



PARADOKS Ekonomi, Sosyoloji ve Politika Dergisi
PARADOKS Economics, Sociology and Policy Journal

Kent Bilincinin Oluşturulması İle Hizmet Pazarlaması Aracı Olarak Beyaz Masa Uygulaması Ve Hukuki Yapısı: Afyonkarahisar Belediyesi Örneği

The White Table Implementation as a Tool for Raising Urban Consciousness and for Marketing of Services, and Its Legal Structure: The Example of the Ministry of Afyonkarahisar

Ahmet UYAR

Yrd. Doç. Dr., Afyon Kocatepe Üniversitesi, BUBYO

Mehmet MECEK

Öğr.Gör., Afyon Kocatepe Üniversitesi, BUBYO

Editör/Editor-in-Chief

Doç.Dr.Elif KARAKURT TOSUN

Editör Yardımcıları/Co-Editors

Doç.Dr.Sema AY

Dr.Hilal YILDIRIR KESER

Uygulama/Design

Dr.Yusuf Budak

Tarandığımız İndexler / Indexes



Dergide yayınlanan yazılardaki görüşler ve bu konudaki sorumluluk yazarlarına aittir. Yayınlanan eserlerde yer alan tüm içerik kaynak gösterilmeden kullanılamaz.

All the opinions wriVen in artic- les are under responsibilities of the authors. None of the contents published cannot be used without being cited.

Yayın ve Danışma Kurulu / Publishing and Advisory Committee

Prof.Dr.Veyssel BOZKURT (İstanbul Üniversitesi)
 Prof.Dr.Marijan CINGULA (University of Zagreb)
 Prof.Dr.Recai ÇINAR (Gazi Üniversitesi)
 Prof.Dr.R.Cengiz DERDİMAN (Uludağ Üniversitesi)
 Prof.Dr.Aşkın KESER (Uludağ Üniversitesi)
 Doç.Dr.Sema AY (Uludağ Üniversitesi)
 Assoc.Prof.Dr.Mariah EHMKE (University of Wyoming)
 Assoc.Prof.Dr.Ausra REPECKIENE (Kaunas University)
 Assoc.Prof.Dr. Cecilia RABONTU (University " Constantin Brancusi" of TgJiu)
 Doç.Dr.Elif KARAKURT TOSUN (Uludağ Üniversitesi)
 Doç.Dr.Emine KOBAN (Gaziantep Üniversitesi)
 Doç.Dr.Ferhat ÖZBEK (Gümüşhane Üniversitesi)
 Doç.Dr.Senay YÜRÜR (Yalova Üniversitesi)
 Dr.Zerrin FIRAT (Uludağ Üniversitesi)
 Dr.Murat GENÇ (Otago University)
 Dr.Hilal YILDIRIR KESER (Uludağ Üniversitesi)

Hakem Kurulu / Referee Committee

Prof.Dr.Veyssel BOZKURT (İstanbul Üniversitesi)
 Prof.Dr.Veyssel BOZKURT (İstanbul Üniversitesi)
 Prof.Dr.Marijan CINGULA (University of Zagreb)
 Prof.Dr.Recai ÇINAR (Gazi Üniversitesi)
 Prof.Dr.Mehmet Sami DENKER (Dumlupınar Üniversitesi)
 Prof.Dr.R.Cengiz DERDİMAN (Uludağ Üniversitesi)
 Prof.Dr.Zeynel DİNLER (Uludağ Üniversitesi)
 Prof.Dr.Hasan ERTÜRK (Uludağ Üniversitesi)
 Prof.Dr.Bülent GÜNŞOY (Anadolu Üniversitesi)
 Prof.Dr.Sait KAYGUSUZ (Uludağ Üniversitesi)
 Prof.Dr.Aşkın KESER (Uludağ Üniversitesi)
 Prof.Dr.Bekir PARLAK (Uludağ Üniversitesi)
 Prof.Dr.Ali Yaşar SARIBAY (Uludağ Üniversitesi)
 Prof.Dr.Şaban SİTEMBÖLÜKBAŞI (Süleyman Demirel Üniversitesi)
 Prof.Dr.Abdülkadir ŞENKAL (Kocaeli Üniversitesi)
 Prof.Dr.Veli URHAN (Gazi Üniversitesi)
 Prof.Dr.Uğur YOZGAT (Marmara Üniversitesi)
 Doç.Dr.Sema AY (Uludağ Üniversitesi)
 Doç.Dr.Elif KARAKURT TOSUN (Uludağ Üniversitesi)
 Doç.Dr.Hakan ALTINTAŞ (Sütçü İmam Üniversitesi)
 Doç.Dr.Hamza ATEŞ (Kocaeli Üniversitesi)
 Doç.Dr.Canan CEYLAN (Uludağ Üniversitesi)
 Doç.Dr.Kenan DAĞCI (Yalova Üniversitesi)
 Doç.Dr.Kemal DEĞER (Karadeniz Teknik Üniversitesi)
 Doç.Dr.Kadir Yasin ERYİĞİT (Uludağ Üniversitesi)
 Doç.Dr.Ömer İŞCAN (Atatürk Üniversitesi)
 Doç.Dr.Vedat KAYA (Atatürk Üniversitesi)
 Doç.Dr.Emine KOBAN (Gaziantep Üniversitesi)
 Doç.Dr.Burcu KÜMBÜL GÜLER (Kocaeli Üniversitesi)
 Doç.Dr.Veli Özer ÖZBEK (Dokuz Eylül Üniversitesi)
 Doç.Dr.Serap PALAZ (Balıkesir Üniversitesi)
 Assoc.Prof.Dr. Cecilia RABONTU (University " Constantin Brancusi" of TgJiu)
 Assoc.Prof.Dr.Ausra REPECKIENE (Kaunas University)
 Doç.Dr.Abdülkadir ŞENKAL (Kocaeli Üniversitesi)
 Doç.Dr.Sevtap ÜNAL (Atatürk Üniversitesi)
 Doç.Dr.Sevda YAPRAKLI (Atatürk Üniversitesi)
 Doç.Dr.Gözde YILMAZ (Marmara Üniversitesi)
 Doç.Dr.Senay YÜRÜR (Yalova Üniversitesi)
 Yrd.Doç..Dr.Aybeniz AKDENİZ AR (Balıkesir Üniversitesi)
 Yrd.Doç.Dr.Doğan BIÇKI (Muğla Üniversitesi)
 Yrd.Doç.Dr.Cantürk CANER (Dumlupınar Üniversitesi)
 Yrd.Doç.Dr.Ferhat ÖZBEK (Gümüşhane Üniversitesi)
 Yrd.Doç.Dr.Ceyda ÖZSOY (Anadolu Üniversitesi)
 Dr.Murat GENÇ (Otago University)



