



**BİNGÖL ÜNİVERSİTESİ**  
**SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ**  
**İŞLETME ANABİLİM DALI**

**YEREL YÖNETİM HİZMETLERİNDE TÜKETİCİ  
DAVRANIŞLARI: BİNGÖL İL MERKEZİNDE BİR  
UYGULAMA**

**FUAT ALACA**

**YÜKSEK LİSANS TEZİ**

**Danışman**

**Doç. Dr. Halim TATLI**

**Bingöl – 2019**



**BİNGÖL ÜNİVERSİTESİ**  
**SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ**  
**İŞLETME ANABİLİM DALI**

**YEREL YÖNETİM HİZMETLERİNDE TÜKETİCİ**  
**DAVRANIŞLARI: BİNGÖL İL MERKEZİNDE BİR**  
**UYGULAMA**

**FUAT ALACA**

**YÜKSEK LİSANS TEZİ**

**Danışma**

**Doç. Dr. Halim TATLI**

**Bu çalışma Bingöl Üniversitesi Bilimsel Araştırma Projeleri Koordinasyon birimi tarafından İİBF.2017.00.001 nolu Yüksek Lisans tez projesi olarak desteklenmiştir.**

**Bingöl- 2019**

# İÇİNDEKİLER

<b>BİLİMSEL ETİK BİLDİRİMİ</b> .....	<b>IV</b>
<b>TEZ KABUL VE ONAY</b> .....	<b>V</b>
<b>ÖNSÖZ</b> .....	<b>VI</b>
<b>ÖZET</b> .....	<b>VII</b>
<b>ABSTRACT</b> .....	<b>VIII</b>
<b>KISALTMALAR</b> .....	<b>IX</b>
<b>TABLolar LİSTESİ</b> .....	<b>X</b>
<b>ŞEKİLLER LİSTESİ</b> .....	<b>XI</b>
<b>GİRİŞ</b> .....	<b>1</b>

## BİRİNCİ BÖLÜM

### TÜKETİCİ, TÜKETİM VE TÜKETİCİ DAVRANIŞLARI

1.1. TÜKETİCİ KAVRAMI .....	5
1.1.1. <i>Tüketici Tanımı</i> .....	5
1.1.2. <i>Tüketici Davranışları</i> .....	6
1.1.3. <i>Tüketici Davranış Modelleri</i> .....	6
1.1.3.1. Veblen'in Psiko-Sosyolojik Modeli .....	7
1.1.3.2. Marshall'ın Ekonomik Modeli .....	7
1.1.3.3. Howard ve Sheth Modeli .....	8
1.1.3.4. Nicosia Modeli .....	9
1.1.3.5. Blackwell, Kollat ve Engel Modeli .....	9
1.1.3.6. Freud'un Psiko-Analitik Modeli .....	10
1.1.3.7. Pavlovian Modeli .....	10
1.1.3.8. Andreasan Modeli .....	11
1.1.3.9. Lazarsfeld Modeli .....	11
1.1.3.10. Katona'nın Psiko Ekonomik Modeli .....	12
1.1.3.11. March ve Simon Modeli .....	13
1.2. TÜKETİM KAVRAMI .....	14

1.2.1. Tüketimin Tanımı .....	14
1.2.2. Tüketimin Tarihçesi .....	16
1.2.3. Tüketim Kültürü .....	17
1.2.4. Tüketim Türleri .....	19
1.2.4.1. Planlı Tüketim (İhtiyaçtan Doğan Tüketim Modeli) .....	20
1.2.4.2. Plansız Tüketim (Görür Görmez Satın Alma Tüketim Modeli) .....	20
1.2.4.3. Lüks – Gösteriş Tüketim Modeli .....	20
1.2.4.4. Değişen Hayat Tarzı ve Felsefesine Göre Şekillenen Tüketim Modeli .....	21
1.2.4. Tüketim Hipotezleri.....	22
1.2.4.1. Yaşam Boyu Gelir Hipotezi .....	22
1.2.4.2. Mutlak Gelir Hipotezi .....	23
1.2.4.3. Sürekli Gelir Hipotezi .....	24
1.2.4.4. Zamanlar Arası Tüketim Tercihi Hipotezi.....	25
1.2.4.5. Nispi Gelir Hipotezi .....	26
1.2.4.6. Rassal Yürüyüş Hipotezi.....	27
1.2.4.7. Dusenberry'nin Sosyo Ekonomik Modeli.....	28

## İKİNCİ BÖLÜM

### YEREL YÖNETİMLER

2.1.YEREL YÖNETİM .....	30
2.1.1.Yerel Yönetim Tanımı.....	30
2.1.2.Yerel Yönetimin Önemi .....	32
2.1.3.Yerel Yönetimin Tarihçesi.....	33
2.1.4.Yerel Yönetimi Oluşturan Organlar .....	33
2.1.4.1.Belediyeler .....	34
2.5. YEREL YÖNETİM KANUNLARI.....	42
2.6. MAHALLİ BELEDİYELERİN VE BÜYÜKŞEHİR BELEDİYELERİNİN GÖREVLERİ VE SUNDUKLARI HİZMETLER .....	43
2.6.1.Mahalli Belediyelerin Görev ve Sundukları Hizmetler.....	43
2.6.2.Büyükşehir Belediyelerinin Görevleri Ve Sundukları Hizmetler.....	47
2.7. İL ÖZEL İDARESİ VE SUNDUKLARI HİZMETLER .....	48
2.8.KÖY YÖNETİMİ VE SUNDUKLARI HİZMETLER .....	49

2.9. YEREL YÖNETİM HİZMETLERİ VE TÜKETİCİ DAVRANIŞLARI .....	50
--	----

## ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

### YEREL YÖNETİM HİZMETLERİNDE TÜKETİCİ DAVRANIŞLARI: BİNGÖL İL MERKEZİNDE BİR UYGULAMA

3.1. LİTERATÜR ÖZETİ .....	52
3.2. ARAŞTIRMANIN ÖNEMİ, AMACI, KAPSAMI VE YÖNTEMİ .....	62
3.2.1. Önemi.....	62
3.2.2. Amacı .....	63
3.2.3. Kapsamı .....	64
3.2.4. Yöntemi .....	65
3.3. BİNGÖL'ÜN SOSYAL EKONOMİK YAPISI .....	66
3.4. ARAŞTIRMANIN VERİ SETİNİN OLUŞTURMASI.....	68
3.4.1. Araştırmanın Ana Kitleleri .....	68
3.4.2. Araştırmanın Örnek Büyüklüğünün Belirlenmesi.....	68
3.4.3. Anketin Hazırlanması ve Uygulanması.....	70
3.4.4. Verilerin İşlenmesi ve Çözümlemesi .....	71
3.5. UYGUN ANALİZ YÖNTEMLERİN BELİRLENMESİ.....	71
3.5.1. FAKTÖR ANALİZİ.....	71
3.5.1.1 Açıklayıcı Faktör Analizi.....	71
3.5.1.2. Doğrulayıcı Faktör Analizi .....	73
3.6. BULGULAR .....	74
3.6.1. Demografik ve Sosyal Özellikler.....	74
3.6.2. Katılımcıların Belediye Hizmetleriyle İlgili Görüşleri.....	77
3.7. FAKTÖR ANALİZİNİN SONUÇLARI .....	85
3.7.1. Açıklayıcı Faktör Analizi .....	87
3.7.2. Doğrulayıcı Faktör Analizi.....	92
<b>SONUÇ VE DEĞERLENDİRME.....</b>	<b>97</b>
<b>KAYNAKÇA .....</b>	<b>101</b>
<b>EKLER.....</b>	<b>117</b>
EK:1 .....	117
<b>ÖZ GEÇMİŞ.....</b>	<b>121</b>

## BİLİMSEL ETİK BİLDİRİMİ

Yüksek Lisans tezi olarak hazırladığım *Yerel Yönetim Hizmetlerinde Tüketici Davranışları: Bingöl İl Merkezinde Bir Uygulama* adlı çalışmanın öneri aşamasından sonuçlanmasına kadar geçen süreçte bilimsel etiğe ve akademik kurallara özenle uyduğumu, tez içindeki tüm bilgileri bilimsel ahlak ve gelenek çerçevesinde elde ettiğimi, tez yazım kurallarına uygun olarak hazırladığım bu çalışmamda doğrudan veya dolaylı olarak yaptığım her alıntıya kaynak gösterdiğimi ve yararlandığım eserlerin kaynakçada gösterilenlerden oluştuğunu beyan ederim.

25.11.2019

Fuat ALACA

## TEZ KABUL VE ONAY

*Fuat ALACA* tarafından hazırlanan *Yerel Yönetim Hizmetlerinde Tüketici Davranışları: Bingöl İl Merkezinde Bir Uygulama* başlıklı bu çalışma, [Savunma Sınavı Tarihi] tarihinde yapılan tez savunma sınavı sonucunda [oybirliği/oy çokluğuyla] başarılı bulunarak jürimiz tarafından [Anabilim Dalının Adı] Anabilim Dalı'nda Yüksek Lisans tezi olarak kabul edilmiştir.

### **TEZ JÜRİSİ ÜYELERİ (Unvanı, Adı ve Soyadı)**

**Başkan** : ..... İmza: .....

**Danışman** : ..... İmza: .....

**Üye** : ..... İmza: .....

### **ONAY**

Bu Tez, Bingöl Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Yönetim Kurulunun ...../...../ 201.. tarih ve ..... sayılı oturumunda belirlenen jüri tarafından kabul edilmiştir.

Unvanı Adı Soyadı

Enstitü Müdürü



## ÖNSÖZ

Küreselleşmeyle birlikte toplumsal yapıda birçok değişimler yaşanmıştır. Küresel dünyada değişim çok hızlı bir şekilde yaşanmaktadır. Uluslararası ilişkilerde, ekonomide, ticaretle, teknolojiye, sosyal hayattaki değişimler çok hızlı yaşanmakta ve gelişmektedir. Bu gelişmeler sonucunda ortaya çıkan sanayi toplumu birçok yenilik getirmiştir. Özellikle insan hakları korunması ve iyileştirilmesi için yeni yönetim anlayışları ortaya çıkmıştır. Bu yeni yönetim anlayışına sahip örgütler içerisinde en önemlisi yerel yönetimlerdir. Yerel yönetimlerle birlikte sürekli değişen ve gelişen hizmetlerin kalitesini yakalamak, çağın ihtiyaçlarına göre yeni yönetim anlayışların ortaya çıkmasıyla istenilen hizmet kalitesine ulaşılabilir. Bu da ancak yerel yönetimlerin geliştirilmesiyle sağlanabilmektedir.

Kentleşmeyle birlikte daha fazla birey kırsal alandan kent alanlarına göç etmiştir. Bu göç sonucunda kent nüfusu giderek artmıştır. Kentlerde yaşayan insanların refah düzeyini etkileyen önemli faktörlerden birisi yerel yönetimlerin sunduğu hizmetlerdir. Bu hizmetlerin etkinliği ve kalitesi hizmetlerden faydalanan bireylerin tercih ve davranışlarına bağlıdır. Bu çalışma çok boyutlu olarak belediyeçilik hizmetlerinde tüketici davranışlarını analiz etmekte ve bu konuda alanda var olan boşluğu dolduracak niteliktedir. Bu çalışma BAP-İİBF.2017.00.001 proje numarası ile Bingöl Üniversitesi Bilimsel Araştırma Projeleri Koordinasyon birimi tarafından desteklenmektedir.

## ÖZET

### Bingöl Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Yüksek Lisans Tez Özeti

<b>Tezin Başlığı : YEREL YÖNETİM HİZMETLERİNDE TÜKETİCİ DAVRANIŞLARI: BİNGÖL İL MERKEZİNDE BİR UYGULAMA</b>
<b>Tezin Yazarı :Fuat ALACA</b>
<b>Danışman : Doç. Dr. Halim TATLI</b>
<b>Anabilim Dalı: İşletme</b>
<b>Bilim Dalı : İşletme</b>
<b>Kabul Tarihi : 25.11.2019</b>
<b>Sayfa Sayısı : 11 (ön kısım) + 100 (tez) + 21 (ekler)=133 Sayfa</b>
<p>Çalışmada yerel yönetim hizmetlerinde tüketici davranışlarını etkileyen faktörlerin çok boyutlu olarak ele alınması ve araştırılması amaçlanmıştır. Yerel yönetim olarak belediyenin sunduğu hizmetlerin tüketici üzerindeki etkisi incelenmektedir. Bu amaç doğrultusunda Bingöl kent merkezinde yaşayan bireylerin belediyenin sunduğu hizmetlerin bireler üzerindeki etkisinin değerlendirilmesi konusu ele alınmıştır. Tüketici olarak da Bingöl belediyesinde hizmet alan ve Bingöl merkez mahallerinde yaşayan bireyler ana kitle olarak seçilmiştir. Çalışmanın ana kitlesi Bingöl merkezde bulunan 14 mahalleden oluşmaktadır. Bingöl merkez nüfusu dikkate alınarak minimum örneklem büyüklüğü 400 olarak belirlenmiştir. Çalışmanın anketi Mart-Haziran 2017 döneminde uygulanmıştır.</p> <p>Çalışmada veri toplama yöntemi olarak anket tekniği kullanılmıştır. Anket iki kısımdan oluşmaktadır. Birinci kısımda kişilerin sosyo ekonomik ve demografik özelliklerini belirlemeye yönelik sorular sorulmuştur. İkinci kısımda ise katılımcıların belediye hizmetlerini etkileyen tüketici davranışlarını sorgulamaya yönelik 34 sorudan oluşan Yerel Yönetim Hizmetlerinde Tüketici Davranışları Ölçeğine yer verilmiştir. Bu ölçeğin yapı geçerliliği açımlayıcı ve doğrulayıcı faktör analizleriyle yapılmıştır. Yapılan faktör analizi sonucunda beş faktörün etkili olduğu dolayısıyla yerel yönetim hizmetlerinde beş tür tüketici davranışının önemli olduğu tespit edilmiştir. Bu faktörler, Çevreci Tüketici, Katılımcı Tüketici, Pasif Tüketici, Tavırlı Tüketici ve Sorgulayıcı Tüketici olarak belirlenmiştir.</p>
<b>Anahtar Kelimeler:</b> Yerel Yönetim hizmetleri, Belediye Hizmetleri, Tüketici davranışları, Faktör Analizi

## ABSTRACT

### Bingöl University Institute of Social Sciences Abstract of Master's Thesis

<b>Title of the Thesis: Consumer Behaviours in Local Administration Services: A Practice in the Centre of Bingöl City</b>	
<b>Author</b>	<b>: Fuat ALACA</b>
<b>Supervisor</b>	<b>:Doç.Dr. Halim TATLI</b>
<b>Department</b>	<b>:İşletme</b>
<b>Sub-field</b>	<b>:İşletme</b>
<b>Date</b>	<b>:25.11.2019</b>
<p>In this study, it is aimed to handle and investigate three dimensionally the factors that affect consumer behaviours in local government services. It is focused on examining the effects of the services provided by the municipality as local government on the consumers. Within this context, the evaluation of the effects of the services provided by the municipality on individuals is discussed. Therefore, the main population of the study consists of the people who take services from the municipality of Bingöl and who live in the central districts of Bingöl as consumers. The population area contains 14 central districts of Bingöl. Considering the population in central Bingöl, the minimum sample size was determined as 400. The questionnaire was applied in March-June 2017 period.</p> <p>In this study, questionnaire technique was used as data collection method. The survey consists of two parts. In the first part, questions were asked to determine the socio-economic and demographic characteristics of the individuals. The second part involves the Scale of Consumer Behaviour in Local Government Services, which consists of 34 questions to question the consumer behaviours of the participants affecting the municipal services. The construct validity of this scale was determined by exploratory and confirmatory factor analyses. As a result of the factor analysis, it has been determined that five types of consumer behaviour are effective and accordingly important in local government services. These factors are identified as Environmental Consumer, Participant Consumer, Passive Consumer, Attentive Consumer and Questioning Consumer.</p>	
<b>Key Words:</b> : Local Government Services, Municipality Services, Consumer Behavior, Factor Analysis.	

## KISALTMALAR

AKOK	:Artık Kareler Ortalaması Karekökü
AOAK	:Ağırlıklandırılmış Ortalama Artıkların Karekökü
AFA	:Açıklayıcı faktör analizi
BAP	:Bilimsel Araştırma Projeleri
LPG	: Petrol Gazı
BB	: Büyükşehir Belediyesi
BÜBAP	:Bingöl Üniversitesi Bilimsel Araştırma Projeleri
DFA	: Doğrulayıcı Faktör Analizi
İİBF	: İktisadi İdari Bilimler Fakültesi
İİGM	:İller İdaresi Genel Müdürlüğü
İBBS	: İstatistiki Bölge Birimleri Sınıflandırması
KMO	:Kaiser-Meyer-Olkin
MİGM	:Mahalli İdareler Genel Müdürlüğü
PDT	:Planlı Davranış Teorisi
SEM	: Yapısal Eşitlik Modeli
TDM	: Tüketici Davranış Modeli
TİK	:Türkiye İstatistik Kurumu
TTE	:Tüketici Tarzları Envanteri
TKHK	:Tüketicilerin Korunması Hakkında Kanun
TTE	:Tüketici Tarzları Envanteri
TKY	: Toplam Kalite Yönetimi
YHKOK	:Yaklaşımın Hata Kareler Ortalaması Karekökü
YEM	: Yapısal Eşitlik Modeli
YYHTDÖ	:Yerel Yönetim Hizmetlerinde Tüketici Davranış Ölçeği

## TABLULAR LİSTESİ

Tablo 3 .1. Bingöl İlin Toplam Arazi Dağılımı .....	67
Tablo 3. 2. Araştırmanın Ana Kitle ve Uygulanan Anket Sayısı .....	69
Tablo 3. 3. Katılımcıların Sosyo-Demografik Özelliklerine Ait Frekanslar.....	76
Tablo 3.4. Ölçekte yer alan ifadeler ve katılımcıların verdikleri yanıtlara ait tanımlayıcı istatistikler. ....	86
Tablo 3 5. KMO ve Bartlett Testi .....	88
Tablo 3.6. Açıklayıcı Faktör Analizi ve Varyans Değerleri Tablosu .....	89
Tablo 3 7. Doğrulayıcı Faktör analizinde kullanılan uyum İndekslerine İlişkin Mükemmel ve Kabul Edilebilir Uyum Ölçütleri ile Çalışmanın sonuçları.....	94
Tablo 3. 8. Analizler Sonucunda YYHTDÖ Son Ölçek Hali .....	96

## ŞEKİLLER LİSTESİ

Şekil 2. 1.Yerel Yönetimi Oluşturan Organlar .....	31
Şekil 2. 2.Ülkemizdeki 2017-2018 Yerel Yönetim Sayıları .....	34
Şekil 2. 3.Ülkemizdeki Belediye Sayıları .....	35
Şekil 2. 4.1923-2018 Döneminde Belediye Sayıları.....	42
Şekil 2. 5. Belediyelerdeki Nüfus Yoğunluğu .....	47
Şekil 3.1. Belediyenin Sunduğu Hizmetlerle İlgili Katılımcıların Görüşleri.....	77
Şekil 3.2. Belediyenin Toplu Taşıma Hizmetlerinin Yeterliliğiyle İlgili Katılımcıların Görüşleri.....	77
Şekil 3 .3. Katılımcıları Deprem, Sel gibi Felaketler Anında Barınabileceğiniz Yerlerin Nerede Olduğunu Bilmelerine Göre Dağılımı.....	79
Şekil 3.4. Katılımcıların Cadde-sokak adları, ev ve apartman numaraları yeterince belirgin görüp görmedikleri ile ilgili Dağılımı.....	80
Şekil 3.5. Katılımcıların Kentin Cadde ve sokakları, araç trafiği için yeterli olup olmadığıyla ilgili verilerin dağılımı. ....	81
Şekil 3.6. Katılımcıların Kentin kaldırımları yaya trafiği için yeterli görüp görmediklerine göre dağılımı.....	82
Şekil 3.7. Katılımcıların Semtlerinde yeterli sayıda park var olup olmadığına göre görüşlerin dağılımı .....	83
Şekil 3.8. Katılımcıların Son Referandumda Oy Kullanıp Kullanmadıklarına Göre Dağılımları. ....	84
Şekil.3.9. Katılımcıların Son Belediye Seçiminde Oy Kullanıp Kullanmadıklarına Göre Dağılımı.....	85
Şekil 3 10. YYHTDÖ İçin Doğrulayıcı Faktör Analizlerine İlişkin Diyagram.....	93

## GİRİŞ

İnsanoğlunun dünyaya gelmesiyle birlikte ihtiyaçları zaman içerisinde hızla artmıştır. Bu ihtiyaçlarını karşılamak için elinde sınırlı sayıda kaynaklar bulunmaktadır. Bu kaynakları en verimli bir şekilde kullanarak ihtiyaçlarını karşılaması gerekmektedir. Toplumdaki hızlı gelişmeler, toplumsal refah seviyesinin yükselmesi, teknolojik gelişmeler, dünyanın küreselleşmesi vb. etkenlerle beraber insan ihtiyaçlarında çok değişimler ve çeşitlilik oluşmasına neden olmuştur. Toplumda yaşanan bu gelişmeler tüketim davranışlarında değişimlerin yaşanmasına neden olmuştur. Yaşanan bu değişim ve gelişmeler aynı zamanda tüketicilerin, tüketim sürecinde de daha bilgili, daha sorgulayıcı, daha kaliteli, daha ekonomik, daha araştırmacı olmalarına neden olmuştur. Tüketim sürecinde yaşanan bu hızlı gelişmeler tüketici davranışlarını sürekli dinamik ve değişime açık olmasını sağlamıştır.

Birlikte yaşamak durumunda olan insanlar toplumsal hayatı geliştirme arayışı içinde olmuşlardır. Bu durum toplumsal hayatı düzenleyen kurumların değişmesini ve yenilenmesini kaçınılmaz hale getirmiştir. Böylece toplumsal hayatı düzenleyen kurumların merkezi olmaktan çok yerel olması uygun görülmüştür. Gelişen ve çeşitlenen insan ve toplum ihtiyaçlarının yerel ölçekli kurumlar vasıtasıyla karşılanması hem zaman, hem de maliyet bakımından daha elverişlidir. Bu nedenle yerel yönetimlerden biri olan belediye hizmetlerinin yirmi birinci yüzyılında önemi büyüktür.

Belediyeler artan ve farklılaşan toplum hizmetlerinin sunulmasında büyük öneme sahiptir. Bu da belediyelerin yeniden düzenlenmesini, değişimleri takip etmesini ve dinamik bir yapıya sahip olmasını sağlamıştır. Şehirdeki nüfus değişimi, şehir merkezi ve şehir merkezi dışında gelişen yerleşim yerleri ile beraber belediye hizmetlerinin önemini artırmıştır. Belediyeler tüketicilere şehirlerdeki alt yapı sorunların çözülmesi, sosyal projeler, eğitime dayalı projeler, çevresel hizmetler ve buna benzer birçok konuda hizmet sunmaktadır. Bu hizmetler sunulurken tüketici davranışlarının dikkate alınması önem arz etmektedir. Zira tüketicilerin davranışlarına, yaşam tarzlarına, değerlerine ve kişilik özelliklerine göre hizmetlerin

tasarlanması ve sunulması kaynakların etkin ve verimli kullanılmasını sağlayabilir. Bu anlamda bu çalışmada belediye hizmetlerinde tüketici davranışlarının neler olduğunun ortaya konulması amaçlanmıştır. Çalışmada tüketici davranışları ampirik olarak ele alınmıştır.

Tüketici davranışlarını etkileyen birçok etken bulunmaktadır. Bu etkenler tüketim ve tüketici kavramları için büyük önem arz etmektedir. Tüketici davranışlarını etkileyen birinci kavram olan tüketici kavramı geniş bir şekilde açıklanmıştır. Tüketicinin tanımı yapılarak tarihsel süreç içerisinde uğradığı anlam değişikliklerine değinilmiştir. Tüketici kavramı değişen ve gelişen dünya düzenine göre değişiklik arz etmiştir. Günümüzde tüketici davranış modelleri daha önemli hale gelmiştir. Çalışmada tüketici olarak bireylerin davranışlarını etkileyen birçok davranış modellerine değinilmiştir. Bu modeller kapsamında kişilerin tüketim tercihleri ortaya çıkmaktadır.

Tüketici davranışını etkileyen ikinci önemli kavram ise tüketimdir. Tüketim insanoğlunun var olmasıyla beraber ortaya çıkmıştır. Yine çalışmada tüketim kavramının açıklanması için çok geniş bir literatür taraması yapılmıştır. Bu literatür çalışmasının sonucunda tüketim kavramının tanımı, tarihsel süreç içerisindeki gelişimi, tüketim kültürü ve son olarak tüketim türleri hakkında geniş bilgilere yer verilmiştir. Belirtilen tüketim türleri kapsamında bireylerin tüketim anlayışında değişiklikler meydana gelmektedir.

Yerel ve merkezi hizmetlerin bireylere etki etmesi ve bireyler ile onu oluşturan toplumun bundan memnun olması için bu hizmetler bireylerin istek ve arzuları ile paralel olmalıdır. Bunu sağlamanın en iyi yolu ise tüketim ve tüketici kavramları ile modellerinin iyi bilinmesi gerekmektedir. Bu modellerin iyi bilinmesiyle hızlı gelişen ve değişen bireylerin istek ve arzuların daha iyi bir şekilde belirlenmesine olanak sağlanacaktır. Bu modellerin iyi analiz edilmeleri sonucunda gelecekteki yerel yönetim hizmet tarzlarının belirlenmesine ve tahmin edilmesinde büyük imkânlar sağlanacaktır. Bunun neticesinde bireylerin ve toplumun ihtiyaçları doğrultusunda hizmet yapılarak, daha kaliteli yaşam imkânını ortaya çıkmasını sağlamaktadır. Çalışmada bu modeller açıklanarak daha kaliteli yerel yönetim hizmetlerin sunulması amaçlanmaktadır.



Çalışmanın ikinci bölüm başlığını ise yerel yönetimler oluşturmaktadır. Yerel yönetim ile ilgili geniş bir çalışma yapılmıştır. Yerel yönetimin tanımı yapılarak; önemi, tarihsel süreci, yerel yönetimi oluşturan organlar hakkında gerekli bilgiler verilmiştir. Yerel yönetimler içerisinde çalışmamızın ana konusunu oluşturan belediyeler hakkında gerekli ve yeterli açıklamalar yapılmış olup belediyenin tanımı, tarihsel süreç içerisindeki yeri, belediyeyi için çıkartılan kanunlar ve belediyeleri oluşturan organlar hakkında literatür çalışması yapılmıştır.

Çalışmamızın ana konusunu oluşturan belediye hizmetlerinin tüketiciler üzerinde etkisinin verimli bir şekilde araştırılması için yerel yönetim ve yerel yönetim kavramların iyi açıklanması gerekmektedir. Toplumun refah seviyesinin yükseltilmesi, daha kaliteli hizmetlerin sunulması, küreselleşen dünyaya paralel olarak hizmetlerdeki farklılıkların tespit edilmesi gerekmektedir. Bunu sağlamanın yolu günümüzde ve gelecekte tüketim, tüketici ve yerel yönetim kavramları değişen ihtiyaçlara cevap verecek şekilde güncellenmesi ve yorumlanması gerekmektedir. Bu kavramlarla ilgili güncelleme ve yorumlamanın yapılması için bu çalışma bir kaynak niteliğini taşıdığı ifade edilebilir.

Çalışmanın üçüncü bölümünü ise uygulama olarak seçilen Bingöl belediyesinin hizmetleri ele alınmıştır. Yerel yönetim hizmetlerinin sunulması ile ilgili geniş bir literatür çalışması ele alınmıştır. Ulusal ve uluslararası birçok kaynak taraması yapılmıştır. Literatür çalışması iki ana kısma ayrılmıştır. Birinci kısımda tüketim, tüketici ve tüketim davranışları ile ilgili yapılan çalışmalar analiz edilmiştir. İkinci kısımda ise yerel yönetimlerle ilgili yapılan çalışmalar incelenmiştir. Bu iki alan kapsamlı bir şekilde incelendikten sonra bir sentez haline getirilmiştir. Bu literatür çalışmasının neticesinde uygulama alanı seçilen Bingöl Belediyesinin sunduğu ve sunacağı hizmetlerin kalitesini artırmak için gerekli karşılaştırmalar yapılmıştır.

Çalışma neticesinde yerel yönetim hizmetlerinin birey ve toplum için büyük öneme sahip olduğu vurgulanmaktadır. Yerel yönetimlerin sunduğu hizmetlerinin kaliteli olması, sunulan hizmetlerin bireylerin ve toplumun ihtiyaçlarına cevap verebilmesi, yerel yönetimlerin elindeki kıt kaynaklarla maksimum fayda sağlamları, yerel yönetimlerin sundukları hizmetlerin değişen teknolojik gelişmeler uyumlu olması, gelecekteki yerel yönetim hizmetlerinin belirlenmesi gibi birçok

alanda başarılı olması için tüketim, tüketici ve tüketim davranışları iyi bilinmesi ve analiz edilmesi gerekmektedir. Çalışmada bu kavramlar ele alınarak yerel yönetim hizmetlerinin bu kavramlarla birlikte yorumlanarak kaliteli hizmetlerin sunulması için bir yol haritası ortaya konmuştur.

Özet olarak yapılan Yüksek Lisans çalışması üç kısımdan oluşmaktadır. Çalışmanın birinci kısmı tüketici davranışları, tüketim ve tüketici davranışları ele alınmıştır. Tez çalışmasının ikinci kısmında ise yerel yönetim ve yerel yönetim kavramları, organları hakkında gerekli açıklamalar yapılmıştır. Tezin son kısmı olan üçüncü bölümde ise yerel yönetim hizmetlerinde tüketici tercihlerinin ortaya konulması üzerine ampirik bir uygulama yapılmıştır. Çalışma sonuç ve önerilerle tamamlanmıştır.

# BİRİNCİ BÖLÜM

## TÜKETİCİ, TÜKETİM VE TÜKETİCİ DAVRANIŞLARI

### 1.1. TÜKETİCİ KAVRAMI

#### 1.1.1. Tüketici Tanımı

İnsan genel olarak ihtiyaçlarını karşılamak, istek ve arzularını yerine getirmek için ürün ya da hizmet alımına ihtiyaç duyar. Bu istek ve arzuların karşılanma sürecinde tüketici, tüketim, pazarlama gibi kavramların oluşmasına neden olmuştur. Bu yeni oluşan kavramlar arasında tüketici kavramı çok geniş bir biçimde karşılaşılmaktadır. Anlamsal olarak tüketici, ihtiyaçların karşılanması için talepte bulunan kişidir (Kapağan, 2004, s.7). Gelişen zaman içerisinde anlamsal olarak tüketici kavramı değişikliklere uğramıştır. 18. yüzyılda İngiltere’de tüketicilerin korunması için hazırlanan Molany komisyonunun hazırladığı çalışmada tüketici, *“Kendi özel tüketimi için bir malı alan kişidir.”* olarak tanımlanmaktadır(Kapağan, 2004, s.7). Tüketici kavramının günümüzdeki anlamı ise, kültürel, sosyal ve ekonomik ihtiyaçlarının karşılanması için üretilen mal ve hizmetleri satın alarak ihtiyaçlarını karşılayan, bu mal ve hizmetleri kullanan veya bunlardan faydalanarak hiçbir ekonomik değere denk tutulmayan aile, kuruluş ve şahıs olarak tanımlanmaktadır (Kapağan, 2004, s.7).

Tüketici kavramı Ulusal Tüketici Hukukumuzda yer almaktadır. Tüketicilerin Korunması Hakkında Kanun’un üçüncü maddesine göre tüketici; “Ticari veya mesleki olmayan amaçlarla hareket eden gerçek veya tüzel kişiyi” olarak tanımlamaktadır. Michael (2007, p.2015)’e göre tüketici, herhangi bir ekonomik fayda elde etmeden, kendi ihtiyaçlarını karşılamak amacıyla mal veya hizmetleri kullanan kişidir. Solomon (2004) bir mal veya hizmeti satın alarak, istek ya da heveslerini karşılamak amacıyla kullanan kişiyi tüketici olarak tanımlamıştır. Yapılan bu tanımlar kapsamından tüketiciyi, kendi toplumsal, kültürel ve iktisadi ihtiyaçlarını karşılamak amacıyla mal veya hizmet isteğinde bulunan ve bunları bir değer karşılığında elde eden birey şeklinde tanımlamak mümkündür.

### **1.1.2. Tüketici Davranışları**

Tüketici davranışları tüketiciye göre daha yeni bir kavram olarak karşımıza çıkmaktadır. Tüketici kavramı “satın alan birey” olarak tanımlanmakta ve çok eski zamanlara dayanmaktadır(Oluç,1991,s.7). Tüketici davranışları ise özellikle 2. Dünya Savaşından sonra kapsamlı bir şekilde araştırılmaya başlanmıştır. 1960’lı yıllarında tüketici davranışları en önemli konular arasında yerini almış olup birçok akademik çalışmaya konu olmuştur. Bu çalışmalar neticesinde tüketici davranışları hem ulusal hem de uluslararası düzeyde iktisat ve pazarlama bilimcileri tarafından geliştirilmiştir. Günümüzde tüketici davranışlarının temelini oluşturan konularının araştırılması için tüketici davranışlarının önceden tahmin edilmesi yerel yönetim hizmetleri için büyük bir dayanak oluşturmaktadır. Tüketici davranışları; toplumu oluşturan bireylerin ihtiyaçlarının neden, nasıl ve ne zaman karşılayacağı ile ilgili süreci belirlemesinin bir yolunu oluşturmaktadır. Bu da tüketici davranışları ve modellerin sunulan hizmetler için önemli bir kaynak oluşturduğunu göstermektedir (Oluç,1991,s.7).

Yaşanan teknolojik gelişmeler ve hızlı değişen dünya döngüsü ile beraber tüketim olgusunun niteliğini değiştirmiştir. Tüketim-tüketici alanlarında yaşanan gelişmeler yerel yönetim hizmetlerinin de bunlara paralel olarak gelişmesini ve güncellemesini sağlamaktadır. Bu gelişmeler tüketici davranışlarındaki değişimi yansıtmaktadır. Tüketici davranışlarını demografik, ekonomik, psikolojik, kültürel ve sosyal gibi birçok faktör etkilemektedir. Bu gibi faktörle tüketici davranışlarının oluşturacağı alanı da etkilemektedir. Bu alanlarının belirlenmesi için birçok Tüketici Davranış Modeli (TDM) geliştirilmiştir

### **1.1.3. Tüketici Davranış Modelleri**

Tarihsel olarak tüketici kavramı tüketici davranış kavramından çok daha eskiye dayanmaktadır. Tüketici davranışları daha çok 2. Dünya Savaşından sonra ortaya çıkmıştır. 1960’lı yıllarda daha çok önem kazanmıştır. O tarihten günümüze kadar tüketici davranışları ile ilgili pek çok ulusal ve uluslararası çalışma yapılmıştır. Tüketici davranışları iktisat, işletme, pazarlama, hukuk gibi birçok bilim dalında incelenmiştir. Özellikle mikro iktisat alanında yapılan çalışmaların tüketici davranış modellerinin gelişmesine büyük katkı sağladığı ifade edilebilir. Günümüze kadar

gelen ve hala geçerliliğini koruyan birçok model bulunmaktadır. TDM'lerinden önemli olanları çalışmamızın bu kısmında ele alınmıştır.

### **1.1.3.1. Veblen'in Psiko-Sosyolojik Modeli**

Tunçkan, bireyi içinde yaşadığı cemiyetin kültürel değerleri tarafından tesir altına alınan sosyal bir hayvan olarak tanımlar (Tunçkan, 2012,s.153). Benzer bir şekilde Papatya'nın Veblen'in sosyo-psikolojik biçimine göre, kişi hayatını idame ettirdiği dönemde yer alan gruplara, çevresindeki kurallara ve davranışlara ayak uydurarak hareket eden toplumsal bir canlı olarak tanımlar (Papatya, 2005,s.225). Veblen (1899) aristokrat sınıfının tüketim alışkanlıklarını incelediği çalışmasında aristokratların satın alınacak mal ve hizmetin sağlayacağı yarardan ziyade yaşadıkları toplum içinde üne kavuşma isteğinin etkili olduğunu ortaya koymuştur. Papatya (2007)'ye göre mal ve hizmetler farklı bir anlam kazanmıştır. Buna göre mal ve hizmetlerin kişiye sağladığı reel fayda yeterli olmayıp, mal ve hizmetlerin belirttiği işaretlerin kazandırdıkları manaları ile önem kazanmaktadır. Özellikle sanayi sektöründe mal ve hizmetlerin nasıl meydana getirildiğinden ziyade, mal ve hizmetlerin nasıl anlam kazandıklarını önem arz etmektedir (Papatya, 2007,s. 49).

“Veblen; insanı içinde yaşadığı grupların ve alt kültürlerin standartlarına ve genel olarak çevresindeki genel kültür kurallarına ve davranışlarına uyarak hareket eden toplumsal bir varlık olarak görmüştür. İnsanın gereksinimleri ve davranışı büyük ölçüde üyesi olmayı arzuladığı grup ile üyesi bulunduğu grup tarafından belirlenmektedir (Sürücü, 1998). Veblen bu yargıya, çalışmayan sınıfın(aristokrat) harcamalarını inceleyerek varmıştır. Aristokratların büyük ölçüde gösteriş için tüketim yaptıklarını gözleyerek, bu yargısını iddialı biçimde genelleştirmiştir. Bu düşünceye göre; tüketici ait olduğu grupta önder olmak, ünlenmek ya da kendi grubunu aşarak daha üst grupların üyesi olduğu izlenimini yaratmak için satın alma davranışı içinde bulunur (Gürsoy,2001,s.80).

### **1.1.3.2. Marshall'ın Ekonomik Modeli**

Tüketicilerin satın almadaki davranışlarının belirlenmesine ilk öncelik eden ekonomistleridir. Ekonomistler bu alandaki çalışmaların ilk basamağını oluşturmaktadırlar. Ekonomistlerin bu alandaki çalışmaları neticesinde insan, tüketici davranış yönlerinin belirlenmesinde önemli bir etkidir. İnsanın rasyonel ve ekonomik alanlarının güçlü olduğundan tüketici davranışlarına yön verir. Tüketici

olan birey sahip olduğu parayı harcarken kendisine en yüksek fayda sağlayacak şekilde kullanmak ister. Yani bireyin yapacağı satın alma davranışında ölçülü ve hesaplı davranmak ister. Bu model bu görüş çerçevesinde yola çıkmaktadır. Marshall'ın ekonomik modeline göre tüketici; satın alma karar ve davranışında bulunurken, alacağı mal veya hizmetten sağlayacağı faydalı sonuçları hesaplayarak faydasını maksimize etmeye çalışır (Tunçkan, 2012,s.148). Böylece tüketiciler satın alma karar ve davranışlarını akılcı ve şuurulu bir tarzda yapmaktadır. Bu sebeple bu model 'Marjinal Fayda Kuramı' olarak adlandırılmaktadır(İslamoğlu, 1999,s.145). Ancak bu model her durumda geçerliliğini koruyabilen bir model değildir. Çünkü tüketicilerin davranışlarını, inançlarını ve tutumlarını göz ardı etmektedir. Buna rağmen tüketicilerin genel satın alma karar ve davranışlarında etkili olan marjinal fayda anlayışını açıklamada yeterlidir ve geçerliliğini korumaktadır (Hisrich, 1993, s.78).

### **1.1.3.3. Howard ve Sheth Modeli**

Howard ve Sheth modeli 1963 yılında Howard tarafından geliştirilen "Howard tüketici satın alma karar modeli"nin geliştirilmiş bir şeklidir(Bray, 2008,s.10). Bu modele göre tüketicinin karar ve bilgi süreci birçok dış etmenlere bağlıdır. Bu dış etmenler mal ve hizmet, toplumsal çevre, marka, üretici ve sosyal çevredir. Bu dış etmenlere bağlı olarak tüketicinin dış etmenlerden gelen uyarıcılar tarafından etkilendiğini ve bu sayede karar verme süreci başlatıldığını öne süren bir modeldir. Bu uyarıcılar daha genişletilirse ücret, dayanaklık, hizmet ve ulaşma kolaylığı gibi birçok etkenler ortaya çıkar. Bu etkenlerin yanı sıra toplumsal çevrenin bir unsuru olan aile, referans ekipleri ve toplumsal sınıf da yer almaktadır. Son olarak tüketicinin mal ya da marka seçimi, değişik mal ve hizmet alımlarının tüketicinin isteklerinin tam karşılamaya bağlı olarak ivedilik durumu oluşmaktadır (Sahney, 2009, p. 2). Howard ve Sheth modeline bakıldığında tüketicilerin birbirleri arasında gerçekleşen iletişimin ne kadar önemli ve vazgeçilmez olduğu anlaşılmaktadır. Bireyler satın alma kararlarında her ne kadar bağımsız hareket ediyorlarmış gibi görünseler de çevrelerinden bağımsız bir şekilde hareket edememektedirler. Satın alma karar ve davranışlarında bulunan tüketicilerin riske atacak ne gelirleri ne de zamanları vardır. Bu nedenle tüketiciler satın alma karar ve

davranışında bulunmadan önce sosyal çevrelerinin sağladığı bilgi kolaylığından yararlanmak istemektedirler (Runyon ve Stewart, 1987, p. 63).

#### **1.1.3.4. Nicosia Modeli**

Nicosia modeli, 1966 Francesco Nicosia tarafından geliştirilmiştir. Bu model göre tüketici davranışları bir akış diyagramı içinde gelişmektedir. Bu model iki teknikten faydalanarak hazırlanmıştır. Bunlardan birincisi ‘‘Geri Bildirim Döngüleri’’ ikincisi ise ‘‘Bilgisayar Akış Diyagramı’’ teknikleridir. Nicosia’ya göre tüketici davranışlarının tahmin edilmesinde ve detaylı bir şekilde açıklanmasında simülasyon teknikler önemli derecede etkilidir. Bu modelin en esaslı özelliği tüketicilerin satın alma öncesine yoğunlaşarak tüketicinin karar verme sürecini kolaylaştırmaktadır (Eser, Korkmaz ve Öztürk, 2011, s.590). Nicosia modeline göre, tüketicilerin satın alma karar ve davranışları dört ana unsurdan oluşmaktadır. Buna göre, ilk unsuru tüketici satın alma karar ve davranışlarını etkileyen firma unsurları (broşür, sesli ve görüntülü reklam, el ilanları vb.) oluşturmaktadır. İkinci unsuru ise tüketicilerin etkilendikleri mal veya hizmetleri araştırmaları gelmektedir. Üçüncü unsur araştırma sonucu olumlu ise satın alma güdüsü gerçekleşmektedir. Dördüncü unsur olarak satın alma kararı gerçekleşmesi halinde firmalara ve tüketiciye geri bildirim olarak dönmesi gösterilmektedir (Bag, 2009, s. 23).

#### **1.1.3.5. Blackwell, Kollat ve Engel Modeli**

Engel, Kollat ve Blackwell modeli tüketici davranışı karar verme sürecini detaylı bir şekilde açıklar (Engel, Blackwell, Kollat, 1978). Model 1968 yılından ortaya çıkmış olup günümüze kadar üç kez değişiklik yapılarak son halini almıştır. Bu modelin en önemli özelliği satın alma sürecindeki yüksek ve düşük bağılıklar arasındaki farklılıkların birleşimini ortaya koymasıdır (Aydın, 2014, s.26). Tüketici davranışlarını karar verme işlemi olarak değerlendiren Blackwell, Kollat ve Engel Modeli, uygun alternatifler arasında tüketicilerin satın alma karar sürecini ve nasıl kararlar vermesi gerektiğini tanımlamaktadır. Howard ve Nicosia modelleri gibi tüketici kararlarını etkileyen yaşam tarzı, kişilik, değerler ve çevresel unsurların olduğu görüşünü savunmaktadır (Tan, 2010, s. 2910). Modelde önemli olan nokta; dış ortamlardan gelen uyarıcının tüketicinin ihtiyacı doğrultusunda dikkate alınacağı aksi takdirde dikkate alınmayacağıdır (Çubukçu, 1999, s.82). Buna ek olarak, satın alma davranışını gerçekleştiren tüketicilerin satın alma kararlarının sonuçlarının

hafızalarında saklanması, bu tecrübelerini ve bilgilerini ilerleyen zamanlarda tekrar kullanılmasını sağlamaktadır (Kangal, 2013, s. 218).

