A'DAN Z'YE İLETİŞİM ÇALIŞMALARI-5

EDİTÖRLER
Prof. Dr. Nilüfer SEZER
Doç. Dr. Hasan ÇİFTÇİ



İKSAD
Publishing House

A'DAN Z'YE İLETİŞİM -5

EDİTÖRLER

Prof. Dr. Nilüfer SEZER
Doç. Dr. Hasan ÇİFTÇİ

YAZARLAR

Prof. Dr. Derya ÖCAL
Prof. Dr. Nilüfer SEZER
Prof. Dr. Nuray YILMAZ SERT
Prof. Dr. Şahinde YAVUZ
Doç. Dr. Beyler YETKİNER
Doç. Dr. Çiğdem KARAKAYA
Doç. Dr. Feriha Dikmen DELİCEIRMAK
Doç. Dr. Fulya ERENDAĞ SÜMER
Doç. Dr. Mustafa İNCE
Dr. Öğr. Üyesi Bahar ÖZTÜRK
Dr. Öğr. Üyesi Betül SABAHÇI
Dr. Öğr. Üyesi Fatih GÜRSES
Dr. Öğr. Üyesi Gökhan KUZUCANLI
Dr. Öğr. Üyesi Görkem İLDAŞ
Dr. Öğr. Üyesi Gülhan ACAR BÜYÜKPEHLİVAN
Dr. Öğr. Üyesi Hande BİLSEL
Dr. Öğr. Üyesi Hikmet TOSYALI
Dr. Öğr. Üyesi Mevlüt Can KOÇAK
Dr. Öğr. Üyesi Nimet HARMANCI
Dr. Öğr. Üyesi Ramazan ÇELİK
Dr. Öğr. Üyesi Selen BUTGEL TUNALI
Dr. Öğr. Üyesi Şafak ŞAHİN
Dr. Öğr. Üyesi Vefalı ENSER
Öğr. Gör. Dr. Yasin ÖZTÜRK
Dr. Bekir KESKİN
Dr. Nesrin ÖĞÜT
Dr. İsmail GÜNEŞ
Dr. Ömer VATANARTIRAN
Öğr. Gör. Caner ÖZARSLAN
Öğr. Gör. Serdar OKAN
Arş. Gör. Ezgi GÜNEŞ
Arş. Gör. Mesut YILMAZ
Arş. Gör. Selime GÜMÜŞ
Abuzer ÇETİNKAYA
A. İlker ONUK
Çiğdem İNCE AYAYDIN
Gamze DAMGACI
İbrahim ÇELİK
Müge KÜÇÜKVARDAR

İKSAD
Publishing House

Copyright © 2022 by iksad publishing house
All rights reserved. No part of this publication may be reproduced, distributed or transmitted in any form or by any means, including photocopying, recording or other electronic or mechanical methods, without the prior written permission of the publisher, except in the case of brief quotations embodied in critical reviews and certain other noncommercial uses permitted by copyright law. Institution of Economic Development and Social Researches Publications®
(The Licence Number of Publicator: 2014/31220)
TURKEY TR: +90 342 606 06 75
USA: +1 631 685 0 853
E mail: iksadyayinevi@gmail.com
www.iksadyayinevi.com

It is responsibility of the author to abide by the publishing ethics rules.
Iksad Publications – 2022©

ISBN: 978-625-8405-29-3
Cover Design: İbrahim KAYA
March / 2022
Ankara / Turkey
Size = 16x24 cm

İÇİNDEKİLER

EDİTÖRDEN
ÖNSÖZ
Prof. Dr. Nilüfer SEZER……...1

BÖLÜM 1
İNTERNETTE GÖZETİM İLE İLGİLİ TARTIŞMALAR
Dr. Öğr. Üyesi Ramazan ÇELİK……..3

BÖLÜM 2
SİYASAL HALKLA İLİŞKİLERDE GÜNDEM BELİRLEME: TWITTER ÜZERİNDEN BİR ANALİZ
Dr. Öğr. Üyesi Hikmet TOSYALI……...……...33

CHAPTER 3
THE PLACE AND IMPORTANCE OF COMMUNICATION TECHNOLOGIES IN LANGUAGE EDUCATION, COMMUNICATION TECHNOLOGIES IN LEARNING TURKISH AS A SECOND LANGUAGE PLACE AND THE IMPORTANCE
Assist. Prof. Dr. Nimet HARMANCI
Assoc. Prof. Dr. Feriha Dikmen DELİCEIRMAK……...……..69

BÖLÜM 4
ÇOCUK GÖÇMENLER ve SİNEMA BAĞLAMINDA "KEFERNAHUM" ve "MİSAFİR" FİLMLERİNİN GÖSTERGEBİLİMSEL ANALİZİ
Doç. Dr. Beyler YETKİNER
Dr. Öğr. Üyesi Vefalı ENSER…….....117

BÖLÜM 5
KORUNMA MOTİVASYONU TEORİSİ'NE GÖRE KAMU SPOTLARINDA KORKU ÇEKİCİLİĞİNİN KULLANIMINA YÖNELİK BİR ANALİZ
Dr. Öğr. Üyesi Selen BUTGEL TUNALI.....143

BÖLÜM 6
COVID-19 PANDEMİ KAYGISI VE SOSYAL MEDYA BAĞIMLILIĞI: ÜNİVERSİTE ÖĞRENCİLERİ ÜZERİNE BİR ARAŞTIRMA
Doç. Dr. Fulya ERENDAĞ SÜMER
Gamze DAMGACI
Doç. Dr. Çiğdem KARAKAYA……..171

BÖLÜM 7
KADIN SEÇMENLERİN TERCİHİNDE MEDYA KULLANIMININ VE ADAYIN ETKİSİ ÜZERİNE AMPİRİK BİR ARAŞTIRMA
Doç. Dr. Mustafa İNCE
Dr. Öğr. Üyesi Mevlüt Can KOÇAK
Arş. Gör. Mesut YILMAZ……....191

BÖLÜM 8
KİŞİSEL BAKIM ÜRÜNLERİ KATEGORİSİNDE Z KUŞAĞININA YÖNELİK İDOL- TOHUMLAMA STRATEJİLERİ ÇERÇEVESİNDE BİR ANALİZ
Dr. Öğr. Üyesi Hande BİLSEL
Müge KÜÇÜKVARDAR…….....221

BÖLÜM 9
SOSYAL SORUMLULUK REKLAMLARI ÜZERİNDEN KURUMSAL KİMLİK SUNUMU
Öğr. Gör. Caner ÖZARSLAN
Prof. Dr. Derya ÖCAL……..265

BÖLÜM 10
MEDYA OKURYAZARLIĞININ GEREKLİLİĞİ: 'MAVİ BALİNA' OYUNU HABERLERİNİN İNCELENMESİ
Dr. Öğr. Üyesi Betül SABAHÇI.....293

BÖLÜM 11
KÜLTÜRLER ARASI İLETİŞİM VE YENİ MEDYA
Dr. Nesrin ÖĞÜT……..315

BÖLÜM 12
COVID-19 PANDEMİSİNDE UZAKTAN EĞİTİM SİSTEMİNDE YAŞANAN SORUNLARIN TELEVİZYON HABERLERİNDE SUNUMU: FOX TV ve SHOW TV ÖRNEĞİ
Abuzer ÇETİNKAYA
Dr. Öğr. Üyesi Bahar ÖZTÜRK……...343

BÖLÜM 13
DİJİTAL DİPLOMASİ VE DEVLETLER ARASI İLETİŞİMSEL EYLEMİN DÖNÜŞÜMÜ
Dr. Ömer VATANARTIRAN……...393

BÖLÜM 14
BİR MARKA ÖZELİNDE FACEBOOK VE INSTAGRAM SOSYAL MEDYA UYGULAMALARININ TİCARİ KULLANIMININ DEĞERLENDİRİLMESİ
Dr. Öğr. Üyesi Gökhan KUZUCANLI
A. İlker ONUK……..415

CHAPTER 15
METAVERSE 101
UNDER THE THEORY OF DIFFUSION OF INNOVATIONS
Assist Prof. Görkem İLDAŞ…….....433

BÖLÜM 16
GENDER, CONSUMPTION AND VALUES: THE EXAMPLE OF AMERICAN LIFESTYLE MAGAZINES
Prof. Dr. Şahinde YAVUZ……....475

BÖLÜM 17
DİJİTAL YAYIN PLATFORMLARININ POPÜLER KÜLTÜRE ETKİLERİ ÜZERİNE BİR DEĞERLENDİRME: NETFLIX SQUID GAME ÖRNEĞİ
Arş. Gör. Ezgi GÜNEŞ…….519

