

Citation: Göktaş B. & Yeşilaydın G. & Özkan O. (2017), Hastaların Halkla İlişkiler Faaliyetlerine Bakış Açılarının İncelenmesi, BMIJ, (2017), 5(4): 137-153 doi: <http://dx.doi.org/10.15295/bmij.v5i4.172>

HASTALARIN HALKLA İLİŞKİLER FAALİYETLERİNE BAKIŞ AÇILARININ İNCELENMESİ

Bayram GÖKTAŞ¹

Gözde YEŞİLA YDİN²

Okan ÖZKAN³

Received Date (Başvuru Tarihi): 30/10/2017

Accepted Date (Kabul Tarihi): 25/12/2017

Published Date (Yayın Tarihi): 07/01/2018

ÖZ

Bu araştırma, Türkiye'nin Doğu Anadolu Bölgesi'ndeki bir ilde faaliyet gösteren bir kamu hastanesinde halkla ilişkiler faaliyetlerinin işleyişini ve halkın bu konuya ilişkin bakışını saptamak, halkla ilişkiler faaliyetlerinin işlevini ve önemini vurgulamak, hastaların sağlık personeli ile ilgili görüşlerini öğrenmek ve konuya ilişkin öneriler geliştirmek amacıyla planlanmış betimleyici bir çalışmadır. İlgili hastaneye bir hafta içinde başvuran hasta sayısı yaklaşık 150 olup; çalışma kapsamında araştırmaya katılmak isteyen 99 hastaya anket uygulanmıştır. Verilerin toplanmasında Bahadır (2010) tarafından hazırlanan anket formu kullanılmıştır. Hastaların ilk iletişim kurdukları hastane personeli %56,6 ile hasta kabul birimi çalışanları; en rahat iletişim kurdukları hastane personeli (%42,4) ise doktorlardır. Katılımcıların %81,8'i hastane içinde herhangi bir sorun yaşadıklarında nereye başvuracaklarını bildiğini, %50,5'i şikayetlerini başhekimine bildirmeyi tercih ettiklerini belirtmişlerdir. Katılımcıların %52,5'i hasta kabul personelinin davranışlarından çok memnun; %51,5'i danışma – yönlendirme birimindeki bilgilendirmeden memnundur. Araştırma sonucunda hastaların, hastane uygulamalarından genel olarak memnun oldukları saptanmıştır.

Anahtar Kelimeler: Halkla İlişkiler, Hasta, Hastane

Jel Kodları: I10, M39

INVESTIGATION OF PATIENTS' PERSPECTIVES ABOUT PUBLIC RELATIONS ACTIVITIES

ABSTRACT

This study is a descriptive study planned to determine the functioning of the public relations activities of a public hospital operating in the Eastern Anatolia Region of Turkey and the perspective of the public towards this subject, to emphasize the functions and importance of the public relations activities, to bring insight into the opinions of the patients towards the health professionals and to make recommendations on this subject. Approximately 150 patients consult to the hospital in a week and 99 patients were interested in participating in a survey designed for this study. Data collection process included the survey developed by Bahadır (2010). The first contact of the patients is the patient admission unit staff by 56.6%, while the patients reported that physicians are the hospital personnel which they are able to communicate with more easily by 42.4%. 81.8% of the participants stated that they knew where to go when they had any problems in the hospital, 50.5% stated that they preferred to report their complaints to the head physician. 52.5% participants reported that they were very satisfied with the attitude of the patient admission personnel while 51.5% were satisfied with the information made available to them by the advisory guidance desk. As a result of the research, the patients were found to be generally satisfied with the hospital practices.

Keywords: Public Relations, Patient, Hospital

Jel Codes: I10, M39

¹ Öğretim Görevlisi, Ankara Üniversitesi SBF, bgoktas@ankara.edu.tr

² Yardımcı Doçent Doktor, Eskişehir Osmangazi Üniversitesi SBF, gvesilaydin@ogu.edu.tr

³ Araştırma Görevlisi Uzman, Ankara Üniversitesi, SBF, ozkanokan@yahoo.com

<http://orcid.org/0000-0003-0126-4801>

<http://orcid.org/0000-0002-2901-6474>

<http://orcid.org/0000-0001-9491-8696>

1. GİRİŞ

Bilimin ilerlemesi ve teknolojinin gelişmesi ile birlikte toplumların kültür ve yaşam tarzlarının değişmesi, ihtiyaçlarının çeşitlenmesi sonucu değişim yaşanmakta ve bu değişim, birçok yeni kavram ve anlayışı da beraberinde getirmektedir. Bu değişimin etkisinde kalan toplumsal yaşamda “halkla ilişkiler” kavramı da önem kazanmakta ve sıklıkla kullanılmaktadır (Kalyon, 2007:3).

Kurumların amaçlarına ulaşmasında çevreyle bütünleşmesi zorunluluk haline gelmiştir. Bu zorunluluk, sağlık kurumlarında halkla ilişkiler faaliyetlerinin dikkatle ele alınması gerekliliğini ortaya koymaktadır (Akkaya, 2011:50). İnsan ilişkilerinin yoğun olarak yaşandığı, farklı fizyolojik ve psikolojik yapıdaki çok sayıda ve geniş yelpazede hedef kitleye sahip, karmaşık ve dinamik yapıda olan, çevreleri ile sürekli etkileşimleri bulunan sağlık kurumları için halkla ilişkiler faaliyetlerinin başarısı oldukça önemlidir. Halkla ilişkiler faaliyetlerinin etkin bir şekilde yürütülmesi sağlık kurumları için önemli bir hedef kitle olan hastaların memnuniyetinin sağlanmasında oldukça etkilidir (Kırdar, 2007:34).

Bu düşünceden yola çıkılarak bu çalışma, hastanelerde halkla ilişkiler biriminin işlevini ve önemini vurgulamak, Türkiye'nin doğusundaki bir kamu hastanesine başvuran hastalara sunulan halkla ilişkiler hizmetlerini değerlendirmek, halkla ilişkiler faaliyetlerinin işleyişine ilişkin halkın bakışını saptamak, hastaların sağlık personeli ile ilgili görüşlerini öğrenmek ve konuya ilişkin öneriler getirmek amacıyla yapılmıştır.