#### **1.1.3.6. Freud'un Psiko-Analitik Modeli**

Psiko-Analitik modelinde Freud insanların psikolojik yapılarını buz dağına benzeterek örneklendirmektedir. Buna göre buzdağının suyun üstünde bulunan küçük parçası şuuru sembol etmektedir. Suyun altında kalan kısım gereksinimler, istekler, bastırılmış düşünce ve davranışlara yön vermekte olan bilinç dışını simgelemektedir (Gerlevik, 2012, s. 9). Freud'un psiko – analitik modeli, tüketici satın alma karar ve davranışlarında iktisadi etkenler kadar simgesel etkenlerin de kişilerin satın alma üzerindeki karar ve davranışlarında etkili olduğunu savunmaktadır. Bu modele göre, tüketici inceleme ve sorgulama yapmak yerine, tüketicilerin şuuraltında bulunan ve onların kişisel dünyalarını yönlendirecek ümitlerini, sevinçlerini, üzüntülerini ve kinlerini kapsayan uyarıcı etkenleri ortaya koyacak güdü araştırmalarına yoğunlaşarak bireyin bilinçaltında kalan satın alma karar ve davranışları incelenmelidir (Karabacak, 2003, s.81).

#### **1.1.3.7. Pavlovian Modeli**

Pavlovian Modeli, Rus fizyolog Pavlov'un köpeklerin sindirimini araştırmasıyla ortaya çıkmış ve 20. yüzyılın başlarında Watson'ın bu öğrenme modelinin insanlarda da var olduğunu belirlemesi ile önem kazanmıştır. Bu modele göre, öğrenme çağrışıma dayanan bir modeldir. Yani, tüketiciler satın alma karar ve davranışlarında bulunurken alışkanlık haline gelmiş ürünleri tercih etmektedirler (Sahney, 2009, s.5). Pavlov'un "Koşullu Refleks Öğrenme Modeli" bireyin tutumundaki uyarı-reaksiyon kaynağını esas alır. Pavlov modelinin dört ana unsuru bulunmaktadır. Bunlar; talep, münebbih (uyarıcı), reaksiyon (tepki) ile ödüllendirme veya cezalandırma (pekiştirme) olarak adlandırılmaktadır (Kotler, 1984, s. 112). Söz konusu modelin serbest piyasada faaliyette bulunan işletmelere çok büyük katkıları olmuştur. Bu modele limon resminin veya adının tüketiciler tarafından ekşilik, ağız sulandırma duygusu, mide yanmasını önlediğini bilen işletmelerin soda ambalajlarının üstünde limon fotoğrafını kullanmaları iyi bir örnek olarak gösterilmektedir (Karatekin, 2009, s.11).



### **1.1.3.8. Andreasan Modeli**

Bu model Alan R. Andreasan tarafından 1965 yılında ortaya çıkarılmıştır. Bu model tüketici davranışını birçok psikolojik ve sosyolojik kavramlara dayanarak açıklamaya çalışmıştır. Bu kavramlar genellikle tutum oluşturma ve değiştirme ile ilgilidir. Modele göre tüketicinin tutum değişikliğine neden olan en önemli etken istemeden ya da gönüllü olarak çok farklı bilgiye maruz kalmasıdır. Bilgi işleme süreci birçok farklı sonuç içeren bir süreçtir. Bunlar; girdi, uyarıcı, algılama ve filtre etme, eğilim değiştirme gibi birçok örnek gösterilebilir. Modele göre, tüketicinin olumlu satın alma kararlarını etkileyen iki temel strateji bulunmaktadır. Bunlar; “pazar bölümlendirme” ve “ürün farklılaştırma”dır. Pazar bölümlendirme pazarlama çalışmalarının tüketicilerin mevcut tutum ve davranışlarına uydurulması, ürün farklılaştırma ise tüketici tutumlarının değiştirilerek, tüketicinin mevcuttaki ürünü ve satış noktalarını kabul etmesi için harcanan çabaları içermektedir. Andreasan modelini önemli yapan bu iki unsuru dikkate alması ve çeşitli bakış açılarını içerisinde entegre etmesidir (Koç, 2012,s.409).

### **1.1.3.9. Lazarsfeld Modeli**

Tüketici davranışlarına bakışı açısından Katona Modeli'ne çok yakın bir modeldir. Çünkü her iki modelde de, 20. asrın başlarında Alman ve Avusturyalı psikologlar tarafından geliştirilmiştir. Geliştirilen bu modeller incelendiğinde, tüketicilerin karar verme davranışlarının iç ve dış faktörler tarafından belirlendiğini savunmaktadır (Altunöz ve Altunöz, 2016, s.93-94). Davranışlardan iç faktörlerin bir kısmı, kişiyi belirli bir satın alma davranışına doğru yönlendiren ve kişinin tatminsizliklerinin bir sonucu olarak kendini gösteren faktörlerdir. Ayrıca davranışın yönünü belirleyen kişinin bilgi seviyesi, kültürü, hissi, fiziksel ve maddi kapasitesi de diğer iç faktörlerdir. Bu anlayışa göre kişinin davranışı faktörler ile dürtülünerek diğer iç faktörlere göre de yönünü tayin etmektedir(Altunöz ve Altunöz, 2016,s.93-94). Tüketici, piyasadaki alternatif ürünlerin özellikleri, diğer satıcıların reklamları, satış yöntemleri veya referans grupları gibi dış faktörlerin etkisi altında kalmaktadır. Sadece iç ve dış faktörlerin etkisinde kalmaktan ziyade tüketici, ihtiyacın hissedilmeye başladığı andan itibaren satın alma işleminin gerçekleşmesine kadar olan tüm çevre şartlarının etkisi altında kalmaktadır. Her bir aşama kişinin satın alma davranışını karmaşıklıktan uzaklaştırıp daha belirgin hale getirmekte ve yine her bir

aşama tüketicinin tercih alanını gittikçe daraltarak belli bir markaya yönlendirmektedir. Tüketicinin her bir aşamada etkilendiği iç ve dış faktörler ise, bir diğer aşamadakinden farklı maliyetlerde olabilmektedir. Tüketim davranışını etkileyen iç faktörler, tüketicinin doğasına ait unsurlardan sadece bir kısmıdır ve bunlara “satın alma motivleri” adı verilmektedir. Tüketicinin genel itibariyle tutum, fikir ve inançları iç ve dış etkenlerle satın alma motivine haline dönüşebilmektedir (Abıcılar, 2006,s.42).

#### **1.1.3.10.Katona'nın Psiko Ekonomik Modeli**

Katona adı verilen bu model Michigan Üniversitesi'nin 1946'da iktisadi davranış programı dahilinde yaptığı ilk öncü çalışma ve araştırmalarının bir özetidir. O tarihten itibaren bu konuda yapılan yayınların en gelişmiş ve en anlaşılır olan bu model Katona tarafından 1960'da yayınlanmıştır. Katona modelinde tüketicinin davranış modelleri üç ana grup içinde toplanmaktadır (Altunöz ve Altunöz, 2016,s.94).

**a) Bireyin Davranışı:** Bireyin davranışı veya tepkisi iktisadi veya gayri iktisadi şekilde olabilmektedir. İktisadi anlamda davranış veya tepki, iş adamının davranışı ve tüketicinin davranışı olarak ikili bir sınıflandırılmaya tabi tutulabilir.

**b) Teşvik Edici Unsurlar:** Tüketicinin etkilenebileceği teşvik edici unsurlar mali olanaklar ve gelir seviyesi gibi sınıflandırıcı özellikte olabilmekte ancak diğer taraftan gelirdeki değişme veya yeni ihtiyaçların ortaya çıkması gibi tüketici davranışını zorlayıcı özellikte de olabilir.

**c) Ara Değişkenler:** Bireyin tutumları, beklentileri, alışkanlıkları gibi sosyo-psikolojik unsurlara denir. Tüketici bu unsurları çevreyle ilişkilerinde edindiği tecrübeler ile elde ettiğinden istikrarlı bir bünyeye sahiptir. Tüketici davranışlarının ara değişkenleri bir taraftan teşvik edici faktörleri diğer taraftan da davranışın tarzını belirlemektedir. Ara değişkenler iki grupta incelenebilir:

1- Bireyin Tutum ve Beklentileri: Bunlar bireyin çevreyle olan ilişkisi sonucu elde edilmiş genel davranış ve görüş tarzıdır. Dolayısıyla kişiden kişiye değişiklik gösterebilmekte ve çevrede oluşabilecek değişikliklerde ve çevreye uyum sağlamasında tüketicinin kişiliğini belirleyen unsurlardır.

2 Motivler: Bireyin davranışı çok çeşitli motivlerden sağlanabilir ancak bunların bir bölümü tüketicinin satın alma davranışını destekleyici nitelikte diğer bir kısmı ise önleyici niteliktedir(Altunöz ve Altunöz, 2016,s.94).

Katona modeline göre satın alma davranışı dört aşamalıdır;

1. Tüketici karşı karşıya kaldığı teşvik edici faktörler söz konusudur.
2. Davranışın ara değişkenleri teşvik edici faktörler ve bunların etki derecesini sınırlar.
3. Tüketiciyi etkileyebilen teşvik edici faktörler onun bilgi dağarcığında değişikliklere yol açar.
4. Bilgi dağarcığı gelişirken aynı zamanda tüketici ara değişkenlerin etkisiyle belli bir davranışa yani satın almaya yönelir(Altunöz ve Altunöz, 2016,s.94).

#### **1.1.3.11. March ve Simon Modeli**

March ve Simon 1958'de yayınlanan eserlerinde iş arayışında olan bireyin iş ve işyeri seçiminde aradığı kriterlerin, iş ve işyerinin kararı üzerinde nasıl bir etki yarattığını açıklamışlardır. Burdan yola çıkarak satın alma motivleri, tüketicinin markalar arası tercihlerini etkileme tarzı hakkında bazı sonuçlar çıkarabilmektedir. Nitekim tüketicinin marka tercihinin o zamana kadar kullandığı markalardan elde ettiği tecrübe ile marka değiştirme kolaylığına bağlıdır. Konu daha detaylı incelendiğinde, bireyi belli bir markadan başka bir markaya geçişte etkileyen beş temel faktör söz konusudur:

1. Alternatif ürün/markaların göz önünde olması
2. Alternatif ürün/markalar hakkında bilgi edinme eğilimi
3. Hali hazırdaki ürün/marka tercihinden sağlanan tatminin derecesi
4. Alternatif markaların temin edilebilme kolaylığı
5. Tüketiciyi marka değiştirmeye sevk eden motivler olarak adlandırılmaktadır(Abıcılar, 2006, s.41).

Tüketicinin bir markadan diğer markaya geçmesine neden olan şey motivlerin değişmesi ve yenilenmesidir. Diğer taraftan tüketicinin hali hazırda kullandığı markadan sağladığı tatmin derecesi, bireyin başka markayı arzulama şiddetini ve alternatif marka hakkında bilgi edinme eğilimini belirlemektedir. Tüketicinin başka bir markayı arzulama derecesi o ana kadar alternatif marka hakkında edindiği tecrübe

ile bir başka markaya geçişle beklenen faydaya ve alternatif markanın tüketici için ne kadar göz önünde olduğuna bağlı olarak değişir (Altunöz ve Altunöz, 2016,s.94).

## **1.2.TÜKETİM KAVRAMI**

Sosyal Bilimlerde özellikle davranış bilimlerinde sıkça karşılaşılan bir konu olan tüketim unsurunun yaygın ve çeşitli bir kullanıma sahip olduğu bilinmektedir. Tüketim kavramının tanımı üzerinde tam bir anlam bütünlüğü sağlanamamış olsa da günlük hayatta sıkça kullanılan tüketim kavramı, bu çalışmada belli bir bütünlük içerisinde incelenecektir. Bu kapsamda, tüketim kavramı ve tüketim ile ilgili önemli kavramlar üzerinde durulacaktır. Bu bölümde tüketimin tanımları, doğuşu ve gelişimi ile tüketim türleri gibi konular incelenecektir.

### **1.2.1. Tüketimin Tanımı**

Kişiler, varoluş gereği olarak sürekli olarak bazı ihtiyaçlarını karşılamak için çabalamaktadırlar. Bu ihtiyaçlar çok çeşitlik göstermektedir. Bireylerin yaşamının sürekliliği, topluma uyumu, dengeli olması, iyiliği ve konforu gibi gereksinimlerini karşılamalıdır. Bu gereksinim ihtiyaç olarak ortaya çıkmaktadır. Bu ihtiyaçların bir kısmı psikolojik iken bir kısmı biyolojik eksikliklerdir (Eroğlu, 2013,s.55). Bu kapsamda ekonomik hayatının en ana unsuru olan ihtiyaç ve tüketim (ihtiyaçları giderme), iktisadi hareketliliğini oluşturan ve üretim aşamasına bağlı bir şekilde insanların hayat stillerine yön veren en önemli etkenler arasında gösterilmektedir (Ersun, 2010,s.5). Buna bağlı olarak kişiler için bu kadar önem arz eden ve hayatsal bir değeri olan ihtiyaçlarını karşılamaması durumunda, kişiler önemli fizyolojik ve psikolojik problemlerle karşı karşıya kalabilmektedirler. Oluşacak olan bu problemleri çözmemesi durumunda kişi kendisine, çevresine ve çevresindeki diğer bireylere zarar verebilir. Bu sebeple tüketim yani ihtiyaçların karşılanması insanlar için önemli bir kavram olarak bireylerin hayatında yerini almaktadır. İnsanların hayatında bu kadar önemli bir yer edinen tüketim kavramı ile ilgili bir çok tanım yapılmaktadır.

Tarihsel süreç içerisinde tüketim kavramı ile ilgili bazı tanımlar yapılmıştır. Bu tanımlara göre tüketim kavramı; Featherstone (1996) “tahrip etmek”, “harcamak”, “israf etmek”, “bitirmek” terimleri ile bağdaştırılmaktadır. Featherstone (1996)’a göre “tüketim” kavramı da “tüketme” kavramına benzemekte ve yakın

manalar taşımaktadır (Tükel, 2014,s.3). Bir başka tanımlamada bulunan Baudrillard (1997) tüketim kavramını şöyle açıklamıştır; Tüketim, objelerle birlikte düşüncelerin ve olguların da tüketilmesini kapsar. Başka bir tanımlamaya göre tüketim, sembollerin üstlendikleri manalar veya işaretler aracılığıyla tüketimin hüviyet ile ilgili bilgi elde edilmesini sağlamaktadır (Baudrillard, 1997,s.97-98). Başka bir tanımlamaya göre; kişilerin arzu ve ihtiyaçlarının temin edilmek gayesi ile insanlar tarafından üretim olarak elde edilen mal ve hizmetlerin yine bireyler tarafından ihtiyaçlarının karşılanması olarak ifade edilmektedir (Çelik, 2013,s.171). Eke (1982) tüketimi, ekonomik bir obje olarak bakmaktan ziyade değişik ülkelerin ve ülkelerdeki toplumların sahiplendikleri kültürel ve sosyal değerlerle olgunlaşan, zamanın şartları içerisinde değişiklik göstererek toplumsal bir obje olarak kabul etmiştir (Kaya ve Oğuz, 2010,s.149).

Yapılan bu tanımlar kapsamında en genel şekilde tüketim kavramını tanımlaması şu şekilde yapılmaktadır. Tüketim; tüketicilerin ihtiyaçlarını karşılamak için ortaya çıkan mal veya hizmetlerin kullanılması, mal ve hizmetlerden faydalanılması olarak tanımlanmaktadır (Dinler, 2008). Hızlı bir şekilde dünya değişmekte ve gelişmektedir. Bu küresel değişme ve gelişmeye bağlı olarak Tüketim kavramı da değişmektedir. Buna göre değişen ve gelişen dünyada, değişen ihtiyaçlara, popüler kavramlara, pazarın durumuna, tüketicilerin beklentilerine, algılarına, tüketicilerin demografik özelliklerine göre tüketim kavramı yeniden ve sürekli şekillenmektedir (Hürmeriç ve Baban, 2012,s.88). Bu gelişmelerin yanı sıra, tüketim kavramı farklı bir anlam yüklenerek artık sınıf, statü, saygınlık, farklılık, ayrıcalık vs. gibi kavramlarla bağlantılı hale gelmiştir (Aytaç, 2006,s.30; Tıgılı ve Akyazgan, 2003,s.22; Çelik, 2013,s.173). Yapılan bu tanımlamalar kapsamında tüketim, sadece bir ekonomik değer olarak değil aynı zamanda kültürel ve sosyal bir obje olarak ele alınarak değerlendirilmelidir (Hürmeriç ve Baban, 2012,s. 88). Tarihi süreç içerisinde değişen tüketim kavramı özellikle 17.yy sonlarına doğru başlayan ve günümüze kadar gelen kişilerin ile toplumların en büyük amacı haline gelmiştir. Bu amaç tüketim kavramı yalnız bir kavram olmaktan çıkarak ve yeni bir anlam yüklenerek bir yaşam tarzı olarak değerlendirilmiştir (Vinson, Scott ve Lamont, 1977,s. 45; Coşgun, 2012,s.838; Martı, 2010,s. 32).

### 1.2.2. Tüketimin Tarihçesi

İktisatçılar, ekonomiyi ‘servetin üretimi, tüketimi ve dağılımı olaylarını inceleyen bilim’ olarak tanımladığı zamanlarda, servetin asıl sahibi olan tüketiciyi ve tüketicinin asıl hedefi olan tüketimi yeterince önemsememişlerdir (Çelik, 2013,s. 173). Ancak sanayi devrimiyle seri üretime geçen batı ülkeleri, ürettiklerini satma ihtiyacı duymuş; pazar arayışları içine girmiş ve bireylerin ürettikleri malları satın alma ihtiyacı duymasını gerektirdiğini fark etmişlerdir. Alıcılar ve satıcılar oluşan bu pazar; kim, neyi, ne kadar üretecek, nasıl üretecek ve nasıl dağıtılacak? sorularına cevap aramışlardır. Bu arayış sayesinde tüketiciler ve tüketim iktisat biliminin ilgisini çekmeyi başarmıştır (Çelik, 2013,s.173).

Milattan önceki zamanlarda ilkel toplumlarda toplayıcılık, avcılık, tarım, gibi faaliyetlerle başlayan tüketim sürecinin uzun bir geçmişi vardır. Tarihsel süreç içerisinde tüketimde belli süreçler yaşanmıştır. Tüketim süreçlerinde topluluklar, ilkel toplumdan tarım toplumuna, tarım toplumundan endüstri toplumuna, günümüzde ise bilgi toplumuna geçmiştir (Aydınlı, 2004,s. 4). Tarım toplumunda var olan tarım destekli ekonomilerde; aile ve aile etrafında üretilen mal ve hizmetlerin tüketilmesi yine aile ve aile çevresinde yaşayan kişiler tarafından tüketiliyordu. Üretilen malların pazarda satılma imkânı bulunmuyordu. Üretilen mallar bireylerin ihtiyaçlarına bağlı olarak bireyler arasında takas edilmiştir. (Sönmez ve Karataş, 2010,s 3; Yavuz, 2013,s. 220).

19. yy ikinci yarısından 20. yy kadar geçen zaman içinde üretimlerin fabrikalarda yapılmaya başlanması ile artan seri üretim ile insanlar daha çok çalışmaya başlamıştır. Artan kitlesel üretim, kentleşmeyi ve kent yapısının yanı sıra aile yapısında da büyük değişikliklere neden olmuştur. Aileler artık geniş aile tipinden uzaklaşıp çekirdek aile yapısına dönmüştür (Aydınlı, 2004,s. 4). Geleneksel tarım topluluklarının kırsal alanlarında yaşayanlar sanayide işçi olarak çalışıyorlardı. Para sahibi olan soylular ya da burjuvalılar ise cemiyetin en itibarlı kişiler olarak konumlandırılmışlardır. Yaşam koşullarının gelişmesi ve değişmesiyle birlikte kişilerin yeni bir üretim tarzı ortaya çıkmıştır. Bu yeni üretim tarzında bireyler daha fazla gelire sahip bir üretim modeli oluşmuştur. Bu modelde bireyler tükettikleri malları kendileri üretmek veya pazarda değişim yapmak yerine, bu malları satın alma gereksinimini olduğunu sezmişler. Daha fazla satın alma ihtiyacı hisseden

bireylerin tüketim kalıpları ve davranışları da değişikliğe uğramıştır. Bu değişiklikler endüstri devrimi ile beraber geçmişe yönelik kültürel, sosyal ve iktisadi yapıların esaslarında büyük değişimler yaşatmıştır (Aydınlı, 2004,s. 4).

Tüketimin tarihçesine bakıldığında son aşama olarak Endüstri 4.0 görülmektedir. Endüstri 4.0 başka bir ifadeyle 4. Sanayi devrimi olarak adlandırılmaktadır. Endüstri 4.0'ın öncüsü Almaya'dır. Endüstri 4.0, yapay zeka, 3D (üç boyutlu) yazıcılar, robotik ve biyo, nano ve uzay teknolojisi alanlarında yaşanan gelişmelere bağlı olarak büyük önem kazanmaktadır. Bu gelişmelerle Endüstri 4.0'; Belirli bir ekonomik değere sahip canlı-cansız her nesnenin internet bağlantısıyla diğer nesnelere iletişime ve etkileşime geçebileceği akıllı üretim dönemi şeklinde tanımlaması yapılmaktadır ( Schwab, 2016). Bu akıllı üretim firmalar yeni rekabet ortamlarının oluşmasına neden olmuştur. Firmalar arasında bu rekabet üretimi etkilemektedir. Yeni ve hızlı ürünleri ortaya çıkmasına neden olmaktadır. Bu da bireyleri daha hızlı bir şekilde tüketime sevk etmektedir. Özellikle 4.0 endüstri ile elde edilen akıllı ürünler tüketime yeni bir anlam yüklemektedir. Üretimde dijitalleşmenin yaşanmaya başladığı bu dönemde sanal ve fiziksel sistemlerin birbirine entegre olduğu ve internete bağlı olan nesnelere böylelikle akıllanacağı üretim sistemini oluşturmaktadır ( Schwab, 2016).

Bu şekilde artık Endüstri 4.0 hayatımıza girmiş ve giderek önem kazanış durumdaydı. Arık her bir ürün bir hafızaya sahipti. Bunu da Çip'lerle sağlıyordu. Çiplerin ucuzlaması ve küçülmesi neticesinde artık her ürünün üzerinde bir çip taşınmaktadır (Aksu, 2016). Endüstri 4.0 dönüşümü içinde artık akıllı fabrikalar oluşturulacak. Bu fabrikalarda yüksek verimlilik, minimum hata ve insan sağlığı için iş sağlığı ve güvenliğine özen gösterilecektir. Buda tüketici davranışları üzerinde yaşanan büyük değişimi ve yeniliği göstermektedir.

### **1.2.3. Tüketim Kültürü**

Genel olarak kültür, yaşayan bireylerin daha önceden yaşayan bireylerden elde ettikleri ve daha sonraki bireylere aktardıkları öğrenilmiş davranışlar bütünüdür (Ültanır, 2003,s.297). 1950'lerin sonu ile 1960'ların başında, Sanayi Devrimi ile tüketim toplumunun gelişimi hakkında yapılan tartışmalar tüketim kavramının kültürel bir konu olarak ortaya çıkmasına neden olmuştur (Uyanık, 2009,s.36-41). Buna bağlı olarak Tüketim Kültürünün tanımı iki şekilde ortaya çıkmaktadır.

Birincisi; Elde edilen mal ve hizmetlerin tüketiciye erişmesinde Kültür'ün daha hakim olması, ikincisi ise tüketicilerin, beğenilerini, değerlerini ve yaşam tarzlarını ifade etmek şeklinde tanımlamalar yapılmıştır (Kaya ve Oğuz, 2010,s. 150).

Sanayi devrimiyle gelişmiş toplumlarda başlayan tüketim kültürü, kitle üretimini artırmıştır. Refah devleti uygulamaları ile birlikte yerel yönetime doğru yayılma görülmüştür. Sanayi devrimi ile patlak veren tüketim kültüründe amaç; ihtiyaçları sürekli artırmak ve üretimi üretim sürecinde hızlandırarak tekrar üretime geçirmektir. Avrupa'da başlayan bu süreç daha sonraları tüm dünyaya hızlı bir şekilde yayılmaya başlamıştır (Halis, 2012,s.152). Bu yayılış toplumdan topluma, devletten devlete farklılık göstermektedir. Örneğin Paris'te yaşayan ve geliri yüksek bir kadının giyim ile ilgili : "...Artık giyinme değil "doğru saatte doğru şeyin giyilmesi", "giyilenin bedene tam uyması", "bir tarz", "birilerini hoşnut kılmak için giyinme" gibi esasları düşünürken; Filistin'de yaşayan ve oradaki şartlara ve gelir düzeyine göre bir bayanın giyimi ise:, "dar görüşlü kısıtlamalardan özgürleşme", "rahatlık duygusu vereni giyme", "sokak hayatını sevme" tarzında tüketim esaslarına değinmektedir (Baudrillard, 1997/ Uyanık, 2009,s. 36-41).

Değişen dünya yapısına bağlı olarak tüketim sadece kültürel yapı olmaktan uzaklaştırıp yeni anlamlar kazanmıştır. Bocock (1997) tüketim şu şekilde açıklamıştır: Tüketim, günümüz koşullarında yalnız ihtiyaçların karşılanması olarak algılanmasından ziyade isteklerin karşılanmasına dayanan bir objedir. Bununla birlikte, istek duyulan tüketimin gerçek manada farklı bir anlamının olduğunu ortaya koymaktadır. Buna göre günlük hayatta kullandığımız birçok nesnenin (Araba, Ev, Kahve, Mobilya v.b) özünde bireylerin isteklerinin, arzularının yerine kullanılan olguların olduğunu belirtmiştir. Bu kullanılan nesnelere kültür ile bağlantılı olarak daha çok biyolojik olmayıp, sembolik isteklerin olduğunu açıklamaktadır. Gelişen ekonomik değerlere bağlı olarak; tüketimin sağladığı arzu ve vazgeçilmezlik başka bir boyut kazanarak başkalarına ulaşmak veya onları geçmeyi amaçlamak ve ayrıca daha önceki yılı aşmakla gerçekleşebileceğini savunulmaktadır (Erciyes, 2006).

Tüketim kültürü hakkında Durning (1992) "*.... Tüketici yaşam tarzının tüm dünyada durdurulamaz biçimde yayılması, geleceği düşünmeksizin yaşayan insan türünün bugüne kadar karşılaştığı en hızlı ve önemli değişiktir. Birkaç kısa nesilde araba sürücüleri, televizyon izleyicileri, alışveriş merkezi müşterileri ve tek*



*kullanımlık malzeme alıcıları haline geldik. Bu önemli geçişin trajik ironisi, tüketim toplumunun tarihi yükselişinin, çevreye zarar vermek konusunda oldukça etkili olurken, insanlara tatminkar bir yaşam sağlamak konusunda etkisiz kalmasıdır.....”*

Her zaman daha iyisini ve daha güzelini almaya çalışırken çevremize ne kadar zarar verdiğimiz göremez hale geldik. İnsanlar artık ihtiyacı olduğu kadarını değil istediği kadarını alma eğilimindedir. Bu durum tarım arazileri ve barajlarımız kuruyana, ülke ekonomileri kısır döngünün içinde yok olana kadar süreceğe benziyor (Durning, 1992). “Alabildiğince satın al” şeklindeki bu yeni eğilim seksenli yılların en büyük furyası haline gelmiş ve toplumun bu savurganlığı dünya standartlarında büyük bir karışıklığa sürüklenmesine neden olmuştur. Bütün bu problemler savurganlıktan tutumluluğa veya karmaşıklıktan basitliğe köklü değişimlere yol açmıştır. Marcuse (1990) insanları satın aldıkları metalarla kendilerini tanımakta olduğunu savunmuştur. Yani tüketiciler duygularını araçlarında, konserlerde, lüks evlerde, iyi donatılmış elbise dolaplarında, moda da aramaktadırlar. Kişilerin toplum ile etkileşimini sağlayan mekanizmaların, kendisini değişme uğratmış ve toplumsal mekanizmaların üretmiş olduğu yeni ihtiyaçların olduğu görüşünü savunmaktadır (Emer, 2012,s.213-224).

#### **1.2.4. Tüketim Türleri**

İnsanlar yaşadığı tarihsel süreç içerisinde sürekli değişime ve gelişime uğramışlardır. Bu değişim ve gelişim tüketim kültüründe de büyük yeniliklerin oluşmasına sebep olmuştur. Bu yenilikler günümüzde birçok değişime uğrayarak karşımıza çıkmaktadır. Her bireyin bir mal veya hizmete olan ihtiyaç zorunluluğu farklılık göstermektedir. Bir tüketiciye göre aciliyeti olan mal veya hizmetin başka bir tüketiciye göre hiçbir aciliyeti veya önemi bulunmamaktadır. Başka bir tüketici satın alma davranışını planlı bir şekilde yaparken bir diğeri ise karşısına çıkan ilk ürünü alma girişiminde bulunabilmektedir. Tüketicilerin tüketim davranışları kişiden kişiye farklılık gösterse de dört ana tüketim türü bulunmaktadır (Babin, Darden ve Griffin, 1994,s.644). Bunlar; ihtiyaçtan doğan tüketim, görür görmez satın alma tüketim, gösteriş tüketimi ve değişen hayat tarzına göre şekillenen tüketim modeli olarak sıralanabilir(Babin, Darden ve Griffin, 1994,s.644). Tüketim kavramını ve tüketim türlerini daha iyi anlayabilmek amacıyla burada tüketim türleri ele alınacaktır.

#### **1.2.4.1. Planlı Tüketim (İhtiyaçtan Doğan Tüketim Modeli)**

Bir bireyin yaşam şartlarını kolaylaştırmak amacıyla mal veya hizmeti satın almaya yönelik gerçekleştirdikleri her türlü tüketim faaliyetine ihtiyaçtan doğan tüketim anlayışı olarak ifade edilmektedir (Şengün ve Karahan, 2013: 15). Bireyler mal ve hizmet alımlarında akıllıca davranarak gerçek manada kendilerine yaralı olacak şekilde ihtiyaçlarını karşılamalıdır. Bu açıdan bakıldığında bir tırnak makası, saç kurutma makinesi, araba, bilgisayar gibi ürünlerin satın alınmasında keyfi unsur karışmaması kaydıyla ihtiyaçtan doğan tüketime misal gösterilebilir. İhtiyaçtan doğan tüketim kavramında asıl olan esas tüketiciye somut yarar sunmasıdır (Şengün ve Karahan, 2013,s.15).

#### **1.2.4.2. Plansız Tüketim (Görür Görmez Satın Alma Tüketim Modeli)**

Görür görmez satın alma tüketim modeli bireylerin plan yapmadan satın alma davranışında bulunmalarını ifade etmektedir. Bireyler, görür görmez satın alma davranışını iki farklı şekilde yansıtmaktadırlar. Bunlardan ilki, bireylerin alışveriş esnasında aklında olmayan bir mal veya hizmeti aniden satın alma kararında bulunma davranışdır. Diğeri ise bireylerin psikolojik durumlarına bağlı olarak verdikleri alışveriş yapma istekleridir. Plansız satın alma davranışı çoğunlukla bireylerin duygusal olarak (heyecan, keyif) yaptıkları tüketim modeli olarak görülse de mantık unsurları (fiyat ve fayda) da oldukça etkilidir ( Gerlevik, 2012,s.52). Gerlevik (2012)'e göre bir bireyin plansız satın alma davranışında bulunmasında etkili olan çeşitli faktörler bulunmaktadır. Bunlar, düşük fiyat, ürün/marka için marjinal ihtiyaç seviyesi, kitlesel dağıtım, kitlesel reklam, tanınmış mağaza ismi, kısa ürün ömrü, küçük ürün boyutu ve saklama kolaylığıdır. Planlanmadan yapılan satın alma davranışları genellikle karşımıza acil satın alınması gereken mal veya hizmetler olarak çıkmaktadır ( Gerlevik, 2012,s.52).

#### **1.2.4.3. Lüks – Gösteriş Tüketim Modeli**

Gösteriş tüketimi, kullanılan mal veya hizmetlerin başkalarının göreceği şekilde kullanılmasını ifade etmektedir (Babaoğul ve Buğday, 2012,s.79). Tüketim insanların varlığından beri var olmasına rağmen, son yıllarda üretilen mal ve hizmette meydana gelen arz fazlalığından dolayı daha fazla ön plana çıkmıştır. Bilhassa iktisadi olarak zengin olan toplumlarda tüketim davranışı oldukça yüksek olmasına rağmen; iktisadi açıdan gelişmekte olan ülkelerde bile gösteriş tüketiminin

etkisinin tüketim kararlarına doğrudan veya dolaylı olarak yön verdiği görülmektedir (Babaoğul ve Buğday, 2012,s. 80).

Lüks tüketim kavramının iktisat ve sosyoloji literatüründe ilk ortaya atan Veblen'dir. Veblen'in bakış açısına göre gösterişe bağlı lüks tüketimde iki güdüden bahsedilebilir. Bunlardan birincisi ait olduğunuz kendi üst sınıfınızda imajınızı diğer sınıf üyelerine belli etmek, diğeri ise kendinizi ait olmadığınız diğer sınıflardaki bireylerden farklılaştırarak uzak durmaktır (Tıgılı ve Akyazgan, 2003). Bu yaklaşıma göre, mal veya hizmetlerin insanlara yükledikleri değerlerin yanında insanların sahip oldukları kültürel değerlerin de oldukça büyük etkisi olduğu görülmüştür (Elliott, 1997,s.289). Lüks ürünler soyut anlamda tüketilirler. Yani, ürünün asıl sunduğu amaç devre dışında tutularak mal ve hizmetim bireylere terci ettirdiği ruhsal imgeleri tüketir. Bu mal ve hizmet ürünler o toplumsal tabakanın yaşam şeklinin bir kopyası olarak görev görmektedir. Lüks ürün tüketmek, yaşam standartları elit sınıfın veya o kategoriye ait olmak isteyen bireylerin yaşama bağlama nedendir (Tıgılı ve Akyazgan, 2003,s.21). Kısacası, lüks tüketimi bireylerin somut anlamda gereksinime ihtiyacı olmamasına rağmen bir mal veya hizmete gereksinimi varmış gibi elde etme davranışlarıdır. Bu ihtiyaçlar karşılanmazsa, bireylerde psikolojik sorunlar ortaya çıkabilmektedir (Hız, 2011,s.117-128).

#### **1.2.4.4. Değişen Hayat Tarzı ve Felsefesine Göre Şekillenen Tüketim Modeli**

Hayat tarzı, bir bireyin dünyayı nasıl algıladığını, nasıl yaşadığının bir göstergesi olarak tanımlanabilir. Değerler ise, bireylerin temel ihtiyaçlarından (maddi ve manevi) ortaya çıkar (Terzioğlu, 1987,s.31). Bu nedenle, tüketim ile hayatı algılayış biçimi birbirine kenetlenmiş iki olgudur. Bireylerin hayata bakış açısı değiştikçe yaşam tarzı da değişiklik göstermektedir. Bireylerin yaşam tarzı değiştikçe tüketim tarzları da değişiklik göstermektedir (Coşgun, 2012,s. 846). Toplum bireyin hayat tarzını etkileyen en önemli unsur olmakla beraber aile, öğrenim kurumları, sosyal çevre, din kurumları, yaş, cinsiyet, meslek, gelir gibi unsurlar bireyin hayat tarzını ve değerlerini şekillendirmede en önemli unsurlardır (Terzioğlu, 1987,s.31). En basit ifadeyle, bireylerin hayatında oluşan küçük değişimler onların yaşam koşullarının ve tarzlarının değişmesine yol açmaktadır. Yeni doğan bir bebeğin gereksinimiyle daha sonraki yaşlardaki gereksinimleri birbirinden farklıdır. Aynı şekilde bir öğrencinin gereksinimiyle evli bir bireyin gereksinimleri de birbirinden

farklıdır. Bu nedenle değişen yaşam tarzları bireylerin tüketim tarzlarının belirleyicileri olarak görülmektedir (Deacon ve Firebaugh, 1988,s.161).

#### **1.2.4. Tüketim Hipotezleri**

Tüketim hipotezlerinin oluşmasının ana kaynağı, birbirinden farklı gelir düzeyine sahip kişilerin tüketim eğilimlerinin belirlenmesidir. Burada bireylerin bu eğilimlerinin ne olduğuna dair cevap aranmaktadır. Bu araştırılırken kişilerin gelir düzeyi baz alınmaktadır. Gelir tüketim hipotezleri ilk olarak Irving Fisher'ın ortaya attığı Zamanlar Arası Tüketim Tercihi Teorisi ile başlamıştır. I. Fisher'ın ardından Keynes'in Mutlak Gelir Hipotezi, Duesenberry'in Nispi Gelir Hipotezi, Modigliani'nin Yaşam Boyu Gelir Hipotezi, Friedman'ın Sürekli Gelir Hipotezi ve Hall'ın Rassal Yürüyüş Hipotezi gelir ile tüketim arasındaki ilişkiyi ortaya koymaya yönelik yapılan başlıca çalışmalardır (Özkul ve Tapşın, 2010,s.7).

##### **1.2.4.1. Yaşam Boyu Gelir Hipotezi**

Fisher'ın (1930) zamanlar arası tüketim tercihi hipotezinden yola çıkarak, 1950 yılında Franco Modigliani öncülüğünde, Albert Ando ve Richard Brumberg tarafından geliştirilen yaşam boyu gelir hipotezine göre, tüketim sadece bugünkü gelirin bir fonksiyonu değildir. Bireyler tüketim kararı verirken ömürleri boyunca elde etmeyi umdukları gelirleri dikkate alırlar (Yamak ve Abdioğlu, 2007,s.69). Modigliani ve diğerleri insan ömrünü üç evrede değerlendirmişlerdir. Yaşamın birinci evresi gençlik dönemidir. Bu dönemde bireyin geliri ihtiyaçlarını karşılamada yetersiz kalır. Tüketimin gelirden daha fazla olması sebebiyle bireyler tasarruf yapamadıkları gibi borçlanmak zorunda kalırlar. Yaşamın ikinci evresi orta yaş dönemidir. Bireyler yaşamlarının bu döneminde çok fazla tasarruf yaparak hem gençlik evresindeyken aldıkları borçları öderler, hem de yaşlılık evresinde tüketmek üzere tasarruf yaparlar. Yaşamın üçüncü evresi yaşlılık ya da emeklilik dönemidir.

Bu dönemde bireylerin gelirlerini artırma imkânı kalmadığı için tüketim harcamalarını orta yaş döneminde yapmış oldukları tasarruflardan karşılarlar (Düzgün, 2009, s.177).

Bireyler gençlik döneminde borçlanarak, orta yaş döneminde tasarruf yaparak ve yaşlılık döneminde tasarruflarını o döneme ait gelirlerini kullanarak yaşamlarının tamamında istikrarlı bir tüketim düzeyinde bulunurlar. Gelirleri arttığı için daha fazla

tüketimde bulunmayacakları gibi, gelirlerindeki azalışla birlikte tüketimlerini de azaltmayacaklardır. Literatürde bu durum ‘tüketim düzleştirmesi’ kavramıyla adlandırılır. Mutlak gelir hipotezi, bireylerin gelirlerindeki artış ve azalışın tüketimi de aynı yönde etkileyeceğini ileri sürmüştür. Yaşam boyu gelir hipotezine göre ise, özellikle orta yaş döneminde gelirden meydana gelen artış, tüketimi artırmayacak aksine tasarrufları arttıracaktır (Demiral, 2007, s.354). Yaşam boyu gelir hipotezi bazı noktalardan eleştirilmiştir. Bunlardan ilki, tüm bireylerin gelecekte elde edecekleri gelirleriyle ilgili bir öngörülerinin olmaması ihtimalinin varlığıdır. Eğer birey düzenli bir iş sahibi değilse, gelecekte elde edeceği gelir, belirsizliğini korur. Bu durum teoriyi doğrudan etkisizleştirir. Bu teoriye getirilen ikinci eleştiri ise, bireylerin tasarruflarından faiz geliri elde etme imkânına sahip olmalarıdır. Yaşlılık döneminde bireyler tasarruflarından elde edecekleri faiz gelirleriyle o dönemdeki gelirlerini artırarak, tasarruflarını da kendilerinden sonra gelecek bireylere miras olarak bırakmak isteyebilirler (Öztürk, 2010, s. 45).

#### **1.2.4.2. Mutlak Gelir Hipotezi**

J. M. Keynes tarafından (1936) ortaya atılan mutlak gelir hipotezine göre, bireylerin tüketimleri doğrudan harcanabilir gelirleriyle ilişkilidir. Harcanabilir gelir, kişisel kullanılabilir gelirden gelir vergisi gibi dolaysız vergilerin çıkarılmasıyla elde edilir (Berber ve Bocutoğlu, 2010). Bireylerin harcanabilir gelirleri arttıkça, tüketimleri artmaktadır. Ancak, belirli bir düzeyden sonra tüketim harcamalarındaki artış gelirlerindeki artışa oranla daha az olmaktadır. Buna bağlı olarak bireylerin gelir düzeyleri yükseldikçe ortalama tüketim eğilimleri de azalmaktadır (Hüsünüoğlu ve Güler, 2010,s.202). Klasik İktisatçılara göre, faiz oranları yükseldikçe tüketim harcamaları azalırken tasarruflar artar, faiz oranları düştükçe tüketim harcamaları artarken tasarruflar artar. Keynes’e göre ise, faiz oranlarının tüketim üzerinde belirleyici bir etkisi yoktur. Faiz oranlarında meydana gelen değişimler tüketim harcamalarını çok büyük ölçüde etkilemez. Tüketim harcanabilir gelirle doğrudan ilişkilidir. Harcanabilir geliri artan tüketici, tüketim harcamalarını da artırır. Ancak, ‘Temel Psikolojik Yasa’sı gereği tüketim harcamalarındaki artış gelirdeki artıştan daha düşük oranda olacaktır (Keynes, 1936, s.52).

Keynes’in ortaya koyduğu bu teoriden hemen sonra yapılan çalışmalarda, teoriyi destekler nitelikte sonuçlara ulaşılmıştır. Ancak daha sonraki dönemlerde

yapılan çalışmalar teorinin kısa dönem için tutarlı olduğunu, uzun dönemde ise aynı tutarlılığı göstermediğini ortaya koymuştur. Bu çalışmalarda, bireylerin tüketim harcamalarına bakıldığında gelirlerinde azalma olmadığı görülmüştür. Yapılan çalışmalar mutlak gelir hipotezinde ortaya konulanın aksine, bireylerin uzun dönemde gelirlerindeki artışa paralel olarak tüketimlerini de artırdıklarını göstermiştir (Tarı ve Çalışkan, 2005,s. 4)

#### **1.2.4.3. Sürekli Gelir Hipotezi**

Yaşam boyu gelir hipotezi gibi sürekli gelir hipotezi de zamanlar arası tüketim tercihi hipotezine dayanır. Milton Friedman (1957) tarafından geliştirilen bu teori geliri, sürekli gelir ve geçici gelir olarak ikiye ayırmaktadır. Sürekli gelir, bireyin servetiyle, yaşamı boyunca elde etmeyi planladığı gelirin toplamından oluşurken, geçici gelir olağan dışı durumlardan kaynaklanan gelir artışını ya da gelir azalışını ifade etmektedir. Geçici gelir artışları ya da azalışları, tüketimde de geçici artışlara ya da azalışlara sebep olurken, uzun vadede sürekli gelirden artış meydana gelmediği sürece tüketimde sürekliliğini koruyan bir artış söz konusu olamaz. Bireyler tüketim kararlarını sürekli gelirlerini dikkate alarak verirler. Sürekli gelir uzun vadede, hem emekten hem de sermayeden elde edilebilir (Çolak ve Öztürkler, 2012,s. 4).