BÖLÜM 18
HAKİKAT SONRASI ÇAĞDA SOSYAL AĞLARIN YANKI ODASI ETKİSİ
Arş. Gör. Selime GÜMÜŞ……...553

BÖLÜM 19
REKLAMCILIKTA BİREYSEL VE ORGANİZASYONEL YARATICILIĞA TEORİK YAKLAŞIMLAR
Dr. Öğr. Üyesi, Şafak ŞAHİN……...587

BÖLÜM 20
XXI.YÜZYILDA YENİ BİR ŞİDDET TÜRÜ: ÇEVRİMİÇİ ZORBALIK
Prof. Dr. Nilüfer SEZER
Prof. Dr. Nuray YILMAZ SERT……..609

BÖLÜM 21
BİR META ANALİZ: HİZMET KALİTESİ VE MÜŞTERİ MEMNUNİYETİ
Öğr. Gör. Serdar OKAN……...649

BÖLÜM 22
ÇAĞRI MERKEZİ VERİLERİNİN KAMUSAL TALEPLERİN BELİRLENMESİ VE HİZMETLERİN ETKİN SUNUMUNDA KULLANILMASI: ADANA BÜYÜKŞEHİR BELEDİYESİ ÖRNEĞİ
Dr. İsmail GÜNEŞ……....681

BÖLÜM 23
EVRİMLEŞEN SANAT: DİJİTAL SANATLAR
Dr. Bekir KESKİN……....715

BÖLÜM 24
AİLE MOTİVASYONU, İÇSEL MOTİVASYON, ÇALIŞAN ENERJİSİ, İŞ PERFORMANSI VE İŞTEN AYRILMA NİYETİ ETKİLEŞİMİNE KURAMSAL BİR BAKIŞ
Çiğdem İNCE AYAYDIN……....735

BÖLÜM 25
TÜRKİYE'DE DEVLET VE VAKIF ÜNİVERSİTELERİNİN SOSYAL MEDYADAKİ ETKİLEŞİM PERFORMANSLARININ KARŞILAŞTIRMALI BİR ANALİZİ: INSTAGRAM ÖRNEĞİ
Dr. Öğr. Üyesi Fatih GÜRSES
İbrahim ÇELİK……....755

BÖLÜM 22

ÇAĞRI MERKEZİ VERİLERİNİN KAMUSAL TALEPLERİN BELİRLENMESİ VE HİZMETLERİN ETKİN SUNUMUNDA KULLANILMASI: ADANA BÜYÜKŞEHİR BELEDİYESİ ÖRNEĞİ

Dr. İsmail GÜNEŞ[1]

1 Çukurova Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, Maliye Bölümü, ismailgunes@cu.edu.tr, Orcid No: 0000-0001-9048-9433

GİRİŞ

Yedi gün yirmi dört saat kesintisiz olarak yılın tamamında hizmet veren çağrı merkezleri vatandaşlar tarafından iletilen şikâyet, talep veya önerilerini hızlıca değerlendirerek hızlıca sonuçlandırmaya, vatandaştan gelen sorulara yanıt vermeye, doğrudan iletişim kurmaya ve yönetmeye olanak sağlayan çalışma birimleridir (Mert,2017:134).

Teknolojide yaşanan gelişmelerle beraber üretim ve hizmetlerde de hızlı ilerlemeler kaydedilmiştir. Bunun sonucunda özellikle 20. yüzyılın sonlarında yeni çalışma alanları ortaya çıkmıştır. Firmalar yaşanan yoğun rekabet altında müşterilerine sundukları hizmet ve ürünleri hızlı ve etkin sunabilmek için yeni yöntemler geliştirmişlerdir. Bu bağlamda özel sektörde üretici ve tüketici müşteri, kamu sektöründe de hizmet sunan kamu kurumları ve hizmet alan vatandaşlar arasında sınırları ortadan kaldıran çağrı merkezi birimleri en önemli çözüm yöntemleri arasında yer almaya başlamıştır. Hızla değişen çevreye uyum ve vatandaş taleplerine yeterli ölçüde cevap verilmesi zorunluluğu, değişiklikleri önceden tahmin etmeyi ve bu değişikliklere uyum sağlamayı gerektirmektedir (Türk, 2008: 59, Aydoğan ve Semiz, 2004:116).

1960'ların sonlarından itibaren çağrı merkezleri dünyada hızla yaygınlaşmaya başlamıştır. Başlangıçta sadece müşterilerden gelen şikâyet ve isteklere yanıt verme şeklinde çalışan sistem, ilerleyen süreçte pek çok alanda yaygınlaşmıştır (Polat ve Tellan, 2015,117). 1990'lı yıllarda ön plana çıkan küreselleşme akımıyla birlikte iyi

yönetişim, organizasyonların bilgi temelli hareket etmesi, uluslararası rekabet ve iletişim teknolojilerindeki hızlı gelişmeler, başta kamu olmak üzere tüm organizasyon türlerinin yapılandırmaları ve işleyişleri üzerinde köklü sayılabilecek değişikliklere yol açmıştır (Polat ve Tellan, 2015,117, Koçel, 2001:188). Bilgi teknolojileri, kamu hizmetlerinin etkin ve verimli sunumunun sağlanması, vatandaş memnuniyetini artırma, organizasyonla ilgili süreçleri, yapıları, iş görme şekillerini, insan kaynakları sistemini ve karar alma süreçlerini değiştirmektedir. Bu süreçte kurumlar daha çok bilgiye dayalı, hiyerarşik açıdan daha yatay ve görevlerin uzmanlar tarafından yerine getirildiği, görev eksenli kurumlara dönüşmektedirler. Bu süreçte bireysel çalışmadan çok, takım çalışması ön plana çıkmaktadır (Drucker, 1988: 117).

Kamu kurumları yaşanan bu teknolojik gelişmelerin gerisinde kalamamıştır. Stratejik yönetim anlayışının kamu sektöründe de kullanılması ile beraber klasik devlet anlayışında yer bulamayan çağrı merkezi gibi yeni uygulamalar kamusal alanda uygulanmaya başlanmıştır. Kuşku yok ki çağrı merkezlerinin kamu sektöründe yaygınlaşmasını ve bu sürecin hızlanmasını sağlayan ana etmen internet olmuştur. Bu dönemde ön plana çıkan kamu kurumlarının hesap verebilmesi ve şeffaf olması gibi yönetimsel yaklaşımlar vatandaşla doğrudan iletişimin önemini artırmıştır. Bunun sonucunda çağrı merkezlerinin hizmetleri vatandaşa doğrudan erişme, sorunlarını çözmede önemli bir araç olarak yerini almıştır. İlk çağrı merkezi uygulaması 1990'lı yıllarda amatörce başlamış olsa da 2000'li yıllarda

belediyelerin öncülük yapması sonucunda gelişerek, zamanla neredeyse tüm kamu kurumlarının vazgeçilmez bir hizmet aracı haline gelmiştir (Mert, 2017:135).

Taraflar arasında karşılıklı etkileşimin sağlandığı çağrı merkezleri sayesinde vatandaşlar kamusal hizmetlerden hızlı ve doğru şekilde haberdar olabilmekte ve işlemler yapabilmektedir. Vatandaş ve kurum açısından teknoloji aracılığı ile hızlı ve etkin bir iletişim süreci sağlanmaktadır. Özel sektörde müşteri, kamu sektöründe vatandaş ifadesini öncelikli olarak isimlendiren "çağrı merkezi", "etkileşim merkezi", "temas merkezi", "temas bölgesi", iletişim merkezi", "bilgi masası", "danışma merkezi", "yardım masası", "bilgi merkezi", "haberleşme merkezi", "destek merkezi", "hizmet merkezi", "bilgilendirme hattı" gibi farklı isimlerle anılan masalar özünde aynı işlevleri yerine getiren birimlerdir. Çağrı merkezi ifadesi, tüm bu tür isimlendirmeleri ifade etmek üzere kullanılmaktadır. Bu merkezler ilk kurulduğunda temel amaçları personel maliyetinin azaltılması ve iş verimliliğini artırmak iken günümüzde bu sistem, vatandaş/müşteri ile geniş kapsamlı şekilde her türlü iletişim ağının kurulduğu geniş bir hizmet alanına dönüşmüştür (Mert, 2017: 137, Brown ve Maxwell 2002, Kohen 2002: 2).

Yerel yönetimler halka en yakın yönetim birimi olarak kabul edilmektedir. Yine vatandaş ile yönetim arasındaki bu yakınlık halkın karar verici birimlere erişimini kolaylaştırmakta, vatandaş katılımına olanak sağlayarak demokratik yönelimleri güçlendirmektedir. Yerel yönetimlerde seçilmişlerin başarılı olabilmesi büyük ölçüde yönetimin,

halkın beklentilerini doğru tespit ederek, öğrenerek buna uygun şekilde hizmet sunmasına bağlıdır. "Haberdar değilsen yönetemezsin" deyişi de halkın beklentilerini öğrenmenin, kamusal tercihleri tespit edebilmenin önemine vurgu yapmaktadır.