2. HALKLA İLİŞKİLER KAVRAMI

Halkla ilişkiler, içinde bulunulan kişi ve kuruluşlarla karşılıklı olarak sağlıklı, doğru ve güvenilir ilişkiler kurmak, bu ilişkileri geliştirmek, kamuoyunda olumlu izlenimler bırakmak, hedef kitlenin güvenini kazanmak ve toplumla bütünleşmektir (Kalyon, 2007:5). Rey F. Harlow'a göre, halkla ilişkiler; işletme ile hedef kitle arasında kurulan karşılıklı iletişim, anlayış, genel kabul ve işbirliği oluşturulmasında ve sürdürülebilirliğinin sağlanmasında yardımcı olan bir yönetim fonksiyonudur (Güneş, 2009:72). Uluslararası Halkla İlişkiler Enstitüsü (IPRA-Institute of Public Relations Associations)'nün tanımına göre halkla ilişkiler; bir kuruluş ile hedeflediği kitle arasında karşılıklı anlaşma üzerine kurulu, tasarlanmış, planlanmış ve sürelendirilmiş çabadır (Kalyon, 2007:5). Alkibay (1998:153)'a göre amacı uzun dönemde kurum imajı yaratmak olan halkla ilişkiler; bir işletmenin çevresindeki kişi ve kurumları tanınması, isteklerini öğrenmesi ve kendisini çevresine tanıtmaya faaliyetidir. Akkaya (2011:51)'ya göre halkla ilişkiler; örgütle hedef kitlesi arasındaki karşılıklı anlayış, kabul

görme, işbirliği ve iletişimin sağlanıp sürdürülmesine yardımcı olan, yönetimi kamuoyu konusunda sürekli bilgilendiren, yönetimin kamu yararına hizmet etme sorumluluğunu tanımlayıp vurgulayan, eğilimlerin önceden saptanmasına yardımcı olmak için bir erken uyarı sistemi görevi yapan, yönetimin değişikliğe ayak uydurmasına ve değişiklikten yararlanmasına yardım eden özgün bir işletme fonksiyonudur. Başka bir tanımda ise hastanelerin rekabet edebilmelerinde önemli bir dinamik olarak değerlendirilen (Akkaya, 2011:55) halkla ilişkiler, kurum kimliğini şekillendiren ve imaj oluşumunda dolaylı olarak etkili olan araçlardan biridir (Kırdar, 2007:35). Kalyon (2007:6)'a göre halkla ilişkiler, işletme ile hedef kitle arasında karşılıklı anlaşmayı sağlamak, karşılıklı güven, saygı ve sosyal sorumluluk hissi oluşturmak için araştırmalar yapmayı, hedef kitle hakkında bilgi toplamayı, iletişim tekniklerini kullanmayı içerir.

Sağlık sisteminin önemli bir alt bileşeni olan hastanelerde hastalara daha kaliteli hizmet sunmak, toplumun sağlık refahını yükseltmek ve hastaların en iyi şekilde hizmet almalarını sağlamak için halkla ilişkiler faaliyetlerine ihtiyaç duyulmaktadır (Uyanık, 2011:21). Diğer sektörlerde olduğu gibi, sağlık sektöründe de halkla ilişkiler çabalarının temel amacı, sağlık kuruluşuyla hedef kitlesi arasında karşılıklı iletişime dayalı başarılı bir etkileşim oluşması ve hedef kitlenin kuruluşa güven duymasının sağlanmasıdır (Bahadır, 2010:48). Bu amaçla sağlık kurumlarında halkla ilişkiler çalışmalarının yürütülmesini zorunlu kılan birtakım nedenler söz konusudur. Hastalıklar, tedavi yöntemleri ve gerekli tedbirler hakkında topluma bilgi verilmesi, toplum sağlığını tehdit eden enfeksiyonlardan korunma yöntemlerinin uygun bir terminoloji kullanılarak anlatılması, kısacası toplum sağlığı eğitimi vererek halk sağlığına katkıda bulunulması (Ristino, 2007:58), hasta haklarında yaşanan gelişmeler, yoğunlaşan rekabet ve alternatiflerin artması (Işık, 2015:20), doktor-hasta iletişiminin sağlıklı işlemesinin önemli olması sağlık kurumlarında halkla ilişkiler çalışmalarını gerekli kılan nedenlerdendir (Ayhan ve Canöz, 2006:73). Ayrıca sağlık sektöründe görülen yapısal değişimler, hastanelerdeki karmaşık yapı, bürokratik işlemlerin fazlalığı, tıbbi terminoloji kullanımının yaygınlığı, hastaların tıbbi açıdan bilgisizliği, kamu kaynaklarının kısıtlılığı ve finansman ihtiyacı da hastanelerde halkla ilişkiler ihtiyacını ortaya çıkaran nedenler arasında yer almaktadır (Tengilimoğlu, 2001:28-29). Alkibay (1998:155)'a göre, özel sağlık kurumlarının sayısının artması, özel sağlık sigortası hizmetlerinin yaygınlaşması ve tüketicilerin bilinçlenmesi hastanelerin halkla ilişkiler faaliyetlerine yönelmelerini sağlamıştır.

3. HASTANELERDE YÜRÜTÜLEN HALKLA İLİŞKİLER FAALİYETLERİ

Halkla ilişkilerdeki en önemli uygulamalar “tanıma” ve “tanıtma” faaliyetleridir. Halkla ilişkiler birimlerinin öncelikle hedef kitlelerini iyi tanımaları gerekir. Hedef kitleleri hakkında yeterince bilgi sahibi olmayan, hedef kitesini tanımayan halkla ilişkiler çalışmalarını başarısızlığa uğrayacaktır (Bahadır, 2010:61).

Hastanelerin insan hayatı ile ilgili hizmet vermesi, hizmetin büyük bir özveri ve titizlikle sunulmasını, hizmet kalitesinin en üst düzeyde tutulmasını gerekli kılar. Bunun için hastanenin öncelikle hizmet sunduğu toplumu tanınması ve kendini, yönetimin yaptığı işleri tüm gerçekçiliğiyle topluma tanıtması ve halkın desteğini alması gerekmektedir (Başok Yurdakul vd., 2007:42). Dolayısıyla hastanelerde yürütülen halkla ilişkiler faaliyetlerinin odak noktasını, kamuyu tanımak ve kamuya hastaneyi tanıtarak olumlu bir imaj yaratmak oluşturmaktadır (Alkibay, 1998:155). Bu amaçla genel olarak hastanelerde, herhangi bir hastalık hakkında kamuoyunu bilgilendirmek, hasta memnuniyetinin sağlanması için hasta hakları ile ilgili bilgilendirmeleri yapmak, hastanenin tüm paydaşları ile ilişkileri yönetmek, hedef kitle üzerinde olumlu kurumsal imaj yerleştirmeye çalışmak gibi halkla ilişkiler faaliyetleri uygulanmaktadır (Akkaya, 2011:50). Bunların dışında hastane ile ilgili haberlerin basın bülteni hazırlanarak, basın toplantısı ya da röportaj yapılarak medya ile paylaşılması, hastaların kitle iletişim araçlarında yayımlattıkları mektuplar, teşekkür ilanları, köşe yazarlarının ya da program yapımcılarının hastane faaliyetleri ile ilgili yazıları (Seçim, 1994:54; aktaran Ayhan ve Canöz, 2006:74), belirli zamanlarda belirli yerlerde ücretsiz sağlık taraması yapılması, (Ayhan ve Canöz, 2006:77), hastaneyi ve faaliyetlerini tanıtıcı görsel, işitsel, basılı iletişim araçlarının hazırlanması (Kırdar, 2007:34); sağlıkla ilgili bir faaliyete (spor müsabakası, konferans, rekor denemeleri vb.) sponsor olunması, tıbbi destek sağlanması, bayram, yılbaşı, kuruluş yıldönümü gibi özel günlerde yemek, eğlence, çeşitli geziler, kutlamalar düzenlenmesi (Ayhan ve Canöz, 2006:77) gibi halkla ilişkiler uygulamaları da söz konusudur.