Yaşam boyu gelir hipotezi gibi sürekli gelir hipotezi de bireyin yaşamının tamamını dikkate almıştır. Friedman'a göre, marjinal tüketim eğilimi ve ortalama tüketim eğilimi uzun dönemde birbirine eşittir. Sürekli gelir hipotezi, insan yaşamını dönemlere ayırmamış, insan yaşamının tamamını bir bütün olarak ele almıştır. Bu hipotezi yaşam boyu gelir hipotezinden ayıran bir diğer farklılık da geliri sürekli gelir ve geçici gelir olmak üzere iki grupta değerlendirmesidir (Sivri ve Eryüzlü, 2010,s.91). Sürekli gelir hipotezi yaşam boyu gelir hipoteziyle benzer özellikler taşımaktadır. Bu nedenle, yaşam boyu gelir hipotezine yöneltilen eleştiriler, sürekli gelir hipotezine de yöneltilmiştir. Likidite kısıtının varlığı, tüketimi uzun dönemli gelirin fonksiyonu olarak kabul eden bütün hipotezleri olumsuz yönde etkilemektedir. Likidite kısıtlı altında bulunan bir birey, tüketim kararlarını sürekli gelirine dayanarak vermek istese de borçlanma olanaklarının sınırlı olması, cari gelirinin alacağı kararlarında daha etkili olmasına neden olacaktır (Tekirdağ, 2009,s. 9).

#### 1.2.4.4. Zamanlar Arası Tüketim Tercihi Hipotezi

1930 yılında Irving Fisher, ilk dönem bugünü, ikinci dönem geleceği temsil etmek üzere iki dönemli bir model ortaya koymuştur. Fisher'a göre bireyler, sadece mevcut dönemdeki gelirlerini değil gelecek dönemdeki gelirlerini de dikkate alarak tüketim ya da tasarruf yapma kararı alırlar. Modigliani'nin yaşam boyu gelir hipotezine ve Friedman'ın sürekli gelir hipotezine dayanak teşkil edecek olan bu teoriye göre, bireyler gelecekte elde edecekleri gelirlerini de dikkate alarak iki farklı şekilde karar verebilirler. İlkinde bugünkü tüketimi gelecekteki tüketime tercih edebilirler. Bu durumda mevcut dönemde elde ettikleri gelirlerinden daha fazla harcama yaparak borçlanabilirler. Ya da gelecek dönemde yapacakları tüketimi şimdiki dönemde yapacakları tüketime tercih edebilirler. Bu durumda da mevcut dönemde elde ettikleri gelirlerinin büyük bir kısmını harcamayarak tasarruf yapabilirler. Rasyonel davrandığı düşünülen bireyler, gelecek dönemde elde edecekleri gelirin ve tüketim harcamalarının bugünkü değeri ile mevcut dönemde elde ettikleri gelirlerinin ve tüketim harcamalarının değerini kıyaslayarak faydalarını en üst düzeye çıkarmayı amaçlarlar. Eğer mevcut dönemde borçlanmak daha yüksek faydayı sağlayacaksa, tasarruf yapmak yerine tüketim harcaması yapmayı tercih edeceklerdir. Tersine bir durumda da tasarruf yaparak gelecek dönem gelirlerini artırmak isteyeceklerdir. Fisher'ın teorisinde borç almada ve borç vermede uygulanan faiz oranları, gelecek dönem ile mevcut dönem arasında yapılacak tercihi belirlemektedir. Mevcut dönemde gerçekleşen borçlanma faiz oranı ile tasarrufların gelecek dönemde sunacakları faiz getirileri büyük önem taşır. Zira bu durumun tüketimin daha pahalı olması ya da gelecek dönemdeki gelirin mevcut dönemdeki değerinin daha düşük olmasıyla ilgilidir (Taşdemir, 2006,s.117).

Zamanlar arası tüketim tercihi teorisinde bireyler faydalarını en yüksek düzeye çıkaracak seçimleri yaparlar. Yani mevcut dönemde borçlanma ya da tasarruf yapma imkânına sahiptirler. Bu teoriyle ilgili olarak yapılan en büyük eleştiri; bireylerin tamamının borçlanma imkânına sahip olmamasıdır. Bireylerin gelecek dönemde tüketimlerinden daha yüksek düzeyde gelir elde edeceklerine inanmaları yeterli değildir. Borçlanma kararı aldıklarında, borç temin edebilecekleri kaynaklara da sahip olmaları gerekmektedir. Dolayısıyla tüketim sadece mevcut dönemdeki

gelire eşit ya da mevcut dönem gelirinden daha az olabilir. Her birey için iki dönemli bir modelden bahsetmek mümkün olmayabilir (Tarı ve Çalışkan, 2005,s.7).

#### **1.2.4.5. Nispi Gelir Hipotezi**

Mutlak gelir hipotezinin uzun dönemde işlemediğinin görülmesi, iktisatçıları gelir ile tüketim arasındaki ilişkinin tespitine yönelik yeni çalışmalara yönlendirmiştir. J. Duesenberry (1949) gelir ile tüketim arasındaki ilişkiyi nispi gelir hipotezi ile açıklamıştır. Duesenberry, hipotezini iki temel varsayım üzerine kurmuştur. Bunlardan ilki bireylerin tüketim davranışlarında çevresinden etkilenmesiyle ilgilidir. İkincisi ise bireylerin gelir artışlarında gösterdikleri tepkiyi, gelirlerinde meydana gelen azalışta göstermemeleriyle ilgilidir (Tarı ve Çalışkan, 2005,s.6). Nispi gelir hipotezine göre, bireylerin tüketim kararları sadece harcanabilir gelirlerine bağlı değildir. Bireyler yaşadıkları çevrenin sosyal ve ekonomik yapısının etkisi altında kararlar verirler. Bireyin geliri yaşadığı yerde bulunan diğer bireylerin gelirleriyle benzerlik gösterir. Birey düşük gelir grubunda yer alıyorsa kendisinin de geliri düşüktür. Buna bağlı olarak da tüketim eğilimi yüksektir. Örneğin bireyin geliri artarken yaşadığı mahallenin de geliri de aynı oranda artıyorsa nispi gelirinde bir değişme olmayacaktır. Nispi geliri değişmeyen bireyin tüketime ayırdığı pay da değişmeyeceği için ortalama tüketim eğilimi de değişmez. Bireyin gelir dağılımındaki yeri zaman içerisinde değişmediği müddetçe ortalama tüketim eğilimi aynı kalır (Ünsal, 2007, s. 422).

Teorinin dayandığı ikinci varsayım ise mutlak gelir hipotezinin varsayımını reddetmektedir. Şöyle ki; mutlak gelir hipotezine göre bireylerin geliri arttıkça tüketim harcamaları da artmakta, gelirleri azaldığında ise tüketim harcamaları da azalmaktadır. Ancak Duesenberry'e göre bireyler gelirleri artarken tüketim harcamalarını artırmaktadır. Fakat gelirleri azalsa bile tüketim harcamalarını aynı oranda azaltmamaktadırlar. Bunun nedeni buldukları sosyal statüyü korumak istemeleriyle ilgilidir. Ayrıca tüketim davranışları, belli bir süreden sonra alışkanlık haline dönüşür. Bireyler süreklilik arz eden tüketim harcamalarını karşılamak için eskiye oranla daha düşük olan gelirlerinden tüketim harcamaları için daha fazla pay ayırırlar. Kısa dönemde gelir azalırken tüketim harcamalarının gelirdeki azalmaya oranla daha düşük seviyede azalması, iktisadi yazımlarda 'mandal etkisi' olarak da bilinmektedir (Özkul ve Tapşın, 2010,s.141).



Nispi gelir hipotezi tüketimin sadece gelirle ilgisinin olmadığını, psikolojik ve sosyal etmenlerin de bireylerin tüketim kararlarını vermede etkili olduğunu ortaya koymuştur. Ancak bu teoriye getirilen en büyük eleştiri ikinci temel varsayımla ilgilidir. Geliri azalan birey her ne kadar statüsünü korumak istese de, gelir düzeyinde meydana gelen kalıcı azalmalar bir süre sonra tüketim harcamalarında da aynı oranda azalmaya sebebiyet verecektir(Okcu, 2008,s. 9). Birikimi olmayan ya da likidite kısıtı altında tüketim kararı alan bireyler gelirlerindeki azalmaya bağlı olarak tüketim harcamalarında, teorinin ortaya koyduğunun aksine daha kısa sürede bir kısıtlamaya gideceklerdir(Okcu, 2008,s.9). Ayrıca bu teoride servetin tasarruf ve tüketim üzerindeki etkisi de dikkate alınmamıştır (Okcu, 2008,s. 9).

#### **1.2.4.6. Rassal Yürüyüş Hipotezi**

Gelir ile tüketim arasındaki ilişkiyi ortaya koymaya çalışan bir diğer hipotez de ilk kez J. F. Muth (1961) tarafından ortaya atılan, 1970’lerde Robert Lucas ve 1978’de Robert Hall tarafından geliştirilen rasyonel beklentiler teorisidir. Hall, tüketimin uzun dönemde elde edilen gelirin bir fonksiyonu olduğunu ileri süren sürekli gelir hipotezi ile yaşam boyu gelir hipotezini, rasyonel beklentiler teorisi çerçevesinde tekrar ele almıştır. Hall’a göre tüketim harcamalarındaki değişimler tamamen rastlantısaldır. Tüketim harcamaları üzerinde etkili olan tek değişken bir önceki dönem tüketim harcamalarıdır. Bireylerin geleceğe dönük rasyonel beklentileri söz konusudur. Bir başka ifadeyle bireyler gelecekte elde edecekleri gelirleri tahmin edebildikleri sürece istikrarlı bir tüketim harcaması içinde bulunacaklardır. Gelirlerinde beklenmedik bir değişme olmadığı sürece, tüketim harcamalarında da büyük bir değişiklik olmayacaktır. Ancak gelecekteki tüketimle ilgili öngörüde bulunmak mümkün olmadığı zaman tüketim tesadüfi bir yol izleyecektir (Yamak ve Abdioğlu, 2007).

Tesadüfi yürüyüş hipotezi iki koşulu öne sürmektedir. Birincisi, bireyler önceki dönem gelirlerini ve tüketim harcamalarını dikkate alarak geleceğe dönük bir tahminde bulunurlar. Gelirlerinde beklenmedik bir değişiklik olmadığı sürece tüketim harcamalarında da değişiklik olmaz. Ancak, bireylerin gelirlerinde meydana gelen değişiklikler, geleceğe yönelik tahminlerin de tutarlılığını azalttığı için, tüketim tesadüfi bir yol izler. Hall (2015)’e göre, bireylerin gelirlerinde meydana gelen beklenmedik değişiklikler tüketim harcamalarını etkilerken, beklenen değişiklikler

tüketimi etkilememektedir. Ancak, daha sonra yapılan çalışmalarda beklenmeyen değişikliklerin tüketimi etkilemediği, beklenen değişikliklerin ise tüketimi etkilediği görülmüştür. Literatürde bunlardan ilki ‘aşırı düzleştirme’ diğeri de ‘aşırı duyarlılık’ olarak adlandırılmaktadır (Yamak ve Abdioğlu, 2007). Campell-Mankiw tarafından aşırı duyarlılığa ilişkin bir çalışma yapılmıştır. ABD ekonomisine ilişkin 1953-1986 yılları arasını kapsayan çalışmada nüfusun  $\lambda$  kadarlık kısmının tüketim düzeyini cari gelirine göre belirlediği, nüfusun  $1-\lambda$  kadarlık kısmının rassal yürüme modeline göre davrandığı belirlenmektedir (Ünsal, 2007,s. 439).

Birbirinden farklı tüketim kalıplarına sahip bireylerin var olduğu bir dünyada yukarıda bahsedilen hipotezlerin birebir tutarlı sonuçlar vermesi beklenemez. Zaten tüketim sadece gelirin bir fonksiyonu değildir. Gelirin dışında tüketimi etkileyen birçok ekonomik ve sosyal faktör vardır. Gelecek dönemde fiyatların artacağı düşüncesi tüketimi artıracacağı gibi, faiz oranlarının artması tasarrufları artırması sebebiyle tüketim harcamalarında azalma meydana getirir. Devletin uyguladığı para ve maliye politikaları gibi birçok makroekonomik faktör tüketim harcamalarının artmasına ya da azalmasına sebebiyet vermektedir (Kılınç, 2012, s.26).

#### **1.2.4.7. Dusenberry'nin Sosyo Ekonomik Modeli**

Bu ekonomik model daha çok Keynes iddia etmiş olduğu teorisine zıt olarak ortaya çıkmıştır. Keynes'e göre gelir artışının olduğu zamanda ortalama tüketim eğilimi azalacaktır. Gelir artışı ile ortalama tüketim arasında ters bir bağlantı olduğunu düşünmektedir. Dusenberry, Keynes'in bu düşüncesini teorisinde irdelemiş ve bu inceleme sonucunda ortalama tüketim eğilimin düşmediğini gözlemlemiştir. Dusenberry ekonomik modeline göre bireylerde gelir istikrarsız olsa bile tüketim isteği istikrarlı bir şekilde devam edeceğini vurgulamıştır. Buna göre bireylerin sahip oldukları gelirleriyle yaptıkları tüketim alışkanlıkları arasında farklı sonuç ortaya çıkmaktadır. Yani bireyin elde etmiş olduğu hayat standardı bireylerin gelirlerinde azalma veya düşmesi sonucunda elde etmiş olduğu bu standartların altına inme davranışlarını değiştirmesine izin vermezler. Örneğin 2018 model arabaya binen bireyin elde etmiş olduğu gelirin düşmesi neticesinde daha düşük bir model arabaya kullanmayı arzu etmeyecektir. Yani kişilerin gelir düzeyinden bağımsız olarak

tüketimdeki eğiliminin istikrarlı bir şekilde artmasını sağlamaktadır (Altunöz ve Altunöz, 2016, s.90).



## İKİNCİ BÖLÜM

### YEREL YÖNETİMLER

Yerel Yönetimin iyi anlaşılması için bazı kavramların bilinmesi gerekmektedir. Bu bölümde yerel yönetimin tanımı, yerel yönetimi oluşturan organlar, yerel yönetimin önemi, tarihçesi, yerel yönetim kanunları hakkında gerekli açıklamalar yapılacaktır.

#### 2.1.YEREL YÖNETİM

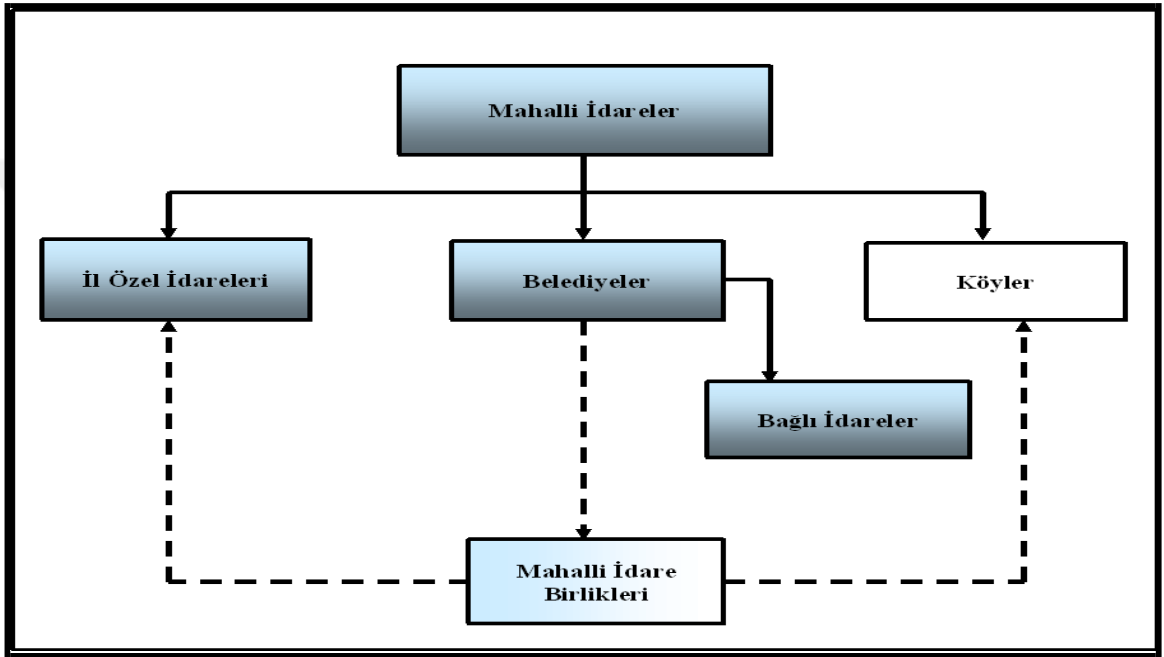
Bu bölümde yerel yönetim kavramının tarihsel süreç içerisindeki yeri ve öneminde bahsedilecektir. Gelişen ve değişen dünyada yerel yönetimin önemi vurgulanacaktır. Yerel yönetimi oluşturan en önemli yapı olan belediye yönetimidir. Belediyenin tanımı ve öneminden bahsedilerek tarihsel süreç içerisinde belediyeciliğin öneminden bahsedilecektir.

##### 2.1.1.Yerel Yönetim Tanımı

Yerel yönetim kavramı Fransızca “decentralisation” kelimesi olarak bilinmektedir. Decentralisation kelimesinin Türkçe karşılığı yerel yönetim olarak kullanılmaktadır. Ülkemizde yönetim anlayışı iki ana sistemden oluşmaktadır. Bunlar birincisi Merkezi yönetim ikincisi ise yerinde yönetim sistemidir. Merkezi yönetim tek elden yönetim olduğundan bunun her yerde uygulanması oldukça güç bir durum oluşturmaktadır. Bunu için ikinci yönetim sistemi olan yerinde yönetim büyük önem arz etmektedir. Yerinde yönetimin bir diğer ismi taşra yönetimi veya Adem-i Merkeziyet olarak adlandırılmaktadır. Çağdaş anlamında yerel yönetim anlayışının Adem-i Merkez olarak adlandırılmaktadır. Adem-i Merkeziyet ise ülke yönetiminde merkezi teşkilatına ve hiyerarşisi kapsamı dışında kalınarak, görev ve yetkileri merkezi yönetim tarafından belirlenerek oluşacak olan organlar tarafından yürütme işlevinin yapılması olarak tanımlanmaktadır (Henden, 2005) .

Başka bir açıklamaya göre, Devlet sınırları içerisinde yaşayan toplumların oluşturdukları kasaba, kent, köy vb. oluşumlar oluşturularak ortak ihtiyaçların karşılanması için meydana gelen hukuksal ve anayasal sistemler oluşması yerel

yönetimler olarak ifade edilmektedir. Bu nedenle yerel yönetimler hukuki, siyasi ve ekonomik özellikleri olan sistemlerdir (Hacıköylü, 2013, s 3). Başka bir tanım yapan Yıldırım, (1993)'çe göre yerel yönetim; toplumu oluşturan bireylerin ihtiyaçlarının giderilmesinde alınacak olan kararların etkin ve verimli bir şekilde alınarak toplumdaki bireylerin refah seviyesini yükseltmesini sağlamaktır. Toplumda oluşacak olan ihtiyaçlara daha duyarlı, esnek ve etkin bir şekilde yaklaşarak halkın ihtiyaçlarına çözüm üretmektir.



**Şekil 2. 1.Yerel Yönetimi Oluşturan Organlar**

**Kaynak** (Erten, 1998).

Ülkemizdeki yerel yönetim oluşturan organlar Belediyeler, İl Özel İdareler ve Köylerden oluşmaktadır. Fakat genel olarak yerel yönetim deyince kentlerin yönetimi ve günümüzdeki belediyecilik anlayışı hâkimdir (Erten, 1998). Yerel yönetimi oluşturan organları Şekil 2.1’de verilmiştir.

Kamu yönetimi için vazgeçilmez parçalarından birisi “Yerel Yönetimler” dir. Kamu yönetimin iki ana ilke olan; verimlilik ve etkinliğin esas görevi “hizmetlerin halka en yakın birimlerince yerine getirilmesi” ile yerinde yönetim temel ilkesi “hizmetlerin seçimle gelen organlar tarafından özerk kuruluşlarınca” yürütülmesidir (Karaer, 1987). Toplumdaki bireyler yürütme kararı olan merkezi

yönetim yerine seçimle iş başına gelen yerel yönetimlere ihtiyaçlarını dilek ve şikâyetlerini daha rahat iletme imkânını sahipler (Karaer, 1987).

Devlet tarafından yürütülen kamu hizmetlerinin hepsini başkentten yönetme imkânı oldukça zor olmaktadır. Bu zorluluğun en başında verilen hizmetlerin verimliliği ve faydasının azalmasına neden olmaktadır. Bu nedenle halkın devlete olan ilgisinin azalmasıyla demokrasi ve siyasi değerlerin ilerlemesini olumsuz etkiler. Yerel yönetimlerin ortaya çıkmasında etkili olan nedenler; mahalli şartların oluşturduğu farklılıklar nedeniyle halkın bulunduğu yerdeki koşullara bağlı olarak ihtiyaçlarını karşılayarak halka daha iyi ve kaliteli hizmet sunmaktır. Buda halkın yönetime etkin katılmasını ve idareyi gözetleyebilmesi açısından önemlidir. Bu nedenle yerel yönetimlerin varlığı çok önem arz etmektedir (Eryılmaz, 1994).Yapılan bu tanımlar çerçevesinde yerel yönetimlerin genel özelliklerini aşağıdaki gibi özetlemek mümkündür (Kaya, 2004)

- Kamu tüzel kişilerdir.
- Karar organları seçimlerle belirlenir.
- Görev ve yetkileri yasalarca belirlenmiştir.
- Özel gelirleri ve personelleri vardır.
- Yerinde Yönetim ilkesince oluşturulmuş kurumlardır.
- Yerel toplumun ortak ihtiyaçlarını karşılamak için örgütlenmişlerdir.

### **2.1.2.Yerel Yönetimin Önemi**

Tüm devlet yönetimlerin önemli birleşenlerin başında yerel yönetimler gelir. Yerel yönetimin kuvvetli ve dayanıklı olması o ülkede demokrasinin daha da güçlendiğinin en büyük belirtisidir. Yerel yönetimler ülkede yaşayan insanların ihtiyaçlarının karşılanması, istek ve arzularının yerine getirilmesi, daha refah ve demokratik bir şekilde yaşamalarını sağlamalarında yerel yönetimlerin önemi merkezi yönetimlerinkinden daha önemlidir. Bu nedenle yerel yönetimler sunduğu hizmetler büyük önem taşımaktadır (Varcan, 2008). Merkezi yönetimlerin daha etkin ve verimli bir yönetime sahip olmalarında yerel yönetimler büyük önem taşımaktadır. Yerel yönetimler daha çok özerk bir yönetimle yönetilmesi ve seçilenlerin o bölgede yaşayan insanlar tarafından seçilmesinden dolayı o bölgede daha güçlü bir demokrasi oluşmasını sağlamaktadır. Yöre halkı tarafından seçilen

idarecileri o bölgede yaşanan bireylerin sorunlarını ve problemlerini daha iyi analiz ederek gerekli çözüm yollarının oluşmasında daha verimli ve etkili olur. Bölge halkı tarafından seçilen idareciler demokratik yönetimin güçlenmesini sağlamaktadır. Belediye o bölgede yaşayan insanlar arasında ayırım gözetmeden insan odaklı katılımcı demokrasi ilkelerinin işleyişini, açıklığını ve şeffaflığını uygulayan özerk ve demokratik bir yönetim şeklidir. Bu da insanlar arasındaki ekonomik, kültürel ve sosyal ihtiyaçların karşılanmasında ayırım gözetmeden eşit bir şekilde hizmetlerin verilmesini sağlamaktadır (Yıldız, 2013)

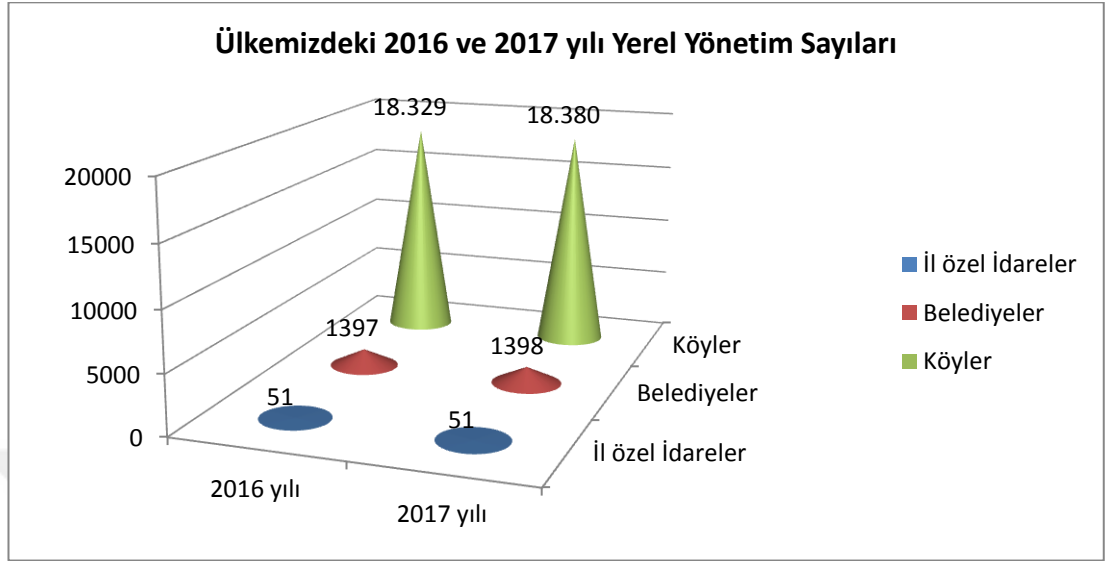
### **2.1.3.Yerel Yönetimin Tarihçesi**

Tarihsel süreç içerisinde baktığımızda yerel yönetim tarihin fazla eskiye dayanmadığı görülmektedir. Yerel yönetimler özellikle sanayi devrimi ile birlikte önem kazanmıştır. 20. yy'da bilgi ve sanayi toplumu ile birlikte daha büyük bir önem arz etmişlerdir. Selçuklu'larda veya Osmanlı'larda yerel yönetim anlayışı ile günümüz yerel yönetim anlayışı arasında büyük farklılıklar bulunmaktadır. (Yayınoğlu, 2007, s.58-60). Selçuklu ve Osmanlı devletlerinde yerel yönetim daha çok vakıflar ve esnaflarla yapılmaktaydı. Bunlardan sorumlu kişiler kadılardı. Kadılar bu göreve Tanzimat fermanının ilanına kadar görev yaptılar. Tanzimat fermanından sonra Şehremaneti kurulmuştur. Şehremaneti yönetmek için merkezi hükümet tarafından Şehremin görevlendirilmiştir. Şehreminin yanında bir meclis görev yapmaktaydı. Meclisin görevi, görüş ve önerilerde bulunarak şehrin yönetilmesinde yardımcı olunmaktaydı. Cumhuriyetin ilanı ile birlikte yerel yönetim anlayışında büyük yenilikler yaşanmıştır. Yerel yönetimlerle ilgili kanunlar düzenlenmiştir. Yerel yönetim bazında ilk kanun 1580 sayılı Belediye Kanun'udur. Bu kanun 2005 yılına kadar yürürlükte kalmıştır. 2005 yılında 5393 Sayılı Belediye kanununu yürürlüğe girmiştir (Yayınoğlu, 2007, s.58-60).

### **2.1.4.Yerel Yönetimi Oluşturan Organlar**

Yerel yönetimi oluşturan organlar Köyler, İl Özel İdareler ile Belediyelerdir. Mahalli idarelerin halkın talep ve ihtiyaçlarının karşılanmasında önemli misyon ve vizyona sahip olması gerekmektedir. Yerel yönetimler kırsal ve kentsel alanlarda yaşayan her bireyin kaliteli bir yaşam sağlaması ve refah seviyesinin yükselmesinde önemli görevleri bulunmaktadır. Bu nedenle ülkemizde 2016 ve 2017 yılına ait yerel

yönetimler sayısı Şekil 2.2’de belirtilmiştir. Şekilde belirtildiği gibi ülkemizde 21 tane İl Özel İdaresi, 1398 Belediye ve 18.380 tane Köy bulunmaktadır.



## Şekil 2. 2.Ülkemizdeki 2017-2018 Yerel Yönetim Sayıları

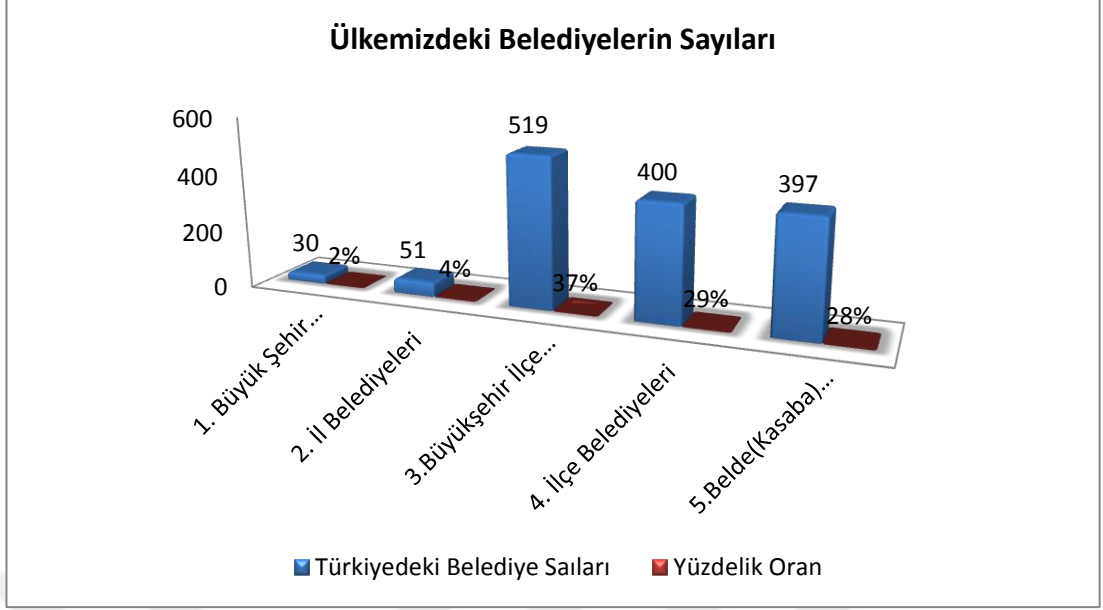
**Kaynak:** MİGM (Mahalli İdareler Genel Müdürlüğü ) ve İİGM (İller İdaresi Genel Müdürlüğü) verilerine dayanılarak hazırlanmıştır, 2018

Bu bölümde belediyelerle ilgili gerekli bilgiler verilecektir. Tez konumuzu oluşturan yerel yönetimde tüketici davranışlarının sorgulanması için bu organlar hakkında gerekli açıklamalar ve tanımlamalar yapılması konun anlaşılmasına yardımcı olacaktır.

### 2.1.4.1.Belediyeler

Yerel yönetimin en önemli organıdır. Özellikle ülkemizde yerel yönetimler içerisinde fazla uygulanma yapma ve hizmetleri pratik’e dönüştürmede belediyeçilikte görmekteyiz. Zaten yerel yönetin dendiğinde akla ilk olarak belediyeçilik gelmektedir. Türkiye’de yerel yönetimlerden belediye iki farklı şekilde adlandırılmaktadır. Bunlardan birincisi büyükşehir belediyesi, ikincisi ise belediye olarak adlandırılmaktadır. Büyükşehir Belediyesi; Nüfusu 750 binden fazlan olan, en az üç beldeyi kapsayan ve bu beldeler arasında gerekli planlamayı sağlayan idari ve mali haklara sahip kurumlar olarak adlandırılmaktadır. Bunun dışında kalan belediyeler İl, İlçe ve Belde belediyeleri olarak adlandırılmaktadır.





**Şekil 2. 3.Ülkemizdeki Belediye Sayıları**  
**Kaynak: Türkiye Belediyeler Birliği, 2014**

Ülkemizde bulunan belediyelerin sayıları ile ilgili Şekil 2.3’de belirtilmiştir. Şekil 2.3’de belirtildiği gibi Büyükşehir Belediyelerin(BB) sayısı 30, İl Belediyelerin sayısı 51, Büyükşehir İlçe Belediyelerin sayısı 519, İlçe Belediyeleri 400 ve Belde Belediyelerin ise 397 taneden oluşmaktadır. Bunların içerisinde BB’ni sayısının az olmasına rağmen önemim büyüktür. Nüfus yoğunluğunun olduğu yerleşim yerleridir. BB’nin içerisinde barındırdığı İlçe Belediyelerle birlikte bireylerin yoğun yaşadığı büyük kentlerdir.

İnsanların büyük bir kısmı kentlerde yaşamaktadır. Bu insan topluluklarının bir arada yaşamaları sonucunda büyük olumsuzlukları beraberinde getirmektedir. Bu kent yönetiminde yerel yönetimler özellikle belediyenin önemi çok büyüktür. İnsanoğlunun tarihsel sürecine bakıldığında sürekli değişen ve gelişen bir yapı içinde olduğu görülmektedir. Özellikle modern çağda belediyenin önemi daha da artırmaktadır. Bu nedenle bu bölümde belediyenin tanımı yapılarak tarihsel gelişim içerisinde belediyenin tarihçesine değinecektir. Belediyeyi oluşturan organlar olan Belediye Başkanı, Belediye Encümeni ve Belediye Meclisi hakkında gerekli bilgiler elde edilecektir. Tarihsel süreç içerisinde belediye ile ilgili çıkan kanunlar ve bu kanunların içeriğinden bahsedilecektir.

#### **2.1.4.1.1.Belediye Tanımı**

Belediye tanımı veya içeriği ile ilgili birçok tanımlama yapılmaktadır. Belediye arapça bir sözcük olup Beled'ten gelmektedir. Beled ise insan toplulukların bir arada yaşadığı yer anlamında kullanılmaktadır. Belediye ad olarak bölgeden bölgeye farklı isimlerle adlandırılmaktadır. Belediye Osmanlı'da Şehremaneti, İngilter'e Municipality, Fransa'da Municipalite olarak isimlendirilmektedir. Bozkurt ve Ergün (2008) göre Belediye, kent olma özelliği taşıyan yerleşim yerlerinde yaşayan, ortak talepleri gidermek hedefi olan ve yetki mekanizmaları toplum tarafından seçimle belirlenmiş kamu tüzel kişiliğine sahip yönetim birimleri diye tanımlanmaktadır. Belediye ile ilgili başka bir tanım; Belediyenin var olabilmesi için birkaç özelliğin bulunması gerekir bunlar; Belediyelerin var olmasının birinci şartı toplum yerleşik bir hayata sahip olması, ikincisi şehir topluluğuna sahip olması, son olarak belediye, merkezleri yönetimden ayrı bir idare yapısına sahip olmalıdır (Uyar, 2004). Başka bir tanıma; Belediyeler, ülkelere göre farklılık gösteren ve karar organları belde sakinleri tarafından seçilmiş, kendilerine has bütçeleri olan kamu tüzel kişilikleridir. Halka en yakın kuruluşlar olarak bilinen belediyelerin, en önemli görevi ise halkın ihtiyaçları ile yakından ilgileniyor olmalarıdır (Nadaroğlu, 1994, s.193).

Belediye kavramı ile ilgili daha bir çok tanım yapılmaktadır. Ama en kapsamlısı ve genel geçerliği en çok kabul edilen tanım ise; 5393 sayılı kanunda yer alan ve anayasamızın 127. maddesine göre Belediye, belde sakinlerinin ortak ihtiyaçlarının karşılanması hedefiyle oluşan ve yetki organları belde sakinlerinin tercihi ile seçimle meydana gelen mali ve idari bağımsızlığı olan kamu tüzel kişilikleridir.

#### **2.1.4.1.2.Belediyenin Tarihsel Gelişimi**

Batı'daki hızlı ilerleyişin olması ve buna bağlı olarak ülkelerin değişen yönetim şekli yerel yönetimlerin önemini artırmaktadır. Kentleşmenin hızlı bir şekilde gelişmesiyle ortaya çıkan insan ihtiyaçlarının karşılanması için yerel yönetimlerin daha etkin ve verimli hizmet etmesine neden olmuştur. Buda belediyeciliğe önemi ortaya koymaktadır.

Tarihsel gelişim içerisinde Türk belediyeciliğinin tarihin çok eskiye dayanmadığı ortaya çıkmaktadır. Osmanlı İmparatorluğundan önceki toplumlarda

yerel yönetim veya belediyeçilik anlayışına pek rastlanılmamaktadır. Osmanlı İmparatorluğu'nda belediyeçilik yerine daha farklı bir anlayış vardı. İmparatorluğun son döneminde kentlerin gelişmesi, sanayi devrimi, bilim ve teknolojiadaki gelişmeler batı devletlerine göre yavaş olduğundan belediyeçilik gelişmemiştir. Bu nedenle ülkemizde modern belediyeçiliğin temelleri ancak Tanzimat döneminde gerekli önem verilerek belediyeçilik önem kazanmıştır. Belediyeçiliğin tarihsel süreç içerisinde üç ayrı dönem şeklinde incelenebilir. Bunlar; Tanzimat Öncesi Belediyeçilik, Tanzimat ve Tanzimat sonrası Belediyeçilik ve Cumhuriyet dönemi Belediyeçilik şeklinde incelenebilir (Menekşe, 2017, s.24).

Tanzimat fermanından önce modern anlamda yerel yönetim anlayışının pek olmadığı söylenebilir. Tanzimat ilanıyla birlikte belediyeçilik Türk tarihinde yerini almıştır. (Toberer, 2008, s.30) göre Osmanlı Devlet'inde Tanzimat'tan önce belediyeçilik anlayışı İslami esaslara dayanmaktaydı. Yönetimin en başında kadı bulunmaktaydı. Kadı bir nevi belediyenin temsilcisi görevindeydi. Kadı; Adli, idari ve belediyenin tüm yetkilerine sahipti. Kadılar birçok yetkiyle donatılmış en yüksek devlet memurlarıydılar. Kadılar ayrıca o beldenin hem emniyet müdürü görevini hem de hakimlik görevini yerine getiriyorlardı. Kadının fazla olan görev ve yetkilerini yerine getirilmesi için bazı görevliler kadıya yardım etmek için görevlendirilmiştir. Bu yardımcılar Muhtesip olarak adlandırılır. Muhtesip, çarşı esnafı ile pazar da çalışanların din esasları kapsamında teftiş eden belediye memurlarına verilen isimdir. Muhtesiplerin görevleri:

- Yerleşim yerlerindeki belediye hizmetlerini denetlemek,
- Vergilerin toplanması,
- Esnafın denetlenmesi,
- İş yeri açma ve ruhsatı verilmesi,
- Belediyeğe ait müeyyideleri uygulamak,
- Kıyafetle ilgili düzeni sağlamak,

Günümüzdeki belediyeçilik anlayışıyla karşılaştığımızda muhtesipler zabıta görevini görmektedirler (Kaya, 2007, s.102).

Tanzimat döneminden önce Osmanlı devletinde belediyeçilik daha çok vakıflar ve sivil toplum kuruluşları tarafından yapılmaktaydı. Bu da Osmanlı

Devlet’inde vakıfların yerel yönetim hizmetlerini görmelerinden dolayı vakıflara çok önemli bir vasıf yüklemiştir. Vakıflar çok büyük ekonomik ve sosyal güce sahip olmasına neden olmuştur. Bu nedenle Osmanlı Devleti, belediye ve bayındırlık hizmetlerini, sosyal yardım, sağlık, eğitim ve sportif faaliyetlerini vakıflarla sağlamıştır (Şen, 2002, s.32). Yine de Osmanlı devlet’indeki belediyecilik anlayışıyla günümüzdeki belediyecilik arasında çok büyük farklar bulunmaktadır. Şehrin yönetiminde bulunan Kadı, Yerel yönetim hizmetlerini daha çok halk ve esnafa yaptırırdı. Bu da esnafla arasında “Lonca” sistemin oluşmasını sağladı. Bu sistem esnafların tüm sorunlarıyla ilgilenmekteydi. Esnafların kendi içerisinde güçlü bir dayanışma oluşmasını sağladı. Çarşının güvenliği ve temizliği yerel esnafın sorumluluğundaydı (Eryılmaz, 2010, s.186). Kendine has bir yönetimi olan Belediye, Tanzimat’tan sonra Batılaşmanın başlamasıyla yerel yönetim sistemine girmiştir. Tanzimat’tan önce II Mahmut döneminde yapılan reformlarla Kadılık makamı yetkileri kısıtlanmıştır. Tanzimat’la birlik üst yönetici olan kadı, yetkilerinin çoğunu kaybetmiştir. Kadı bir memur olarak şer’i hâkim olarak görev yapmıştır (Kaya, 2007, s.103).

Osmanlı’daki yerel yönetim anlayışı 1839 yılında yayımlanan Tanzimat Fermanı ile çok boyutlu bir yenilik ve değişime uğramıştır. Batıda yetişen aydınlar Tanzimat’la beraber Osmanlı’da yeni bir toplumsal ve siyasi anlayış getirdiler. Aydınların Batı’da gördükleri yönetim alanlardaki teşkilatlanmaları İstanbul’da uygulamak istemişler. İstanbul’daki kent sorunlarının çözümlenmesi için İstanbul’da Belediye teşkilatını kurma çalışmalarını hızlandırmıştır (Nadaroğlu, 2001, s.197).

16 Ağustos 1854’te ilk belediye olan İstanbul Şehremaneti kurulmuştur (Ford, 2008, s.32-33). Buna göre Şehremanetin başında Padişah tarafından atanan Şehremini bulunmaktaydı. Yürütme görevini üstlenen Şehremini ile birlikte on iki üyeden oluşan Şehir Meclisi kurulmuştur. Şehir Meclisi istişare ve kara organın olarak görev yapmaktaydı. Şehremini ve Şehir Meclisinin görevleri;

- Şehrin temizlik işleri,
- Halkın zaruri ihtiyaçların karşılanması,
- Çarşı ve pazarların denetlenmesi
- Devletin vergi ve resimlerin toplanması,

- Yol ve kaldırımların yapılması gibi görevleri bulunmaktaydı (Ford, 2008, s.32-33).

Batı'daki yaşanan gelişmeleri takip eden Osmanlı aydınları, bu yenilikleri ulaştırmak için reformlara devam etmişlerdir. 1876 tarihinde yayımlanan Teşkilat-ı Esasiye Kanunu ile yeni bir belediye anlayışını ortaya koymuştur. Bu kanun ile Belediyenin seçim ile gelen meclis tarafından yönetilmesi ve buna dair usul ve esasların düzenleyerek kanun çıkartma yetkisine sahipti. Bu yetki ile İstanbul ve Taşra olmak üzere iki kanun çıkartılmıştır. Bu kanunlar 1930 tarihinde kadar devam etmiştir. 1930 tarihinde oluşturulan 1580 Sayılı Belediye kanununa çıkana kadar yasallığını sürdürmüştür (Ford, 2008, s.32-33).

