

SAĞLIK KURULUŞLARININ VİZYON İFADELERİNİN İÇERİK ANALİZİ İLE İNCELENMESİ

Arş. Gör. Nazan KARTAL* 

Hacettepe Üniversitesi, İİBF, (nazankartal18@gmail.com)

Prof. Dr. Özgür UĞURLUOĞLU 

Hacettepe Üniversitesi, İİBF, (ozgurugurluoglu@gmail.com)

ÖZET

Bu araştırma, kamu, özel ve üniversite hastanelerinin vizyon ifadelerinin içeriklerinin karşılaştırılması amacıyla gerçekleştirilmiştir. Hastanelerin mülkiyet türüne göre vizyon ifadelerinin karşılaştırılmasında içerik analizi kullanılmıştır. Vizyon ifadelerinin içerikleri analiz edilirken üç kriter kullanılmıştır: (1) en fazla kullanılan kelimelerin belirlenmesi, (2) belirlenmiş olan bileşenlerin kapsamı ve (3) dört vizyon amacının karşılanması. Bu araştırmanın sonuçları, hastanelerin mülkiyet türlerine göre çeşitli benzerlik ve farklılıklar olduğunu göstermiştir. Öncelikle, yapılan içerik analizinin sonucuna göre en fazla vurgulanan kelimeler incelendiğinde, “sağlık” ve “hizmet” kelimelerinin tüm hastane türlerinde en fazla kullanılan kelimeler olduğu saptanmıştır. Vizyon ifadelerinin içermesi gereken bileşenler mülkiyet durumlarına göre incelendiğinde, Sağlık Bakanlığı ve üniversite hastanelerinin en fazla atıfta buldukları bileşenin “performans” olduğu göze çarparken, özel hastanelerin ise “insan” bileşenine vurgu yaptığı saptanmıştır. Hastanelerin vizyon ifadeleri, belirli amaçların karşılanması durumuna göre incelendiğinde ise belirgin farklılıkların olmadığı görülmüştür.

Anahtar Kelimeler: Vizyon İfadesi, İçerik Analizi, Hastane, Stratejik Planlama.

CONTENT ANALYSIS OF HEALTH INSTITUTIONS' VISION STATEMENTS

ABSTRACT

This research was carried out to compare the contents of public, private and university hospitals' vision statements. Content analysis was used to compare vision expressions according to the type of ownership of hospitals. Three criteria were used when analyzing the content of vision statements: (1) identifying the most used words, (2) inclusion specified components, and (3) meeting four vision objectives. The results of this study showed that there are several similarities and differences between the types of hospitals. First of all, when the words highlighted according to the results of the content analysis are examined, it is determined that the words "health" and "service" are the most commonly used words in all hospital types. When the components that should be included in the vision statements are examined according to their ownership status, it is observed that the component that the most referenced by the Ministry of Health and university hospitals is "performance", whereas private hospitals emphasize the "people" component. When the vision statements of the hospitals were examined according to the meeting of certain goals, it was seen that there were no significant differences.

Keywords: Vision Statement, Content Analysis, Hospital, Strategic Planning.

1. Giriş

Bir işletme ne yapmak istediğini düşünmeye başlarken, bu kararın belirleyici unsurlarından birisi, kurucularının vizyon ve değerleridir. Bir işletmenin benimsediği misyon ve vizyon ifadeleri, ideolojik olmalarının yanı sıra ekonomik bir özelliğe de sahiptir. Özellikle işletmelerin çevrelerinden ve işlerini yürüttüğü piyasanın ekonomik, politik ve sosyal özelliklerinden dolayı kendilerine dayatılan kısıtlamalar göz önüne alındığında, işletmelerin sadece ne yapmak istediklerini değil, ne yapabileceklerini de dikkate alması gerekir (Oster, 1995: 12).

1970’li yılların sonunda popüler hale gelen ve 1980’lerin ortalarında yaygınlaşan vizyon kavramı, bir işletmenin ulaşmaya çalıştığı şeyi gösteren uzun vadeli hedef ve değerlerin ifadesidir (Hussey, 1998: 278). Literatürde, vizyon ifadesinin ortak bir tanımı olmadığı gibi, yapılan her tanım da herkes tarafından kabul görmemektedir. Burada dikkate alınması gereken en önemli nokta, vizyon ifadelerinin her zaman “*Vizyon*” olarak adlandırılmamasıdır (Price, 2001: 28). Vizyon kavramı, “Gündem, Amaç, Miras (Legacy), Hayal, Hedef” gibi terimlerle de ifade edilmektedir (Kouzes & Posner, 1991: 85). Bazı işletme ya da kuruluşlar için vizyon, misyon ifadesinin kurumsal bir parçası olarak yer almaktadır (Abelman vd., 2007:4).

Bir vizyonun, gerçekleşebilme ya da gerçekleşememe durumu, aslında işletmenin stratejisine göre şekillenir (Dess vd., 2007: 23). Daha da açılacak olursa, net bir vizyonun varlığı, iyi bir stratejinin oluşturulması için bir ön koşuldur. Mevcut bir işletme için vizyon, hem değişmeyen çekirdeği hem de değişken stratejik hedefleri, stratejik niyeti kapsar. Yeni bir işletme için bu ayrım anlamlı değildir ve yeni projenin gerçekleştirilmesi sürecinde temel kimliğin, hatta kurumsal kültürün yaratılması gerekir. Dolayısıyla, mevcut bir işletme için, sorulması gereken önemli bir ön soru, mevcut işletmenin özünü neyin oluşturduğudur ve bu nedenle neyin geçici ve değişebilir olduğunu ve nelerin değiştirilmesi gerektiği sorusudur. İkinci olarak sorulması gereken soru ise, stratejinin odak noktasını öğrenmek üzerine olmalıdır (White, 2004: 55).

Stratejik planlama, sağlık kurumları için önemli ve vazgeçilemez bir araçtır. Sağlık kurumlarında stratejik planlamanın yapılması gerekliliğini ortaya koyan bazı sebepler bulunmaktadır. Bu gereklilikler; hastaların bilgi düzeylerinin artması ile daha talepkâr ve seçici hale gelmeleri, sektördeki diğer sağlık kuruluşlarının profesyonel ve yetenekli hale gelmeleri, hizmet üretiminde sınırlı kaynakların olması, odağın ürün ve hizmetten müşteriye kayması ve sağlık kurumlarının büyüklüğü ile karmaşıklığı şeklinde özetlenebilir (Perera & Peiró, 2012: 750). Stratejik planlama; vizyon, misyon ve değerler gibi yönlendirici stratejilerin oluşturulmasıyla başlamaktadır. Bu stratejilerden biri olan vizyonun sağlık kurumları için de oldukça önemli bir yönlendirme aracı olduğu söylenebilir.

