


**2. BÖLÜM**  
**İŞLETMELERDE HALKLA**  
**İLİŞKİLER İHTİYACINI**  
**ORTAYA ÇIKARAN**  
**NEDENLER**

**Öğretim Görevlisi**  
**Meral GÜNEŞ ERGİN**



Günümüz şartlarında başarılı olmak isteyen tüm yöneticiler, örgütlerini **değişen çevre koşullarına uyum sağlaması** için gereken çabayı göstermek zorundadırlar.



**İŞLETMELER  
NEDEN ESkiye NAZARAN  
DAHA FAZLA  
HALKLA İLİŞKİLERE  
İHTİYAÇ DUymAKTADIR?**

# İŞLETMELERDE HALKLA İLİŞKİLER İHTİYACINI ORTAYA ÇIKARAN NEDENLER

**Teknolojik gelişmeler** (bilgi ve iletişim alanında),

- **Hükümetlerin artan denetimi ve gözetimi,**
- **Küreselleşme** (diğer ülke hükümetleri ve kültürleri ile muhatap olma zorunluluğu),
- **Şirket birleşmeleri,**
- Az gelişmiş ülkelere **yatırımın cazibesi,**
- Dünyada bir çok ülkede önemli bir sektör olan **turizmin etkisi.**

# BAZI DEĞİŞİKLİKLER Hİ ÖNEMİNİ ARTTIRMIŞTIR

## 1. İdeolojik Devlet Faaliyetlerinin Önem Kazanması

Yaşadığımız yüz yılda devletin en belirgin özelliklerinden biri, **toplumsal sorunların çözümü** için kullandığı yöntemlerde, geçen yüzyıla oranla önemli değişiklikler yapmış olmasıdır.

- Devlet, yönetilen üzerinde **fiziki baskısını görece olarak azaltmıştır**. Günümüzde devlet, yönetilenin denetimini artık ilk elde **baskıcı yöntemlerden çok çağdaş gelişmenin** oluşturduğu teknolojileri ve en önemlisi ideolojik araçları kullanarak sağlamaktadır ya da sağlamak zorundadır.

Halkla ilişkiler çalışmalarında **kitle iletişim araçları vasıtası ile çevreye bilgi aktarılmakta** işletme ve kamunun eylemlerinin gerekçeleri aktarılmaktadır. Bu oluşum ideolojik devlet çabasıyla aynı yöndedir ve amaçsal birlik söz konusudur.

*Ulusa sesleniş konuşmaları ilk kez Turgut Özal tarafından başbakanlığı zamanında "İcraatın İçinden" adıyla başlatıldı.*

*Konuşma, "Ulusa Sesleniş" adını Bülent Ecevit zamanında aldı ve o tarihten sonra her hükümet döneminde başbakanlar tarafından kullanılan bir araç oldu.*

*Ulusa sesleniş Recep Tayyip Erdoğan zamanında **Millete Hizmet Yolunda** adını alırken Ahmet Davutoğlu **Yeni Türkiye Yolunda** adını kullandı.*

- 2004 yılı içerisinde **Maliye Bakanının** mükelleflere, üreticiler ve sivil toplum örgütlerine danışmadan tek yönlü olarak ikinci kez otomobillerden **ek taşıt vergisi** almak istemesi ve karara tepki gösteren **sivil toplum örgütlerinin** karara itirazı sonucunda mahkemece bu kararın iptal edilmesi

## 2. Yönetmel Etkinliđi Artırma

- Yönetimlerin verdikleri kararların kolayca uygulamaya geçirilmesi ancak **karardan etkilenecek kitlelerin görüşünü ve desteğini aldıktan sonra nihai kararın verilmesine bağlıdır.**
- Aksi takdirde yönetim karşılaşacağı tepkiler sonucu vermiş olduğu **kararı geri almak zorunda kalabilir.** Bu durum ise, yönetimi yıpratır.



### 3. Yönetimin Karmaşıklaşması ve Bürokratik İşlemlerin Fazlalığı

Günümüzde her ne kadar kamuyu **küçültme ve özelleştirme çabaları**, personel alımında yapılan kısıtlamalara rağmen kamu personeli sayısında küçülme sağlanamamıştır.


