



ISSN:1306-3111

e-Journal of New World Sciences Academy  
2010, Volume: 5, Number: 3, Article Number: 4C0048

**HUMANITIES**

Received: April 2009

Accepted: June 2010

Series : 4C

ISSN : 1308-7320

© 2010 [www.newwsa.com](http://www.newwsa.com)

**Metin Işık**

**Özden Konur**

Erciyes University

[isikm@erciyes.edu.tr](mailto:isikm@erciyes.edu.tr)

Kayseri-Turkey

**HASTANELERDE HALKLA İLİŞKİLER: KAYSERİ'DEKİ ÖZEL HASTANELER ÜZERİNE  
BİR ÇALIŞMA**

**ÖZET**

Bu çalışma hastanelerde halkla ilişkiler konusunu ele almaktadır. Çalışma kapsamında Kayseri'de faaliyet gösteren özel hastanelerin halkla ilişkilere "ne ölçüde önem ve yer verdiği" incelenmiştir. Bu bağlamda 9 özel hastanenin yürüttükleri halkla ilişkiler faaliyetleri incelenerek, bir saha araştırması yürütülmüştür. Çalışma sonucunda özel hastanelerin biri dışında tamamında halkla ilişkiler biriminin mevcut olduğu, bu birimlerinin çoğunluğunun 2005 sonrasında, bir diğer ifadeyle son beş yılda kurulduğu ve hastanelerin Halkla İlişkiler Faaliyetleri Planlamasını aylık olarak yaptığı tespit edilmiştir.

**Anahtar Kelimeler:** Halkla İlişkiler, Özel Hastane, Hastanelerde Halkla İlişkiler, Hizmet Politikası, Kayseri

**PUBLIC RELATIONS IN HOSPITALS: A STUDY ON PAY HOSPITALS IN KAYSERİ**

**ABSTRACT**

This study deals with public relations in hospitals. Within the framework of this study, pay hospitals which are served in Kayseri, how they attach importance public relations are investigated. In this context, field research is done by investigating 9 pay hospitals' public relations activities. At the end of the study, results show that all of hospitals except ones have public relations department, many of the departments are opened after 2005 namely last 5 years and monthly planning of public relations activities in hospitals have been determined.

**Keywords:** Public Relations, Pay Hospital, Public Relations in Hospitals, Service Policy, Kayseri

## 1. GİRİŞ (INTRODUCTION)

Günümüzde kurum ve kuruluşların varlıklarını sürdürmeleri ve amaçlarını gerçekleştirebilmelerinin yolu kurum içi ve dışında etkili bir iletişim politikası izlemelerine bağlıdır. Kurum ile hedef kitle arasında sağlıklı iletişim kurulmasının temel yollarından biri ve en önemlisi de şüphesiz halkla ilişkilidir. Bu durum hastaneler için de geçerlidir. Hastane (sağlık kurumu) ile bu hedef kitleleri arasında karşılıklı iletişim ve işbirliği oluşturulmasında ve bunun sürdürülmesinde "bir kurumun vitrini ve aynası" olarak kabul edilen halkla ilişkiler önemli bir işlev görmektedir. Bu bağlamda halkla ilişkiler kurumla hedef kitle arasında karşılıklı iletişimi ve anlayışı oluşturarak bunu sürdürmeye yardımcı olan ayrıcalıklı bir yönetim görevi (Peltekoğlu, 1998:2) olarak tanımlanabilir.

Sağlık kuruluşları açısından bakıldığında ise halkla ilişkiler, kuruluşun ilişki içerisinde olduğu iç ve dış hedef kitlelerle karşılıklı olarak sağlıklı, doğru ve güvenilir ilişkiler kurmayı amaçlamaktadır. Bu sayede kamuoyunda olumlu izlenim oluşturarak kurumun toplumla bütünleşmesi sağlanmaya çalışılmaktadır (Tengilimoğlu 2001:5). Hizmet kalitesini artırarak ve paydaşlar nezninde olumlu bir imaj yaratmak sağlık kuruluşlarında halkla ilişkilerin önemli fonksiyonlarından biridir. Bunu yaparken de hastalar başta olmak üzere çalışanların (doktor, hemşire, teknisyen vb.) farklı beklentileri arasında denge kurularak daima çift yönlü bir iletişim ağının işlemesi sağlanmaya çalışılmalıdır (McGlyn, 1997:7).