Sağlık kuruluşuna cezbedici benzersiz bir misyonun belirlenememesi ya da net ve heyecan uyandıran bir vizyon ifadesinin tanımlanmaması, stratejik sorunları çözmeye yönelik girişimlerin başarısız olmasına neden olur ve geleceğe yönelik daha iyi ilerleme sağlamayı zorlaştırır (Zuckerman, 2005: 47). Sağlık kurumları açısından vizyon, yönetici, çalışan, hekim, hasta ve diğer paydaşların örgütün amacını ya da misyonunu gerçekleştirirken nasıl olmasını istediğini gösteren zihinsel bir görüntü sağlar. Bir nevi, örgütün gelecek için umutlarıdır (Swayne vd., 2006: 187).

Bu araştırma, sağlık kuruluşlarının vizyon ifadelerinin incelenmesi ve hastane türlerine göre karşılanması amacıyla gerçekleştirilmiştir. Araştırma kapsamında, öncelikle vizyon ifadeleri ile ilgili literatür bilgisine ve daha önce gerçekleştirilen çalışmalar hakkında bilgiler yer verilmiştir. Bir sonraki başlıkta araştırmanın gereç ve yöntemi hakkında bilgiler yer aldıktan sonra, gerçekleştirilen nitel analiz süreci sonucunda elde edilen bulgular ve birtakım sonuç ve öneriler verilmiştir.

2. Literatür Taraması

Bir vizyon ifadesi, kuruluşun misyonunu, temel felsefesi ve temel değerlerini, temel stratejilerini, performans kriterlerini, önemli karar alma kurallarını ve etik standartlarını içermelidir. Vizyon içeriği, örgütün hizmet ettiği ve var olma sebebi olan önemli toplumsal amaçları vurgulamalıdır. Buna ek olarak, vizyon ifadesi kısa ve ilham verici olmalıdır (Bryson, 1995: 165).

Boal & Hooijberg (2001: 527), vizyon ifadesinin barındırdığı içeriğin insanları; duygusal, bilişsel ve zamansal yönelim gibi yollarla etkilediğini gözlemlemişlerdir. Yine de vizyona nelerin dâhil edildiğine, nasıl oluşturulması gerektiğine dair net bir anlayış bulunmamaktadır (Myrick, 2017: 5).

Vizyonun bileşenleri konusunda da herkes tarafından kabul edilmiş bir sınıflandırma bulunmamaktadır. Ancak ilgili yazında, vizyonun bileşenlerine ilişkin en fazla kabul gören sınıflandırma Collins & Porras (1991, 1996) tarafından yapılmıştır. Bu araştırmacılar, vizyonun iki temel boyuttan oluştuğunu (temel ideoloji ve tasarlanmış gelecek) ve bunlardan ikisinin de iki alt boyutu olduğunu belirtmişler, ayrıca, bu boyutların çevresel durumlardan etkilendiğini de ilave etmişlerdir (Collin & Porras, 1991: 33). Bu boyutlardan ilki *temel ideoloji* (*Guiding Philosophy, Core Ideology*), vizyonun başladığı yer olan olup, organizasyona, verilen kararlara, politikalara ve eylemlere, kısacası örgütsel evrimin her aşamasına nüfuz eder. Bir kişinin sahip olabileceği “yaşam felsefesi” ne benzetilebilen bu ideoloji, temel motivasyon varsayımları, ilkeleri ve değerleri olan bir sistemdir (Collins & Porras, 1991: 33-34). Temel ideoloji iki alt bileşenden oluşmaktadır. Bunlar temel değerler ve temel amaçtır. İkinci temel boyut olarak ise, *tasarlanmış gelecek* (*Tangible Image, Envisioned Future*) yer almaktadır. Tasarlanmış gelecek, temel ideolojiye göre biraz paradoksaldır. Bir yandan; görünür, canlı ve gerçek özelliklere sahip bir somutluk taşıırken, diğer yandan rüyaları, umutları ve istekleri ile henüz gerçekleşmemiş bir zamanı içerir (Collins & Porras, 1996: 73). Tasarlanmış gelecek, 10-30 yıllık hedefler ve yarının öngörüsü olmak üzere iki alt bileşenden oluşur.

Gulati (2015: 31) ise, vizyonun misyon/temel amaç, örgütsel değerler (temel değer) ve 10-30 yıllık hedef (audacious goal) ile tüm bunları kapsayan çevresel faktörler şeklinde bir boyutlandırma yapmıştır. Bu bağlamda, dört bileşenden biri olan canlı açıklamayı çıkarmış ve misyon ile temel amacı birleştirmiştir.

3. Vizyon İfadelerinin İncelenmesi ile İlgili Yapılan Çalışmalar

İlgili yazın incelendiğinde, son yıllarda vizyon ifadelerine ilişkin pek çok çalışma yapıldığı görülmektedir. Ancak sağlık alanında vizyon ile ilgili çok fazla çalışmanın olmadığı önemli bir eksiklik olarak göze çarpmaktadır.

Soylu & İleri (2010), Konya’da bir tıp fakültesi hastanesindeki yönetsel pozisyonundaki çalışanların, stratejik yönetim uygulamalarına farkındalık derecelerini görmek için 47 katılımcı üzerinde anket uygulamışlardır. Bu araştırmanın sonuçlarından birisi, çalışanların %36’sının buldukları kurumun vizyon, misyon ve politikasını tam olarak bilmediği yönündedir.

Demir (2013) ve Demir & Uğurluoğlu (2019) yöneticilerin stratejik yönetim araçlarına ait bilgi durumlarını inceledikleri çalışmalarında, katılımcıların en fazla bilgi sahibi olduğu araçlar arasında misyon ve vizyon ifadelerinin; toplam kalite yönetimi ve internet ve sosyal medya araçlarından sonra üçüncü sırada yer aldığı (%67,7) bulgusuna ulaşmışlardır. Çalışmada ayrıca katılımcıların stratejik yönetim araçlarını son 5 yıl içerisinde kullanma durumları da incelenmiş ve hastane yöneticilerinin en fazla kullandığı araç olarak misyon ve vizyon ifadelerinin (%58,9) üçüncü sırada yer aldığı saptanmıştır.