Kamu örgütlerinin gittikçe büyümesi gerek fiziksel olarak binaları daha **kompleks hale getirmekte** (yeni hizmet üniteleri için ek binaların ilave edilmesi vb) gerekse örgütsel yapı **hantallaştırmaktadır.**

**Örneğin** eğitim ve araştırma hastanelerinin sürekli yeni üniteler açması, hastaların işlemlerinin uzamasına ve aradıkları yeri kolayca bulmalarını güçleştirmektedir.

Bürokratik işlem sayısında da önemli artışlar gözlenmektedir. Örneğin, Maliye Bakanlığı Teftiş Kurulu'nun Ankara ve İzmir'deki vergi dairelerinde gerçekleştirdiği Performans Değerlendirmesi, Verimlilik Analizi ve Programlama uygulaması, vergi dairelerindeki bürokrasiyi ve hantallığı gözler önüne sermektedir. Rapora göre, vergi dairelerinde en **basit iş için 7 ayrı işlem yapmak gerekirken, bu sayı 77' ye kadar yükselmektedir. Ortalama 30 işlem yapılmaktadır.**

# Ortalama bir iş için 30 işlem

Tasfiye sonuç beyannamesi işlemleri	47
Belge iptal işlemleri	26
İşyeri kapatma işlemleri	77
Vergi Kimlik Numarası Verme	7
İşi bırakma birimi işlemleri	10
Haciz bildirisi işlemleri	18
Kesinti yoluyla ödenen vergilerle ilgili işlemler	35
Tahakkuk, tahsilat ve geçici vergi	38
Re'sen mükellefiyet terkinin işlemleri	46



Böyle bir ortamda, halkla ilişkiler, ortaya çıkan ilişki güçlüklerini çözmeye yönelik, planlı ve doğal olarak sürekli bir çaba olmuştur.

Halkı ilgili birime yönlendirmede, işlemlerin açıklanmasında, **işinin kolaylaştırılmasında ve formalitelerin azaltılmasında** halkla ilişkiler uzmanları önemli bir ajandır.

## 4. Kuruluşlarla Toplum Arasında Karşılıklı Güvene Dayalı İlişkileri Geliştirme Zorunluluğu

Gerek kamu ve gerekse özel işletmelerin başarılı olmaları **çevre ile kuracakları sağlıklı ve güvenli ilişkilere bağlıdır.** Halkın yönetimi desteklemesi için onun **yararlı ve olumlu çalışmalar** yaptığına inanması lazımdır. Bu görevi halkla ilişkiler birimi ve uzmanları yerine getirebilir.

*Güveni yükselten faktörler; emniyet, sağlık, eğitim gelişmeleri*

## 5. Uzmanlaşma ve Yönetmel Dil Sorunu

Örgütlerde işler birbirinden çok farklı **eğitim, yetenek,** ihtiyaç ve fonksiyonlara sahip olan çok sayıda personel ve birimler tarafından yerine getirilmektedir.

Yönetimin halktan **ayrı bir dil kullanmasının** en önemli nedeni yönetimin **teknik bir süreç** ve meslek haline gelmesidir. Dolayısıyla, kendi alanına özgü kavram ve terimler gelişmiştir.

- ABD'de yapılan araştırma: hastanelerde 800 değişik iş unvanı
- Türkiye de de durum farklı değil; Dahili Birimler/Cerrahi Birimler



**Uzmanların kendi arasında teknik terimleri kullanması doğaldır.**

Ancak, halkın denetiminden kaçmak için veya toplumdan **farklılaşmak, saygınlık görmek** amacıyla kullanmaları halkla olan iletişimi güçleştirir.



## 6. Toplumun Bilinçlenmesi

Son yıllarda toplumun **eğitim, gelir ve refah düzeyinde meydana gelen gelişmeler sonucunda halkın bilinç düzeyi artmıştır.** Halk artık geçmişte olduğundan daha fazla yönetime katılmak istemekte ve mevcut uygulamalar konusunda daha fazla bilgiye sahiptirler.