Hastanelerde de hedef kitleyi iç ve dış hedef kitle olarak ikiye ayırmak mümkündür. Kurum çalışanları "iç müşteri" olarak kabul edilirken; sağlığını korumak yada tedavi olmak isteyen, bir diğer ifadeyle sağlık hizmetlerinden faydalanması muhtemel kişiler ise "dış müşteriler" olarak ifade edilebilir. Kaliteli sağlık hizmeti sunmak için gerekli olan teknik donanım (bina, makina, teçhizat vb.) ve personel (doktor, hemşire vb.) tek başına yeterli değildir. Bunların rasyonel kullanımı için iyi bir sistem, yönetim ve organizasyon oluşturmalıdır. Bu yapı içerisinde olmazsa olmaz unsurlardan biri de "halkla ilişkiler birimi"dir. Araştırma, planlama, uygulama ve değerlendirme süreçlerini içeren halkla ilişkiler, hastanelerin amaçları doğrultusunda strateji belirlemesi ve bu stratejiyi hedef kitleye benimsetebilmesinde önemli bir misyon üstlenmektedir. Bu bağlamda başarıyı yakalamak ve kalıcı olmak isteyen sağlık kuruluşları için halkla ilişkiler "olmazsa olmaz" bir unsurdur.

## 2. ÇALIŞMANIN ÖNEMİ (RESEARCH SIGNIFICANCE)

Dünya Sağlık Örgütü (WHO), hastaneleri, "gözlem, teşhis, tedavi ve rehabilitasyon olmak üzere gruplandırılabilir sağlık hizmetleri veren, hastaların uzun veya kısa süreli tedavi gördükleri, yataklı kuruluşlar" olarak tanımlamaktadır (Kavuncubaşı, 2000, 76). Eğitim, araştırma ve geliştirme ile toplumun sağlık seviyesinin yükseltilmesine katkıda bulunma gibi işlevlerin yanı sıra; hastanelerin asıl işlevi, tedavi hizmetinin verilmesidir.

Sağlık alanı günümüzde yoğun rekabetin yaşandığı başlıca sektörler arasında gelmektedir. Rekabet ortamında hastanelerde başarının yakalanması ve sürdürülebilmesi planlı ve programlı halkla ilişkiler faaliyetlerine bağlı olmaktadır. Sağlık hizmetlerinin öznesi konumunda olan hasta ve hasta yakınları yapıları gereği kırılgan ve daha fazla ilgi bekleyen bir konumdadırlar. Genellikle korku ve panik halinde bulduklarından normal dışı söz ve eylemlerde bulunabilirler. Öncelikle hastane personelinin hasta psikolojisi; hasta ve hasta yakınlarıyla iletişim konularında eğitilmesi gerekir. Eğitim

planlaması ise halkla ilişkiler uzmanının görevleri arasında gelmektedir.

Diğer yandan hastaneler toplumun her kesiminden, her yaş ve cinsiyette kişiye hizmet sunduklarından gerek işleyişleri, gerekse hizmet verdikleri kitleler açısından diğer kuruluşlardan farklı bir yapıya sahiptirler. Hastanelerin karmaşık yapıya sahip hizmet veren bir kuruluş olması, hastanelerdeki halkla ilişkiler faaliyetlerini önemli kılan özelliklerin başında gelmektedir (Seçim 1994, 97). Hastane personelinin yanı sıra hasta ve hasta yakınlarına özel ilgi ve destek sağlayacak bir birim ve uzmana ihtiyaç duyulmaktadır. Rakipleri arasında sıyrılarak bir adım öne çıkmak isteyen sağlık kuruluşlarının insan psikolojisini iyi bilen ve bu konuda gerekli eğitimi almış olan nitelikli personeli, bir başka ifadeyle halkla ilişkiler uzmanını bünyelerinde bulundurmaları kaçınılmaz olmaktadır. Diğer taraftan hastanelerin hizmet politikasının kamuoyuna duyurulması, benimsetilmesi ve kamuoyunda olumlu bir imaj oluşturulması etkin ve başarılı halkla ilişkiler uygulamalarıyla mümkün olabilecektir.

### 3. İLGİLİ ÇALIŞMALAR (RELATED ACTIVITIES)

Literatür incelendiğinde sağlık kuruluşlarında (hastanelerde) halkla ilişkiler konusunda ülkemizde birçok çalışma yürütüldüğü göze çarpmaktadır. Konuyla ilgili iki kitap göze çarpmaktadır. Bunlardan ilki "Hastanelerde Halkla İlişkiler" adını taşımaktadır. Bu çalışma 1994 yılında Hikmet Seçim tarafından yazılmış ve Anadolu Üniversitesi tarafından basımı yapılmıştır. İkinci kitap ise Dilaver Tengilimoğlu tarafından kaleme alınan ve 2001 yılında basımı gerçekleştirilen "Sağlık Kuruluşlarında Halkla İlişkiler" adlı çalışmadır. Ayrıca konuyla ilgili birçok bildiri ve makale çalışması da yürütülmüştür.