PARADOKS Ekonomi, Sosyoloji ve Politika Dergisi
PARADOKS Economics, Sociology and Policy Journal

**KENT BİLİNCİNİN OLUŞTURULMASI İLE HİZMET
PAZARLAMASI ARACI OLARAK BEYAZ MASA UYGULAMASI
VE HUKUKİ YAPISI: AFYONKARAHİSAR BELEDİYESİ ÖRNEĞİ**

*THE WHITE TABLE IMPLEMENTATION AS A TOOL FOR
RAISING URBAN CONSCIOUSNESS AND FOR MARKETING OF
SERVICES, AND ITS LEGAL STRUCTURE: THE EXAMPLE OF THE
MINISTRY OF AFYONKARAHİSAR*

Ahmet UYAR

Yrd. Doç. Dr., Afyon Kocatepe Üniversitesi, BUBYO

Mehmet MECEK

Öğr.Gör., Afyon Kocatepe Üniversitesi, BUBYO

KENT BİLİNCİNİN OLUŞTURULMASI İLE HİZMET PAZARLAMASI ARACI OLARAK BEYAZ MASA UYGULAMASI VE HUKUKİ YAPISI: AFYONKARAHİSAR BELEDİYESİ ÖRNEĞİ

THE WHITE TABLE IMPLEMENTATION AS A TOOL FOR RAISING URBAN CONSCIOUSNESS AND FOR MARKETING OF SERVICES, AND ITS LEGAL STRUCTURE: THE EXAMPLE OF THE MINISTRY OF AFYONKARAHİSAR

Ahmet UYAR

Yrd. Doç. Dr., Afyon Kocatepe Üniversitesi, BUBYO

Mehmet MECEK

Öğr.Gör., Afyon Kocatepe Üniversitesi, BUBYO

ÖZET

Bu çalışma beyaz masa uygulamasının kent bilinci oluşmasına katkısı üzerine odaklanmaktadır. Bu kapsamda kent bilinci, halkla ilişkiler gibi kavramlar açıklanarak belediye hizmetleri açısından bu kavramlar değerlendirilmiştir. Ayrıca Afyonkarahisar belediyesi beyaz masa hizmeti üzerine bir araştırma gerçekleştirilmiştir. Araştırma yöntemi olarak mülakat yapma ve veri tarama yöntemleri kullanılmıştır. Mülakat çalışması Afyonkarahisar Belediyesi Halkla İlişkiler Müdürlüğü ile Muhtarlık Hizmetleri Müdürlüğü birimlerinde gerçekleştirilmiştir. Yapılan çalışmada; beyaz masanın işlevleri, görevleri, vatandaşlara sunduğu hizmetler, hukuki dayanakları, başvuru sayısı, şikayetlerin çözüm oranı, kent bilinci oluşmasına katkısı, halkla ilişkiler ve belediye imajı açısından önemi gibi bir çok konuda bilgi ve veri toplanmıştır. Elde edilen bu bilgiler kent bilinci oluşmasında beyaz masanın nasıl bir katkısı olduğu, bu bilinci geliştirmek için belediyelerin nasıl bir yol izlemeleri gerektiği gibi konulara açıklık getirmek amacıyla değerlendirilmiştir. Çalışmadan elde edilen sonuçlara göre; her yıl binlerce insan beyaz masaya başvurmakta ve bu başvuruların büyük bir kısmı çözüme kavuşmaktadır. Ayrıca beyaz masa uygulaması halk tarafından büyük bir memnuniyetle karşılanmakta ve belediye ile yurttaş arasında ki ilişkiyi güçlendirmektedir. Tüm sonuçlar birlikte değerlendirildiğinde beyaz masa, belediye hizmetlerine vatandaşların katılımını sağlayarak kentlilik bilincinin gelişmesine hizmet etmekte, aidiyet duygusunu arttırmaktadır. Aktif katılımı sağladığı için bürokrasiyi azaltarak belediye ile vatandaş arasındaki engelleri kaldırmakta, şeffaf ve demokratik yönetim anlayışını arttırmaktadır.

Anahtar Kelimeler: Beyaz Masa, Kent Bilinci, Kent Kültürü, Yerel Yönetimlerde Halkla İlişkiler, Hizmet Pazarlaması.

ABSTRACT:

This study focuses on the contribution of the white table service to the formation of urban consciousness. In this scope, concepts such as urban consciousness and public relations were explained and they were assessed in terms of municipal services. Additionally, the municipality of Afyonkarahisar carried out a research on the white table service. For the research, the methods of interview and data screening were utilised. The interview work was carried out in the Directorates of Public Relations and Neighbourhood Headman's Office Services. In this context, information and data were collected on many subjects such as the functions and duties of the white table, the services that it provides to citizens, its legal basis, number of applications, the rate of solutions for complaints, its contribution to the creation of urban consciousness, public relations and municipality image. This

information was evaluated to clarify the contribution of the white table to the creation of urban consciousness and the way that municipalities should follow to develop this consciousness. According to the findings of the study, each year thousands of people apply to the white table and a great part of these applications are solved. Besides, the white table service is welcomed by public community very gladly and it strengthens the relationship between the municipality and citizens. When all the results are assessed together, the white table enables the participation of citizens in municipality services, contributes to the creation of urban consciousness, and improves the sense of belonging. As it enables active participation, it reduces bureaucracy, remove the obstacles between the municipality and citizens, and improves the understanding of transparent and democratic management.