Bu dönemde belediye ile ilgili birçok yenilik olmuştur. Cumhuriyetin ilanı ile birlikte toplumsal hayatta birçok gelişmeler yaşanmıştır. Cumhuriyetin ilanı ile birlikte Ankara başkent ilan edilmiştir. Yerel yönetim anlamında 1924 yılında oluşturulan 417 sayılı Ankara Şehremaneti Kanunu oluşturulmuştur. Bu kanun Ankara'ya has olup Ankara'ya özel bir yönetim anlayışı kazandırmıştır. Bu kanun ile birlikte birçok yenilikler olmuştur. Buna göre;

- Belediye Umumi Cemiyeti yirmi dört üyeli olacak,
- Belediye dairesini yöneten şehremini içişleri bakanlığı tarafından atanacak.
- Bütçeyi yapma yetkisi cemiyete ait olup bütçeyi onaylama ve devlet tarafından atanan memur maaşları içişleri bakanlığı yetkisinde olacak.
- Belediye bünyesinde bulunan diğer çalışanlarınki ise şehremaneti tarafından ödenecektir.
- Belediyenin zabıta hizmetleri de polis teşkilatı tarafından yürütülecektir (Tortop, 1999, s. 4).

1930-1933 yılları arasında belediye ile büyük değişimler yaşanmıştır. Özellikle 1930 yılında çıkartılan 1580 sayılı Belediye Kanunu büyük yenilikler oluşturmuştur. Sistemli bir şekilde belediyelerin yetki, görev, gelir ve organları günün şartlarına cevap verecek şekilde yeniden düzenlenmiştir. Bu kanunla birlikte 1924 tarihinde yürürlüğe giren "Ankara Şehremaneti Kanunu" kaldırılmıştır (Başsoy ve Yeter, 1996, s. 26). Siyasi anlamda değişim yaşayan yönetim tek partili dönemde çok partili döneme geçilmiştir. Çok partili dönemin ilerleyen yıllarında belediye ile

ilgili yeni bir düzenlemeye ihtiyaç duyulmuştur. Bu kapsamda özellikle imar ve konut alanının yeniden düzenlenmesi ihtiyacı doğmuştur (Ulusoy ve Akdemir, 2010, s. 223). Kentler bu dönemde farklı bir misyon yüklenmiştir. Yönetim birimleri ve karar verme gücünü elinde tutan kurumların bir araya geldiği, üretimden ziyade üretilen malın dışarıya açılmasında rol oynayan yerlere dönüşmüştür (Karadağ, 2003).

1950'li yıllarda meydana gelen endüstriyel devrim belediyeler açısından ciddi sorunlar oluşmasına neden olmuştur. Endüstriyel devrim ile birlikte nüfus artışı yaşanmış ve artan nüfus artışı kentlerde yaşayan toplumun ekonomik ve sosyal hayatlarında değişimine neden olmuştur. Yaşanan bu ekonomik ve sosyal sorunların artması yerel yönetimlerin grevlerinde değişikliği meydana çıkarmıştır (Köse, 2004, s.18). Artan nüfus artışı büyük kentlerin yapısının bozulmasına neden olmuştur. Buda büyük kentlerdeki bölgeler arası dengesizliklerin artırdı. Artan bu dengesizlikler kentlerin içinde eşitsizliklerin görülmesi neden oldu. Bunun neticesinde belediyelerin kanalizasyon, çöp toplama, altyapı ve içme suyu gibi sunduğu hizmetlerin artan talepler karşısında yetersiz kalması çözüm arayışlarını hızlandırmıştır (Bostanoğlu, 1990, s.77).

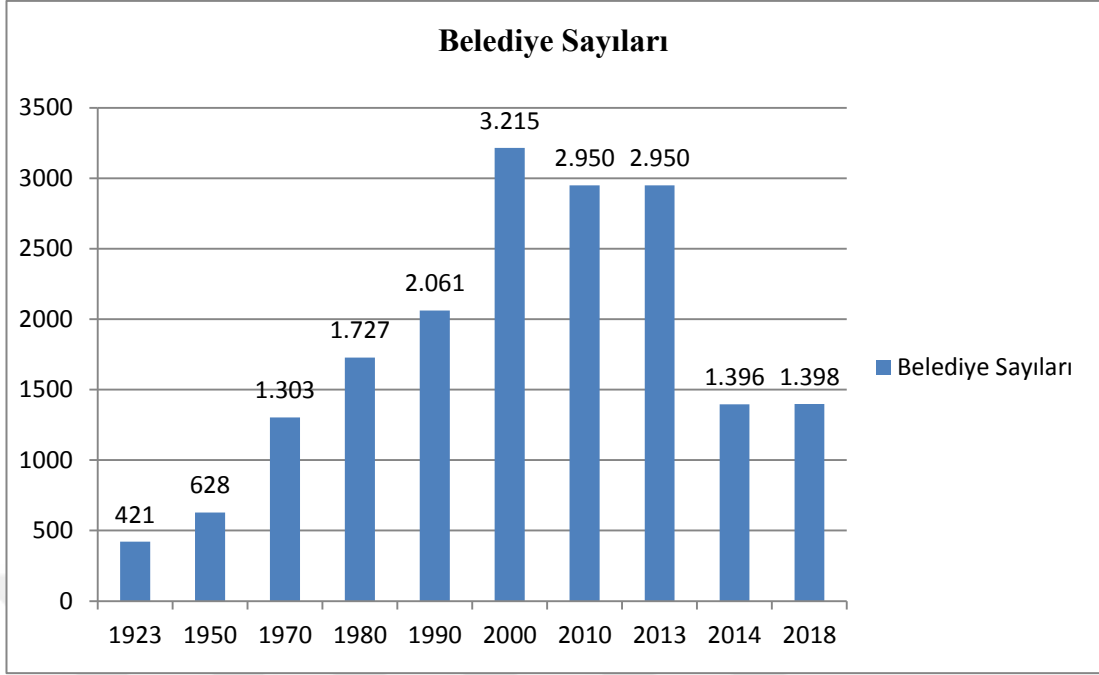
1973-1980 döneminde belediyeçilikte farklı bir uygulama anlayışı hâkim oldu. Bu anlayışa göre belediyeler özerkleşme ve demokratikleşmeyi benimsenmişti. Oluşan bu yeni anlayış belediyeçilik için yeterince çözüm olmamıştır. Çözüm arayışı içerisinde olan Belediyeler 1980'li yıllar yeni bir belediyeçilik anlayışını da beraberinde getirmiştir. Daha kapsayıcı bir değişikliğe gidilmesine rağmen bu konuda yapılan yenilikler sonraki atılacak adımlara zemin hazırlamıştır (Tuzcuoğlu, 2003, s.268).

Yapılan arayışlar neticesinde 1984 yılında yeni bir model ortaya konulmuş, Bu modele Büyükşehir yönetimi uygulamasıdır. Böylece büyük kentleri oluşturan birçok belediyeler birleştirilerek merkezi bir yönetimle yönetilmesine imkânı ortaya çıkmıştır. 1982 anayasasında yeni düzenlemeler yapılmıştır. Anayasasının 127. maddesi "Kanun büyük yerleşim yerleri için özel yönetim biçimleri getirebilir" kapsamında normal belediyelerin haricinde, 3030 sayılı Büyükşehir belediyeleri kanunu ile ilçe belediyeleri ve kırk beş Büyükşehir Belediyesi oluşturulmuştur. (Negiz, 2007, s.24). Bu kanunla birlikte İstanbul, Ankara ve İzmir'de uygulanan

büyükşehir belediye sistemi genişletirilerek başka illerde uygulanmaya başlamıştır. Bu iller; 1986'da Adana, 1987'de Gaziantep, Bursa ve Konya, 1988'de Kayseri, 1993'de Mersin, Diyarbakır, Eskişehir, Antalya, İzmit, Samsun ve Erzurum illerinin dâhil edilmesiyle genişletilmiştir (Özgür, 2008, s.151). Cumhuriyetin kurulmasından ve günümüze kadar belediye sayıları Şekil 2.4'te belirtilmiştir.

Dünyada yaşanan küreselleşme süreci yönetim anlayışına da etki ederek yerelleşme politikalarına hız kazandırmıştır. Küreselleşme ile toplumun ihtiyaçları ancak yerel yönetimlerin güçlendirilmesiyle karşılamak mümkün olmuştur. Buda ülkemizde de yerel yönetim stratejilerin de hızlı bir yenileme sürecinin başlamasına sebep olmuştur. Bu yenileme süreci ülkemizde yerel yönetim alanında yeniden yapılanma yoluna gidilmesinin önünü açmıştır. 2000'li yıllar tekrar yapılanma çalışmaları hız kazanmıştır. Bu dönemde çıkarılan Kamu Yönetimi Temel Kanun Tasarısı, İl Özel İdaresi Kanunu, Belediye Kanunu ve Büyükşehir Belediye Kanunu yeniden yapılanmanın açık göstergesidir. Ayrıca yerel yönetimlerde 2004 yılında, 5215 ve 5216 sayılı Belediye Kanunları ile reform özelliği taşıyan yasal düzenlemeler gerçekleştirilmiştir. Bu yasal düzenlemeler kapsamında 5215 sayılı Belediye Kanunu Cumhurbaşkanı tarafından veto edilmiştir. Başka bir kanun olan 5216 Sayılı Belediye Kanunu cumhurbaşkanı tarafından kabul edilmiştir. Türkiye Büyük Millet Meclisi (TBMM), 5215 sayılı kanunun veto edildikten sonra 5272 Sayılı Belediye Kanunu'nu kabul görmüş, bu kanunda Anayasa Mahkemesi tarafından iptal edilmiştir. Bunun üzerine 5393 Sayılı Kanun TBMM tarafından hazırlanmış olup, Cumhurbaşkanının onayına sunulmuş ve onaylanmıştır. Onaydan sonra 3 Temmuz 2005 tarihinde günümüz belediye kanunu yürürlüğe girmiştir (Özden ve Zorlu, 2011).

5393 sayılı kanun yürürlüğe girmesiyle 1930 tarihinden günümüze kadar yürürlükte olan 1580 sayılı Belediye Kanunu işlevini yitirmiştir. Değişen ve gelişen dünya şartları ile birlikte belediyecilik ve yerel yönetimde yaşanan gelişmelere ayak uyduramamıştır. 1580 sayılı belediye kanunu artık ömrünü tamamlamıştır. Buda ülkenin yeni belediyecilik kanununa ihtiyaç duymasına neden olmuştur. Bunla birlikte Türkiye'de yeni bir belediye modeli uygun kanunlar çıkarmıştır. Bu kanunlar; 5393 sayılı Belediye Kanunu ve 5216 sayılı Büyükşehir Belediye Kanunları ile uygulanmaya başlanmıştır.



**Şekil 2. 4.1923-2018 Döneminde Belediye Sayıları**  
**Kaynak: MİGM verilerine dayanılarak hazırlanmıştır, 2018**

Şekil 2.4'te gibi Türkiye'deki belediye sayısında 1923-2018 yılına kadar sayılarını göstermektedir. Buna göre 1923'den 2000 yılına kadar belediye sayılarında sürekli bir artış olduğunu görülmektedir. Bilhassa 1950'lerden başlayarak belediye sayılarında önemli bir artış sağlamıştır. Bu artış 1980'lerde hız kazanmıştır. Bu hız 2008 yılına kadar sürmüştür ve 2008 yılında belediye sayısı 3.225 ulaşmıştır. 5393 sayılı Kanunun da bazı değişiklikler yapılmış ve bu kanunun 8 ve 11'inci maddelerinde bazı değişiklikler yapılmıştır. Bu kanuna göre yapılan değişiklikler 6.3.2018 tarih ve 5747 sayılı Büyükşehir Belediyesi Sınırları İçerisinde İlçe Kurulması ve Bazı Kanunlarda Değişiklik Yapılması Hakkında Kanunun ile yapılmıştır. Uygulanan bu kanun neticesinde 2013 yılı sonunda belediye sayıları 2.950 olmuştur. Daha sonra çıkartılan 6360 sayılı Kanun ile 1.554 belediyenin tüzel kişiliği kaldırılmıştır. Tüzel kişilikleri kaldıran bu belediyelerin %53 oranında azalmıştır. 2018 yılında tüzel kişiliği düşüren belediyelerinden sonra, belediye sayısı 1.398 olarak belirlenmiştir.

## **2.5. YEREL YÖNETİM KANUNLARI**

Belediyecilik alanının günümüzde hala yürürlükte iki kanun bulunmaktadır. Tablo 2.1'de belediyecilikle ilgili çıkan kanunlar belirtilmiştir. Bu kanunlara ait detay bilgilerin yukarıdaki tarihi süreçte belirtilmiştir. Günümüzde yürürlükte olan



belediye yönetim şeklini belirleyen iki kanun mevcuttur. Bunlarda birincisi 5216 sayılı Büyükşehir Belediyesi Kanunu diğeri 5393 sayılı Belediye kanunudur.

**Tablo 2.1. Çıkarılan Yerel Yönetim Kanunları**

Sıra No	Kanun Adı	Yıl	Kanun Numarası	Açıklama
1	Ankara Şehremaneti Kanunu	1924	417 Sayılı Kanun	1580 Sayılı kanun yürürlüğe girmesiyle yürürlükten kaldırılmıştır.
2	Belediye Kanun	1930	1580 Sayılı Kanun	5393 sayılı Kanun yürürlüğe girmesiyle yürürlükten çıkartılmıştır.
3	Büyük Şehir Belediyeleri Kanunu	1982	3030 Sayılı Kanun	
4	Büyük Şehir Belediye Kanun	2004	5216 Sayılı Kanun	
5	Belediye Kanun	2004	5215 Sayılı Kanun	Cumhurbaşkanı Tarafından veto edilmiştir.
6	Belediye Kanun	2005	5393 sayılı Kanun	Hala yürürlükteki kanun

## **2.6. MAHALLİ BELEDİYELERİN VE BÜYÜKŞEHİR BELEDİYELERİNİN GÖREVLERİ VE SUNDUKLARI HİZMETLER**

Bu bölümde belediyeciliği oluşturan ana kuruluşlardan bahsedilecektir. Bunlardan birincisi olan Mahalli Belediyeler İkinci ise Büyükşehir Belediyeleridir. Bu belediyelerin görev ve sorumlukları ve bu belediyelerin organları olan Belediye Başkanın, Belediye Encümeni ile Belediye Meclisinin görev ve yetkileri hakkında genel bir değerlendirme yapılacaktır. Mahalli belediyelerin ve büyükşehir belediyelerinin örgütsel yapısı ile görev ve sorumluluklarından bahsedilirken iki kanun esas alınmıştır. Bunlar; Belediye Kanunu (5393 sayılı Kanun) ve Büyükşehir Belediye (5216 sayılı Kanun) kanunlarıdır.

### **2.6.1. Mahalli Belediyelerin Görev ve Sundukları Hizmetler**

Belediye tanımı ile ilgili daha önceki bölümlerde yeterli düzeyde açıklama yapılmıştır. Bu bölümde mahalli belediyelerin kurulması için sağlaması gereken şartlar, görev ve yetkilerine değinilecektir. Belediyelerin kurulması için gerekli olan

şartların taşınması için 5393 sayılı belediye kanununun dördüncü (4.) maddesinde belirtilmiştir. Buna göre; Nüfusu 5.000 (beşbin) ve özeri olan yerlerde belediye kurula bilir. Belediyenin kurulması zorunlu olan yerler il ve ilçe merkezlerinde zorunludur. Son yıllarda teknolojik gelişmeler ve globalleşmeye paralel olarak belediyelerin görev ve yetki alanlarında birçok yenilik yapılmıştır. Yaşanan bu yenilik ve değişimlerle belediyelerin üstlendikleri misyon ve vizyon açısından bir çok sorumluluklarını yüklemiştir. Mahalli belediyelerin görev ve sorumlukları 5393 sayılı Belediye Kanununun 14. maddesinde belirtilmiştir.

Bu kanun maddesinde belirtilen bazı görevler: Şehrin alt yapı ve üst yapısını yapmak, çevre sağlığı ve temizliği yapmak, şehirde acil yardım ve kurtarma alt yapısını oluşturmak, şehrin imar ve planlamasını yapmak, sosyal yardımlaşma faaliyetleri, sportif faaliyetler hazırlamak, şehir trafiğini düzenlemek vb. birçok görevi bulunmaktadır. Büyükşehir belediyeleri ile nüfusu 100.000'in üzerindeki belediyeler, kadınlar ve çocuklar için konukevleri açmakla yükümlüdür. Diğer belediyeler de mali durumları ve hizmet önceliklerini göz önüne alarak kadınlar ve çocuklar için konukevleri yapabilirler. Devlete ait her derecedeki okul binalarının inşaatı ile bakım ve onarımını yapmak, her türlü araç, gereç ve malzeme ihtiyaçlarını karşılamak. Sağlıkla ilgili her türlü tesisi açabilir ve işletebilir; Mabetlerin yapımı, bakımı, onarımını yapabilir; kültür ve tabiat varlıkları ile tarihî dokunun ve kent tarihi bakımından önem taşıyan mekânların ve işlevlerinin korunmasını sağlayabilir; bu amaçla bakım ve onarımını yapabilir, korunması mümkün olmayanları aslına uygun olarak yeniden inşa edebilir. Gerektiğinde, sporu teşvik etmek amacıyla gençlere spor malzemesi verir, amatör spor kulüplerine ayni ve nakdî yardım yapar ve gerekli desteği sağlar, her türlü amatör spor karşılaşmaları düzenler, yurt içi ve yurt dışı müsabakalarda üstün başarı gösteren veya derece alan öğrencilere, sporculara, teknik yöneticilere ve antrenörlere belediye meclisi kararıyla ödül verebilir. Gıda bankacılığı yapabilir.

Yukarıda belirtilen mahalli belediyelerin kanunda belirttiği görevleridir. Fakat belediyelerin yukarıda belirtilen görevlerini daha kaliteli ve güvenilir bir şekilde yerine getirmeleri için başka kurum ve kuruluşların desteklerine ihtiyaç duymaktadırlar. Ya da kanunda belirtilen hizmetleri yerine getirme zorunluluğu bulunmamaktadır. Bu hizmetleri organize ederek başka ilişki, kurum ve kuruluşlara ihale yöntemiyle onlara vererek yerine getirebilir. Belediyeleri bu hizmetleri

karşlamak için belli kaynaklara ihtiyaç duymaktadır (Özkal Sayan, 2013, s.11). Bu kaynakların karşılanmasıyla ilgili 5393 sayılı Belediye Kanununun 15. maddesi belirtilmiştir.

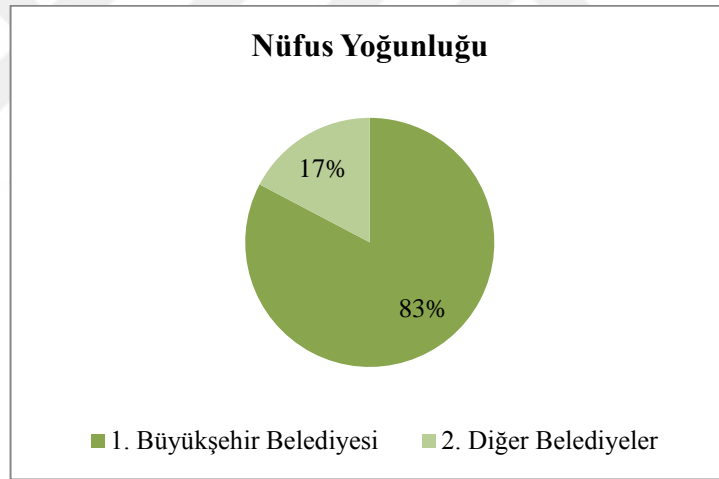
Bu kanun maddesinde belirtilen bazı görevler şu şekildedir. Belde sakinlerinin mahallî müşterek nitelikteki ihtiyaçlarını karşılamak amacıyla her türlü faaliyet ve girişimde bulunmak. Kanunların belediyeye verdiği yetki çerçevesinde yönetmelik çıkarmak, belediye yasakları koymak ve uygulamak, kanunlarda belirtilen cezaları vermek. Gerçek ve tüzel kişilerin faaliyetleri ile ilgili olarak kanunlarda belirtilen izin veya ruhsatı vermek. Özel kanunları gereğince belediyeye ait vergi, resim, harç, katkı ve katılma paylarının tarh, tahakkuk ve tahsilini yapmak; vergi, resim ve harç dışındaki özel hukuk hükümlerine göre tahsili gereken doğal gaz, su, atık su ve hizmet karşılığı alacakların tahsilini yapmak veya yaptırmak. Müktesep haklar saklı kalmak üzere; içme, kullanma ve endüstri suyu sağlamak; atık su ve yağmur suyunun uzaklaştırılmasını sağlamak; bunlar için gerekli tesisleri kurmak, kurdurmak, işletmek ve işlettmek; kaynak sularını işletmek veya işlettmek. Toplu taşıma yapmak; bu amaçla otobüs, deniz ve su ulaşım araçları, tünel, raylı sistem dâhil her türlü toplu taşıma sistemlerini kurmak, kurdurmak, işletmek ve işlettmek. Katı atıkların toplanması, taşınması, ayrıştırılması, geri kazanımı, ortadan kaldırılması ve depolanması ile ilgili bütün hizmetleri yapmak ve yaptırmak. Mahallî müşterek nitelikteki hizmetlerin yerine getirilmesi amacıyla, belediye ve mücavir alan sınırları içerisinde taşınmaz almak, kamulaştırmak, satmak, kiralamak veya kiraya vermek, trampa etmek, tahsis etmek, bunlar üzerinde sınırlı aynî hak tesis etmek. Borç almak, bağış kabul etmek. Toptancı ve perakendeci hâlleri, otobüs terminali, fuar alanı, mezbaha, ilgili mevzuata göre yat limanı ve iskele kurmak, kurdurmak, işletmek, işlettmek veya bu yerlerin gerçek ve tüzel kişilerce açılmasına izin vermek. Vergi, resim ve harçlar dışında kalan dava konusu uyuşmazlıkların anlaşmayla tasfiyesine karar vermek. Gayrisihhî müesseseler ile umuma açık istirahat ve eğlence yerlerini ruhsatlandırmak ve denetlemek. Beldede ekonomi ve ticaretin geliştirilmesi ve kayıt altına alınması amacıyla izinsiz satış yapan seyyar satıcıları faaliyetten men etmek, izinsiz satış yapan seyyar satıcıların faaliyetten men edilmesi sonucu, cezası ödenmeyerek iki gün içinde geri alınmayan gıda maddelerini gıda bankalarına, cezası ödenmeyerek otuz gün içinde geri alınmayan gıda dışı malları yoksullara vermek. Reklam panoları ve tanıtıcı tabelalar

konusunda standartlar getirmek. Gayrisihhî işyerlerini, eğlence yerlerini, halk sağlığına ve çevreye etkisi olan diğer işyerlerini kentin belirli yerlerinde toplamak; hafriyat toprağı ve moloz döküm alanlarını; sıvılaştırılmış petrol gazı (LPG) depolama sahalarını; inşaat malzemeleri, odun, kömür ve hurda depolama alanları ve satış yerlerini belirlemek; bu alan ve yerler ile taşımalarda çevre kirliliğı oluşmaması için gereken tedbirleri almak. Kara, deniz, su ve demiryolu üzerinde işletilen her türlü servis ve toplu taşıma araçları ile taksi sayılarını, bilet ücret ve tarifelerini, zaman ve güzergâhlarını belirlemek; durak yerleri ile karayolu, yol, cadde, sokak, meydan ve benzeri yerler üzerinde araç park yerlerini tespit etmek ve işletmek, işlettirmek veya kiraya vermek; kanunların belediyelere verdiği trafik düzenlemesinin gerektirdiğı bütün işleri yürütmek. Belediye mücavir alan sınırları içerisinde 5/11/2008 tarihli ve 5809 sayılı Elektronik Haberleşme Kanunu, 26/9/2011 tarihli ve 655 sayılı Ulaştırma, Denizcilik ve Haberleşme Bakanlığının Teşkilat ve Görevleri Hakkında Kanun Hükmünde Kararname ve ilgili diğer mevzuata göre kuruluş izni verilen alanda tesis edilecek elektronik haberleşme istasyonlarına kent ve yapı estetiğı ile elektronik haberleşme hizmetinin gerekleri dikkate alınarak ücret karşılığında yer seçim belgesi vermek. Belediye sınırları içerisinde, yapı ruhsatı veya yapı kullanma izni hangi idare tarafından verilmiş olursa olsun, hizmete sunulacak olan asansörlerin tescilini yapmak, ilgili teknik mevzuat çerçevesinde yıllık periyodik kontrollerini yapmak ya da yetkilendirilmiş muayene kuruluşları aracılığıyla yaptırmak, gerekli hâllerde asansörleri hizmet dışı bırakmak. İl sınırları içinde büyükşehir belediyeleri, belediye ve mücavir alan sınırları içinde il belediyeleri ile nüfusu 10.000'i geçen belediyeler, meclis kararıyla; turizm, sağlık, sanayi ve ticaret yatırımlarının ve eğitim kurumlarının su, termal su, kanalizasyon, doğal gaz, yol ve aydınlatma gibi alt yapı çalışmalarını faiz almaksızın on yıla kadar geri ödemeli veya ücretsiz olarak yapabilir veya yaptırabilir, bunun karşılığında yapılan tesislere ortak olabilir. Sağlık, eğitim, sosyal hizmet ve turizmi geliştirecek projelere İçişleri Bakanlığının onayı ile ücretsiz veya düşük bir bedelle amacı dışında kullanılmamak kaydıyla taşınmaz tahsis edebilir. Belediye ve bağlı idareler, meclis kararıyla mabetlere indirimli bedelle ya da ücretsiz olarak içme ve kullanma suyu verebilirler. Belediyeler, kendi sınırları içerisinde yaşayan halkın düşünce ve görüşlerini tespit etmek amacıyla kamuoyu araştırması yaptırabilir. Belediye mallarına karşı suç işleyenler, devlet malına karşı suç işlemiş olarak sayılırlar.

Belediyenin projeler karşılığında elde ettiği gelirler, kamu hizmetlerini görmek amacıyla kullandığı mallar, Şartlı bağışlar ile vergi, resim ve harç gelirleri haczedilemez (Ulusoy ve Akdemir, 2010, s. 241).

### 2.6.2. Büyükşehir Belediyelerinin Görevleri Ve Sundukları Hizmetler

Büyükşehir Belediyelerin görev ve yetkileri diğer belediyelere oranla daha fazla önemlidir. Önceki konuda belirttiğimiz gibi Büyükşehir Belediyelerinin tarihsel gelişimi ve tanımı ile ilgili gerekli bilgilere yer verilmişti. 5216 sayılı Belediye Kanunu'nda belirtildiği gibi Büyükşehir Belediyesi; Ekonomik gelişmişlik düzeyleri dikkate alınarak, popülasyonu 750.000' den çok olan belediye sınırları içindeki ve bu sınırlara maksimum 10 bin metre mesafede bulunan iskan yerlerindeki en az üç il belediyesi ile birleştirilerek oluşturulan belediyelerdir. Bu nedenle büyük şehir önemi büyüktür.



**Şekil 2. 5. Belediyelerdeki Nüfus Yoğunluğu**  
**Kaynak:** Türkiye İstatistik Kurumu(TİK), 2018

Belediyelerin nüfus yoğunluğu Şekil 2.5'te verilmektedir. Buna göre nüfusun çoğu BB'lerinde ikamet etmektedir. Nüfusun %83'ü büyükşehirlerde, geriye kalan nüfusun %17'si ise il, ilçe ve kasaba belediyelerinde ikamet etmektedir. Şekil 2.5'te anlaşılacağı gibi bireylerin yoğun olarak yaşadığı yerler olan büyükşehirlerin yönetimi büyük önem arz etmektedir. BB'leri bu görevlerini yerine getirirken belki yatırım odaklı olmaları ve yatırımlarını belli plan ve stratejiler geliştirerek yapmaları gerekmektedir. Toplumun büyük bir kısmını barındıran bu belediyelerin sosyal,

ekonomik, kültürel bir çok görevi bulunmaktadır. Eğitim, sağlık, alt yapı, üst yapı çalışmaları, teknolojik çalışmalar, çevre düzenlemesi, özür durumunu olan insanların yaşam standartlarını yükseltmede gibi daha sayılamayacak bir çok alanlarda görevleri bulunmaktadır. Toplum refahını ve yaşam standartları yükseltmek ve kaliteli hale getirmek için bu görevlerini en iyi şekilde yerine getirmesi gerekmektedir. Bu görevlerini yerine getirirken merkezi yönetim tarafından çıkartılan kanunlar çerçevesinde yerine getirmesi gerekmektedir. Bula ilgili hale yürürlükte olan 5216 sayılı büyükşehir belediye kanunudur. Bu kanunda aşağıda belirtildiği gibi BB2nin görev ve yetkileri belirtilmiştir.

Büyükşehir Belediyelerinin görevleri ve yetkileri 5216 sayılı Büyükşehir Belediye Kanununun 7. maddesinde belirtilmiştir. 5393 sayılı Kanununun 14. ve 15. maddelerinde de büyükşehir belediyeleri ile ilgili düzenlemeler bulunmaktadır.(5216 Sayılı Büyükşehir Belediyesi Kanunu, Madde 7):

## **2.7. İL ÖZEL İDARESİ VE SUNDUKLARI HİZMETLER**

Bir diğer yerel yönetim organı olan İl Özel İdareleridir. Yerel yönetim organlarının toplumun ihtiyaçlarına cevap verebilmesi için nüfus yapısına göre yapılandırılmıştır. Bu yapılandırma da kent, kasaba ve belde yaşayanların ihtiyaçlarının karşılanması için belediye, Köyde yaşayanların ise köy yönetimi karşılamakla görevlendirilmiştir. İl özel idareler ise il halkına yönelik hizmetleri yapmakla görevlidir (Keleş, 2006, s.145). Bu anlamda il özel idaresinin hizmet alanının biraz daha geniş olduğu görülmektedir. Çünkü il özel idareler hem belde yönetimi hem de köy yönetimi kapsadığından dolayı görev alanı daha kapsamlıdır. İl özel idaresini tanımını ile ilgili 5302 sayılı Kanuna 2. madde ve 6. madde ye göre , il özel idaresi, “il halkının mahalli müşterek nitelikteki ihtiyaçlarını karşılamak üzere kurulan ve karar organı seçmenler tarafından seçilerek oluşturulan, idari ve ali özerkliğe sahip kamu tüzel kişisidir” İl Özel İdaresi Kanunu’nda bu idarelerin görevlerini iki esas altında toplamıştır. Bunlar; İl Özel İdarenin belediye sınırları içindeki ve belediye sınırları dışındaki görevler olmak üzere ikiye ayrılmıştır. İl özel idarelerin kurulması için özel bir sürece gerek duyulmamaktadır.

İl özel idaresi, merkezi yönetim bir yere il statüsü sağladığı zaman orada otomatik olarak kurulmaktadır. İlin kaldırılmasıyla İl özel idarelerin tüzel kişiliği son

bulur. Bu nedenle il özel idarelerinin sayıları kurulan il sayıları ile paralel olarak artmaktadır. Tarihi süreç içerisinde il özel idare sayıları, kurulan yeni illerle bağlantılı olarak artmıştır. 1920 yılında 71 olan il özel idaresi sayısı, 1999 yılında en son kurulan Düzce İli birlikte 81 sayısına ulaşmıştır. İl Özel idareler bir Anayasa kuruluşudur. Bu idarelerin kaldırılmaları ancak Anayasada değişiklik yapılmasına bağlı olarak yapılabilir. Bu idarelerin mali güçlerinin azlığı geçmiş yıllarda bazı çevreler tarafından kaldırılmaları fikri savunmuştur. Oysa bu organlar bilimsel açıdan, demokratik ve yerel hizmetleri merkezi idarelerden daha iyi yürütebilecek organlardır. Böyle önemli misyonları olan Özel idarelerin varlığı önem taşımaktadır. Buda bu kuruluşlara olan ihtiyacın önemini belirtmektedir. Onları gereksiz gibi gösteren aksaklıkları bulmak yerine onları düzeltmek daha önem arz etmektedir. Bunu neticesinde bu kuruluşların yararları ve önemi kendiliğinden ortaya çıkacaktır (Tortop vd, 2006, s.129).

## **2.8.KÖY YÖNETİMİ VE SUNDUKLARI HİZMETLER**

Yerel yönetimler içerisindeki en küçük yerleşim yerlerini köyler oluşturmaktadır. Köy, insanların bir arada yaşadıkları ve bu yaşam alanında müşterek ihtiyaçlarını karşıladığı yer olarak adlandırılmaktadır (Ulusoy ve Akdemir, 2010, s.315). Köy, daha çok kırsal alanlarda yer alan, nüfus yoğunluğunun az olduğu yerleşim yerler olup tüzel kişiliklere sahip en küçük yerlerdir. Köy yerleşim yerlerinde yaşayan bireyler sosyal ve ekonomik açıdan daha çok tarım ve hayvan üretimi geçim kaynaklarını oluşturan temel esaslardır(Akdemir, 2010:315). Ülkemizde köy tanımı; Yerleşim alanlarından uzak, geçim kaynağının daha çok tarım ve hayvancılığa dayan, nüfus yoğunluğunun az olduğu yerleşim alanları olarak tanımlanmaktadır. Köy yerleşim yerleri bazen Kırsal Yerleşim Yerleri veya Kırsal Nüfusun yaşadığı yerler olarak adlandırılmaktadır (Eryılmaz, 2003, s.748).

Köy ile ilgili tarihsel süreç bakıldığında cumhuriyetin ilanı ile birlikte önem kazanmıştır. Cumhuriyet ilanında sonra köylerde yaşayan nüfus artması görülmüştür. Nüfus artışlarının yaşanmasıyla birlikte köyler kalkınmanın başlanma yerleri olarak belirlenmiş olup ulusal kalkınmanın buralardan başlanması amaçlanmıştır. Bu amaç doğrultusunda 1924 tarihinde halen kullanılmakta olan 442 Sayılı Köy Kanunu çıkarılmış ve köy yönetimi ile ilgili kanuni düzenleme gerçekleştirilmiştir. Kanununun 1. Maddesine göre ; *“nüfusu iki binden aşağı yurtlara*

*(köy) ve nüfusu iki bin ile yirmi bin arasında olanlara (kasaba) ve yirmi binden çok nüfusu olanlara (şehir) denir.” Aynı kanunu 2. maddesine göre; “cami, mektep, otlak, yaylak, baltalık gibi orta malları bulunan ve toplu veya dağınık evlerde oturan insanlar bağ ve bahçe ve tarlalarıyla birlikte bir köy teşkil ederler” ifadesi yer almıştır. Bu kanunla birlikte köylere için yer ve nüfus sınırları belirtmiştir. Bunu neticesi olarak köyler ekonomik, kültürel ve siyasi politikalarının kaynağında yer almıştır. Değişen dünya düzeni içindeki ulusan olanda modernleşme ve ekonomik refahın yükselmesi gerçekleşmesi için köylerden başlanması daha başarılı olacağı düşünülmüştür (Dicle, 2012, s.197).*

Köy yönetimi 19.03.1924 tarih ve 442 sayılı Köy Kanununa göre muhtar tarafından yönetilmektedir. Muhtarlar tüzel kişiliğe sahiptir (Keleş, 2006, s.189). Yapılacak olan seçim sonucunda köy yönetimi oluşur. Oluşacak olan köy yönetimin görevleri; köy yerleşim yerlerinde düzenin sağlamsı, refah seviyesini yükseltilmesi, birlik ve beraberliği sağlaması, yerleşim yerlerinde yaşayan bireylerin kalkınması ve gelişmesine sağlamakla tüzel kişiliği sahip yerel yönetim organıdır (Aytaç, 1995, s. 19).

## **2.9. YEREL YÖNETİM HİZMETLERİ VE TÜKETİCİ DAVRANIŞLARI**

Yerel yönetimler bireylerin ihtiyaçlarının karşılandığı en temel birimdir. Yerel Yönetimler bireylerin en temel olan ihtiyaçlar karşılanırken tüketici ve tüketim kavramları iyi bilinmeleri gerekmektedir. Yerel yönetimin en temel görevi, yerel yönetim sınırları içerisinde yaşayan vatandaşlara hizmet sunmaktır. Sunulan bu hizmetin kaliteli olmasını, bireylerin ihtiyaçlarının doğru tespit edilip ona göre hizmet edilmesi, değişen ve gelişen dünya şartlara uyum sağlayarak ihtiyaçlarının belirlenmesi, yerel yönetim elindeki kaynakları verimli bir şekilde kullanılması, birey-toplum-devlet arasındaki bağları kuvvetlendirmesi için tüketici davranışları ve tüketim türleri iyi bilinmesi gerekmektedir. Bu nedenle geçmiş tarihsel süreç içerisinde toplumun tüketici ve tüketim değerlerindeki gelişim ve değişimler iyi analiz edilmesi gerekmektedir. Yerel yönetimler tarafından yapılan bu analizler sayesinde toplumun ve bireylerin hizmet ve yerel yönetimlerden beklentileri daha verimli bir şekilde tespit edilir. Buda yerel yönetimler tarafında sunulan hizmetleri doğru, ihtiyaçlara cevap veren, kaliteli hizmetlerin yapılmasını sağlar.



Tüketim tarihsel olarak insanoğlu yaratılmasıyla birlikte var olan bir süreçtir. İkel zamanda tüketim bir araç iken, modern zamanda ve günümüzde artık bir amaç haline gelmiştir. Günümüzde gelişen teknoloji bireylerin yaşam tarzlarında büyük değişimlerin oluşmasına neden olmuştur. Yerel yönetimler değişen bu hayat şartlarına uyum sağlaması için tüketici, tüketim ve tüketin süreçlerini iyi analiz etmeleri gerekmektedir. Aksi takdirde başarı bir yerel yönetim yapısını oluşturup uygulamak güç olur. Modern yaşamın gerektirdiği ilerleme ve gelişmelere bağlı olarak yerel yönetimlerdeki ekonomik büyüme, teknolojik gelişmeler, değişen kültürel ve sosyal faktörler toplumda yerel yönetim hizmetleri kalıplarında da büyük değişmelerin yaşanmasına yol açmaktadır. Yaşanan bu değişim ve gelişmeler aynı zamanda tüketicilerin, yerel yönetim hizmetlerini daha bilgili, sorgulayıcı, ve daha araştırmacı olmalarını zorunlu kılmıştır. Tüketicilerin tüketim sürecindeki bu aktif davranışları yerel yönetim hizmetlerin sürekli dinamik, canlı ve rekabet halinde olmasını sağlamıştır.

## ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

### YEREL YÖNETİM HİZMETLERİNDE TÜKETİCİ DAVRANIŞLARI: BİNGÖL İL MERKEZİNDE BİR UYGULAMA

#### 3.1.LİTERATÜR ÖZETİ

Literatür çalışması iki kısımdan oluşmaktadır. Bunlardan birincisi tüketici davranışlarının belirlenmesine yönelik yapılan çalışmalar, ikincisi yerel yönetimler için yapılan çalışmalardır. Yapılan literatür incelenmesi sonucundan tüketici davranışlarını bir çok faktör tarafından etkilendiği tespit edilmiştir.

Literatürde tüketici davranışı ile ilgili çok sayıda çalışma yapılmıştır. Hem ulusal hem uluslararası alanda tüketici davranışları ile ilgili kaynaklar araştırılmıştır. İlk olarak ulusal kaynaklar incelenmiştir. Yapılan araştırmalar sonucunda konuyla ilgili bir çok makale, yüksek lisans ve doktora tezleri, kitap ve dergiye ulaşılmıştır. Bu kaynaklar sonucunda değişik sektörler incelenerek tüketici davranışlarını etkileyen faktörlerin neler olduğunun öğrenilmesi çalışılmıştır. Bu çalışmalar; gıda, otomobil, tekstil, sanayi, eğitim, pazarlama, sağlık gibi birçok alanda gerçekleştirilmiştir. Daha sonra uluslararası kaynaklar incelenerek bu araştırmalar sonucunda tüketici davranışlarını etkileyen faktörlerin neler olduğunun tespit edilmesi amaçlanmıştır.

Dünyadaki gelişmelere bağlı olarak, dünya devletlerin birçoğunda büyük ekonomik problemler görülmektedir. Bu problemlerden bazıları enerji yetersiliği, kıtlık, küresel ısınma, ekonomik kriz, doğal kaynakların azalması, çevre kirliliği gibi bir çok problem ortaya çıkmaktadır. Ortaya çıkan bu problemlerin tüketicilerin alışkanlıklarının ve hayat standartlarının değişmesine sebep olmaktadır. İnsan hayatındaki tüketici davranışları gelişen teknoloji ile birlikte büyük bir çeşitlilik göstermesi, tüketicilerin ihtiyaç dışında harcamaya yöneltmiştir. Hayata (2009), yaptığı çalışmada, tüketicilerin ihtiyaçları dışında harcamaya yönlendiren birçok etken bulunmaktadır. Bu etkenlerin başında mal ve hizmetlerin çeşitliliğinin çoğalması, tasarruf eğilimi, marka, reklamlar, alışkanlıklar, tüketicinin gelir seviyesi

vb. etkenler gelmektedir. Bu da tüketicilerin bilinçli davranmasını gerektirmektedir. Tüketicilerin bilinçli davranması için tüketici eğitiminin günümüzde global bir konu olarak değerlendirilmesinin gerekliliğini ortaya çıkarmaktadır. Tüketici davranışları üzerindeki olumsuz davranışları ve anlayışı değiştirmek ancak eğitimle mümkün olabilmektedir (Bayazıt Hayta, 2009).

Korkmaz (2010) çalışmasında tüketici davranışlarını etkileyen faktörlerden değer kavramının incelemiştir. Yapılan çalışmada değer tanımları, değerlerle ilgili önemli kuramsal çalışmalar ve kişisel değerlerin pazarlama alanında ne tür çalışmalarda kullanıldığıyla ilgili ayrıntılı bilgiler verilmiştir. Ayrıca değer kavramı ile ilgili kişisel değerlerin pazarlama alanında, tüketici davranışlarının nedenlerinin ve tüketici tercihlerindeki farklılıkların belirlenmesinde önemli bir kavram olarak ele alınmasının gerekli olduğunu belirtilmiştir.

Aydın (2009) tarafından yapılan çalışmada tüketici yenilikçiliği kavramının tüketici davranışı ile ilişkisi olduğunu belirtilmiştir. Tüketici yenilikçi kavramına yeni bakış açısı ile tanımlaması yapılmıştır. Buna göre tüketici yenilikçi kavramı, hem bireysel hem de belirli bir ürün kategorisi düzeyinde incelenen bir terim olduğu belirtilmiştir. Bu bakış açısıyla risk alma eğilimi ve öz saygı gibi bireysel özellikler ön plana çıkmaktadır. Bu bireysel özelliklerle uzmanlık, fikir liderliği ve sosyal kimlik fonksiyonu gibi ürün kategorisine özgü kişisel özelliklerin bu iki yenilikçilik boyutu üstündeki etkilerin neler olduğu ve bunun yenilikçi kavramına etkisinin nasıl olacağı araştırılmıştır.

Bass yayılma modeli ile ilgili yapılan çalışmada ilgi alanına özgü yenilikçilik ölçeği ve doğuştan yenilikçilik ölçekleri kullanılmıştır. Bu ölçeklerin tutum ve davranış ölçümlerinin birbirine yakın neticelerin elde edilip edilmediği denemesi yapılmıştır. Bu çalışmada test etme aracı olarak da anket yöntemi kullanılmıştır. Anketler 287 hane halkına yapılmıştır. Anket uygulama sonucunda elde edilen veriler ayırma analizi ile değerlendirilmiştir. Bu değerlendirmenin sonucuna göre yaratılıştan yenilikçilik ve LCD televizyon için belirlenen ilgi alanına özgü yenilikçilik Bass yayılma modeline göre aşamalı olarak tanımlamaları yapılmıştır. Çalışmanın sonucunda yenilikçiliği ölçen tutum Ölçeklerinin benimseyen kategorileri açısından yeniden geliştirilmesi gerektiği önerisinde bulunmuştur (Eryiğit ve Kavak, 2011, s. 95).