Yerel yönetimlerin belirledikleri hizmet sunum önceliklerini vatandaşların beklentilerini karşılayacak şekilde sunması gerekmektedir. Bu anlayış, yerel yönetimleri yerel hemşerilerine karşı çok daha fazla duyarlı ve sorumlu bir konuma taşımaktadır. Kökü Roma İmparatorluğuna kadar giden ünlü "Vox populi, vox Dei" (halkın sesi Tanrının sesidir) özdeyişi gerçek uygulamasını ve işlevini yerel yönetimlerde bulmaktadır (Sezgin ve Özbay, 2016, 200, Yalçındağ, 1996:27-29).

Hukuk devletinin olmazsa olmaz koşullarından birisi yönetenlerin, yönetilenlere karşı sorumlu olması, açıklık ve şeffaflık içinde hareket etmesidir (Aliefendioğlu, 2001: 33). Devletin her kademesindeki çalışmalarda ve kararların alınmasında vatandaşla yakın temas sağlamak zorunludur (TODAİE, 1966: 55). Bunun anlamı tavandan tabana doğru yönetim anlayışı yerine, yönetimde vatandaşın da söz sahibi olması ve vatandaşla yakın ilişkiler kurulmasıdır (Metin ve Altunok, 2002: 80).

Genel olarak vatandaşların gereksinimlerinin büyük bir kısmı yerel yönetimlerde sunulmaktadır. Bu nedenle pek çok kamu hizmetinin noksan veya arzu edilen düzeyde sunulmaması durumunda çoğu kez yetki paylaşımına bakmaksızın kendine yakın buldukları belediyeleri

sorumlu tutmuştur. Yerel yönetimler, halkın gereksinimlerinin beklenti ve isteklerinin ne olduğunu hemşerilerinden öğrenmek ve aldıkları bilgiye göre hizmet politikalarını ve uygulamalarını halkın taleplerine göre uyarlamak zorundadırlar. Vatandaşların günün her saatinde çağrı merkezlerine ulaşarak sorun, talep ve önerilerini zaman kaybetmeden aktarabilmesi, kuruma yönelik olumlu algıya sahip olmasında önemli düzeyde destek sağlamaktadır. Bu durum, belediye ile vatandaş arasında araç olan çağrı merkezlerini stratejik bir noktaya taşımaktadır.

Çağrı merkezleri vatandaş memnuniyetinin sağlanmasının önemli araçlarındandır. Vatandaşlar, günün herhangi bir saatinde kuruma gitmeden sorun ve şikâyetlerini dile getirebilmekte, hatta işlemlerini yapabilmektedir. Vatandaşların sorunlarına kısa zamanda çözüm bulunması veya sürecin anlatılması kurum ile ilgili olumlu algıyı beraberinde getirecektir. Bu süreçte çağrı merkezi temsilcilerinin iyi eğitilmiş ve kurumu tanıyan kişilerden oluşması önem kazanmaktadır.

1.YEREL YÖNETİMLERDE ÇAĞRI MERKEZİNİN FAYDALARI

Çağrı merkezi belediye ve vatandaş arasında bir iletişim köprüsüdür. Belediye ve Vatandaşlar arasında çağrı merkezi desteği ile güçlenen ilişkiler sayesinde, vatandaş memnuniyeti arttırılabilir.

Halka yakınlık ilkesi ve coğrafi olarak daha küçük alanlarda hizmet sunulması nedeniyle hemşerileri ile yakın iletişim içerisinde olması gereken belediyeler, halkla ilişkiler konusuna diğer kurumlara nazaran daha fazla önem vermektedir. Çağdaş belediyecilik yaklaşımı şeffaf

yönetim anlayışı ile çalışan ve çift yönlü iletişimi temel alan, katılımcılığı destekleyen hizmet anlayışını ön plana çıkarmaktadır. Temel amaç ise belediye hizmetlerinin ana öğesi olan vatandaşın memnuniyetinin sağlanmasıdır. Bunların yanı sıra çağrı merkezlerinin yerel yönetimlere katkıları şu şekilde ifade edilebilir.

Bürokrasiyi ve İş Yükünü Azaltmak: Vatandaş, kamu kurumunda bir sorunla karşılaştığında o sorunun çözülmesi için hemen tanıdık bir yetkili arama ihtiyacı hissetmektedir. Hizmet veren belediye birimlerinde aşırı yığılmalar oluşabilmektedir. Çağrı merkezleri bir telefon ile vatandaşın Belediye'ye ulaşmasını sağlarken, bürokrasi üzerindeki yükü azaltmaktadır. Her gün binlerce çağrı alan bir belediyede çağrı merkezine gelen talep ve şikâyetlerin önemli bir kısmının fiziksel olarak belediye mekânlarına geliş ve gidişlerinin yaratacağı maliyetler düşünüldüğünde çağrı merkezlerinin bürokrasiyi azaltıcı yönü daha net anlaşılabilir.

Zaman Kaybını Önlemek: Vatandaşların hizmet sunan idareye giderek yazılı talepte bulunması zamanın çok kıymetli olduğu günümüzde kişinin değerli zamanının bir bölümünden fedakârlık yapmasını gerekli kılmaktadır. Bazen bu sorunlar çok basit çözülebilen konular da olabilmektedir. Kurum ve vatandaş açısından zamanın etkin kullanımı konusunda çağrı merkezleri önemli roller üstlenmektedir.

Aracıların Ortadan Kaldırılması: Vatandaş kamu kurumlarında bir zorlukla karşılaştığında, bu zorluğun giderilmesin işinin halledilmesi için aracılar bulma arayışına girebilmektedir. Çağrı merkezleri talep ve

şikâyetlerin aracısız ve doğrudan belediye yönetimine iletilmesini sağlamaktadır.

Belediye Halk Kaynaşmasını Sağlamak: Yerel yönetimlerde yürütme görevini yapan başkan ve karar alıcı konumda bulunan meclis üyeleri halkın oyları ile seçilmektedir. Seçilmişlerin kalıcılığı ve kurumun algısı vatandaşlar ile arasında kuracağı sağlıklı ve sürdürülebilir iletime bağlıdır. Çağrı merkezleri bu anlamda belediyelere tüm vatandaşlara eşit hizmet sunma, hiçbir siyasi, ideolojik veya etnik, inançsal ayırım yapmadan, her türlü kayırmacılıktan uzak halkın talep, şikâyet ve önerilerini ayrımsız şekilde alabilme olanağı vermektedir.

Kurum İçi Denetimi Sağlamak: Özellikle Büyükşehir belediyelerinin personel sayıları diğer yerel yönetim kuruluşlarına göre daha fazladır. Her kurumda olabileceği gibi bu kurumlarda da zaman zaman görev ve yetkilerini yerine getirmede ihmali olanlar bulunabilmektedir. Vatandaşın karşılaştığı bu durumları iletebileceği hızlı bir kanalın varlığı kurum içi denetim mekanizmasını da işler kılmaktadır.

Halkın Denetimini Artırmak: Şeffaflık ve saydamlık demokratik ve çağdaş bir yönetimin temel unsurlarıdır. Kararların kent veya belde sakinleri ile paylaşılması konuşulması ve belirli bir uzlaşma sağlandıktan sonra uygulamaya konulması durumunda bu anlayışta bir yönetim sorunların çözümünü geciktirmez, tersine daha sağlıklı ve doğru olan çözüm yoluna ulaşılır. Halkın denetimi ve gözetimi yerel yönetimleri daha iyi çalışma konusunda teşvik etmektedir.

2. ÇAĞRI MERKEZİ HİZMETİNİN İŞLEVLERİ

Çağrı merkezinin başlıca işlevleri şunlardır (Yalçındağ, 1996, 103-107, Kuban ve Yalım,2013:61);

- Belediyeyi ve hizmetlerini tanıtmak, hizmetler konusunda halkı bilgilendirmek,
- Vatandaş taleplerini ilgili birimlere ileterek hızlı çözümler sunmak,
- Anında çözümler üreterek bürokrasiyi azaltmak ve iş akış sürelerini kısaltmak,
- Vatandaşların öncelik ve tercihlerini belirlemek,
- Kentin hepsinin veya bir bölümünün hizmet taleplerini belirlemek,
- Vatandaşı yakından tanıma, beklentilerini öğrenme ve bu beklentilere yönelik hizmet vermek,
- Belediyenin verdiği hizmetin özellikleri ve kalitesi hakkında halkın düşüncelerini öğrenmek,
- Belediye Hizmetlerinin vatandaşın fikirlerinin de alınarak daha katılımcı anlayışla sunulmasının sağlanması,
- Hizmetlerden yararlanan halkın olumlu ya da olumsuz tecrübelerini öğrenmek,
- Belediye hizmetlerinin halka sağladığı faydalar veya çıkardığı sorunları bilmek,
- Belediyenin halkın gözündeki algısını anlamak,
- Halkın belediye hakkında yanlış algılar edinmesini önlemek,

- Vatandaşların yasalara uymasına katkı sağlamak, hizmetlere gönüllü katılmasını sağlamak,
- Belediye hizmetlerinin sunumunda etkililiği ve verimliliği arttırmak,
- Vatandaşların belediye tarafından daha iyi ya da farklı sunulmasını istediği hizmetleri belirlemektir.