Key Words: *White Table, Urban Awareness, Urban Culture, Public Relations in Local Governments, Marketing Services.*

1.GİRİŞ

Kent kültürü, kentlerin içinde barındırdığı insanların birbirleriyle gerçekleştirdikleri ilişki ve etkileşimlerini bir ilişki örüntüsü içinde düzenleyen sistemin bir tutkalı, birleştiricisi olarak görülür. Bu özelliğiyle toplumsal sınıf, statü, etnik ve dini farklılıklar ile farklı ekonomik, sosyal ve mesleki grupların oluşturduğu alt kültür değerlerini mozaik olarak bir arada tutan kent kültürü, modern kent anlayışının ve işleyişinin bir ürünüdür (Tatlidil, 2009:326). Kent kültürünün kentte yaşayan kişilerce içselleştirilmesi ve bu kültürün bilinçli bir şekilde yaşatılması son derece önemlidir. Kent kültürünün içselleştirilmesi sonucunda ortaya çıkan kentlilik bilinci; kentte yaşayan bireylerin ve/veya toplulukların kentsel yaşama/kültüre özgü tutum ve davranışlar içerisinde bulunmaları, kendilerini o kente ve kültürüne ait hissetmeleri, kendilerinin kentli bir birey/aktör/paydaş olduklarının farkında olmaları ve buna uygun bir yaşam tarzı oluşturmaları anlamına gelmektedir (Kurt, 2011:266).

Yerel idarelerin gerçekleştirdiği bir çok çaba yada faaliyet kent kültürünün oluşmasına yol açmaktadır. Beyaz masa uygulaması özellikle kentlilik bilincinin oluşmasına büyük bir katkı sağlamaktadır. Beyaz masa uygulaması kentte yaşayan insanların sorunlarına, isteklerine, şikayet ve önerilerine eğilen böylece kente sahip çıkma duygusunu aşıl原因an bir sosyal belediyeçilik hizmetidir. Uygulama sayesinde bir yandan insanlarda kentlilik bilinci gelişmekte ve kent idaresine katılım duygusu artmaktadır. Diğer taraftan da demokratik ve şeffaf yönetim ilkeleri çerçevesinde uygulamalar yapılabilmesine olanak sağlamaktadır (Ibb, 2012: 62). Beyaz masaya; yol bakım, onarım, alt-üst yapı çalışmaları, imar, bayındırlık, iskân, park bahçe, peyzaj, çevre koruma, temizlik, sağlık, ilaçlama, veterinerlik, gıda güvenliği, hijyen, ulaşım, zabıta, su, kanalizasyon, itfaiye, pazaryeri, defin, nikah, yapılaşma, kent güvenliği, gürültü vb ile ilgili konular başta olmak üzere belediyeler tarafından doğrudan ya da dolaylı olarak sunulan tüm yerel hizmetlerle ilgili olarak başvuru yapılabilmektedir.

Bu çalışmanın amacı bir hizmet pazarlaması ve halkla ilişkiler uygulaması olan beyaz masanın yerel idareler ile vatandaşlar arasında nasıl bir köprü olduğunu ortaya koymaktır. Ayrıca insan odaklı yerel

yönetim anlayışına örnek teşkil edebilecek bir belediyeçilik hizmetinin tanıtılmasıdır. Bu amaçla Afyonkarahisar Belediyesi Beyaz Masa Uygulaması hukuki, teknik ve uygulama pratikleri perspektiflerinden incelenecektir.

2. KAVRAMSAL ÇERÇEVE

Sosyal belediyeçilik anlayışın bir uygulama şekli olan beyaz masa uygulamasının optimal bir ölçüde anlaşılabilmesi açısından bu uygulamanın gerçekleştirildiği kentin, kentte yaşayan kentlilerin ve kentlilerin sahip olduğu/olması gerektiği kentlilik olgusunun (bilincinin) kısaca hatırlatılması yararlı olacaktır. Ayrıca çalışmamızın kapsamı açısından yerel kamu hizmetlerinin sunumunda oldukça önemli bir kavram olan hizmet pazarlamasının kavramsal açıdan ele alınması çalışmamızın literatüre katkı sağlayabilmesi açısından isabetli olacağı düşünülmektedir.

2.1. Kent Bilinci

Kentli birey olma olgusu ve bu olgu sonucu ortaya çıkan kentlilik duygusu (bilinci) ile fiziksel/sosyal bir mekan olan kent arasında yakın bir ilişki bulunmaktadır (Biol, 2008: 28). Hatta bu yakın ilişki nedeniyle bazen bu kavramların aynı ya da iç içe geçmiş halde kullanıldığı söz konusu olabilmektedir. Örneğin Şahin (2013), bazı sosyologların fiziksel bir mekan olan kenti tanımlarken kente özgü bir yaşam tarzını ifade eden kentlileşme/kentsellik kavramlarından bağımsız bir tanım geliştiremediklerini ifade eder (Şahin, 2013 :5). Bu durumun temel sebebi kavramlar arasındaki yakın ve yoğun ilişkidir.

Kentler çeşitli nedenlerle tarih içerisinde uğradıkları değişim ve dönüşümlerden dolayı taşıdıkları anlamlar ve fonksiyonlarında da sürekli olarak değişikliğe uğramışlardır (Karakurt, 2006:1). Bu değişim ve dönüşümlerin her birisi kentin fiziksel yapısına yeni bir miras ve kazanım olarak eklenmiştir. Bu yönüyle kentler geçirdikleri tarihsel süreç içerisinde kazandıkları değer ve olguları görsel/fiziksel bir şekilde insanlara sunmaktadırlar. Şüphesiz ki sahip oldukları bu fiziksel miras canlı mirasla yani fiziksel mekanını dolduran bireyleriyle tamamlanmaktadır.