Gulati (2015), “ABD’de En İyi Yerel Hastaneler” listesinde yer alan, 200’den fazla yatak kapasitesine sahip, performanslarına göre, 17 eyaletten seçilen 312 sağlık kuruluşunun vizyon ifadelerinin örgütsel performansa etkisi olup olmadığı saptamak için iki aşamadan oluşan bir araştırma gerçekleştirmiştir. İlk aşamada, araştırma kapsamına alınan hastanelerin vizyon ifadelerine kavramsal çerçeveye göre içerik analizi uygulanıp, vizyon bileşenleri içeriklerine göre sıralanmıştır. Ardından vizyon ifadelerinin nitelikleri (kalitesi) ile hastanenin performansı arasındaki ilişki (korelasyon) ölçülmüştür. Çalışmanın ikinci bölümünde ise, söz konusu hastanelerde vizyonun nasıl oluşturulduğu, diğerleriyle paylaşıldığı ve uygulandığını anlamak için, hastanelerin üst düzey yöneticilerine bir anket uygulanmıştır. Araştırma sonucunda, 17 eyaletin dokuzunda vizyon ifadeleri ile performans ölçümleri arasında istatistiksel açıdan anlamlı ve pozitif yönlü bir ilişki olduğu saptanmıştır. Bunun yanı sıra, araştırma sonucunda eyaletler arasında anlamlı farklılıklar olduğu da görülmüştür.

Ahn vd. (2017), Kore’de 229 yerel yönetim bölgesinin 6. Toplum sağlığı planlarının vizyonlarını incelemişler ve vizyon ifadelerinde en fazla kullanılan kelimelerin “sağlık”, “mutluluk”, “ile”, “şehir” ve “100 yaş” olduğunu belirtmişlerdir.

Yavuz (2017) ile Yavuz & Döven (2018), Türkiye’deki 89 Kamu Hastane Birliği’nin 43’ünün misyon ve vizyon ifadelerini içerik analiziyle inceledikleri çalışmalarında vizyon ifadelerini bileşenlerine göre incelemek amacıyla Collin & Porras’ın (1991) yapmış olduğu sınıflandırmayı kullanmıştır. Bu çalışma sonucunda, vizyon metinlerinde; “İnsan Odaklı Anlayış” (temel değer), “Güvenli Sağlık Hizmeti” (temel hedef), “Hedeflenen Kriterlere Ulaşmak” (geleceğe ait tanımlar), “Hastaların Beklentilerini Karşılama” (geleceğe ait tanımlar) ve “Uluslar Arası Sağlık Pazarında Etkili Liderler Arasında Olmak” (heyecanlandırıcı hedef) gibi ifadelerin yer aldığı belirtilmiştir. Araştırmacılar ayrıca, Kamu Hastane Birliklerinin vizyon ifadelerinde benzeşmeler görüldüğünü ve birliklerin vizyon ifadelerini oluştururken faydalandıklarını da ifade etmiştir.

Bu çalışmada, Sağlık Bakanlığı hastaneleri, üniversite hastaneleri ve özel hastanelerin vizyon ifadelerinin içerikleri arasında önemli farklılıklar olup olmadığını belirleyebilmek amacıyla üç temel kriter kullanılarak vizyon ifadeleri analiz edilmiştir. Vizyon ifadelerinin hastane türlerine göre incelenmesindeki temel amaç, hastanelerin mülkiyet tiplerindeki farklılığın vizyon ifadelerinin içeriğine yansımaları beklenmektedir. Araştırma kapsamında belirlenen kriterler ise (a) “kelime farklılıklarının belirlenmesi”; (b) “belirli bileşenlerin kapsanması (performans,

amaç, insan, yer, zaman, ürün/hizmet)” ve (c) “dört amacın gerçekleştirilmesidir (örgüte yön verme, yenilik, motive etme ve temel ideoloji)”.

İlgili literatür incelendiğinde, bazı araştırmalarda vizyon ifadelerinde en fazla kullanılan kelimelerin ortaya konulduğu da görülmüştür (Ahn vd., 2017; Aytar & Soylu, 2017; Castro & Lohman, 2014; Melek, 2012; Ozdem, 2011). Bu araştırma kapsamında ilk kriter; vizyon ifadelerinde yaygın olarak kullanılan kelimelerin hem genel anlamda, hem de sağlık kurumunun mülkiyet türüne göre incelenmesi olarak belirlenmiştir.

Bu üç kriterden ikincisi olarak belirlenen, vizyonun bileşenlerine ayırma işlemi için, Myrick (2017)’in gerçekleştirmiş olduğu 6P sınıflandırılması kullanılmıştır. Myrick (2017), Kanada’da 134 adet kamu kuruluşunun vizyon ifadelerini gömülü teoriyi kullanarak, ifadeleri kodlama şeması oluşturmuş ve bunun sonucunda 19 tane vizyona atfedilen özellikleri 6 kategoride gruplandırmış ve bunlara 6P ismini vermiştir. Bu bileşenler aşağıda ifade edilmiştir.

“*Performans*” bileşeni genel olarak, örgütün ve/veya paydaşlarının amaçlanan başarılarını ya da bunların sonuçlarını gösterir. Performans bileşeni, kuruluşların nasıl performans gösterdiğini, performanslarının düzeyi veya önemini, etkileşimde buldukları paydaşlar için neler yaptıklarını gösteren bir dizi kavram içermektedir. Bu bileşen; liderlik, performans göstergeleri, büyüme ve gelişme, rekabet avantajı, kalite, sosyal sorumluluk, bağlı önem, sağlık ve esenlik alt bileşenleri açısından incelenmektedir (Myrick, 2017).

“*Amaç*” bileşeni, bir örgütün ne yaptığı, yani işlevsel odağı ya da niyeti açısından incelendiği ve niçin var olduğunu kapsayan bir bileşendir. Amaç bileşeni, işlev/rol odağı ve amaç ifadesi kavramları üzerine kurulmuştur. Güncel yazın incelendiğinde, vizyonun büyük ölçüde amaç odaklı olduğunu görülmektedir. (Myrick, 2017; Howell & Shamir, 2005; Levin, 2000; Lucas, 1998; Lipton, 1996; Howell & Avolio, 1993).