Halkın beklentilerinin tespiti ve buna uygun hizmet sunumu çalışmaların başarıya ulaşması için ön koşuldur. Belediyeler sakinlerinin ihtiyaçlarının ve beklentilerinin ne olduğunu halktan öğrenmek ve bu bilgileri analiz ederek halkın isteklerine göre uyarlamalar yapmalıdır. Doğru bilgi, sunulan hizmetin kalitesini dolayısıyla halkın memnuniyetini arttırmaktadır. Halkın istek ve beklentilerinin çok iyi bilinmesi ve halkın her yönüyle çok iyi tanınması halkla ilişkiler faaliyetlerinde ve belediyenin hizmet alanlarında önemli bir rehber olmaktadır.

3. ÖRNEK İNCELEME: ADANA BÜYÜKŞEHİR BELEDİYESİ ALO 153 ÇAĞRI MERKEZİ

Adana BŞB Çağrı merkezi Alo 153 faaliyetlerine 2013 Ocak ayında başlamıştır. Haftanın 7 günü 24 saat kesintisiz olarak hizmet vererek, vatandaşlardan gelen talep ve şikâyetlerin ilgili birimlere iletilmesi ve sorunların çözülmesini takip etmek görevini yerine getirmektedir. Alo 153 Çağrı Merkezi genel olarak vatandaş memnuniyetini ön planda tutarak vatandaşla belediye arasında köprü vazifesi görmeyi hedeflemektedir.

Kişisel yardım ve destek için belediyeye müracaat eden vatandaşların sorunlarını dinleme, yasal düzenlemeler ile ilgili bilgi verme ve ilgili kurumlara yönlendirme gibi sorumlulukları da üstlenen "153", bu işleviyle "dinleme mekanizması" görevini yerine getirerek, belediyeye ait diğer birimlerin üzerindeki bürokratik yükü hafifleten bir "süzgeç" görevi görmektedir. Gelen çağrılar, operatörler tarafından kayıt altına alınarak, otomasyon sistemi üzerinden belediyenin birimlerine ve imzalanan protokolle ilçe belediyelerine, vatandaş bilgilerinin gizliliği esas alınarak, güvenli ve sağlıklı bir şekilde aktarımını sağlamaktadır. İlgili kişiler tarafından cevaplanan çağrıların geri bildirimi ise çağrı merkezinde görevli olan "geri bildirim" personelleri tarafından gerçekleştirilmektedir.

Çağrı merkezinde kalite ve vatandaş memnuniyetini yüksek tutmak amacıyla kalite birimi kurulmuş olup gelen çağrıların yaklaşık %10 u dinlenerek, gerekli raporlamalar sonucunda, operatörlere gerekli geri bildirimler ve bu verilere dayanarak hizmet içi eğitimler verilmektedir. Birime bağlı çalışan gezici ekip sahada vatandaşın talep/şikâyetlerini raporlayıp birimlere iletmektedir. Aynı şekilde telsiz merkezi, sosyal medya izlemesi ve WhatsApp hattına gelen talep ve şikayetler çağrı merkezine aktarılmaktadır. Alınan talepler doğrultusunda günlük olarak yapılan bir kamuoyu araştırması gibi yeni veriler sağlandığı düşünülebilir. Belirli zaman aralıkları ile hazırlanan raporlarla hizmet dağılımındaki eksikliklerin belirlenmesi amaçlanmaktadır. Çağrı merkezi birimler arası koordinasyon oluşturulmasında vatandaştan gelen talep ve şikâyetlerin ilgili birimlere iletilmesi sağlanmaktadır.

Aynı zamanda çağrı merkezlerinin, tüm daire ve birimlere bilgi aktarımı sağlaması nedeniyle özel bir konumu vardır. Talep ve şikâyetlerle ilgili süreç ilgili daire tarafından yürütülmektedir. İlgili dairelerin günlük ve anlık olarak bu verileri takip ederek hızlı çözüm bulması ve geri dönüş sağlaması vatandaş memnuniyetini artıracak en önemli etken olarak düşünülebilir.

Sorunların çözüme kavuşturulması neticesinde vatandaşa gerekli bilgi akışını sağlamak çağrı merkezinin görevi olmakla beraber bu görevi yeterli düzeyde yerine getirebilmesi, ilgili birimlerden sağlıklı ve düzenli bilgi akışına sahip olması ile mümkündür. Çağrı merkezi bu anlamda birimler arası koordinasyonu sağlarken talep ve şikâyetleri hızlı bir şekilde yanıtlanması veya çözümlenmesi için kurum içi denetleme işlevini de yerine getirmektedir.

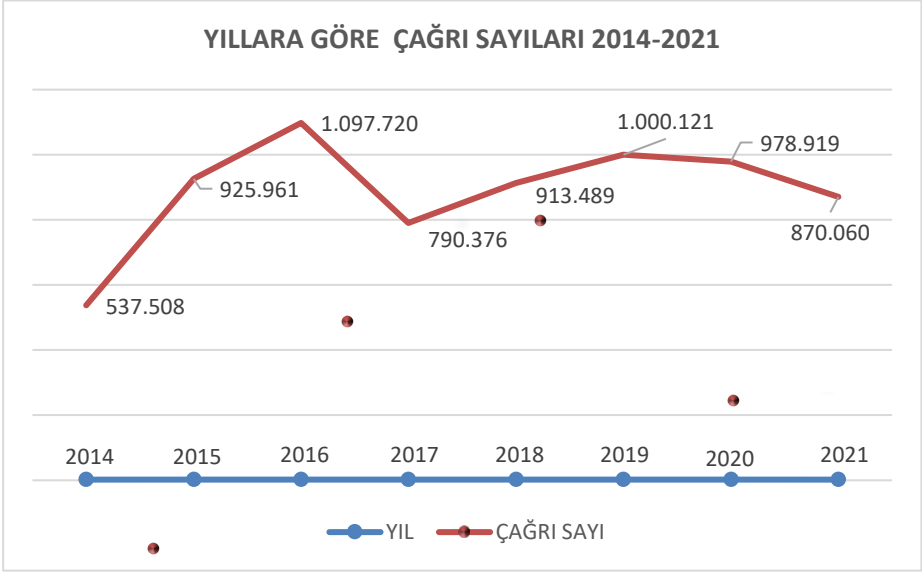
Adana BŞB Çağrı merkezi sadece şikâyet, istek ve beklentilerin dile getirildiği bir şikâyet hattı/başvuru noktası/danışma merkezi mekanizması olarak çalışmamakta; aynı zamanda vatandaşın doğru bilgilendirildiği, belediyenin hizmetleri hakkında bilgi sahibi olduğu çift yönlü bir iletişim mekanizması görevi de üstlenerek, anlık çözümler üretmektedir. Acil durumlarda (doğal afet, vb.) bir belediyenin kriz masası kapsamında ilk irtibat noktası olarak hizmet vermektedir. Covid-19 salgın hastalık döneminde maske, gıda, yaşlıların ve evden çıkamayan vatandaşların ilaç ve yemek gereksinimlerini karşılama gibi alanlarda hizmet sunmuştur.

Vatandaş beklentileri her geçen gün artış gösterirken, çağrı merkezlerinin ürettiği veriyi doğru analiz etmek, aynı zamanda çağrı merkezinin hizmet kalitesinin artmasında kilit rol oynamaktadır. Günümüzde iletişim merkezleri olarak da tanımlanan çağrı merkezlerinde her gün binlerce satır veri işlenmektedir. Yapılan işlemlerin sayısı, servis seviyesi, müşteri memnuniyet anketi, kalite değerlendirme skoru, devamsızlık, verimlilik, ilk temasta çözüm, ortalama konuşma süresi gibi onlarca metrik ve bu metriklerin Temel Performans Göstergeleri (KPI) arasında doğrudan veya dolaylı ilişkileri bulunmaktadır.

Bu verilerin doğru okunarak anlamlı sonuçlar üretilmesi gerekmektedir. Çalışmamızda Adana BŞB Çağrı Merkezi Alo 153 servisine gelen veriler temel alınarak kamu hizmetlerinin etkin ve verimli hizmet sunumuna ilişkin genel tespitler ve önermelerde bulunulmuştur. Öncelikle yıllık olarak gelen çağrı sayısına bakıldığında son sekiz yılın ortalaması 889.269, son beş yılın ortalaması ise 910.593'dür. Çağrı merkezinin hizmete girdiği 2014 yılından bu yana en fazla çağrı 2016 yılında alınmıştır. Bir milyon çağrı sayısının aşıldığı diğer yıl ise 2019 yılı olmuştur.