Kentlilerin yani kentte yaşayan insanların kente ait olma hissine sahip olabilmeleri kente kurduğu fiziksel ve duygusal ilişki ile doğru orantılıdır (Karakurt Tosun, 2010). Bu bağlamda kentte yaşayan bireylerin kent ile olan duygusal bağlarının gelişmesi yani aidiyet duygusunun artmasında o kentin bireyi olmaktan duyulan gurur, kentte yaşamaktan dolayı sahip olunan mutluluk, kentin sağlamış olduğu imkanlar, kentte yaşayan başarı insanlar ve kuruluşlar, kentin manevi kültürel zenginlikleri, kentin tarihi dokusu ve doğal güzellikleri ile şekillenen turistik yapısı önemli birer rol oynamaktadırlar (Kurt,2011:266). Ancak unutmamak gerekir ki kentte yaşayan insanlar ait oldukları kentin yönetimine (sorunlarına ve geleceğine) katılabildikleri oranda kendileri ile kentleri arasında

anlamli bağlar kurabilir ve bu bağın verdiği bilinçle kentlerini sahiplenebilirler. Böylelikle insanlar kentin yönetimine katılmakla birlikte kentte kendi geleceklerini bulabilmeli ve kentin geleceği ile kendi gelecekleri arasında anlamli köprüler oluşturabilmelidirler. Kentin imkanlarından eşit yararlanabilme ve dışlanmama yani kentin bir unsuru olarak kabul edilme durumu ekseninde kentlilik bincinin gelişebilmesi açısından kentin insanlara bir gelecek vaat etmesi gerekmektedir. Kente kendi geleceğini göremeyen, kente karşı öfke hislerine sahip olan kişilerin kenti sahiplmesi ve kentlileşebilmesi mümkün değildir (Kaya vd, 2008: 25).

2.2. Hizmet Pazarlaması

Kentte yaşayan insanların yaşadıkları kentin ve dolayısıyla kendi gelecekleri için bir paydaş olarak kentin yönetimine katılmaması düşünülemez. Bu kapsamda öncelikle kentteki yerel ve ortak ihtiyaçların karşılanmasında yetkili olan yerel yönetimlerin seçilmesinde ve seçim sonrasında da kentsel kararların alınması ile bu kararların uygulanmasında yani kentsel hizmetlerin sunumunda aktif rol almaları gerekmektedir.

Bir faaliyetin temel amacı veya unsuru olarak (Üner,1994: 3) tüketicilerin istek ve ihtiyaçlarını tatmin etmek/edebilmek üzere üretilen ve üretildiği anda tüketilen, depolama (stoklama) özelliği bulunmayan, dokunulamayan, hissedilemeyen, soyut ve heterojen özelliklere sahip etkinlikler bütününe hizmet denilmektedir (Gülmez ve Dörtüyl, 2009: 112). Hizmetin üretilmesinden tüketicilere (kentli halka) ulaştırılmasına kadar gerçekleştirilen tüm faaliyetlere bir bütün olarak hizmet pazarlaması adı verilmektedir (Özmen, 2016: 2).

Hizmet pazarlamasının gerçekleştirenler yani uygulayıcılar yerel kamu hizmetlerinin pazarlanmasında pazarlama faaliyetlerine daha fazla önem vermektedirler (Çiftçi, 2008: 12). Ancak burada esas olan klasik pazarlama anlayışı ve stratejilerinden ziyade modern hizmet pazarlamasının anlaşılması gerekmektedir. Dünyada gelişen pazarlama anlayışına esas olarak hizmet pazarlaması karmasına süreç yönetimi, insana odaklanma ve fiziksel enstrümanların etkinliği gibi yeni bileşenlerde eklenmiştir (Erbıyk Biçer, 2007: 67). Bu elemanlarla birlikte hizmet pazarlaması; insan, ürün, fiyat, dağıtım, tutundurma, fiziksel kanıtlar ve süreçten oluşan bir karmaya kavuşmuştur.

2.3 Yerel Yönetimlerde Halkla İlişkiler Ve Beyaz Masa Uygulaması

Halkla ilişkiler, bir organizasyonla hedef kitlesi arasındaki karşılıklı iletişimi, etkileşimi, anlayışı, işbirliğini vb. unsurlarını tesis etmeye ve sürdürmeye yarayan; bu kapsamda meydana gelen/gelebilecek sorunların/problemlerin yönetimini içeren; yönetimin sorumluluğunu tanımlayan, vurgulayan ve kamuoyuna organizasyon ile faaliyetleri hakkında bilgi ve cevap veren; eğilim, değişim ve dönüşümleri önceden tahmin etme konusunda yönetime yardımcı olan ve tüm bu işlevlerin gerçekleştirilmesinde ahlâki iletişim tekniklerini ve araştırmayı kullanan ayrıcalıklı bir yönetim

fonksiyonudur (Okay ve Okay, 2005: 2). Halkla ilişkiler sadece özel yarar amacı güderek minimum maliyet ve maksimum satış ile kar marjını arttırmayı düşünen özel sektör kuruluşlarının değil aynı zamanda halka daha az maliyet, en hızlı ve etkin kamu hizmetini sunarak maksimum fayda ve memnuniyeti hedefleyen kamu organizasyonlarının da olmazsa olmazlarından. Bu nedenle de halkla ilişkilerin kapsamı ve etkinliği yerel idareler açısından da son derece önemlidir.

Kamu kurum ve idarelerinde halkla ilişkiler faaliyetleri, bu kurum ve idarelerin hedef (hizmet) kitleleri ile olumlu ilişkiler kurmalarını ve bu bağlamda kamu organizasyonunun kuruluş amaç, politika ve etkinliklerinin hedef kitle tarafından benimsemelerini, paydaş olan hedef kitleden yapılan geri bildirimlerin sağlıklı bir şekilde değerlendirilebilmelerini sağlayan, böylelikle de kamu hizmetlerinin daha etkin ve verimli olması amacıyla gerçekleştirilen faaliyetler bütünüdür. Kamu organizasyonlarının faaliyetlerindeki bu kapsam aynı zamanda faaliyetlerin amacını da ortaya koymaktadır (Uysal, 1998: 25).