“*İnsan*” bileşeni, bir örgütün “kim” olduğu ile ilgilidir ve kuruluşun iç ve dış paydaşlarıyla ilgili kavramları içermektedir. Bu bileşen; kurumsal kimlik, paydaşlar, ilişki odağı ve kültür kavramları üzerine kurulmuştur. Kavramların ortak yönü, hepsinin bir örgüt ile ilgili kişilere göndermede bulunmasından kaynaklanmaktadır. Literatür, vizyonun, ilişki odaklı ve değer temelli olduğunu iddia eden ve kültür unsurlarını ifade eden benzer kavramları içerdiğini ifade etmektedir (Myrick, 2017; Ruvio vd., 2010; Thoms & Greenberger, 1998; Wilson, 1992).

“*Yer*” bileşeni, bir örgütün ve/veya paydaşlarının var olduğu veya var olacağı yeri belirtir. Yer bileşeni özellikle; coğrafi ortamlar, pazar/sector/endüstri ortamları ve işyeri/altyapı ortamları dahil olmak üzere, bir kurumun hem iç hem de dış çevresinde çalıştığı ortamları ele alan kavramları içermektedir (Myrick, 2017; El-Namaki, 1992; Wilson, 1992).

“*Zaman*” bileşeni, bir kuruluşun vizyonunu gerçekleştireceği zaman ile ilgilidir. Örgüt üyelerini yönlendirmek için zaman çerçevesi önemli bir işleve sahiptir. Bireyleri ve bir örgütü motive etmek, ilham vermek ve yönlendirmek için vizyon ifadesinin zaman çerçevesine dikkat çekmesi gerekmektedir (Myrick, 2017).

Vizyon içeriğinin önemli bir parçası olarak görülen ürün/hizmet bileşeni (product), bir örgütün neyi sunduğu, ürettiği, tedarik ettiği veya dağıttığı bilgisini verir. Ürün/hizmet odağını

belirten bu bileşen, yalnızca bir kuruluşa özgü ürün ve/veya hizmetlere atıfta bulunur (Kaplan vd., 2008; Ozdem, 2011; Baum vd., 1998; Raynor 1998; Westley & Mintzberg, 1989; Wilson, 1992).

Bu çalışmada vizyon ifadelerinin içeriği bu ifadelerin karşılaması gereken dört temel amaca bağlı olarak değerlendirilirken, Price (2001) tarafından literatürdeki pek çok araştırma (Larwood & Falbe, 1997; Collins & Porras, 1994; Belasco, 1990; Bennis & Nanus, 1985; Selznick, 1957) incelenerek oluşturulan sınıflandırma kullanılmıştır. Bahsedilen bu sınıflandırmaya göre Price, örgütsel değişim açısından önemli olan ve vizyon ifadesinin taşınması gereken amaçları; 1) “Örgüte Yön Verme Amacı”, 2) “Yenilik Amacı”, 3) “Motive Etme Amacı” ve 4) “Temel İdeoloji” olarak belirlemiştir. Bunlardan örgüte yön verme amacı, örgütün gelecekteki durumuna ilişkin hedefler ve bu hedeflere ilişkin bir zaman çerçevesi sunar. Yenilik amacı dinamik, yeni düşüncelere ve esnek durumlara uyum sağlayabilen bir örgüt olmak için çalışmayı önerir. Motive etme amacı geleceğe ilişkin, çalışanları heyecanlandırıcı ve vizyon ifadesine inanarak bağlı kalmayı, ayrıca toplumsal değerlerin ve hastaların da önemsendiğini göstermeye çalışır. Son olarak temel ideoloji amacı ise örgütün ne için var olduğunu ve iş felsefesinin ne olduğunu ortaya koymaktadır.

Bahsedilen bu kriterlere göre, bu araştırma kapsamında yanıtlanmaya çalışılan araştırma soruları aşağıdaki gibidir:

- Hastanelerin vizyon ifadelerinin içerikleri, kullanılan kelimeler açısından mülkiyet türüne göre farklılık göstermekte midir?
- Hastanelerin vizyon ifadelerinin içerikleri, araştırma kapsamında belirlenmiş vizyon bileşenleri açısından mülkiyet türüne göre farklılık göstermekte midir?
- Hastanelerin vizyon ifadelerinin içerikleri, vizyon ifadelerinin taşınması gerektiği düşünülen dört amacı karşılama kriteri açısından mülkiyet türüne göre farklılık göstermekte midir?

4. Metodoloji

4.1. Araştırmanın Evren ve Örnekleme

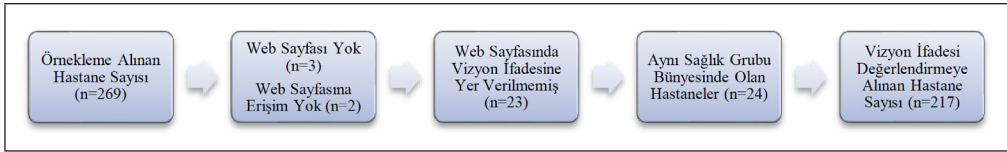
Bu çalışma, Sağlık Bakanlığı hastaneleri ile, üniversite ve özel hastanelerin vizyon ifadelerinin içeriklerinin incelenmesi ve karşılaştırılması amacıyla gerçekleştirilmiştir. Bu amaçla, Sağlık Bakanlığı Sağlık Hizmetleri Genel Müdürlüğü'ne bağlı Sağlık İnsan Gücü Planlama İstatistik ve Analiz Dairesi Başkanlığı'ndan, araştırmanın evrenini oluşturan, Türkiye'deki tüm hastanelerin listesi ve yatak sayıları alınmıştır. Hastaneler arasında kapasite ve büyüklük farklılıklarını azaltabilmek için, araştırmanın örnekleme Sağlık Bakanlığı ve üniversite hastaneleri için 300 yatak ve üzeri, özel hastaneler için ise 150 yatak ve üzeri olarak sınırlandırılmıştır.