## **İletişim teknolojilerinde görülen gelişmeler ve küreselleşme**

sonucunda insanlar herhangi bir ülkede gelişen olayları kısa sürede öğrenebilmekte ve yönetim yönetilen ilişkileri konusunda fikirler edinebilmektedir.

# 7. Yönetiminin Profesyonelleşmesi



- Günümüzde **işletmelerin büyümesi ve giderek karmaşık** bir yapıya bürünmesi sonucunda yönetim işinin bu alanda yetişmiş **profesyoneller** tarafından yönetilmesi gereğini ortaya çıkarmıştır.



- **Profesyonelleşme** ve iyi bir yapı oluşturma, rekabetle başa çıkma için bir **zorunluluk haline gelmiştir.**

Çünkü, bir işletmenin rekabet avantajı sağlaması, iyi mal/hizmet sunması yanında **bilimsel yöntemlere göre yönetilmesine** de bağlıdır.

# HALKLA İLİŞKİLERİN ÖNEMİ

- Halkla ilişkiler **iki grubu kaynaştıran, özleştiren ve bir bütüne** vardırın faaliyetlerin tümüdür.
- **Hem kamuoyunu anlama, değerlendirme ve geliştirmede hem de yönetimin amaçları, politikası, hizmetleri ve işleyişine ilişkin bilgileri vatandaşa aktarışı** ile söz konusu etkileşimi makro düzeyde olduğu kadar günlük işleyiş bazında da geliştirici bir görev üstlenerek örgütsel bir yapı olarak yönetimin etkililiğini arttırıcı bir işlev de görmektedir.



- **Kamuoyuyla ilişki kurmak**, bu ilişkiyi geliştirmek ve sürdürmek halkla ilişkilerin en genel amaçlarından birisidir.
- **Halka dayanmayan çalışmaların başarılı olamayacağı**, sosyal ilişkileri güçlü olmayan kuruluşların verimli ve başarılı olamayacağı dünyanın her yerinde artık kabul gören bir kavramdır.

# Sosyologlar kitlelere bir Őey yaptırabilmek için  etkili yol olduğundan bahsederler:


- Zor kullanmak,
- Para ile satın almak,
- İnandırmak.

# Bir Başka Açıdan İşletmeler İçin H.İ. Önemi

## 1) Firmalar ürettiği mal ve hizmetleri pazara kolaylıkla sokabilirler

- Şüphesiz, sağlam bir kurum kimliği olarak benimsenen bir işletmenin üreteceği her türlü mal ve hizmetlere ilgi ve güven kolaylıkla sağlanmaktadır. Bunun yanında, söz konusu firma ürettiği ürünlerin fiyatlarını diğer rakiplerine göre yüksek tutsa bile pazar payını büyütebilir.



- 
2. İşletmelerin **ihtiyaç duyacakları kredileri**, gerek özel ve gerekse de kamu kuruluşlarından daha kolay bir şekilde temin edebilir.
  3. Bir başka önemli husus ta, işletmelerin ihtiyaç duyacağı **kalifiye personeli** bulma ve işe alma konusunda karşımıza çıkmaktadır.

**4. Dış satım yapan firma** açısından bakıldığında halkla ilişkiler, dış piyasa ile ilişkisi olan işletmeyi gereği kadar tanıtmak, adını, özelliklerini ve tüm olarak imajını sağlamlaştırmak ve firma değerini mümkün olduğu kadar yükseltmektir.

Başarılı bir halkla ilişkiler çalışması sonucunda dış satım yapan şirket yalnız dış piyasada kendisine bir isim yapmaktla kalmaz, aynı zamanda kendi iç piyasasında da olumlu yönde izlenimler oluşturur.

# Sonuç olarak...

Halkla ilişkiler, **doğumdan ölüme**, **aileden okula**, **bakkal dükkanından süper markete**, **küçük ölçekli işletmeden büyük ölçekli işletmelere**, **derneklerden siyasi partilere**, **yerel yönetimden hükümete** kadar uzanan zincirin yönetim mekanizmasının en önemli halkası ve dışlilerinden birisidir.



2. Ünite  
Tamamlanmıştır.