. Bu anlayışın post-modern dinamiklerini; işletme yönetimi alanının dinamikleri olan “uzun dönemli kazanç amacı”, “esnek üretim”, “çalışanın bir yatırım olarak değerlendirilmesi”, “yatay planlama”, “müşteriye önem verme”, “çalışma takımları yaratma”, “verimlilik”, “takım liderleri oluşturma”, “takım temelli inisiyatif”, “hizmetkâr liderlik anlayışı”, “insan merkezlilik”, “personelle vizyon verme” gibi uygulamalar meydana getirmektedir. Kamu yönetimi birimlerinin geleneksel yapılarından (kalıplarından) çıkarılarak, kârlı ve verimli işletmelere dönüştürülmesi, serbest piyasa ile uyumlu mekanizmalarla donatılması, vatandaşa yaklaşımın “müşteri(lik)” hukuku üzerinden belirlenmesi ve tüm önceliklerin hizmete verilmesi, yeni kamu yönetimi anlayışının bugün tüm dünyada genel kabul görmeye başlayan belirgin özellikleridir. Bütün bu dönüşüm; kamuya egemen olan merkeziyetçi eğilimlerin kırılması, yetkinin tabana yayılarak paylaşılması, önceleri en büyük iktidar araçlarından biri olarak kabul edilen “gizlilik” örtüsünün kaldırılması ve halkın etkileşim sürecinde temel bir aktör olarak konumlandırılması gibi olmazsa olmazları da ortaya çıkarmaktadır (Nebati, internet:24.06.2012).

Yeni kamu yönetimi anlayışına göre vatandaşı (seçmeni), işletmecilikteki müşteri ile eşdeğer olarak kabul eden bir çalışmada seçmen bağlılığı; “seçmenin aynı partiye ya da adaya oy verme konusunda süreklilik ve tutarlılık arz eden bir eğiliminin olması” veya “partiye ya da adaya karşı olumlu bir tutum benimsemesi şeklinde tanımlanmıştır (Usta ve Memiş, 2009:213-235). Seçmen bağlılığı; sosyal, psikolojik ve ekonomik değişkenlerce belirlenir ve toplumdan topluma farklılaşabilecek olan bu değişkenlerin kişisel ürünüdür (Kaya, 2005:95). “Seçmen, kendi çıkarlarına en iyi hizmet edecek partiye veya adaya oy verme eğilimi sergiler (Kalender, 2005:50) ve bu eğilim zamanla bağlılığa dönüşebilir.

Seçmen bağlılığının, müşteri bağlılığında olduğu gibi (Quenter and Lim, 2003:26) “tutumsal seçmen bağlılığı” ve “davranışsal seçmen bağlılığı” şeklinde iki farklı yaklaşımla tanımlanmasının uygun olduğu düşünülmektedir. Söz konusu yaklaşımların tanımları aşağıda yer almaktadır.

2.1. Tutumsal Seçmen Bağlılığı

Müşteri bağlılığı yazınında, “tutumsal bağlılık”; işletmeye (ürüne veya hizmete) karşı olumlu bir eğilim içerisinde olmak, işletmeyi (ürünü veya hizmeti) başkalarına tavsiye etmek ya da övmek şeklinde tanımlanmaktadır (Dimitriades, 2006:785). Tutumsal müşteri bağlılığı, tercih, satın alma niyeti, işletmeye öncelik verilmesi, daha iyi alternatiflere karşı direnç gösterme, ürün ya da hizmet için daha yüksek ücret ya da ek ücret ödemeye istekli olma, bağlı hissetme ve tavsiye etme istekliliği şeklinde gelişmektedir (Yi and La, 2004:385).

Müşteri bağlılığı yazınından esinlendiğinde tutumsal seçmen bağlılığının; “partiyi (lideri, aday vb.); -gönüllü (içten) şekilde- övmek, başkalarına önermek, daha iyi hizmet edebilecek ve daha başarılı olabilecek rakipleri olsa dahi desteklemeyi her koşulda sürdürmek” şeklinde tanımlanmasının uygun olacağı düşünülmektedir.

2.2. Davranışsal Seçmen Bağlılığı

Davranışsal müşteri bağlılığı, bir malı ya da hizmeti tekrar satın alma davranışını gönüllü olarak sergilemek şeklinde tanımlanabilir (Usta ve Memiş, 2009:213-235). Bir başka tanımda ise “davranışsal anlamda bağlı müşteriler; bir markayı tekrarlı satın alma, sadece o markayı dikkate alma ve markaya ilişkin bilgi aramama davranışlarını sergileyen” müşteriler olarak ele alınmıştır. Davranışsal bağlılık yazınından anlaşılan, durumun satın alma bağlılığı olduğu ve geçmiş deneyimlere dayandığıdır (Dimitriades, 2006:785).

Müşteri bağlılığı yazınından esinlendiğinde davranışsal seçmen bağlılığının; “birbirini takip eden seçimlerde oy verirken aynı partiyi (lideri, aday vb.) dikkate almak, çok fazla düşünmeden oy vermek ve alışkanlıkların devamı olarak oy vermek bağlılığı” şeklinde tanımlanmasının uygun olacağı düşünülmektedir.

3. HİZMET KALİTESİ VE SEÇMEN BAĞLILIĞI

Belediye hizmetleri, kent sakinlerinin doğumlarından ölümlerine kadar tüm yaşam sürecinde önemli bir yere sahiptir. Yurttaşların bu hizmetlerden memnuniyet düzeyinin yükselmesi, yaşam kalitesinin yükselmesi ile paralellik gösterir. Bu bağlamda yurttaşlar, kendilerine sunulan belediye hizmetlerinin kalitesine karşı duyarlıdırlar. Bu duyarlılıklarını da seçimlere, özellikle de yerel seçimlere yansıtma eğilimi içerisine girerler. Yurttaşların seçimlere bakışı ve oy verme davranışları, kendilerine sunulan belediye hizmetlerinden büyük ölçüde etkilenmektedir (Özel, vd., 2009:33-50).

Belediye yönetimlerinin, yeniden seçilerek iktidarlarını sürdürebilmeleri ile, yerel halkın memnuniyeti arasında doğrudan bir ilişkinin bulunduğu söylenebilir. Kısaca demokratik rejimlerde ancak yerel hizmetleri halkı memnun edecek düzeyde sunabilen yönetimlerin iktidarda kalmaya devam edeceği ileri sürülebilir (Özel vd., 2009:33-50).

İhtiyaçların belirlenmesi ve karşılanması açısından vatandaşın müşteri olarak kabul edilmesi çağdaş bir yaklaşımdır. Bu yaklaşım, hem kamu kaynaklarının verimli kullanılmasını sağlar hem de seçmen bağlılığı / memnuniyeti yaratır. İşletmecilik yazınına göre müşteri, işletmeye karşı bağlılık hissetse de memnuniyetsizlik veren bir durumla karşılaştığında eğer isterse işletmeyi değiştirebilir. Belediye hizmetleri açısından düşünüldüğünde; memnun olan seçmen belediyeyi över ve başkalarına önerir. Aksi bir durumda ise seçmen memnun olmadığı belediyeyi tek başına değiştirme imkânına sahip olamaz. Yapabileceği, bir dahaki seçime kadar olumsuz tavır takınmak ve seçimde oy vermemek olabilir (Usta ve Memiş, 2009:213-235).

Seçmen davranışlarını belirleyen en önemli faktörlerden biri algılanan hizmet kalitesidir. Algılanan hizmet kalitesinin dışında aile, arkadaş, seçim kampanyası, lider, parti, ideoloji gibi faktörlerde seçmen davranışları üzerinde etkili olabilir (Usta ve Memiş, 2009:213-235).

Seçmen tercihini etkileyen faktörlerden biri olan adayın, özellikle yerel seçimlere yönelik tercihin şekillenmesinde çok önemli bir faktör olduğu ifade edilmektedir (Üztüğü, 2004:66). Belediye başkanı seçimlerinde adayın belirleyiciliği, her bölgede geçerli olmaktadır. Parti, lider, kadro, propaganda gibi faktörler ikinci planda kalabilmektedir. Yani, yerel seçimlerde yerel koşullar ön plana çıkmaktadır. Yerel seçimlerde başkan adayının en önemli faktör olması, alacağı oyların doğrudan doğruya belediyenin gerçekleştirdiği veya gerçekleştirebileceği hizmetlere bağlı olduğu gerçeğini ortaya çıkarmaktadır. Bir başka ifadeyle, yerel seçimlerde partiye verilecek destek üzerinde belediye hizmetlerinin önemli bir etkiye sahip olduğu söylenebilir (Çaha, 2002:139).

Seçmen bağlılığı kavramına ilişkin yukarıda görülen açıklamalardan sonra, konu ile ilgili olan ve yazında rastlanabilen bazı çalışmaların önemli noktalarından aktarmalar yapmak, yararlı görülmüştür. Türkçe ve yabancı yazından aktarmalar aşağıda görülmektedir:

Türkçe yazında rastlanabilen tek çalışma olan Usta ve Memiş'in çalışmalarında (2009:213-235), belediye hizmet kalitesinin seçmen bağlılığı yaratmada anlamlı şekilde etkili olduğu; hem tutumsal seçmen bağlılığının hem de davranışsal seçmen bağlılığının belediye hizmet kalitesinden anlamlı ve pozitif yönde etkilendiği sonucuna ulaşılmıştır.