4.2. Araştırma Tasarımı

Araştırma kapsamına alınan Türkiye genelinde kamuda 300 yatak ve üzeri, özel sektörde 150 yatak ve üzeri kapasiteye sahip, toplamda 269 hastanenin vizyon ifadelerine ulaşmak için web siteleri incelenmiştir. Araştırma kapsamına alınan hastanelerden 155'i Sağlık

Bakanlığı, 46'sı üniversite ve 74'ü özel sektör hastanelerinden oluşmaktadır. Hastanelerin web sitelerine ulaşmak için Google arama motoru kullanılmış ve 01.04.2018-04.04.2018 tarihleri arasında tekrarlı aramalarla web siteleri incelenmiştir. Aramalar sonucunda, 3 hastanenin web sitesinin bulunmadığı, 2 hastanenin web sitesine erişim sağlanamadığı, web sitesine sahip olan hastanelerin de 23 tanesinin web sitelerinde vizyon ifadesine yer vermediği saptanmıştır. 24 hastane de, 12 sağlık grubuna bağlı olarak hizmet vermeleri sebebiyle, bağlı buldukları sağlık grubunun web sitesini ve vizyon ifadesini kullanmaktadır. Bu yüzden, 137'si Sağlık Bakanlığı, 41'i üniversite ve 39'u özel olmak üzere toplamda 217 hastanenin vizyon ifadesi, araştırma kapsamında incelenmiştir (Şekil 1).

Şekil 1: Araştırma Kapsamında İncelenecek Hastanelere İlişkin Akış Diyagramı



Vizyon ifadelerinin incelenerek analiz edilmesinde, nitel bir araştırma türü olan içerik analizi yöntemi kullanılmıştır. Bu yöntemin temel süreci, belli kavramlar ve temalar çerçevesinde benzer verileri toplamak ve bunları okuyucu için akla uygun bir düzen içinde sistematize etmek ve yorumlamaktır (Yıldırım & Şimşek, 2011). Araştırma kapsamında içerik analizi yönteminin tercih edilme nedeni ise, içerik analizinin sağlık kuruluşların önceden belirlemiş oldukları vizyon ifadelerinin ayrıntılı olarak, kelime bazında incelenmesine ve belirli bileşenler altında toplamaya olanak tanınmasıdır. Konuyla ilgili önceki çalışmalar incelenirken bahsedildiği üzere, bu tür çalışmalarda ikincil veri kullanıldığı için nitel araştırma yöntemlerinin tercih edildiği görülmektedir. Dolayısıyla, bu çalışmada da anket yönteminin kullanımı, araştırmanın amacına uygun olmadığı için tercih edilmemiştir. Araştırma kapsamında ilgili literatür taranarak üç kriter belirlenmiş ve bu kriterlere uygun olarak da vizyon ifadeleri üç araştırma sorusunu cevaplamak amacıyla analiz edilmiştir. Vizyon ifadelerinin incelenmesinde üç temel kriter belirlenmesinin sebebi ise, yöntem olarak içerik analizi kullanımının bir sonucu olarak verileri çok yönlü analiz etmenin daha kapsamlı olacağı ve tek bir kriter ile, yapılması gereken ölçümlerin yetersiz kalacağı düşünülmesidir.

Bu çalışmanın ilk araştırma sorusu, vizyon ifadelerinin, kullanılan kelimeler açısından farklılık gösterip göstermediğine bağlı olarak içeriklerinin değerlendirilmesi ile ilgilidir. İlgili araştırma sorusunu yanıtlamak adına, hastanelerin mülkiyet türlerine göre vizyon ifadelerinde en fazla kullanılan kelimeleri saptamak için, Nvivo 12 programı kullanılarak her bir hastane türüne göre kelime sıklıkları hesaplanmıştır.

İkinci araştırma sorusu olan vizyonda bulunması gereken bileşenlere göre analiz için vizyon ifadeleri tek tek incelenerek sınıflandırılmıştır. Bileşenlere göre ayırma işlemi için, Myrick (2017)'in çalışmasında geliştirdiği 6P sınıflandırması kullanılmıştır. Myrick bu sınıflandırmayı yaparken, Corbin ve Strauss (1990)'ın gömülü teori tekniği kullanılarak, tümevarımsal içerik analizi yaklaşımı geliştirmiştir. Bu yaklaşıma göre, vizyon ifadelerinin kelime öncelikle gözlemlenmiş, ardından daha geniş bir tanımla ifade etmek amacıyla benzer anlamdaki içeriğe ilişkin kategorilerle birleştirilmiş ve boyutlandırma işlemi gerçekleştirilmiştir.

Bu çalışmada da bu yaklaşımdan yola çıkılarak, vizyon ifadeleri söz konusu 6 bileşene göre incelenmiştir. Vizyon ifadelerinde bulunması gereken 6 bileşen incelenirken kullanılan alt bileşenler ve bu bileşenlere örnek olarak bazı anahtar kelimeler Tablo 1’de gösterilmiştir.

Tablo 1: Vizyonun Bileşenlerine Ayırmak İçin Kullanılan Bazı Anahtar Kelimeler

Performans	Amaç	İnsan	Yer	Zaman	Ürün/ Hizmet	
Liderlik	Rekabet	İşlev/Rol	Kimlik	Coğrafi	Her	Sağlık
İlk	Avantajı	Odağı	Kurum	Ortamlar	Gelecek	hizmeti
Öncü	Yenilikler	Erişmek	Kuruluş	Bölgesel	Olmak	Sağlık
Bilinen	Fırsatlar	Ulaşmak	Biz	Ulusal	Uzun	ihtiyaçları
Tanınan	Yetenekler	Geliştirmek	Ekip	Uluslararası	dönem	Tıbbi
Dünya markası	Güçlülükler	Hizmet	Grup	Dünya	Bugün	hizmetler
Performans	Uzman	etmek	Sağlık	Türkiye	Sürekli	Teşhis
Göstergesi	Müşteri	Sağlamak	kurumu	Küresel	Çağdaş	Tedavi
Verimli	istegine	Sunmak	Hastane	Pazar/		Bakım
Etkili	uygun	Amaç	Paydaşlar	Sektör/		
Finansal	Kalite	İfadesi	Çalışan	Endüstri		
Tatmin eden	Daha iyi	Vizyon	Hasta	Odağı		
Başarılı	Mükemmel	Amaç	Toplum	Sağlık		
Sürdürülebilir	Büyük	Odak	Rakipler	sektörü		
Değerli	Kaliteli	Hedef	Herkes	Pazar		
Güçlü	Olağanüstü	Strateji	İş odağı	Kaynaklar		
Büyüme ve	Sosyal	İş modeli	Bütüncül	İşyeri/		
Gelişme	sorumluluk		Sadık	Altyapı		
İleri	Etik		Profesyonel	Ortamları		
Gelişmiş	Güvenli		Saygılı	Tesis		
Büyüyen	Sorumlu		Güvenilir	Teknoloji		
Artış gösteren	Yenilenebilir		Değerli	Altyapı		
Sağlık ve	kaynaklar		Deneyimli	İş gücü		
Esenlik	Dikkatli		İşbirlikçi	İş modeli		
Sağlık	Bağı Önem		Müşteri			
Sağlıklı	Temel		odaklı			
	Önemli		Kültür			
	Hassas		Tutum			
	Birincil		Davranış			
			Tutku			
			Değerler			
			Kültürel			
			beklenti			

Bu sınıflandırmaya göre yapılan bileşen analizine ilişkin bazı örneklere Tablo 2’de yer verilmiştir.