Hastane için önemli bir işlevi olan halkla ilişkiler faaliyetlerinin sağlık personeli tarafından nasıl algılandığı ve bu faaliyetlere ne kadar önem verildiği halkla ilişkiler departmanının yaptığı çalışmalar kadar önem taşımaktadır. Sağlık personelinin halkla ilişkilere bakışı bir anlamda hastane yöneticilerinin halkla ilişkiler birimine verdiği desteği yansıtmaktadır (Duğan ve Uludağ, 2015:43). Dolayısıyla halka ilişkilere önem veren bir hastanede, hastane çalışanlarının hastalara olan davranışları daha pozitif olmaktadır. Bu yaklaşım, hasta memnuniyetini artırarak hastanenin kurumsal imajına olumlu yönde katkı sağlamaktadır.

4. YÖNTEM

4.1. Araştırmanın Amacı

Bu araştırma, Türkiye'nin Doğu Anadolu Bölgesi'ndeki bir ilde faaliyet gösteren bir kamu hastanesinde halkla ilişkiler faaliyetlerinin işleyişini ve halkın konuya ilişkin bakış açısını saptamak, hastalara sunulan halkla ilişkiler hizmetlerini değerlendirmek ve hastaların sağlık personeli ile ilgili görüşlerini öğrenmek amacıyla yapılmıştır. Çalışmanın en genel amacı ise hastanelerde halkla ilişkiler biriminin işlevini ve önemini vurgulamak ve bu konuda öneriler sunmaktır. Bu amaçlar doğrultusunda araştırma grubuna yöneltilen sorular “sağlık personeline yönelik görüşler” ve “hastanenin halkla ilişkiler faaliyetlerine yönelik görüşler” şeklinde iki ana başlık altında değerlendirilmiştir.

Çalışma kapsamında araştırma grubuna yöneltilen “sağlık personeline yönelik görüşler” başlığı altında aşağıdaki sorulara cevap aranacaktır:

- Son bir yılda ilgili hastaneye geliş sıklığı (ilk defa gelenler, birden fazla kez gelenler) demografik değişkenlere (cinsiyet, yaş grubu, medeni durum, öğrenim durumu ve meslek) göre farklılık göstermekte midir?
- En rahat iletişim kurulan hastane personeli demografik değişkenlere göre farklılık göstermekte midir?
- Hastaneye girildiğinde ilk iletişim kurulan hastane personeli demografik değişkenlere göre farklılık göstermekte midir?
- Araştırma grubunun hastane içerisinde bir sorun yaşadığında nereye başvuracağını bilme durumu demografik değişkenlere göre farklılık göstermekte midir?
- Araştırma grubunun hastane içerisinde bir sorun yaşadığında şikayetini bildirmeyi tercih ettiği hastane personeli demografik değişkenlere göre farklılık göstermekte midir?
- Hasta hakları biriminin görevini yeterince yerine getirip getirmeme durumu demografik değişkenlere göre farklılık göstermekte midir?
- Hasta kabul personelinin davranışlarından duyulan memnuniyet durumu demografik değişkenlere göre farklılık göstermekte midir?
- Danışma-Yönlendirme biriminin bilgilendirmesinden duyulan memnuniyet durumu demografik değişkenlere göre farklılık göstermekte midir?
- Hastane doktorlarının genel yaklaşımlarından duyulan memnuniyet durumu demografik değişkenlere göre farklılık göstermekte midir?

- Hemşire ve diğer sağlık personelinin genel yaklaşımlarından duyulan memnuniyet durumu demografik değişkenlere göre farklılık göstermekte midir?

Çalışma kapsamında araştırma grubuna yöneltilen “*hastanenin halkla ilişkiler faaliyetlerine yönelik görüşler*” başlığı altında aşağıdaki sorulara cevap aranacaktır:

- Hastane tarafından halkla ilişkiler uygulamaları hakkında yeterince tanıtım ve bilgilendirme yapıldığı düşüncesi demografik değişkenlere (cinsiyet, yaş grubu, medeni durum, öğrenim durumu ve meslek) göre farklılık göstermekte midir?
- Tanıtım ve bilgilendirme amaçlı yapılan faaliyetler demografik değişkenlere göre farklılık göstermekte midir?
- Hastanenin internet yoluyla yaptığı bilgilendirme ve randevu sisteminin yeterli olma durumu demografik değişkenlere göre farklılık göstermekte midir?
- Genel olarak hastane ile ilgili duyulan memnuniyet durumu demografik değişkenlere göre farklılık göstermekte midir?
- Hastane ile ilgili düşüncelerin oluşmasında etkili olan faktörler demografik değişkenlere göre farklılık göstermekte midir?
- İlgili hastaneyi başkalarına tavsiye etme durumu demografik değişkenlere göre farklılık göstermekte midir?
- Hastaneden telefon ile randevu alabilme durumu demografik değişkenlere göre farklılık göstermekte midir?
- Hastanenin hastalarını tanımak, görüş ve önerilerini öğrenmek amacıyla yapmış olduğu faaliyetler demografik değişkenlere göre farklılık göstermekte midir?
- Hastanenin ilk olarak duyulduğu ortam demografik değişkenlere göre farklılık göstermekte midir?
- Hastane tarafından bilgi amaçlı broşür-el kitabı vb. doküman verilme durumu demografik değişkenlere göre farklılık göstermekte midir?
- Hastalığınıza yönelik seminer, konferans ve toplantı yapılma durumu demografik değişkenlere göre farklılık göstermekte midir?
- Hastane tercihinde hastanenin imajının önem durumu demografik değişkenlere göre farklılık göstermekte midir?