Tüketici Tarzları Envanteri (TTE) tüketicilerin karar verme süreçlerine yardımcı olmak amacıyla geliştirilen bir ölçektir. Bu ölçek üzerinde bir çok çalışma yapılmıştır. TTE ölçeği pek çok farklı devlette test edilmiş fakat yapılan analizler sonucunda ölçeğin yapısı ve boyutları ile ilgili birbirinden farklı neticelere ulaşılmıştır. Bu kapsamda TTE ölçeği kullanılarak bir araştırma yapılmıştır. Araştırmanın örneklemini İstanbul ve Kocaeli’nde yaşayan 331 yetişkin ile bu illerde okuyan 518 üniversite öğrencisi olmak üzere 849 kişi olarak belirlenmiştir. Bu örneklemden veri toplamak için anket yöntemi kullanılmıştır. Elde edilen verilerin yarısı üstünde keşifsel, diğer yarısı üstünde ise de doğrulayıcı faktör analizi uygulanmıştır. Yapılan araştırmalar ve analizlerde benzerlik ve farklılıklar olduğu belirtilmiştir (Dursun, Alnıaçık ve Kabadayı, 2013, s. 293).

İstanbul Ümraniye’de hizmet veren bir sağlık ocağında Gıda ürünlerini satın alma konusundaki bilgi ve tutumlarının incelenmesi amacıyla bir araştırma yapılmıştır. Buna göre; gıda ürünlerini satın alma konusundaki bilgi ve tutumlarının incelenmesi amaçlanmıştır. Çalışmanın verilerini oluşturulan anket formu ile sağlık ocağına başvuran 167 kişiden yüz yüze görüşme tekniği kullanılarak elde edilmiştir. Anket formunun içeriğini oluşturan temel etmeler; gıda alımı, tüketimi ve gıda zehirlenmesi ile ilgili deneyim, bilgi ve tutumlarını değişkenliklerini oluşturan ve bunlara değinen sorulardan oluşturulmuştur. Elde edilen verilerin analizinde Faktör analizi kullanılmıştır. Çalışmada yapılan analizler sonucunda bazı değerlendirmelerde bulunmuştur. Bu değerlendirmeler; Sağlıklı beslenme için uygun ürün seçimi yapma konusunda bilgi eksikliği olduğu belirtilmiştir (Topuzoğlu, Hıdıroğlu, Ay, Önsüz, İkişik, 2007, s.253).

Alan ve Yeloğlu (2013), marka konusunda bir araştırma yapmışlardır. Bu araştırmaya göre marka, işletmenin ürettiği mal ve hizmetlerini başka işletmelerin mal ve hizmetlerinden farklı olduğunu ve bu farklılığı tespit edilme vasıtası olduğu için işletmenin ekonomik boyutuna değer veren bir olgudur. Bu çalışmaya göre zaman, yenilikçilik ile markalaşma birbiriyle paralel olarak gelişmektedir. Bu alanlardaki gelişmelerin ve yeniliklerin tüketicilerin satın alma davranışların etkilediği belirtilmiştir.

Tüketici satın alma davranış süreci karmaşık bir yapıya sahiptir. Tüketici satın alma eylemini gerçekleştirdiği zaman, birçok iç ve dış faktörün katılımı ile

kararlarını alır. Tüketici oluşacağı bir problemin çözümüne yaklaşım şekli ve yöntemi ile yeni bir stil geliştirerek uygular. Geliştirilen bu stil, tüketicinin esas satın alma kararına yönelik davranışlarını izah eder. Tüketicinin satın alma stillerini gelişmesinde şahsiyetin, yaşam tarzının, değerlerin önemli derecede etki etmektedir. Bireyin yaşamının her aşamasında ve her kapsamda davranışlarına istikamet veren bir kuvvet olarak ifade edilen değerler, günlük hayatını şekillendirirken, tüketici olarak karar alma sürecini de etkilemektedir. Bu özellikleri dolayısıyla bireysel değerler ve satın alma stilleri, tüketici davranışını etkileyen önemli değişkenler olarak açıklanmaktadır (Ünal ve Erçiş, 2016). Bu bağlamda Ünal ve Erçiş (2016), çalışmalarında tüketiciler, bireysel değerleri ve satın alma stillerini bakımından homojen alt gruplara ayırmayı ve benzer satın alma stilleri ve kişilik değerlerine sahip seçmenler tanımlamayı amaçlamışlardır. Araştırmanın temel kitlesi olarak Erzurum merkez ilçede yaşayan tüketicileri belirlemişlerdir. Çalışmada yapılan analiz sonucunda tüketicilerin satın alma stilleri ve bireysel değerleri bakımından beş grup oluşturdukları sonucuna varılmıştır.

Tüketici tutumlarının açıklanmasına yönelik olarak geleneksel pazarlamada uzun dönemlerden beri kullanılmakta olan cinsiyet, bir bölümlendirme parametresi olarak ele alınmaktadır. Fakat günümüzün hızla değişen ve gelişen dünyasının da tüketici tutumlarını anlamada geleneksel kalıpların dışına çıkılarak tüketici tutumlarının anlama zorunluluğunu getirmiştir. Bu kapsamda “cinsiyet kimliği” son zamanlarda çok gündeme gelmektedir. Son zamanlarda sıkça gündeme gelmesi ile beraber pazarlamacılara tüketici davranışlarının kompleksliğini çözüme yardımcı olabilecek bir kavram olarak ele alınmaktadır. Cinsiyet kavramı üzerinde yapılan çalışmada reklamların ve cinsiyet hüviyet rolünün tüketicilerin satın alma tutumu üstündeki etkisi ölçülmeye çalışılmıştır (Yağcı ve İlarlan, 2011, s.138-140). Reklamlara ilişkin anket uygulamasıyla tüketicilerin cinsiyet hüviyetlerinin reklamlara verdikleri reaksiyon ve sosyo-ekonomik pozisyon seviyelerinin cinsiyet kimliklerini etkileyip etkilemedikleri incelenmiştir. İnceleme sonucunda gerekli analizler yapılarak bazı anlamlı ilişkilerin olduğu sonucu elde edilmiştir (Yağcı ve İlarlan, 2011, s.138).

Yapılan başka bir çalışmada; Denizli ilinde tekstil ve hazır giyim bölümlerinde faaliyet gösteren işletmeler üzerinde çalışma yapılmıştır. Yapılan

çalışmada işletmelerin yenilik kabiliyetlerinin belirlenmesi ve yenilik kabiliyeti ile yenilik kabiliyetini etkileyen etmenler arasındaki bağlantı araştırılmıştır. Bu amaçla Denizli’de tekstil ve hazır giyim bölümlerinde işlevlik gösteren işletmeler için anket hazırlanmış, hazırlanan bu anket bu işletmelere uygulanmıştır. Uygulanan anket sonucunda elde edilen veriler, logit ve probit ekonometrik tahmin metotları ile analizler elde yapılmıştır. Ekonometri tahmin analizleri sonucunda, AR-GE faaliyetleri, işletme büyüklüğü, teknoloji hizmeti alımı, yatırımlar ve kalite belgesi sahipliğinin işletmelerin yenilik yapma ihtimalini yükselttiği sonucu elde edilmiştir (Terzioğlu, Avcı ve Gökövalı, 2008, s.377).

Yapılan bir çalışmada, tüketici tatmini ön plana alındığında; onun hangi pazarlama bileşenleri veya markalardan tatmin olduğunu, bu tatmini sağlamak için çeşitli marka ve modeller arasından nasıl ve neye göre seçim yaptığını belirlemek suretiyle otomobil pazarlamasında "müşteri odaklı" yaklaşım anlayışının sağlayacağı faydalar üzerinde durulmuştur (Arslan, 2003, s.83).

Yapılan başka bir çalışmada; Toplam Kalite Yöntemi (TKY) Yenilik için gerekli olan nitelikler arasındaki etkileşimi TKY’nin yeniliği ve tüketici değerlerini nasıl etkilediği araştırılmıştır ( Özdaşlı, 2006, s.1).

Son yıllarda bilgi ve iletişim teknolojilerindeki hızlı gelişmeler yaşanmıştır. Bu gelişmelere bağlı olarak İnternetin yoğun olarak günlük hayatımıza girmiştir. İnterneti hayatımıza girmesiyle tüketicilerin alışveriş tarzlarında değişikliklerin yaşanmasına sebep olmuştur. Kişilerin İnternet üzerinden alışveriş yapma tutumlarında çok önemli farklılıklar ortaya çıkmaktadır. Bu farklılıklar firmaların tüketicilerin internet üzerinden alışveriş yapma veya yapmama seçimlerinin etkileyen psikolojik ve bilişsel nedenler hakkında daha fazla ve detaylı bilgi sahibi olmalarını gerektirmektedir. Buda firmaların bu konuda uyguladıkları stratejilerini daha etkili ve doğru olmasında yararlı katkılar sağlayacaktır. Bu bağlamda yapılan çalışmada (PDT) Planlı Davranış Teorisi, (SEM) Yapısal Eşitlik Modeli kullanılarak tüketici davranışını tahmin edilmesi amaçlanmıştır. Yapılan incelemeler sonucunda ortaya çıkan ampirik sonuçlar, kuvvetli bir şekilde PDT ile SEM teorik modeli ile paralel bir şekilde desteklemiştir. Ayrıca tüketici yenilikçiliği, literatürde yenilikçilik eğilimi kavramları ilgi alanına has yenilikçilik ve yenilikçi davranış boyutlarıyla tartışılmıştır. Yenilikçi tüketiciler; yenilikleri daha fazla takip etme, daha kolay

benimseme ve çevresindeki kişilere de tanıtma eğiliminde olmaları nedeniyle, diğer tüketicilere nazaran pazarlama disiplini açısından daha fazla öneme sahiptirler. (Akdoğan ve Karaaslan, 2013, s.1).

Durmaz (2006) modern pazarlama alanında yaptığı çalışmada tüketici talep ve ihtiyaçlarının doğru ve eksiksiz olarak tespit edilmesinin zor, karmaşık olduğunu ve bu nedenle tüketici talep ve ihtiyaçlarının davranış bilimleri yardımıyla tahmin edilebilir olduğunu savunmuştur.

Usta ve Çakır (2010), Adnan Menderes Üniversitesi Nazilli İİBF’de okuyan öğrenciler üzerinde tüketim tercihleri nasıl ve ne şekilde gerçekleştirdikleri ile ilgili çalışma yapmışlardır. Çalışma anket yöntemi kullanılarak yapılmıştır. Çalışma sonucunda tüketim davranışlarını etkileyen etmenler; marka seçimi, ürün farklılığı, reklamlar, kalite, yenilikçi olması ve renkler vb. etkenlerin etkili olduğu savunulmuştur.

Ö.Dikmen (2006) doktora çalışmasında, marka konumlandırma stratejilerinin tüketici tutumları üstündeki etkilerini incelemiştir. Bu çalışma kapsamında marka konumlandırma kapsamında hızlı tüketim malları pazarında, ulusal ve özel marka kapsamında incelenmesi amacıyla, kolayda mallar pazarını temsilen seçilen tuvalet kâğıdı ürün çeşidi ele alınmıştır. Bu amaçla birçok ulusal ve uluslararası kaynak araştırması yapılmış birçok istatistik veriler analiz edilmesi sonucunda yeni bir tanımlayıcı model geliştirilmiştir. Bu modele göre tüketicilerin satın alma tüketici davranışlarının demografik, sosyal, psikolojik, kültürel, davranışsal ve durumsal faktörlerden etkilendiği belirtilmiştir. Aynı zamanda bu modelim konumlandırma stratejilerinden ve satın alma risklerinden etkilendiğini savunulmuştur.

Akyüz (2015) yaptığı doktora çalışması ile tüketicilerin fiziksel olmayan ihtiyaçlarını karşılamak nedeniyle yaptıkları tüketimlerini anlatan gösteriş amaçlı tüketim ve sembolik tüketim araştırılmıştır. Çalışma Süleyman Demirel Üniversitesinde anket hazırlanarak yapılmıştır. Çalışmada tüketicilerin fiziksel olmayan ihtiyaçların karşılanması daha çok gençler arasında revaçta olduğu için çalışmada yeni genç nesil tüketiciler incelenmiştir. Anket 437 öğrenciye uygulamış ve uygulama neticesinde elde edilen verilerin SPSS programı tarafından istatistiki analizleri gerçekleştirilmiştir. Elde edilen neticelere kapsamında; genç erkek tüketiciler, üst gelir ekibindeki genç tüketiciler ile kendisini “üst kesim” olarak

değerlendiren genç tüketiciler gösteriş tüketimi eğilimi olduğunu göstermektedirler. Genç kadın tüketiciler, orta gelir ekibindeki genç tüketiciler ile kendisini üst kesim olarak nitelendiren genç tüketiciler ise sembolik tüketim eğilimi olduğunu göstermektedirler.

Literatür çalışmasının ikinci kısmı olarak yerel yönetimlerle ilgili çalışmalar incelenmiştir. Yapılan literatür çalışmalarında belediye hizmetlerini sorgulanmasına yönelik çalışmalar, daha çok belediyeler tarafından ya da belediyelerin anlaştığı şirketler tarafından çalışmaların yapıldığı görülmektedir. Bu çalışmalarda kullanılan yöntem ise anket yöntemidir. Bu yöntem ile toplumun isteklerini, ihtiyaçlarını belirleyerek toplumun memnuniyet düzeylerini değerlendirerek ona göre bir planlamaya gidilmiştir. Yönetim seçimi geldiği için siyasi açıdan bu yöntem partiler açısından büyük önem arz etmektedir. Bu çalışmalar daha çok belediyelerin kendi çalışmaları olduğundan akademik çalışma kapsamında değerlendirilmemektedir. Bu çalışmaların çok az bir kısmı bilimsel olarak üniversitelerde yüksek lisans ve doktora çalışması olarak yapılmaktadır. Özellikle belediyelerin sunduğu hizmetlerin veya belediye çalışanlarla ilgili değişik illerdeki üniversitelerde yüksek lisans tezi ve doktora çalışması yapılmıştır. Yerel yönetimler içerisinde belediye ilgili çalışmalar yeterli düzeyde olmadığı yapılan literatür çalışmasında görülmektedir. Toplumun çok yakından ilgilendiren ve önem arz eden belediyeler için akademik çalışmaların yetersiz olması, bu alanda yapılan akademik çalışmaların önemini artırmaktadır. Yerel yönetimlerle ilgili yapılan bazı çalışmalar;

Şahin (2011) ‘‘Belediye Hizmetleri ve Hizmet Kalitesine Yönelik Vatandaş Memnuniyetinin Ölçümü, (Konya İl Merkezi Örneği)’’ isimli bir çalışma yapmıştır. Bu çalışmasında Yerel yönetimle ilgili tarihsel süreç içerisindeki gelişmelere değinilmiştir. Çalışmanın uygulama alanı Konya belediyesi olarak seçilmiştir. Konya belediyesinin sunduğu hizmetlerin vatandaş tarafından nasıl algılandığı ve hizmet kalitelerini memnuniyetini belirleyen faktörlerin neler olduğunu tespit edilmek istenmiştir. Çalışma Konya kent merkezi, büyükşehir ve Büyükşehir’e bağlı merkez ilçelerde uygulanmıştır. Yani Meram, Karatay ve Selçuk ilçelerinde uygulanmıştır. Çalışma 2010 yılının Kasım-Aralık aylarında yapılmıştır. Çalışmada 700 anket uygulanmış olup 634 adet anket değerlendirmeye alınmıştır. Bu çalışmanın neticesinde merkez ilçeler oturan vatandaşların belediyeden aldıkları hizmetler



değerlendirilmiştir. Bu göre göre Selçuk belediyesi belediye hizmetlerinden vatandaşların memnun olduğu, Karatay belediyesin hizmetlerinde ise vatandaşların %55,7 oranında memnun kaldığı ve Meram belediyesinin hizmetlerinde %40,3 memnun olduğu %47 ise sunduğu hizmetlerden menün olmadığı tespit edilmiştir. Çalışmada vatandaşların kendi ilçe beledilerinden ziyade büyükşehir belediyesinin hizmetlerinden daha çok memnun olduklarını belirtilmiştir.

Yerel yönetimin görevlerinin arasında en önemlisi sosyal sorumluluk görevidir. Hizmet noktasında bütün vatandaşlara ulaşılması ve ona göre hizmetlerin yerine getirilmesinde belediyeye önemli görev düşmektedir. Alt yapı hizmetleri, sağlık, eğitim, kültür, konut gibi sosyal alanlarda halka hizmet sunmak belediyenin sosyal sorumluluk alanındaki görevleridir. Bunu yerine getirmekle toplu refahını sağlayabilir. Arslan (2013) çalışmasında İstanbul Arnavutköy Belediyelerini örnek olarak seçmiştir. Çalışmanın sonucunda; Arnavutköy de yaşayan vatandaşların yaşadığı kent ile bağlantılarının kuvvetlendirmesi için sosyal ve kültürel durumları iyileştirmesi için çalışmaların yapılmasının gerekliliği vurgulanmıştır. Ayrıca toplumu oluşturan farklı yapıdaki etnik kökenli insanlara hukuksal eşitlik kapsamında hakların tanınması, toplum refahının yükseltmek için diğer mercilerle iletişim halinde olunması ve belediyecilikte sosyal bir yapının oluşması için diğer sivil toplumu kuruluşları ile ortak çalışmalar yapılması gerekliliği üzerinde durulmuştur.

Çamur (2013) çalışmasında önce Malatya belediyesi ile ilgili gerekli bilgiler yer verilmiştir. Sonra da belediyenin vatandaş odaklı hizmetlerin gerçekleşip gerçekleşmediği hakkında araştırmalar yapıştır. Sonuç olarak Malatya belediyesinde birtakım olumsuzların olmasına rağmen, Belediye çalışmalarını vatandaş odaklı çalışmacı gerçekliği savına varılmıştır.

Er (2016) tarafından yapılan çalışmada yerel yönetim ile ilgili farklı bir çalışma yapmıştır. Er “Belediye Hizmetlerinin Performans Algısının Değerlendirilmesi Üzerine Bir Çalışma: Alanya Örneği” isimli çalışmasını yüksek lisans tezi olarak yapmıştır. Belediye hizmetlerinin algılanmasına yönelik yeni bir algoritma geliştirmek istenmiştir. Bu algoritmanın temelinde belediyelerin sunduğu hizmetlerin performans değerlendirilmeleri yapılması için nitel gözlen teknikleri yerine teorik bilgiler kullanılmış olup nicel yöntemler kullanarak bir algoritma oluşturulmuştur. Bu algoritma 10 basamak ve iki bölümden olan nitel ve nicel

kısımlarında oluşmaktadır. Uygulama alanı olan Alanya belediyesindeki belediyeçiliği algısını etkilen faktörlerin belirlenmesi için yerel halktan 63 kişi ile görüşme yapılmıştır. Bu görüşmeler sonucunda elde edilen bulgular incelenerek dört ana faktör belirlenmiştir. Bunlar; Fiziki Beklenti, Sosyal Beklenti, İletişim ile Hızlı ve Etkin Hizmet olarak belirlenmiştir. Bu faktörler göz önüne alınarak bir anket oluşturulmuştur. Bu anket 546 kişiye uygulanmıştır. Anketler performans-önem analizine ve korelasyon analizine tabi tutulmuştur. Bu geliştiren algoritma ve uygulanan anketlerin sonucunda bütün ana faktörlerin memnuniyet açıklamasında etkili olduğu tespit edilmiştir. Daha sonra t- testi ile Anova analizleri uygulanarak Faktörlerin anlaşılmasında gruplar arasında farklılık olup olmadığı incelenmiştir. Bu analizlerin sonucunda cinsiyet ve yaş gruplarına bakıldığında faktörlerin algılanmasında farklılık görülmediği, katılımcıların eğitim durumu ve yaşadıkları yerlere göre farklılıkların olduğu sonucuna varılmıştır. Araştırmanın sonucunda genel olarak bulguların analizlerine bakıldığında, katılımcıların bütün faktörlere önem verdiği ve faktörlerin genelinden memnuniyet duyduğu saptanmıştır.

Tunç (2017) çalışmasında yeni bir ölçek geliştirmeyi amaçlamıştır. Yerel yönetim hizmetlerinde Belediye Hizmetleri Memnuniyet Ölçeği (BHMÖ) çalışmasında geliştirmiştir. Bu ölçeği Yapısal Eşitlik Modeli ile analiz ederek kullanmıştır. Çalışması kapsamında hazırladığı anketi Sivas ilçesinde ikamet eden 18 yaş üstü vatandaşlara uygulamıştır. Bu kişilere belediyeden aldıkları hizmetlerin kalitesini ölçülmesi ve bu hizmetleri değerlendirmesi istenmiştir. Buna göre hizmetlerin göreceliğini sorgulamak amaçlanmıştır. Çalışmada 364 anket uygulanmıştır. Veriler açımlayıcı faktör analizi kullanarak 6 faktör elde edilmiştir. Bu faktörler; “Genel Hizmet Çerçevesi”, “Tedbir, Koruma ve Ekonomik Gelişim Hizmetleri”, “Peyzaj Hizmetleri”, “Sosyal Alan Hizmetleri”, “Geri Kazanım ve Sağlık Hizmetleri” ve “Acil Durum Hizmetleri” olarak adlandırılmıştır.

Moletsane (2014)’de Güney Afrika belediyelerinin hizmet sunumunun ile ilgili çalışma yapmıştır. Çalışmada Güney Afrika belediyelerinin sunduğu hizmetlerin yetersizliği ile son yıllarda hizmet sunumundaki başarısızlıkları ele almıştır. Belediyelerin sundukları hizmetlerin başarısızlıkları neredeyse günlük bir durum haline geldiğini ifade etmiştir. Müşterinin beklentileri ve algıları ile ilgili önceki teorik tartışmalara dayanarak, SERVQUAL boşluk puanını kullanarak en

önemli hizmet kalitesi boyutlarını belirlemek için ampirik bir çalışma yapılmıştır. Nicel bir araştırma yaklaşımı kullanılmış, yapılandırılmış, kendi kendine yönetilen anket, hizmet kalitesinin beklentileri ve algıları hakkında veri toplamak için kullanılmıştır. Gauteng eyaletinde bulunan ve AVM ile etkileşime giren Güney Afrika belediyesinde yaşayan 400 kişiden oluşan bir kolaylık örneği alınmıştır. Toplanan veriler eşleştirilmiş t-testi kullanılarak analiz edildi. Bulgular, belediye tarafından sunulan hizmetlerin kalitesine ilişkin olumsuz algıları göstermektedir.

Hourie vd. (2015) çalışmasında, yerel politika yapıcılarının, çeşitli yerel hizmetlerin toplumdaki yaşam kalitesine katkısını değerlendirmek için bir model geliştirmişlerdir. Çalışmada merkezi yönetim bütçesini en uygun şekilde tespit edebilmek için İsrail Merkez İstatistik Bürosu'ndan çalışmanın verileri kullanılmıştır. Yapılan analizler sonucunda, yerel yönetim tarafından yapılan hizmetlerin en çok eğitime yapılan harcamaların, toplumun refahını arttırmada en etkili olduğu sonucu elde edilmiştir. Ayrıca, rekreasyon, bahçecilik ve kamu temizliği ile su ve kanalizasyon harcamaları da toplumun refahı üzerinde önemli bir etkiye sahip olduğu belirtilmiştir.

Dastan (2015) önde gelen e-belediye hizmet sağlayıcısını gözlemleyerek, e-belediye hizmetlerinin adaptasyonunu etkileyen faktörleri ve bunların kapsamını belirlemek amacıyla bir çalışma yapmıştır. Çalışmanın amacına ulaşmak için uygun örnekleme tekniği kullanılarak Yalova ilinde 302 katılımcı ile saha araştırması yapılmıştır. Bulgular, teknoloji kullanımı, algılanan kullanım kolaylığı, algılanan farkındalık ve bilgi kalitesindeki yeterliliklerin belediye hizmetlerinin kabulünü olumlu yönde etkilediği, algılanan güven ve kaynakların kullanılabilirliği gibi faktörlerin önemli bir etkisi olmadığı saptanmıştır.

Yapılan literatür çalışması sonucunda tüketici davranışlarını etkileyen bir çok faktör olduğu tespit edilmiştir. Tüketici davranışlarını etkileyen faktörler sektörlere göre değişiklik göstermektedir. Bu değişiklikler yaşa, cinsiyete, eğitim durumunu, istek ve arzulara, kaliteye, marka, yenilikçilik, teknolojik gelişme ve daha birçok etkene göre farklılık göstermektedir. Bu konu ile ilgili literatürde belirtildiği gibi çok farklı sektörlerde farklı çalışmalar yapılmıştır. Fakat belediye hizmetlerinde tüketici davranışları üzerindeki etkisi ile ilgili literatürde fazla çalışmaya

rastlanılmamaktadır. Belediye hizmetleri toplumsal yaşam için çok önem arz etmektedir. Küreselleşen dünya ile birlikte şehir merkezlerindeki nüfusun çoğalmasıyla beraber birçok toplumsal problemlerin ortaya çıkmasına neden olmuştur. Yaşana alt yapı sorunları, çevresel sorunlar, kültürel sorunlar, eğitim, sağlık ve daha birçok sorun yerel yönetimleri birinci dereceden ilgilendirmektedir. Bu toplumsal problemlerin çözülmesi, insanların hayat şartlarını iyileştirilmesi, refah seviyesinin yükselmesi belediyelerinin önemini daha da artırmaktadır. Belediye bu hizmetleri sunarken tüketici ve tüketici davranışlarını nasıl etkilediği, bu etkileyen faktörler neler olduğu araştırılması önemli hale gelmektedir.

Dünyadaki gelişmelere paralel olarak Türkiye’de toplumsal yaşamda büyük değişimler yaşanmaktadır. Bu toplumsal gelişmeler yaşadığımız bölgeyi de etkilemiştir. Sanayinin gelişmesi, teknolojik gelişmeler yaşanması birlikte tarım alanların yok olması, hayvancılık azalmasıyla, bölgemizde yaşanan toplumsal problemler birlikte yaşadığımız bölgelerde kırsal alanlardan kente göçlerin yaşanmasına neden olunmuştur. Buda kentlerde birçok toplumsal sorunlara neden olunmuştur. Buna bağlı olarak Bingöl ilinde meydana gelen nüfus artışı, kentleşme nüfusunu yoğunlaşmasıyla beraber belediye hizmetlerinin önemi artmıştır. Belediye toplumsal yaşam için sunduğu hizmetlerin ve bu hizmetlerden yararlanan insanları üzerinde nasıl etkilediği bilinmesi için bu çalışma yapılmaktadır. Bingöl belediye hizmetlerin tüketici üzerindeki davranışlarını etkileyen faktörler neler olduğu ve bu faktörleri etkileyen etmenlerin tespit edilerek daha verimli, kaliteli, sağlıklı, ekonomik hizmetler nasıl sunulacağı ile ilgili araştırma yapılmıştır. Araştırma sonucunda elde edilen veriler, analizler gerekli resmi makamlara ulaştırılması amaçlanmaktadır.

## **3.2. ARAŞTIRMANIN ÖNEMİ, AMACI, KAPSAMI VE YÖNTEMİ**

### **3.2.1. Önemi**

Modern yaşam insan hayatın’da birçok yenilik getirmiştir. Bu yeniliklere; ekonomik büyüme, teknolojik gelişmeler, değişen kültürel ve sosyal faktörler gibi alanlarda yaşanan yenilikler birey hayatına etkisi büyük olmuştur. Bu alanlarda yaşanan değişimler toplumda var olan tüketim kalıplarında da büyük değişmelerin yaşanmasına neden olmaktadır. Yaşanan bu değişim ve gelişmeler tüketicileri de etkilemiştir. Tüketiciler, tüketim sürecinde de daha bilgili ve daha araştırmacı

olmaya zorlanmıştır. Tüketicilerin tüketim sürecindeki bu aktif değişim sunulan hizmetlerin sürekli kendini yenilemesini zorunlu hale getirmiştir. Gelişen ve değişen dünya olumlu sonuçlar doğurduğu gibi olumsuz sonuçlarında ortaya çıkmasında etkili olmuştur. Bu da ihtiyaçların sınırsız hale gelmesine neden olmuştur. Sınırsız insan ihtiyaçları karşısında kaynaklar kıttır. Kıtlığın şiddeti ise toplumdan topluma değişir. Bu şiddeti azaltmak için kıt kaynakların iyi idare edilmesi gerekir. İnsanların bir tüketici olarak elindeki sınırlı kaynakları en iyi şekilde değerlendirmesi gerekmektedir. Yani kaynaklar nerede ve nasıl kullanılacağı konusunda iyi seçim yapılması gerekir. Bu seçim yapılırken insanların tercihleri, değer yargıları ve tutumları göz önünde bulundurulmalıdır. Yani kıt kaynaklardan etkin bir biçimde yararlanılarak toplumsal refah artırılmak isteniyorsa tüketici davranışlarının iyi analiz edilmesi gerekmektedir.

Günümüzde insanların birçok ihtiyacının karşılanmasında yerel yönetimler büyük öneme sahiptir. Yerel yönetimler hizmetlerini sunarken tüketici üzerinde nasıl bir etki bıraktığı ve bu etkiyi etkileyen faktörlerin neler olduğu ve etkin hizmet sunumunda hangi hususların önemli olduğunun ortaya konulması için bu araştırma tasarlanmıştır. Bu araştırmanın temel amacı yerel yönetimlerin sunduğu hizmetlerde tüketicilerin istek ve ihtiyaçlarının anlaşılması, yerel yönetim hizmetlerinde tüketici davranışlarının neler olduğunun ortaya konulması ve bu davranışları etkileyen kişisel, sosyal, psikoloji, demografik, çevresel ve ekonomik açıdan analitik bir yaklaşımla ortaya konulması amaçlanmıştır.

### **3.2.2. Amacı**

Araştırmanın ana hedefleri talep davranış teorileri, tüketici davranış teorilerinin ortaya konulması ve bunların belediye hizmetleri üzerinde ampirik olarak değerlendirilmesidir. Ayrıca yerel yönetimlerin sundukları hizmetlerin tüketici üzerindeki etkilerini neler olduğunu ortaya çıkarmayı amaçlamıştır. Tüketicilerin yerel yönetimlerden aldıkları hizmetlerden memnuniyet derecesinin ölçülmesi ve bunu etkileyen faktörlerin belirlenerek daha kaliteli hizmetlerin sunulmasını sağlamasında bir yolun belirlenmesinin de araştırmanın hedefleri arasında yer almaktadır.

Yerel yönetim organları içerisinde en önemli olan belediyelerdir. Belediye hizmetlerini, projelerini, sosyal sorumluluklarını yerine getirmede, ekolojik dengenin

sağlanmasında ve en önemlisi insanların ihtiyaçları, talepleri doğrultusunda hizmet sağlarken büyük bir ekonomi gerektiriyor. Bu da büyük bir sorumluluğun oluşmasına neden olmaktadır. Ekonominin en iyi şekilde değerlendirilmesi için bu ekonomik kaynakların verimli kullanılmasını zorunlu kılmaktadır. Yerel yönetimler bu ekonomiyi en etkin bir şekilde kullanması için insanların isteklerini, arzularını, taleplerini hakkında belli bilgilere sahip olmasına ihtiyaç duymaktadır. Bir fizibilite çalışması şeklinde bu bilgiler araştırılarak hizmetlerin bu doğrultuda daha verimli, sağlıklı, ekonomik, güncel, kaliteli yapılmasını destek olunmaktadır.

Bu çalışmada insanların yerel yönetimlerden beklentileri, almak istedikleri hizmetlerin belirlenmesi, bunu etkileyen faktörlerin belirleyerek bu konuda bir öncülük etmesinin sağlatılmasını hedeflemektedir. Özellikle yaşadığımız bölgenin gelişmemiş olması yerel yönetim hizmetleri önem arz etmektedir. Bingöl Belediyesinin sunduğu hizmetlerin insanlar üzerindeki olumlu ve olumsuz sonuçların belirlenmesi çalışmanın hedefleri arasında yer almaktadır. Sunulan hizmetlerin olumsuz sonuçları oluşmasını etkileyen faktörler belirlenmesi ve buna gören önlem alınması için öneride bulunmak bu çalışmanın hedefini oluşturmaktadır.

### **3.2.3.Kapsamı**

Kapsam olarak Bingöl Belediyesi ele alınmıştır. Bingöl Belediyesi yerel yönetim hizmetleri değerlendirilirken; Ulusal ve uluslararası tüketici davranışlarını incelenmesi ve tüketici davranışların etkileyen etkenlerin, nedenlerini, sonuçları ile ilgili araştırma yapılarak yerel yönetimlerin hizmetlerinin kapsamı belirlenecektir. Özellikle yerel yönetimlerin hizmetleri tüketici üzerindeki etkilerini ulusal ve uluslararası alanda yapılan çalışmalar incelenerek, tüketici davranışlarını etkileyen faktörlerin belirlenmesi amaçlanmıştır. Uygulama alanı ise Bingöl Belediyesini alanı seçilmiştir. Bingöl Belediyesinin sunduğu hizmetlerin tüketiciler üzerindeki etkileri araştırılacaktır.

Çalışmanın konusuna bağlı olarak Bingöl kent merkezinde yaşayan hane halkı reisleri bu çalışmanın kapsamını oluşturmaktadır. Ayrıca Bingöl il merkez nüfusunun mahallere göre dağılımı çerçevesinde belli ölçekler kullanılarak her mahalledeki oran belirlenerek bütün mahalleleri kapsayacak şekilde çalışma kapsamı belirlenmiştir. Çalışmaya katılan kişilerin yaş, cinsiyet, gelir durumu, eğitim

durumu gibi hususların da ankette yer verilmiştir. Belediyenin sunduğu hizmetlere yönelik özgün anket soruları hazırlanarak tüketicilere uygulanmıştır. Uygulanan anketlerle tüketici davranışı etkileyen faktörlerin belirlenmesi, daha kalite hizmetlerin sunulması, kaynakların verimli ve etkin bir şekilde kullanılması vb. hizmetlerin sunulmasında etkin bir değer katacaktır. Bu ölçekler çerçevesinde yerel yönetimden alınan hizmetlerin bu ölçekler çerçevesinde tüketici üzerindeki etkisi belirlenecektir.

Çalışmanın temel sorusu “Sosyo ekonomik açıdan nispeten birçok ilden daha geride bulunan Bingöl ilinde sunulan yerel yönetim hizmetlerini etkileyecek, geliştirecek faktörler nelerdir? Bu faktörleri olumlu yönde etkileyecek değişkenler var mıdır?” olarak belirlenmiştir. Ayrıca “Yerel Yönetim Hizmetlerinde Tüketici Davranışları: Bingöl İl Merkezinde Bir Uygulama” konu başlığı altında ilk olarak tüketici davranışlarını etkileyen faktörlerin belirlenmesi konusunda bir ölçek geliştirilmiştir. Bu konu çerçevesinde belediye tarafından sunulan hizmetlerin tüketiciler tarafından memnuniyet derecesinin belirlenmesi planlanmaktadır. Yerel yönetimlerinin sundukları hizmetlerin tüketiciler üzerinde olumlu ve olumsuz etkisinin araştırılması, yerel yönetimlerin daha kaliteli hizmet sunmalarını için yapılması gerekenler çalışmada belirlenmesi amaçlanmıştır. Uygulama alanında Bingöl belediyesi sundukları hizmetlerin konu başlıkları şeklinde belirlenerek yapılan hizmetlerin Bingöl ilin merkezinde yaşayan insanlar üzerinde pozitif veya negatif etkileri belirtilecektir.

#### **3.2.4. Yöntemi**

Çalışmada yazılı, görsel birçok ulusal ve uluslararası kaynaktan yararlanılmıştır. Konu ile ilgili yayımlanmış ulusal ve uluslararası makale, kitap, yüksek lisans, doktora tezleri ve internette kaynak taraması yapılmış ve imkanlar dahilinde kaynaklara ulaşılmıştır. Yabancı dildeki araştırmalar tercüme edilmiştir. Konu ile ilgili Türkiye’de ve dünyada yapılan istatistiki verilerden de faydalanılmıştır. Araştırma sonucu elde edilen bilgiler özgün bilimsel etik kurallara bağlı kalınarak çalışma yapılmaya çalışılmıştır. Çalışmanın anket uygulanmasına başlamadan önce Bingöl Üniversitesi Etik Kurulunda izin alınmıştır.

Çalışmada tüketici davranışlarını etkileyen faktörler ile ilgili yapılan çalışmalarda kullanılan metotlar incelenmiş ve araştırılmıştır. Tüketici davranışlarını etkileyen davranışların öğrenmesinde en uygun metodun anket olduğu düşünülmektedir. Anket hazırlanırken, yapılan çalışmalardaki anketler incelenerek, özgün bir anket oluşturulacaktır. Ankette konu olan sorular bölgenin demografik yapısı, bölgenin kültürü, eğitimi, hayat şartları, bölgenin iklim özellikleri dikkate alınarak anket hazırlanmıştır. Ayrıca belediyeçilik hizmetlerinde etkili olan ekolojik faktörler dikkate alınarak tüketici boyutu incelenmiştir. Bingöl merkezdeki mahallelerin nüfus durumuna göre bir örneklem belirlenmiş, her mahalle için belirlenen bir örneklem oranında anket uygulanmıştır. Anketler yüz yüze tekniği ile uygulanmıştır. Uygulanan anket sonuçları SPSS yazılımı kullanarak çeşitli istatistikî yöntemlerle analiz edilmiştir. Çalışmanın verileri frekans tabloları ile ortaya konulduktan sonra doğrulayıcı ve açıklayıcı faktör analizleri ile analiz edilmiştir.

### **3.3. BİNGÖL'ÜN SOSYAL EKONOMİK YAPISI**

Bingöl ili Doğu Anadolu bölgesinde yer almaktadır. Komşu iller Diyarbakır, Elazığ, Erzurum, Muş ve Tunceli illeri yer almaktadır. Yedisu Yayladere, Solhan, Genç, Kiğı, Adaklı ve Karlıova Bingöl ilin merkezini oluşturan ilçelerdir. Bingöl ili daha çok göç veren illerimizdendir. Doksanlı yıllarda işçi olarak birçok insan yurtdışına göç etmiştir. En çok Almanya, İngiltere, Norveç ve Fransa gibi ülkelere işçi olarak çalışmak için göç edilmiştir. Ülke içerisinde en çok İstanbul'a göç edilmiştir. Yerleşim yerlerini kırsal olması ve insanların geçimlerini sağlayamadıkları için göç etme durumunda kalmıştır(<http://www.bingol.gov.tr/cografya-yapisi>, 2018).

Kendi bölgesinde gelişmişlik olarak en geride kalmış görünmektedir. Devlet tarafından son zamanlarda büyük yatırımlar yapılmıştır. İlk olarak üniversitenin açılmasıyla, havalimanının açılması ve bir çok kamu kuruluşunun açılmasıyla toplumsal refahın yükselmesine katkı sağlamıştır. İki binli yıllarda ise Bingöl ili ülkemizin gelişmekte olan illerindendir. Bu nedenle Bingöl ili sosyal, kültürel, stratejik ve jeopolitik yapılara sahiptir. Bingöl ilini kapsayan ve bölge için önemli kalkınma projelerinden Doğu Anadolu Projesi (DAP)'ın kapsamı alanını içerisindedir. Buda ilerleyen zaman içerisinde Bingöl ekonomisine büyük katkı sağlayacaktır.



Bingöl tarihi kültür süresince önemli bir geçmişe sahiptir. Bir çok medeniyeti barındırmış ve o medeniyete ait izlenimler taşımaktadır. Urartular, Asurlular, Hititler, Persler, Romalılar, İslam Devleti, Selçuklular ve Osmanlılar gibi bir çok medeniyetin içinde yaşamıştır(<http://www.bingol.gov.tr/cografı-yapı>, 2018).

Bingöl ekonomik yapısı hayvancılık, tarım ve ormana dayalı Üç ana başlık şeklinde gerçekleşmektedir. Arazinin engebeli olması ve yer şekillerinin dağlardan oluşması hayvancılık için uygun ortam sağlamıştır. Dağların yüksek yaylaları sulak otlaklardan oluşması, koyun ve keçi beslenmesi için uygun olmaktadır. Hayvancılık daha çok canlı hayvan ticareti olarak yapıldığından hayvansal ürünler peynir, tereyağı gibi ürünler elde edilmez. Yapılan hayvancılık daha çok hane halkının geçimini sağlamasına yönelik yapılmaktadır. Ülke ekonomisine katkısı pek fazla bulunmamaktadır. Hayvan yetiştiricileri eğitim durumlarını düşük olması gerekli deneyim ve tecrübenin olmamasından dolayı hayvancılık genellikle ilkel yollarla yapılmaktadır (<http://www.bingol.gov.tr/cografı-yapı>, 2018).

Akarsular üzerindeki düzlükler bitkisel üretime elverişli alanlardır. Bu elverişli alanlar üzerinde tarlalar ve bahçeler bulunmaktadır. Bu alanlarda karpuz, şeker pancarı, buğday ve domates yetiştirilir. İlde yetişen diğer bir bitkisel ürün ise cevizdir. Bu bitkisel ürünler yöre halkının geçimine sağlamasında büyük etkiye sahiptir. Bingöl Doğu Anadolu'nun en zengin orman alanlarına sahiptir. Bu ormanlarda yetişen ağaçlarda en yaygını meşe ağacı ulunmaktadır. Ormanların tahrip edilmesiyle yok olan ormanlık alanları ağaç yerine bozkır(step) bitki örtüsü hakim olunmaktadır. Bingöl valiliği istatistik verilerine göre ilin toplam arazisi 812.537 hektar olmaktadır. Bu arazilerin kullanım şekli aşağıdaki tabloda belirtilmiştir (<http://www.bingol.gov.tr/cografı-yapı>, 2018).

**Tablo 3.1.Bingöl İlin Toplam Arazi Dağılımı**

Toplan Arazi (812.537) hektar	
Tarım Arazisi	%7,28
Orman	%27,92
Ağaçlandırma Alanı	%10,25

Mera	%51
Çayır	%2,2
Diğer	%1,3

Bingöl ilim ekonomik değerlerden arıcılık oldukça önem kazanmaktadır. Bingöl üniversitesi pilot üniversite seçilmesiyle birlikte arı ürünleri ile ilgili önemli çalışmalar ve projeler hazırlamaktadır. Gerçekleşecek olan bu projeler sayesinde arı ürünleri bölge halkı için büyük ekonomik kazançlar sağlayacaktır.

### **3.4. ARAŞTIRMANIN VERİ SETİNİN OLUŞTURMASI**

Bu bölümden araştırmanın Ana Kitlesinin Belirlenmesi, Örnek Büyüklüğü, Anketin Hazırlanması ve Uygulanması ile Verilerin İşlenmesi ve Çözümlemesine ile ilgili açıklamalara yer verilmiştir.

#### **3.4.1. Araştırmanın Ana Kitlesi**

Araştırmanın ana kitesini Bingöl merkez mahallerinde yaşayan hane halkı oluşturmaktadır. Bingöl il nüfus müdürlüğünün 2017 yılı adrese dayalı nüfus sayımında Bingöl merkez nüfusu 111.364 kişi olarak tespit edilmiştir. Bingöl ili 29 mahalleden oluşmaktadır. Çalışmanın ana kitleleri belediye hizmetleri ile ilgili doğrudan ilgisi olan nüfusun yaşadığı merkez mahallelerinden oluşmaktadır (Tablo 3). Toplam nüfusu 5.799 kişiden oluşan ve merkez mahalle olmayan Akbudak, Büyükbaşköy, Çay, Çimenli, Hoşkar, Ilıca, İç pınar, Kamışlı, Karapınar, Kılıçlı, Küçükbaş, Sarıgümüş, Uzundere, yeni mahalle ve Yeşilova mahalleri araştırma kapsamı dışında tutulmuştur.