Tablo 2: Araştırma Kapsamında Yapılan Bileşen Analizi İle İlgili Örnekler

Örnek Vizyon İfadesi
Güçlü (performans) bir takım ruhu (insan) ile hoşgörü saygı ve dürüstlüğü (insan) ön planda (performans) tutarak (amaç) sağlık hizmetlerinde (ürün/hizmet) kaliteye ve mükemmelle (performans) ulaşmaktır (amaç).
Çocuk sağlığı konusunda (yer) öncü (performans) bilimsel (performans) araştırma ve eğitim çalışmaları (ürün/hizmet) ile etkin ve kaliteli (performans) sağlık hizmeti (ürün/hizmet) sunarak (amaç), alanında (yer) örnek (performans) bir sağlık kuruluşu (insan) olmak (zaman).
Hastane hizmetlerinde (ürün/hizmet) kaliteli (performans), verimli (performans), güvenilir (insan), lider (performans) bir hastane (insan) olmaktadır (zaman).
Hem ülkesinde hem bölgesinde (yer, insan) kalp sağlığı başta olmak üzere (ürün/hizmet), referans gösterilen (performans), tercih edilen (performans), eğitim-öğretim ve sağlık hizmetinin sunumu (ürün/hizmet) yönüyle lider (insan), bir eğitim kurumu/hastane (insan) olmak (zaman).

Çalışmanın üçüncü araştırma sorusu kapsamında, vizyon ifadelerinin içeriği, bu ifadelerin karşılaması beklenen dört amaca bağlı olarak değerlendirilmiştir. Vizyon ifadelerinin söz konusu amaçları karşılama durumları incelenirken Price (2001)'in hazırlamış olduğu kod şemasındaki anahtar kelime ve ifadeler esas alınarak içerik analizi yapılmıştır. Buna göre bir vizyon ifadesi gelecek yönelimi ile ilgili bilgi içeriyorsa, örgüte yön verme amacı yerine getirilmiş sayılmaktadır. Vizyon ifadesi, verilen sağlık hizmetine yönelik yeni fikirler ve yeni düşüncelere açık olma ve esnek durumlara uyum sağlayabilmeye ilişkin bilgiler içeriyorsa yenilik amacını karşılamaktadır. Eğer bir vizyon ifadesi, çalışanlarını heyecanlandıran, onlara ilham veren, aynı zamanda toplumsal değerleri ve hastaları önemseydiğine vurgu yapıyorsa motivasyon amacı yerine getirilmiş kabul edilmektedir. Son olarak da, bir vizyon ifadesi sağlık kurumunun ne için var olduğunu ve yapılan işin türüne atıfta bulunuyorsa temel ideoloji amacını yerine getirdiği varsayılmaktadır.

Araştırma kapsamının üç temel kritere dayanması ve Türkiye genelindeki hastanelerin vizyon ifadelerinin incelendiği kapsamlı bir çalışmanın olmaması dolayısıyla, bu çalışmanın alan yazına katkı sağlayacağı söylenebilir. Bunun yanı sıra, vizyonun boyutları üzerine gerçekleştirilen araştırmalarda vizyon boyutlarının soyut kavramları içermesi dolayısıyla vizyon ifadelerinin aksine, boyutlarının incelenmesini de zorlaştırmaktadır. Bu araştırma kapsamında vizyonun bileşenlerine ayrılmasında esas alınan 6p sınıflandırmasının tercih edilmesinin sebebi de, bileşenlerine ayırma işlemi yapılırken daha somut ifadeler oluşturulabilmesine olanak vermesidir. Bu yönüyle, araştırmanın daha sonraki çalışmalarda vizyonun daha somut ifadelerle incelenmesine katkı sağlayabileceği düşünülmektedir.

5. Bulgular

Hastanelerin mülkiyetlerine göre, vizyon ifadelerinde en fazla geçen kelimelerin sıklık durumları Tablo 3'te görülmektedir. Yapılan içerik analizi sonucuna göre, "Sağlık" ve "Hizmet" kelimelerinin, tüm hastane türlerinde en fazla kullanılan kelimeler olduğu tespit

edilmiştir. Sağlık Bakanlığına bağlı hastanelerin genel olarak; “Hastalarına uluslararası kapsamda”, “Alanında Öncü” ve “Model”, aynı zamanda “Modern” ve “Kaliteli” hizmet sunan bir sağlık kuruluşu olmayı hedefleyen ifadeler kullandığı söylenebilir. Özel hastanelerin de yine “uluslararası” alana vurgu yaptığı, “Örnek” oluşturacak ve “Çağdaş” sağlık hizmet sunumuna değindiği, “Hasta Memnuniyeti” kavramına önem veren ve hastalar tarafından “Tercih Edilen” bir sağlık kuruluşu olmayı hedefledikleri görülmektedir. Üniversite hastanelerinin de Sağlık Bakanlığı hastanelerinde olduğu gibi “Kalite” anlayışından ödün vermeden hizmet sunmaya atıfta bulunduğu ve bunu yaparken de “Modern” bir kurum olmayı ve diğer hastaneler için “Uluslararası” anlamda “Örnek” oluşturmayı hedeflediği görülmektedir.