4.2. Araştırmanın Evreni ve Örneklem Seçimi

Araştırmanın evrenini Türkiye'nin Doğu Anadolu Bölgesi'ndeki bir ilde faaliyet gösteren bir kamu hastanesine başvuran hastalar oluşturmaktadır. İlgili hastaneye bir hafta

çinde başvuran hasta sayısı yaklaşık 150 olup; 150 hastadan araştırmaya katılmak isteyen 99 hastaya anket uygulanmıştır.

4.3. Veri Toplama Aracı

Verilerin elde edilmesinde sosyo demografik bilgi formu ve Bahadır (2010) tarafından hazırlanan anket formu kullanılmıştır. Anket formu katılımcılara yüz yüze uygulanmıştır.

4.4. Verilerin Analizi

Araştırmada katılımcıların anket sorularına verdiği yanıtlar frekans analizi ve Ki-kare Testi ile analiz edilmiştir. Verilerin analizinde SPSS 20.0 istatistik paket programı kullanılmış ve analiz sonuçları % 95 güven seviyesinde değerlendirilerek anlamlılık düzeyi $p < 0,05$ olarak kabul edilmiştir.

5. BULGULAR

Bu bölümde araştırma grubuna ilişkin tanımlayıcı özelliklere, araştırma grubunun sağlık personeline yönelik görüşleri ile hastanenin halkla ilişkiler faaliyetlerine yönelik görüşlerine ilişkin bulgulara yer verilmiştir.

Araştırma grubunun cinsiyet, yaş, medeni durum, öğrenim durumu ve meslek gibi tanımlayıcı özelliklerine ilişkin sayısal ve yüzdesel dağılımlar Tablo 1’de yer almaktadır. Araştırma grubunun % 66,7’si kadın, % 37,4’ü 20-25 yaş aralığında; %70,7’si evli, % 46,5’i ön lisans- lisans mezunu ve % 35,4’ü ev hanımıdır (Tablo 1).

Tablo 1: Araştırma Grubuna İlişkin Tanımlayıcı Bilgiler

Değişkenler	Özellikler	N (%)
Cinsiyet	Kadın	66 (66,7)
	Erkek	33 (33,3)
Yaş	20-25	37 (37,4)
	26-31	29 (29,3)
	32-37	19 (19,2)
	38 ve üzeri	14 (14,1)
	Ortalama: 29,29 Standart Sapma: 6,481	Min: 20; Maks: 46
Medeni Durum	Evli	70 (70,7)
	Bekar	29 (29,3)
Öğrenim Durumu	İlköğretim	28 (28,3)
	Lise	18 (18,2)
	Ön Lisans- Lisans	46 (46,5)
	Lisansüstü	7 (7,0)
Meslek	Ev Hanımı	35 (35,4)
	Memur	30 (30,4)
	İşçi	13 (13,1)
	Serbest Meslek	13 (13,1)
	İşsiz	4 (4,0)
	Öğrenci	4 (4,0)
Toplam		99 (100)

Araştırma grubunun sağlık personeline yönelik görüşlerinin dağılımına ilişkin sayısal ve yüzdesel değerler Tablo 2’de sunulmuştur.

Tablo 2: Araştırma Grubunun Sağlık Personeline Yönelik Görüşlerinin Dağılımı

Değişkenler	Özellikler	N	%
Son bir yılda ilgili hastaneye geliş sıklığı	1 Kez	8	8,1
	2 Kez	23	23,2
	3 Kez	27	27,3
	4 Kez	14	14,1
	5 ve Üzeri	27	27,3
En rahat iletişim kurulan hastane personeli	Doktor	42	42,4
	Hemşire	26	26,3
	Hasta Kabul Personeli	16	16,2
	Danışma-Yönlendirme Personeli	15	15,1
Hastaneye girildiğinde ilk olarak iletişim kurulan hastane personeli	Hasta Kabul Personeli	56	56,6
	Danışma-Yönlendirme Personeli	24	24,2
	Hemşire	16	16,2
	Doktor	3	3,0
Hastane içinde bir sorun yaşandığında başvuru yapılacak yeri bilme durumu	Evet	81	81,8
	Hayır	18	18,2
Hastane içinde bir sorun yaşandığında şikayetin bildirilmesinin tercih edildiği hastane personeli	Başhekim	50	50,5
	Hasta Hakları Birimi Personeli	24	24,3
	Danışma-Yönlendirme Personeli	13	13,1
	Hemşire	10	10,1
	Doktor	2	2,0
Hasta Hakları Biriminin görevlerini yeterince yerine getirdiği düşüncesi	Evet	75	75,8
	Hayır	24	24,2

Değişkenler	Özellikler	N	%
Hasta Kabul personelinin davranışlarından duyulan memnuniyet durumu	Çok Memnunum	52	52,5
	Memnunum	31	31,3
	Memnun Değilim	8	8,1
	Fikrim Yok	8	8,1
Danışma-Yönlendirme biriminin bilgilendirmesine ilişkin duyulan memnuniyet durumu	Çok Memnunum	32	32,3
	Memnunum	51	51,5
	Memnun Değilim	2	2,0
	Fikrim Yok	14	14,2
Hastane doktorlarının genel yaklaşımlarından duyulan memnuniyet durumu	Çok Memnunum	39	39,4
	Memnunum	57	57,6
	Fikrim Yok	3	3,0
	Çok Memnunum	42	42,4
Hemşire ve diğer sağlık personelinin yaklaşımlarından duyulan memnuniyet durumu	Memnunum	47	47,5
	Hiç Memnun Değilim	3	3,0
	Fikrim Yok	7	7,1
	Toplam		99

Katılımcıların % 8,1’i ilgili hastaneye son bir yılda bir kez gelmişken; büyük çoğunluğu (% 91,9) birden fazla kez uğramıştır. Katılımcıların ilk iletişim kurdukları hastane personeli % 56,6 ile hasta kabul birimi personeli iken; en rahat iletişim kurdukları hastane personeli % 42,4 ile doktorlardır. Katılımcıların % 81,8’i hastane içinde herhangi bir sorun yaşadıklarında nereye başvuracaklarını bildiğini, % 50,5’ i ise şikayetlerini başhekime bildirmeyi tercih ettiklerini belirtmişlerdir. Katılımcıların % 52,5’i hasta kabul personelinin davranışlarından çok memnun iken; % 51,5’i danışma–yönlendirme birimindeki bilgilendirmeden memnundur. Katılımcıların

% 57,6'sı doktorların genel yaklaşımlarından memnunken; % 47,5'i hemşire ve diğer sağlık personelinin yaklaşımlarından memnun olduklarını belirtmişlerdir (Tablo 2).