Ülkemizde Belediyeler içerisinde kurulan halkla ilişkiler birimleri maksimum faydaya erişebilmek yani halkla olan iletişim ve etkileşimi en üst seviyede tutabilmek, aradaki bağlantıyı kesintisiz olarak devam ettirebilmek, olumlu ve olumsuz geri bildirimleri eş zamanlı ya da yakın zamanlı tespit edebilmek açısından muhtelif halkla ilişkiler araçları kullanmaktadırlar. Bu araçların en başında halkın 24 saat kesintisiz olarak istek, temenni ve şikayetlerini muhtelif iletişim ve erişim araçlarıyla ulaştırarak çözüm aradığı "beyaz masa" uygulamasıdır. Bununla birlikte halkın dezavantajlı grupları (engelliler, yaşlılar, gençler, ev hanımları, vs.) ile gerçekleştirilen buluşmalar, onlar için yapılan meslek edindirme faaliyetleri, moral etkinlikleri ve kentsel hayatta etkin bir yaşam sağlayabilmesi için yapılan fiziksel, sosyal ve hukuki düzenlemeler de bu kapsamda yer almaktadır. Yeni evlenen çiftlerin sevincine ortak olunması, vefat eden yurttaşın yakınlarına taziye sunularak acılarına ortak olunması da bu faaliyetlerin kapsamındadır. Özellikle Türkiye genelinde cenaze taşıma ve defin hizmetleri ile cenaze törenlerinde kullanılan sandalye, çadır vb. gereçlerin ücretsiz olarak tüm halkın hizmetine sunulması son dönemde yaygınlığını arttıran bir halkla ilişkiler uygulamasıdır. Belediye faaliyetlerinin özellikle de belediye meclisi ve encümen toplantıları ile bu toplantıda alınan kararların halka duyurulması, memnuniyet araştırmalarının yapılması belediyeler açısından önemini her geçen gün arttırmaktadır. Büyükşehir belediyeleri başta olmak üzere tüm belediyeler sosyal, kültürel, eğitsel ve bilimsel etkinliklerin gerçekleştirilmesi ya da desteklenmesi ile bir kent markası oluşturma yolunda organizasyonlar yapması uygulamada sıkça karşılaşılan diğer halkla ilişkiler faaliyetleridir.

Beyaz masa uygulamasının bilinen ilk örneği İstanbul Büyükşehir Belediyesinde 1994 yılında gerçekleştirilmiştir. İstanbul Şehremaneti adıyla 1854 yılında kurulan ve ülkemizin ilk belediyesi olma

özelliği taşıyan ve ülkemizde belediyeçilik alanında en köklü geçmişe sahip olan İstanbul Büyükşehir Belediyesi beyaz masa uygulamalarının da öncüsü olmuştur.

Beyaz Masa Birimi İstanbul Büyükşehir Belediyesinin halkla ilişkiler hizmetlerinin tek çatı altında birleştirilmesiyle oluşan bu alandaki hizmet birimidir. Beyaz Masa; kendisine ulaşan tüm istek, talep, görüş ve şikayetleri kayıt altına alarak değerlendiren ve konuyla ilgili çözüm üreterek, elde edilen veriler doğrultusunda belediye kaynakların daha etkin verimli kullanılmasına hizmet eden halkla ilişkiler birimidir (İBB, 2010: 1).

Sosyal belediyeçilik anlayışının bir yansıması olan Beyaz Masa ülkemizde faaliyet gösteren birçok belediye tarafından da aynı adla hizmet vermeye devam etmektedir. Ancak söz konusu uygulamanın farklı adlar altında da faaliyet göstermesi söz konusudur. Örneğin Tuzla (İstanbul), Erzurum, Afyonkarahisar, Düzce, Elazığ, Çaycuma (Zonguldak), Turhal (Tokat) gibi birçok belediyeler benzer birimleri için "Beyaz Masa" adını tercih ederken; Keçiören (Ankara) Belediyesi Ak Masa, Eyyübiye (Şanlıurfa) Belediyesi Türkuaz Masa, Muratpaşa (Antalya) Belediyesi Turunç Masa ve Ankara Büyükşehir Belediyesi de Mavi Masa adını kullanmayı tercih etmişlerdir.

Beyaz Masa isminin AK Partili belediyeler tarafından, Mavi Masa isminin ise CHP'li belediyeler tarafından kullanıldığını düşünen yazarlar (Sönmez, 2014: 1) bulunmakla birlikte bu görüş gerçeği yansıtmamaktadır. Örneğin çok uzun zamandır CHP'li bir başkan tarafından yönetilmeyen ve AK Partili bir belediye olan Ankara Büyükşehir Belediyesinin Mavi Masa ismini kullanması bu teoriye uygun düşmemektedir. Bu konuda sayısız belediye örnek olarak gösterilebilir.

Beyaz Masalar, bağlı oldukları müdürlükler içerisinde "*servis, merkez, birim, büro, şeflik vb.*" adlar altında teşkilatlandırılmaktadır. Bu kapsamda; Basın Yayın ve Halkla İlişkiler Müdürlüğü, Beyaz Masa Servisi (Gebze Belediyesi), Basın Yayın ve Halkla İlişkiler Müdürlüğü, Beyaz Masa ve Çağrı Merkezi (Gaziosmanpaşa Belediyesi), Basın Yayın ve Halkla İlişkiler Müdürlüğü, Halkla İlişkiler Bürosu (Malkara Belediyesi), Basın Yayın ve Halkla İlişkiler Müdürlüğü, Halkla İlişkiler Şefliği (Küçükçekmece Belediye Başkanlığı), Özel Kalem Müdürlüğü, Beyaz Masa Birimi (Zeytinburnu Belediyesi), Muhtarlık İşleri Müdürlüğü, Beyaz Masa Birimi (Afyonkarahisar Belediyesi) örnek olarak gösterilebilir.

Beyaz masa birimlerinin organizasyon (teşkilat) yapısı, görevleri, çalışma şekilleri, diğer birimlerle olan ilişkileri, personel istihdamı ve diğer hususları belediye meclislerince alınan kararlara istinaden tanzim edilen yönetmelik ve/veya yönergelerle tanzim edilmektedir. Bu yönetmeliklerin ve/veya yönergelerin hazırlanmasında genel olarak; ISO 9001-2000 Standartları, 5393 sayılı Belediye Kanunu (md.15/b, 48, vd.), 5216 sayılı Büyükşehir Belediyesi Kanunu, 5018 sayılı Kamu Mali Yönetimi ve Kontrol Kanunu, 657 sayılı Devlet Memurları Kanunu, 4857 sayılı İş Kanunu, 4734 sayılı Kamu İhale Kanunu, 4735 sayılı Kamu İhale Sözleşmeleri Kanunu, vd. normlar.

Hukuki dayanak oluşturmaktadırlar. Mevcut yönetmelikler ve/veya yönergeler dışında iş akış şemaları, ilke kararları ve meclis kararları gibi beyaz masa uygulamalarının kapsamını ve işleyişini belirleyen düzenlemeler de söz konusu olabilmektedir.