#### **3.4.2. Araştırmanın Örnek Büyüklüğünün Belirlenmesi**

Anket çalışması Tablo 3.2’de belirtilen Bingöl il merkezinden bulunan mahaleler üzerinden gerçekleştirilmiştir. Araştırma evreni Bingöl il merkezini oluşturan ve Bingöl belediyesi tarafından hizmetlerin verildiği mahallerden oluşmaktadır. Bu çalışmadaki evren Bingöl merkez mahallelerinde yaşayan bireyler olarak belirlenmiştir. Ana kütle dikkate alınarak minimum örneklem büyüklüğü 400 kişi olarak belirlenmiştir. Örnekleme büyüklüğünün hesaplanması için denklem 1’deki (Miran, 2003) sonlu ana kitleler için örnekleme yöntemi kullanılmıştır. Bu

denklemden %95 güven aralığında ve %5 hata payı ile 400 adet olarak bulunmuştur.

$$n = \frac{N_p * (1 - P)}{(N - 1) * \partial^2 P_x + P * (P - 1)} \quad (1)$$

Burada belirtildiği gibi, N = Ana kitle, P = İncelenen olayın ana kitle içinde gerçekleşme olasılığı (% 50 alınmıştır) ve  $\partial$  = Oranın varyansı belirtmektedir. Minimum örneklem büyüklüğü 383 anket sonucu çıkmaktadır. Fakat bu sayı minimum örnekleme olarak 400 olarak belirlenmiştir. Örneklemin mahallelerin nüfuslarına oransal olarak paylaştırılmış ve her mahalleye düşen kişi sayısı Tablo 3.2'de belirlenmiştir. Tablodaki veriler tabakalı (stratified) örnekleme tarzına göre belirlenmiştir. Çalışma Tablo 3.2'de belirtilen Bingöl il merkezinden bulunana mahaller gerçekleştirilmiştir.

**Tablo 3. 2. Araştırmanın Ana Kitleleri ve Uygulanan Anket Sayısı**

Mahalle Adı	Toplam Nüfus	Uygulanacak Anket Sayısı
Bahçelievler Mahallesi	7.098	27
İçmeler Mahallesi	4.128	16
İnalı Mahallesi	6.093	23
İnönü Mahallesi	7.042	27
Karşıyaka Mahallesi	4.478	17
Kültür Mahallesi	15.976	60
Mirzan Mahallesi	3.397	14
Recep Tayyip Erdoğan Mahallesi	12.174	46
Saray Mahallesi	6.135	23
Selahaddin-İ Eyyubi Mahallesi	3.515	13
Simani Mahallesi	8.32	32
Şehit Mustafa Gündoğdu Mahallesi	12.259	46
Yeni Mahallesi	7.23	27
Yenişehir Mahallesi	7.72	29
<b>Toplam</b>	<b>105.565</b>	<b>400</b>

### 3.4.3. Anketin Hazırlanması ve Uygulanması

Anketin hazırlanması için yapılan literatür incelenmesi sonucunda anketlerin içeriği ile ilgili birçok ulusal ve uluslar arası yayına ulaşılmış ve gerekli incelemeler yapılmıştır. Yıldırım (1999)'nın çalışmasındaki anket ile yerel yönetim hizmetlerinin türü ve özellikleri dikkate alınarak anket soruları oluşturulmaya çalışılmıştır. Hazırlanan anket soruları anketin ana konusu oluşturulmuştur. Buna ilaveten tez konusunun uygulaması olan Bingöl Belediyesi ile Bingöl halkının sosyolojik yapısı ve hızla değişen teknoloji ile birlikte insanların taleplerindeki değişim-gelişim düşünülerek yeni anket soruları geliştirilerek anket için soru havuzu oluşturulmuştur.

Anket için soru oluşturulurken bireylerle yapılan yüz yüze görüşmeler ve mülakatlar neticesinde anket sorusu geliştirilmiştir. Oluşturulan soru havuzu 50 soruda oluşturulmuştur. Anket soruları üzerinden uzman görüşü çerçevesinde gerekli revizyonlar yapılmıştır. Ayrıca bir dil bilim uzmanı tarafından anket üzerinde önerilen düzeltmeler yapılmıştır. Oluşturulmuş olan anket soruları anlaşılır olması ve çalışma yapılacak olan konunun ölçek değerinin belirlenmesi için örnekleme yer almayan 50 kişiye bir ön uygulama yapılmıştır. Uygulanmış olan bu 50 kişilik anketler SPSS yazılımı ile analiz edilerek güvenilirlik derecesi düşük olan anket soruları ile bu kişiler tarafından anlaşılmayan anket soruları anketten çıkarılmıştır. Yapılan bu değerlendirmeler sonucunda 16 soru anketten çıkartılarak 34 soruluk bir ölçek oluşturulmuştur.

Hazırlanan bu anket iki kısımdan oluşmaktadır. Birinci kısımda kişisel bilgiler olan yaş, gelir, cinsiyet, medeni durum, meslek, eğitim durumu gibi sorular yöneltilmiştir. Birinci kısımda buna ilaveten belediye hizmetleri ve tüketicilerin belediyenin genel durumunun değerlendirmesi için sorulara yer verilmiştir.

İkinci kısımda ise katılımcıların belediye hizmetlerini etkileyen tüketici davranışlarını sorgulamaya yönelik 34 sorudan oluşan Yerel Yönetim Hizmetlerinde Tüketici Davranışları Ölçeğine (YYHTDÖ) yer verilmiştir. Bu ölçekte verilen ifadelerin en olumlu olana (5) ve en olumsuz olana (1) şeklinde puanlar verilmiştir. Buna göre anket soruları oluşturan sorulara cevap için; Tam katılıyorum (5), Çok Katılıyorum (4), Orta derece Katılıyorum (3), Az Katılıyorum (2) ve Hiç

Katılmıyorum (1) şeklinde beşli Likert puanlama sistemi kullanılmıştır. Olumsuz madde köküne sahip ifadeler için ise kodlama tersten yapılmıştır.

#### **3.4.4. Verilerin İşlenmesi ve Çözümlemesi**

Bu çalışmada araştırmacı yeni bir ölçek geliştirmeyi amaçlamaktadır. Anket hazırlarken geliştiren YYHTDÖ esas veri kaynağı olarak değerlendirilmiştir. YYHTDÖ'nin oluşturmaya başlamadan önce, konu ile ilgili gerekli çalışmalar değerlendirilmiştir. Benzer ölçekler ele alınarak taranmıştır. Bu çalışmalar neticesinde YYHTDÖ'nin geliştirilerek Kurumsal Çerçeve vatandaşların belediyeden aldıkları hizmetlerin değerlendirilmesi için 34 maddelik bir ölçek oluşturulmuştur.

### **3.5. UYGUN ANALİZ YÖNTEMLERİN BELİRLENMESİ**

YYHTDÖ'nin kapsamında hazırlanan anketler Bingöl kent merkezinde bulunan aile büyüklerine uygulanması için özen gösterilmiştir. Anket uygulamaları yüz yüze uygulanarak en doğru ve güvenilir şekilde yapılmaya çalışılmıştır. Eksik, hatalı veya rast gele doldurulan anketler değerlendirilmeye alınmamıştır. Uygulan 400 anketten elde edilen veriler ile analizler yapılmıştır. Anket ölçeğinde yer alan maddeleri belirlemek için madde-toplam korelasyonu; ölçeğin geçerliği için açıklayıcı ve doğrulayıcı faktör analizi; güvenilirlik için ise iç güvenilirlik katsayısı olan Cronbach Alpha kullanılmıştır.

#### **3.5.1. FAKTÖR ANALİZİ**

Faktör analizi, birbiriyle ilişkisi bulunan (bağımlı) değişken setinden, daha az sayıda anlamlı ve bağımsız değişkenler bulmayı hedefleyen çok değişkenli bir istatistik analiz yöntemidir. (Büyüköztürk, 2002). Faktör analizi, analizin amacına göre açıklayıcı faktör analizi ve doğrulayıcı faktör analizi olarak ikiye ayrılır.

##### **3.5.1.1 Açıklayıcı Faktör Analizi**

Açıklayıcı Faktör Analizi (AFA), temel bir madde setinden yola çıkarak; herhangi bir önsel bilgi olmaksızın bu maddelerden oluşturulacak gizli yapı sayısının belirlenmesinde kullanılan istatistiksel bir yöntemdir (Öztuna, 2008). Bu yapısı ile araştırmacılara faktör yapısını oluşturan hipotezlerin oluşturulmasında yol gösterici 4 olmaktadır. Örneğin; ölçek geliştirirken her bir maddenin diğer hangi maddelerle

gruplaştığını (benzer amaca yöneldiğini) ve bu gruplara ne derecede bağlandığı AFA'nın önemli uygulama alanlarından biridir (Alpar, 2011).

Faktör analizi genel olarak beş aşamada gerçekleştirilir. Alpar (2011):

- **İlk aşamada**, verinin faktörlenebilir bir yapıda olup olmadığı ve gerekli varsayımların sağlanıp sağlanmadığı incelenir.
- **İkinci aşamada**, faktörleşmeyi gösterecek faktör yükleri matrisi, faktör çıkarma yöntemlerinden birisi ile elde edilir. Bu aşamada ilk olarak faktör yüklerinin bulunmasında kullanılacak matrise karar verilir. Gözlenen değişkenlerin ölçüm birimleri farklılık gösteriyorsa korelasyon, göstermiyorsa kovaryans matrisinden yararlanılır. Daha sonra faktör çıkarma yöntemleri arasından temel bileşenler yöntemi veya ortak faktör yöntemi seçilir. (Alpar, 2011).
- Üçüncü aşamada, özdeğerlerin incelenmesi, yamaç grafiğinin çizilmesi yaklaşımları ile kaç faktörün dikkate alınacağına karar verilir. Özdeğer, her bir faktörün faktör yüklerinin kareleri toplamı olup, her bir faktör tarafından açıklanan varyansın oranının hesaplanmasında ve önemli faktör sayısına karar vermede kullanılan bir katsayıdır. Özdeğer yükseldikçe, faktörün açıkladığı varyans da yükselir (Büyüköztürk, 2002).
- **Dördüncü aşamada**, uygun faktör döndürme yöntemi kullanılarak faktörler daha kolay yorumlanabilecek bir yapıya getirilir. Elde edilen ilk faktör çözümü bazen yorumlanabilir basit bir yapıda değildir. Bu gibi durumlarda faktörler döndürülerek (faktörlerin referans eksenleri başka bir pozisyona sahip olana kadar döndürülerek) daha kolay yorumlanabilir bir konuma getirilebilir (Alpar, 2011).
- **Son aşamada ise**, elde edilen bulgular tümel olarak yorumlanır (Alpar, 2011). Maddelerin yer aldıkları faktördeki yük değerlerinin yüksek olması beklenir. (Büyüköztürk, 2002).

Faktör analizinde üç varyanstan bahsedilir Büyüköztürk, (2002).:

- Ortak faktörlerce açıklanabilen ortak varyans ya da ortak faktör varyansı:
- Bir değişkende gözlenen varyansı tanımlayan özgül varyans (specific variance),

- Veri setine ilişkin varyansın açıklanamayan kısmını gösteren hata varyansı (error variance)

Ortak faktör varyansı olarak da isimlendirilen ortak varyans ile özgül varyansın toplamı, testin güvenilirliğini yorumlamada kullanılır. Bir değişkene ilişkin faktörlerin açıkladıkları ortak varyans (communality), değişkenin faktör yük değerlerinin kareleri toplamına eşittir. Ortak faktör varyansı, maddelerin faktörlerle olan çoklu korelasyonunun karesi ile de açıklanmaktadır. Ortak faktör varyansının yüksek olmasının modele ilişkin açıklanan toplam varyansı arttıracığı dikkate alınmalıdır (Büyüköztürk, 2002).

### **3.5.1.2. Doğrulayıcı Faktör Analizi**

Çoğu araştırmada, gizli ve gözlenen değişkenlerin birbirlerine etkileri hakkındaki eş zamanlı hipotezleri test etmek ve ölçüm hatalarını hesaba katmak için uygun bir model kurmak önemlidir. Bu amaç doğrultusunda yapısal eşitlik modellemesi (YEM), gözlenen ve gizli değişkenler arasındaki ilişkileri, yani ölçüm modellerini test etmek ve gizli değişkenler arasındaki ilişkilerin yapısal modelini incelemek için kullanılan genel ve geniş bir analizler ailesidir. Bu noktada YEM, açıklayıcılıktan çok doğrulayıcı bir yöntemdir ve YEM’de değişkenler arasındaki nedenselliğin yapısal olarak tahmin ve test edilmesi söz konusudur(Erkorkmaz ve ark, 2012)

YEM’e dayalı DFA’nın amacı, önceden belirlenen ilişki örüntülerinin veri tarafından doğrulanıp doğrulanmadığını ortaya koymaktır. DFA’da temel hipotez, “maddeler ile ait oldukları faktörler arasında bir ilişki vardır” biçiminde kurulur. Daha sonra, teorik bilgi, deneysel araştırma ya da her ikisi de kullanılarak ilişki yapısına ilişkin önsel bilgi ışığında yukarıdaki hipotez istatistiksel olarak test edilir(Hayme, 2015). Klasik istatistiksel yöntemler, analizin önemliliğini belirlemek için tek bir istatistiksel test kullanırken; DFA verinin modele uyumunu belirlemek için çeşitli istatistiksel testlerden yararlanır. Modelin uyum istatistikleri yardımıyla faktörlerin gerçekten bu maddelerden oluşup oluşmadığına karar verilir. Uyum istatistikleri, modelin kabul edilip edilemeyeceğine ilişkin sınır değerler kullanılarak yorumlanır(Öztuna, 2008).

### **En yaygın kullanılan uyum iyiliği istatistikleri:**

- Uyum İyiliği İndeksi (UIİ)
- Düzeltilmiş Uyum İyiliği İndeksi (DUIİ)
- Karşılaştırmalı Uyum İndeksi (KUI)
- Tucker Lewis İndeksi (TLİ),
- Yaklaşımın Hata Kareler Ortalaması Karekökü (YHKOK),
- Artık Kareler Ortalaması Karekökü (AKOK)
- Ağırlıklandırılmış Ortalama Artıkların Karekökü (AOAK)'dir.

Bunların ilk dördünün değerlerinin 0.90'dan büyük olması, kabul edilebilir bir uyum, 0.95'den büyük olmaları ise iyi bir uyum olduğunun göstergesi olarak kabul edilir. YHKOK, AKOK ve AOAK'da ise söz konusu değerlerin 0.05'in altında olması iyi bir uyum, 0.08'in altında olması ise kabul edilebilir bir uyum olduğunu gösterir (Öztuna, 2008).

## **3.6. BULGULAR**

Yapılan bu çalışmalar neticesinde Bingöl belediyesinin hizmetlerinin tüketiciler tarafından değerlendirilmesi ile ilgili elde edilen verilerle analizler yapılmıştır. Verilerin analizinde sırasıyla, ankete katılan Bingöl'de yaşayan vatandaşların yaş, cinsiyet, eğitim ve meslek gibi demografik özelliklerine ait frekans tabloları, faktör analizleri, güvenilirlik testleri, değişkenlerin ortalamaları ve standart sapmalarına yer verilmiştir.

### **3.6.1. Demografik ve Sosyal Özellikler**

Bireylerin oluşturdukları grupların sahip oldukları yaş, gelir durumu, medeni durum, mesleki durum, gelir düzeyi ve eğitim seviyesi gibi demografik özellikler belediyenin sunduğu hizmetlerde bireylerin farklı değerlendirme yapılmasına imkan sağlamaktadır (Davis, 1976). Ankete katılan vatandaşların demografik özelliklerine ait bilgiler frekans tabloları aracılığıyla aşağıda ayrıntılı olarak verilmiştir. Tablo 3.3'te katılımcıların yaş, cinsiyet, eğitim durumu, medeni durum, meslek gibi demografik özellikleri ile ilgili genel bilgilere yer verilmiştir.

Tablo 3.3'te belirtildiği gibi araştırmaya katılanların en küçüğü 18 yaşında, en büyüğü 72 yaşında ve yaş ortalaması 33 olarak saptanmıştır. Bu veriler kapsamında



çalışmaya katılanların yaş tabanı çok geniştir. Bu sonuç her yaş grubundan katılımcının çalışmaya dahil edildiğini göstermektedir.

Gelir durumuna bakıldığında en düşük gelir sahip olanların geliri 800 TL, en yüksek gelire sahip olanların geliri 20.000 TL ve ortalama gelir düzeyi ise 2.500 TL olduğu görülmektedir. Katılımcıların gelir ortalaması asgari ücretin üstünde olduğu görülmektedir.

Tablo 3.3'ten de anlaşılacağı üzere katılımcıların %28.5'i kadın ve %71.50'si erkektir. 3.3'deki katılımcıların medeni durumlarına bakıldığında katılımcılardan %55'i evli, %43.3'ü bekar ve %1.8'i dul (evlenip boşanmış) katılımcılarda oluşmaktadır. Evli ve bekar katılımcıların oranlarının birbirine yakın olduğu tespit edilmiştir.

Araştırma grubundaki kişilerin meslek durumları incelendiğinde; %38.3'i (153 kişi) memur, %28'i (112 kişi) serbest meslek, %4.5'i (18 kişi) emekli, %7.2'si (29 kişi) işçi, %6.3'ü (25 kişi) öğrenci, %8'i (32 kişi) işsiz, ve %7.8'i (31 kişi) diğer mesleklerden görülmektedir. 3.3'deki verilere bakıldığında çalışmaya her meslek grubunu temsil eden katılımcıların bulunduğunu ifade edilebilir.

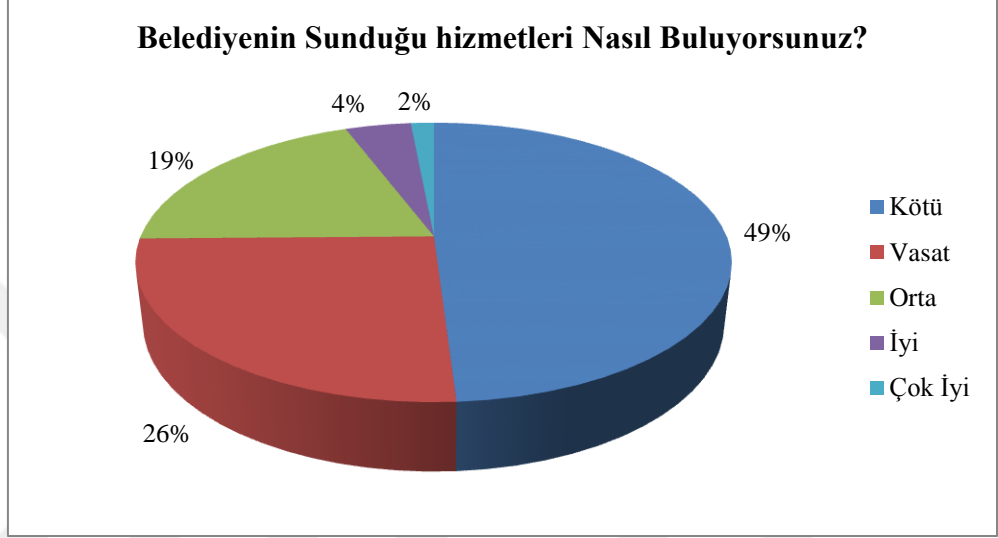
Tablo 3.3'te katılımcıların eğitim durumları incelendiğinde ilkokul mezunundan doktora eğitimi almış her kesimden katılımcı olduğu görülmektedir. Tablo 3.3'deki verilere göre katılımcılar arasında ilkokul mezunu 37 kişi (%9.3), ortaokul mezunu 26 kişi (% 6.5), lise mezunu 110 kişi (%27.5), ön lisans mezunu 65 kişi (16.3), lisans mezunu 86 kişi (%21.5), yüksek lisans mezunu 39 kişi (9.8) ve doktora mezunu 23 kişi (%5.8) bulunmaktadır.

**Tablo 3. 3. Katılımcıların Sosyo-Demografik Özelliklerine Ait Frekanslar**

Yaş	En Küçük Yaş	18	
	Ortalama Yaş	33	
	En Büyük Yaş	72	
<b>Gelir Dağılımı</b>			
Gelir Dağılımı	En düşük Gelir	800 TL	
	Ortalama Gelir	2.500 TL	
	En büyük Gelir	20.000 TL	
<b>Cinsiyet</b>			
Cinsiyet		Frekans	Yüzde
	Kadın	114	28,5
	Erkek	286	71,5
	<b>Toplam</b>	<b>400</b>	<b>100</b>
<b>Medeni durum</b>			
Medeni durum	Evli	220	55
	Bekar	173	43,3
	Dul	7	1,8
	<b>Toplam</b>	<b>400</b>	<b>100</b>
<b>Meslek</b>			
Meslek	Memur	153	38,3
	Serbest Meslek	112	28
	Emekli	18	4,5
	İşçi	29	7,2
	Öğrenci	25	6,3
	İşsiz	32	8
	Diğer	31	7,8
	<b>Toplam</b>	<b>400</b>	<b>100</b>
<b>Eğitim Durumu</b>			
Eğitim Durumu	İlkokul	37	9,3
	Ortaokul	26	6,5
	Lise	110	27,5
	Önlisans	65	16,3
	Lisans	86	21,5
	Yüksek Lisans	39	9,8
	Doktora	23	5,8
	Diğer	14	3,5
	<b>Toplam</b>	<b>400</b>	<b>100</b>

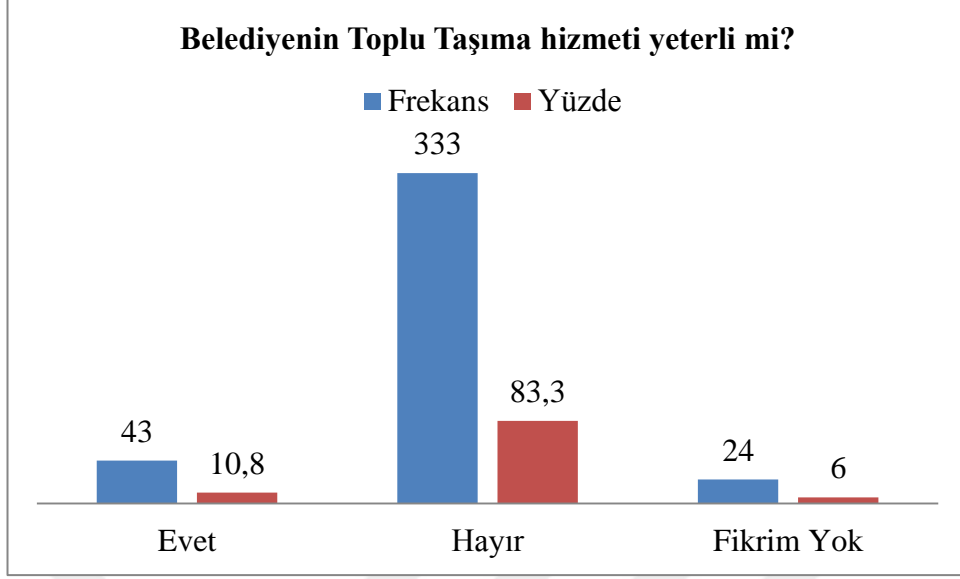
### 2.6.2. Katılımcıların Belediye Hizmetleriyle İlgili Görüşleri

Bu bölümde Bingöl Belediyesi'nin sunduğu hizmetlerin katılımcılar üzerindeki etkileri değerlendirilmek istenmiştir. Bu nedenle katılımcılara toplumsal düzenin sağlanmasında Bingöl Belediye'sinin sorumluluklarını sorgulanması amacıyla bazı sorular yönlendirilmiştir. Bu sorular ile belediyenin sunduğu hizmetlerin genel memnuniyet derecesini sorgulanmıştır.



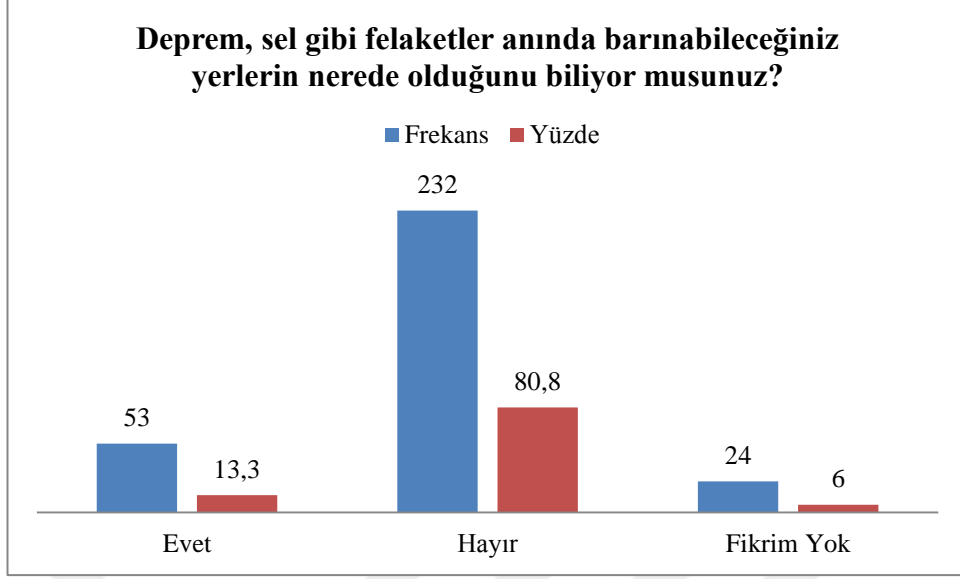
Şekil 3.1. Belediyenin Sunduğu Hizmetlerle İlgili Katılımcıların Görüşleri

Şekil 3.1 araştırmaya katılanların belediye hizmetleri ile ilgili görüşlerin dağılımını vermektedir. Buna göre belediyenin sunduğu hizmetleri 196 kişi (%49) kötü, 103 kişi (%25.8) vasat, 78 kişi (%19.5) orta, 17 kişi (%4.3) iyi ve 6 kişi (%1.5) çok iyi olarak değerlendirmektedir. Yapılan bu değerlendirmeler Bingöl belediyesinden hizmet alanların belediyeden memnun olmadıklarını ve bu oranın çok yüksek (%75) olduğunu göstermektedir.



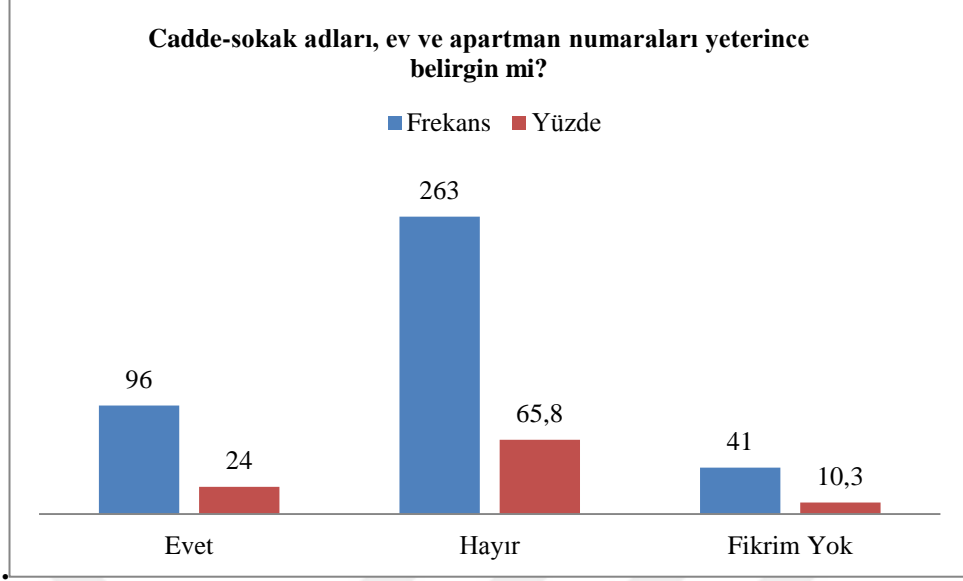
**Şekil.3.2. Belediyenin Toplu Taşıma Hizmetlerinin Yeterliliğiyle İlgili Katılımcıların Görüşleri**

Şekil 3.2’de belediyenin toplu taşıma hizmetlerinin yeterli olup olmadığı sorgulanmak istenmektedir. Şekil 3.2 de görüldüğü gibi araştırmaya katılanların %10.8’i belediyenin toplu taşıma hizmetlerini yeterlik görürken, %83.3’ü toplu taşıma hizmetlerini yeterli görmemektedir. Bu veriler neticesinde belediyenin toplu taşıma hizmetlerinin gerçekleşmesinde çok geride kaldığı görülmektedir. Gelişen dünya standartlarında toplu taşıma araçlarında giderek gelişme göstermektedir.



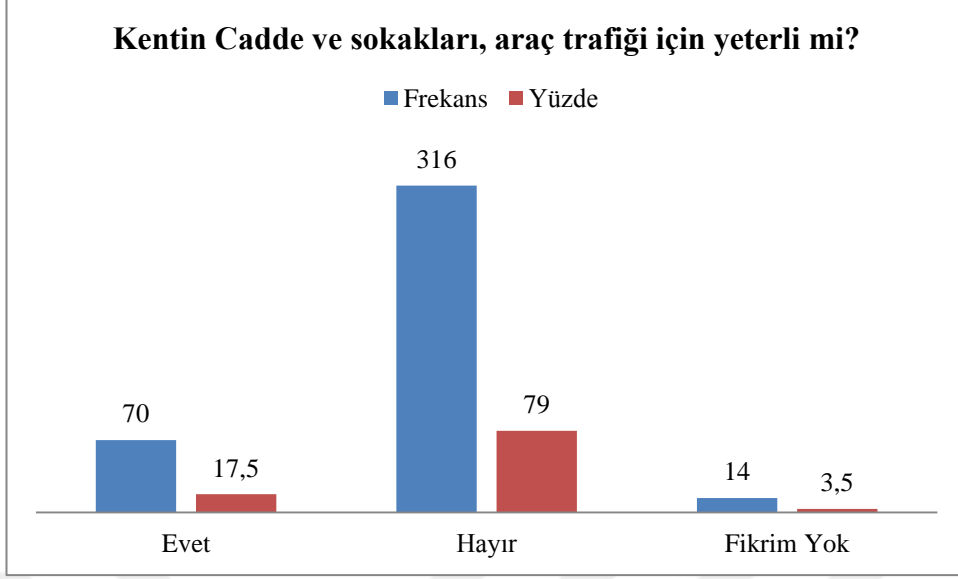
**Şekil 3.3. Katılımcıları Deprem, Sel gibi Felaketler Anında Barınabileceğiniz Yerlerin Nerede Olduğunu Bilmelerine Göre Dağılımı**

Yerel yönetimler içerisindeki belediyelerin önemli bir görevi de doğal afetler gerçekleştiği zaman göstermiş olacağı performans çok önem arz etmektedir. Doğal afetler aniden gerçekleşeceği için belediyeler bunlara hazırlıklı olması gerekmektedir. Gerekli alt yapı çalışmalarını tamamlamış olması gerekmektedir. Bu nedenle katılımcıların doğal afetle ilgili bilinç düzeyi sorgulanmak istenmiştir. Şekil 3.3' de belirtildiği gibi Bingöl Belediyesinin doğal afetin gerçekleştiği zaman sunduğu hizmetlerin sorgulanması için katılımcılara yöneltilen deprem, sel gibi felaketler anında barınabileceği yerleri bilen katılımcıların oranı %13.3, bilmeyenlerin oranı %80.8'dir. Bu sonuç Bingöl'de doğal afet durumunda insanların hazırlıksız ve konu ile ilgili bilgi düzeylerinin yetersiz olduğu göstermektedir. Konu ile ilgili en kısa zamanda gerekli önlemlerin alınmasının zaruriyetinin ortaya koymaktadır.



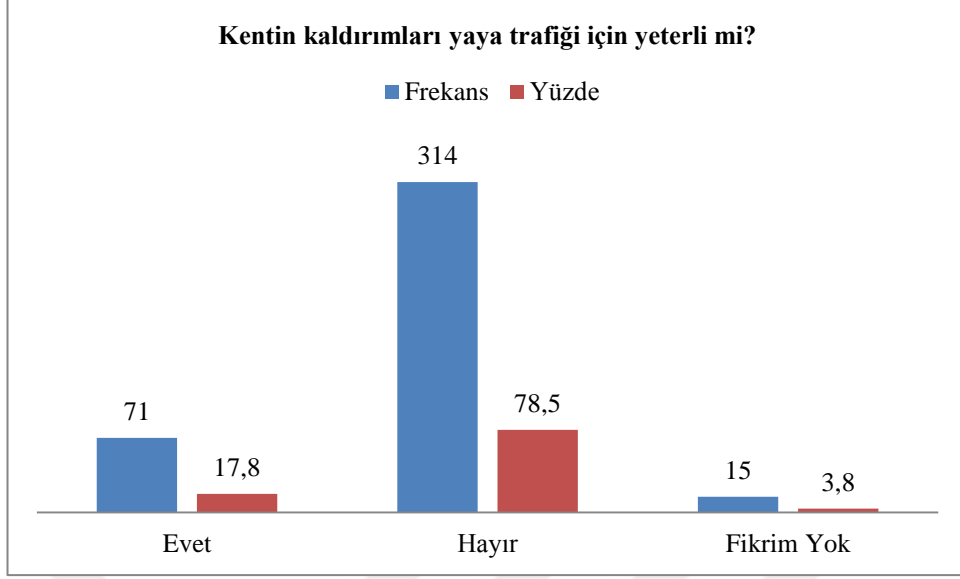
**Şekil 3.4. Katılımcıların Cadde-sokak adları, ev ve apartman numaraları yeterince belirgin görüp görmedikleri ile ilgili Dağılımı**

Belediyenin bir diğer önemli görevi ise şehir içinde planlama yapmaktır. Özellikle mahalle adları, cadde-sokak adları, ev ve apartman numaraları gibi yerlerin adları yeterince belirgin olması gerekmektedir. Bunun yetersiz olması ya da bunla ilgili gerekli planlamaların yapılmaması şehir planlamasında düzensizliğe neden olmaktadır. Bu nedenle konu ankete konulan bu yargı üzerinden sorgulanmak istenmiştir. Bu kapsamda Şekil 3.4’te belirtildiği gibi katılımcılara yönlendirilen; “ Cadde-sokak, ev ve apartman numaraları yeterince belirgin mi?” sorusuna evet diyenlerin oranı %24 iken, bunların belirgin olmadığını belirtenlerin oranı %65.8’ ve herhangi bir fikri olmayanların oranının %10.3’tur. Bu oranlar belediyeni planlama ile ilgili sunduğu hizmet standartların çok altında olduğunu göstermektedir.



**Şekil 3.5. Katılımcıların Kentin Cadde ve sokakları, araç trafiği için yeterli olup olmadığıyla ilgili verilerin dağılımı.**

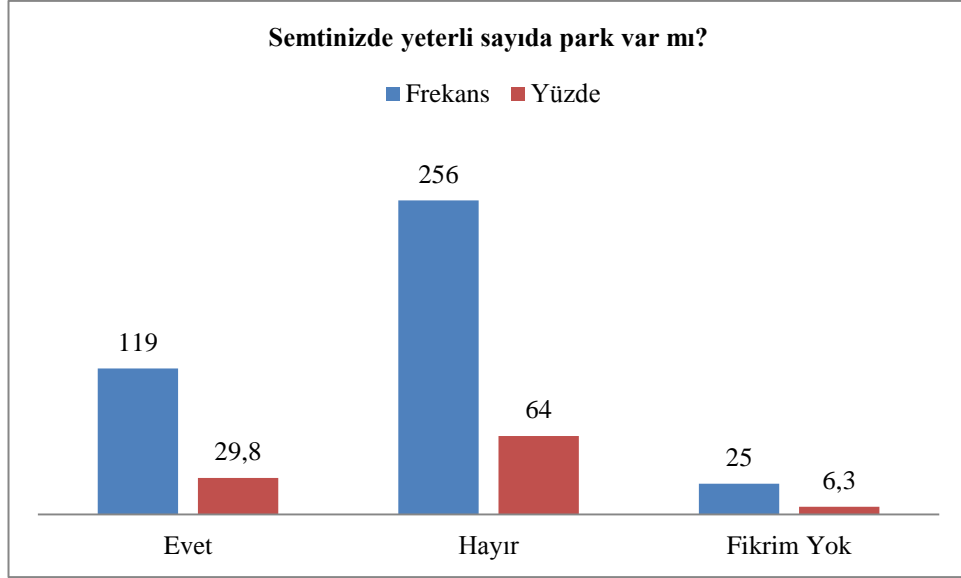
Belediyelerin planlama içerisindeki bir diğer görevi trafik planlamasının yapılmasıdır. Trafik planlaması yapılırken bölgede yaşayan bireylerin sahip oldukları araç istatistiklerini göz önüne alarak bu araçlar için yeterince cadde ve sokak alanlarını oluşturması gerekmektedir. Bu cadde ve sokakların standartları buna göre belirlenerek gerekli planlamaların yapılması gerekmektedir. Aksi takdirde herhangi bir toplumsal refahtan bahsetmek olanağı azalmaktadır. Gelişen ve değişen dünya standartları ile birlikte akıllı kentler oluşturulmaktadır. Bu akıllı kentlerde bu gibi problemlerin yaşanmaması için ciddi planlamalar yapılmaktadır. Bu kapsamda Şekil 3.5'te belirtildiği gibi katılımcıların %17.5'i kentin cadde ve sokakları, araç trafiği için yeterli olduğunu, %79'u yeterli olmadığını ifade etmişlerdir. Bu veriler Bingöl belediyesinin bu konudaki eksikliklerini göz önüne koymaktadır.



**Şekil 3.6. Katılımcıların Kentin kaldırımları yaya trafiği için yeterli görüp görmediklerine göre dağılımı.**

Belediyeler o kentte yaşayan insanların yaşamını kolaylaştırmakla görevlidir. Bunu için tüketici olarak bireylerin ihtiyaçlarını, taleplerini, arzularını iyi bilmesi gerekmektedir. Bu kapsamda kent yaşamının en önemli hizmetlerinden bir tanesi de yaya trafiğidir. Şehirde yaşayanların hayatlarının çoğunu yaya olarak gerçekleştirmektedir. Kentte yaşayan öğrenciler, çalışan kesim, yaşlılar, engel durumu olanlar v.b gün içerisinde sürekli bir hareket içerisinde olduklarından yaya trafiği önem arz etmektedir. Bunun da en iyi çözümü yayalara uygun kaldırımlar inşa etmektir. Her kesimdeki grupların rahat edebileceği standartlarda kaldırım inşa etmek gerekmektedir. Şekil 3.6’da belirtildiği gibi kentin kaldırımlarının yaya trafiği için yeterli olduğu belirten kişi sayısı 71 (%17.8), yeterli olmadığını belirten kişi sayısı 314 (%78.5)’tür. Bu veriler ve daha önceki verilere bakıldığında katılımcılar Bingöl belediyesinin kentleşmedeki planlaması çok zayıf olduğu görüşündedirler.





**Şekil 3.7. Katılımcıların Semtlerinde yeterli sayıda park var olup olmadığına göre görüşlerin dağılımı**

Belediyeni bir diğer görevi sosyal alanlar oluşturmaktır. Bu sosyal alanları içerisinde önemli bir yer edinen park alanlarıdır. Park alanları şehir merkezinde yaşayanlar için bir dinleme yeridir. Park alanlarında kültürel ve sportif etkinlik alanlar oluşturulmalıdır. İnsanlar bu alanlarda günlük hayat yorgunluklarını, streslerini ve dinlenme yerleri olarak kullanmaktadır. Bu da insanın hayat kalitesini artmasını sağlamaktadır. Bu kapsamda Şekil 3.7’de belirtildiği gibi katılımcıların semtlerinde yeterli sayıda park olduğunu belirtenleri oranı %29.8 yeterli sayıda park olmadığını belirtenlerin oranı % 64 olduğu tespit edilmiştir.

Dolayısıyla Bingöl belediyesinin sunduğu hizmetleri kişiler tarafından sorgulandığı ve toplum düzenin sağlamlasında büyük etkiye sahip hizmetlerin genel olarak tüketiciler tarafından beğenilmediği ifade edilebilir. Bu alanlarda belediye hizmetlerin geliştirilmesi gerekliliği ortaya çıkmaktadır. Gelişen dünya ve teknoloji ile birlikte insan hayatında hızla gelişen değişimler belediyelerin ayak uydurması önem arz etmektedir.

Çalışma grubu içerisinde yer alan katılımcıların katılımcı düzeylerinin sorgulanması için son iki seçime katılıp katılmadıkları sorulmuştur. Bunlardan ilk seçim olan 16 Nisan 2017 yılında yapılan Anayasa değişikliği öngören referandumudur. 18 maddeden oluşan bu referandum merkezi yönetim açısından

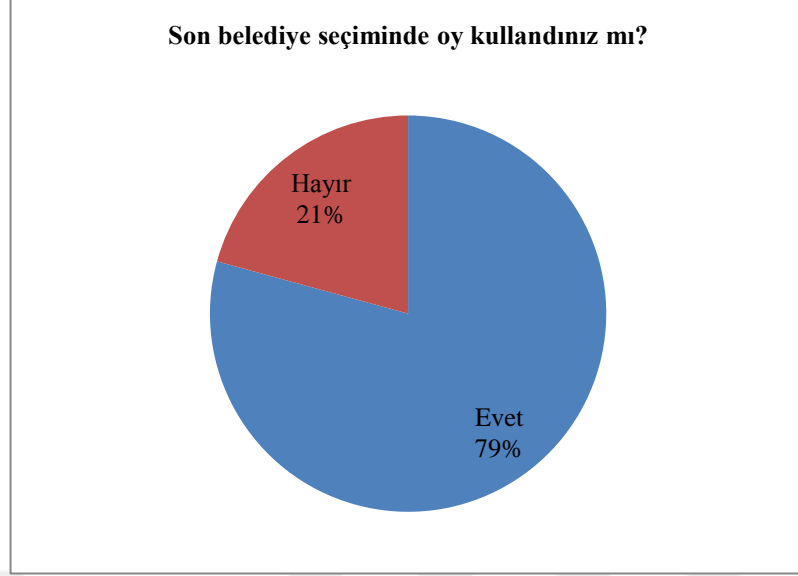
büyük yenilikleri ve değişimleri kapsamaktadır. Yapılan Referandum sonucunda Türkiye genelinde %51.41 evet oyu kullanmıştır. Hayır oyu kullananların oranı ise %48.59 olarak belirlenmiştir. Bingöl de yaşayan bireylerin referanduma evet oranı %72.57 iken hayır oyların oranı ise %27.43 olarak gerçekleşmiştir. Yapılan bu Anayasa değişikliği halk tarafından kabul edilerek yürürlüğe gitmiştir.



**Şekil 3.8. Katılımcıların Son Referandumda Oy Kullanıp Kullanmadıklarına Göre Dağılımları.**

Merkezi yönetimde oluşan bu yönetim değişikliği yerel yönetim için büyük önem arz etmektedir. Bu kadar önemlilik arz eden bu referandumun yerel yönetimde yaşayanların göstermiş oldukları tepkinin değerlendirilmesi için, “Son referandumda oy kullandınız mı?” sorusu yönlendirilmiştir. Şekil 3.8’de görüldüğü gibi katılımcıların %84.8’i son referandumda oy kullandığını %15.3’ü ise kullanmadığını belirtmiştir. Bunu neticesi olarak merkezi yönetimde yapılan değişikliklerin Bingöl de yaşayan bireylerin katılım oranlarına bakıldığı zaman ne kadar önem verdikleri gözlemlenmektedir. Bingöl halkını yapılan bu referanduma ortalamanın üzerinde katıldıkları ve onayladıkları göstermektedir.