Tablo 3: Araştırma Kapsamında İncelenen Vizyon İfadelerinde En Fazla Kullanılan 10 Kelime

Sağlık Bakanlığı		Özel Hastaneler		Üniversite Hastaneleri	
Kelime	Sayı	Kelime	Sayı	Kelime	Sayı
1	Sağlık	170	Sağlık	53	61
2	Hizmet	97	Hizmet	25	39
3	Çağdaş-Modern	83	Örnek-Model-Referans	26	23
4	Hastane	68	Hasta	19	20
5	Hasta	64	Kurum-Kuruluş	18	19
6	Kurum-Kuruluş	56	Uluslararası	18	18
7	Örnek-Model-Referans	51	Çağdaş-Modern	12	14
8	Lider-Öncü	51	Hastane	9	14
9	Kalite-Kaliteli	49	Tercih	9	11
10	Uluslararası	47	Memnuniyet	8	10

Hastanelerin vizyon ifadelerinin içermesi gereken bileşenlere ilişkin sonuçlar Tablo 4’te yer almaktadır. Buna göre, hem genel olarak, hem de ayrı ayrı mülkiyet durumlarına göre incelendiğinde Sağlık Bakanlığı (%27.9) ve üniversite hastanelerinin en fazla (%28.7) atıfta buldukları bileşenin “Performans” olduğu, özel hastanelerin ise “İnsan” bileşenine (%29.1) vurgu yaptığı görülmektedir. Araştırma kapsamındaki hastanelerin yaklaşık üçte ikisini oluşturan Sağlık Bakanlığı’na bağlı hastanelerde en fazla kullanılan ikinci bileşen “insan” (%25.5) iken, özel hastanelerde ise insandan sonra “Performans”a (%27.8) değinildiği saptanmıştır. Üniversite hastaneleri ise vizyon ifadelerinde performanstan sonra, sunmuş oldukları “Ürün/Hizmetler”e (%22.9) ilişkin bilgilere yer vermişlerdir. Genel anlamda ve hastanelerin mülkiyet durumlarına göre ise, vizyon ifadelerinde en az kullanılan bileşenin ise “Zaman” olduğu saptanmıştır.

Tablo 4: Hastanelerin Mülkiyet Durumlarına Göre Vizyon İfadelerinde Yer Alan Bileşenler

	Genel		Sağlık Bakanlığı		Özel		Üniversite	
	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%
Performans	1015	28.0	595	27.9	197	27.8	223	28.7
İnsan	942	26.0	544	25.5	206	29.1	192	14.7
Yer	465	12.9	276	12.9	85	12.0	104	13.4
Amaç	464	12.8	263	12.3	85	12.0	116	14.9
Ürün/Hizmet	381	10.5	230	10.8	73	10.3	178	22.9
Zaman	353	9.8	225	10.6	63	8.9	65	8.3
Toplam	3620	100	2133	100	709	100	778	100

Bu çalışmanın önemli araştırma sorularından birisi olan vizyon ifadelerinin dört temel amacı karşılama durumunun değerlendirilmesine ilişkin sonuçlar Tablo 5 ve 6'da yer almaktadır. Bu kapsamda belirlenen dört amaç; örgüte yön verme, yenilik, motive etme ve temel ideolojidir. Analiz sonuçları, hastanelerin mülkiyet durumlarına göre belirgin farklılıklar göstermemektedir. Hastanelerin tümünde ve Sağlık Bakanlığı hastanelerinde ortalama karşılanan amaç sayısı 2.4 iken, özel ve üniversite hastanelerinde 2.3'tür.

Tablo 5: Hastanelerin Mülkiyet Durumlarına Göre Vizyon İfadelerinin Karşıladığı Amaç Sayısı

Amaç sayısı	Sağlık Bakanlığı Hastaneleri (n=137)		Özel Hastaneler (n=39)		Üniversite Hastaneleri (n=41)		Toplam (n=217)	
4	9/137	6.6	3/39	7.7	2/41	4.9	14/217	6.5
3	49/137	35.8	12/39	30.8	16/41	39.0	77/217	25.5
2	68/137	49.6	19/39	48.7	16/41	39.0	103/217	47.5
1	11/137	8.0	5/39	12.8	7/41	17.1	23/217	10.6
Ortalama Amaç Sayısı	2.4		2.3		2.3		2.4	

Tablo 6'ya göre vizyon ifadelerinin %98.6'sının, belirlenmiş olan kriterlere göre örgüte yön verme amacını yerine getirdiği ve hastanelerin mülkiyet durumlarına göre incelendiğinde de benzer sonuçlar olduğu saptanmıştır. Araştırma bulguları hastanelerin %61.3'ünün çalışanları motive etme amacı taşıdığını göstermektedir. Ancak, bu amaç özel hastanelerin vizyon ifadelerinde daha fazla karşılanırken, üniversite hastanelerinin vizyon ifadelerinde ise motivasyon amaçlarına daha az vurgu yaptığı göze çarpmaktadır. Diğer bir amaç olan yenilik ise, en fazla Sağlık Bakanlığı hastanelerinin vizyon ifadelerinde (%61.3) vurgulanmış olup, bu oranın özel hastanelerde (%46.2) daha az olduğu görülmektedir. Vizyon ifadelerinde en az karşılanan amaç ise temel ideoloji (%21.2) olarak saptanmıştır. 217 hastanenin vizyon ifadesinden yalnızca 14'ü (%6.5) vizyon ifadesinde olması gerekli görülen dört amacın tümünü de karşılamaktadır.

Tablo 6: Mülkiyet Durumlarına Göre Hastanelerin Belirtilen Amaçları Karşılıyan Vizyon İfadesi Sayıları

Vizyon İfadesinin Amacı	Sağlık Bakanlığı Hastaneleri (n=137)	Özel Hastaneler (n=39)	Üniversite Hastaneleri (n=41)	Toplam (n=217)
Örgüte Yön Verme Amacı	136/137 99.3	38/39 97.4	40/41 97.6	214/217 98.6
Yenilik Amacı	84/137 61.3	18/39 46.2	21/41 51.2	123/217 56.7
Motive Etme Amacı	83/137 60.6	26/39 66.7	24/41 58.5	133/217 61.3
Temel İdeoloji Amacı	27/137 19.7	9/39 23.1	10/41 24.4	46/217 21.2

6. Tartışma ve Sonuç

Kâr amacı olsun ya da olmasın, tüm sağlık kuruluşları kendilerini tanımlamak için misyon; gelecekte nerede olmak istediklerini resmetmek için ise vizyon ifadesi oluştururlar. Temel haklardan birisi olan sağlığı korumak ve geliştirmek için gerçekleştirilen tüm sağlık hizmetlerinin birtakım değerler, amaç ve hedefler, misyon ve vizyon gibi yönlendirme stratejilerine ihtiyacı vardır.