3. AFYONKARAHİSAR BELEDİYESİ BEYAZ MASA UYGULAMALARI

Çalışmamızın çekirdeğini teşkil eden Afyonkarahisar Belediyesi Beyaz Masa Birimi ve bu birime ait uygulamalar ve bu uygulamaların neticeleriyle ilgili hazırlanmış herhangi bir çalışmaya ulaşamadığı için bu konuda birimden sorumlu olan Muhtarlık İşleri Müdürü Sn. Cem Kasapoğlu ile birim personeli ile yüz yüze görüşülmüştür. Bu kapsamda birimin çalışma verileri taranarak, faaliyet raporları incelenmiştir. Gerek birim personeli ile ve gerekse de beyaz masa uygulaması kapsamında başvuru yapan/yapmış kişilerle yüz yüze görüşülerek bilgiler/veriler elde edilmiştir.

Afyonkarahisar Belediyesine bağlı "*Beyaz Masa*" 14 Mayıs 1999 yılında "*Mavi Masa*" olarak faaliyetlerine başlamıştır. 2004 yılı Mayıs ayında ismi "*Beyaz Masa*" olarak değiştirilerek aynı görev ve sorumluluklarla çalışmaya devam etmiştir. Afyonkarahisar Belediye Meclisi'nin 01.12.2015 tarih ve 386 sayılı kararına istinaden yürürlüğe giren "*Afyonkarahisar Belediye Başkanlığı Çalışma Yönetmeliği*" çerçevesinde "*Muhtarlık İşleri Müdürlüğü*"ne bağlı olarak "*Halkla İlişkiler Birimi*" içerisinde faaliyetlerini sürdürmektedir. Beyaz Masa'yı da kapsayan yönetmeliğin temel hukuki dayanağı; 5393 sayılı Belediye Kanunu, 5018 sayılı Kamu Mali Yönetimi ve Kontrol Kanunu, 4734 sayılı Kamu İhale Kanunu, 4735 sayılı Kamu İhale Sözleşmeleri Kanunu'dur.

Afyonkarahisar Belediyesi Beyaz Masa biriminde 2016 yılı itibariyle 6 (altı) kişi hizmet vermektedir. Beyaz Masa'nın çözüm süreci incelendiğinde; acil konularda çözüm sağlanarak hemen dönüş yapıldığı görülmektedir. Acil nitelikte olmayan diğer sorunlarda ise ilgili müdürlüğün programı dahilinde en geç 15 (on beş) gün içerisinde çözüm sağlanmaktadır.

Afyonkarahisar Belediye Başkanlığı Çalışma Yönetmeliği, hizmet yönergesi ve iş akış şemaları dikkate alınarak Beyaz Masa'nın görevleri şunlardır:

- a) Belediyeye gelip müracaatta bulunan tüm vatandaşlara yol gösterici olmak,
- b) Vatandaşları Belediye çalışmaları ve hizmetleri konusunda bilgilendirmek.
- c) Belediyeye sözlü olarak müracaatta bulunan vatandaşların talep, şikayet ve isteklerini dinleyip konularına göre yazıya döküp zaman kaybetmeden ilgili birime ulaştırmak.
- d) Belediyeye yazılı müracaatta bulunan vatandaşların talep, şikayet ve istek dilekçelerini alıp konularına göre üst yazı ile zaman kaybetmeden ilgili birime ulaştırmak.

- e) Belediyeye telefon ile müracaatta bulunan vatandaşların talep, şikayet ve isteklerini dinleyip konularına göre yazıya döküp zaman kaybetmeden ilgili birime ulaştırmak.
- f) Başbakanlık İletişim Merkezi (BİMER)'e yapılan yazılı başvurulardan Belediyeye havale edilen talep, şikayet ve istekleri takip etmek üst yazı ile zaman kaybetmeden ilgili birime ulaştırmak.
- g) 4982 Sayılı Bilgi Edinme Hakkı Kanunu hükümleri gereğince talep sahibi vatandaşları yönlendirme, bilgilendirme ve sorunlarına çözüm üretme noktasında, kanun ve ilgili diğer hukuk normları çerçevesinde ve süresi içerisinde olumlu ya da olumsuz cevap verilmesini sağlama. Bu konuda tüm belediye müdürlükleri ile koordineli bir çalışma yürütmek.
- ğ) Vatandaşlardan "Mobil Belediye" (çek gönder) telefon uygulaması ile belediyeye gelen talep ve şikayetleri ilgili müdürlüklere havale etmek ve sonucunun vatandaşlara bildirilmesini sağlamak.
- h) Vatandaşların belediye internet sitesinden göndermiş oldukları istek, talep ve şikâyetlerin değerlendirilmesi.
- ı) İlimizde vefat eden vatandaşların yakınlarına hafta içinde Afyonkarahisar Belediyesi ve Belediye Başkanı adına taziye ziyaretlerinde bulunarak, yemek dağıtımını yapmak.
- i) Toplu sünnet müracaatları almak ve sünnet şöenleri gerçekleştirmek.
- j) İl merkezinde ikamet eden vatandaşlardan yeni doğum yapan ailelerin çocuklarına "*Hoş Geldin Bebek Projesi*" kapsamında bebek seti hediye etmek.
- k) Belediye tarafından yapılacak olan toplantı ve çeşitli etkinliklerde belediye meclisi üyelerine, kent konseyi üyelerine, mahalle muhtarlarına ve sivil toplum kuruluşlarına bilgi vermek ve toplantılara katılımlarını sağlamak için SMS (Kısa Mesaj) göndermek.
- l) Her yıl Muharrem ayının 10. günü düzenlenen Sultan Divani Hazretlerini Anma ve 40 Hatimli 40 Kazanlı Şifalı Aşure programını gerçekleştirmek.
- m) Yeni geliştirilen "gezici aşevi" uygulamasıyla Belediye Başkanını vatandaşlarla ramazan ayında bir araya getirerek ortak iftar organizasyonları düzenlemek.
- n) Mühimmat deposu patlamasında şehit olan askerlerimizin ruhu için her yıl mevlit programı düzenlemek.
- o) Talep, şikayet ve isteklerin e-mail yada telefon yoluyla cevaplanması.
- ö) Belediye tarafından düzenlenen kültürel ve sosyal etkinliklerde görev almak.
- p) Belediye etkinliklerini sivil toplum kuruluşlarına, belediye personeline, meclis üyelerine ve mahalle muhtarlarına SMS yolu ile bildirilmesi.

r) Muhtarlık İşleri Müdürlüğünün evrak takibinin yapılmasıdır.