YÖK veri tabanı incelendiğinde ise "Sağlık Kuruluşlarında (Hastanelerde) Halkla İlişkiler" konusuyla ilgili ilk tezlerin 1991 yılında İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü'nde gerçekleştirildiği görülmektedir. 1991 yılı içerisinde bu enstitüde "Hastanelerde Halkla İlişkiler Faaliyetleri ve Türk Hastanelerinde Halkla İlişkiler Faaliyetlerine İlişkin Bir Araştırma" ve "Hastanelerde Halkla İlişkiler Çalışmalarının Önemi ve Yeterliklerin Saptanması Yönünden Bolu Devlet Hastanesinde Bir Araştırma" başlıklı iki ayrı yüksek lisans tezi gerçekleştirilmiştir. Bu tarihten itibaren değişik üniversitelerde yüksek lisans tezleri yürütülmüştür.

Konuyla ilgili tek doktora tezi ise 1994 yılında Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü'nde hazırlanan "Hastanelerde Halkla İlişkiler ve Üniversite Hastanelerinde Hedef Kitle Hastalara Yönelik Bir Uygulama" başlıklı çalışmadır.

Tablo 1. Türkiye’de hastanelerde halkla ilişkiler konulu tezler  
(Table 1. Public relations in hospitals in turkey theme thesis)

Tez Adı	Kişi	Tez Türü- Yürütüldüğü Üniversite	Tarih
Hastanelerde Halkla İlişkiler Faaliyetleri ve Türk Hastanelerinde Halkla İlişkiler Faaliyetlerine İlişkin Bir Araştırma	Selma Kazar	Yl-İstanbul Üniv.Sosyal Bilimler Enstitüsü	1991
Hastanelerde Halkla İlişkiler Çalışmalarının Önemi ve Yeterliklerin Saptanması Yönünden Bolu Devlet Hastanesinde Bir Araştırma	E.Elif Yüçetürk	Yl-İstanbul Üniv.Sosyal Bilimler Enstitüsü	1991
Hastanelerde Halkla İlişkiler Ve Üniversite Hastanelerinde Hedef Kitle Hastalara Yönelik Bir Uygulama	Asuman Şimşek-	Dr-Marmara Üniv.Sosyal Bilimler Enstitüsü	1994
Hastanelerde İç Halkla İlişkilerin Değerlendirilmesi - İzzet Baysal Bolu Devlet Hastanesi	Seval Şahin	Yl-Abant İzzet Baysal Üniv.S.B.E.	1998
Hastanelerde Halkla İlişkiler (Manisa S.S.K. Hastanesi Ve İzmir Özel Sağlık Hastanesi Örneği)	Mustafa Demirel	Yl-Gazi Üniv. S.B.Enstitüsü	1997
Hastanelerde Halkla İlişkiler: Türkiye Yüksek İhtisas Eğitim Ve Araştırma Hastanesi'nin Kurum İçi Halkla İlişkiler Faaliyetleri Açısından Değerlendirilmesi	Güliden Muğla	Yl- Hacettepe Üniversitesi Sağlık Bilimleri Enstitüsü	2000
Hastanelerde Halkla İlişkiler Ve Özel Bahçelievler Ömür Hastanesi Örneği	Ahmet Midem	Yl-Marmara Üniv. S.B.E.	2002
Hastanelerde Halkla İlişkiler Ve İzmir`deki Hastanelerin Halkla İlişkiler Faaliyetlerine İlişkin Bir Araştırma	Sezer Karaköse	Yl-Dokuz Eylül Üniv. S.B.E.	2004
Hastanelerde Kurumsal İmaj Oluşturmada Halkla İlişkilerin Rolü Ve Kütahya Ssk Hastanesi'nde Bir Uygulama	Emine Altıntaş	Yl-Dumlupınar Üniv.Sosyal Bilimler Enstitüsü	2005
Hastanelerde Halkla İlişkiler Teknikleri Ve Bir Uygulama	Ahmet Can	Yl-Uludağ Üniv.S.B.E.	2007
Hastanelerde Halkla İlişkiler Uygulamaları: Erciyes Üniversitesi Hastaneleri Örneği	Güler Fidan	Yl-Erciyes Üniv.S. B.E.	2007
Hastanelerde Halkla İlişkilerin Yeri Ve Önemi (Bir Örnek Uygulama)	A.E.Altınok Kaya	Yl- İstanbul Üniv. S.B.E.	2007

#### 4. YÖNTEM VE BULGULAR (METHOD AND FINDINGS)

Bu çalışmanın temel amacı Kayseri’de faaliyet gösteren özel hastanelerde halkla ilişkiler birimlerinin yapı, amaç ve işlevlerini ortaya koymaktır. Bu bağlamda yoğun rekabet ortamının yaşandığı sağlık sektöründe halkla ilişkilerin etkin bir şekilde kullanılıp kullanılmadığı ile birlikte hastanelerin hedef kitlelerine yönelik olarak ne tür etkinlikler yaptıkları da incelenmektedir.