Tablo-1: Yıllara Göre Çağrı Sayıları

No	Yıl	Nüfus	Çağrı Sayısı	Çağrı/Nüfus Yüzde
1	2014	2.165.595	537.508	0,25
2	2015	2.183.167	925.961	0,42
3	2016	2.201.670	1.097.720	0,50
4	2017	2.216.475	790.376	0,36
5	2018	2.220.125	913.489	0,41
6	2019	2.237.940	1.000.121	0,45
7	2020	2.258.718	978.919	0,43
8	2021	2.276.788	870.060	0,38



Çağrı sayısının nüfusa oranına bakıldığında ise 2016 yılında bu oran %50'ye ulaşmıştır. TÜİK Adrese Dayalı Nüfus Kayıt Sistemi (ADNKS) sonuçlarına göre; Adana ilinde hane halkı büyüklüğü 3,64 dür. Bir kişinin çağrı merkezini araması bazı zamanlarda ailenin

bütününü ilgilendiren bir konu hakkında olabilmektedir. Bu rakamlar neredeyse tüm ailelerin bir şekilde çağrı merkezi ile bir defa teması olduğunu göstermektedir.

İkinci olarak Vatandaşın çağrı merkezini aradığında karşılama süresinin ne kadar olduğuna bakılmıştır. Literatürde bu süre **"Kuyruk Teorisi"** başlığı ile incelenmiştir. Kuyruk teorisi hizmet almak isteyen kişilerin sıra ile beklemesi ve sırası gelenin çağrı alan personelden hizmet alması şeklinde gerçekleşen bir süreçtir. Bu teori belirli performans göstergeleri aracılığıyla etkinliği arttırmayı hedeflemektedir. Kuyruk modelleri ile ilgili ilk çalışma Danimarkalı Mühendis, İstatistikçi ve Matematikçi Agner Krarup Erlang tarafından 1920 yılında gerçekleştirilmiştir. Vatandaşlardan gelen aramaların cevaplandığı çağrı merkezleri de bir kuyruk sistemi olarak çalışmaktadır. Kuyrukta bekleme, hizmet sunan yerlerde sıklıkla ortaya çıkmakta ve beklemelerin zaman alıcı ve fiziksel olarak rahatsız edici olması nedeniyle istenmeyen bir durum olarak değerlendirilmektedir (Keskin, Çolak ve Kostak, 2018: 56-58). Bekleme ve hizmet kalitesinin algısı ile hizmetin değerlendirilmesi arasında da güçlü bir bağlantı bulunmaktadır (Katz, Larson ve Larson, 1991, Marmorstein, Grewal ve Fishe, 1992: 59).

Bekleme sürelerini en aza indirerek vatandaş memnuniyetini arttırmak hizmet veren tüm çağrı merkezlerinin hedefleri arasında yer almaktadır. Adana BŞB Çağrı Merkezi 153 servisinin bekleme süreleri Tablo-2 yardımı ile incelenmiştir. Beklemelerde süreklilik arz eden yapısal bir sorun var mıdır? Beklemeler normal süre sınırları içerisinde midir?

Sorularının yanıtı aranmıştır. çağrıların yoğunlaştığı olağan üstü dönemlerde bekleme sürelerinin artması tüm çağrı merkezlerinde karşılaşılan bir durumdur.

Bir çağrı merkezinde ulaşılabilirlik başlangıç noktasını oluşturur. Çağrı merkezi ulaşılabilir değilse, yapılan diğer tüm olumlu girişimlerin bir önemi yoktur. Kuyrukta çok uzun süre bekletilmiş bir vatandaşı mutlu etmek zor görülmektedir. Hizmet Düzeyi (Service Level) çağrıların % kaçının belirlenen saniyeden önce ele alınması çağrı merkezinin en temel göstergesidir. Bununla ilgili genel bir endüstri standardı söz konusu değildir. Uygulamada genellikle en fazla rastlanan hizmet düzeyi standardı; çağrıların % 80'nin ilk 20 saniyede (80/20), %70'nin ilk 30 saniyede (70/30) cevaplanması olarak değerlendirilmektedir (Çil, 2017:53). 2020 yılında gelen çağrıların %70,6 sına ilk 20 sn. içinde cevap verilmiştir. İlk 40 saniyede bağlanma toplamı % 79,8 düzeyindedir. Bir dakikadan az zamanda bağlantı kurulan vatandaşların oranı % 85,2 düzeyindedir.

Tablo-2: Çağrı Karşılama Süreleri (2018-2021)

	Zaman	**Cevaplanan**	**İptal**	**Toplam**	**Oran(%)**
2018	**00-20 sn**	520144	48463	568607	62.2
	20-40 sn	63661	13303	76964	8.4
	40-60 sn	47298	9445	56743	6.2
	60 sn den büyük	184061	27114	211175	23.1
	Toplam	**815164**	**98325**	**913489**	**100.0**
2019	**Zaman**	**Cevaplanan**	**İptal**	**Toplam**	**Oran(%)**
	00-20 sn	690628	32325	722953	72.3
	20-40 sn	69580	8802	78382	7.8
	40-60 sn	42610	6747	49357	4.9

	60 sn den büyük	126390	23039	149429	14.9
	Toplam	**929208**	**70913**	**1000121**	**100.0**
2020	**Zaman**	**Cevaplanan**	**İptal**	**Toplam**	**Oran(%)**
	00-20 sn	665764	2549	91254	70.6
	20-40 sn	82718	6886	89604	9.2
	40-60 sn	48408	4261	52669	5.4
	60 sn den büyük	13412	11272	145392	14.9
	Toplam	**931010**	**47909**	**978919**	**100.0**
2021	**Zaman**	**Cevaplanan**	**İptal**	**Toplam**	**Oran(%)**
	00-20 sn	661489	20223	681712	78.4
	20-40 sn	60936	5282	66218	7.6
	40-60 sn	36779	3369	40148	4.6
	60 sn den büyük	7425	7732	81982	9.4
	Toplam	**833454**	**36606**	**87060**	**100.0**

2021 yılında ise gelen çağrıların %78,4'üne ilk 20 sn. içinde cevap verilmiştir. İlk 40 saniyede bağlanma toplamı % 86 düzeyindedir. Bir dakikadan daha az zamanda bağlantı kurulanların oranı ise % 90,6 düzeyindedir. TSE'nin önerdiği 1 dakikalık sürede bağlantı sağlanması önerisine büyük oranda uyum sağlanabilmiştir.

60 saniyenin üzerine çıkan çağrıların nedeni ise Nisan 2020 tarihinde Covid-19 salgın hastalığı döneminde Adana BŞB tarafından ihtiyaç sahiplerine dağıtılan gıda kolilerine olan talebinin yoğunlaşmasıdır. Covid-19 salgın hastalığı döneminde çağrı merkezi önemli bir sınav vermiştir. Bir önceki yıl Nisan ayında 72.778 olan çağrı 151.911'e çıkmıştır. Günlük ortalama 2500 civarında seyreden çağrılar, krizle beraber 8 binli rakamların üzerine çıkmıştır. Ani gelişen bu durum karşısında çağrı merkezi çalışma anlayışı da değişime uğrayarak evde

çalışma uygulamasını yaygınlaştırmış ve kriz yönetebilmek amacıyla saatlik yoğunluklara göre çalışan çağrı personeli sayısı sürekli izlenerek güncellenmiştir. Belirli zaman aralıklarında çalışma esasına dayanan sistem yerine ihtiyaç duyulduğunda veya yoğun saatlerde daha çok personel çalıştırarak esnek çalışma sistemi uygulanmış ve başarı sağlanabilmiştir.

2016-2021 yılları aralığındaki veriler Tablo-3 ve 4 yardımıyla incelendiğinde; en çok talep ve şikâyet alan birimlerin en başında Ulaşım Daire Başkanlığı gelmektedir. Ulaşım Hizmetine dair tüm şikayetler Halk otobüsü, metro, dolmuş, belediye otobüsü, duraklar, tarifeler, şoför şikayetleri gibi ayrı alt kodlarda incelenmektedir. Tüm ilgili konular bir araya getirildiğinde çağrı merkezine gelen talep ve şikâyetlerin 2016-2021 yılları Aralığında %50,36'sının ulaşımla ilgili olduğu görülmektedir.

2020 yılında bu oran % 38. 43 ile en düşük düzeyinde gerçekleşmiştir. Bunun nedeni ise pandemi sürecinde okulların kısıtlamalar kapsamında kapatılması ve birçok vatandaşımızın sokağa çıkma yasakları ve pandeminin yarattığı olumsuzluklar nedeniyle düşük çıktığı düşünülmektedir. Bu etkenler altında toplu taşımayı kullanan kişi sayısında önemli düşüşler olmasına karşın %38.43'lük rakam göreceli olarak yüksek kabul edilebilir. Yıllara göre çağrıların dairelere göre dağılımı çağrı merkezinin iş yükünün yarısından fazlasının ulaşım sorunlarından oluştuğu görülmektedir.