Jaros ve Mason (1969:100-110), "istikrarlı ve ılımlı bir demokratik ortamın belirleyicilerinin neler olduğu" sorusundan hareket ederek gerçekleştirdikleri çalışmalarında; her toplum için geçerli olacak bir karışımın ya da reçetenin sunulamayacağını ifade etmişlerdir. Aynı çalışmada, bütün toplumlardaki seçmenlerin kalıcı bağlılıklar sergileyemeyecekleri ancak uzun vadeli ve güçlü eğilimler sergileyebilecekleri de vurgulanmıştır.

Pillai ve Williams (1998:397-416), seçmenlerin partilere yönelik tutum geliştirmelerinde dönüşümcü ve karizmatik liderlik özelliklerinin etkileyciliğini araştırmışlardır. Bulguları; liderlik özelliklerinin partiye yönelik tutum geliştirmede önemli bir rol oynadığını ve söz konusu liderlik özelliklerini taşıyanların seçmen kazanma hususunda avantajlı olduklarını işaret etmektedir.

Mudambi vd. (1996:341-357), seçmen davranışlarının ekonomik algularla şekillendiğini, bunun yanı sıra an fazla etkili olan unsurların ise "sisteme ilişkin temsilde adalet algısı" ve "seçmenlerin bilgi düzeyleri" olduğunu ifade etmektedirler.

Yukarıda ifade edilmeye çalışılan görüşlerin ve daha önce aktarılan seçmen bağlılığı tanımlarının ışığında, bu araştırmanın temelini oluşturan değişkenlerden seçmen bağlılığı tutumları ile belediye hizmet kalitesi arasındaki ilişkileri sorgulamaya yönelik şu hipotezler ileri sürülmüştür:

H₁: Seçmen bağlılığı ile belediye hizmetlerinin kalitesi arasında anlamlı ve pozitif bir ilişki vardır.

H₂: Tutumsal seçmen bağlılığı ile belediye hizmetlerinin kalitesi arasında anlamlı ve pozitif bir ilişki vardır.

H₃: Davranışsal seçmen bağlılığı ile belediye hizmetlerinin kalitesi arasında anlamlı ve pozitif bir ilişki vardır.

4. UYGULAMA

Çalışmanın bu kısmında araştırmaya ilişkin amaç, önem, katkı, evren, örneklem, veri toplama yöntemleri, veri analiz yöntemleri ve bulgular yer almaktadır.

4.1. Araştırmanın Amacı ve Önemi

Bilim camiasında tartışılan, hem bilim alanında hem de uygulamada taraftar bulmaya başlayan “yeni kamu yönetimi anlayışı”, kamu hizmetlerinden yararlananlara karşı hizmet sunucuların sorumluluklarındaki artışı ve müşteri odaklı uygulamaları beraberinde getirmiştir. Buna göre, vatandaşlar, vergileriyle hizmet satın alan müşteriler konumuna yerleşmişlerdir. Yine, bu yeni anlayışa göre bir diğer önemli nokta da vatandaşlarca sahip olunan devlettir. Yani, vatandaş yönetilen konumundan çıkartılıp “müşteri” olarak konumuna yerleştirilmektedir. Bilgi Toplumu’nun getirdiği bir anlayış değişikliği olan yeni kamu yönetimi anlayışı, vatandaşların (müşterilerin), kamu hizmetlerinin tasarlanmasına, sunulmasına ve kamu düzeninin yönetimine bilinçli ve aktif bir şekilde katılımlarını da gerektirmektedir.

Vatandaşların kamu yönetimine ve kamu hizmetlerinin yerine getirilmesine hem bilinçli hem de aktif bir şekilde katılımları demokrasinin güçlenmesi ile gerçekleşebilecektir. Bu anlamda kamu hizmetleri vatandaşların beklentilerine uygun sunulursa yani kaliteli olarak sunulursa, öncelikle sosyal barış sonrasında ise demokrasi güçlenecektir. Güçlü demokrasi ise kamu hizmetlerinin sunulmasında en önemli aktörler olan siyasetçilerin etrafında güçlü bir bağlılık hissine sahip seçmen (vatandaş) kitlesinin oluşmasına da zemin yaratacaktır.

Bu çalışma da, sözü edilen anlayış doğrultusunda vatandaşların gözüyle belediye hizmetlerinin kalitesinin ölçümüne ve “belediye hizmet kalitesi – seçmen bağlılığı” değişkenleri arasındaki etkileşimi incelemek amacıyla yapılmıştır.

Yukarıda değinilen bilgilerin ışığında bu çalışmanın temel amacı; “TRB – 1 Bölgesi’nde yer alan illerin (Elazığ, Malatya, Bingöl, Tunceli) merkez belediyelerinin hizmet kalitesinin ve belediye başkanlarının oluşturabildikleri seçmen bağlılığı düzeyinin seçmenler (vatandaşlar/müşteriler) açısından ölçülmesi ve bu iki değişken arasındaki ilişkinin ortaya konulmasıdır”.

Araştırma, “seçmen bağlılığı ile belediye hizmetlerinin kalitesi arasında anlamlı ve pozitif bir ilişki vardır”, “tutumusal seçmen bağlılığı ile belediye hizmetlerinin kalitesi arasında anlamlı ve pozitif bir ilişki vardır” ve “davranışsal seçmen bağlılığı ile belediye hizmetlerinin kalitesi arasında anlamlı ve pozitif bir ilişki vardır” temel hipotezlerine dayanmaktadır.

Yazın bulguları ışığında, “konu, kapsam, amaç ve yöntem” açısından bu çalışmayı özgün kılan unsurlar ve çalışmanın katkıları aşağıda sıralanmaktadır:

- ✓ “Bir bölgeyi (TRB – I) oluşturan dört ilin (Elazığ, Malatya, Bingöl, Tunceli) merkez belediyelerini kapsıyor olması”
- ✓ “Kurumlar arası ve disiplinler arası işbirliğini teşvik edici yönünün olması”
- ✓ Bu çalışmanın, teoride önemli bir boşluk doldurulabilme ve uygulamada da önemli bir örnek olma potansiyeli”
- ✓ “Araştırma sonuçlarının yaygınlaştırılma ve başka çalışmalara öncü potansiyeli olması”
- ✓ “Diğer belediyelerimize kıyaslama yapabilmeleri için uygun bir referans modeli potansiyeli”
- ✓ “Yaşam kalitesinin, yaşam tatmininin ve iş tatmininin yükselmesine yapılacak katkı ile toplumsal barışın ve demokrasinin de güçlenmesine katkı sağlama olasılığı”

4.2. ARAŞTIRMANIN EVRENİ VE ÖRNEKLEMİ

Evren, TRB – I Bölgesi’ni oluşturan illerin merkez belediyelerinin sınırları içerisinde yaşayan seçmenlerdir. Evren büyüklüğü, 554.618 seçmendir. Araştırmaya katılan denek* (seçmen) sayısı ise 1616’dır. İllerin belediye sınırları içerisindeki nüfusları, seçmen sayıları ve her ilden örneğe alınması gereken minimum sayı aşağıda yer almaktadır. Örnek hacminin hesaplanmasında aşağıda yer alan formülden yararlanılmıştır (Baş, 2008):

$$\text{Örnek hacmi} = \frac{N \cdot t^2 \cdot p \cdot q}{((N - 1) \cdot d^2) + (t^2 \cdot p \cdot q)}$$

N = anakütle hacmi; t = ∞ serbestlik derecesinde teorik t tablo değeri; p = incelenen olayın gerçekleşme olasılığı; q = incelenen olayın gerçekleşmeme olasılığı; d = kabul edilen örnekleme hatası; t = 1,96 (% 95 güven sınırları içerisinde tablo değeri); örnekleme hatası (d) = % 5 (0,05); p = 0,5 ve q = 0,5 (varyans = p.q = 0,25)

Tablo 1: Evren ve Örneklem Büyüklüğü

İller	Nüfus ¹ (31.12.2009)	Seçmen sayısı ² (31.12.2009)	Örnek hacmi (minimum)	Katılımcı
Tunceli	31.599	17.742	376	380
Bingöl	89.224	52.955	381	410
Elazığ	323.420	223.360	384	403
Malatya	388.590	264.862	384	423
Toplam	832.833	554.618	1525	1616

¹: Türkiye İstatistik Kurumu web sayfasından alınmıştır. (2009 adrese dayalı nüfus sayımı sonuçları)

²: Araştırma kapsamındaki illerin seçim kurulu başkanlıklarından Fırat Üniversitesi Rektörlüğü'nce resmi yazı ile sorulmuştur.

4.3. Araştırmanın Veri Toplama ve Analiz Yöntemleri

Araştırmanın hipotezlerini test etmek için “belediyelerin hizmet kalitesini ölçmek amacıyla *geliştirilmiş* olan ölçek” ile “seçmenlerin gözüyle belediye başkanlarına karşı hissettikleri bağlılık düzeyini ölçmek amacıyla *geliştirilmiş* ölçekten” yararlanarak veri toplanmıştır.

Her iki ölçek, 5’li likert ölçeğidir. Hizmet kalitesi ölçeğinde seçeneklerin anlamları, “1: kesinlikle katılmıyorum ... 3: kararsızım ... 5: kesinlikle katılıyorum” şeklindedir. Seçmen bağlılığı ölçeğindeki seçeneklerin anlamları da “1: kesinlikle mümkün değil ... 3: kararsızım ... 5: kesinlikle mümkün” şeklindedir.