Çalışma Kayseri’de faaliyet gösteren özel hastanelerle sınırlı tutulmuştur. 2010 yılı itibarıyla Kayseri il merkezinde 10 özel

hastanenin faaliyette bulunduğu saptanmıştır. Erciyes Üniversitesi Tıp Fakültesi ve Kayseri Devlet Hastanesi kapsam dışına alınmıştır. Özel hastanelerin yönetici ve halkla ilişkiler uzmanları ile yüz yüze görüşmeler yapılarak, hazırlanan anket formu uygulanmıştır.

Kayseri ilinde bulunan özel hastanelerin tümü ile görüşülmüş, bunlardan 9 tanesi çalışmaya katılmayı kabul ederken; 1 hastane yeni faaliyete geçtiklerini gerekçe göstererek çalışmaya katılmamıştır.

#### **4.1. Halkla İlişkiler Biriminin Mevcudiyeti ve Kurulması (Public Relations Unit of the Existence and Establishment)**

Kayseri'de faaliyet gösteren ve çalışmaya katılan 9 hastaneden 8'inde Halkla İlişkiler birimi-departmanı bulunduğu, 1 tanesinde ise bulunmadığı saptanmıştır. Bünyesinde Halkla İlişkiler birimi bulunmayan hastanenin yöneticileri kurumlarında bu görevi başka bir departmanın yürüttüğünü ifade etmiştir. Bu durum Halkla ilişkiler faaliyetlerinin başka bir birimin çatısı altında gerçekleştirildiğini göstermektedir.

Yüzdelik dilimle ifade edildiğinde araştırma sonucunda hastanelerin %88,9'unda halkla ilişkiler biriminin mevcut olduğu, %11,1'inde ise halkla ilişkiler biriminin mevcut olmadığı görülmektedir.

Tablo 2. Halkla ilişkiler biriminin kuruluş yılları  
(Table 2. Public relations unit of the foundation year)

Kuruluş Yılları	Sıklık	Yüzde
1993	1	12.5
2005	1	12.5
2006	1	12.5
2007	2	25.0
2008	3	37.5
Toplam	8	100.0

Hastanelerin halkla ilişkiler birimlerinin kuruluş yıllarına ait bilgiler göz önüne alındığında, araştırmada yer alan hastanelerde halkla ilişkiler biriminin %37,50'sinin 2008 yılında, %25'inin 2007 yılında, %12,50'sinin ise 2005, 2006 ve 1993 yıllarında kurulduğu tespit edilmiştir. Bu tablo ağırlıklı olarak halkla ilişkiler biriminin 2007 ve 2008 yıllarında oluşturulduğunu ortaya koymaktadır.

Hastanenin tarihçesini, hizmetlerini ve yönetimini bilmek bir hasta için son derece önemli olabilir. Diğer yandan hastanede ne tür prosedür uygulandığını öğrenmek de hastaların işini kolaylaştırır. Bu bilgilerin paylaşılması hastanenin tanıtımına ve tercih edilmesine katkı sağlarken, hastaların kendilerini güvende hissetmelerine de yardımcı olur. Hastanenin tarihçesini, sunduğu hizmetleri, kadrosunu yönetimini gösteren tanıtıcı ve bilgilendirici bir broşüre ihtiyaç duyulmaktadır. Kayseri'de faaliyet gösteren özel hastanelerin tamamının tanıtıcı broşür hazırlayarak hastalara sunduğu tespit edilmiştir.

#### **4.2. Halkla İlişkiler Biriminde Çalışan Sayısı, Cinsiyet ve Öğrenim Durumları (Employees in the Public Relations Unit, the Gender and Education)**

Hastanelerdeki halkla ilişkiler birimlerinde çalışanların sayılarına bakıldığında hastanelerin %50' sinde 1 kişinin istihdam edildiği görülmektedir. Hastanelerin %25'inde 2 kişi, %12,5 bölümünde 3 kişi, %12,5 bölümünde ise 7 kişi istihdam edilmektedir.

Diğer taraftan halkla ilişkiler birimlerinde çalışanların öğrenim durumlarına bakıldığında %75'inin üniversite mezunu olduğu, %25'lik kesimin ise lise mezunu olduğu görülmektedir.

Halkla ilişkiler biriminde çalışanların cinsiyet dağılımlarına bakıldığında %38,8'inin erkeklerden; %61,2'sinin de kadınlardan oluştuğu ortaya çıkmaktadır. Bu tablo halkla ilişkiler birimlerinde kadın çalışanların sayısının daha fazla olduğunu göstermektedir.