Yerel yönetimler için büyük önem arz eden yerel yönetim seçimi son olarak 30 Mart 2014 yılında yapılmıştır. Yapılan bu seçimlerde belediye yönetiminin seçilmesinden dolayı büyük önem arz etmektedir. Yapılan son yerel yönetim seçiminde Türkiye genelinde %89.1 gibi büyük bir katılım oranıyla gerçekleşmiştir. Bingöl’de ise seçime katılma oranı %83.3 gibi büyük bir oranla gerçekleşmiştir.



**Şekil.3.9.Katılımcıların Son Belediye Seçiminde Oy Kullanıp Kullanmadıklarına Göre Dağılımı**

Şekil 3,9’da belirtildiği gibi çalışmaya katılanların %79.2’si son yerel yönetim seçimlerinde oy kullandığını, %20.8’i son yerel yönetim seçimlerinde oy kullanmadığını ifade etmişlerdir. Bu bulgular çalışma örnekleminin katılımcı olduğunu göstermektedir

### **3.7. FAKTÖR ANALİZİNİN SONUÇLARI**

Faktör analizine dahil edilen ölçek sorularıyla ilgili katılımcıların değerlendirmelerinin yapılması konunun daha iyi anlaşılmasına yardımcı olur. Bu değerlendirmelerle ilgili tanımlayıcı istatistikler Tablo 3. 4’te sunulmuştur. Tablo 3,4’te, belediye hizmetlerinin benimsenmesinde tüketici davranışlarını ölçen ölçekte yer alan ifadelere tüketicilerin verdikleri yanıtların ortalamaları ve standart sapmaları verilmiştir. Sonuçlara göre katılım oranının en yüksek olduğu ilk üç oranlardan birincisi: “Belediye özür durumu olan insanlara yeterli hizmet sunmalıdır.” yargısı 4.663 ortalamaya sahiptir. İkinci yargı ise: “Belediye, temiz bir çevre için çöplerin ve atıkların toplanmasına dikkat etmelidir.” yargısı 4.602 ortalamaya sahiptir. Üçüncü yargı ise: “Belediye, gıda güvenliği ve iş yeri hijyeni denetimine özen göstermelidir.” yargısı 4.600 ortalamaya sahiptir. Yine frekans analizleri neticesinde katılma oranı en düşük çıkan ifade “Belediyenin sunduğu hizmetleri yetersiz görsem de itiraz etmem.” İfadesi olup ve 1.923 ortalamaya sahiptir.

**Tablo 3.4. Ölçekte yer alan ifadeler ve katılımcıların verdikleri yanıtlara ait tanımlayıcı istatistikler.**

İfadeler	$\bar{X}$	S
Belediyenin sunduğu hizmetlerin sonucunda oluşan problem, eksiklik ve sorunlara çözüm üreterek bunları belediyeye bildiririm.	2.840	1.4883
Belediyenin sağlıklı bir yaşam için sunduğu hizmetlere katılıyorum.	3.020	1.5249
Belediyenin sosyal etkinliklerine gönüllü olarak katılıyorum.	2.683	1.5124
Belediyenin sunduğu hizmetleri yetersiz görsem de itiraz etmem.	1.923	1.4112
Belediye hizmetlerinin yüksek maliyetli ya da adaletsiz olduğunu düşünsem bile öderim.	2.010	1.3891
Her hangi bir ihtiyaç durumunda belediye çalışanlarıyla asla iletişim kurmam.	2.190	1.4660
Uygulanmak istenen projelerin maliyetlerinin kamuoyuyla paylaşılması konusunda belediyenin şeffaf olmasını isterim.	<b>4.190</b>	1.3031
Belediye bütçesinin tasarruflu ve etkili bir biçimde kullanılmasını isterim.	<b>4.330</b>	1.1852
Belediyeye ait fatura ve vergileri inceleyip sonra öderim.	3.822	1.3750
Bana hitap etmeyen belediye hizmet ve etkinlikleri ret ederim.	3.193	1.5497
Belediyenin sunduğu hizmetlerin bedelini (fatura, vergi vb.) ödemek için karşılaşılan uzun bekleme sürelerini sorgularım.	3.552	1.4008
Belediyenin sosyal ve kültürel alanlarında gerekli olan çalışmaları yapmamaları, belediyeye olan inancımı azaltır.	<b>4.060</b>	1.3401
Belediyenin makine, ekipman ve araçlarının modern olmaması, belediyeye karşı saygınlığımı azaltır.	3.662	1.5328
Yasal ve etik kurallara uymayan belediye çalışanlarına karşı tavır alırım.	<b>4.025</b>	1.3926
Hizmet sunumu sürecinde belediyenin çevreye karşı duyarlı olmasını isterim.	<b>4.458</b>	1.1164
Yeşil alanların (park, bahçe, piknik alanları, yürüyüş yerleri vb.) yeterli düzeyde olmasını isterim.	<b>4.542</b>	1.0028
Çevre ve doğaya zarar verilmeden alt yapı çalışmalarının gerçekleştirilmesi gerekir.	<b>4.550</b>	0.9899
Belediye hizmetlerinde kullanılan enerji kaynaklarının yenilenebilir (güneş, rüzgâr, jeotermal vb.) ve temiz enerji kaynakları olmasını isterim.	<b>4.558</b>	0.9455
Belediye, gıda güvenliği ve iş yeri hijyeni denetimine özen göstermelidir.	<b>4.600</b>	0.9149
Belediye, geri dönüşüm sistemleri kurarak, oluşan atıkların geri dönüşümünü sağlamalıdır.	<b>4.597</b>	0.9342

Belediye, temiz bir çevre için çöplerin ve atıkların toplanmasına dikkat etmelidir.	<b>4.602</b>	0.9363
Belediye sosyal ve kültürel projelerde etkin olmalıdır.	<b>4.530</b>	1.0083
Belediye özür durumu olan insanlara yeterli hizmet sunmalıdır.	<b>4.663</b>	0.8721
Belediye insancıl projelere (Kadın Sığınma Evleri, Mülteci Barınma Yerleri vb.) önem vermelidir.	<b>4.533</b>	1.0032
Belediyenin sağlıklı bir yaşam için ihtiyaç duyulan sosyal ve kültürel alanları oluşturmasını isterim.	<b>4.565</b>	0.9016
Belediyenin gençlere yönelik sportif alanlar (spor salonları, yüzme havuzları, oyun alanları vb.) oluşturmasını isterim.	<b>4.572</b>	0.9364
Ortaya çıkan yeni ihtiyaçlara göre, belediye de kendini yenilemelidir.	<b>4.653</b>	0.8114

Bu yargılar çalışmada ulaşılmak istenen sonuçları göstermek adına önemlidir. Bununla birlikte bu yargıların birbirleri ile olan ilişkileri ve bu ilişkilerin düzeyinin belirlenmesi de gerekmektedir. Bu bağlamda çalışmada yer alan ifadeler ve ifadelere verilen yanıtlar açımlayıcı ve doğrulayıcı faktör analizlerine tabi tutulmuştur. Yani doğrulayıcı ve açımlayıcı faktör analizleri ile güvenilir geçerli bir ölçek elde edilmiş ve bu analizlerle yerel yönetim hizmetlerinde tüketici davranışları analiz edilerek tanımlanmıştır (Tablo 3.5).

### **3.7.1. Açımlayıcı Faktör Analizi**

Faktör analizi uygulamasına geçmeden önce verilerin ve örneklemin faktör analizine uygunluğunun ve yeterliliğinin incelenmesi gerekmektedir. Bu amaçla ölçekte yer alan ifadelere Kaiser- Meyer- Olkin (KMO) ve Barlett küresellik testleri uygulanmıştır ve elde edilen sonuçlar Tablo 3.5'te verilmiştir.

Yapılan testlerin değerleri Tablo 3.5'de verilmiştir. Eğer KMO örneklem yeterlilik indeksi, %60'tan yüksekse ve Barlett küresellik testi anlamlıysa (0.05) verilerin faktör analizi için uygun olduğunu söylenilebilir. Tablo 3.5'te yer alan sonuçlara bakıldığında ise bu sonuçların faktör analizine geçilmesi için gerekli değerlere sahip oldukları görülmektedir.

34 Soruluk ölçekten elde edilen veriler açımlayıcı faktör analizine tabi tutulmuş ve 5 adet faktör tespit edilmiştir. Açımlayıcı faktör analiz ölçekteki 12.,13. ve 19. sorular dışlamıştır. Açımlayıcı faktör analizinden elde edilen sonuçlar Tablo 3.6'da sunulmuştur.

**Tablo 3. 5. KMO ve Bartlett Testi**

<b>Kaiser-Mayer-Olkin (KMO)</b>	0,932	
<b>Örnekleme Ölçüm Değer Yeterliliği</b>		
<b>Barlett Küresellik Testi</b>	Ki-Kare	7801,542
	Sd	465
	Sig. 000	0

Büyüköztürk (2009)'e göre maddeler arasındaki varyans değerlerinin anlamlı olması için maddelerin varyans yük değerleri 0,45' den yüksek olması iyi bir sonucu gösterir ve bu oranın 0,30'a kadar indirilebilir. Tablo 3.6 incelendiğinde ölçekte yer alan maddelerin değerlerinin en düşük 0,520 ve en yüksek değerinin ise 0,886 olduğu görülmektedir. Yani çalışmadaki varyans değerleri 0,344-0,886 arasında değişmektedir. Bu sonuçlara göre maddeler arasındaki ortak varyans değerlerinin yüksek değerlere sahip olduğu değerlendirilebilir.

**Tablo 3.6.Açımlayıcı Faktör Analizi ve Varyans Değerleri Tablosu**

<b>Faktörleri Oluşturan İfadeler ve alt faktörler</b>	<b>Faktör Yükleri</b>	<b>Özdeğer</b>	<b>Varyans %</b>	<b>Cronbach's Alpha</b>
<b>Faktör 1: Çevreci Tüketici</b>		<b>11.253</b>	<b>31.890</b>	<b>0,967</b>
Belediye, temiz bir çevre için çöplerin ve atıkların toplanmasına dikkat etmelidir.(27)	0.886			
Belediye sosyal ve kültürel projelerde etkin olmalıdır. (28)	0.875			
Belediye, gıda güvenliği ve iş yeri hijyeni denetimine özen göstermelidir.(25)	0.866			
Belediye özür durumu olan insanlara yeterli hizmet sunmalıdır. (29)	0.861			
Belediyenin sağlıklı bir yaşam için ihtiyaç duyulan sosyal ve kültürel alanları oluşturmasını isterim.(31)	0.846			
Belediye insancıl projelere (Kadın Sığınma Evleri, Mülteci Barınma Yerleri vb.) önem vermelidir. (30)	0.843			
Çevre ve doğaya zarar verilmeden alt yapı çalışmalarının gerçekleştirmesi gerekir.(23)	0.840			
Belediye, geri dönüşüm sistemleri kurarak, oluşan atıkların geri dönüşümünü sağlamalıdır. (26)	0.831			
Belediye hizmetlerinde kullanılan enerji kaynaklarının yenilenebilir (güneş, rüzgâr, jeotermal vb.) ve temiz enerji kaynakları olmasını isterim.(24)	0.817			
Belediyenin gençlere yönelik sportif alanlar (spor salonları, yüzme havuzları, oyun alanları vb.) oluşturmasını isterim.(32)	0.816			
Ortaya çıkan yeni ihtiyaçlara göre, belediye de kendini yenilemelidir. (33)	0.797			
Hizmet sunumu sürecinde belediyenin çevreye karşı duyarlı olmasını isterim.(21)	0.783			
Yeşil alanların (park, bahçe, piknik alanları, yürüyüş yerleri vb.) yeterli düzeyde olmasını isterim.(22)	0.775			
Belediyenin tüm hizmetlerinin e-belediyecilik uygulamasına geçmesini isterim. (34)	0.644			
<b>Faktör 2: Katılımcı Tüketici</b>		<b>3.176</b>	<b>9.245</b>	<b>0,761</b>
Belediyenin sağlıklı bir yaşam için sunduğu hizmetlere katılıyorum. (3)	0.815			
Belediyenin sosyal etkinliklerine gönüllü olarak katılıyorum.(4)	0.784			
Belediyenin sunduğu hizmetlerin sonucunda oluşan problem, eksiklik ve sorunlara çözüm	0.657			

üreterek bunları belediyeye bildiririm.(2)				
Belediye çalışanları tarafından toplumsal düzenin sağlanması konusunda yapılan çalışmaları desteklerim.(5)	0.621			
Belediyenin sunduğu hizmetlerin topluma olumlu ve olumsuz etkilerini sorgularım.(1)	0.520			
Hizmet alımı için belediyeye başvurduğumda, yalnız olmak istemem. (6)	0.486			
<b>Faktör 3: Pasif Tüketici</b>		<b>2.210</b>	<b>7.272</b>	<b>0,648</b>
Belediye hizmetlerinin yüksek maliyetli ya da adaletsiz olduğunu düşünsem bile öderim.(8)	0.756			
Belediyenin sunduğu hizmetleri yetersiz görsem de itiraz etmem.(7)	0.740			
Her hangi bir ihtiyaç durumunda belediye çalışanlarıyla asla iletişim kurmam.(9)	0.696			
Belediye çalışanları tarafından söylenen veya duyurulan işlemleri itiraz etmeden yerine getiririm.(10)	0.597			
<b>Faktör 4: Tavrı Alan Tüketici</b>		<b>1.496</b>	<b>7.009</b>	<b>0,759</b>
Belediyenin makine, ekipman ve araçlarının modern olmaması, belediyeye karşı saygınlığımı azaltır.(18)	0.791			
Belediyenin sosyal ve kültürel alanlarında gerekli olan çalışmaları yapmamaları, belediyeye olan inancımı azaltır.(17)	0.725			
Yasal ve etik kurallara uymayan belediye çalışanlarına karşı tavrı alırım.(20)	0.666			
<b>Faktör 5: Sorgulayıcı Tüketici</b>		<b>1.178</b>	<b>6.888</b>	<b>0,699</b>
Bana hitap etmeyen belediye hizmet ve etkinlikleri ret ederim. (15)	0.740			
Belediyeye ait fatura ve vergileri inceleyip sonra öderim.(14)	0.696			
Belediyenin sunduğu hizmetlerin bedelini (fatura, vergi vb.) ödemek için karşılaşılan uzun bekleme sürelerini sorgularım.(16)	0.625			
Belediyenin sunduğu hizmetlerin maliyetini sorgularım.(11)	0.581			
<b>Toplam</b>			<b>62.296</b>	

Yerel yönetim hizmetlerinde tüketici davranışlarını oluşturan faktörlere giren yargıların içeriğine göre faktörler isimlendirilmiştir. Bu faktörler sırasıyla (i) Çevreci Tüketici, (ii) Katılımcı Tüketici, (iii) Pasif Tüketici, (iv) Tavrı Alan Tüketici ve (v) Sorgulayıcı Tüketici biçiminde isimlendirilmiştir.



Tablo 3.6’da bu faktörleri oluşturan ifadeler, taşıdıkları faktör yüklerine, özdeğerlerine, varyanslarına ve Cronbach's Alpha değerlerine yer verilmiştir. Elde edilen Cronbach's Alpha değeri verilen aralıklarla<sup>1</sup> karşılaştırıldığında ölçeğin yeterli güvenilirlik düzeyine sahip toplum taramalarında kullanılabilir bir değere sahip olduğu gözlenmektedir. Bu durum, ölçeğin yapılacak analizler için uygun olduğunu ve sonuçların güvenilir olduğunu göstermektedir.

**(i) Çevreci Tüketici:** Birinci sırada yer alan bu faktör, 14 yargıdan oluşmakta ve toplam varyansın %31,890’nını açıklamaktadır. Bu faktörü oluşturan ifadeler bakıldığında tümünün belediye hizmetlerinde çevrenin korumasına yönelik yargılardan oluştuğu görülmektedir. Aynı zamanda bu ifadeler belediyeden hizmet alan katılımcıların eylemlerinden kaynaklanan zararların ve faydaların farkında olduğunu belirttikleri için bu faktör Çevre Tüketici olarak isimlendirilmiştir. İfadelerin özdeğer ve varyanslarına bakıldığında tüketicilerin bu faktöre en fazla önem verdikleri görülmektedir.

**(ii) Katılımcı Tüketici:** Bu faktör 5 ifadeden oluşmakta ve toplam varyansın %9,245’sini açıklamaktadır. Belediyenin sunduğu hizmetlerin tüketici tarafından benimsenmesi önem düzeyi bakımından ikinci sırada yer almaktadır. Bu faktörü oluşturan ifadeler bakıldığında çevrenin korunmasında belediyenin sunduğu hizmetlerde tüketicilerin katılımcı olmak istedikleri görülmektedir.

**(iii) Pasif Tüketici:** Toplam varyansın %7,272’ünü açıklayan ve önem düzeyi bakımından üçüncü sırada bu faktörde yer almaktadır. Bu faktör sunulan hizmetlerin tüketicilerin katılımcı olmak istememesi ve sorumluluk üstlenmesi ile ilgili yargılardan oluşmaktadır. Bu nedenle faktör pasif tüketici olarak isimlendirilmiştir. Bu çalışma belediye hizmetlerinde pasif tüketici davranışın bulunduğunu ortaya koymuştur.

---

<sup>1</sup> Özdamar (2013) tarafından belirtilen değerler kabul edilmiş ve buna göre yorumlanmıştır. Buna göre  $0.50 \leq \alpha < 0.60$  ise Ölçek düşük güvenilirlik düzeyine sahip olmasına rağmen prototip ölçek olarak kullanılabilir.  $0.60 \leq \alpha < 0.70$  ise Ölçek yeterli güvenilirlik düzeyine sahip olup toplum taramalarında kullanılabilir.  $0.70 \leq \alpha < 0.90$  ise Ölçek yüksek güvenilirlik düzeyine sahip olup toplum taramalarında ve bilimsel yargıların oluşturulmasında kullanılabilir.

**(iv) Tavrı Alan Tüketici:** Bu faktörde yer alan yargılar tüketicilerin yerel yönetim hizmetlerine karşı tepki koyarak tavrı alan tüketici grubunu oluşturmaktadır. Bu faktör 3 yargıdan oluşmakta ve varyansın %7,009 açıklamaktadır. Tüketicileri açısında önem düzeyi bakımından dördüncü sırada yer almaktadır.

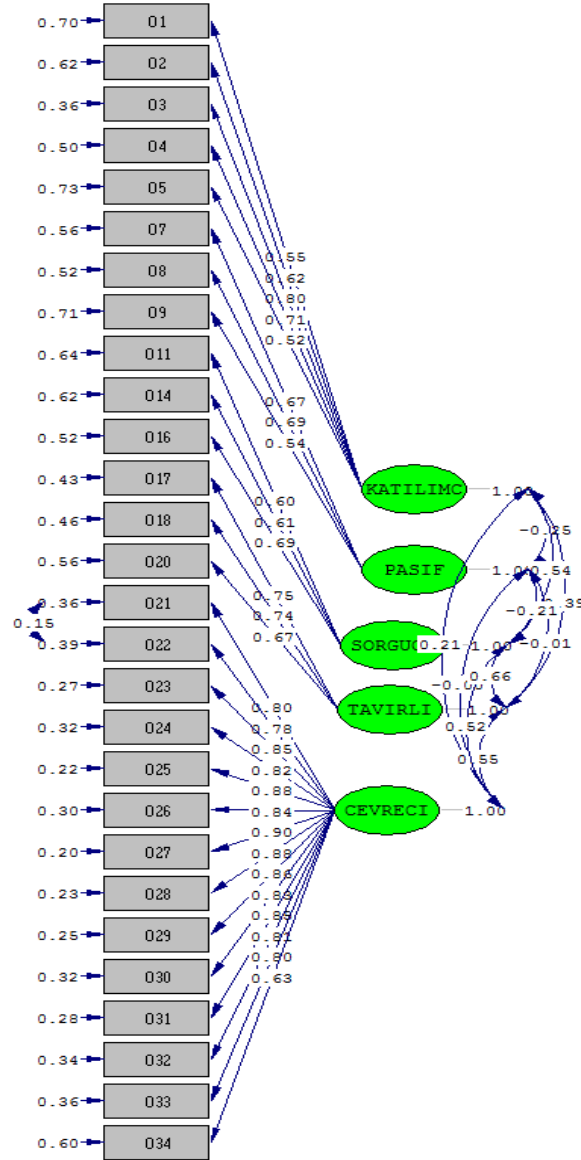
**(v) Sorgulayıcı Tüketici:** Bu faktör 4 yargıdan oluşmakta ve varyansın %6,888 açıklamaktadır. Tüketicilerin Belediye tarafından sunulan hizmetleri kolay bir şekilde kabul etmeyip gerekli araştırmalar ve incelemeler yaptıktan sonra benimsediklerini ortaya koymaktadır. Bu faktörü oluşturan ifadeler incelendiğinde, tüketicilerin sunulan hizmetleri sorgulayıcı ve araştırmacı bir yaklaşım sergiledikten sonra benimsedikleri görülür.

### **3.7.2. Doğrulayıcı Faktör Analizi**

Daha önceden tanımlanmış ve sınırlandırılmış bir yapının, bir model olarak doğrulanıp doğrulanmadığının test edildiği analiz yöntemine Doğrulayıcı Faktör Analizi olarak adlandırılmaktadır (Çokluk, Şekercioğlu ve Büyüköztürk, 2010: 275). Ayrıca bu analiz yöntemi yapı geçerliliğini değerlendirmek amacıyla kullanılan gelişmiş bir metottur.

Açımlayıcı faktör analizinden elde edilen ölçek doğrulayıcı faktör analizine tabi tutularak test edilmiştir. Bu analiz sonucu son ölçekteki 6., 10. ve 15. sorularını dışlamıştır. Ölçek 28 soru ile son halini almıştır (Şekil 3.10).

Şekil 3 10.YYHTDÖ İçin Doğrulayıcı Faktör Analizlerine İlişkin Diyagram



Doğrulayıcı faktör analizi sonuçlarının istatistiksel açıdan geçerli olmasını gösteren bazı göstergelere ihtiyaç vardır. Bu göstergeler Tablo 3.7’de verilmiştir.

**Tablo 3 7.Doğrulayıcı Faktör analizinde kullanılan uyum İndekslerine İlişkin Mükemmel ve Kabul Edilebilir Uyum Ölçütleri ile Çalışmanın sonuçları**

Uyum İndeksleri	Mükemmel Uyum Ölçütleri	Kabul Edilebilir Uyum Ölçütleri	Çalışmanın Bulgusu
$\chi^2 /sd^a$	$0 \leq \chi^2 /sd \leq 2$	$2 \leq \chi^2 /sd \leq 3$	2.76
CFI <sup>b</sup>	$0.95 \leq CFI \leq 1.00$	$0.90 \leq CFI \leq 0.95$	0.98
NFI <sup>b</sup>	$0.95 \leq NFI \leq 1.00$	$0.90 \leq NFI \leq 0.95$	0.96
NNFI <sup>b</sup>	$0.95 \leq NNFI \leq 1.00$	$0.90 \leq NNFI \leq 0.95$	0.97
RFI <sup>b</sup>	$0.95 \leq RFI \leq 1.00$	$0.90 \leq RFI \leq 0.95$	0.96
IFI <sup>b</sup>	$0.95 \leq IFI \leq 1.00$	$0.90 \leq IFI \leq 0.95$	0.98
RMSEA <sup>c</sup>	$0.00 \leq RMSEA \leq 0.05$	$0.05 \leq RMSEA \leq 0.08$	0.066
SRMR <sup>c</sup>	$0.00 \leq SRMR \leq 0.05$	$0.05 \leq SRMR \leq 0.10$	0.051
PNFI <sup>d</sup>	$0.95 \leq PNFI \leq 1.00$	$0.50 \leq PNFI \leq 0.95$	0.86
PGFI <sup>e</sup>	$0.95 \leq PNFI \leq 1.00$	$0.50 \leq PNFI \leq 0.95$	0.72

<sup>a</sup>(Kline, 2011), <sup>b</sup>(Baumgartner & Homburg, 1996; Bentler, 1980; Bentler & Bonett, 1980; Marsh, Hau, Artelt, Baumert & Peschar, 2006), <sup>c</sup>(Browne & Cudeck, 1993), <sup>d</sup>(Hu & Bentler, 1999), <sup>e</sup>(Meyers, Gamst & Guarino, 2006),

Kaynak: İlhan ve Çetin (2014:31)

Yapılan analiz sonuçlarına göre t değerinin 0.000 olduğu, bu değer de 0.05 önem düzeyinde anlamlı olduğu görülmüştür. Bunla ilgili analiz sonuçları aşağıdaki gibi ortaya çıkmaktadır.

$\chi^2 /sd^a$  : Ki-kare istatistiği örneklem büyüklüğünden çok çabuk etkilendiği için örneklemden daha az etkilenen  $\chi^2 /sd$  oranı bunun yerine kullanılabilir bir ölçüttür (Şimşek 2007).  $\chi^2$  değerinin serbestlik derecesine bölünmesiyle elde edilen bu değer iki veya altında olmalıdır. Beş ve daha az ise kabul edilebilir bir değerdir (Munro 2005; Şimşek 2007). Uyumluluk için bakılan ikinci uyum indeksi olan  $\chi^2 /sd$  oranı  $936,71 / 339 = 2,76$  olarak hesaplanmış ve kabul edilebilir uyuma karşılık geldiği anlaşılmıştır (Tablo 3.7).

**CFI (Comparative Fit Index):** Değişkenler arasında hiçbir ilişkinin olmadığını varsayarak kurulan modelin yokluk modelinden (null) farkını verir. Değişkenler arasında ilişkinin olmadığını öngören modeldir. Değeri 0 - 1 arasında değişir (Munro 2005). CFI'nin 0.98 olduğu tespit edilmiştir. Buda uyum değeri ile uyduğu anlaşılmıştır(Tablo 3.7).

**NNFI (Normlaştırılmamış Uyum İndeksi):** NNFI'nin 0.97 olduğu tespit edilmiştir. Buda uyum değeri ile uyduğu anlaşılmıştır(Tablo 3.7).

**IFI :** IFI değerinin 0.98 olduğu ve be değerinin Mükemmel uyum ölçeklerine uyduğu Tablo 3.7'de belirtilmiştir.

**RMSEA (Root Mean Square Error of Approximation):** Ana kütledeki yaklaşık uyumun bir ölçüsüdür. Yaklaşık ortalamaların karekökü anlamına gelir. Sıfır ve bir arasında değer alır (Munro 2005). Modelin uygunluğuna ilişkin literatürde sık kullanılan RMSEA değeri 0.066 bulunmuştur. RMSEA değerinin 0.080'den küçük olması iyi uyuma işaretler(Tablo 3.7).

**PNFI :** Tablo 3.7'de gösterildiği gibi PNFI 0.86 olduğu ve bu değerinin kabul edilebilir uyum ölçütleri içerisinde olduğu tespit edilmiştir.

**GFI (Goodness of Fit Index):** Uyum iyiliği indeksi anlamına gelir (Yılmaz ve Çelik 2009). Tablo 3.7'de gösterildiği gibi PGFI değerleri 0.72 olduğu ve bu değerinin kabul edilebilir uyum ölçütleri içerisinde olduğu tespit edilmiştir.

**RMR (Root Mean Square Residual) ve SRMR (Standardized Root Mean Square Residual):**Bu değer sıfıra yaklaştıkça test edilen modelin daha iyi uyum iyiliği gösterdiği anlaşılır. Standardize edilmiş şekline SRMR uyum iyilik indeksi denir (Wang and Wang 2012). Standardize edilmiş RMR uyum indeksinin 0.08 olarak hesaplanmış, 0.08'in altında olduğu için iyi uyuma karşılık gelmekte olduğu anlaşılmıştır(Tablo 3.7).

**Yapılan bütün bu analizler sonucunda YYHTDÖ'nün 28 madde ve 5 alt boyutta olduğu saptanmış ve söz konusu ölçek bütün testlerden geçmiştir (Tablo 3.7).**

Doğrulayıcı ve Açımlayıcı Faktör analizleri sonucunda YYHTDÖ'nün son hali Tablo 3.8.'de sunulmuştur.

**Tablo .3. 8.Analizler Sonucunda YYHTDÖ Son Ölçek Hali**

<b>Faktörleri Oluşturan İfadeler ve alt faktörler</b>
<b>Faktör 1: Çevreci Tüketici</b>
Belediye, temiz bir çevre için çöplerin ve atıkların toplanmasına dikkat etmelidir.(27)
Belediye sosyal ve kültürel projelerde etkin olmalıdır. (28)
Belediye, gıda güvenliği ve iş yeri hijyeni denetimine özen göstermelidir.(25)
Belediye özür durumu olan insanlara yeterli hizmet sunmalıdır. (29)
Belediyenin sağlıklı bir yaşam için ihtiyaç duyulan sosyal ve kültürel alanları oluşturmasını isterim.(31)
Belediye insancıl projelere (Kadın Sığınma Evleri, Mülteci Barınma Yerleri vb.) önem vermelidir. (30)
Çevre ve doğaya zarar verilmeden alt yapı çalışmalarının gerçekleştirilmesi gerekir.(23)
Belediye, geri dönüşüm sistemleri kurarak, oluşan atıkların geri dönüşümünü sağlamalıdır. (26)
Belediye hizmetlerinde kullanılan enerji kaynaklarının yenilenebilir (güneş, rüzgâr, jeotermal vb.) ve temiz enerji kaynakları olmasını isterim.(24)
Belediyenin gençlere yönelik sportif alanlar (spor salonları, yüzme havuzları, oyun alanları vb.) oluşturmasını isterim.(32)
Ortaya çıkan yeni ihtiyaçlara göre, belediye de kendini yenilemelidir. (33)
Hizmet sunumu sürecinde belediyenin çevreye karşı duyarlı olmasını isterim.(21)
Yeşil alanların (park, bahçe, piknik alanları, yürüyüş yerleri vb.) yeterli düzeyde olmasını isterim.(22)
Belediyenin tüm hizmetlerinin e-belediyecilik uygulamasına geçmesini isterim. (34)
<b>Faktör 2: Katılımcı Tüketici</b>
Belediyenin sağlıklı bir yaşam için sunduğu hizmetlere katılırım. (3)
Belediyenin sosyal etkinliklerine gönüllü olarak katılırım.(4)
Belediyenin sunduğu hizmetlerin sonucunda oluşan problem, eksiklik ve sorunlara çözüm üretmek bunları belediyeye bildiririm.(2)
Belediye çalışanları tarafından toplumsal düzenin sağlanması konusunda yapılan çalışmalarını desteklerim.(5)
Belediyenin sunduğu hizmetlerin topluma olumlu ve olumsuz etkilerini sorgularım.(1)
<b>Faktör 3: Pasif Tüketici</b>
Belediye hizmetlerinin yüksek maliyetli ya da adaletsiz olduğunu düşünsem bile öderim.(8)
Belediyenin sunduğu hizmetleri yetersiz görsem de itiraz etmem.(7)
Her hangi bir ihtiyaç durumunda belediye çalışanlarıyla asla iletişim kurmam.(9)
<b>Faktör 4: Tavrı Alan Tüketici</b>
Belediyenin makine, ekipman ve araçlarının modern olmaması, belediyeye karşı saygınlığımı azaltır.(18)
Belediyenin sosyal ve kültürel alanlarında gerekli olan çalışmaları yapmaması, belediyeye olan inancımı azaltır.(17)
Yasal ve etik kurallara uymayan belediye çalışanlarına karşı tavrı alırım.(20)
<b>Faktör 5: Sorgulayıcı Tüketici</b>
Belediyeye ait fatura ve vergileri inceleyip sonra öderim.(14)
Belediyenin sunduğu hizmetlerin bedelini (fatura, vergi vb.) ödemek için karşılaşılan uzun bekleme sürelerini sorgularım.(16)
Belediyenin sunduğu hizmetlerin maliyetini sorgularım.(11)

## SONUÇ VE DEĞERLENDİRME

Yerel yönetim hizmetleri her bireyin yaşamını etkilemektedir. Bu bağlamda tün bireyler yerel yönetimin sunduğu hizmetlerin birer tüketicisi konumundadır. Çalışmada yerel yönetim organlarından hizmet alan bireyler tüketicisi olarak değerlendirilmiştir. Bu tüketicilerin yerel yönetim hizmetinde sergiledikleri davranışların neler olduğunu bu çalışmanın hedefidir.

Yerel yönetimler içerisinde ve özellikle çalışmanın ana kütlesini oluşturan belediyeler çok farklı alanlarda hizmet sunmaktadır. Sunulan bu hizmetlerin tüketiciler tarafından tüketilmekte ve her birey üzerindeki etkisi farklı olmaktadır. Bu alanda da tüketicisi ve tüketim kavramı büyük önem arz etmektedir. Çalışmada bu kavramlar üzerinde durularak yerel yönetim tarafından sunulan hizmetlerle bağlantı kurulmaya çalışılmıştır. Çünkü tüketim, bireylerin hayat stillerine yön veren en önemli etkenler arasında gösterilmektedir.

Küreselleşen dünya ile beraber toplum ihtiyaçları da değişmektedir. Günümüzde bu ihtiyaçların önemli bir kısmı belediyeler tarafından karşılanmaktadır. Bu çalışmada Belediyeler tarafından sunulan hizmetlerin tüketiciler üzerindeki etkisi araştırılması amaçlanmıştır. Bu çalışmada ilk olarak bu konu ile ilgili daha önce yapılan araştırmalar incelenmiş ve çalışma konusu ile ilgili bir ölçek geliştirilmiştir. Bu ölçek Bingöl kent merkezinde Bingöl belediyesinden hizmet alan tüketicilere uygulanmıştır. Çalışmada 400 anket uygulanmıştır. Anketler Bingöl'ün 14 merkez mahallesinde uygulanmıştır. Çalışmanın anketi Mart-Haziran 2017 döneminde uygulanmıştır. Elde edilen veriler bilgisayar ortamına aktarıldıktan sonra gerekli düzeltmeler yapılarak kullanılabilir hale getirilmiştir.

Çalışmada belediyelerden hizmet alan tüketicilerin sosyo-demografik özellikleri olan; yaş, gelir durum, cinsiyet, medeni durum, meslek ve eğitim durumlarının frekans ve yüzdeler oranlarına bakılmıştır. Bu sosyo-demografik özelliklerine bakılarak belediyelerin sundukları hizmetlerin bireyler üzerindeki etkisi sorgulanmıştır.

Çalışmada, belediye toplumun tüm kesimlerine hizmet sunan kurum olması nedeniyle toplumun temel gereksinimlerini yerine getirmek hususunda çalışmaya katılanlara bu konuyla ilgili değerlendirme soruları sorulmuştur. Buna göre göre belediyelerin yaptığı hizmetlerde toplumun temel ihtiyaçlarının değerlendirme ve sorgulama olanağı bulunmuştur. Bunu sonucunda Bingöl belediyelerin bu alanda yetersiz ve eksik çalışmalar yaptığı katılımcılar tarafından belirtilmiştir.

Belediye yöneticileri seçimle belirlenmesi nedeniyle katılımcıların bu seçimdeki katılım düzeyleri ile ilgili sorular sorulmuştur. Araştırmaya katılanların önemli bir oranda seçime katıldıkları beyan etmişlerdir. Bu sonuç katılımcıların belediyenin sunduğu hizmetleri sorgulanabilir nitelikte olduğunu göstermektedir.

Çalışmada ölçek geliştirme süreci bilimsel kurallar çerçevesinde yapılmıştır. Oluşturulan YYHTDÖ’nde elde edilen veriler açımlayıcı ve doğrulayıcı faktör analizlerine tabi tutulmuştur. Tüketicie yönetilen 34 sorunun ilk ölçekte açımlayıcı faktör analizine tabi tutulmuş ve analizler sonucunda 3 soru analizlerin dışında kalmıştır. Elde edilen 31 soruluk ölçek doğrulayıcı faktör analizine tabi tutulmuş ve analiz sonucunda 3 soru analizlerin dışında kalmıştır. YYHTDÖ 28 soru ile son halini almıştır (Tablo 3.8). Elde edilen ölçek bu alanlar ilgili bundan sonraki çalışmalara bir kaynak niteliğini taşıdığı düşünülmektedir.

Yapılan açımlayıcı ve doğrulayıcı faktör analizleri sonucunda beş faktörün yerel yönetim hizmetlerinde tüketici davranışlarında etkili olduğu görülmüştür. Bu faktörler faktörü oluşturan değişkenler dikkate alınarak sırasıyla Çevreci Tüketici, Katılımcı Tüketici, Pasif tüketici, Tavr Alan Tüketici ve Sorgulayıcı tüketici olarak isimlendirilmiştir. Yani yapılan analizler sonucunda belediye hizmeti alan tüketicileri beş farklı davranış sergiledikleri tespit edilmiştir. En çok sergilenen davranış biçimi çevreci tüketici davranışı iken, en az sergilenen davranış biçimi sorgulayıcı tüketici davranışı olduğu bulunmuştur.

Yıldırım (1999)’ da sağlık alanında yaptığı çalışmada; sağlık sektöründen hizmet alan bireylerin tüketici davranışlarını sorgulamıştır. Çalışma sonucunda; katılımcı, pasif, sorgulayıcı, çekingen, maliyet duyarlı ve tavr alan tüketici olarak adlandırılan 6 adet faktör bulmuştur. Bu sonuç ile sağlık tüketicilerin sergiledikleri bazı davranışların yerel yönetim hizmetleri alan tüketicilerin sergiledikleri



davranışlara benzediği, ancak bunların önem sırasının her iki tüketici grubunda farklı olduğu göstermektedir. Yapılan başka bir çalışmada Belediye Hizmetleri Memnuniyeti ile ilgili faktör analizi sonucunda; Genel Hizmet Çerçevesi-Tedbir, Koruma ve Ekonomik Gelişim Hizmetleri- Peyzaj Hizmetleri-Sosyal Alan Hizmetleri-Geri Kazanım ve Sağlık Hizmetleri ve Acil Durum Hizmetleri olarak belirtilmiştir(Tunç 2017). Bu çalışmanın sonucunda tüketicinin faktör çalışması benzer bir şekilde ve farklı hizmetlere önem verdiği göstermektedir. Bu çalışma yerel yönetimde var olan tüketici davranış biçimini destekleme babında YYHTDÖ'ini destekler niteliktedir.

YYHTDÖ'ine faktörlerine bakıldığında Bingöl Belediyesi tarafından sunulan hizmetlerinde farklı tüketici davranışları çıkmakla birlikte, gösterilen tüketici tavrının “Çevreci Tüketici” davranışında yoğunlaştığı görülmektedir.

Ayrıca çalışmada Bingöl belediyesinin sunduğu hizmetlerin vatandaşlar üzerinde oluşturduğu etkinin olumlu ve olumsuz sonuçları da belirtilmiştir. Çalışma neticesinde sunulan hizmetlerin tüketiciler üzerinde fazla olumlu etki bıraktığı söylenemez. Bu nedenle belediye hizmet sunarken tüketicilerin ihtiyaçları doğrultusunda hizmet yapması önerilmektedir..

Bir belediyenin başarısını değerlendirebilmek için belediyenin vatandaşa sunmuş olduğu hizmetlerin analizlerinin yapılması gerekmektedir. Bu yüzden buna benzer çalışmaların Türkiye'nin diğer şehirlerinde de belirli zaman aralıklarıyla yapılmasının faydalı olacağı düşünülmektedir.

Belediye hizmetleri sadece çevreyi güzelleştirmek anlamına gelmemekte, tüketiciler için yaşanabilir bir kent oluşturmak açısından büyük önem taşımaktadır. Bu tüketicilerin ihtiyaçları doğrultusunda neden-sonuç bağlantısı kurulmalıdır. Başta Bingöl Belediyesi olmak üzere bütün belediyeler hizmet alan bireylerin ihtiyaçları ve talepleri doğrultusunda bilinçli hareket etmelidir.

Belediyeler, halkın memnun kaldığı, kısmen memnun olduğu, ayrıca memnun kalmadığı hizmetlerle ilgili inceleme veya araştırma yapabilir, memnuniyetsizliğin nedenlerini belirleyerek, vatandaşın memnuniyet düzeyini yükseltmeye yönelik yeni hizmet politikaları oluşturabilirler.

Belediyeler, kadın ve erkek tüketicilerin veya bireylerin öncelikli ihtiyaçlarının neler olduğunu ve belediyelerden beklentilerini incelemeye yönelik araştırma yapmaları önerilmektedir. Ayrıca, diğer yerel yönetimler, hastaneler, üniversiteler, eğitim kurumları vb. farklı sektörlerin belediyelerden beklentilerini ve ihtiyaçlarını belirlemeye yönelik araştırmalar da yapılabilir. Bu araştırmaların bulgularına dayalı olarak kaynakların kullanımı ve hizmetlerin organize edilmesi, tüketicide belediye hizmetlerine ilişkin memnuniyet düzeyinin artmasına katkı sağlayabilir.

Sadece Bingöl Belediyesi değil, diğer belediyeleri de Yerel Yönetim Hizmetlerinde Tüketici Davranışları Ölçeğini kullanarak kendi hizmetlerinden bireylerin memnuniyet düzeylerini ölçmek amacıyla bazı araştırmalar yapılabilir veya yaptırabilirler. Araştırmalardan elde edilecekleri bulgulara dayalı olarak, öncelikleri ve bireylerin ihtiyaçlarını değerlendirerek yeni hizmet politikaları üretip uygulamaya koyabilirler. Böylece daha kaliteli ve yaygın hizmet sunabilir ve tüketicilerin, yöre halkının belediye hizmetlerinden memnuniyet düzeylerinin yükselmesine katkı sağlayabilirler.

Yapılan alan araştırmasında neticesinde elde edilen bulgulara göre, sunulan hizmetlerin genelinde tüketicilerin memnuniyet oranının düşük olduğu görülmektedir. Bu çalışma ya da buna benzer nitelikteki bilimsel araştırma sonuçları belediyelere yol gösterecek, belediyelerin sunmuş oldukları hizmetlerin kalitesini ve buna bağlı olarak da kentin yaşam kalitesini yükseltecektir. Özellikle siyasi bağlamda bir sonraki seçim döneminde oy talebinde bulunmayı düşünen belediye yöneticileri memnuniyet esaslı çalışmak zorundadırlar. Demokrasinin doğası bunu önermektedir. Bu bağlamda belediye yöneticileri ve ilgili kurumlar periyodik dönemlerde memnuniyet tespiti çalışmalarıyla hem durumlarını görme hem de halkın çalışmaları değerlendirme fırsatını kullanmalıdır. Böylece geçmişte sunulan hatalı ve eksik hizmetler tahlil edilebilecek ve vatandaşın beklediği hizmet daha kolay sunulacaktır.

## KAYNAKÇA

Altunöz ve Altunöz, (2016), Davranışsal Ekonomi: Nörofinans. 1.Baskı. Ankara: Şeçkin Yayıncılık,

Abıcılar, (2006), *Farklı Kültürlerde Yaşayan Tüketicilerin Tüketim Davranışları; Antalya ve Alanyada Yaşayan Türk Ve Alman Tüketicilerin Tüketim Alışkanlıklarına Yönelik Bir Saha Çalışması*. Yüksek lisans Tezi. Akdeniz Üniversitesi, 2006.

Alpar, (2011), Uygulamalı Çok Değişkenli İstatistiksel Yöntemler. Detay Yayıncılık, Ankara.

Andreasen, A. R. (1995). *Marketing social change*. Jossey-Bass.

Aksu,(2016), “Nesnelerin İnterneti ve Geleceği”,  
[www.gelecekhane.com/nesnelerin-interneti-ve-gelecegi/](http://www.gelecekhane.com/nesnelerin-interneti-ve-gelecegi/), indirilme tarihi: 15 Aralık 2016.

Arslan, Kahraman, (2003), “Otomobil Alımında Tüketici Davranışlarını Etkileyen Faktörler”, “*İstanbul Ticaret Üniversitesi Dergisi*, s.83-100.

Akdoğan, M. Şükrü ve Karaarslan, M. Halid, (2013), “ Tüketici Yenilikçiliği”, “*Atatürk Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*”, 27(2), s.1-20.