Araştırmanın veri toplama işi; 13 Ocak 2012 – 22 Şubat 2012 tarihleri arasında, ANAR Ankara Sosyal Araştırmalar Merkezi tarafından yapılmıştır. Veri toplama tamamlandıktan sonra anket formlarındaki ham veriler, ANAR tarafından elektronik ortama kaydedilerek anket formları ile birlikte araştırmacılara teslim edilmiştir.

Verilerin analizinde kullanılan istatistiksel analiz yöntemleri şunlardır: Yol analizi, aritmetik ortalama, korelasyon ve regresyon. İstatistiksel analizler için SPSS 20.0 ve LISREL 8.8 paket programlarından yararlanılmıştır. Aritmetik ortalama, standart sapma, korelasyon, regresyon, varyans ve t analizleri için SPSS 20.0’den, doğrulayıcı faktör analizi ve yol analizi için LISREL 8.8’den yararlanılmıştır.

Hizmet kalitesi ölçeğine ilişkin kuramsal dayanağın bir başka ifadeyle alan yazın bilgisinin yeterli olması nedeniyle keşfedici faktör analizi yapılmasına gerek duyulmamıştır. Bu nedenle, kurama dayalı modelin doğrulayıcı faktör analizine tabi tutulması ile yetinilmiştir. Seçmen bağlılığı ölçeğine ilişkin kuramsal dayanak, hizmet kalitesi ölçeğine göre daha zayıf kaldığı için bu ölçek için keşfedici faktör analizi yapılmıştır.

Usta ve Memiş’in (2009:213-235) geliştirdikleri seçmen bağlılığı ölçeği temel alınmış, yazın taramasından elde edilebilen bilgilerin ışığında yeni maddeler eklenmiş ve mevcut maddeler çalışmanın amaçları doğrultusunda uyarlanmış, böylece meydana yeni bir ölçek çıkarılmaya çalışılmıştır. Yeni eklenen ve uyarlanan maddeler, alan

uzmanlarının görüşüne sunulmuş ve sonrasında geçerlilik ve güvenilirlik açısından gerekli görülen diğer analizler yapılmıştır.

Keşfedici faktör analizi sonuçlarına göre ölçek 2 faktörden oluşmaktadır. KMO değerinin 0,949 ($p = 0,000$) olması, faktör analizi açısından mükemmel kabul edilmektedir (Sipahi, 2008:80). Faktör analizi sonuçları aşağıdaki tabloda aktarılmaktadır:

Tablo 2: Seçmen Bağlılığı Ölçeği Faktör Analizi Sonuçları

Faktör adı	Madde	Faktör Yükleri		Açıklanan varyans	Güvenilirlik (Cronbach α)
		1	2		
Tutumusal Seçmen Bağlılığı	1	,819		58,25	0,934
	2	,803			
	3	,799			
	4	,794			
	5	,771			
	6	,741			
	7	,645			
Davranışsal Seçmen Bağlılığı	8		,839	15,48	0,927
	9		,835		
	10		,784		
	11		,784		
	12		,677		
	13		,674		
	14		,664		
				Toplam	Tüm ölçek
				73,73	0,956

Tabloda da görüldüğü gibi ölçeğin açıklayabildiği toplam varyans %73,73'tür. Açıklanan varyansın yüksekliği, geliştirilen ölçeğin faktör yapısının gücü ile doğru orantılıdır. Çok faktörlü desenlerde, açıklanan varyansın %40 ile %60 arasında olması yeterli olarak kabul edilir (Çokluk vd., 2010:197). Bu durumda, ölçeğin faktör yapısının yeterli olduğu söylenebilir. Ölçeğin genelinin ve faktörlerin güvenilirlik katsayıları oldukça yüksektir. Cronbach alpha katsayısı 1'e ne kadar yakınsa ölçeğin güvenilirliği de o kadar yüksektir (Ural ve Kılıç, 2006:286). Katsayının 0,80 ve üzerinde olduğu durumlarda ise; ölçeğin güvenilirliğinin yüksek olduğundan söz edilebilir (Kalaycı, 2009:405). Buna sonuçlara göre ölçeğin geçerlilik ve güvenilirlik koşullarını yüksek düzeyde sağladığı söylenebilir.

Ölçeklerin yapısal anlamda geçerli olduklarına ilişkin doğrulayıcı faktör analizi sonuçları aşağıdaki Tablo 3'de yer almaktadır. İlgili tabloya göre model uyum indekslerinin kabul edilebilir sınırlar (Çokluk vd., 2010:266-275; Şimşek, 2007:44-49; Yılmaz ve Çelik, 2009:37-47) içerisinde olduğu görülmektedir. Bir başka ifade ile ölçeklerin faktör yapısının doğrulandığı söylenebilmektedir.

Tablo 3: Ölçeklere İlişkin Doğrulayıcı Faktör Analizi Değerleri

	Hizmet Kalitesi Ölçeği	Seçmen Bağlılığı Ölçeği
χ^2	8017,69	275,98
sd	2619	75
χ^2 / sd	3,06	3,68
p	0,00	0,00
AGFI	0,90	0,97
GFI	0,94	0,91
CFI	0,88	0,97
NFI	0,83	0,96
RMSEA	0,096	0,083

4.4. BULGULAR

Araştırma bulguları; ölçek puanlarının dağılımı, hizmet kalitesi – hizmetkâr liderlik ilişkisi ve hizmet kalitesi – hükümdar liderlik ilişkisi hususlarındaki bildirimler şeklinde sunulmaktadır.

4.4.1. Ölçek Puanlarının Dağılımı

Ölçek puanlarının dağılımına ilişkin tablolar, aşağıda, hizmet kalitesi ölçeği ile başlamakta, hizmetkâr liderlik ve hükümdar liderlik ile devam etmektedir.

4.4.1.1. Hizmet Kalitesi Ölçeği Puanları

Hizmet kalitesi ölçeği puanları aşağıdaki Tablo 3'te (örneklem geneli) açıklanmaktadır.

Tablo 3: Örneklem Geneli Hizmet Kalitesi Ölçeği Puanları

Faktör	Madde	Ortalama	Faktör	Madde	Ortalama
Fiziksel Uysurlar	1	2,81**	Güvenilirlik	27	2,75**
	2	3,14**		28	2,83**
	3	3,21**		29	3,06**
	4	3,11**		30	2,87**
	5	2,89**		31	2,93**
	6	2,82**		32	2,99**
	7	2,68**		33	2,88**
	8	3,17**		34	2,96**
	9	2,78**		35	2,97**
	10	2,88**		Faktör	
	11	2,95**	Vatandaş anlama	36	2,81**
	12	2,89**		37	2,96**
	13	2,77**		38	2,87**
	14	2,95**		39	2,86**
	15	2,88**		40	2,90**
	16	2,87**		41	2,89**
	17	2,89**		42	2,89**
	18	2,68**	Faktör		2,88**
	19	2,84**	Nezaket	43	3,09**
	20	2,72**		44	3,05**
	21	2,74**		45	2,97**

	22	3,10**		46	3,00**
	23	2,62**		47	2,97**
	24	2,89**		Faktör	2,94**
	25	3,00**		48	3,63**
	26	2,80**		49	3,47**
	Faktör	2,89**	Erişilebilirlik	50	3,31**
	54	3,22**		51	3,07**
	55	2,99**		52	2,94**
	56	3,13**		53	2,91**
Yeterlilik	57	2,86**		Faktör	3,24**
	58	2,93**		66	2,82**
	59	2,86**		67	2,86**
	60	2,85**		68	2,83**
	Faktör	2,88**	İletişim	69	3,14**
	61	2,86**		70	3,04**
	62	2,88**		71	2,96**
Güvenlik	63	2,90**		72	2,95**
	64	2,65**		73	3,00**
	65	2,82**		Faktör	2,84**
Faktör	2,73**		Tüm Ölçek	2,82**	

***: 3,40 – 5,00: güçlü hizmet kalitesi

** : 2,60 – 3,40: vasat hizmet kalitesi

*: 1,00 – 2,60: zayıf hizmet kalitesi

Yukarıdaki Tablo 3 incelendiğinde tüm alt faktörlerde ve ölçeğin genelinde TRB -1 Bölgesi İl Merkezlerindeki belediyelerin hizmet kalitesi anlamında vasat kaldıkları görülmektedir. Tüm alt faktörlerde ve ölçek genelinde alınan puanlar, ölçekte “3” ile gösterilen “kararsızım” seçeneğine karşılık gelmektedir. Alt faktörlere ilişkin vatandaş memnuniyeti sıralaması da büyükten küçüğe sırasıyla “erişilebilirlik”, “nezaket”, “güvenilirlik”, “fiziksel unsurlar”, “yeterlilik”, “vatandaş anlama”, “iletişim” ve “güvenlik” şeklinde gerçekleşmiştir.

4.4.1.2. Seçmen Bağlılığı Ölçeği Puanları

Seçmen bağlılığı ölçeği puanları aşağıdaki Tablo 4’te (örneklem geneli) açıklanmaktadır.