Araştırma grubunun hastanenin halkla ilişkiler faaliyetlerine yönelik görüşlerinin dağılımına ilişkin sayısal ve yüzdesel değerler Tablo 3'te sunulmuştur.

Tablo 3: Araştırma Grubunun Hastanenin Halkla İlişkiler Faaliyetlerine Yönelik Görüşlerinin Dağılımı

Değişkenler	Özellikler	N	%	
Hastanedeki halkla ilişkiler uygulamaları hakkında yeterince tanıtım ve bilgilendirme yapıldığı düşüncesi	Evet	51	51,5	
	Hayır	48	48,5	
Tanıtım ve bilgilendirme ile ilgili yapılan faaliyetler	Broşür	18	18,2	
	Yönlendirme Levhaları	2	2,0	
Hastanenin internet yoluyla yaptığı bilgilendirme ve randevu sisteminin yeterli olma durumu	Kurum içi TV Yayını	79	79,8	
	Evet	45	45,5	
Genel olarak hastane ile ilgili duyulan memnuniyet durumu	Hayır	54	54,5	
	Çok Memnunum	42	42,4	
Hastane ile ilgili düşüncelerin oluşmasında etkili olan faktörler	Memnunum	55	55,6	
	Fikrim Yok	2	2,0	
	Hastanede yaşadığım olaylar	61	61,6	
İlgili hastaneyi başkalarına tavsiye etme durumu	Çevreden Duyduklarım	20	20,2	
	Basından Okuduklarım	18	18,2	
	Evet	82	82,8	
Hastaneden telefon ile randevu alabilme durumu	Hayır	17	17,2	
	Evet	62	62,6	
Hastanenin sizi tanımak, görüş ve önerilerinizi öğrenmek için yapmış olduğu faaliyetler	Hayır	37	37,4	
	Dilek şikâyet kutusu	23	23,3	
	Yüz yüze görüşme	32	32,3	
	Anket	32	32,3	
Hastanenin ilk olarak duyulduğu ortam	Rastlamadım	12	12,1	
	İnternet	4	4,0	
	Çevre	83	83,9	
Hastane tarafından bilgi amaçlı broşür-el kitabı vb. doküman verilme durumu	Başka hastane yok	12	12,1	
	Evet	15	15,2	
Hastalığınıza yönelik seminer, konferans ve toplantı yapılma durumu	Hayır	84	84,8	
	Evet	24	24,2	
Toplam	Hayır	75	75,8	
	Değişkenler	Özellikler	N	%
	Hastane tercihinizde hastanenin imajının önem durumu	Çok önemli	66	66,6
		Önemli	16	16,2
Fikrim yok		11	11,1	
Önemsiz		6	6,1	
Toplam		99	100	

Katılımcıların % 51,5'i hastanedeki halkla ilişkiler uygulamaları hakkında yeterince tanıtım ve bilgilendirme yapıldığını; % 79,8'i tanıtım ve bilgilendirmenin kurum içi televizyon ile yapıldığını; % 54,5'i hastanenin internet yoluyla yaptığı bilgilendirme ve randevu sisteminin yeterli olmadığını; % 55,6'sı hastaneden genel olarak memnun ve % 42,4'ü ise çok memnun olduğunu; % 61,6'sı hastane ile ilgili düşüncelerinin oluşmasında hastanede yaşadığı olayların etkili olduğunu; % 82,8'i hastaneyi başkalarına tavsiye edebileceğini; % 62,6'sı hastaneden telefon ile randevu alabildiğini belirtmiştir. Ayrıca katılımcıların % 12,1'i hastanenin hastalarını tanımak, görüş ve önerilerini almak amacıyla

yaptığı herhangi bir çalışmaya rastlamadığını belirtirken; % 32,3'ü hastanenin hastalarıyla yüz yüze görüşme yaptığını, yine % 32,3'ü hastalarına anket uyguladığını ve % 23,3'ü dilek ve şikayet kutusunun kullanıldığını belirtmiştir. Katılımcıların % 83,9'u hastaneyi çevresinden duyduğunu, % 84,8'i hastanede bilgi amaçlı broşür, el kitabı vb. doküman verilmediğini, % 75,8'i hastalığına yönelik seminer, konferans, toplantı vb. yapılmadığını ve % 66,6'sı hastaneyi tercih etmede hastane imajının çok önemli olduğunu ifade etmiştir (Tablo 3).

Çalışma kapsamında "Araştırmanın Amacı" başlığı altında bahsi geçen sorulara ilişkin yanıtlar Ki-Kare Analizi ile belirlenmiştir. Analiz sonucunda "**sağlık personeline yönelik görüşler**" başlığı altında yer alan sorulardan sadece "*son bir yılda ilgili hastaneye geliş sıklığı*" ile "*hastane içerisinde bir sorun yaşandığında şikâyetin bildirilmesinin tercih edildiği hastane personeli*" ne ilişkin bir farklılık tespit edilmiştir. Buna göre, "*son bir yılda ilgili hastaneye geliş sıklığı*"nın "*medeni durum*" değişkenine; "*hastane içerisinde bir sorun yaşandığında şikâyetin bildirilmesinin tercih edildiği hastane personeli*"nin ise "*medeni durum*" ve "*yaş grubu*" değişkenlerine göre istatistiksel anlamda farklı olduğu söylenebilir. "**Hastanenin halkla ilişkiler faaliyetlerine yönelik görüşleri**" başlığı altında yer alan sorulardan ise yalnızca "*hastaları tanımak, görüş ve önerilerini öğrenmek amacıyla hastane tarafından yapılan faaliyetler*"e ilişkin dağılımın "*cinsiyet*" ve "*medeni durum*" değişkenlerine göre istatistiksel anlamda farklı olduğu tespit edilmiştir. Diğer ifadeler ile demografik değişkenler arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık tespit edilmemiştir.

Son bir yılda ilgili hastaneye geliş sıklığı (ilk defa gelenler ve birden fazla gelenler) ile medeni durum değişkeni arasındaki farkı belirlemek amacıyla yapılan Ki-Kare Analizi sonuçları Tablo 4'te sunulmuştur.

Tablo 4: Medeni Durumun Son Bir Yılda İlgili Hastaneye Geliş Sıklığına Göre Dağılımı

		Hastaneye Son 1 Yılda Bir Kez Gelenler	Hastaneye Son 1 Yılda Birden Fazla Kez Gelenler	Toplam	χ^2	p
Medeni Durum	Evlü	n	0	70	*	0,000
		%	0,0 %	100,0 %		
	Bekar	n	8	21		
		%	27,6 %	72,4 %		

* Fisher'in Kesin Ki-Kare Testi

Araştırma grubunda yer alan evlilerin tamamı, bekarların ise % 72,4'ü ilgili hastaneye son bir yılda birden fazla kez ziyarette bulunmuş olup; son bir yılda ilgili hastaneye geliş sıklığı

açısından evli ve bekar hastalar arasında istatistiksel açıdan anlamlı bir fark bulunmuştur (p=0,000) (Tablo 4).

Hastane içerisinde bir sorun yaşandığında şikâyetin bildirildiği hastane personeli ile medeni durum arasındaki farkı belirlemek amacıyla yapılan Ki-Kare Analizi sonuçları Tablo 5'te sunulmuştur.

Tablo 5: Medeni Durumun Hastane İçerisinde Bir Sorun Yaşandığında Şikâyetin Bildirildiği Hastane Personeline Göre Dağılımı

Medeni Durum		n	Sağlık Personeli (Başhekim, Doktor, Hemşire)	Diğer Hastane Personeli (Danışma-Yönlendirme, Hasta Hakları Birimi Çalışanları)	Toplam	χ^2	p
Evli	n		53	17	70	15,632*	0,000
	%		75,7 %	24,3 %	100,0 %		
	n		9	20	29		
	%		31,0 %	69,0 %	100,0 %		
Bekar	n						
	%						

* Yates Düzeltmeli Ki-Kare Testi

Araştırma grubunda yer alan evlilerin % 75,7'si sorun yaşadıklarında şikâyetlerini başhekim, doktor ya da hemşirelere bildirdiklerini; bekârların ise % 69'u danışma-yönlendirme ya da hasta hakları birimi çalışanları ile görüştiklerini belirtmişlerdir. Hastaların sorun yaşadıklarında şikâyetlerini bildirdikleri hastane personeli açısından evli ve bekâr hastalar arasında istatistiksel açıdan anlamlı bir fark bulunmuştur ($\chi^2=15,632$; p=0,000) (Tablo 5).

Araştırma grubunun hastane içerisinde bir sorun yaşandığında şikâyetini bildirdiği hastane personeli ile yaş grubu değişkeni arasındaki farkı belirlemek amacıyla yapılan Ki-Kare Analizi sonuçları Tablo 6'da sunulmuştur.

Tablo 6: Yaş Grubunun Hastane İçerisinde Bir Sorun Yaşandığında Şikâyetin Bildirildiği Hastane Personeline Göre Dağılımı

Yaş Grubu		n	Sağlık Personeli (Başhekim, Doktor, Hemşire)	Diğer Hastane Personeli (Danışma-Yönlendirme, Hasta Hakları Birimi Çalışanları)	Toplam	χ^2	p	
20-25	n		7	13	20	15,350*	0,002	
	%		35,0 %	65,0 %	100,0 %			
	26-31	n		19	13			32
		%		59,4 %	40,6 %			100,0 %
	32-37	n		11	8			19
		%		57,9 %	42,1 %			100,0 %
≥ 38	n		25	3	28			
	%		89,3 %	10,7 %	100,0 %			

* Pearson Ki-Kare Testi

Araştırma grubunda 20-25 yaş aralığında olan hastaların % 65'i sorun yaşadıklarında şikâyetlerini danışma-yönlendirme ya da hasta hakları birimi çalışanlarına bildirdiklerini; 26-31 yaş aralığındaki hastaların % 59,4'ü; 32-37 yaş aralığındaki hastaların % 57,9'u ve 38 yaş ve üzerindeki hastaların % 89,3'ü sorun yaşadıklarında şikâyetlerini başhekim, doktor ya da hemşirelere bildirdiklerini belirtmişlerdir. Hastane içerisinde bir sorun yaşandığında şikâyetlerin bildirildiği hastane personeli açısından belirlenen yaş grupları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir fark vardır ($\chi^2=15,350$; $p=0,002$) (Tablo 6).

Hastaları tanımak, görüş ve önerilerini almak amacıyla hastane tarafından yapılan faaliyetler ile cinsiyet değişkeni arasındaki farkı belirlemek amacıyla yapılan Ki-Kare Analizi sonuçları Tablo 7'de sunulmuştur.

Tablo 7: Cinsiyetin Hastaları Tanımak, Görüş ve Önerilerini Almak Amacıyla Hastanenin Yapmış Olduğu Faaliyetlere Göre Dağılımı

Cinsiyet	Dilek-Şikâyet Kutusu	Yüzyüze Görüşme	Anket	Rastlamadım	Toplam	χ^2	p	
Kadın	n	12	16	28	10	66	13,924*	0,003
	%	18,2 %	24,2 %	42,4 %	15,2 %	100,0 %		
Erkek	n	11	16	4	2	33	13,924*	0,003
	%	33,3 %	48,5 %	12,1 %	6,1 %	100,0 %		

* Pearson Ki-Kare Testi

Araştırma grubunda yer alan kadınların % 42,4'ü hastanenin kendilerini tanımak, görüş ve önerilerini öğrenmek amacıyla anket uyguladığını; % 24,2'si yüz yüze görüşmeler yapıldığını; % 18,2'si ise dilek ve şikâyet kutusunun kullanıldığını belirtmiştir. Erkeklerin ise % 48,5'i kendileriyle yüz yüze görüşmeler yapıldığını, % 33,3'ü dilek ve şikâyet kutusunun etkin kullanıldığını; % 12,1'i ise anket uygulandığını belirtmiştir. Ayrıca kadınların % 15,2'si ve erkeklerin % 6,1'i kendilerini tanımak, görüş ve önerilerini almak amacıyla hastanenin yapmış olduğu herhangi bir çalışmaya rastlamadıklarını ifade etmişlerdir. Hastane tarafından hastaları tanımak, görüş ve önerilerini almak amacıyla yapılan çalışmalar açısından kadın ve erkek hastalar arasında istatistiksel olarak anlamlı bir fark vardır ($\chi^2=13,924$; $p=0,003$) (Tablo 7).

Hastaları tanımak, görüş ve önerilerini almak amacıyla hastane tarafından yapılan faaliyetler ile medeni durum değişkeni arasındaki farkı belirlemek amacıyla yapılan Ki-Kare Analizi sonuçları Tablo 8'de sunulmuştur.

Tablo 8: Medeni Durumun Hastaları Tanımak, Görüş ve Önerilerini Almak Amacıyla Hastanenin Yapmış Olduğu Faaliyetlere Göre Dağılımı

Cinsiyet	Dilek-Şikâyet Kutusu	Yüz yüze Görüşme	Anket	Rastlamadım	Toplam	χ^2	p
Evli	n 9 % 12,9 %	26 37,1 %	25 35,7 %	10 14,3 %	70 100,0 %	14,563	0,002
Bekar	n 14 % 48,3 %	6 20,7 %	7 24,1 %	2 6,9 %	29 100,0 %		

* Pearson Ki-Kare Testi

Araştırma grubunda yer alan evlilerin % 37,1'i kendilerini tanımak, görüş ve önerilerini almak amacıyla yüz yüze görüşme yapıldığını, % 35,7'si anket uygulandığını, % 12,9'u ise dilek ve şikâyet kutusunun kullanıldığını belirtmiştir. Bekârların ise % 48,3'ü dilek ve şikâyet kutusunun kullanıldığını ifade ederken; % 24,1'i anket uygulandığından, % 20,7'si ise yüz yüze görüşmeler yapıldığından bahsetmiştir. Ayrıca evlilerin % 14,3'ü ve bekârların % 6,9'u kendilerini tanımak, görüş ve önerilerini almak amacıyla hastanenin yapmış olduğu herhangi bir çalışmaya rastlamadıklarını ifade etmişlerdir. Hastane tarafından hastaları tanımak, görüş ve önerilerini almak amacıyla yapılan çalışmalar açısından evli ve bekâr hastalar arasında istatistiksel olarak anlamlı bir fark vardır ($\chi^2=14,563$; $p=0,002$) (Tablo 8).

6. SONUÇ VE ÖNERİLER

İnsan yaşamını doğrudan ilgilendirmesi açısından hastanelerde halkla ilişkiler ayrı bir öneme sahiptir. Son yıllarda sağlık kuruluşlarında halkla ilişkilere verilen önem artmakla birlikte, hala sınırlı sayıda uzman çalıştırıldığı ve faaliyetlerin bilimsel halkla ilişkiler niteliğinde yürütülüp yürütülmediği tartışma konusudur.

Bu çalışma ile hastaların halkla ilişkiler faaliyetleri ile ilgili düşünceleri incelenmiştir. Çalışma kapsamında yer alan ilgili hastanede halkla ilişkiler birimi bulunmamakta, bu işlevi hasta kabul ve danışma yönlendirme elemanları yapmaktadır. Araştırmanın yapıldığı yer açısından halkla ilişkiler birimi bulunmasa da hastaların yarısından fazlası hasta kabul personelinin davranışlarından ve danışma-yönlendirme biriminin bilgilendirmesinden memnun olduklarını dile getirmişlerdir.

Hastanelerdeki halkla ilişkiler faaliyetlerine yönelik literatürde yer alan çalışmalar incelenmiştir. Buna göre, Teke vd. (1999) tarafından yapılan bir çalışmada hastanede poliklinikler girişinde sürekli görev yapacak bir danışma biriminin bulunmasının, yer - yön gösteren işaret ve levhaların yeterli nitelik ve sayıda bulunmasının, dilek ve öneri kutularının hastaların kolayca görebileceği yerde konumlandırılmasının hastanenin kendi personeline ve hedef kitesine karşı imajının yüksek düzeyde tutulmasını sağlamış olacağı belirtilmiştir. Bahadır (2010) tarafından bir devlet hastanesinde yapılan çalışmada halkla ilişkiler çalışmaları

değerlendirilmiş olup, hastaların genel olarak hastanenin tüm uygulamalarından memnun oldukları saptanmıştır. Bununla birlikte hastane personelinin özellikle de sağlık personelinin genel memnuniyet oranlarının hastalara göre daha düşük olduğu belirlenmiştir. Çalışma kapsamında ulaşılan bir başka önemli sonuç ise, halka ilişkiler ve iletişim faaliyetlerinin büyük ölçüde hasta ve hasta yakınlarına odaklanmış olmasıdır. Bölükbaşı (2012) tarafından yapılan çalışmada hastanelerdeki halkla ilişkiler faaliyetlerinin müşteri memnuniyetine etkisi araştırılmış ve çalışma sonucunda hastaların halkla ilişkiler faaliyetlerini çok önemsedikleri ve olumlu buldukları sonucuna ulaşılmıştır. Taşdelen (2014) tarafından özel bir hastanede yapılan çalışmada halkla ilişkiler faaliyetlerinin yeterliliği ölçülmüş ve hastalara olan yansımaları incelenmiştir. Araştırma sonucunda hastanenin gerçekleştirdiği iç ve dış halkla ilişkiler faaliyetlerinden gerek hastaların gerekse personelin memnun olduğu, dolayısıyla hastanenin yürüttüğü halkla ilişkiler faaliyetlerinin yeterli olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Erdoğan (2015) tarafından Konya ilinde yapılan çalışmada vatandaşların hastane tercihine etki eden fiziksel koşullar, hizmet ve halkla ilişkiler unsurlarından hangisini daha çok önemsediklerinin belirlenmesi amacıyla yapılan çalışmada katılımcıların daha çok fiziksel koşullar ve hizmet unsurlarına önem verdikleri ortaya çıkmıştır. Buna göre bireyler hastanenin tanıtım organizasyonlarından (örneğin, hastanenin medyada yer alması, sergi ve fuarlar düzenleyerek kendi tanıtımlarını yapması, önemli gün ve haftalarda tebrik kartı gönderilmesi, hastanenin bir spor takımını ya da sporcuyu desteklemesi gibi) ziyade, yeterli teçhizatla saygı ve anlayış çerçevesinde kaliteli hizmet almayı önemsemektedirler. Dolayısıyla hastanelerin hedef kitlenin memnuniyetini artırıcı, kurum imajını geliştirici istek ve beklentilere odaklanması gerektiği söylenmektedir.

Çalışma kapsamında hastaların hastane içerisinde bir sorun yaşadıklarında şikâyetlerini bildirdikleri hastane personeli ile medeni durumları arasında anlamlı bir farklılık bulunmuştur. Buna karşın Bahadır (2010)'ın yapmış olduğu çalışmada hastaların şikâyetlerini bildirdikleri hastane personeli ile medeni durum değişkeni değil, eğitim durumu ve meslek değişkenleri arasında anlamlı bir farklılık olduğu saptanmıştır.

Bahadır (2010)'un çalışmasında en rahat iletişim kurulan hastane personeli ile eğitim durumu arasında anlamlı bir farklılık olduğu belirlenmiştir. Ayrıca sözü geçen çalışmada hastaların danışma-yönlendirme personelinin çalışmalarına yönelik duyulan memnuniyet durumunun katılımcıların mesleklerine göre anlamlı bir farklılık gösterdiği görülmektedir. Ancak yapılan bu çalışmada benzer bulgulara rastlanılmamıştır.

Çalışma kapsamında araştırmaya katılan bireylerin hastane tercihinde bilgi kaynağı olarak en çok çevrelerinden yararlandıkları tespit edilmiştir. Benzer bulguya Erdoğan (2015)'in çalışmasında da ulaşılmıştır. Erdoğan (2015)'e göre, bireylerin en çok aile, akraba, arkadaş gibi yakın çevresinin bilgi, birikim ve tecrübesi sonucu hastane tercihinde buldukları söylenebilir.

Çalışma kapsamında katılımcıların yarısından fazlasının ilk iletişim kurdukları hastane personelinin hasta kabul birimi çalışanları; en rahat iletişim kurdukları hastane personelinin ise hekim olduğu tespit edilmiştir. Benzer şekilde Bölükbaşı (2012) da yapmış olduğu çalışmada aynı sonuçlara ulaşmıştır.

Çalışma kapsamında hastaların % 66,6'sı hastane tercihinde hastanenin imajının çok önemli olduğunu belirtmiştir. Taşdelen (2014) tarafından yapılan çalışmada ise 37 hastane personelinden 23'ünün hastaların çalıştıkları hastaneyi tercih etmelerinde hastanenin kurumsal imajının etkili olduğunu düşündükleri belirlenmiştir.

Bu çalışmanın sonuçları doğrultusunda konu ile ilgilenen araştırmacılara, akademisyenlere ve sağlık yöneticilerine bir takım öneriler sunulmaktadır. Bu öneriler;

- Hastanelerde halkla ilişkiler biriminin kurularak bu alanda uzmanlaşmış personelin istihdam edilmesi,
- Halkla ilişkiler faaliyetlerine yönelik planlamalar yapılması ve yeterli bütçe ayrılması,
- Çalışanların mesleki gelişimine yönelik çalışmaların yapılması
- Hastane yönetiminin halkla ilişkiler bölümü faaliyetlerini desteklemesi ve çalışanların motivasyonlarının artırılmasına yönelik çalışmalar gerçekleştirmesi
- Belirli aralıklarla hasta memnuniyetine yönelik araştırmaların yapılması ve araştırma sonuçları doğrultusunda gerekli önlemlerin alınması
- Hastanenin iletişim araçlarını etkin bir şekilde kullanması (Hastane web sayfası oluşturulması, medyada yer alması vb.)
- Hastane yöneticilerinin halkla ilişkiler faaliyetlerine yönelik organizasyonlar (ücretsiz göz sağlığı taraması, diş sağlığı kontrolü vb.) düzenlemesi şeklinde belirtilebilir.

KAYNAKÇA

- Akkaya, E. (2011). “Özel Sağlık Kurumlarında Halkla İlişkiler”, Yüksek Lisans Tezi, Beykent Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Alkibay, S. (1998). “Hastanelerde Halkla İlişkiler Anlayışı ve Uygulamaları”, *Amme İdaresi Dergisi*, 31(1), 153-163.
- Ayhan, B., Canöz, K. (2006). “Hastaların Hastane Tercihinde Etkili Olan Halkla İlişkiler Faaliyetleri”, II. Ulusal Halkla İlişkiler Sempozyumu, Kocaeli Üniversitesi, 27-28 Nisan 2006, Kocaeli, 71-90.
- Bahadır, Ö. (2010). “Hastanelerde Halkla İlişkiler Uygulamalarına Yönelik Bir Araştırma”, Yüksek Lisans Tezi, Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Başok Yurdakul, N., Çoşkun, G., Öksüz, B. (2007). “Hastanelerde Halkla İlişkiler: İzmir İli Özel Hastaneler Örneğinde Halkla İlişkiler Birimlerinin Yapı-İşlev ve Uygulamalarına Yönelik Bir Araştırma”, *Eskişehir Osmangazi Üniversitesi İİBF Dergisi*, 2(1), 31-46.
- Bölükbaşı, N. (2012). “Özel Hastanelerde Halkla ilişkiler Faaliyetlerinin Hizmet Kalitesine ve Müşteri Memnuniyetine Etkileri”, Yüksek Lisans Tezi, Erciyes Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Kayseri.
- Duğan, Ö., Uludağ, A. (2015). “Sağlık Çalışanlarının Halkla İlişkilere Bakışı: Selçuk Üniversitesi Tıp Fakültesi Örneği”, *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 34, 41-51.
- Erdoğan, R. (2015). “Sağlık Kuruluşlarında Halkla İlişkiler: Hastane Tercihinde Halkla İlişkilerin Rolü Üzerine Bir Saha Araştırması”, Yüksek Lisans Tezi, Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Konya.
- Güneş, A. (2009). “Kamu Kurum ve Kuruluşlarında Halkla İlişkiler Kavramının Tanımı Yeri ve Önemi Üzerine Bir Yaklaşım”, *C.Ü. İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, 10(1), 71-79.
- Işık, M. (2015). *Hastanelerde Halkla İlişkiler*, Konya: Eğitim Kitabevi.
- Kalyon, Y. (2007). *Halkla İlişkiler*, Ankara: Nobel Yayınları.
- Kırdar, Y. (2007). “The Role of Public Relations for Image Creating in Health Services: A Sample Patient Satisfaction Survey”, *Health Marketing Quarterly*, 24(3/4), 33-53.
- Ristino, R.J. (2007). “Communicating With External Publics: Managing Public Opinion and Behavior”, *Health Marketing Quarterly*, 24(3/4), 55-80.
- Taşdelen, M. (2014). “Özel Sağlık Kuruluşlarında İç ve Dış Halkla İlişkiler Uygulamalarına Yönelik Bir Araştırma”, Yüksek Lisans Tezi, Adnan Menderes Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Aydın.
- Teke, K., Demir, C., Fedai, T., Ersoy, K. (1999). “GATA Eğitim Hastanesine Başvuran Hastalara Sunulan Halkla İlişkiler Hizmetlerinin Değerlendirilmesi”, *Hacettepe Sağlık İdaresi Dergisi*, 4(1), 43-50.

Tengilimoğlu, D. (2001). Sağlık Kuruluşlarında Halkla İlişkiler, Ankara: Gazi Kitabevi.

Uyanık, J. (2011). "Hastanelerde Halkla İlişkiler Fonksiyonuna Bakış: Adana Bölgesinde Bir Uygulama", Yüksek Lisans Tezi, Çađ Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Mersin.