Tablo 3. Halkla ilişkiler birimlerinde çalışan sayıları  
(Table 3. Employees of the public relations unit)

Çalışan Sayıları	Yüzde
1 kişi	50.0
2 kişi	25.0
3 kişi	12.5
7 kişi	12.5
Toplam	100.0

#### 4.3. Halkla İlişkiler Biriminin Kurum İçindeki Yeri ve Konumu (Internal Public Relations Unit of the Place and Position)

Halkla İlişkiler Biriminin faaliyetlerini yürütürken ne ölçüde bağımsız ve özerk olduğu büyük önem taşımaktadır. Bu durum halkla ilişkiler faaliyetlerinden beklenen hedeflerin gerçekleştirilmesi açısından önemli olduğu kadar, Halkla İlişkiler faaliyetlerine verilen önemi de ortaya koymaktadır.

Çalışmada hastanelerde faaliyet gösteren "Halkla İlişkiler Biriminin Kurum İçindeki Yeri ve Konumu"nun ne olduğu, bir başka ifadeyle Halkla İlişkiler Biriminin hangi kişiye bağlı olarak faaliyet gösterdiği saptanmıştır.

Tablo 4. Halkla ilişkiler biriminin bağlı olduğu birim  
(Table 4. Affiliated unit of the public relations unit)

Bağlı Olunan Birim	Yüzde
Müdür	75.0
Müdür Yardımcısı	-
Diğer	25.0
Toplam	100.0

Buna göre bünyesinde Halkla İlişkiler Birimi bulunan 8 hastaneden 6 tanesinde Halkla İlişkiler Biriminin doğrudan Hastane Müdürüne bağlı olduğu görülmektedir. Bu durum halkla ilişkiler uzmanının kurum içindeki rolü ve konumu açısından olumlu bir gelişme olarak kabul edilebilir. Halkla İlişkiler Birimi daha alt konumda bulunan İnsan Kaynakları veya Personel Müdürü gibi birimlere bağlı olarak faaliyet göstermek durumunda olsaydı karar alma ve uygulama süreçleri açısından olumsuz gelişmeler yaşanma ihtimali artacaktı. Doğrudan doğruya müdüre bağlı olarak faaliyette bulunmak halkla ilişkiler uzmanının hastane içindeki etkinliği ve saygınlığı açısından olumlu bir yaklaşım olarak kabul edilebilir.

#### 4.4. Halkla İlişkiler Biriminde Çalışanların Aldığı Ücret (Public Affairs Unit Wage Workers to Receive)

Çalışanların aldıkları ücret iş doyumunu ve performansı doğrudan etkilemektedir. Bu nedenle saygın kurumlar çalışanlarına uygun çalışma atmosferi ve tatminkâr bir ücret sunmak durumundadırlar.

Kayseri'de faaliyet gösteren özel hastanelerin Halkla İlişkiler Biriminde çalışan personellerine ödedikleri ücretlerin bir anlamda

halkla ilişkilere verdikleri önemin de bir göstergesi olacağı muhakkaktır. Bu bağlamda Kayseri'deki özel hastanelerin halkla ilişkiler birimlerinde çalışan personelin %66.6'sı 1000TL'nin altında ücret alırken; %33.4'ü ise 1000-1500 TL aralığında ücret almaktadır.

#### 4.5. Halkla İlişkiler Faaliyetleri ve Planlaması (Operations and Planning for Public Relations)

Halkla İlişkiler Birimi çalışanlarına "yönetim tarafından kabul edilmiş halkla ilişkiler faaliyetlerini gösteren bir programa sahip olup olmadıkları" sorulduğunda, %77,8'i halkla ilişkiler faaliyetlerini gösteren bir programa sahip olduklarını ifade ederken; %22.2' si ise böyle bir programa sahip olmadıklarını belirtmişlerdir.

Tablo 5. Halkla ilişkiler programı bulunup bulunmadığı  
(Table 5. Public relations program and found no found)

Halkla ilişkiler programınız var mıdır?	Yüzde
Evet	77.8
Hayır	22.2
Toplam	100.0

Halkla İlişkiler Birimlerinin Halkla ilişkiler faaliyetlerini hangi zaman dilimlerine göre planladıklarını tespit etmek amacıyla bir soru sorulmuştur. Buna göre hastanelerin %88,9'u Halkla İlişkiler Faaliyetleri Planlamasını aylık olarak yaparken; %11,1'ise yıllık olarak yapmaktadır.

Bu durum Kayseri'de faaliyet gösteren özel hastanelerde Halkla ilişkiler faaliyetlerinin aylık olarak planlandığını göstermektedir.