Beyaz Masa'nın görevlerinin yanı sıra halkla ilişkiler açısından işlevlerinin de belirtilmesi çalışmamızın amacı açısından faydalı olacaktır. Daha önce de belirtildiği üzere Beyaz Masa servisi halkla ilişkiler biriminin görev ve sorumluluk alanı içerisinde faaliyet göstermektedir. Bu birimin amacı halkın belediye hizmetlerinden en hızlı şekilde faydalanmasını sağlamaktır. Ayrıca beyaz masa vatandaşların talepleri doğrultusunda kültürel/sosyal programlar hazırlamakta, yurttaşların tümüne ayrımcılık yapmadan güler yüzlü, sevecen ve saygılı bir hizmet anlayışını benimsemektedir. Beyaz masanın en önemli işlevlerinden biri de halkın yerel yönetimle birleşmesini sağlayarak daha katılımcı ve demokratik bir yönetim sisteminin geliştirilmesidir.

Beyaz Masa'nın belediye açısından önemini; belediye ile vatandaşlar arasındaki en önemli köprü olma niteliğinde olma ve halkın tüm sorunlarını ilk önce tespit ederek mevcut sorunun/sorunların çözümü için ilk adımları atma olarak ifade edebiliriz.

Beyaz Masa'nın belediye açısından imajının değerlendirilmesinde de benzer sonuçlar ortaya çıkmaktadır. Beyaz Masa'ya yapılan şikayetler çözüme kavuştukça vatandaşların belediyeye bakışı daha olumlu olmaktadır. Bu bağlamda insanların belediyeden mevcut sorunlarını en kısa zamanda ve etkin bir şekilde çözülmesini bekledikleri gerçeğini esas alacak olursak; sorunları ilk dinleyen ya da kayda alan ve bunların büyük bir kısmına eş ya da yakın zamanlı çözümler üreten veya çözümü için ilgili belediye birimini/birimlerini harekete geçirerek gerekli koordinasyonu sağlayan Beyaz Masa belediyenin bir vitrini olarak varlığını sürdürmektedir.

Şehirde yaşayan insanların yorulmadan istek, talep ve şikayetlerinin ilgili müdürlüklere ulaştırılması, elde edilen sonuçların kendi adlarına takip edilerek yine bizzat kendilerine ulaştırılması Beyaz Masa'nın en önemli faydalarıdır. Vatandaşların şikayetleri beyaz masaya yapması durumunda hangi konuda olursa olsun anında devreye girilmesi ve şikayetin çözümlenmesi için çaba sarf edilmesi "neden?" ve "niçin?"lerin vatandaşa anlatılması insanları çok memnun etmektedir. Bu durum Beyaz Masa'nın en önemli avantajlarından birisidir. Ancak bazen vatandaşlar tarafından ilgisiz konularda da talep ve şikayetler gelmektedir. Bu durum çalışmaların aksamasına neden olabilmektedir. Örneğin şehirde yapılan yol çalışmaları, su kesintileri, asfaltlama işlemleri vb. faaliyetlerde vatandaşa yeterli bilgi verilmediği zaman bu şikayetler beyaz masaya ulaşmakta ve insanlar tarafından masaya suçlamalar yapılmaktadır. Bu konuda önceden ve etkili iletişim araçlarıyla daha fazla bilgilendirme çalışması yapılması mevcut sorunları en aza indirecektir.

Afyonkarahisar Belediyesi Beyaz Masa uygulamalarında vatandaşların belediyeye ulaşım araçları; Şahsen başvuru, telefon ile iletişim, internet web sayfası üzerinden erişim, elektronik posta (e-mail) ile başvuru, faks aracılığıyla erişim, posta ile iletişimdir.

Yıl içerisinde Beyaz Masa'ya birçok konuda şikayet/talep iletilmektedir. Bu taleplerin ve çözüm oranlarının ve memnuniyet düzeylerinin kesin verilere dayalı bir istatistiği elde edilememiştir. Ancak ilgili birim çalışanlardan alınan bilgilere göre yıl içerisinde en yoğun olarak alınan şikayet/talep konularının;

Güncel olaylar, hava şartları (kar temizliği, yağmur yağdığı zaman kanalizasyon, sıcak havalarda sinek ilaçlama, arı istilası), su kesintisi, yol ve asfalt çalışmaları, şehir içi minibüs sorunları, olduğu belirtilmiştir. Afyonkarahisar Belediyesi Beyaz Masa birimine kurulduğu andan itibaren yapılan başvuru sayıları türlere ve başvuru yoğunluğuna göre ilgili birim tarafından tasnif edilmiştir. Yapılan tasnife dayalı tablo aşağıdaki gibidir:

Tablo 1. Beyaz Masa Başvuruları İstatistiği

Beyaz Masa Başvuru Türü ve Sayıları	Yıllık Ortalama	Aylık Ortalama	Günlük Ortalama
Sözlü Başvuru Sayısı	6000	500	23
Kayıt altına alınan başvuru sayısı	3000	250	12
Çözümlenen Başvuru	7500	625	29

Vatandaşlarla yapılan yüz yüze görüşmelerde Beyaz Masa'nın toplum içerisinde, sorunları çözme kavuşturan birim olarak tanındığı tespit edilmiştir. Belediye tarafından muhtelif zamanlarda yapılan araştırmalara göre Beyaz Masa ile ilgili olarak toplum içerisindeki memnuniyet düzeyi %80 civarında olduğu ifade edilmiştir.

4.SONUÇ

Kent bilincinin oluşmasında vatandaşların yerel yönetimlere katılımlarının büyük bir önemi vardır. Bu sayede insanlar yaşadıkları yerleri daha fazla benimsemekte, şikayet ve isteklerine çözüm yolları bulmaktadırlar. Belediyelerin geliştirdikleri halkla ilişkiler faaliyetleri hem yerel idarenin kendini daha iyi tanıtmaya hem de vatandaşlarla daha güçlü bağlar kurmalarına yol açmaktadır.