Ulaşım sistemleri günümüz teknolojik olanaklarıyla tek merkezden takip edilebilir durumdadır. Metro veya otobüs işletmelerinde anlık verileri ulaşım merkezlerinden izlenebilmektedir. Ulaşım konuların özelliği nedeniyle soru ve yanıtlarına hızlı geri dönüşler yapılabilmesi bir Ulaşım İzleme ve Çağrı Merkezi ile mümkündür. Ulaşım Dairesinin etkin bir biçimde içinde yer almadığı bir yöntemle çağrı merkezinin ulaşım sorunlarına etkili çözüm üretmesi, hız kazandırması, kaliteli dönüş yapması mümkün görünmemektedir. Oluşturulacak Ulaşım Çağrı Merkezinde trafik zabıtasından bir görevlinin de bulunması fayda sağlayabilir.

Tablo-3: Daire Başkanlıklarına Göre Çağrı Sayıları (2016-2021)

BİRİM ADI	2016	2017	2018	2019	2020	2021
Ulaşım Daire Bşk.	568644	432083	463042	541701	376217	455964
Sağlık ve Sos. Hizmetler.	5153	10961	13917	15758	108032	22206
Çevre Koruma ve Kont.	17324	21660	25730	43475	55628	42107
Tarımsal Hizmetler	21389	28964	39811	42906	38204	49712
Zabıta Daire Bşk.	31064	30566	30546	29757	21740	20476
Fen İşleri Daire Bşk.	10380	11066	8932	9324	13533	6564
Yol Yapım Bakım						2956*
Park ve Bahçeler	3023	3080	3153	3570	4810	5642
İşletme ve İştirakler	4861	5107	6328	6105	4602	6324
İştirak Şirketleri	1509	1819	5667	5494	2302	1042
Gençlik ve Spor Hiz.	107	2664	111	222	4888	13192
Mezarlık Daire Bşk.	2619	2597	2546	2747	1842	2884
Kültür ve Sosyal İşler	93	36	29	46	1002	97
Bilgi İşlem Daire	406	826	614	659	891	766

Diğer İlçeler	1787	3160	3607	2480	1752	17555
Muhtarlık İşleri	2014	1809	2700	1279	756	519
Destek Hizmetleri	284	336	356	386	585	580
Özel Kalem Müd.	496	427	427	598	522	490
İmar ve Şehircilik	312	518	464	373	353	364
Makine İkmal	161	98	86	105	343	2362
İtfaiye Daire Bşk.	191	159	150	112	89	75
Emlak ve İstimlak	68	33	34	37	26	43
Çağrı Merkezi	291754	187113	194383	208474	276451	217869
Etüd ve Projeler						271
TOPLAM	1097720	790376	913489	1000121	978919	870060

Tablo-4: Daire Başkanlıklarına Göre Çağrıların Yüzde Dağılımı (2016-2021)

	2016	**2017**	**2018**	**2019**	**2020**	**2021**	**ORT**
Ulaşım	51,80%	54,67%	50,69%	54,16%	38,43%	52,41%	50,36%
Sağlık Ve Sosyal Hiz.	0,47%	1,39%	1,52%	1,58%	11,04%	2,55%	3,09%
Çevre Koruma	1,58%	2,74%	2,82%	4,35%	5,68%	4,84%	3,67%
Tarımsal Kalkınma	1,95%	3,66%	4,36%	4,29%	3,90%	5,71%	3,98%
Zabıta	2,83%	3,87%	3,34%	2,98%	2,22%	2,35%	2,93%
Fen İşleri	0,95%	1,40%	0,98%	0,93%	1,38%	0,75%	1,07%
İlçeler	1,24%	2,10%	1,77%	1,61%	1,86%	2,02%	1,77%
Çağrı Merkezi	37,72%	27,70%	32,04%	27,94%	33,13%	25,04%	30,60%
Diğerleri	1,46%	2,47%	2,48%	2,16%	2,36%	4,33%	2,53%
Toplam	100 %	100 %	100 %	100 %	100 %	100 %	100 %

Adana Büyükşehir Belediyesi Ulaşım Dairesi Başkanlığı'na bağlı Otobüs İşletme Müdürlüğü bünyesinde vatandaşın toplu taşımada karşılaştığı sorunlara anında çözüm getirebilmek amacıyla Ulaşım İzleme ve Çağrı Merkezi benzeri bir yapılandırmaya gitmesinin faydalı olabileceği düşünülmektedir. Ulaşım özel bir uzmanlık alanıdır. Bu

alanda uzmanlığı olan kişilerin vatandaşlar ile muhatap olması daha yüksek bir vatandaş memnuniyeti sağlayabilir. 2021 yılında hizmet türüne göre gelen çağrılar içerisinde Ulaşımı ilgilendiren başlıklar detaylı olarak Tablo-5 yardımıyla analiz edilebilir.

Tablo-5 bize ulaşıma dair ana sorunun anlık bilgi akışı sağlamak ve bu akışı değişik kanallardan vatandaşa iletmek konusunda olduğunu göstermektedir. Bu sorunun çözümü için Ulaşım İzleme ve Çağrı Merkezi, otobüs şoförleri, Makine İkmal Daire Başkanlığı, Otobüs Şube Müdürlüğünün sürekli koordinasyon içinde olması gerekmektedir. En fazla talep ve şikâyetin metro ve otobüs hat bilgileriyle ilgili olması yapısal bir sorundan daha ziyade yönetimsel bir soruna işaret etmektedir.

Bu konunun kalıcı şekilde çözümlenmesi durumunda çağrı merkezinin iş gücü yüzde elli oranında azalacaktır. Bu ise çağrı merkezine başvuru yapan vatandaşların daha hızlı hizmet alması, sunulan diğer hizmetler için alan açılması anlamı taşır. Ulaşım sistemlerine dair genel bir koordinasyon ve bilgilendirme sorunun varlığı gözlemlenmektedir. Hizmet kalitesinin artırılması için mutlaka ulaşımdan kaynaklanan bu sorunun giderilmesi gerekmektedir.

Tablo-5: Ulaşım Hizmetlerini İlgilendiren Başvurular ve Türleri 2021

S.NO	HİZMET ADI	SAYI	Toplam İçinde Payı	Ulaşım İçinde Payı
1	Belediye Otobüsü Metro Hat Saat Bilgi	370.604	42,6%	90,8%
2	Belediye Otobüsü-Şoför Şikayeti	9.842	1,1%	2,4%
3	Belediye Otobüsü-Durakta Durmama Şikayeti	7.491	0,9%	1,8%
4	Belediye Otobüsü-Tarifeye Uymama Şikayeti	5.053	0,6%	1,2%
5	Belediye Otobüsü-Hat Araç Sayısı Arttırma Talebi	4.490	0,5%	1,1%
6	Özel Halk Otobüsü-Şoför Şikayeti	4.158	0,5%	1,0%
7	Dolmuş-Şoför Şikayeti	4.026	0,5%	1,0%
8	Belediye Otobüsü-Araç Arıza,Konfor Ve Bakım Problemi	1.619	0,2%	0,4%
9	Belediye Otobüsü-Tarife Değişikliği Talebi	1.080	0,1%	0,3%
	Toplam	408.363	46,9%	100,0%

Toplu taşımacılık sistemleri yerel yönetimlerin en önemli görevlerinden biridir. Ulaşım sistemlerinin konforlu ve güvenli olması beklenir. Bunu sağlarken kentin doğal ve tarihi dokusunu bozmadan altyapı ve üstyapı hizmetlerinin aksatmadan bu hizmetin yerine getirilmesi gerekir.

Çağrı Merkezi verilerini incelediğimizde belediye otobüslerinin duraklarda durmama şikâyetinin 7 bini aşkın şikâyete konu olması dikkat çekicidir. Bu konuda görüşlerine başvurduğumuz şoförlerden Belediye Otobüs duraklarının işgal edilmesi, park alanlarının kullanımı nedeniyle otobüsün durağa girecek kadar geniş alanın bırakılmadığını bu nedenle otobüsün giriş çıkış yapamadığı ifade edilmiştir.

Yolcuların güvenli şekilde inip binmelerini sağlayacak süre ortalama 40 saniyedir. Duraklara girişi engelleyen gelişi güzel park yapılmış araçlar nedeniyle durağa yanaşamayan otobüsler trafiği durdurarak yolcusunu almak zorunda kalmaktadır. Bu durum tarik akışını etkileyebilmektedir. Belediye otobüsü dışındaki dolmuş ve halk otobüslerinin de durak dışında yolcu alma ve indirmeleri oldukça yaygın gözlenmektedir. Gecikmelerden veya başka nedenlerden kaynaklı tarifeye uymama ve belediye otobüsü şoförünün şikâyet edilmesi de 9800 düzeylerindedir.

Tablo-6'da 2021 yılında hizmet türüne göre gelen çağrılar içerisinde ön plana çıkan çağrı türleri yer almaktadır.