Tablo 6. Halkla ilişkiler faaliyetleri planlaması  
(Table 6. Planning for public relations activities)

Halkla İlişkiler Faaliyetleri Planlaması	Yüzde
Aylık	88.9
3 aylık	-
6 aylık	-
Yıllık	11.1
Toplam	100.0

#### 4.6. Halkla İlişkiler Hedefleri (Public Relations Objectives)

"Halkla ilişkiler alanında kısa ve uzun vadede düşünülen hedefiniz nedir" sorusuna, hastanelerin %55,6'sı hedeflerinin hasta memnuniyeti olduğunu ifade etmiştir. Hastanelerin %11,1'i hedeflerinin "Kayseri'nin en iyi hastanesi olduğu imajını yaratmak" olduğunu, %22,2'si "kaliteli bir hizmet sunmak", %11,1'i ise "Anadolu'nun en iyi hastanesi olmak" olarak ifade etmektedir.

Tablo 7. Hastanelerin halkla ilişkiler hedefleri  
(Table 7. Objectives of the hospitals public affairs)

	Yüzde
Hasta memnuniyeti	55.6
Kayseri'nin en iyi hastanesi olduğu imajı	11.1
Kaliteli hizmet	22.2
Anadolu'nun en iyi hastanesi olmak	11.1
Toplam	100.0

#### 4.7. Halkın Görüş, Tepki ve Eleştirilerinin Tespit Edilmesi (People's Vision, Response and Determination of Critical)

Halkla ilişkiler iki yönlü bir süreç olduğundan sadece belirli etkinlikleri gerçekleştirerek tek taraflı yürütülecek bir olgu değildir. Halkın (hedef kitlenin) ilgi, istek, dilek ve şikayetlerinin ortaya konulması ve bunlara dönük stratejiler geliştirilmesi de halkla ilişkiler açısından son derece önemlidir.

Hastaneye yönelik dilek, istek, şikayet ve eleştirileri öğrenmek için kullanılan yöntemlerden "hangilerine, ne sıklıkta" başvurulduğu tespit etmek amacıyla bir soru yöneltmiştir.

Tablo 8. Halkın tepki ve eleştirilerini öğrenme yöntemleri  
(Table 8. Criticism of people's reactions and learning methods)

	Çok sık	Sık	Nadiren	Hiç yok
Şikâyet Kutusu	21.7	14.3	22.2	-
Özel gün ve olaylardan faydalanma	13.2	14.3	33.4	-
Anket uygulama	21.7	14.3	22.2	-
Yüz yüze ilişkilerden faydalanma	21.7	14.3	22.2	-
Halkın doğrudan yaptığı başvuru ve şikâyetlerden yararlanma	21.7	28.5	-	-
Diğer	-	14.3	-	1
Toplam	100.0	100.0	100.0	100.0

Halkın doğrudan yaptığı başvuru ve şikayetlerden yararlanma oranı %50,2 olarak ilk sırada yer almaktadır. Bunu şikayet kutularından yararlanma, anket uygulama, yüzyüze iletişim tekniklerinden yararlanma ile özel gün ve olaylardan yararlanma (sigarasız yaşam, kan haftası, kanser haftası) gibi yöntemlerle halkın nabzı tutulmakta, görüş, öneri ve istekleri tespit edilmektedir.

#### 4.8. Özel Gün ve Haftalarda Etkinlik Düzenlenmesi (Organizing Special Events for the Day and Week)

Özel gün ve haftalarda etkinlikler düzenlemek yönetimin ve personelin birbirleriyle kaynaşmalarına olanak sağlar. Bu tür etkinlikler ekip ruhunu güçlendirmenin yanı sıra moral ve motivasyon açısından da son derece önem taşımaktadır. "Ben" yerine "biz" duygusu oluşmasını sağlayarak birlik ve beraberlik bilincinin oluşmasına yardımcı olur. Diğer yandan "Kanser Haftası" gibi özel günlerde yapılan toplantı ve etkinlikler hem hastanenin tanıtımını sağlarken hem de toplumun bilinçlenmesine katkıda bulunur.

Kayseri'de faaliyet gösteren özel hastanelerin %44,4'ünde Tıp Bayramı, Hemşirelik Haftası, Kuruluş Yıl Dönümü gibi özel gün ve haftalarda toplantı ve geceler düzenlenirken; bu tür etkinliklerin bazen düzenlendiği hastane oranı %22,2, nadiren düzenlendiği hastane oranı %22,2 olarak tespit edilmiştir. Bu tür etkinlikleri düzenlemeyen hastane oranı ise %11,1'dir.

Tablo 9. Özel gün ve haftalarda toplantı ve gecelerin düzenlenmesi  
(Table 9. Day and night a week and a special meeting of the organizing)

	Yüzde
Genellikle	44.4
Bazen	22.2
Nadiren	22.2
Hayır	11.1
Toplam	100.0



#### 4.9. Kullanılan İletişim Araçları (Used Communication Tools)

Broşürler, maliyetinin az olması ve hazırlanma aşamasında çok teknik beceri gerektirmemesi nedeniyle en sık kullanılan iletişim aracı olarak göze çarpmaktadır. Tanıtım amaçlı kullanılan diğer araçlar arasında ise televizyon, radyo, seminer, el kitabı, gazete ve dergiler gelmektedir. Televizyonun hem göze hem de kulağa hitap ettiği etmesi nedeniyle gazetelerden daha çok tercih edildiği görülmektedir.