Tablo 5.34: Örneklem Geneli Seçmen Bağlılığı Ölçeği Puanları

Faktör	Madde	Madde skorları	Faktör skorları
Tutumsal	1	2,63**	2,62**
	2	2,41*	
	3	3,00**	
	4	2,43*	
	5	2,67**	

	6	2,61**	
	7	2,53*	
	8	2,49*	
	9	2,36*	
	10	2,11*	
Davranışsal	11	2,35*	2,31*
	12	2,21*	
	13	2,32*	
	14	2,26*	
	Tüm örnek		2,48*

***: 3,40 – 5,00: güçlü seçmen bağlılığı

** : 2,60 – 3,40: vasat seçmen bağlılığı

*: 1,00 – 2,60: zayıf seçmen bağlılığı

Yukarıdaki Tablo 4 incelendiğinde TRB – I Bölgesi il merkezleri belediye başkanlarının seçmen bağlılığı sağlayabilme düzeylerinin zayıf kaldığı, alt faktörlerden tutumsal seçmen bağlılığında vasat bir bağlılık görüldüğü ve davranışsal seçmen bağlılığında ise zayıf bir bağlılık olduğu görülmektedir. Seçmen bağlılığı genel düzeyi likert ölçeğine göre 2'ye yani "mümkün değil" seçeneğine isabet etmektedir. Bununla birlikte; tutumsal seçmen bağlılığı düzeyi 3'e (kararsızım) ve davranışsal seçmen bağlılığı düzeyi ise 2'ye (mümkün değil) seçeneğine isabet etmektedir.

4.4.2. Hizmet Kalitesi ve Seçmen Bağlılığı İlişkisi

Hizmet kalitesi ile hükümdar liderlik ilişkisini sorgulamak üzere geliştirilen hipotezler şöyledir:

H₁: Seçmen bağlılığı ile belediye hizmetlerinin kalitesi arasında anlamlı ve pozitif bir ilişki vardır.

H₂: Tutumsal seçmen bağlılığı ile belediye hizmetlerinin kalitesi arasında anlamlı ve pozitif bir ilişki vardır.

H₃: Davranışsal seçmen bağlılığı ile belediye hizmetlerinin kalitesi arasında anlamlı ve pozitif bir ilişki vardır.

Hipotezleri test etmek için çoklu regresyon analizi ve yol analizi yapılmıştır. Söz konusu analizlerin sonuçları aşağıdaki tablolarda yer almaktadır.

Tablo 5: Hizmet Kalitesinin Seçmen Bağlılığı Üzerindeki Belirleyiciliği

	Değişken	B	Standart Hata _B	β	T	p	İkili r	Kısmi r
Model 1	Sabit	,677	,081		8,355	,000		
	Hizmet Kalitesi	,639	,028	,502	23,164	,000	,502	,502
		R = 0,502 R² = 0,252 F (1, 1589) = 536,551 p = ,000						
		Seçmen Bağlılığı = 0,677 + 0,639*Hizmet Kalitesi						

Model	Sabit							
2	Sabit	.733	.088		8.350	.000		
	Hizmet Kalitesi	.405	.018	.489	22.348	.000	,489	,489
$R = 0,489 \quad R^2 = 0,239 \quad F_{(1, 1585)} = 499,422 \quad p = ,000$								
Tutumsal Seçmen Bağlılığı = $0,733 + 0,405 * \text{Hizmet Kalitesi}$								
Model	Sabit							
3	Sabit	.605	.082		7.342	.000		
	Hizmet Kalitesi	.367	.017	.478	21.594	.000	,478	,478
$R = 0,478 \quad R^2 = 0,229 \quad F_{(1, 1574)} = 466,308 \quad p = ,000$								
Davranışsal Seçmen Bağlılığı = $0,605 + 0,367 * \text{Hizmet Kalitesi}$								

Tablo 5'e göre hizmet kalitesi toplam puanı ile seçmen bağlılığı arasında (Model 1) pozitif yönde ve orta düzeyde bir ilişki bulunmaktadır. Hizmet kalitesinin seçmen bağlılığı üzerindeki belirleyiciliği %25,2'dir. Seçmen bağlılığının bağımlı değişken hizmet kalitesinin ise bağımsız değişken olduğu regresyon modeli ise istatistiksel açıdan manidar bulunmuştur.

Tablo 5'e göre hizmet kalitesi toplam puanı ile tutumsal seçmen bağlılığı arasında (Model 2) pozitif yönde ve orta düzeyde bir ilişki bulunmaktadır. Hizmet kalitesinin tutumsal seçmen bağlılığı üzerindeki belirleyiciliği %23,9'dur. Tutumsal seçmen bağlılığının bağımlı değişken hizmet kalitesinin ise bağımsız değişken olduğu regresyon modeli ise istatistiksel açıdan manidar bulunmuştur.

Tablo 5'e göre hizmet kalitesi toplam puanı ile davranışsal seçmen bağlılığı arasında (Model 3) pozitif yönde ve orta düzeyde bir ilişki bulunmaktadır. Hizmet kalitesinin tutumsal seçmen bağlılığı üzerindeki belirleyiciliği %22,9'dur. Tutumsal seçmen bağlılığının bağımlı değişken hizmet kalitesinin ise bağımsız değişken olduğu regresyon modeli ise istatistiksel açıdan manidar bulunmuştur.

Hipotezlerin sınanmasına ilişkin daha güçlü kanıt elde edebilmek için seçmen bağlılığı boyutlarının bağımlı değişken hizmet kalitesi boyutlarının ise bağımsız değişken olduğu çoklu regresyon analizleri yapılmıştır. Çoklu regresyon analizleri yapılırken seçmen bağlılığının sağlanmasında etkisi olabilecek, hizmet kalitesi dışındaki tüm etkenlerin sabit oldukları varsayılmıştır. Bu analize ilişkin sonuçlar aşağıdaki tablo aracılığıyla iletilmektedir.

Tablo 6: Hizmet Kalitesi Faktörlerinin Seçmen Bağlılığı Üzerindeki Belirleyiciliği

	Değişken	B	Standart Hata B	β	T	p	İkili r	Kısmi r
Model 4	Sabit	,193	,081		2,377	,018		
	Güvenilirlik	,271	,047	,252	5,822	,000	,625	,148
	Fiziksel Unsurlar	,274	,047	,229	5,867	,000	,611	,149
	Anlama	,172	,040	,160	4,290	,000	,593	,109
	İletişim	,142	,040	,129	3,523	,000	,471	,090
	Güvenlik	,056	,038	,054	1,466	<u>,143</u>	,446	,038
	Nezaket	,048	,034	,045	1,406	<u>,160</u>	,403	,036
	Erişilebilirlik	-,025	,033	-,023	-,761	<u>,447</u>	,470	-,019
	Yeterlilik	-,137	,044	-,121	-3,082	,002	,411	-,079

$$R = 0,659 \quad R^2 = 0,432 \quad F_{(8, 1523)} = 146,337 \quad p = ,000$$

$$\text{Seçmen Bağlılığı} = 0,193 + 0,271 * \text{Güvenilirlik} + 0,274 * \text{Fiziksel Unsurlar} + 0,172 * \text{Anlama} + 0,142 * \text{İletişim} + 0,056 * \text{Güvenlik} + 0,048 * \text{Nezaket} + (-0,025) * \text{Erişilebilirlik} + (-0,137) * \text{Yeterlilik}$$

Model 5	Sabit	.197	.090		2.190	.029		
	Fiziksel Unsurlar	.353	.051	.303	6.862	.000	.620	.173
	Güvenilirlik	.263	.051	.203	5.116	.000	.596	.130
	Anlama	.140	.044	.119	3.157	.002	.573	.081
	Yeterlilik	.142	.044	.119	3.201	.001	.456	.082
	Erişilebilirlik	.040	.042	.035	.942	<u>,346</u>	.429	.024
	İletişim	.026	.037	.022	.684	<u>,494</u>	.385	.018
	Güvenlik	-.011	.036	-.009	-.294	<u>,769</u>	.467	-.008
	Nezaket	-.109	.049	-.089	-2.226	.026	.402	-.057

$$R = 0,645 \quad R^2 = 0,412 \quad F_{(8, 1520)} = 135,061 \quad p = ,000$$

$$\text{Tutumusal Seçmen Bağlılığı} = 0,197 + 0,353 * \text{Fiziksel Unsurlar} + 0,263 * \text{Güvenilirlik} + 0,140 * \text{Anlama} + 0,142 * \text{Yeterlilik} + 0,04 * \text{Erişilebilirlik} + 0,026 * \text{İletişim} + (-0,11) * \text{Güvenlik} + (-0,109) * \text{Nezaket}$$

Model 6	Sabit	.180	.085		2.111	.035		
	Güvenilirlik	.279	.049	.233	5.690	.000	.572	.145
	Anlama	.217	.043	.201	5.101	.000	.564	.130
	Fiziksel Unsurlar	.185	.049	.172	3.780	.000	.573	.097
	Yeterlilik	.149	.042	.136	3.531	.000	.447	.091
	İletişim	.073	.036	.069	2.031	.042	.385	.052
	Erişilebilirlik	.071	.040	.068	1.752	<u>,080</u>	.425	.045
	Güvenlik	-.047	.034	-.043	-1.372	<u>,170</u>	.430	-.035
	Nezaket	-.174	.047	-.154	-3.729	.000	.383	-.096

$$R = 0,619 \quad R^2 = 0,380 \quad F_{(8, 1510)} = 117,348 \quad p = ,000$$

$$\text{Davranışsal Seçmen Bağlılığı} = 0,180 + 0,279 * \text{Güvenilirlik} + 0,217 * \text{Anlama} + 0,185 * \text{Fiziksel Unsurlar} + 0,149 * \text{Yeterlilik} + 0,073 * \text{İletişim} + 0,071 * \text{Erişilebilirlik} + (-0,047) * \text{Güvenlik} + (-0,174) * \text{Nezaket}$$