Arslan, (2013), *Yerel Yönetimlerde Sosyal Belediyecilik Faaliyetleri; Arnavutköy Belediye Örneği*, İstanbul Aydın Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yayınlanmış Yüksek Lisans Tezi, İstanbul

Akyüz, Mursel (2015), *Tüketici Davranışlarını Etkileyen Faktörler; Gösteriş Amaçlı Tüketim Eğilimi Ve Sembolik Tüketim Eğiliminin Genç Tüketiciler Açısından değerlendirilmesi (Sdü Örneği)*, Süleyman Demirel Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yayınlanmamış Doktora Tezi, Isparta

- Aydın, (2009), “Kişisel Ve Ürün Temelli Yenilikçilik: Cep Telefonu Kullanıcıları Üzerine ampirik Bir Uygulama”, *Doğuş Üniversitesi Dergisi*, 10(2), 188-203.
- Alan, Hale ve Yeloğlu, Okan, (2013), “ Markalaşma ve yenilikçilik.”, *Siirt Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi İktisadi Yenilik Dergisi*, 1(1), s. 13-26.
- Aytaç, Z ,Duman, H.,, Ekici, M., Karavelioğulları, F. A., Dönmez, A., & Duran, A. (1995). Three new species (Labiatae) from Turkey. *Flora Mediterranea*, 5, 221-228.
- Aytaç, (2006). Girişimcilik: Sosyo-kültürel bir perspektif. *Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, (15).
- Aydınlı, İ. (2004) “Sosyo-ekonomik Dönüşüm Süreci (post-fordizm) ve Sanayi Ötesi Yaklaşımlar,” *Kamu-İş*; 7(4) 1-20.
- Aydın, O. B. (2014). Elektronik Ağızdan Ağıza İletişim (1. Baskı). İstanbul: Gece Yayınları
- Babaoğul, M. ve Buğday, E. B. (2012) *Gösteriş Tüketimine Karşı gönüllü Sadelik. Tüketici Yazıları 3. TÜPADEM.*
- Bag, M. (2009) *Some Models of Consumer Behaviour*, Kolkato, West Bengali İndia. Erişim Tarihi: 10.10.2014 <http://vlrcmbag.blogspot.com.tr/2009/03/some-models-of-consumer-behaviour.html>
- Babin, Barry J., William R. Darden & Mitch Griffin. "Work and/or Fun: Measuring Hedonic and Utilitarian Shopping Value," *Journal of Consumer Research*, Volume 20, Issue 4, 1 March 1994. 20, 4: 644-656, 1 Mart 1994.
- Babaoğul, M. ve Buğday, E. B. (2012) *Gösteriş Tüketimine Karşı gönüllü Sadelik. Tüketici Yazıları 3. TÜPADEM.*
- Başsoy, A. E. Y. (1996). Belediye Başkanları ve Yerel Yönetimlerin Seçimle Göreve Gelen Diğer Görevlilerinin Özlük. *Malî ve Sosyal Hakları, Ankara*, 7, 217.

- Baumgartner, H., & Homburg, C. (1996), “ Applications of structural equation modeling in marketing and consumer research”, A review. *International Journal of Research in Marketing*, 13(2), 139-161.
- Bayazıt, Hayta, (2009), “Sürdürülebilir Tüketim Davranışının Kazanılmasında Tüketici Eğitiminin Rolü”, *Ahi Evran Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 10(3), s.143-151.
- Baudrillard, J. (1997). *El crimen perfecto*. Anagrama.
- Bray, J. (2008) “Consumer Behaviour Theory: Approaches and Models,” Erişim Tarihi: 10.02.2014
- Browne, M. W., & Cudeck, R. (1993). Alternative ways of assessing model fit. *Sage focus editions*, 154, 136-136.
- Bentler, P.M., & Bonett, D.G. (1980), “ Significance tests and goodness of fit in the analysis of covariance structures”, *Psychological Bulletin*, 88, 588-606
- Bentler, P.M. (1980), “ Multivariate analysis with latent variables: Causal modeling”, *Annual Review of Psychology*, 31, 419-456.
- Berber, M., & Bocutoğlu, E. (2010). *Makro İktisada Giriş. Derya Kitabevi, Trabzon.*
- Büyüköztürk, Ş. (2002). Faktör Analizi: Temel Kavramlar ve Ölçek Geliştirmede Kullanımı. *Kuram ve Uygulamada Eğitim Yönetimi*, sayı 32, ss.470-48.
- Büyüköztürk, Ş. (2009). *Sosyal bilimler için veri analizi el kitabı*.(10. Baskı) Ankara: Pegem A Akademi.
- Bocock, R. (1997) *Tüketim*, çev. İrem Kutluk, Ankara: Dost Kitabevi Yayınları.
- Bostanoğlu, Ö. (1990). Türk Belediyeciliğinde Güncel Tarihsellik. *Amme İdaresi Dergisi*, 23(2), 74-93.
- Coşgun, M. (2012) “Popüler Kültür ve Tüketim Toplumu,” *Journal of Life Science*, 1 (1), 837-850.

- Canpolat, F., Yılmaz, K., Köse, M. M., Sümer, M., & Yurdusev, M. A. (2004). Use of zeolite, coal bottom ash and fly ash as replacement materials in cement production. *Cement and Concrete Research*, 34(5), 18.
- Cerman, A. A., Bozkurt, S., Sav, A., Tulunay, A., Elbaşı, M. O., & Ergun, T. (2008). Serum leptin levels, skin leptin and leptin receptor expression in psoriasis. *British Journal of Dermatology*, 159(4), 820-826.
- Çakır, M., Çakır, F., & Gülşah, U. S. T. A. (2010). Üniversite öğrencilerinin tüketim tercihlerini etkileyen faktörlerin belirlenmesi. *Organizasyon ve Yönetim Bilimleri Dergisi*, 2(2), 87-94.
- Çelik, N. (2013) “Thorstein Veblen’in Gösterişçi Tüketim Yaklaşımı: Niğde Üniversitesi İdari Personeli Örneği,” *Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, (1), 171-203.
- Çubukçu, M. (1999) , “Küreselleşme Süreci İçinde Tüketim Toplumu Tüketim Kültürü” Erzurum: Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yayınlanmış Yüksek Lisans Tezi.
- Çamur, (2013), *Belediye Hizmetlerinde Vatandaşlık Odaklılık; Malatya Belediye Örneği*, Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yayınlanmış Yüksek Lisans Tezi, Kahramanmaraş
- Çolak, Ö. F., Öztürkler, H. (2012). Tasarrufun Belirleyicileri: Küresel Tasarruf Eğiliminde Değişim ve Türkiye’de Hanehalkı Tasarruf Eğiliminin Analizi. *Bankacılar Dergisi*, 82, 1-43.
- Davis, M. ., & Miller, C. (1976). An Experiment on. *Fighting Be-havior Illustrating Similarity between the Psychoanalytic Concept of Displacement and Transfer of Training*.
- Dastan, I. (2015). Digitalizing the Municipality and Factors Affecting the Acceptance of E-municipality: An Empirical Analysis. *International Business Research*, 8(12), 104.
- Düzgün, R. (2009). Türkiye’de Özel Tasarrufun Belirleyicileri. *Erciyes Üniversitesi*

*İİBF Dergisi*, 32, 173-189.

Demiral, M. (2007). Türkiye Ekonomisi İçin Tüketim Fonksiyonu Tahmini (1980-2005). *Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar*, 13, 349-366.

Deacon, L. G. ve Firebaugh, L. L. (1988) *Family Resouce Management Principles and Applications*. Allyn and Bacon, INC. 2nd Edition.

Durning, A. T., & Durning, A. B. (1992). *How much is enough?: the consumer society and the future of the earth*. WW Norton & Company.

Duesenberry, J. S. (1949). Income, saving, and the theory of consumer behavior.

Durmaz, Yakup (2006), “*Modern Pazarlamada Tüketici Memnuniyeti Ve Evrensel Tüketici Hakları*”, *Journal of Yasar University*, 1(3), s.255-266.

Durmaz, A., Dicle, A., Cakan, E., & Cakir, S. (2012). Effect of screen-based computer simulation on knowledge and skill in nursing students' learning of preoperative and postoperative care management: A randomized controlled study. *CIN: Computers, Informatics, Nursing*, 30(4), 196-203.

Dursun, İ., Alnıaçık, Ü., & Tümer Kabadayı, E. (2013). Tüketici Karar Verme Tarzları Ölçeği: Yapısı ve Boyutları. *Uluslararası Yönetim İktisat ve İşletme Dergisi*, 9(19), 293-304.

Fagiolini, A., Pellinacci, M., Valenti, G., Dinler, G., & Bicchi, A. (2008, May). Consensus-based distributed intrusion detection for multi-robot systems. In *2008 IEEE International Conference on Robotics and Automation* (pp. 120-127). IEEE.

Irving Fisher (1867–1947),.. *American Journal of Economics and Sociology*, 64(1), 19-42.

Fogell, D. J., Tolley, K. A., & Measey, G. J. (2013). Mind the gaps: investigating the cause of the current range disjunction in the Cape Platanna, *Xenopus gilli* (Anura: Pipidae). *PeerJ*, 1, e166.

- Ford, E. S., Li, C., & Sattar, N. (2008). Metabolic syndrome and incident diabetes: current state of the evidence. *Diabetes care*, 31(9), 1898-1904.
- Friedrichs, M. A., Dusenberry, J. A., Anderson, L. A., Armstrong, R. A., Chai, F., Christian, J. R., ... & McGillicuddy Jr, D. J. (2007). Assessment of skill and portability in regional marine biogeochemical models: Role of multiple planktonic groups. *Journal of Geophysical Research: Oceans*, 112(C8).
- Er, (2016), *Belediye Hizmetlerinin Performans Algısının Değerlendirilmesi Üzerine bir Çalışma; Alanya Örneği*, Alanya Alaaddin Keykubat Üniversitesi Fen Bilimler Enstitüsü, Yayınlanmış Yüksek Lisans Tezi, Antalya
- Eryılmaz, B. (2010). *Kamu Yönetimi: düşünceler, yapılar, fonksiyonlar*. Okutman Yayıncılık.
- Erten, M. (1998), “ Katılımcı yerel yönetim anlayışında e-belediyeciliğin yeri ve önemi”, *Evrensel Kültür Dergisi*, (80).
- Eryiğit, C., & Kavak, B. (2011). Moderator roles of interpersonal effects on the influence of consumer ethnocentrism on intention to buy foreign products: a cross cultural testing. *Ekonomik ve Sosyal Araştırmalar Dergisi*.
- Eke, A. E. (1982). *Anakent yönetimi ve yönetimlerarası ilişkiler*. AÜ SBF Basın ve Yayın Yük. Ok. Basımevi.
- Emer, J. K., Jaleel, A., Eeckhout, L., Narvaez, P., & Van Craeynest, (2012, June). Scheduling heterogeneous multi-cores through performance impact estimation (PIE). In *ACM SIGARCH Computer Architecture News* (Vol. 40, No. 3, pp. 213-224). IEEE Computer Society.
- Engel, Blackwell, ve Kollat, (1978), *Consumer Behavior*, The Dryden Pres, Hinsdale, Illinois.
- Eryılmaz, R., Sahin, M., Alimoglu, O., & Dasiran, F. (2003). Surgical treatment of sacrococcygeal pilonidal sinus with the Limberg transposition flap. *Surgery*, 134(5), 745-749.



- Elliott, R. (1997) Existential Consumption and Irrational Desire. *European Journal of Marketing*, 31(¾) 285-296.
- Eroğlu, F. (2013) Davranış Bilimleri, İstanbul: Beta Basım Yayım.,
- Ersun, C. (2010) *Tüketim ve Değerler*, İstanbul: İstanbul Ticaret Odası.
- Featherstone, M., & Burrows, R. (Eds.). (1996). *Cyberspace/cyberbodies/cyberpunk: Cultures of technological embodiment* (Vol. 43). Sage.
- Eser, Z, S Korkmaz & S. A Öztürk. Pazarlama. 2.Baskı. Siyasal Kitabevi, 2011
- Gerlevik, D. (2012) İnternet Üzerinden Alışverişin Tüketici Davranışı Üzerindeki Etkisi. Ankara: Atılım Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi
- Güner, F. S., Yağcı, Y., & Erciyes, A. T. (2006). Polymers from triglyceride oils. *Progress in Polymer Science*, 31(7), 633-670.
- Gürsoy, (2001) Akile. Capital Dergisi, Sayı 10, Tüketimi Ne Değiştirdi?, İstanbul: Üniprint Basım
- Hall, J. E. (2015). *Guyton and Hall textbook of medical physiology e-Book*. Elsevier Health Sciences.
- Hacıköylü, İ. P., & Gruber, W. (2013, May). Simultaneous elastic inversion for carbonate reservoir characterisation. In *19th International Petroleum and Natural Gas Congress and Exhibition of Turkey*.
- Hayme, S. (2015). Ölçme Eşdeğerliğinin Çoklu Grup Uygulamaları ve Rasch Analizi ile Değerlendirilmesi. Ankara Üniversitesi, Sağlık Bilimleri Enstitüsü, Biyoistatistik Anabilim Dalı, Yüksek Lisans Tezi.
- Hisrich, R. (1993) *Pazarlama*. Çev: Yavuz Odabaşı, 1.Fasikül, Eskişehir: Açıköğretim Fakültesi Yayınları.
- Hız, G. (2011). Gösterişçi Tüketim Eğilimi Üzerine Bir Alan Araştırması (Muğla Örneği). *Organizasyon ve Yönetim Bilimleri Dergisi*, 3(2), 117-128.

- Henden, H. Burçin ve Rıfki, Henden (2005). “Yerel Yönetimlerin Hizmet Sunumlarındaki Değişim ve e-Belediyecilik”, *Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi*, Cilt 4, Sayı 14, Güz 2005, ss. 48-66
- Hürmeriç, P., & Baban, E. (2012). Simmel, Veblen Ve Sombart'ın Penceresinden Hedonik Tü; Ketim: Ütopyada Negotium Ve Otium. *Global Media Journal: Turkish Edition*, 2(4).
- Hüsnuoğlu, N., & Güler, A. (2010). Krizin Tüketim Harcamaları Üzerine Etkisi: Giresun İli Uygulaması. *Marmara Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, 29(2), 197-226.
- Halis, B. (2012). Tüketimin değişen yüzü: Elektronik ticaret uygulamaları ve sosyal paylaşım ağlarının rolü/The changing face of consumption: E-commerce applications and the role of social networks. *Journal of History Culture and Art Research*, 1(4), 149-160.
- Hourie, E., Malul, M., & Bar-El, R. (2015). The social value of municipal services. *Journal of Policy Modeling*, 37(2), 253-260.
- Hu, L., & Bentler, P.M. (1999), “ Cutoff criteria for fit indexes in covariance structure analysis: Conventional criteria versus new alternatives”, *Structural Equation Modeling*, 6(1), 1- 55.
- İlhan ve Çetin (2014). “ LISREL ve AMOS Programları Kullanılarak Gerçekleştirilen Yapısal Eşitlik Modeli (YEM) Analizlerine İlişkin Sonuçların Karşılaştırılması”, *Eğitimde ve Psikolojide Ölçme ve Değerlendirme Dergisi*, Cilt 5, Sayı 2, S, 26-42.
- İslamoğlu, Ahmet Hamdi. *Pazarlama yönetimi: stratejik ve global yaklaşım*. Beta Basım Yayım Dağıtım AŞ, 1999.
- Karaer, T. (1987), “ Belediyelerde Halkla İlişkiler”. *İller Bankası Dergisi*, (43), 499.
- Korkmaz, Devrani, T. (2010), “ Kişisel Değerlerin Kuramsal Yapısı ve Pazarlamadaki Uygulamalar”, *Eskişehir Osmangazi Üniversitesi İibf Dergisi*, 5(1), 49-70.

- Kline, R.B. (2011), “ Principles and practice of structural equation modeling’’, New York: The Guilford Press.
- Kangal, A. (2013). Mutluluk üzerine kavramsal bir değerlendirme ve Türk hanehalkı için bazı sonuçlar. *Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi*, 12(44), 214-233.
- Kaya, O. & Broadie, M., (2004, December). Exact simulation of option greeks under stochastic volatility and jump diffusion models. In *Proceedings of the 2004 Winter Simulation Conference, 2004.* (Vol. 2, pp. 1607-1615). IEEE.
- Kaya, K. ve Oğuz, Z. N. (2010) “Üniversite Gençliğinin Alışveriş Tercihlerinde Tüketim Kültürünün Rolü,” *SDÜ Fen Edebiyat Fakültesi, Sosyal Bilimler Dergisi*, (22), 147-164].
- Karatekin, U. (2009) Sosyal Sınıflar İçinde Mesleklere Göre Tüketicilerin Otomobil Alma Ve Kullanma Alışkanlıklarına Etkisinin İncelenmesi, Isparta: Süeyman Demirel Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi.
- Karadağ, A., Menteş, B. B., Üner, A., Irkörüçü, O., Ayaz, S., & Özkan, S. (2003). Impact of stomatherapy on quality of life in patients with permanent colostomies or ileostomies. *International Journal of Colorectal Disease*, 18(3), 234-238.
- Karabacak, E. (2003) Medyanın Tüketici Davranışları Üzerindeki Etkisi Ve Pazarlama Yönetimi Açısından Önemi. Konya: Karamanoğlu Mehmet Bey Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi.
- Kapağan, G. (2004) Bağlı Tüketici Kredileri, Ankara: Ankara Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi.
- Keleş, I., Uyarel, H., Hergenç, G., Karabulut, A., Albayrak, S., Sarı, I., ... & Onat, A (2006). Serum uric acid is a determinant of metabolic syndrome in a population-based study. *American journal of hypertension*, 19(10), s.145
- Kotler, P. (1984) *Pazarlama Yönetimi*. Çev: Yaman Erdal, 2.Baskı, New Jersey: Beta Basım Yayım Dağıtım.

- Koç, Erdoğan. Tüketici Davranışları ve Pazarlama Stratejisi. 4.Baskı. Ankara: Şeçkin Yayıncılık, 2012
- Kaya, C., Pabuçcu, R., Koca, C., Oğuz, A. K., Erkan, A. F., Korkmaz, A., & Erbaş, D. (2010). Relationship between interleukin-6 levels and ambulatory blood pressure in women with polycystic ovary syndrome. *Fertility and sterility*, 94(4), 1437-1443.
- Keynes, J. M. 1936. The General Theory of Employment, Interest and Money, London,
- Kılınc, N. (2012). *Bireysel Kredi Kullanımında Hanehalkı Davranışları ve Sosyoİktisadi Etkileri*. Yüksek Lisans Tezi. Gazi Üniversitesi/Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara.
- Kuvandik, G., Çetin, M., Genctoy, G., Horoz, M., Duru, M., Akcali, C., ... & Kaya, H. (2007). The prevalance, epidemiology and risk factors for onychomycosis in hemodialysis patients. *BMC infectious diseases*, 7(1), 102.
- Marcuse, D. (1990). Derivation of analytical expressions for the bit-error probability in lightwave systems with optical amplifiers. *Journal of Lightwave Technology*, 8(12), 1816-1823.
- Martı, H. (2010) “Tüketim: Hayatın Amacı Değil, Anlam Döngüsünün Aracı Tüketim ve Değerler,” *İstanbul Ticaret Odası Yayını*, 139-145.
- March, J. G. y Simon, H. A. (1958). Organizations. New York: John Wiley & Sons.
- Marsh, H.W., Hau, K.T., Artelt, C., Baumert, J., & Peschar, J.L. (2006), “ OECD’s brief self-report measure of educational psychology’s most useful affective constructs: Cross-cultural, psychometric comparisons across 25 countries”, *International Journal of Testing*, 6(4), 311-360.
- Menekşe, K. (2017). Quality and inpatient satisfaction in health institutions x state hospital example.
- Meyers, L. S., Gamst, G., & Guarino, A. J. (2006). Multiple regression. *Applied multivariate research: Design and interpretation*, 147-196.

- Michael S. Malone, and Edvinsson, Leif *Intellectual capital*. HarperBusiness,, 2007.
- Moletsane, A. M., de Klerk, N., & Bevan-Dye, A. L. (2014). Community expectations and perceptions of municipal service delivery: a case study in a South African Municipality. *Mediterranean Journal of Social Sciences*, 5(21), 281.
- Muth, (1961). Rational expectations and the theory of price movements. *Econometrica: Journal of the Econometric Society*, 315-335.
- Munro BH. *Statistical Methods For Health Care Research*. Philadelphia: Lippincott Williams & Wilkins; 2005. p.351-76.
- Nadaroğlu, H. (1994), *Mahalli İdareler Teorisi, Ekonomisi, Uygulaması* (5. Baskı), İstanbul: Beta Yayınları.
- Nadaroğlu, H. (2001). *Mahalli İdareler*. İstanbul: Beta Basım Yayım.
- Negiz, A., & Boldingh, E. P. (2007). *U.S. Patent No. 7,273,828*. Washington, DC: U.S. Patent and Trademark Office, s.24.
- Nicosia, F. M. (1966). *Consumer Decision Processes; Marketing And Advertising Implications*.
- Oluç,M, (1991), “Satıcılarının Davranış dinamikleri II”, *Pazarlama Dünyası Dergisi*, Y.5, S.28 (Temmuz-Ağustos), s.2-12
- Okcu, A. B. (2008). *Türkiye İçin Gelir-Tüketim İlişkisinin Eşbütünleşme Analizi ile İncelenmesi*. Yüksek Lisans Tezi. Çukurova Üniversitesi/Sosyal Bilimler Enstitüsü, Adana.
- Özdaşlı, Kürşat, (2006), “Toplam Kalite Yönetimi ve Yenilik İlişkisi: Bir Örnek olay”, *Akademik Bakış, Uluslararası Hakemli Sosyal Bilimler E-Dergisi*, 10, s.1-16.
- Ö.Dikmen, Gözde (2006) , “*Marka Konumlandırma Stratejilerinin Tüketici Satın Alma Davranışları Üzerindeki Etkilerinin Hızlı Tüketim Malları Pazarında (Özel Marka Ve Ulusal Marka Kapsamında) İncelenmesi*, “*Kolayda*

*Mallar Pazarında Bir Uygulama*”, İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, İstanbul.

Özdemir, Ö.,(2011), Kurumsal Sosyal Sorumluluk Uygulamaları Ve Starbucks Kampanyaları Üzerine Bir Araştırma. *Uluslararası Türk Kültür Coğrafyasında Sosyal Bilimler Dergisi*, 2(1), 71-85.

Özkul, F. U., Tapşım, G. (2010). Kredi Kartı Kullanımı ile Kullanılabilir Gelirin Tüketim Üzerindeki Etkisi ve Türkiye Ekonomisi Üzerine Bir Ampirik Çalışma *Muhasebe ve Finansman*, 47,138–153.,

Özkal-Sayan, İ. (2013). Türkiye’de idari sistem ve örgütlenme.

Öztürk, Ö. F. (2010). *Tüketim Harcamalarının Ekonometrik Analizi Uşak İli Örneği*. Yüksek Lisans Tezi. Uşak Üniversitesi/Sosyal Bilimler Enstitüsü, Uşak.

Özgür, Ü & Morkoç, H.,. (2008). *Zinc oxide: fundamentals, materials and device technology*. John Wiley & Sons, s.151.

Öztuna, D. (2008). Kas-İskelet Sistemi Sorunlarının Özürülük Değerlendirmede Bilgisayar Uyarlamalı Test Yönteminin Uygulanması. Ankara Üniversitesi, Sağlık Bilimleri Enstitüsü, Biyoistatistik Anabilim Dalı, Doktora Tezi.

Papatya, N. (2005) “Tüketici Davranışları ile İlgili Motivasyon Modelleri: Bir Perakende İşletmesinde Temizlik ve Kişisel Bakım Ürünlerine Bağlı Bir Araştırma,” *Süleyman Demirel Üniversitesi İ.İ.B.F. Dergisi*, 1(10), 221- 240.

Papatya, N. (2007). Savaşçı İşletmelerin Rekabette Meydan Okuma Stratejisi: Kaynak Tabanlı Pazarlama Yaklaşımı. *Pİ-Pazarlama ve İletişim Kültür Dergisi*,(Bahar/02), 13-21.

Runyon, Kenneth E. & David Stewart (1987), *Consumer Behavior and the Practice of Marketing*, Columbus, Ohio: Merrill Publishing Company.

Sivri, U., Eryüzlü, H. (2010). Rasyonel Beklentiler-Yaşam Boyu Sürekli Gelir Hipotezinin Testi. *İstanbul Üniversitesi Ekonomi ve İstatistik Dergisi*, 11, 90-99.

Schwab (2016); TUBİTAK (2016); www.endustri40.com; www.gelecekhane.com.

Selek, A. (2015) “Endüstri Tarihine Kısa Bir Yolculuk”  
<http://www.endustri40.com/endustri-tarihine-kisa-bir-yolculuk/>, indirilme  
tarihi: 15 Aralık 2018

Sahney, S. (2009) *Module - 5 Consumer Behavior*, NPTEL Vinod Gupta School of  
Management, 1-21.

Sürücü, A. (1998), Yaşam Biçimi ve Pazarlamada Kullanımı, Anadolu  
Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İşletme Ana Bilim Dalı, Yüksek  
Lisans Tezi, Eskişehir.

Solomon, M. R. (2004) *Consumer Behavior*, 6 Edition (IE): New Jersey: Pearson  
Prentice Hall [Aktaran: Velioğlu, M. N., Çifci, S., Dölarslan, E. M., Kıyan Ş.  
S. ve Karsu, S. (2013) Tüketim Bilinci ve Bilinçli Tüketici , *T.C. Anadolu  
Üniversitesi Yayın No:2912.*]

Sönmez, A. T. ve Karataş, C. (2010) “Postmodern Pazarlama”, MYO-ÖS 2010-  
*Ulusal Meslek Yüksekokulları Öğrenci Sempozyumu*, 21-22 Ekim 2010-  
Düzce, 1-20.

Şahin, (2011), *Belediye Hizmetleri ve Hizmet Kalitesine Yönelik Vatandaş  
Memnuniyetinin Ölçümü, (Konya İl Merkezi Örneği)*, Karamanoğlu  
Mehmet Bey Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yayınlanmış Yüksek  
Lisans Tezi, Karaman

Şengün, H. İ. ve Karahan, M. (2013) “Hedonik (Hazcı) Tüketim Alışkanlıkları Ve  
Tüketicileri Bu Tür Alışkanlıklara Motive Eden Nedenler,” *Dicle Üniversitesi  
İktisadi Ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 2 (4), 13-26.

Şimşek ÖF. Yapısal Eşitlik Modellemesine Giriş, Temel İlkeler ve LISREL  
Uygulamaları. Ankara: Ekinoks; 2007. p.4-22.

Tıgılı, M., & Aylanç Akyazgan, M. (2003). Özellikli (lüks) tüketim ürünlerinde  
enderlik prensibi ve bir uygulama.

- Tunçkan, E. (2012) “Tüketim ve Endüstri Piyasaları ile Bu Piyasalardaki Satın Alma Davranışlarını Etkileyen Yaklaşım Modelleri,” *Gümüşhane Üniversitesi İletişim Fakültesi Elektronik Dergisi-gifder*, 1 (4), 141-159.
- Tan, C. S. (2010) “Understanding Consumer Purchase Behavior In The Japanese Personal Grooming Sector,” *Journal of Yaşar University*, 17 (5), 2821-2831.
- Terzioğlu, G. (1987) *Ev İdaresi ve İlkeleri*, Ankara: Doğu Matbaacılık.
- Terzioğlu, Mustafa, Avcı, Mehmet, ve Gökovalı, Ummuhan, (2008), “İşletmelerde Yenilik Yeteneği: Denizli Tekstil ve Hazır Giyim Sektörü Örneği.”, *Çukurova Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 17(3), s.377-388
- Topuzoğlu, Ahmet, Hıdıroğlu, Seyhan, Ay, Pınar, Önsüz, Fatih, ve İkışık, Hatice, (2007), “Tüketicilerin Gıda Ürünleri ile İlgili Bilgi Düzeyleri ve Sağlık Risklerine Karşı Tutumları” , *TSK Koruyucu Hekimlik Bülteni*, 6(4), s. 253-258.
- Tekirdağ, A. (2009). *Türkiye’de Bireysel Kredi Artışı ve Risk Analizi. Uzmanlık Yeterlilik Tezi*. Türkiye Cumhuriyeti Merkez Bankası/Bankacılık ve Finansal Kuruluşlar Genel Müdürlüğü, Ankara.
- Taşdemir, M. (2006). Dinamik Genel Denge Modellerinde Zamanlararası Tercihler: İndirgenmiş Fayda Teorisi Ve Yetersizlikleri. *Selçuk Üniversitesi İİBF Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi*, 12, 115-129.
- Tarı, R., Çalışkan, Ş. (2005). Kocaeli İlinde Tüketimin Gelir Hipotezlerinin Analizi. *Atatürk Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, 19(2),1-19.
- Turan, M., Ok, E., Şen, M., Koyuncu, A., Aydın, C., Erdem, M., & Güven, Y. (2002). A simplified operative technique for single-staged resection of left-sided colon obstructions: report of a 9-year experience. *Surgery today*, 32(11), 959-964.
- Tükel, R., Aydın, K., Ertekin, E., Özyıldırım, S. Ş., & Taravari, V. (2014). Proton magnetic resonance spectroscopy in obsessive–compulsive disorder:



Evidence for reduced neuronal integrity in the anterior cingulate. *Psychiatry Research: Neuroimaging*, 224(3), 275-280.

Tunç, Ali (2017), *Yapısal Eşitlik Modeli İle Belediye Hizmetlerinden Memnuniyet Ölçeği Geliştirilmesi Ve Memnuniyetin Değerlendirilmesi: Sivas Örneği*, Cumhuriyet Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yayınlanmış Yüksek Lisans Tezi, Isparta

Tuncer, (2006) Aslında Hepimiz Özürlüyüz!, [http://selimtuncer.blogspot.com.tr/2006\\_12\\_01\\_archive.html](http://selimtuncer.blogspot.com.tr/2006_12_01_archive.html)

Tuzcuoğlu, F. (2003). Metropoliten Yönetim. *Sakarya Kitabevi*.

Toberer, E. S., Christensen, M., Iversen, B. B., & Snyder, G. J. (2008). High temperature thermoelectric efficiency in Ba<sub>8</sub>Ga<sub>16</sub>Ge<sub>30</sub>. *Physical Review B*, 77(7), 075203.

Tortop, N. (1999). *Personel Yönetimi*, Yargı Yayınları.

Tortop, N., Aykaç, B., Yayman, H., & Özer, A. (2006). *İnsan Kaynakları Yönetimi*, Nobel Yayınları.

Uyar, G., & Çetin, B. (2004). A new check-list of the mosses of Turkey. *Journal of bryology*, 26(3), 203-220.

Ulusoy, A. ve Akdemir, T. (2009), *Mahalli İdareler*, Seçkin Yayıncılık, Ankara.

Ulusoy, A., & Akdemir, T. (2010). *Yönetimlerarası Transferler: Teori ve Türkiye Uygulaması*, Nihat Falay, Ahmet Kesik, Murat Çak ve Mehmet Karakaş (Ed.), *Türkiye’de Yerel Yönetimlerin Sorunları ve Geleceği*, Seçkin Yayıncılık, 2, s. 241.

Uyanik, A., Sahin, O., Erdemir, S., & Yilmaz, M. (2009). Enantioselective hydrolysis of (R/S)- Naproxen methyl ester with sol-gel encapsulated lipase in presence of calix [n] arene derivatives. *Applied Catalysis A: General*, 369(1-2), 36-41.

- Ültanır, G. (2003) “Öğrenim ve Kültür İlişkisi-Öğrenimde Kültürün Hangi Boyutlarının Genç Kuşaklara Aktarılacağı Kaygısı,” *Gazi Öğrenim Fakültesi Dergisi*, 23 (3), 291-309.
- Ünal, Sevtap ve Erciş, Aysel, (2006), “Pazarın satın alma tarzlarına ve kişisel değerlere göre bölümlendirilmesi.”, *Marmara üniversitesi iibb. Dergisi*, XXI(1), s.359-383.
- Ünsal, E. M. (2007). *Makro İktisat (7. Baskı)*. Ankara: İmaj.
- Veblen, Thorstein. "The Theory of the Leisure Class. Reprint 1965." (1899).
- Vinson, D. E., Scott, J. E. ve Lamont, L. M. (1977) “The Role of Personal Values in Marketing and Consumer Behavior,” *Journal of Marketing*, 41 (2), 44-50.
- Varcan, N. (2008), “ Yerel Yönetimler”, *Anadolu Üniversitesi Açık öğretim Fakültesi Yayınları*,(2.), 19-20.
- Wang J, Wang X. *Structural Equation Modeling: Applications Using Mplus: methods and applications*. West Sussex: John Wiley & Sons; 2012. p.5-9.
- Yağcı, Mehmet, İsmail ve İlarıslan, Neslihan, (2011), “ Reklamların Ve Cinsiyet Kimliği Rolünün Tüketicilerin Satın Alma Davranışları Üzerindeki Etkisi.” *Doğuş Üniversitesi Dergisi*, 11(1), s.138-155.
- Yavuz, Ş. (2013) “Türk Toplumunun Tüketim Toplumuna Dönüşümünde Reklamcılığın Rolü,” *İletişim Kuram ve Araştırma Dergisi*, *Gazi Üniversitesi İletişim Fakültesi Süreli Elektronik Dergi*, (36), 220-240.
- Yıldız, Z. (2013), “ Belediyelerde Çalışan Memnuniyeti: Yalova Belediyesi Örneği”, *Yalova Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü*, 6.
- Yayınoglu, P. (2007). *Yerel Yönetimlerde Halkla İlişkiler*. *Birsen Yayınevi, İstanbul*.
- Yamak R., Abdioğlu Z. (2007). Tüketicinin Tesadüfî Yürüyüşü: Türkiye Örneği 1987–2006. *Yönetim ve Ekonomi Araştırmaları Dergisi*, 7, 69-79.
- (<http://www.bingol.gov.tr/cografi-yapi>, 2018).

## EKLER

Ek:1

### YEREL YÖNETİM HİZMETLERİNDE TÜKETİCİ DAVRANIŞLARI: BİNGÖL İL MERKEZİNDE BİR UYGULAMA

Değerli katılımcılar,

Bu çalışma, Bingöl Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsünde yüksek lisans tez çalışması olarak değerlendirilmektedir. Ayrıca Bingöl Üniversitesi Bilimsel Araştırma Proje (BÜBAP) tarafından desteklenmektedir. Bu çalışmanın amacı, “Yerel Yönetim Hizmetlerinde Tüketici Davranışları” başlığıyla Bingöl Belediyesinin hizmetlerinin benimsenmesiyle ilgili görüş ve düşünceleri ortaya koymaktır. Ankette bulunan sorulara vereceğiniz cevaplar tarafımızca saklı tutulacak ve tamamen bilimsel amaçlı olarak kullanılacaktır.

Anket sonuçlarının sağlıklı olabilmesi için soruları samimi ve doğru bir biçimde yanıtlamanız gerekmektedir. Lütfen anketlerin üzerine isim belirtmeyiniz.

İlgi ve yardımlarınız için şimdiden teşekkür ederiz.

Fuat ALACA (Yüksek Lisans Öğrencisi)

Yrd. Doç. Dr. Halim TATLI (Danışman)

#### BİRİNCİ BÖLÜM

Bu bölümde belediye hizmetlerin benimsenmesine ilişkin katılımcı görüşlerinizi öğrenmek amacıyla çeşitli sorular verilmiştir. Lütfen bu soruları kendi düşünceleriniz doğrultusunda; **1-Hiç Katılmıyorum, 2-Az Katılıyorum, 3-Orta Derecede Katılıyorum, 4-Çok Katılıyorum, 5-Tam Katılıyorum**, seçeneklerinden birini tik ( X ) koyarak cevaplandırınız.

SORU NO	SORULAR	Hiç Katılmıyorum	Az Katılıyorum	Orta Derecede Katılıyorum	Çok Katılıyorum	Tam Katılıyorum
1	Belediyenin sunduğu hizmetlerin topluma olumlu ve olumsuz etkilerini sorgularım.					
2	Belediyenin sunduğu hizmetlerin sonucunda oluşan problem, eksiklik ve sorunlara çözüm üretmek bunları belediyeye bildiririm.					
3	Belediyenin sağlıklı bir yaşam için sunduğu hizmetlere katılıyorum.					

4	Belediyenin sosyal etkinliklerine gönüllü olarak katılıyorum.					
5	Belediye çalışanları tarafından toplumsal düzenin sağlanması konusunda yapılan çalışmalarını desteklerim.					
6	Hizmet alımı için belediyeye başvurduğumda, yalnız olmak istemem.					
7	Belediyenin sunduğu hizmetleri yetersiz görsem de itiraz etmem.					
8	Belediye hizmetlerinin yüksek maliyetli ya da adaletsiz olduğunu düşünsem bile öderim.					
9	Her hangi bir ihtiyaç durumunda belediye çalışanlarıyla asla iletişim kurmam.					
10	Belediye çalışanları tarafından söylenen veya duyurulan işlemleri itiraz etmeden yerine getiririm.					
11	Belediyenin sunduğu hizmetlerin maliyetini sorgularım.					
12	Uygulanmak istenen projelerin maliyetlerinin kamuoyuyla paylaşılması konusunda belediyenin şeffaf olmasını isterim.					
13	Belediye bütçesinin tasarruflu ve etkili bir biçimde kullanılmasını isterim.					
14	Belediyeye ait fatura ve vergileri inceleyip sonra öderim.					
15	Bana hitap etmeyen belediye hizmet ve etkinlikleri red ederim.					
16	Belediyenin sunduğu hizmetlerin bedelini (fatura, vergi vb.) ödemek için karşılaşılan uzun bekleme sürelerini sorgularım.					
17	Belediyenin sosyal ve kültürel alanlarında gerekli olan çalışmaları yapmamaları, belediyeye olan inancımı azaltır.					
18	Belediyenin makine, ekipman ve araçlarının modern olmaması, belediyeye karşı saygınlığımı azaltır.					
19	Belediyenin kişilerin hak ve özgürlüklerini kısıtlayan kurallarına uymam.					
20	Yasal ve etik kurallara uymayan belediye çalışanlarına karşı tavır alırım.					
21	Hizmet sunumu sürecinde belediyenin çevreye karşı duyarlı olmasını isterim.					

22	Yeşil alanların (park, bahçe, piknik alanları, yürüyüş yerleri vb.) yeterli düzeyde olmasını isterim.					
23	Çevre ve doğaya zarar verilmeden alt yapı çalışmalarının gerçekleştirmesi gerekir.					
24	Belediye hizmetlerinde kullanılan enerji kaynaklarının yenilenebilir (güneş, rüzgâr, jeotermal vb.) ve temiz enerji kaynakları olmasını isterim.					
25	Belediye, gıda güvenliği ve iş yeri hijyeni denetimine özen göstermelidir.					
26	Belediye, geri dönüşüm sistemleri kurarak, oluşan atıkların geri dönüşümünü sağlamalıdır.					
27	Belediye, temiz bir çevre için çöplerin ve atıkların toplanmasına dikkat etmelidir.					
28	Belediye sosyal ve kültürel projelerde etkin olmalıdır.					
29	Belediye özür durumu olan insanlara yeterli hizmet sunmalıdır.					
30	Belediye insancıl projelere (Kadın Sığınma Evleri, Mülteci Barınma Yerleri vb.) önem vermelidir.					
31	Belediyenin sağlıklı bir yaşam için ihtiyaç duyulan sosyal ve kültürel alanları oluşturmasını isterim.					
32	Belediyenin gençlere yönelik sportif alanlar (spor salonları, yüzme havuzları, oyun alanları vb.) oluşturmasını isterim.					
33	Ortaya çıkan yeni ihtiyaçlara göre, belediye de kendini yenilemelidir.					
34	Belediyenin tüm hizmetlerinin e-belediyecilik uygulamasına geçmesini isterim.					

## İKİNCİ BÖLÜM

Bu bölümde, belediye hizmetlerinin benimsenmesine yönelik kişisel özelliklerin öğrenilmesi konusunda çeşitli sorular verilmiştir. Lütfen bu soruları düşünceleriniz doğrultusunda cevaplandırınız ve isim belirtmeyiniz.

**1-Yaş** :.....

**2-Gelir** :.....

**3-Cinsiyet:** 1-Kadın ( ) 2-Erkek ( )

**4-Medeni Durum:** 1-Evli ( ) 2-Bekar ( ) 3- Dul ( )

**5-Meslek:** 1-Kamu Çalışanı ( ) 2- Serbest Meslek ( ) 3- Emekli ( ) 4- İşçi ( ) 5- Öğrenci ( ) 6- İşsiz ( ) 7- Diğer ( )

**6-Eğitim:** 1-İlkokul ( ) 2- Ortaokul ( ) 3- Lise ( ) 4- Önlisans ( ) 6- Lisans ( ) 7- Yüksek Lisans ( ) 8- Doktora ( ) 9-Diğer ( )

**7-Belediyenin sunduğu hizmetleri nasıl buluyorsunuz?** 1-Kötü ( ) 2- Vasat ( ) 3- Orta ( ) 4- İyi ( ) 5- Çok İyi ( )

**8-Son reformumda oy kullandınız mı?** 1-Evet ( ) 2- Hayır ( )

**9-Son belediye seçiminde oy kullandınız mı?** 1-Evet ( ) 2- Hayır ( )

**10-Belediyenin toplu taşıma hizmeti yeterli mi?** 1-Evet ( ) 2- Hayır ( ) 3- Fikrim Yok ( )

**11-Deprem, sel gibi felaketler anında barınabileceğiniz yerlerin nerede olduğunu biliyor musunuz?** 1-Evet ( ) 2- Hayır ( ) 3- Fikrim Yok ( )

**12-Cadde-sokak adları, ev ve apartman numaraları yeterince belirgin mi?** 1-Evet ( ) 2- Hayır ( ) 3- Fikrim Yok ( )

**13-Kentin cadde ve sokakları, araç trafiği için yeterli mi?** 1-Evet ( ) 2- Hayır ( ) 3- Fikrim Yok ( )

**14-Kentin kaldırımları yaya trafiği için yeterli mi?** 1-Evet ( ) 2- Hayır ( ) 3- Fikrim Yok ( )

**15-Semtinizde yeterli sayıda park var mı?** 1-Evet ( ) 2- Hayır ( ) 3- Fikrim Yok ( )

**ÖZ GEÇMİŞ**  
**KİŞİSEL BİLGİLER**

<b>Adı Soyadı</b>	<b>Fuat ALACA</b>
<b>Doğum Yeri</b>	<b>SOLHAN</b>
<b>Doğum Tarihi</b>	<b>1986</b>

**LİSANS EĞİTİM BİLGİLERİ**

<b>Üniversite</b>	<b>Anadolu Üniversitesi</b>
<b>Fakülte</b>	<b>İşletme</b>
<b>Bölüm</b>	<b>İşletme</b>

**YABANCI DİL BİLGİSİ**

<b>İngilizce</b>	<b>KPDS (.....) ÜDS (....) TOEFL (....) EILTS (....)</b>
<b>Ales</b>	<b>73,04</b>

**İŞ DENEYİMİ**

<b>Çalıştığı Kurum</b>	<b>Tunceli Emniyet Müdürlüğü- Bilecik Şeyh Edebali Üniversitesi-Bingöl Üniversitesi</b>
<b>Görevi/Pozisyonu</b>	<b>Bilgisayar İşletmeni</b>
<b>Tecrübe Süresi</b>	<b>13 yıl</b>

**KATILDIĞI**

<b>Kurslar</b>	
<b>Projeler</b>	

**İLETİŞİM**

<b>Adres</b>	<b>Bingöl Üniversitesi Veteriner Fakültesi</b>
<b>E-mail</b>	<b>Keskan86@hotmail.com</b>