Tablo 10. Halkla ilişkilerde kullanılan iletişim araçları  
(Table 10. Communication tools used in public relations)

Broşür	39
El kitabı	5.5
Gazete	5.5
TV	22.0
Radyo	11.0
Dergi	5.5
Seminer	11.0
Toplam (%)	100.0

#### 4.10. Halkla İlişkiler Faaliyetlerinin Değerlendirmesi (Assessment of Public Relations Activities)

Halkla ilişkiler faaliyetlerinin yürütülmesinin yanı sıra sonuçlarının değerlendirilmesi konusu da önem taşımaktadır. Bu bağlamda Halkla İlişkiler faaliyetlerinin sonuçlarının değerlendirilip değerlendirilmediği sorusu sorulmuştur. Buna göre hastanelerin %66,7 'sinde "Halkla İlişkiler faaliyetlerinin sonuçlarının genellikle değerlendirildiği", %22,2'sinde hiç değerlendirilmediği, %11,1'inde ise bazen değerlendirildiği ortaya çıkmaktadır.

Tablo 11. Halkla İlişkiler Faaliyetlerinin Değerlendirmesi  
(Table 11. Assessment of Public Relations Activities)

	Yüzde
Genelde değerlendirme yapılır	66.7
Bazen değerlendirme yapılır	11.1
Hayır, henüz yapılmıyor	22.2
Toplam	100.0

Hastanelerin %77,8'inde "halkla ilişkiler faaliyetlerini gösteren bir rapor" hazırlanarak yönetime sunulurken, %22,2'sinde ise yönetime halkla ilişkiler faaliyetlerini gösteren bir rapor sunulmadığı tespit edilmiştir.

Halkla ilişkiler faaliyetlerinin amacına uygun olarak yürütülüp yürütülmediğinin, bir başka ifadeyle planlanan faaliyetlerin ne ölçüde gerçekleştirildiğinin belirlenebilmesi için faaliyetlerin belirli dönemlerde değerlendirilmesi ve bunun bir rapor olarak üst yönetime sunulması gerekmektedir. Bu sayede halkla ilişkilerin önemsiz bir faaliyet olduğu ya da herkesin bu alanda çalışabileceği yönünde ortaya çıkabilecek spekülasyonların da önü kesilmiş olacaktır.

#### 5. DEĞERLENDİRME VE SONUÇ (ASSESSMENT AND CONCLUSION)

Hastaneler tarafından önemi anlaşılan halkla ilişkiler biriminin başarılı olabilmesi için konusunda uzman kişiler tarafından planlı ve programlı bir şekilde faaliyetlerinin sürdürülmesi gerekmektedir. Bu bağlamda araştırma sonuçları şu şekilde özetlenebilir:

- Araştırma sonucunda Kayseri örneğinde özel hastanelerin %88,9'unda halkla ilişkiler biriminin mevcut olduğu, %11,1'inde ise halkla ilişkiler biriminin bulunmadığı tespit edilmiştir.
- Halkla ilişkiler birimlerinin kuruluş yılları bakıldığında çoğunluğunun son beş yılda kurulduğu görülmektedir. Bu da Kayseri'de diğer alanlarda olduğu gibi sağlık sektöründe de halkla ilişkilerin öneminin giderek arttığını ortaya koyması açısından önem taşımaktadır.
- Hastanenin tanıtımında tarihçesini, sunduğu hizmetleri, kadrosunu yönetimini gösteren bir broşüre ihtiyaç duyulacağı muhakkaktır. Bu bağlamda Kayseri'de faaliyet gösteren özel hastanelerin tamamının tanıtıcı broşür hazırlayarak hastalara sunduğu tespit edilmiştir.
- Kayseri'de faaliyet gösteren hastanelerin %88,9'unun Halkla İlişkiler Faaliyetleri Planlamasını aylık olarak yaptığı görülmektedir. Bu durum hastanelerin halkla ilişkiler faaliyetlerini genellikle aylık olarak planlı ve programlı bir şekilde yürüttüklerini göstermekle beraber, daha uzun soluklu yıllık planlamanın henüz yerleşmediğini ortaya koymaktadır.
- Araştırma sonucunda Kayseri'deki özel hastanelerin %55,6'sının hedeflerinin hasta memnuniyeti olduğu tespit edilmiştir. Bu durum müşteri merkezli bir yaklaşımın yerleşmeye başladığının göstergesi olarak kabul edilebilir.
- Halkın görüş, öneri, dilek, istek ve şikayetlerinin tespit edilmesinde ağırlıklı olarak "vatandaşların doğrudan yaptığı başvurulardan" yararlanıldığı, şikayet kutusu ve anket tekniğinin de kullanılan diğer yöntemler arasında geldiği görülmektedir.