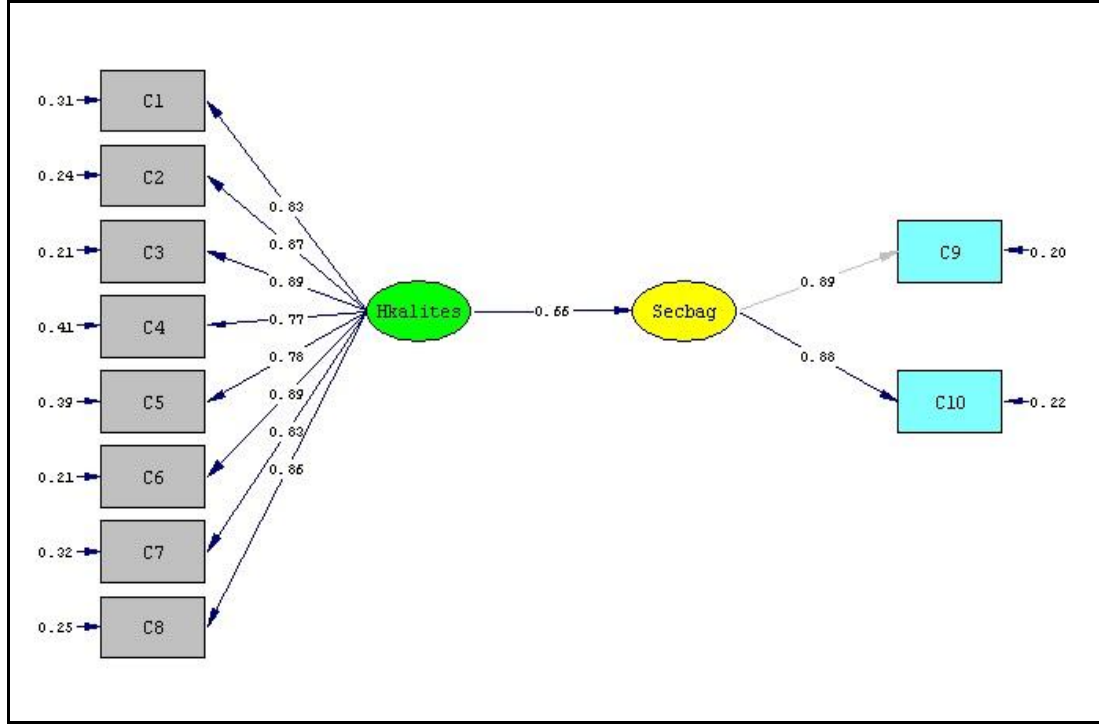
Çoklu regresyon analizlerine ilişkin Tablo 6 incelendiğinde, Model 4'ün bir bütün olarak geçerli (istatistiksel açıdan manidar) olduğu ve sekiz bağımsız değişkenin (hizmet kalitesi boyutları) bağımlı değişkendeki (seçmen bağlılığı toplam puanı) değişmelerin %43,2'sini açıklayabildiği görülmektedir. Çoklu korelasyon katsayısından ilişkinin "orta düzey" olduğu sonucu elde edilmektedir. Beta (β) katsayılarına göre, bağımsız değişkenlerin bağımsız değişken üzerindeki görece önem sırası; güvenilirlik,

fiziksel unsurlar, vatandaşı anlama, iletişim, güvenlik, nezaket, erişilebilirlik ve yeterlilik şeklindedir. Regresyon katsayılarının manidarlığına ilişkin t – testi sonuçları incelendiğinde ise, güvenlik, nezaket ve erişilebilirlik dışındaki bütün bağımsız değişkenlerin seçmen bağlılığı üzerinde manidar (önemli) birer yordayıcı oldukları görülmektedir.

Çoklu regresyon analizlerine ilişkin Tablo 6 incelendiğinde, Model 5'in bir bütün olarak geçerli (istatistiksel açıdan manidar) olduğu ve sekiz bağımsız değişkenin (hizmet kalitesi boyutları) bağımlı değişkendeki (tutumusal seçmen bağlılığı) değişmelerin %41,2'sini açıklayabildiği görülmektedir. Çoklu korelasyon katsayısından ilişkinin "orta düzey" olduğu sonucu elde edilmektedir. Beta (β) katsayılarına göre, bağımsız değişkenlerin bağımsız değişken üzerindeki görece önem sırası; fiziksel unsurlar, güvenilirlik, anlama, yeterlilik, erişilebilirlik, iletişim, güvenlik, nezaket şeklindedir. Regresyon katsayılarının manidarlığına ilişkin t – testi sonuçları incelendiğinde ise, erişilebilirlik, iletişim ve güvenlik dışındaki bütün bağımsız değişkenlerin seçmen bağlılığı üzerinde manidar (önemli) birer yordayıcı oldukları görülmektedir.

Çoklu regresyon analizlerine ilişkin Tablo 6 incelendiğinde, Model 6'nın bir bütün olarak geçerli (istatistiksel açıdan manidar) olduğu ve sekiz bağımsız değişkenin (hizmet kalitesi boyutları) bağımlı değişkendeki (davranışsal seçmen bağlılığı) değişmelerin %38'ini açıklayabildiği görülmektedir. Çoklu korelasyon katsayısından ilişkinin "orta düzey" olduğu sonucu elde edilmektedir. Beta (β) katsayılarına göre, bağımsız değişkenlerin bağımsız değişken üzerindeki görece önem sırası; güvenilirlik, anlama, fiziksel unsurlar, yeterlilik, iletişim, erişilebilirlik, güvenlik, nezaket şeklindedir. Regresyon katsayılarının manidarlığına ilişkin t – testi sonuçları incelendiğinde ise, erişilebilirlik ve güvenlik dışındaki bütün bağımsız değişkenlerin seçmen bağlılığı üzerinde manidar (önemli) birer yordayıcı oldukları görülmektedir.

Temel hipotez olan H₁ hipotezinin testine ilişkin regresyon analizi sonuçlarının sağlanmasını yapmak üzere yol analizi yapılmıştır. Yol analizine ilişkin diyagram ve tablolar aşağıda yer almaktadır.



Şekil 1: Hizmet Kalitesi Seçmen Bağlılığı İlişkinine Dair Yol Diyagramı

Şekil 1’de modele (yola) ilişkin standardize edilmiş regresyon katsayıları (yol katsayısı) görülmektedir. Diyagramdaki gözlenen değişkenlerin anlamları sırasıyla şöyledir:

C1: Fiziksel Unsurlar; **C2:** Güvenilirlik; **C3:** Vatandaş Anlama; **C4:** Nezaket; **C5:** Ulaşılabilirlik; **C6:** Yeterlilik; **C7:** Güvenlik; **C8:** İletişim

C9: Tutumsal; **C10:** Davranışsal

Yol diyagramı değerleri, aşağıdaki Tablo 7’de görülmektedir. Elde edilen bulgular, sonuçları yukarıda aktarılan regresyon analizi sonuçlarını desteklemektedir.

Tablo 7: Hizmet Kalitesi Seçmen Bağlılığı İlişkinine Dair Yol Diyagramı Değerleri

Yapısal İlişki	Yol Katsayısı (r)	r ²	Hata Varyansı	t değeri
Hizmet Kalitesi → Seçmen Bağlılığı	0,66	0,44	0,57	25,34
Yapısal Eşitlik Modeli				
Seçmen Bağlılığı = Hizmet Kalitesi*0,66				

Hizmet kalitesi ile seçmen bağlılığı arasındaki yapısal ilişkiye (modele) ilişkin uyum indeksleri aşağıdaki Tablo 8 aracılığıyla sunulmaktadır. Tablodaki değerler incelendiğinde, modelin (yolun) doğrulandığı anlaşılmaktadır.

Tablo 8: Hizmet Kalitesi Seçmen Bağlılığı Arasındaki Yapısal Modele İlişkin Uyum İndeksleri

Uyum İndeksleri	Değerlendirme
χ^2	28
sd	139,20
χ^2 / sd	4,97
p	0,00
RMSEA	0,057
AGFI	0,96
GFI	0,98
CFI	0,99
NFI	0,99

Araştırma hipotezlerinin sınanmasına ilişkin regresyon ve yol analizi sonuçları birlikte değerlendirildiğinde tüm hipotezleri destekleyen sonuçlara ulaşıldığı bir başka ifade ile de hipotezlerin tümünün doğrulandığı söylenebilir.

TARTIŞMA VE SONUÇ

Seçmen oy verme karar süreçlerini ve davranışlarını etkileyerek seçmen bağlılığı yaratan başat faktörlerden birisi, belediye tarafından sunulan hizmetlerin kalitesidir. Seçmenlerin beklentilerine uygun hizmetlerin yani seçmene göre kaliteli olan hizmetlerin sunulması seçmen bağlılığı sağlayabilir. Bu çalışmanın da amacı, seçmenlerin algıladıkları belediye hizmet kalitesinin seçmen bağlılığı üzerindeki belirleyiciliğini belirlemektir.

Araştırmanın temel kavramları arasındaki etkileşim(ler)den söz etmek gerekirse özetle şunlar ifade edilebilir:

Seçmen davranışlarını belirleyen en önemli faktörlerden biri algılanan hizmet kalitesidir (Usta ve Memiş, 2009:213-235). Belediye yönetimlerinin, yeniden seçilerek iktidarlarını sürdürebilmeleri ile yerel halkın memnuniyeti arasında doğrudan bir ilişkinin bulunduğu söylenebilir. Kısaca demokratik rejimlerde ancak yerel hizmetleri halkı memnun edecek düzeyde sunabilen yönetimlerin iktidarda kalmaya devam edeceği ileri sürülebilir (Özel vd., 2009:33-50). Yerel seçimlerde başkan adayının en önemli faktör olması, alacağı oyların doğrudan doğruya belediyenin gerçekleştirdiği veya gerçekleştirebileceği hizmetlere bağlı olduğu gerçeğini ortaya çıkarmaktadır. Bir başka ifadeyle, yerel seçimlerde partiye verilecek destek üzerinde belediye hizmetlerinin önemli bir etkiye sahip olduğu söylenebilir (Çaha, 2002:139). Buna göre araştırmada şu hipotezler sınanmıştır: “H₁: Seçmen bağlılığı ile belediye hizmetlerinin kalitesi arasında anlamlı ve pozitif bir ilişki vardır”, “H₂: Tutumsal seçmen bağlılığı ile belediye hizmetlerinin kalitesi arasında anlamlı ve pozitif bir ilişki vardır”, “H₃:

Davranışsal seçmen bağlılığı ile belediye hizmetlerinin kalitesi arasında anlamlı ve pozitif bir ilişki vardır”.

“Seçmen bağlılığı ile belediye hizmetlerinin kalitesi arasında anlamlı ve pozitif bir ilişki vardır.” şeklindeki H_1 hipotezinin desteklendiği görülmektedir. Hizmet kalitesi boyutlarından “güvenilirlik, fiziksel unsurlar, vatandaş anlama, iletişim ve yeterlilik”, seçmen bağlılığı üzerinde istatistiksel açıdan manidar düzeyde belirleyici etkiye sahip iken güvenilirlik, nezaket ve erişilebilirlik boyutlarının seçmen bağlılığı üzerindeki etkileri istatistiksel açıdan manidar değildir. Söz konusu belirleyici etkilerin görece önem sırası da “güvenilirlik, fiziksel unsurlar, vatandaş anlama, iletişim, güvenlik, nezaket, erişilebilirlik ve yeterlilik” şeklindedir. Hipotezin değerlendirilmesi için kurulan çoklu regresyon modeli, Hizmet kalitesi faktörlerinden oluşan bağımsız değişkenler ile seçmen bağlılığı (bağımlı değişken) arasında orta düzey bir ilişki ($r = 0,659$) olduğunu ve hizmet kalitesinin seçmen bağlılığı üzerindeki belirleyiciliğinin %43,2 oranında olduğunu göstermektedir.

“Tutumsal seçmen bağlılığı ile belediye hizmetlerinin kalitesi arasında anlamlı ve pozitif bir ilişki vardır.” şeklindeki H_2 hipotezinin desteklendiği görülmektedir. Hizmet kalitesi boyutlarından “fiziksel unsurlar, güvenilirlik, anlama, yeterlilik ve nezaket”, tutumsal seçmen bağlılığı üzerinde istatistiksel açıdan manidar düzeyde belirleyici etkiye sahip iken erişilebilirlik, iletişim ve güvenlik boyutlarının tutumsal seçmen bağlılığı üzerindeki etkileri istatistiksel açıdan manidar değildir. Söz konusu belirleyici etkilerin görece önem sırası da “fiziksel unsurlar, güvenilirlik, anlama, yeterlilik, erişilebilirlik, iletişim, güvenlik ve nezaket” şeklindedir. Hipotezin değerlendirilmesi için kurulan çoklu regresyon modeli, hizmet kalitesi faktörlerinden oluşan bağımsız değişkenler ile tutumsal seçmen bağlılığı (bağımlı değişken) arasında orta düzey bir ilişki ($r = 0,645$) olduğunu ve hizmet kalitesinin tutumsal seçmen bağlılığı üzerindeki belirleyiciliğinin %41,2 oranında olduğunu göstermektedir.

“Davranışsal seçmen bağlılığı ile belediye hizmetlerinin kalitesi arasında anlamlı ve pozitif bir ilişki vardır.” şeklindeki H_3 hipotezinin desteklendiği görülmektedir. Hizmet kalitesi boyutlarından “güvenilirlik, anlama, fiziksel unsurlar, yeterlilik, iletişim ve nezaket”, davranışsal seçmen bağlılığı üzerinde istatistiksel açıdan manidar düzeyde belirleyici etkiye sahip iken erişilebilirlik ve güvenlik boyutlarının davranışsal seçmen bağlılığı üzerindeki etkileri istatistiksel açıdan manidar değildir. Söz konusu belirleyici etkilerin görece önem sırası da “güvenilirlik, anlama, fiziksel unsurlar, yeterlilik, iletişim, erişilebilirlik, güvenlik ve nezaket” şeklindedir. Hipotezin değerlendirilmesi için kurulan çoklu regresyon modeli, hizmet kalitesi faktörlerinden oluşan bağımsız değişkenler ile davranışsal seçmen bağlılığı (bağımlı değişken) arasında orta düzey bir ilişki ($r = 0,619$) olduğunu ve hizmet kalitesinin davranışsal seçmen bağlılığı üzerindeki belirleyiciliğinin %38 oranında olduğunu göstermektedir.

Seçmen davranışlarını belirleyen en önemli faktörlerden biri algılanan hizmet kalitesi olduğu bilinmektedir (Usta ve Memiş, 2009:213-235). Belediye yönetimlerinin,

yeniden seçilerek iktidarlarını sürdürebilmeleri ile yerel halkın memnuniyeti arasında doğrudan bir ilişkinin bulunduğu da yazın bulguları arasında yer almaktadır. Diğer bir ifadeyle, demokratik rejimlerde, ancak yerel hizmetleri vatandaşları memnun edecek düzeyde sunabilen yönetimlerin iktidarda kalmaya devam edeceği ileri sürülebilmektedir (Özel vd., 2009:33-50).

Yukarıdaki paragrafta tekrarlanan kısa alan yazın özetinden yola çıkıldığında; araştırma hipotezlerinin desteklendiğine yönelik sonuçların yazın bulgularıyla uyumlu olduğu değerlendirilmektedir.

Öneriler

Belediyeler için geliştirilen öneriler:

- ✓ Hizmet kalitesi konusunda belediyelerin (TRB - I Bölgesi il merkezi belediyelerinin tümü) daha güçlü bir memnuniyet algısı yaratabilmek ve beklenti ile algı arasındaki farkı azaltabilmek için sırasıyla şu alanlarda halk beklentilerine uygun açılımlar yapmaları gerekmektedir: “iletişim, nezaket, güvenilirlik, güvenlik (emniyet tedbirleri), fiziksel unsurlar, erişilebilirlik, vatandaş anlama ve yeterlilik”
 - Vatandaşlarla belediye arasındaki iletişim sistemi, kesintisiz (sürekli), hızlı, etkili ve vatandaşların açıkça anlayabilecekleri şekilde olmalıdır.
 - Nezaket (hizmet sunmaya isteklilik ve vatandaşa saygılı davranma) hususundaki memnuniyeti artırmak için hem yöneticiler hem de çalışanlar, periyodik olarak hizmet içi eğitime tabi tutulmalıdır. Eğitimin içeriğinde mesleki gelişimin yanı sıra, diksiyon, hitabet, ikna teknikleri, stres yönetimi, insan davranışları ve beden dili konuları olmalıdır.
 - Güvenilirlik anlamında vatandaş memnuniyetini artırmak için belediyeye ait her faaliyet, başından sonuna kadar açık bir şekilde kamuoyuna açıklanmalıdır. Bu anlamda; arayı uzatmamak kaydıyla belirli periyotlarda belediyenin ayrıntılı bilançosu açıklanabilir, meclis ve encümen gündemi önceden halka ilan edilebilir, meclis ve encümen toplantıları canlı yayınlanabilir, toplantı tutanakları eksiksiz şekilde yayınlanabilir...
 - Güvenlik (emniyet tedbirleri) anlamında vatandaş memnuniyetini artırmak için denetimler (inşaat, gıda, gürültü, temizlik, sigara, kaldırım işgali vb.) düzenli ve sıkı bir şekilde yapılmalı, denetimlerde olumsuz bir tespit yapıldığında gereken yaptırım anında ve istisnasız şekilde uygulanmalı, denetimde ve yaptırımda adil ve tarafsız olunmalıdır.
 - Fiziksel unsurlardan kasıt belediye hizmetlerinin görülebilen taraflarıdır. Bunlar; temizlik, çöp toplama, imar, yol, kaldırım, park, yeşillendirme, su,

kanalizasyon, ulaşım, sosyal yardım vb.'dir. Bu anlamda memnuniyeti artırmak için ön şart hizmetin sürekliliğinin sağlanması ve vatandaş beklentilerine dayanmasıdır. Bu hizmetlerin sunulmasında, şehrin geleceği de dikkate alınmalıdır. Yine, belediyede olumlu bir örgüt kültürünün yaratılmış olması da fiziksel unsurların yaratacağı memnuniyeti artıracaktır.