Çalışma ile elde edilen sonuçlara göre Beyaz Masa'ya Afyonkarahisar halkı büyük bir rağbet gösterdiği görülmüştür. Yıl içerisinde gerçekleşen başvuru sayısı yaklaşık olarak 9000 civarındadır. Bu başvuruların büyük bir kısmı çözüme kavuşturulmaktadır. Belediyeye gelen istekler birbirinden oldukça farklı konularda olmaktadır. Günlük hayatta karşılaşılan sorunlardan, altyapı problemlerine, kültürel etkinliklerden, ulaşım kadar bir çok konuda insanlar beyaz masaya başvuruda bulunmakta isteklerinin çözüme kavuşmasını beklemektedir. Yaklaşık 17 yıldır devam eden bu faaliyet yurttaşların yerel idareyle bütünleşmesine yol açmakta, bu ise kent kültürünün oluşumuna katkı sağlamaktadır. İnsanlar yaşadıkları yerin sorunlarına ne kadar fazla önem verirlerse o kadar çoğulcu bir yönetim şekli gelişmektedir.

Beyaz masa uygulaması insanların şikayetlerinin çözülmesi kadar kentle ilgili haberlerin ve etkinliklerin duyurulmasında da önemli görevler üstlenmektedir. Şehirde gerçekleşen sosyal, kültürel, bilimsel ve diğer tüm etkinlikler beyaz masa sayesinde ilgili kişiler ve/veya kurumlara iletilmektedir.

Beyaz Masaya gelen istekler 15 gün gibi kısa bir sürede çözüme kavuşturularak kentle ilgili problemler en eza indirgenmektedir. Günümüz iletişim çağının tüm olanaklarının bu hizmetin sunumunda önemli işlevler gördüğü tespit edilmiştir. Kentte yaşayan insanların farklı araçlarla belediyeye doğrudan erişimi kolaylaştırılmıştır.

Yerel idarenin kent imajına katkı sağlamak ve çoğulcu bir yönetim anlayışına sahip olmak için geliştireceği her çaba kendisine olumlu bir katkı sağlamaktadır. Böylece kent kültürü vatandaşlar tarafından daha kolay benimsenmekte ve şehir yaşamı gelişmektedir. Bu tip faaliyetler sayesinde köyden kente olan göç ile gelişen toplumsal dönüşüm yalnızca bir yer değiştirme olmaktan çıkmakta, insanların zihninde ve yaşayış biçimlerinde de büyük farklılığa yol açmaktadır.

KAYNAKÇA

- BİROL, Gaye (2008), "Kentlilik Bilinci ve Balıkesir'den Yarım Asırlık Bir Örnek: Yeni Çarşı Deneyimi", *Ege Mimarlık Dergisi*, s.2(65), ss.28-31
- ÇİFTÇİBAŞI, Gamze (2008), *Belediyelerde Hizmet Pazarlaması Ve Üniversite Öğrencilerinin Eğitim Hizmetlerine Yaklaşımı Üzerine Bir Araştırma*, Gazi Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü İşletme Eğitimi Anabilim Dalı Basılmamış Yüksek Lisans Tezi, Ankara.
- ERBİYİK BİÇER, Derya Fatma (2007), *Toplam Kalite Yönetimi Çerçevesinde Hizmet Pazarlaması Ve Bir Araştırma*, Cumhuriyet Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Basılmamış Yüksek Lisans Tezi, Sivas.
- GÜLMEZ, Mustafa ve Kitapçı, Olgun (2008), "Hastanelerde Hasta Tatmin Düzeylerinin Ölçümü: Karşılaştırmalı İki Hastane Örneği", *Cumhuriyet Üniversitesi Yayınları*, Sivas.

- İBB - İstanbul Büyükşehir Belediyesi (2010), Beyaz Masa Faaliyetleri Yıllık İstatistikleri, s.1 (Erişim tarihi: 20.03.2016). (http://www.ibb.gov.tr/tr/TR/BilgiHizmetleri/Istatistikler/Documents/beyazmasa/beyazmasa_faaliyetleri_2010_haziran.pdf).
- KARAKURT TOSUN, Elif (2010), 21. Yüzyıl Kentleri, Ekin Kitabevi, Bursa
- KARAKURT, Elif (2006), "Kentsel Mekanı Düzenleme Önerileri: Modern Kent Planlama Anlayışı ve Postmodern Kent Planlama Anlayışı", *Erciyes Üniversitesi İİBF Dergisi*, S.26, ss.1-25.
- KAYA, Erol - ŞENTÜRK, Hulusi ve DANIŞ, Osman (2008), *Modern Kent Yönetimi 1*, Milsan Yayınevi, İstanbul.
- KURT, Nihat (2011), "Kent Hizmetlerinin Geleceğinde Kentsel Sorumluluklar ve Kent Kültürünün Geliştirilmesi Stratejileri", *Yönetim Bilimleri Dergisi*, S.9(2), ss.261-278.
- OKAY, Ayla ve Okay, Aydemir (2005), *Halkla İlişkiler: Kavram, Strateji ve Uygulamaları*, Der Yayınları, İstanbul.
- ÖZMEN, Alparslan (2016), *Hizmet Pazarlaması Ders Notları*, (Erişim Tarihi: 19.04.2016) <http://www.slideserve.com/charissa-santana/h-zmet-pazarlamasi-yrd-do-dr-alparslan-zmen>
- SÖNMEZ, Tekin (2014), *Mavi ve Beyaz Masaların Görevleri Nelerdir?*, 22 Haziran 2014 gününe ait Trakya Gözlem Haber Portalı, (<http://www.trakyagozlem.com/haber/yazar.asp?yaziID=4093>) (Erişim tarihi: 16.04.2016)
- ŞAHİN, Yusuf (2013), *Kentleşme Politikası*, Ekin Basın Yayın Dağıtım, Bursa, 4.baskı.
- TATLIDİL, Ercan (2009), "Kent ve Kentli Kimliği; İzmir Örneği", *Ege Akademik Bakış Dergisi*, S.9(1), ss.319-336
- UYSAL, Birkan (1998), *Siyaset Yönetim Halkla İlişkiler*, TODAİE Yayınları, Ankara, Yayın No:287.
- ÜNER, Mithat (1994), "Hizmet Pazarlamasında Pazarlama Karması Elemanları Değişiklik Gösterir Mi?", *Pazarlama Dünyası Dergisi*, S.8(43), ss.2-11