Bilindiği üzere halkla ilişkiler bir medeniyet, gelişmişlik ölçütüdür. İnsana verilen değeri ortaya koyan, insana insanca yaklaşan bir disiplindir. Halkla ilişkilere önem vermek bir anlamda insana önem ve değer vermek demektir. Diğer yandan halkla ilişkiler bir uzmanlık alanı olup, alanın uzmanları tarafından yerine getirilmesi gereken bir takım faaliyetleri içermektedir. Kayseri'de faaliyet gösteren özel hastanelerin hiçbirisinde lisansüstü (master ve doktora) eğitim almış bir halkla ilişkiler uzmanı bulunmaması bir eksiklik olarak sayılabilir.

Sonuç olarak yoğun rekabet ortamında halkla ilişkiler faaliyetlerine ve halkla ilişkiler bölümüne gereken önemi veren hastaneler emin adımlarla ilerleyecek; halkla ilişkilere gerekli önem ve hassasiyeti göstermeyerek, halkla ilişkileri bir angarya ya da lüks kabul edip gerekli adımları atmayan hastaneler ise yerinde sayacak ve belki de yok olma tehlikesiyle de karşı karşıya kalacaklardır.

#### **KAYNAKLAR (REFERENCES)**

1. Altıntaş, E., (2005). Hastanelerde Kurumsal İmaj Oluşturmada Halkla İlişkilerin Rolü ve Kütahya SSK Hastanesi'nde Bir Uygulama. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi. Kütahya: Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü
2. Can, A., (2007). Hastanelerde Halkla İlişkiler Teknikleri ve Bir Uygulama. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi. Bursa: Uludağ Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü
3. Demirel, M., (1997). Hastanelerde Halkla İlişkiler (Manisa S.S.K. Hastanesi ve İzmir Özel Sağlık Hastanesi Örneği). Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi. Ankara: Gazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü

4. Fidan, G., (2007). Hastanelerde Halkla İlişkiler Uygulamaları: Erciyes Üniversitesi Hastaneleri Örneği. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi: Kayseri.Erciyes Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü
5. Karaköse, S., (2004). Hastanelerde Halkla İlişkiler ve İzmir`deki Hastanelerin Halkla İlişkiler Faaliyetlerine İlişkin Bir Araştırma. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi. İzmir: Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü
6. Kavuncubaşı, Ş., (2000). Hastane ve Sağlık Kurumları Yönetimi. Ankara: Siyasal Kitabevi
7. Kaya, A. ve E.A., (2007). Hastanelerde Halkla İlişkilerin Yeri ve Önemi (Bir Örnek Uygulama). Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi. İstanbul: İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü
8. Kazar, S., (1991). Hastanelerde Halkla İlişkiler Faaliyetleri ve Türk Hastanelerinde Halkla İlişkiler Faaliyetlerine İlişkin Bir Araştırma. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi. İstanbul:İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü
9. Mc Glynn, E.A., (1997). Six Challenges in Measuring the Quality of Health Care. Health Affairs. (May/June 1997), s:7
10. Midem, A., (2002). Hastanelerde Halkla İlişkiler ve Özel Bahçelievler Ömür Hastanesi Örneği. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi. İstanbul: Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü
11. Muğla, G., (2000). Hastanelerde Halkla İlişkiler:Türkiye Yüksek İhtisas Eğitim ve Araştırma Hastanesi'nin Kurum İçi Halkla İlişkiler Faaliyetleri Açısından Değerlendirilmesi. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi. Ankara:Hacettepe Üniversitesi Sağlık Bilimleri Enstitüsü
12. Peltekoğlu, B.F., (1998). Halkla İlişkiler Nedir?.İstanbul:Beta Yayıncılık.
13. Seçim, H., (1994). Hastanelerde Halkla İlişkiler. Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Yayınları
14. Şahin, S., (1998). Hastanelerde İç Halkla İlişkilerin Değerlendirilmesi-İzzet Baysal Bolu Devlet Hastanesi. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi. Bolu: Abant İzzet Baysal Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü
15. Şimşek, A., (1994). Hastanelerde Halkla İlişkiler ve Üniversite Hastanelerinde Hedef Kitle Hastalara Yönelik Bir Uygulama. Yayınlanmamış Doktora Tezi. İstanbul: Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü
16. Tengilimoğlu, D., (2001). Sağlık Kuruluşlarında Halkla İlişkiler. Ankara: Gazi Kitabevi
17. Yüçetürk, E.E., (1991). Hastanelerde Halkla İlişkiler Çalışmalarının Önemi ve Yeterliklerin Saptanması Yönünden Bolu Devlet Hastanesinde Bir Araştırma. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi.İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü