

TOPLAM KALİTE YÖNETİMİNİN PAZARLAMA PERFORMANSINA ETKİLERİ VE SAĞLIK SEKTÖRÜNDE BİR UYGULAMA

Mehmet KARA¹
Maşide GÜRCÜ²

ÖZET

Günümüzde gerek kamu sektöründe ve gerekse özel sektörde işletmelerin karşılaştığı en büyük sorunlardan bir tanesi de üretilen mal veya hizmetlerin pazarlanabilmesidir. Somut olarak ifade edilen malların pazarlanmasında, tüketicilerin beş duyu yardımı ile mallar hakkında bilgi sahibi olabilmeleri onların karar vermelerinde büyük kolaylıklar sağlamaktadır. Soyut olan hizmetlerde ise, bireylerin kendilerine yapılan sunumlarda, kalite düzeylerini bu denli kolay algılamaları mümkün olmamaktadır. Sağlık sektöründe, son yıllarda görülen gelişme ve iyileşmeler bu alanda büyük bir çığır açmıştır. Özel teşebbüsün sahadaki başarısı, kamuyu bu alanda daha da gayretli olamaya zorlamıştır. Sektörde yaşanan büyük rekabet, müşteri olarak değerlendirilen hastaların memnuniyetlerinin gün geçtikçe daha da karmaşıklaşan ve farklı parametreler ile ifade edilen bir hal almasına neden olmuştur. Bu çalışma ile hedeflenen, Toplam Kalite Yönetimi uygulamaları ile pazarlama performansında meydana gelen olumlu gelişmeleri ortaya koyarak, hastaların memnuniyet düzeylerine yapılan katkıları belirleyebilmektir. Yozgat Devlet Hastanesinde, yatan hastaların toplam kalite yönetimi uygulamaları neticesinde memnuniyet düzeylerinin demografik özelliklerine göre farklılaşıp farklılaşmadığı çalışma ile ortaya konulmaya gayret edilmiştir.

Anahtar Kelimeler: Pazarlama, Hizmet Pazarlaması, Toplam Kalite Yönetimi, Hasta Memnuniyeti, Yozgat Devlet Hastanesi

THE EFFECTS of TOTAL QUALITY MANAGEMENT on MARKETING PERFORMANCE and an APPLICATION on HEALTH SECTOR

ABSTRACT

In today's world, both in public and private sectors, one of the major problems that enterprises face is the marketing of goods and services. In marketing the solid products, it is a great advantage that buyers can decide what to purchase through getting information about the products with the help of five senses. On the other hand, with nonphysical services, it is quite hard for buyers to realize the quality level as much as that of solid products. Great advances and developments in the health sector have made a breakthrough. The great success of the private sector in this field drove the public sector to be more industrious. Great competition in the sector has caused a circumstance that is gradually becoming elaborate and that can be projected with higher parameters through satisfaction of patients assumed as customers. Our objective in the study is to identify the contribution of positive effects of advances in marketing performance with the realization of Total Quality Systems on customer satisfaction level of patients. We have tried to present whether or not the satisfaction levels of patients admitted to Yozgat Public Hospital demographically differentiated after the application of quality management systems.

Key Words: Marketing, Services Marketing, Total Quality Management, Patient Satisfaction, Yozgat Public Hospital.

¹ Yrd. Doç. Dr. , Bozok Üniversitesi, mehmetkara44@yahoo.com

² Bozok Üniversitesi, SKSD Mediko Sosyal, maside.gurcu@bozok.edu.tr

GİRİŞ

TKY, tüketici ve tüketici davranışlarına odaklanarak ürünü kullananların bugün ne istediğini tespit ederek gelecekte ne isteyeceğinin tahmin edilmesi için önemlidir.

Kalite önemli bir rekabet avantajıdır. Toplumdaki gelişme ve değişimler ürün ve hizmetlerdeki kalite düzeyinin sürekli artırılmasını zorunlu kılar. Kalite pazardaki yarışta rekabet avantajı sağlar. Yoğun rekabette rakipleri geçmek için müşteriye tatmin etmek çok önemlidir.

Sağlık sektöründeki en önemli hizmet işletmelerinden biri de hastanelerdir. Sağlık sektöründe kamu harcamalarından en fazla payı hastaneler almakta ve sağlık hizmetlerinin yapı taşı oluşturmaktadır. Küresel rekabet, müşteri beklentilerindeki değişim, kalite, maliyet bilinci ve teknolojinin etkisiyle hastaneler, sadece koruyucu ve tedavi edici hizmetlerin verildiği kurumlar değil, kar amacı güden kuruluşlar haline de gelmiştir. Sağlık kurumları geniş ve heterojen bir müşteri grubunu tatmin etmeye çalışır. Müşteri istek ve beklentilerinin karşılanması kurumun varlığı için gereklidir. Müşterilerin daha önce olmadığı kadar talepte bulunması pazardaki rekabetin açık göstergesidir. Pazarlamada üç aşama vardır. Müşteriyi anlamak, farkındalık üstünlüğü sağlamak ve müşteriyle işletmeyi tekrar tercih edebileceği bir ilişki kurmaktır.

I. KALİTE KAVRAMI

Kalite, bir ürün ya da hizmetin ihtiyacı karşılayabilme kabiliyetine dayanan özelliklerin toplamıdır. Değişen müşteri istek ve ihtiyaçlarının tatmin edilmesi, zamanında ve ilk seferde müşteriye uygun cevap verilmesidir. Pazar şartlarındaki değişimler kalite kavramında da değişikliğe neden olmuştur. Kalite kavramı ilk çıktığı yıllarda standartlara uygunluk olarak ifade edilmiştir. Ancak tüketici istek ve ihtiyaçlarındaki değişim kalitenin kullanıma uygunluk olarak ifade edilmesine neden olmuştur. Tüketicinin açığa çıkarılan ihtiyaçlarının yanında gizli kalmış ihtiyaçlarının karşılanması için tüketici beklentilerine cevap verilmesi kalitenin yeniden ifade edilmesini sağlamıştır. Kalitenin en temel tanımını son kullanıcı olan tüketici belirlemektedir (Tüzün, 2004: 5-6).

A. Toplam Kalite Yönetiminin Tanımı

TKY, Shewhart, Deming, Juran, Ishikawa'nın da içinde bulunduğu pek çok düşünürün fikirleri üzerine inşa edilmiş bir takım varsayımlar, prensipler, teknik ve araçlara sahip ve bunları kapsamlı bir şekilde bir araya getiren bir yönetim yaklaşımıdır (Coşkun, 2003: 56).

TKY, davranışsal ve metodolojik yollarla, rekabeti geliştirerek ve kaliteyi iyileştirerek son müşteriye teslim edildiğinde müşterinin tatmin ve hoşnutluğunun amaçlandığı organizasyon aracılığıyla geliştirilen olumlu bir girişimdir (Fotopoulos vd., 2010: 504).

B. Sağlık Hizmetlerinde Kalite Kavramı

Hizmetlerin üretim sürecinde yaşanan sorunlar azaldıkça sağlık, eğitim, güvenlik gibi hizmetlerde kalitenin önemi giderek artmaktadır. Çünkü bu hizmetlerde meydana gelebilecek kalitesizlik maliyetleri giderilmesi zor sonuçlara yol açabilecektir. Hizmetlerin kendine has özellikleri olduğundan bir tek tanım yapmak yerine hizmet kalitesinin özellikleri üzerinde durulmaktadır. Literatürde en öne çıkan tanım kaliteyi üreticinin değil tüketicinin belirliyor olmasıdır. Dolayısıyla tüketicinin beklediği hizmet ile algıladığı hizmet birbirine ne kadar yakınsa hizmetin kalitesi o derece yüksek olur (Karabulut ve Yapraklı, 2001: 119). Hizmet kalitesi, hizmet pazarlaması içerisinde belki de en çok araştırılan konu olmuştur. Önceki araştırmalar satın alma niyeti, müşteri memnuniyeti bir firmanın performansı ile ilgilidir. Hastanın algıladığı hizmet kalitesi, hasta memnuniyetinin kazanılmasında ana etken olduğundan dolayı bir sağlık sistemi organizasyonunun başarısında önemli bir belirleyicidir (Choi vd., 2004: 914).

Sağlık hizmetlerinde kalite, hastalarla hizmet verenler arasındaki iyi yönlü psikolojik ve sosyal ilişkiler ile yatak çarşaflarının temizliği, yemeklerin iştah açıcılığı, bekleme salonlarının ihtiyacı karşılaması ve odalarda telefon bulunması gibi detaylardan oluşur. Hastaneler sağlık hizmeti sunan, hastaların tetkik ve tedavilerinin yapılmasını diğer bir ifadeyle müşterilere fayda sağlayan hizmet kurumları olduklarından asıl amaç hasta tatmini ve memnuniyetidir. Sağlık kurumlarında bunu sağlamanın en önemli yolu sağlık hizmetlerinin kaliteli olmasıdır. Sağlık hizmetinden memnun olan bir hasta, sürekli bu hastaneyi tercih ederek hastanenin sadık bir müşterisi haline gelir. Hizmet kuruluşlarının hepsi için önemli olan hizmet kalitesi sağlık hizmetleri için daha önemlidir (Gülmez, 2005: 148).

C. Sağlık Sektöründe Toplam Kalite Yönetimi

Kalite müşteri beklentilerinin herhangi bir ürün ya da hizmetten memnuniyeti olarak tanımlanır. Kalite TKY ile kurum yönetimine yansımıştır. TKY firmalarda ihtiyaç olarak ortaya çıkmıştır. Firmalar müşteriler olmadan hayatta kalamaz. Müşterilerin elde edilmesi ve tutulması için ürün ya da hizmet yönüyle müşterinin memnun edilmesi gerekir. Hemen hemen firmaların tamamında TKY' in odağındaki müşteri memnuniyet şekilleri hasta beklentilerini ileri düzeye getirdi. Sağlık hizmetlerinde kalite, hastanın ihtiyaçları, beklentileri ve arzularının önemini kavrayarak tıbbi ve teknolojik gelişmelerin yeni imkânlarıyla kalıcı ve sürekli kurumun, toplumun ya da hizmeti talep eden hastaların memnuniyeti olarak tanımlanabilir (Bostan vd., 2007: 62-63).

1. Hasta Tatminini Etkileyen Faktörler

Hasta memnuniyetini etkileyen faktörler hastaya ilişkin özellikler, hizmeti sunana ilişkin özellikler ve kurumsal özellikler olarak şu şekilde açıklanabilir (Emhan vd.,2010: 242).

- Hastaya İlişkin Özellikler: Hastanın yaşı, cinsiyeti, eğitim düzeyi, sosyal güvencesi, gelir düzeyi, hastalığın tanısı ve hastanede kalış süresi olarak ifade edilir.
- Hizmeti Sunana İlişkin Özellikler: Hizmet veren sağlık personelinin kişilik özellikleri, eğitimi, hastaya gösterdiği şefkat, ilgi ve nezaketi'dir.

- Kuruma İlişkin Özellikler: Hastanenin devlet, üniversite yada özel hastane olması. Bununla beraber kurumun aydınlatma, ısıtma, havalandırma, bekleme salonları, otopark vb. fiziksel özellikleri.

Clark pazarlama performans ölçümünü dört ana kategoriye ayırır (Lamberti and Noci, 2010: 142):

1. İlk finansal sonuçların ölçümü (örneğin, kar, satışlar ve nakit akışı), pazarlama eylemlerini uygulamak için katılan maliyetlerle pazarlama faaliyetlerinin sonuçlarını karşılaştırarak, pazarlama performanslarını değerlendirmede ilk çabayı ifade eder.

2. Finansal olmayan ölçümler, yani pazarlama çıktı (performans) ölçümleri pazar payı, müşteri memnuniyeti, müşteri sadakati ve marka değeri gibi finansal olmayan ya da nitel ölçümlerle belirlenir.

3. Giriş ölçümleri, yani kaynak emilim(tüketim)(örneğin, pazarlama araçları, pazarlama bütçesi) analizi ya da pazarlama birimlerinin davranışıyla (örneğin, pazarlama denetimleri, davranışsal kontrol sistemleri) pazarlama performans değerlendirmeye yönelik ölçüm hedefleri.

4. Çoklu ölçümler, yani ya verimlilik, etkinlik ve uyarlanabilirliğin makro boyutlarını ya da pazarlama performans ölçümünün (çok değişkenli analiz gibi) farklı boyutları arasında birbirlerine bağlanmasını değerlendirmeyi amaçlayan hibrit ölçümler.

II. ARAŞTIRMA

A. Araştırmanın Amacı ve Önemi

Araştırmanın amacı, hizmet sektöründe TKY ile pazarlama performansı arasında nasıl bir ilişki olduğunun araştırılmasıdır. Sağlık kuruluşlarında toplam kalite yönetiminin pazarlama performansına etkilerinin ortaya çıkarılmasında müşteri memnuniyeti etkisi incelenmek istenmiştir. Bu amaçla Yozgat Devlet Hastanesinde yatan hastalar örneklem olarak seçilmiştir.

Son yıllarda sağlık hizmetlerinde meydana gelen gelişmeler bu alanda daha fazla çalışma yapmayı gerekli kılmıştır. Özellikle kamu hastanelerinde uygulanan değişim ve dönüşüm çalışmaları, bu hastanelerin özel hastanelerle rekabet etmesinde önemli bir etkiye sahiptir. Bu amaçla hastanelerde uygulanan kalite, toplam kalite yönetimi ve hizmet kalite standartları gibi uygulamaların başlatılmasıyla hastaların/müşterilerin memnun edilmesi amaçlanmış ve tekrar bu hastaneleri tercih etmeleri hedeflenmiştir. Ancak teknolojiye ve hasta beklentilerindeki değişimler bu alanda sürekli araştırma yapmayı zorunlu kılmaktadır. Sosyal güvenlik kurumlarının tek çatı altında toplanması hastaların sadece devlet kuruluşlarını değil özel hastaneleri de tercih edebilmesinin yolunu açmış, sağlık hizmeti sunan kurumlar arasında doğal bir rekabetin oluşumunu sağlamıştır. Araştırmanın zamanının bu politikalarından sonra gerçekleşmesi bu çalışmayı önemli kıldığı düşünülmektedir. Çalışmamızda TKY' in pazarlama faaliyetlerine etkilerinin incelenmesi bu araştırmayı yapılan benzer çalışmalardan farklı kılmaktadır.

B. Araştırmanın Sınırlılıkları

Araştırma hizmet sektöründen sağlık hizmetlerinde uygulanmış, özel hastanenin hasta sayısının az olması, üniversite hastanesinde yatan hasta kabulü olmamasından sadece Yozgat Devlet Hastanesi ile sınırlı tutulmuştur. Bundan sonra yapılacak çalışmalarda, özel hastane ve üniversite hastanesinde uygulamalar yapılarak sonuçlar karşılaştırılabilir. Anket sadece Haziran ayında Yozgat Devlet Hastanesinin Fizik Tedavi, İntaniye, Ortopedi, Dâhiliye, Göz, Üroloji, Hariciye ve Enfeksiyon bölümlerindeki yatan hastalara uygulanmıştır. Çocuk hastanesinin ayrı olması nedeniyle araştırmaya 18 yaş üstünde hastalar dâhil edilmiştir. Cevap vermekte zorlanan hastaların refakatçileri uygulamaya katılmıştır. Soruların uzun olması ve zamanın yeterli olmaması nedeniyle sadece yatan hastalar ve refakatçileri araştırma kapsamında tutulmuştur.

C. Araştırmanın Metodolojisi

Araştırma için Yozgat Valiliği, Yozgat İl Sağlık Müdürlüğü ve Yozgat Devlet Hastanesinden gerekli izinler alınmıştır. Araştırmada, hasta odalarının tek tek gezilmesiyle araştırmaya katılmak isteyen hastalardan, veri toplama yöntemlerinden anket yöntemi kullanılarak bilgi toplanmıştır. Anketler araştırmacının kendisi ve konu hakkında bilgilendirilmiş bir kişi tarafından uygulanmıştır. Ölçeğin oluşturulmasında büyük oranda Yıldız Bakır (2006)' ın "Sağlık Kuruluşlarında Pazarlama Faaliyetleri, Müşteri Memnuniyeti" isimli tez çalışmasında kullandığı ölçekten yararlanılmıştır. Ameliyathaneye ilişkin ve kamu hastanesinde hastaların ücret ödememesinin nedeniyle hastane ücretlendirmesine ilişkin sorular dâhil edilmemiştir. Anket 5 kişiye sesli olarak okunmuş ve yeterince anlaşılmayan ifadeler düzeltilmiştir. 20 kişiye ön uygulama yapılmıştır. Araştırmada 5'li likert ölçek kullanılmıştır.

Elde edilen veriler SPSS 17.0 paket programında analize tabi tutulmuş, elde edilen sonuçlar yazılmıştır. Araştırmada ifadelere verilen cevapların ortalamaları, Güvenilirlik Analizi, Faktör analizi, t-Testi, Tek Yönlü ANOVA ve Korelasyon Analizi yapılmıştır.

D. Araştırmanın Bulguları

112 adet katılımcıya uygulanan ölçek iki bölümden oluşmaktadır. Birinci bölümde hastaneye ilişkin düşüncelerin sorulduğu genel memnuniyet ifadeleri ve hastaların demografik özelliklerine ilişkin sorular mevcuttur. İkinci bölümünde ise memnuniyeti ölçecek 37 adet soru mevcuttur. Güvenilirlik analizine tabi tutulan soruların Cronbach Alpha değeri Alfa= 0,9660 bulunmuştur. Bu ölçeğin yüksek derecede güvenilir olduğunu göstermektedir.

1. Genel Bulgular

Araştırmanın kapsamına dâhil edilen hastaların demografik özellikleri ile ilgili bilgiler aşağıdaki tabloda verilmiştir.

Tablo 1: Hastaların Demografik Özellikleri

Cinsiyet	Frekans	Yüzde	Medeni Durum	Frekans	Yüzde
Kadın	65	58,0	Evli	85	75,9
Erkek	47	42,0	Bekâr	27	24,1
Toplam	112	100,0	Toplam	112	100,0
Yaş	Frekans	Yüzde	Öğr. Durumu	Frekans	Yüzde
18-25 arası	9	8,0	Okula gitmemiş	24	21,4
26-33 arası	19	17,0	İlkokul	33	29,5
34-41 arası	19	17,0	Ortaokul	12	10,7
42-49 arası	27	24,1	Lise ve Dengi	25	22,3
50 ve üstü	38	33,9	Fakülte/Yük. Ok.	15	13,4
Toplam	112	100,0	Lisansüstü	3	2,7
			Toplam	112	100,0

Demografik faktörlerden bazılarında, katılımcı sayısında gruplardan biri diğerinin 3 katından daha fazladır. Bu nedenle düşük frekanslı katılımcılar çıkarılarak tekrar analiz edilmiştir fakat sonuçlarda bir değişim gözlenmemiştir. Bu nedenle analize tekrar dâhil edilmiştir.

Hastaların hastanede aldıkları hizmete ilişkin genel değerlendirmeleri aşağıdaki tabloda gösterilmiştir.

Tablo 2: Hizmet Kalitesine İlişkin Genel Değerlendirmeler

Gen. İzlenim	Frekans	Yüzde	Tekrar Tercih Etme	Frekans	Yüzde
Çok Kötü	4	3,6	K.Katılmıyorum	13	11,6
Kötü	6	5,4	Katılmıyorum	5	4,5
Orta	24	21,4	Emin Değilim	19	17,0
İyi	48	42,9	Katılıyorum	44	39,3
Çok İyi	30	26,8	K.Katılıyorum	31	27,7
Toplam	112	100,0	Toplam	112	100,0
Problem Yaşama	Frekans	Yüzde	Problem Çözüm	Frekans	Yüzde
Evet	17	15,2	Evet	9	52,9
Hayır	95	84,8	Hayır	8	47,1
Toplam	112	100,0	Toplam	17	100,0

Yozgat Devlet Hastanesini başkalarına tavsiye eder misiniz? Sorusuna verilen cevaplarda katılımcıların %83,9 u evet yanıtı vermiş, %16,1 i ise hayır yanıtı vermişlerdir.

2. Hastaların İfadelere Katılma Durumlarına Göre Ortalama ve Standart Sapmalar

Aşağıdaki tabloda araştırmaya katılan hastalara Yozgat Devlet Hastanesinin sunduğu hizmetlerin kalitesini değerlendirmelerine yönelik 37 tane soruya verdikleri cevapların ortalamaları ve standart sapmaları verilmiştir.

Tablo 3: Hastaların İfadelerle İlgili Ortalamaları

	İFADE	N	Ort.	S.Sapma
1	YDH modern araç-gereç donanımına sahiptir	112	3,56	1,191
2	YDH fiziksel mekânları görsel açıdan çekicidir	112	3,22	1,360
3	YDH çalışanları temiz ve düzgün görünüşlüdür	112	4,30	,994
4	YDH araç-gereçleri yeterli sayıda ve farklı tedavi şekillerine uygundur	112	3,56	1,129
5	YDH verdiği sözü zamanında ve hastaları bilgilendirerek yerine getirir	112	4,04	1,043
6	YDH çalışanları doğru ve uygun hizmet verebilecek düzeydedir	112	4,28	,922
7	YDH çalışanları hastaların problemini çözmede anlayışlı ve güven vericidir	112	4,21	1,006
8	YDH randevulu hizmetleri zamanında, diğerlerini fazla bekletmeden sunar	112	3,88	1,274
9	YDH hastaların tüm tetkik, rapor, film vb. belge ve bilgilerini saklar	112	3,73	1,057
10	YDH çalışanları sunacakları hizmetleri ne zaman yerine getireceğini bildirir	112	4,02	1,099
11	YDH çalışanları meşgul olduklarını söylemeden hasta isteklerini yerine getirir	112	4,15	,988
12	YDH her zaman hastalara yardım etmeye isteklidir	112	4,19	1,078
13	YDH çalışanları hasta istek ve şikâyetlerine en kısa sürede cevap verir	112	4,14	1,064
14	YDH çalışanları hastalara güven vermektedir	112	4,51	,794
15	YDH çalışanları ile olan ilişkilerde hastalar kendilerini güvende hisseder	112	4,30	,928
16	YDH çalışanları kibardır	112	4,27	,968
17	YDH doktorları teşhis ve tedavide gerekirse birbirlerinden yardım almaktadır	112	4,29	,974
18	YDH çalışanları hastalara bire bir ilgi gösterir	112	3,99	1,151
19	YDH çalışma saatleri hasta ihtiyaçlarına uygun şekilde düzenlenmiştir	112	4,21	,922
20	YDH çalışanları hasta istek ve ihtiyaçlarını anlamaya çalışır	112	4,15	1,006
21	YDH çalışanları hastalara özel ilgi gösterir	112	3,77	1,273
22	YDH hastaları için elinden gelenin en iyisini yapar	112	4,10	1,057
23	Yemekler güzeldi	112	3,03	1,365
24	Yemekler besleyiciydi	112	3,21	1,352
25	Yemeklerin sunumu güzeldi	112	3,01	1,417
26	Genel olarak YDH yemeklerinden memnunuz	112	2,96	1,464

27	Yemekler her zaman uygun sıcaklıkta sunuldu	112	3,54	1,287
28	Yemekler farklı şekillerde sunuldu	112	3,20	1,381
29	Hemşireler her zaman moral verici ve güler yüzlüdür	112	4,20	1,064
30	Hemşireler hastanın ihtiyaçlarına uygun şekilde cevap verdi	112	4,16	1,000
31	Hemşireler hastanın kalış süresince nazik ve şefkatlidir	112	4,24	1,016
32	Hemşireler yaptıkları işte yetenekliydi	112	4,23	1,022
33	Hastane kayıt memurları nazik ve yardımcı tavır sergiler	112	4,14	1,030
34	Memurlar hastanın endişelerini dinlemek için isteklidirler	112	3,95	1,106
35	Hastanın kabul işlemleri uygun şekilde yapıldı	112	4,31	,921
36	Servise geldiğinde hemşire, hastaya bundan sonra ne yapacağını söyler	112	3,83	1,294
37	Servise geldikten sonra servisin imkânları hakkında bilgi verildi	112	3,26	1,570

Hastaların ifadelerine verdiği cevaplarda en yüksek ortalamalar; (4,51) YDH çalışanlarının hastalara güven verici olması, (4,30) Hastaların çalışanlarla ilişkilerde kendini güvende hissetmesi, (4,30) YDH çalışanlarının temiz ve düzgün görünüşlü olması, (4,29) teşhis ve tedavide doktorların gerektiğinde birbirinden yardım alması ve (4,28) çalışanların doğru ve uygun hizmeti verebilecek düzeyde olması ifadelerinde toplanmıştır. En düşük ortalamalar ise (2,96) yemeklerden genel memnuniyet, (3,03) yemeklerin güzelliği, (3,21) yemeklerin besleyiciliği, (3,22) fiziksel mekânların görsel açıdan güzelliği ve (3,26) servise geldikten sonra servis imkânları hakkında bilgilendirilme ifadelerindedir.

Tüm sorulara verilen cevapların ortalamaları incelendiğinde neredeyse hiçbir ifade için 3'ün altında bir ortalama görülmemektedir. Hastanenin fiziksel özelliklerine, sunulan yemeklere ve servis hakkında bilgilendirilmeye dair ifadelerine verilen cevaplar 3'ün az yukarısındadır. Personlele dair ifadelerden memnuniyetin yüksek olduğu görülmektedir.

3. Faktör Analizi Sonuçları

Faktör analizi sonucunda, özdeğerleri 1'den büyük olan toplam yedi faktör belirlenmiştir. Bu faktörler; ulaşılabilirlik, iletişim ve anlayış, yemek faktörü, hemşirelik hizmetleri, fiziksel özellikler, bilgilendirme faktörü, kayıt kabul işlemleri ve güvenilirlik olarak isimlendirilmiştir. Bu faktörler toplam varyansın %75,828'ini açıklamaktadır. Aşağıdaki tabloda her bir faktöre ait faktör yükleri, toplam varyans içindeki payları ve özdeğerleri gösterilmiştir.

Tablo 4: Faktör Analizi Sonuçları

Faktörler ve Değişkenler	Faktör Yükleri	Varyans %	Öz Değerleri
Faktör 1: Ulaşılabilirlik, İletişim ve Anlayış		18,703	17,590
1-YDH çalışanları ile olan ilişkilerde hastalar kendilerini güvende hisseder	0,795		
2-YDH çalışanları kibardır	0,758		
3-YDH çalışanları hastalara güven vermektedir	0,754		
4-YDH çalışanları hastaların problemini çözmede anlayışlı ve güven vericidir	0,705		
5-YDH her zaman hastalara yardım etmeye isteklidir	0,677		
6-YDH çalışanları hasta istek ve ihtiyaçlarını anlamaya çalışır	0,675		
7-YDH doktorları teşhis ve tedavide gerekirse birbirlerinden yardım almaktadır	0,617		
8-YDH hastaları için elinden gelenin en iyisini yapar	0,593		
9-YDH çalışanları meşgul olduğunu söylemeden hasta isteklerini yerine getirir	0,575		
10-YDH çalışanları hastalara bire bir ilgi gösterir	0,569		
Faktör 2: Yemek Faktörü		13,757	3,098
11-Yemekler güzeldi	0,901		
12-Genel olarak YDH yemeklerinden memnunum	0,872		
13-Yemekler besleyiciydi	0,854		
14-Yemeklerin sunumu güzeldi	0,846		
15-Yemekler farklı şekillerde sunuldu	0,647		
16-Yemekler her zaman uygun sıcaklıkta sunuldu	0,599		
Faktör 3: Hemşirelik Hizmetleri		12,144	1,869
17-Hemşireler yaptıkları işte yetenekliydi	0,754		
18-Hemşireler hastanın kalış süresince nazik ve şefkatlidir	0,736		
19-Hemşireler hastanın ihtiyaçlarına uygun şekilde cevap verdi	0,706		
20-Hemşireler her zaman moral verici ve güler yüzlüdür	0,661		
21-YDH çalışanları hastalara özel ilgi gösterir	0,520		
22-YDH çalışanları doğru ve uygun hizmet verebilecek düzeydedir	0,510		
23-YDH çalışanları hasta istek ve şikâyetlerine en kısa sürede cevap verir	0,476		
Faktör 4: Fiziksel Özellikler		9,085	1,553
24-YDH modern araç-gereç donanımına sahiptir	0,683		
25-YDH randevulu hizmetleri zamanında, diğerlerini fazla beklemeden sunar	0,652		
26-YDH fiziksel mekânları görsel açıdan çekicidir	0,613		
27-YDH araç-gereçleri yeterli sayıda ve farklı tedavi şekillerine uygundur	0,571		
28-YDH çalışanları temiz ve düzgün görünüşlüdür	0,530		
Faktör 5: Bilgilendirme Faktörü		8,727	1,360

29-YDH çalışma saatleri hasta ihtiyaçlarına uygun şekilde düzenlenmiştir	0,728		
30-YDH çalışanları sunacakları hizmetleri ne zaman yerine getireceğini bildirir	0,667		
31-Servise gelindiğinde hemşire, hastaya bundan sonra ne yapacağını söyler	0,578		
32-YDH verdiği sözü zamanında ve hastaları bilgilendirerek yerine getirir	0,497		
Faktör 6: Kayıt Kabul İşlemleri		7,903	1,322
33-Hastanın kabul işlemleri uygun şekilde yapıldı	0,883		
34-Hastane kayıt memurları nazik ve yardımcı tavır sergiler	0,821		
35-Memurlar hastanın endişelerini dinlemek için isteklidirler	0,663		
Faktör 7: Güvenilirlik		5,510	1,265
36-YDH hastaların tüm tetkik, rapor, film vb. belge ve bilgilerini saklar	0,824		
37-Servise geldikten sonra servisin imkânları hakkında bilgi verildi	0,541		

Araştırmanın Hipotezleri

H1: Hastaların hizmet alırken problem yaşayıp yaşamama durumlarına göre memnuniyetleri farklıdır.

H2: Hastaların hastaneyi başkalarına tavsiye etme durumlarına göre memnuniyetleri farklıdır.

H3: Hastaların cinsiyetine göre memnuniyetleri farklıdır.

H4: Hastaların medeni durumlarına göre memnuniyetleri farklıdır.

Aşağıdaki tablolarda “Yozgat Devlet Hastanesinden hizmet alırken problem yaşadınız mı?” sorusuna evet ya da hayır cevabı verenlerin faktörlere göre ortalama, s.sapma, f, sigma ve sig.(2-tailed) değerleri verilmiştir.

Tablo 5: Hastaların Problem Yaşama Durumlarına Göre t-testi Sonuçları

Grup İstatistiği				Bağımsız Örnek t-Testi			
Problem Yaşamak	N	Ort.	S.Sapma	Problem Yaşamak	F	Sig.	Sig.(2-tailed)
FAK1 evet hayır	17 95	3,4588 4,3516	,69737 ,76393	FAK1 eşit dağılım eşit olmayan dağılım	,266	,607	,000 ,000
FAK2 evet hayır	17 95	2,2647 3,3175	,81874 1,16922	FAK2 eşit dağılım eşit olmayan dağılım	3,831	,053	,001 ,000
FAK3 evet hayır	17 95	3,5294 4,2556	,78371 ,83920	FAK3 eşit dağılım eşit olmayan dağılım	,178	,674	,001 ,002
FAK4 evet hayır	17 95	3,1765 3,8000	,92704 ,89775	FAK4 eşit dağılım eşit olmayan dağılım	,484	,488	,010 ,018

FAK5 evet hayır	17 95	3,3676 4,1421	,76095 ,88850	FAK5 eşit dağılım olmayan dağılım	,826	,365	,001 ,001
FAK6 evet hayır	17 95	3,5686 4,2351	,73376 ,90816	FAK6 eşit dağılım eşit olmayan dağılım	1,411	,237	,005 ,003
FAK7 evet hayır	17 95	3,0588 3,5737	,95004 1,14150	FAK7 eşit dağılım eşit olmayan dağılım	,747	,389	,082 ,057

Analiz sonuçlarına göre; bu ifadeye 17 katılımcı evet, 95 katılımcı hayır cevabı vermiştir. Evet ve hayır diyenlerin ortalamaları arasındaki fark görülmektedir. Tüm faktörler için hayır cevabı veren katılımcıların ortalamaları evet cevabı verenlere göre daha yüksektir. Tablodan da anlaşılacağı gibi tüm faktörler için sig.(2-tailed) sonucu grupların ortalamaları arasında anlamlı bir fark olduğu görülmektedir. %95 güven aralığında sig <0,05 olduğundan H1 hipotezi kabul edilir. Hastaların hizmet alırken problem yaşayıp yaşamama durumlarına göre memnuniyetleri farklıdır. Problem yaşamayanlar daha memnundur.

Aşağıdaki tablolarda “Yozgat Devlet Hastanesini başkalarına tavsiye eder misiniz?” sorusuna evet ya da hayır cevabı verenlerin faktörlere göre ortalama, s.sapma, f, sigma ve sig.(2-tailed) değerleri verilmiştir.

Tablo 6: Hastaların Hastaneyi Tavsiye Etme Durumlarına Göre t-testi Sonuçları

Grup İstatistiği				Bağımsız Örnek t-Testi			
Tavsiye Etmek	N	Ort.	S.Sapma	Tavsiye Etmek	F	Sig.	Sig.(2-tailed)
FAK1 evet hayır	94 18	4,4170 3,1667	,63171 ,88783	FAK1 eşit dağılım eşit olmayan dağılım	2,164	,114	,000 ,000
FAK2 evet hayır	94 18	3,3546 2,1296	1,14776 ,76815	FAK2 eşit dağılım eşit olmayan dağılım	6,049	,015	,000 ,000
FAK3 evet hayır	94 18	4,3435 3,1111	,68474 1,00246	FAK3 eşit dağılım eşit olmayan dağılım	4,141	,044	,000 ,000
FAK4 evet hayır	94 18	3,9149 2,6111	,78671 ,83588	FAK4 eşit dağılım eşit olmayan dağılım	,168	,683	,000 ,000
FAK5 evet hayır	94 18	4,1968 3,1250	,80645 ,91656	FAK5 eşit dağılım eşit olmayan dağılım	,053	,819	,000 ,000
FAK6 evet	94	4,2801	,81986	FAK6 eşit dağılım	1,745	,189	,000

hayır	18	3,3704	1,01549	eşit olmayan dağılım			,002
FAK7 evet	94	3,6755	1,07190	FAK7 eşit dağılım	1,014	,316	,000
hayır	18	2,5556	,93760	eşit olmayan dağılım			,000

Analiz sonuçlarına göre; bu ifadeye 94 katılımcı evet, 18 katılımcı hayır cevabı vermiştir. Evet ve hayır diyenlerin ortalamaları arasındaki fark görülmektedir. Tüm faktörler için evet cevabı veren katılımcıların ortalamaları hayır cevabı verenlere göre daha yüksektir. Tablodan da anlaşılacağı gibi tüm faktörler için sig.(2-tailed) sonucu grupların ortalamaları arasında anlamlı bir fark olduğu görülmektedir. %95 güven aralığında sig <0,05 olduğundan H2 hipotezi kabul edilir. Hastalardan Yozgat Devlet Hastanesini başkalarına tavsiye ederim şeklinde cevap verenlerin ortalaması tüm faktörler için daha yüksektir. Tavsiye etmem diyen katılımcıların ortalamaları 2-3 arasında değişmektedir. Kimseye tavsiye etmem diyen hastaların hizmetlerden memnun olmadığı açıktır.

Aşağıdaki tablolarda hastaların cinsiyetlerine bağlı olarak verilen cevapların faktörlere göre ortalama, s.sapma, f, sigma ve sig.(2-tailed) değerleri verilmiştir.

Tablo 7: Hastaların Cinsiyetlerine Göre t-testi Sonuçları

Grup İstatistiği				Bağımsız Örnek t-Testi			
Cinsiyet	N	Ort.	S.Sapma	Cinsiyet	F	Sig.	Sig.(2-tailed)
FAK1 kadın	65	4,2123	,85705	FAK1 eşit dağılım	,984	,323	,955
erkek	47	4,2213	,76781	eşit olmayan dağılım			,954
FAK2 kadın	65	3,0949	1,31892	FAK2 eşit dağılım	6,392	,013	,511
erkek	47	3,2447	,96987	eşit olmayan dağılım			,490
FAK3 kadın	65	4,1209	,92072	FAK3 eşit dağılım	,510	,477	,727
erkek	47	4,1793	,79788	eşit olmayan dağılım			,721
FAK4 kadın	65	3,7138	,93003	FAK4 eşit dağılım	,074	,786	,910
erkek	47	3,6936	,92956	eşit olmayan dağılım			,910
FAK5 kadın	65	3,9962	,95350	FAK5 eşit dağılım	1,368	,245	,700
erkek	47	4,0638	,85730	eşit olmayan dağılım			,695
FAK6 kadın	65	4,2256	,85413	FAK6 eşit dağılım	1,794	,183	,213
erkek	47	4,0071	,98415	eşit olmayan dağılım			,224

FAK7 kadın	65	3,5000	1,13880	FAK7 eşit dağılım	,008	,930	,961
erkek	47	3,4894	1,12041	eşit olmayan dağılım			,961

Analiz sonuçlarına göre; katılımcıların 65 tanesi kadın, 47 tanesi erkektir. Kadınlar ve erkeklerin verilen cevapların faktörlere göre ortalamaları arasında anlamlı bir fark görülmemektedir. Tüm faktörler için kadınların ve erkeklerin verdiği cevaplar birbirine yakındır. Tablodan da anlaşılacağı gibi tüm faktörler için sig.(2-tailed) sonucu grupların ortalamaları arasında anlamlı bir fark olmadığı görülmektedir. %95 güven aralığında sig >0,05 olduğundan H3 hipotezi reddedilir. Hastaların hizmet kalitesini değerlendirirken cinsiyetlerine göre memnuniyetleri arasında bir fark yoktur. Cinsiyetlere göre tüm faktörlere verilen cevapların ortalaması “4” yani katılıyorum şeklindedir.

Aşağıdaki tablolarda hastaların medeni durumlarına bağlı olarak verilen cevapların faktörlere göre ortalama, s.sapma, f, sigma ve sig.(2-tailed) değerleri verilmiştir.

Tablo 8: Hastaların Medeni Haline Göre t-testi Sonuçları

Grup İstatistiği				Bağımsız Örnek t-Testi			
Medeni Hali	N	Ort.	S.Sapma	Medeni Hali	F	Sig.	Sig.(2-tailed)
FAK1 evli bekâr	85 27	4,1976 4,2741	,84346 ,74037	FAK1 eşit dağılım eşit olmayan dağılım	,170	,681	,674 ,654
FAK2 evli bekâr	85 27	3,1784 3,0926	1,11174 1,40385	FAK2 eşit dağılım eşit olmayan dağılım	4,205	,043	,744 ,773
FAK3 evli bekâr	85 27	4,1681 4,0741	,85378 ,92444	FAK3 eşit dağılım eşit olmayan dağılım	,160	,690	,626 ,642
FAK4 evli bekâr	85 27	3,7435 3,5852	,91475 ,96704	FAK4 eşit dağılım eşit olmayan dağılım	,838	,362	,441 ,457
FAK5 evli bekâr	85 27	4,0941 3,8056	,87114 1,01274	FAK5 eşit dağılım eşit olmayan dağılım	,894	,347	,152 ,191
FAK6 evli bekâr	85 27	4,1098 4,2099	,95312 ,78527	FAK6 eşit dağılım eşit olmayan dağılım	,837	,362	,622 ,587
FAK7 evli bekâr	85 27	3,5529 3,3148	1,07189 1,28713	FAK7 eşit dağılım eşit olmayan dağılım	2,560	,112	,341 ,390

Analiz sonuçlarına göre; katılımcıların 85 tanesi evli, 27 tanesi bekârdır. Evli ve bekârların verdikleri cevapların faktörlere göre ortalamaları arasında anlamlı bir fark görülmemektedir. Tüm faktörler için evliler ve bekârların verdiği cevaplar birbirine yakındır. Tablodan da anlaşılacağı gibi tüm faktörler için sig.(2-tailed) sonucu grupların ortalamaları arasında anlamlı bir fark olmadığı görülmektedir. %95 güven aralığında sig

>0,05 olduğundan H4 hipotezi reddedilir. Hastaların hizmet kalitesini değerlendirirken medeni durumlarına göre memnuniyetleri arasında bir fark yoktur.

4. Tek Yönlü ANOVA Analizi Sonuçları

Araştırmada katılımcıların yaşlarına ve öğrenim durumlarına göre faktörlerin ortalamalarında fark olup olmadığını test etmek amacıyla tek yönlü ANOVA analizi yapılmıştır. Normal dağılım vardır ve varyanslar homojendir. Hipotezler;

H1: Hastaların yaşlarına göre hastane hizmet kalitesini değerlendirmeleri farklıdır.

H2: Hastaların öğrenim durumlarına göre hastane hizmet kalitesini değerlendirmeleri farklıdır.

Tablo 9: Hastaların Yaşlarına Göre Varyans Analizi Tablosu

YAŞ	(varyansların homojenliği) sig.	ANOVA	
		F	sig
FAK 1	,091	4,570	,002
FAK 2	,357	4,053	,004
FAK 3	,390	2,648	,037
FAK 4	,020	7,259	,000
FAK 5	,482	3,392	,012
FAK 6	,804	2,298	,064
FAK 7	,474	1,379	,246

Yukarıdaki tablodan da anlaşılacağı üzere 1.faktör “ulaşılabilirlik, iletişim ve anlayış”, 2.faktör “yemek faktörü” ve 4.faktör “fiziksel özellikler” için sig<0,05 olduğundan hastaların yaşlarına göre hastanedeki hizmet kalitesini değerlendirmeleri açısından bu üç faktör için anlamlı bir farklılık vardır.

1. faktör için cevapların ortalamaları 3.8 ile 4.6 arasında değişmektedir. 50 yaş ve üzerindeki katılımcılar en yüksek ortalamaya sahiptir. En düşük ortalama ise 34-41 yaş arasındaki hastaların verdiği cevaplardadır. Bu farkın dışında diğer yaş gruplarında ortalamalar yaş ilerledikçe memnuniyet artışını göstermektedir. Bu durum yaşı büyük hastaların eğitim düzeylerinin düşük olmasından kaynaklanabilir. Yine bu yaş grubundaki hastaların beklenti düzeylerinin daha düşük olması ulaşım, iletişim ve anlayış açısından daha yüksek memnuniyet sağlayabilir.

2. faktör olan yemek faktörü için memnuniyeti en yüksek hastalar 50 yaş ve üzerindedirler. Bu faktör için ortalaması en düşük olan hastalar yaş grubu en küçük olan 18-25 yaş arası hastalardır. Yaş grubu ilerledikçe hastaların memnuniyeti aynı oranda artmaktadır. Bu farklılığın nedeni yaşlı hastaların yakın köylerden gelmesinden

kaynaklanabilir. Genç hastaların beklentilerinin yüksek olması diğer sağlık kurumları ile kıyaslaması nedeniyle olabilir. Yaşlı hastalar daha önce aldıkları hizmetler ile karşılaştırdığı için daha yüksek memnuniyete sahip olduğu söylenebilir. Diğer faktörlerin hiçbirinde 3'ün altında bir ortalama oluşmamasına rağmen yalnızca yemek faktörü için oluşması özellikle dikkat edilmesi gereken bir durumdur. Bu faktöre verilen cevaplar 18-25 yaş grubunda katılmıyorum ve emin değilim arasındadır. Memnuniyet düzeyi en yüksek olan 50 ileri yaştaki hastalarda en düşük ortalama yemekler ile ilgili olmuştur. Hastanenin yemek politikasını gözden geçirmesi gerekmektedir.

4. faktör olan hemşirelik hizmetleriyle ilgili memnuniyet düzeyi yaş ile orantılı olarak artış göstermektedir. Memnuniyet düzeyi en düşük olan hastalar 18-25 yaş grubunda iken, memnuniyet düzeyi en yüksek olan hastalar 50 yaş üzerindeki hastalardır. Hemşirelik hizmetleriyle alakalı tüm ortalamalar katılıyorum'a yakın ya da kesinlikle katılıyorum şeklindedir.

Tablo 3. 10: Hastaların Öğrenim Durumlarına Göre Varyans Analizi Tablosu

ÖĞRENİM DURUMU	(varyansların homojenliği) sig.	ANOVA	
		F	sig
FAK 1	,108	3,433	,006
FAK 2	,558	4,907	,000
FAK 3	,117	1,730	,134
FAK 4	,155	4,559	,001
FAK 5	,258	2,230	,057
FAK 6	,344	1,634	,157
FAK 7	,530	1,496	,197

Yukarıdaki tablodan da anlaşılacağı üzere 1.faktör “ulaşılabilirlik, iletişim ve anlayış”, 2.faktör “yemek faktörü” ve 4.faktör “fiziksel özellikler” için sig<0,05 olduğundan hastaların öğrenim durumlarına göre hastanedeki hizmet kalitesini değerlendirmeleri açısından bu üç faktör için anlamlı bir farklılık vardır.

1.faktöre ait yapılan değerlendirmelerde hastaların öğrenim durumlarına göre hiç okula gitmeyenler ile fakülte/yüksekokul mezunları arasındaki ortalamalarda görülmektedir. Hiç okula gitmeyen hastalar hastanenin hizmet kalitesini ulaşılabilirlik, iletişim ve anlayış faktörü açısından daha olumlu yönde değerlendirmişlerdir. Fakat ortalamalar arasındaki farklılıklar 0,05 anlam düzeyinde anlamlı değildir. Tüm öğrenim düzeylerinde bu faktöre verilen cevapların ortalaması birbirine yakın ve katılıyorum şeklindedir.

2.faktör yemek faktöründe hastaların öğrenim düzeylerine göre verilen cevaplar arasında 0,05 anlam düzeyinde okula gitmeyenler ile lise ve dengi, fakülte/yüksek okul mezunları arasında anlamlı bir farklılık oluşmuştur. Yemeklerden memnuniyetin değerlendirilmesinde okula hiç gitmeyenler fakülte/yüksek okul ve lise dengi eğitim alanlara göre daha olumlu cevap vermiştir. Ortalaması en düşük olan grup lisansüstü eğitim alanlardır. Yaş gruplarında olduğu gibi öğrenim durumunda göre yapılan değerlendirmelerde de yemeklerden memnuniyet faktörü en düşük ortalamaya sahiptir. İlkokul mezunları ve hiç okula gitmeyenlerin haricindeki gruplarda ortalamalar 3'ün altında yani katılmıyorum şeklindedir.

4.faktör olan hemşirelik hizmetlerinde öğrenim durumlarına göre 0,05 anlam düzeyinde hiç okula gitmeyenler ile lise ve dengi okul mezunları arasında anlamlı bir farklılık vardır. Hiç okula gitmeyenlerin memnuniyet düzeyi daha yüksek iken diğer tüm eğitim gruplarında daha düşüktür. Öğrenim durumlarına göre verilen cevapların tamamında ortalamalar 3'ün üzerindedir. Eğitim düzeyi yükseldikçe hemşirelik hizmetlerinden memnuniyette bir azalma görülmektedir. Bu durum eğitim düzeyinin yükselmesiyle daha kaliteli bir hemşirelik hizmetinin talep edilmesinin bir sonucu olarak görülebilir.

Yapılan analizlere dayanarak araştırma bulgularını şu şekilde özetlemek mümkündür. Hastaların yaşlarına göre hastane hizmet kalitesini değerlendirmelerinde memnuniyetleri açısından bir farklılık vardır (H1 kabul). Hastaların öğrenim durumlarına göre hastane hizmet kalitesini değerlendirmelerinde memnuniyetleri açısından bir farklılık vardır (H2 kabul).

5. Korelasyon Analizi Sonuçları

Faktörlere ait Ulaşılabilirlik, İletişim ve Anlayış, Yemek Faktörü, Hemşirelik Hizmetleri, Fiziksel Özellikler, Bilgilendirme Faktörü, Kayıt Kabul İşlemleri ve Güvenilirlik değişkenleri arasındaki ilişki korelasyon analizi ile test edilmiştir.

Tüm faktörler kendi aralarında korelasyon analizine tabi tutulmuştur. Tüm faktörler arasında yüksek ve pozitif yönlü ilişki mevcuttur. En güçlü ilişki 1.faktör ve 3.faktör (,816) arasındadır. Ulaşılabilirlik, İletişim ve Anlayış ile Hemşirelik hizmetleri arasında güçlü pozitif bir ilişki vardır. Bu durum iki değişkenin çalışanlar hakkında olmasının sonucu olduğu söylenebilir. Hemşirelik hizmetlerinden memnuniyetin artması diğer tüm çalışanlara ilişkin ulaşım, iletişim ve anlayıştan memnuniyetinde arttığı söylenebilir. Diğer yüksek korelasyona sahip değişkenler sırasıyla 1.faktör ve 3.faktör (,816), 2.faktör ve 4.faktör (,540), 4.faktör ve 1.faktör (,687), 5.faktör ve 1.faktör (,742), 6.faktör ve 3.faktör (,591), 7.faktör ve 1.faktör (,555) arasındadır. Özellikle 1.faktör olan “ulaşım, iletişim ve anlayış” neredeyse tüm faktörler ile yüksek korelasyona sahiptir. Bu durumda tüm çalışanlara ilişkin memnuniyet arttıkça diğer faktörlerde de memnuniyet artışı olacağı söylenebilir. Yalnızca 6.ve 7.faktörler (,306) arasında düşük korelasyonlu bir ilişkinin varlığı söz konusudur. Kayıt kabul işlemleri ile güvenilirlik arasında zayıf fakat pozitif yönlü bir ilişki vardır.

DEĞERLENDİRME ve SONUÇ

Hastalara verilen hizmetin teknik ve fonksiyonel olmak üzere iki boyutu vardır. Hastalar (müşteri) aldıkları hizmetin teknik boyutu konusunda çok fazla bilgi sahibi değildir. Teknik boyutunu ancak başka hastaların memnuniyeti sonucu oluşan tavsiye yöntemiyle deneyebilirler. Hastane hizmetlerinin fonksiyonel boyutunu hastaların hastanede karşılaştıkları fiziksel ortam, odalar, kabul işlemleri, uygulama yapılacak araç-gereç'in görselliği, doktor, hemşire ve diğer çalışanların yaklaşımları gibi faktörler belirler. Hastanede hastaların ilk başvuru sürecinden taburculuk işlemlerini bitirene kadar karşılaştıkları ortam hizmet kalitesi konusunda bir fikir oluşmasını sağlar. Pazarlamada kaliteyi müşteri belirler. Bu nedenle hastaneden aldıkları hizmetten memnun olan hastalar hizmetleri "kaliteli" ya da "kaliteli değil" şeklinde tanımlar.

Yüksek düzeyde güvenilir çıkan bu anketin sonuçlarına göre; genel olarak hizmetlerden büyük oranda bir memnuniyet görülmüştür. Ancak hastaların tekrar tercih etme durumunda kalmaları halinde tercih etmeyebilecekleri ya da kararsız kalma oranının yüksek olması dikkat çekicidir. Hastaların büyük bir kısmı hastane hizmetlerinden yararlanırken bir problem yaşamadığını belirtmiş, problem yaşayanların yarısı, sorunlarının tatmin edici şekilde çözüldüğünü ifade etmiştir. Yeni bir müşteri kazanmanın mevcut müşteriyi elde tutmaktan daha zor olduğu pazar şartlarında hastane yöneticilerinin memnun olmayan küçük kesim için de çözümler bulması gerektiği düşünülmektedir. Araştırmanın önemli sonuçlarından biri tekrar bu hastaneyi tercih etmeyenlerin oranı ile başkalarına tavsiye etmeyeceklerin oranının eşit olması. İletişim yollarının çok geniş olduğu günümüzde bir tek hastanın bile memnuniyetsizliğinin öneminin olduğu açıktır. Özellikle hizmet üretimi yapan sağlık kurumları için hasta memnuniyeti en etkili tanıtım yollarından biridir. Hastalar için hastaneye güven duygusunun hastane tercihinde en başta gelen nedenlerden biri olması hastaneleri diğer işletmelerden ayıran bir özelliktir. Sağlık kurumlarının tercih edilmesinde güven duyulan insanların tavsiyeleri o kurumları tercih etmedeki en önemli nedenlerden biridir. Ayrıca kamu kurumlarından hizmet alan hastalar herhangi bir ücret ödememektedir. Bu nedenle hizmet aldıkları kurumu değiştirmede ekonomik açıdan bir tereddüt yaşamazlar. Ayrıca özel hastanelerinde geçmişe oranla yüksek kaliteli hizmeti daha düşük fiyatla sunuyor olmaları hastalar için önemli bir tercih nedeni olarak ortaya çıkmaktadır.

Sorulara verilen cevapların ortalamaları genel olarak yüksektir. Fakat faktörlere göre hastanenin fiziksel özellikleri, araç gereç ve donanımın modernliği ve yemeklerden memnuniyetin düşük olduğu görülmektedir. Hastaların aldıkları hizmetleri değerlendirmelerinde hastanenin otelcilik hizmeti olarak sunduğu hizmetlerden diğerlerine oranla daha az memnun oldukları görülmektedir. Yeni bir hizmet binasına taşınacak olmasının hastanenin fiziksel koşullarında iyileştirme faaliyetlerini bir miktar geride bıraktığı düşünülmektedir. Ayrıca hastanede yatan hastaların servise geldiklerinde servisin imkânları konusunda yeterli bilgiye sahip olmadığı görülmüştür. Hastalar hastanede ihtiyaç duyacağı lavabo, tuvalet, sıcak-soğuk su ve mutfak gibi birimlerin yerleri ya da varlığı hakkında bilgi sahibi değildir. Hastanede çalışan hemşireler ve diğer çalışanlara ait yüksek bir memnuniyet vardır. Hem çalışanların iş yeterliliği hem de

istekliliği konusunda hasta memnuniyet ortalamaları yüksektir. Hemşirelik hizmetleri ile ulaşılabilirlik, iletişim ve anlayış faktörünün altındaki tüm çalışanlardan memnuniyet arasında yüksek bir korelasyon mevcuttur.

Hastaneden hizmet alırken bir problem yaşamayan hastaların memnuniyeti diğer hastalara göre daha yüksektir. Başkalarına tavsiye edecek olan hastaların memnuniyeti tüm faktörler için yüksektir. Başkalarına tavsiye etmeyecek hastaların hizmet kalitesinden memnun olmadığı sonucuna ulaşılmıştır. Hastaların hizmetlerin kalitesini değerlendirmeleri cinsiyetlerine ve medeni durumlarına göre değişmediği sonucuna ulaşılmıştır.

Hastaların yaşlarına ve öğrenim durumlarına göre ulaşım, iletişim ve anlayış, yemek ve hemşirelik hizmetlerini değerlendirmede farklılıklar vardır. Öğrenim düzeyi düşük ve ileri yaştaki hastaların genel olarak diğer hastalara göre hizmet kalitesinden daha memnun olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

Personele ilişkin hasta memnuniyetinin yüksek olması personelin ödüllendirilmesi ve bu yol ile daha fazla teşvik edilmesi sağlanabilir. Eğitim düzeyi yüksek hastalarda da bu düzeyin daha iyileştirilebilmesi için personele eğitim verilmesi düşünülebilir. Personel eğitiminin artırılması ile hasta memnuniyeti daha fazla artırılabilir. Hastanenin daha modern araç gereç ve donanıma sahip olması ve fiziksel imkânlarının iyileştirilmesi gerekmektedir.

Bu çalışma bir kamu kurumu olan devlet hastanesinde gerçekleştirilmiştir. Diğer araştırmacıların çalışmalarını özel bir hastane, üniversite hastanesi ya da bu hastanelerin karşılaştırılması yolu ile yapılması farklı sonuçların elde edilmesini sağlayabilir.

KAYNAKÇA

BOSTAN, Sedat, Taner Acuner ve Gökhan Yılmaz (2007); "Patient (customer) Expectations in Hospitals", *Health Policy*, No 82, pp. 62-70.

CHOİ, Kui-Son, Woo-Hyun Cho, Sunhee Lee, Hanjoon Lee and Chankon Kim (2004); "The Relationships Among Quality, Value, Satisfaction and Behavioral Intention in Health Care Provider Choice: A South Korean Study", *Journal of Business Research*, No 57, pp. 913-921.

KOŞKUN, Selim (2003); "Toplam Kalite Yönetimi ve Yönetim Teorisi", *Amme İdaresi Dergisi*, Cilt 36, Sayı 4, ss. 55-69.

EMHAN, Abdurrahim, Yasin Bez ve Ömer Dülek (2010); "Bir Üniversite Hastanesine Başvuran Hastaların Memnuniyet Düzeyleri", *Dicle Tıp Dergisi*, Cilt 37, Sayı 3, ss. 241-247.

FOTOPOULOS, Christos V., Evangelos L. Psomas and Fotis K. Vouzas (2010); "Investigating Total Quality Management Practice's Inter-Relationships in ISO 9001:2000 Certified Organisations", *Total Quality Management*, Vol. 21, No 5, pp. 503-515.

GÜLMEZ, Mustafa (2005); “Sağlık Hizmetlerinde Memnuniyet Ölçümü ve Cumhuriyet Üniversitesi Araştırma Hastanesi’nde Ayakta Tedavi Gören Hastalara Yönelik Bir Uygulama”, *C.Ü.İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, Cilt 6, Sayı 2, ss. 147-169.

KARABULUT, Kerem ve Şükrü Yapraklı (2001); “Sağlık Hizmetlerinde Algılanan Kalite Düzeyinin Belirlenmesi, Erzurum’da bir Uygulama”, *Atatürk Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, Cilt 15, Sayı 1-2, ss. 117-130.

LAMBERTI, Lucio and Giuliano Noci (2010); “Marketing Strategy and Marketing Performance Measurement System: Exploring the Relationship”, *European Management Journal*, No 28, pp. 139-152.

TÜZÜN, Başak (1994); “Toplam Kalite Yönetimi”, *Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi*, İstanbul Teknik Üniversitesi, İstanbul.