- Erişilebilirlik konusunda vatandaş memnuniyetinin artırılması için her anlamda belediyeye ulaşma kolaylaştırılmalıdır. Örneğin; hizmet binasına gelebilme ve girebilme, telefonla arandığında kısa sürede muhabata ulaşabilme, kolay erişilebilir ve kullanışlı bir web sayfası düzenleme, yöneticilerin randevu taleplerine kısa sürede cevap vermeleri, halk günleri düzenleme, şehrin diğer temsilcileriyle (medya, meslek kuruluşları, sivil toplum kuruluşları, diğer kamu kuruluşları, muhtarlar vb.) düzenli olarak istişare toplantıları düzenleme...
- Vatandaş anlama, her yönüyle tanıyabilme ve tanımlayabilme anlamındadır. Bu konuda; vatandaşlar sıklıkla ziyaret edilerek istekleri bizzat dinlenmelidir. Düzenli aralıklarla memnuniyet ve beklenti anketleri uygulanmalıdır. Bu şekilde, memnuniyet yaratılabilmemiş hizmetlerin sürekliliğinin sağlanması ve memnuniyet yaratılamamış hizmetler için düzeltici önlemlerin alınması etkili bir şekilde yerine getirilebilecektir.
- Yeterlilik; “para, mekân, kalifiye eleman, makine-teçhizat, iletişim” konularında kaliteli hizmet sunabilecek imkânlara sahip olmak anlamındadır. Belediyelerimiz, yalın (sade ve gereksiz ayrıntılardan arındırılmış) organizasyon yapısı oluşturabilirlerse ve stratejik planlamaya (hazırlama ve uygulama) gereken önemi verirlerse verimlilikleri artacaktır. Buna bağlı olarak tespit edilecek (veya yaratılacak) kaynaklar ile yetersizlik görülen alanlar desteklenebilecektir. Bu konuda, profesyonel danışmanlık firmalarından ya da üniversitelerden yardım alınmalıdır.
- ✓ Seçmen bağlılığı konusunda belediye başkanlarının (TRB – I Bölgesi il merkezi belediyelerinin tümü) daha güçlü bağlılık hisseden seçmen kitlesi yaratabilmek için sırasıyla şu alanlarda halk beklentilerine uygun açılımlar yapmaları gerekmektedir: “davranışsal, tutumsal”
 - Davranışsal bağlılık, oy verme davranışını izleyen seçimlerde tekrarlama anlamındadır. Bir diğer ifadesi ise alışkanlıkların devamı olarak adaya veya partiye oy vermektir. Seçmenin böyle bir alışkanlık kazanması için başkanların güçlü ve saygın bir kişilik imajına sahip olmaları gerekmektedir.
 - Tutumsal bağlılık, adaya veya partiye karşı olumlu bir bakış açısına (tutuma) sahip olmak anlamındadır. Böyle bir bakış açısının kaynağında da yukarıda bahsedildiği gibi olumlu imajın (güçlü ve saygın kişilik) olduğu düşünülmektedir.
 - Ölçümler, başkanların seçmen bağlılığı yaratma potansiyelinin zayıf kaldığını göstermektedir. Bunun anlamı, başkanların etrafında görülen seçmen kitlesinin

kaygan olduğu yani bu seçmenlerin kalıcı olmadığıdır. Bu durum, Merkez Bankası'nın sıcak para rezervlerine benzetilebilir. Bilindiği üzere, sıcak para yabancıların emaneten getirdikleri paradır. Soğutulamazsa en ufak bir hareketlenmede ya da spekülatif durumda ülke dışına bir anda çıkarılır ve ekonomiyi telafisi güç sıkıntılara sokabilir. İşte, araştırma sonuçları da başkanların etrafındaki seçmenlerin emanet seçmen konumundan ev sahibi seçmen konumuna getirilemediklerini göstermektedir. Bu seçmenlerin kalıcılıklarının güçlendirilmesi için;

- Araştırma sonuçları, hizmet kalitesinin, tutumsal seçmen bağlılığına davranışsal seçmen bağlılığına oranla daha fazla etki ettiğini göstermiştir. “Adaya karşı alışkanlıkların ötesinde bir bağlılık hissetmek ve olumlu bakmak” demek olan tutumsal bağlılığa verilecek önem, başkanların etrafındaki seçmen kitlesinin kalıcılığını sağlama anlamında öncelik verilmesi gereken alandır.
- Hizmet kalitesi boyutlarının genel seçmen bağlılığı yaratmadaki etkililiğinin sırasıyla “güvenilirlik, fiziksel unsurlar, anlama, iletişim, güvenlik, nezaket, erişilebilirlik ve yeterlilik”, tutumsal seçmen bağlılığı yaratmadaki etkililiğinin sırasıyla “fiziksel unsurlar, güvenilirlik, anlama, yeterlilik, erişilebilirlik, iletişim, güvenlik, nezaket” ve davranışsal seçmen bağlılığı yaratmadaki etkililiğinin de sırasıyla “güvenilirlik, anlama, fiziksel unsurlar, yeterlilik, iletişim, erişilebilirlik, güvenlik, nezaket” şeklinde olduğu ifade edilmişti. Her üç sıralamada, yerleri değişik olsa da “güvenilirlik, fiziksel unsurlar ve vatandaş” anlama boyutlarının başta gelmeleri dikkat çekicidir. Başkanların, vatandaşların söz konusu boyutlara atfettiği önem sıralamasına riayet ederek hizmet uygulamalarını yeniden inşa etmeleri gerekmektedir. Bu alanda yapılabileceklerle ilişkin öneriler hizmet kalitesi ile ilgili önerilerin arasında yer almaktadır.
- Başkanların ve belediyelerin yeni bir imaj yapılandırmasına ihtiyaçlarının olduğu düşünülmektedir. Bunun için profesyonel destek almaları gerekmektedir. Bu destek, görev süreleri içerisinde yıpranmaları doğal olan başkanların, bu yıpranmanın etkilerini bertaraf etmelerine de yardımcı olacaktır.

İlerleyen dönemlerde yapılacak araştırmalar için getirilen öneriler:

Bu araştırmanın sonuçları, araştırmada tanımlanan ana kütle (evren) için geçerlidir. Ayrıca belli bir dönemi kapsamaktadır. Farklı dönemlerde yapılacak ölçümlerin karşılaştırılmasına dayalı çalışmalar yapılabilir.

Bu çalışma, belediye hizmetlerinin görünen yüzünde olan yol, asfalt, kaldırım, park, yeşillendirme ve altyapı gibi çalışmaların mevsim itibarıyla (Ocak – Şubat) pek

fazla ön planda olmadığı bir döneme denk gelmiştir. Aynı evrene yönelik olarak örneğin Temmuz – Ağustos döneminde aynı araçlar kullanılarak yapılacak bir ölçümle bu çalışmanın sonuçları karşılaştırılabilir.

Bu çalışma; ekonomik, sosyal ve coğrafi yönden benzerlik gösteren komşu illerde gerçekleştirilmiştir. Farklı bir coğrafi bölgede yer alan benzer bir komşu iller grubunda ya da gruplarında aynı ölçümler yapıp sonuçlar kıyaslanabilir.

Bu çalışmada belediyeler arası kıyaslama yapılmamıştır. Mevcut veriler, kıyaslama düşüncesi ve buna yönelik analizlerle tekrar yorumlanabilir. Ölçüm, tekrarlanıp sonuçlar kıyaslama perspektifi ile analiz edilebilir.

Hizmet kalitesini ve seçmen bağlılığını açıklayabilecek liderlik dışındaki faktörlerin de (değişkenlerin) dâhil edildiği çalışmalar yapılarak söz konusu kavramların daha güçlü dayanaklarla açıklanması mümkün olabilir.

Burada belirtilmesi gereken ve bundan sonra dikkate alınması gereken bir diğer önemli nokta da, siyasal karar verme sürecinde (oy verme karar sürecinde) etkili olabilecek faktörlerin belediye hizmet kalitesi ve seçmen bağlılığı üzerindeki etkililiğidir. Siyasal karar verme sürecinin, karmaşık bir yapıya sahip olduğu göz ardı edilmemelidir. Sosyal, psikolojik, ekonomik, kültürel ve diğer birçok faktör de karar verme sürecine doğrudan veya dolaylı olarak bir etkide bulunabilmektedir. Siyasal karar verme sürecinin bu karmaşıklığı da göz önüne alınmalı ve araştırmalara bu bakış açısı da eklenmelidir.

Seçmenlerin belediye hizmet kalitesi ve belediye başkanının liderlik özelliklerine ilişkin algılamaları ile belediye başkanına yönelik seçmen bağlılığı davranışı geliştirme düzeylerini cinsiyet, yaş, medeni durum, eğitim düzeyi, gelir düzeyi, meslek gibi demografik değişkenlerin yanı sıra siyasal kimlik tanımlamaları ve oy verilen parti gibi değişkenlerin de etkilemesi olasıdır. Özellikle siyasal kimlik tanımlamasının “belediye hizmet kalitesi ve belediye başkanına yönelik seçmen bağlılığı davranışı geliştirme” üzerinde önemli bir belirleyici (yordayıcı, açıklayıcı, öncül) etkisinin olacağı değerlendirilmektedir. Bu itibarla, siyasal kimlik tanımlamasının söz konusu değişkenler üzerindeki etkisini inceleyen çalışmaların özgün değeri olan ve pratik yarar sağlayacak çalışmalar olacağı düşünülmektedir.