Tablo -6 Hizmet türlerine göre 2021 yılında En çok alınan 10 Çağrı

S.No	Hizmet Adı	Sayı	
1	Belediye Otobüsü Metro Hat Saat Bilgi	370.604	42,6%
2	İlk Kontakta Çözüm	130.386	15,0%
3	İlaçlama	36.450	4,2%
4	Yaralı Hayvan Sağlığı	31.376	3,6%
5	Eski Kayıt Bilgisi	25.345	2,9%
6	Askom Yönlendirme	15.590	1,8%
7	İptal Kayıt Geri Bildirim	15.498	1,8%
8	Hayvan Barınağı-Hayvan Toplama	14.716	1,7%
9	Aktarma-Sessiz Çağrı-Hattan Düşme-Eksik Adres	13.877	1,6%
10	Telefon-Adres Bilgi Talebi	11.852	1,4%

Tabloda söz konusu ulaşım sorunu dışında sinek ve haşeratla mücadele konusunda gelen talep ve şikayetler ile Yaralı hayvan, hayvan toplama ve barınak konusundaki talepler ön plana çıkmaktadır. Olumlu vatandaş deneyimi sağlanabilmesi için en önemli performans göstergelerinden

birisi First Call Resolution (FCR) olarak bilinen ve dilimizde "İlk Çağrı Çözümü", "İlk Temasta Çözüm", veya "İlk Kontakta Çözüm" olarak kullanılan kavramdır. Bu çalışmada İlk Temasta Çözüm ifadesinin kullanımı tercih edilmiştir.

Bu kavram ile vatandaşın çağrı merkezine erişim sağladıktan sonra ilk görüştüğü kişi ile sorunlarını çözerek görüşmeyi olumlu bir şekilde tamamlamasıdır. İlk temasta çözüm oranı, yüksek vatandaş memnuniyeti ile doğrudan ilişkilidir. Her vatandaş en kısa ve kolay şekilde şikâyetinin çözümlenmesini, bilgi ya da işlem talebinin karşılanmasını istemektedir. Fakat pek çok kurum karmaşık iş süreçleri nedeniyle vatandaşa ilk temasta çözüm sunmakta yetersiz kalabilmektedir. Hizmet Kalitesi Ölçüm Grubu tarafından yapılan bir çalışmada, ilk temasta çözüm oranındaki yüzde 1'lik iyileşmenin vatandaş veya son kullanıcı memnuniyetinde yüzde bir iyileşme olarak geri döndüğünü göstermektedir. Kamu hizmetinin sunumundan memnun olmayan vatandaşlar, memnuniyetsizliğini etrafındakilerle de paylaşır ve basit bir sorun daha geniş kitlelere ulaşarak büyüyebilir. Beklentisi daha ilk çağrıda karşılanan vatandaşlar, daha sonra aynı konu ile ilgili aramaya ihtiyaç duymayacağı için memnun olurlar. Vatandaş memnuniyetlerini de başkaları ile paylaşırlar ve bu da vatandaş memnuniyetine doğrudan etki eder.

İlk temasta çözüm zamanı ayrıca çağrı başına düşen maliyetle doğrudan ilişkilidir. Çağrı merkezine gelen çağrıların ilk temasta çözüm oranı 2021 yılında %15 düzeyindedir. Bu orana anlık dönüş yapılan vatandaşlarda eklendiğinde oran %18,7 düzeyine erişmektedir. Bu

oranın daha da arttırılması mümkündür. Bu amaçla önerilerimiz şunlardır;

- Tüm dairelerin faaliyet alanlarında iş ve işlemler ile ilgili yönetmelikleri çağrı merkezi ile paylaşması ve çağrı merkezi çalışanlarının dairelerin görev yetki ve sorumlulukları konusunda yetkin hale getirilmelidir,
- Belediye resmi hesaplarından veya Belediye Başkanı tarafından yapılan açıklama ve sosyal medya paylaşımları sonrası zaman zaman çağrı merkezinden bilgi talep edilmektedir. Bu açıklamalar kamuoyunun geniş kesimini ilgilendirmesi durumunda öncesinde konuya dair çağrı merkezi bilgilendirilmelidir,
- İlk temasta çözüm için, personelin hizmet içi eğitimine önem verilmelidir,
- Kök-neden analizlerinin periyodik olarak yapılması vatandaşların en çok hangi konularda aradıklarını, ne tip aksiyonlar alındığını/ alınmadığını ya da alınması gerektiğini gösterecektir,
- Etkin geri bildirim ve ödüllendirme sistemi ile çalışanların performansları ve memnuniyetleri arttırılabilir. Kendisinden ne beklendiğini bilen, yaptığı doğru iş sonrasında takdir gören çalışanlardan hizmet alan vatandaşlar da memnun kalacaktır,
- Gelen bildirimler sınıflandırılmalı, vatandaşa dokunan tüm iş süreçleri analiz edilerek basitleştirilmeli ve sınıflandırılan vatandaş bildirimleri için karar ağaçları oluşturulmalıdır.

Tablo-7: Geri Bildirim Sayıları 2014-2019

YIL	ALINAN BAŞVURU	GERİ BİLDİRİM	ORAN
2014	167429	12654	7,56
2015	150249	58224	38,75
2016	145406	20881	14,36
2017	173214	16894	9,75
2018	205982	21683	10,53
2019	234094	36469	15,58
2020	310619	197844	63,69

Son çeyrek yüzyılda teknoloji alanındaki değişim ve gelişimler sonucunda vatandaşın devletten beklentilerinde de önemli değişimler olmuştur. Bunlardan bir tanesi de geri arama, konusunda ortaya çıkmıştır. Geri arama hizmetinin sunulması Vatandaşın talebinin dikkate alındığını görmesi ve önemsendiğini hissetmesi açısından önemlidir. Yapılan görüşme esnasında talep ve şikâyeti ile ilgili olarak kendisine dönüş yapılmasını isteyen vatandaşlara dönüş yüzdelerine bakıldığında bu oranın 2021 yılında 63,9 düzeyi ile en yüksek orana sahip olduğu görülmektedir. Yine bu dönemde özellikle çağrı merkezini arayarak yoğun saatlerde beklemeyerek çağrıyı sonlandıran vatandaşlara geri dönüş yapılması uygulaması 07.05.2020 tarihinden itibaren başlatılmış ve 10.915 vatandaşa erişim sağlanmıştır.

Tablo-8'de 2021 yılında birimlere göre gelen çağrılar sonucunda talep niteliği taşıyan 227.164 iş kaydının dağılımını ve işlerin hangi aşamada olduğunu göstermektedir

Çağrı merkezine gelen her çağrı mevzuata uygun, ilgili kurumun görev tanımı içerisinde olmayabilir. Zaman zaman başka kurumları ilgilendiren talepler gelebilir. Bu nedenle gelen talep ve şikâyetlerin bir ön elemeden geçmesi gerekmektedir. Tabloya göre iptal edilen iş sayısının toplam iş sayısına oranı % 4,82'dir. Yapılmayan işlerin oranı % 3,46, Devam edilen işler % 0,88, Bekleyen İşler % 1,12, süresi geçen işler % 1,60'dır. Süresi geçen işin kapsamı Kamu Hizmet standartlarında tanımlanan süre içerisinde tamamlanamayan işleri ifade etmektedir. Tamamlanan iş oranı % 73,8 dir.

Tablo-8: Çağrı Merkezine Gelen Talep ve Şikayetlerin Durumu 2021

BİRİM	İS SAYISI	İŞLEM BEKLE-YEN	İŞLEME ALINAN	SÜRESİ GEÇEN	YAPILDI	YAPIL-MADI	İPTAL
TARIMSAL HİZ.	40217	46	13	57	39628	218	145
ÇEVRE KORUMA	40152	69	8	73	39529	51	281
GENÇLİK VE SPOR	38896	43	43	43	3107	13	6123
ULAŞIM	34863	219	28	207	32971	327	907
SAĞLIK VE SOSYAL	18283	43	0	41	12694	5114	98
ZABITA	16815	118	16	124	15411	54	1010
SEYHAN BELEDİYESİ	9349	647	50	627	6306	70	74
İŞLETME VE İŞT.	5574	20	0	19	5482	5	12
FEN İŞLERİ	5096	37	473	477	2438	98	1164
PARK VE BAHÇELER	4469	40	20	48	3202	572	590
YOL YAPIM BAKIM	3410	540	1182	1137	1282	3	394
MAKİNE İKMAL	2833	28	1	23	653	955	0
MEZARLIKLAR	2523	12	0	12	2324	126	27
İMAR, ULAŞIM BELDETAŞ ASKİ AŞ	1043	229	5	201	655	65	54
BİLGİ İŞLEM.	732	43	3	44	370	115	9
DESTEK HİZMETLERİ	508	7	0	6	478	2	6
ÖZEL KALEM	490	13	1	4	474	0	0
MUHTARLIK İŞLERİ.	455	35	147	171	106	28	50
ETÜD VE PROJELER.	383	63	0	48	44	0	0
İMAR VE ŞEHİRCİLİK	311	27	2	25	238	2	2
MALİ HİZMETLER.	174	20	4	18	43	4	0

İNSAN KAYNAKLARI	163	37	1	31	111	1	1
KÜLTÜR VE SOS.İŞL..	114	71	2	66	25	4	0
İTFAİYE.	73	4	0	4	59	1	0
KENTSEL DÖNÜŞÜM	61	30	2	29	16	2	0
KARAİSALI BELEDİYESİ	57	57	0	54	0	0	0
EMLAK VE İSTİMLAK	49	37	0	36	1	1	6
KARATAŞ BELEDİYESİ	42	1	0	1	18	23	0
SATINALMA	13	8	0	7	0	0	0
KADIN VE AİLE	9	6	0	6	0	0	0
YAZI İŞLERİ	7	4	0	4	0	0	0
GENEL TOPLAM	**227164**	**2554**	**2001**	**3643**	**167665**	**7854**	**10953**

SONUÇ

Bugün, vergi mükelleflerinin paralarını rasyonel bir şekilde yönetmesi için tüm kamu kuruluşları üzerinde kamuoyu baskısı bulunmaktadır. Çağrı merkezleri vatandaşların kamu sektörü ile olan çeşitli işlemlerinde sorunlarına çözüm bulmak ve sorularını yanıtlamak için yılın 365 günü, günün her saati doğrudan hizmet sunmaktadır. Müşteri hizmetleri kavramı ile özel sektörde başlayan ve hizmet kalitesi ve müşteri memnuniyetini yükseltmeyi hedefleyen çağrı merkezleri günümüzde merkezi ve yerel kamu kurumları tarafından da yoğun olarak kullanılmaktadır. Başta yerel yönetimler olmak üzere tüm kamu kurumları, siyasiler, bürokrasi vatandaşların artan beklentilerini karşılamak bunun için hızla gelişen teknolojiye ayak uydurmak, hizmet sundukları insanlarla nasıl bağlantı kurduklarını yeniden değerlendirmek zorunda kaldıkları gözlenmektedir. Günümüzde kamu kurumları dijital çağın vatandaşların devlet kurumlarıyla bağlantı kurması için açtığı yeni kanalları etkili kullanmak amacıyla, bütünleşik sistemlere ve çapraz yeteneklere sahip çağrı merkezlerini kullanmaktadırlar.

Vatandaşlar, kamu kurumlarının güvenilir, doğru destek hizmetleri sunması konusunda yüksek beklentilere sahiptirler. Vatandaşın acil bir sorusu veya acil bir durumu olduğunda, sorununu çözme yetkisine sahip bir muhatapla bağlantı kurabilmesi çok önemlidir. Vatandaşlara yüksek kaliteli müşteri hizmeti sunulması durumunda vatandaş memnuniyetini artırmaktadır. Aynı zamanda Çağrı merkezi kullanmak hem zamandan hem de bütçeden tasarruf sağlama olanağı sağlamaktadır. Vatandaşların günün her saatinde çağrı merkezlerine ulaşabilmesi talep ve önerisini aktarabilmesi kurumsal algının olumlu olmasına önemli katkı yapmaktadır. Vatandaşlar, günün herhangi bir saatinde kuruma gitmeden sorun ve şikâyetlerini dile getirebilmekte, hatta işlemlerini yapabilmektedir. Çağrı merkezi belediye ve vatandaş arasında bir iletişim köprüsüdür.

Bürokrasiyi ve iş yükünü azaltması, zaman kaybını en aza indirmesi, iş ve işlemlerdeki aracıları azaltması, kurum ve vatandaş arasındaki kaynaşmayı, tarafsız eşitlikçi şekilde yerine getirmesi, kurum içi iç denetim mekanizmasını çalıştırması, daha şeffaf, saydam, bir kurum olmaya katkı yapması açık olmayı zorunlu kılar. Kararların kamuoyuna açıklanması, tartışılması ve olgunlaştıktan sonra kesinlik kazanması, kamuoyunun tepkilerinin algılanması çağrı merkezlerinin ön plana çıkan özellikleridir.

Çalışmamızda Adana Büyükşehir Belediyesi Çağrı Merkezinin 2016-2021 yılı verileri kullanılarak çağrı merkezine gelen çağrıların gelişimi, daire başkanlıklarına, hizmet türlerine göre çağrıların dağılımı, ilk temasta çözüm ve geri dönüş gibi vatandaş memnuniyetini artıran göstergelerin gelişimi, iş kayıtlarının sonuçlandırılmasına dair veriler değerlendirilmiştir. Bu veriler ışığında Çağrı merkezine gelen talep ve şikâyetlerin üç ana noktada toplandığı görülmektedir. İlk olarak ulaşım konusunda talep ve şikâyetler, toplam talep ve şikâyetlerin %50'sini oluşturmaktadır. Bu oldukça yüksek bir orandır. En

sorunlu alanın ulaşım hizmetleri ve tamamlayıcı hizmetler olduğu gözlemlenmiştir. İkinci olarak özellikle yaz aylarında artış gösteren sinek ve haşeratla mücadele talepleri öne çıkmaktadır. Üçüncüsüyse, yaralı hayvan, hayvan beslenmesi, başıboş hayvanlara ilişkin talep ve şikâyetlerin yoğunluğudur.

KAYNAKÇA

Aydoğan, E., & Semiz, S. (2004). İşletmelerde Teknoloji yönetimi bağlamında İleri Üretim Teknolojileri ve Otomotiv Sektöründe Bir Uygulama. *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, (11), 115-133.

Aliefendioğlu, Y. (2001). "Hukuk-Hukukun Üstünlüğü-Hukuk Devleti", Ankara Barosu Dergisi, Sayı:2: 29-68.

Brown, G. Ve Maxwell, G. (2002). Birleşik Krallık Çağrı Merkezlerinde Müşteri Hizmetleri :: Kurumsal Bakış Açıları Ve Çalışan Algıları. Perakendecilik Ve Tüketici Hizmetleri Dergisi , 9 (6), 309-316.

Çil, Y. (2017). Çağrı Merkezi Çalışanlarının Motivasyonlarını Etkileyen Faktörler. Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Süleyman Demirel Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Isparta.

Katz, Karen L., Blaire M. Larson Ve Richard C. Larson (1991), "Prescription For The Waiting-İn-Line Blues: Entertain, Enlighten, And Engage", Sloan Management Review, Vol. 32., Ss. 44-53.

Keskin, G. A., Çolak, M., & Kostak, G. K. (2018). Bir Çağrı Merkezindeki Bekleme Sürelerinin Kuyruk Modelleri İle İyileştirilmesi. Balıkesir Üniversitesi Fen Bilimler Enstitüsü Dergisi, 20(1), 55-68.

Koçel, T. (2001). "İşletme Yöneticiliği: Yönetim Ve Organizasyon, Organizasyonlarda Davranış, Klasik-Modern-Çağdaş Ve Güncel Yaklaşımlar." İstanbul: Beta

Kurban, S., & Yalım, F. (2013). Belediyelerde Halkla İlişkiler Uygulamalarında Bir Tanıma Yöntemi Olarak "Mavi Masa"'Nın Kullanımı: Şişli Belediyesi Örneği. *Erciyes İletişim Dergisi*, *3*(2), 58-72.

Marmorstein, D. H., Grewal, D. Ve Fishe, R. P. H. (1992), "The Value Of Time Spent İn Price-Comparison Shopping: Survey And Experimental Evidence", Journal Of Consumer Research, Vol. 19., Ss. 52–61.

Mert, Y. L. (2017). Kamu Kurumlarının Çağrı Merkezleri Üzerine Bir Analiz. *Selçuk İletişim*, *10*(1), 134-157.

Metin, H. Ve Altınok, M. (2002). "Karşılaştırmalı Bir Yaklaşımla Kamu Yönetimi Ve Özel Sektörde Halkla İlişkiler", Kocaeli Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, 3: 79-99.

Polat, E., & Tellan, D. Çağri Merkezi Hizmetlerinde Kişisel Satiş Süreci Memnuniyeti: Erzurum İli Örneğinde Bir İnceleme. *Atatürk İletişim Dergisi*, (8), 115-136.

Drucker, Peter F. (1998), "The Coming Of The New Organization",Harward Business Review, January-February

Sezgin, M., & Özbay, E. H. (2016). Halkla İlişkiler Uygulamalarından Beyaz Masa: Uşak Belediyesi Örneği. *Karabük Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, *6*(1), 198-209.

Türk, F. K. M. (2008). İşletmelerde Teknoloji Yönetiminin Geleceği. *Niğde Üniversitesi İktisadi Ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, *1*(1), 59-71.

Todaie (1966). Merkezî Hükümet Teşkilâtı Kuruluş Ve Görevleri, Merkezî Hükümet Teşkilâtı Araştırma Projesi Yönetim Kurulu Raporu, Todaie Yayınları, İkinci Baskı, Ankara.

Yalçındağ S.(1996), Belediyelerimiz ve Halkla İlişkiler. Ankara: Türkiye ve Ortadoğu Amme İdaresi Yayınları (Todaie).