KAYNAKÇA

- ARDIÇ, K., YÜKSEL, F., ve ÇEVİK, O. (2004). Belediyelerde Hizmet Kalitesinin (Vatandaş Tatmininin) Ölçülmesi (Tokat Belediyesi'nde Bir Uygulama). *Çağdaş Yerel Yönetimler*. 13(3), 63 – 81.
- BAŞ, T. (2008). *Anket*. Ankara: Seçkin Yayıncılık.
- BERKÜN, S. (2005). *Bursa Osmangazi ve İnegöl Belediyeleri Yönetim Sistemleri: Kalite Yönetimi Perspektifinden Karşılaştırmalı Bir Analiz*. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi. Bursa: Uludağ Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- BERNHARD, I. (2009). *Evaluation of Customer Centre and e-Services in a Swedish Municipality with Focus on the Citizens' Perspective*. 3rd European Conference on Information Management and Evaluation. 34 – 41.
- BOLAT, B. (2002). *ISO 9000 Kalite Yönetimi ve ISO 14000 Çevre Yönetimi Sistemleri Uygulamalarının Değerlendirilmesi: Türkiye Örneği*. Yayınlanmamış Doktora Tezi. İstanbul: İstanbul Teknik Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü.
- BUTTLE, F. (1996). Servqual: Review, Critique, Research Agenda. *European Journal of Marketing*. 30(1), 8 – 32.
- CLEARY, M.R. (2003). Electoral Competition, Citizen Influence, and Government Performance in Mexican Municipalities. *Politica Y Gobierno*. 10 (1), 183.
- ÇAHA, Ö. (Editör). (2002). *Seçmen Davranışı ve Siyasal Partiler*. İstanbul: Gendaş Yayınları. İçinde; ÇAHA, Ö., TOPRAK, M. ve DALMIŞ, İ. (2002). Seçmenin Parti Tercihinde Rol Oynayan Faktörler: Kırıkkale Örneği. 116-141.
- ÇAKMAK, A.K. (2007). *Halkın Belediye Hizmetlerinden Memnuniyet Derecesinin Belirlenmesi (Muğla İli Örneği)*. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi. Muğla: Muğla Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- ÇOKLUK, Ö., ŞEKERCİOĞLU, G. ve BÜYÜKÖZTÜRK, Ş. (2010). *Sosyal Bilimler İçin Çok Değişkenli İstatistik*. ANKARA: Pegem Akademi.
- DIMITRIADES, Z.S. (2006). Customer Satisfaction, Loyalty and Commitment in Service Organizations. *Management Research News*. 29(12), 782-800.
- DUMAN, F. (2006). *Belediyelerde Yönetişim ve Müşteri-Vatandaş Odaklılık Tartışmaları*. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi. Sivas: Cumhuriyet Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- DUMAN, T. ve YÜKSEL, F. (2008). Belediyelerde Vatandaş Memnuniyetinin Ölçümü: Mersin Büyükşehir Belediyesi Örneği. *Çağdaş Yerel Yönetimler*. 17(1), 43 – 57.

- EVANS, J.R., and LINDSAY, W.M. (1999). *The Management and Control of Quality*. Ohio: South - Western Company.
- FOLZ, D.H. (2004). Service Quality and Benchmarking the Performance of Municipal Services. *Public Administration Review*. 64(2), 209 – 220.
- GÜMÜŞOĞLU, Ş., ERDEM, S., KAVRUKKOCA, G., ve ÖZDAĞOĞLU, A. (2003). Belediyelerde Beklenen Algılanan Hizmet Kalitesinin “Servqual” Modeli İle Ölçülmesi ve Muğla İlinde Bir Uygulama. *İstanbul: 3. Ulusal Üretim Araştırmaları Sempozyumu*.
- HAZMAN, G.G. (2009). Küçük ve Orta Ölçekli Belediyelerde Performansı Etkileyen Unsurların Belirlenmesine Yönelik Bir Araştırma. *Çağdaş Yerel Yönetimler*. 18(4), 53 – 66.
- HERNANDEZ, HG. and COLMENARES, I.R. (2009). Social Capital and the Management of Citizen Demands in the Municipality of San Francisco. *State of Zulia, Revista De Ciencias Sociales*. 15(3), 470-485.
- JAROS, D. and MASON, G.L. (1969). Party Choice and Support for Demagogues: An Experimental Examination. *The American Political Science Review*. 63(1), 100-110.
- KALAYCI, Ş. (Editör). (2009). *SPSS Uygulamalı Çok Değişkenli İstatistik Teknikleri*. İçinde: KAYIŞ, A. *Güvenilirlik Analizi*. Ankara: Asil Yayın Dağıtım.
- KALENDER, A. (2005). *Siyasal İletişim Seçmenler ve İkna Stratejileri*. Konya: Çizgi Kitabevi.
- KARALAR, R. (1998). *İşletme: Temel Bilgiler, İşlevler*. (Düzeltilmiş 7. Baskı.). Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Yayınları.
- KAYA, F. (2005). *Yerel Gazetelerin Okuyucularının Siyasi Tercihlerine Etkisi*. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi. Isparta: Süleyman Demirel Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- KIRAL, B. (2006). *Kamu Yönetiminde Yeni Yönetim Yaklaşımları ve Müşteri - Vatandaş Odaklılık (Tokat Belediyesi Örneği)*. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi. Tokat: Gaziosmanpaşa Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- KOTLER, P. (1991). *Marketing Management: Analysis, Planning, Implementation, and Control (7th ed.)*. NJ: Prentice-Hall.
- KURGUN, A., ÖZDEMİR, A., KURGUN, H. ve BAKICI, Z. (2008). Belediyelerde Hizmet Yeterliliğinin ve Hizmet Kalitesinin Artırılmasını Etkileyen Faktörlerin Analizi: İzmir Karşıyaka Belediyesinde Uygulama. *Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*. 10(2), 29 – 54.
- MARTINS, M.R. (1995). Size of Municipalities, Efficiency, And Citizen Participation: A Cross-European Perspective. *Environment and Planning C-Government and Policy*. 13 (4), 441-458.

- MUDAMBI, R., NAVARRA, P. and NICOSIA, C. (1996). *Plurality Versus Proportional Representation: An Analysis of Sicilian Elections*. *Public Choice*. 86, 341-357.
- MURDICK, G.R. (1990). *Service Operation Management*. USA: Ally and Bacon.
- NEBATİ, N. (24.06.2012). *Yeni Kamu İşletmeciliği*. Erişim adresi: <http://www.yerelsiyaset.com/v4/sayfalar.php?goster=ayrinti&id=1193>
- ÖKFEM, M. ve SEÇKİNER, E. (2010). **Bilgi Toplumu ve Kamu Yönetimi Bağlamında Bireyin Yeri: Vatandaş mı Tüketici mi?**. 23 – 46. İçinde: BABAOĞUL, M. ve ŞENER, A. (2010). *Tüketici Yazıları*. Ankara: Hacettepe Üniversitesi Tüketici - Pazar - Araştırma - Danışma Test ve Eğitim Merkezi.
- ÖKMEN, M. ve PARLAK, B. (2010). *Kuramdan Uygulamaya Yerel Yönetimler*. İstanbul: Alfa Aktüel Yayınları.
- ÖZEL, M., EREN, V. ve İNAL, M.E. (2009). Yerel Siyaset ve Yerel Halkın Belediye Hizmetlerine Bakışı: Yerel Hizmetlerden Memnuniyet Düzeyi Üzerine Bir Araştırma. *Alanya İşletme Fakültesi Dergisi*. 1(1), 33-50.
- PARASURAMAN, A., ZEITHAML, V.A. and BERRY, L.L. (1985). A Conceptual Model of Service Quality and Its Implications for Future Research. *Journal of Marketing*. 49, 41-50.
- PILLAI, R. and WILLIAMS, E.A. (1998). Does Leadership Matter in The Political Arena? Voter Perceptions of Candidates' Transformational and Charismatic Leadership and The 1996 U.S. Presidential Vote. *Leadership Quarterly*. 9(3), 397-416.
- QUENTER, Pascale G. and LIM, Ai Lin (2003), "Product Involvement/Brand Loyalty: is There A Link", *Journal of Product ve Brand Management*, Vol 12, Sayı 1, ss. 22-38.
- REEVES, C.A., BEDNAR, D.A. and LAWRENCE, R.C. (1995). Back to the Beginning: What Do Customers Care About in Service Firms?. *Quality Management Journal*. 3(1), 56 – 72.
- ŞİMŞEK, Ö.F. (2007). *Yapısal Eşitlik Modellemesine Giriş*. ANKARA: Ekinoks Yayınları.
- TORLAK, Ö. (1999). *Belediyelerde Hizmet Yönetimi ve Pazarlama*. Ankara: Seçkin Yayınevi.
- TOSUN K.E. (2008). Türkiye'de E-Belediyecilik Uygulamaları: Bursa Nilüfer-Osmangazi-Yıldırım Belediyelerinin Web Sitelerinin Analizi. *Çağdaş Yerel Yönetimler*. 17(2), 71-94.
- URAL, A. ve KILIÇ, İ. (2006). *Bilimsel Araştırma Süreci ve SPSS İle Veri Analizi*. Ankara: Detay Yayıncılık.

- USTA, R. ve MEMİŞ, L. (2009). Belediyelerde Hizmet Kalitesinin Seçmen Bağlılığı Üzerinde Etkisi. *Afyon Kocatepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*. 11(1), 213-235.
- ÜZTUĞ, F. (2004). Siyasal İletişim Yönetimi. İstanbul: Mediacat Yayınları.
- YI, Y. and LA, S. (2004). What Influences the Relationship Between Customer Satisfaction and Repurchase Intention? Investigating the Effects of Adjusted Expectations and Customer Loyalty. *Psychology&Marketing*. 21(5), 351-373.
- YILMAZ, V. ve ÇELİK, H.E. (2009). *LISREL İle Yapısal Eşitlik Modellemesi – I*. ANKARA: Pegem Akademi.