Bu araştırma kapsamında vizyon ifadelerinin içeriklerinin karşılaştırılmasında üç farklı yöntem (en fazla vurgulanan kelimeler, kapsanan bileşen sayısı, karşılanan amaç sayısı) kullanılmış olup hastanelerin mülkiyet durumları açısından bazı benzerlik ve farklılıkların olduğu görülmüştür. Öncelikle en fazla vurgulanan kelimelerin; “Sağlık” ve “Hizmet” kelimelerinin tüm hastane türlerinde en fazla kullanıldığı görülmüştür. Bunun yanı sıra, Sağlık Bakanlığı’na bağlı hastanelerin genel anlamda “Hastalarına Uluslararası Kapsamda”, “Alanında Öncü” ve “Model”, aynı zamanda “Modern” ve “Kaliteli” hizmet sunan bir sağlık kuruluşu olmayı hedefleyen ifadeler kullandığı saptanmıştır. Vizyon ifadelerinde uluslararası bir disiplinle çalışmaya ilişkin vurgu yapılması, son yıllarda Sağlık Bakanlığının sağlık turizmüne ilişkin çalışmalarının artış göstermesiyle açıklanabilir. Yavuz (2017) ile Yavuz & Döven (2018)’in Kamu Hastane Birliklerinin misyon ve vizyon içeriklerini inceledikleri çalışmalarının bu bulguyu destekleyecek nitelikte olduğu söylenebilir. Araştırmacılar, Kamu Hastane Birliklerinin vizyon ifadelerinde en fazla “hasta memnuniyeti” ifadelerinin kullanıldığı, daha sonra “sağlık hizmeti” ifadesinin tercih edildiği sonucuna ulaşmışlardır. Özel hastanelerin vizyon ifadeleri incelendiğinde; benzer şekilde uluslararası alana vurgu yaptıkları, örnek oluşturacak ve çağdaş sağlık hizmet sunumuna değindikleri, hasta memnuniyetine önem veren ve hastalar tarafından tercih edilen bir sağlık kuruluşu olmayı hedefledikleri saptanmıştır. Üniversite hastanelerinin ise; Sağlık Bakanlığı hastanelerinde olduğu gibi kaliteden ödün vermeden hizmet sunmaya atıfta bulunduğu ve bunu yaparken de modern bir kurum olmaya ve diğer hastaneler için uluslararası anlamda örnek oluşturmayı hedeflediği görülmektedir. Son yıllarda hizmet kalitesinin artırılmasına yönelik Bakanlık tarafından üstlenilen faaliyet ve denetim mekanizmalarının yoğunluk kazanmasının da, vizyon ifadelerinde kalite vurgusunun öne çıkmasına etki ettiği düşünülebilir. Bunun yanı sıra, kaliteli hizmet sunulduğunu tescilleyen akreditasyon faaliyetlerinin gündeme gelmesi ve Türkiye’de akredite olan hastane sayılarının da buna bağlı olarak artış göstermesinin de hastanelerin vizyon ifadelerine kalite vurgusu olarak yansdığı söylenebilir.

Hastanelerin vizyon ifadelerinin içermesi gereken bileşenler mülkiyet durumlarına göre incelendiğinde Sağlık Bakanlığı ve üniversite hastanelerinin en fazla atıfta buldukları bileşenin “performans” olduğu göze çarparken, özel hastanelerin ise “insan” bileşenine vurgu yaptığı görülmektedir. Kamu hastanelerinde performans vurgusunun öne çıkmasının, daha önce de bahsedildiği üzere son yıllarda önem kazanan kalite ve performans iyileştirme faaliyetlerinden kaynaklı olduğu burada da yinelenabilir. Araştırma kapsamındaki hastanelerin yaklaşık üçte ikisini oluşturan Sağlık Bakanlığı’na bağlı hastanelerde en fazla kullanılan ikinci bileşen olarak “İnsan”, özel hastanelerde “Performans”, üniversite hastanelerinde ise performanstan sonra, sunmuş oldukları “Ürün/Hizmetler”e ilişkin bilgilere yer verdikleri görülmüştür. Genel anlamda ve hastanelerin mülkiyet durumlarına göre ise, vizyon ifadelerinde en az kullanılan bileşenin ise “Zaman” olduğu göze çarpmıştır. Kaplan vd. (2008) özenle hazırlanmış bir vizyon ifadesinin barındırması gereken önemli özellikleri; ölçülebilen başarı göstergeleri, pazar nişinin tanımı ve zaman çizelgesi olarak tanımlanmışlardır. Dolayısıyla, geleceğe ilişkin hedeflere nasıl ulaşılması gerektiğine dair yön vermesi beklenen bir vizyon ifadesinde, zaman çizelgesinin net bir şekilde ifade edilmesi gerekmektedir. Kaplan ve diğerlerinin de belirttiği gibi, üniversite hastanelerinin büyük bir kısmının da sunmuş oldukları ürün ve hizmetlere ilişkin ifadeleri barındırmasının önemli bir bulgu olduğu söylenebilir.

Çalışmanın önemli araştırma sorularından birisi olan vizyon ifadelerinin dört temel amacı karşılama durumunun değerlendirilmesi kapsamında belirlenen söz konusu amaçlar; örgüte yön verme, yenilik, motive etme ve temel ideolojidir. Yapılan içerik analizi sonuçları, hastanelerin mülkiyet durumlarına göre belirgin farklılıklar bulunmadığını göstermektedir. Yerine getirilen bu amaçlar incelendiğinde vizyon ifadelerinin tamamına yakınının “örgüte yön verme” amacını yerine getirdiği, “Motive Etme” amacının ise yaklaşık olarak hastanelerin üçte ikisinin vizyon ifadelerinde yer aldığı görülmüş, ancak bu amacın özel hastanelerin vizyon ifadelerinde daha fazla, üniversite hastanelerinde ise daha az vurgulandığı saptanmıştır. Özel hastanelerin kamu hastanelerine göre, devamlılıklarını sürdürebilmek için kar elde etme ve çalışan ve hastaların tercih etmeleri için bir motivasyon sağlama gereklilikleri dolayısıyla, vizyon ifadelerinde motive edici ifadeleri daha fazla barındırdıkları söylenebilir. “Yenilik” amacı ise en fazla Sağlık Bakanlığı hastanelerinde vurgulanırken, özel hastanelerin vizyon ifadelerinde daha az yer bulduğu görülmüştür. Son olarak, hastanelerin vizyon ifadelerinde en az vurgulanan amacın “Temel İdeoloji” olduğu ve söz konusu dört amacın tümünü karşılayan hastane sayısının oldukça düşük olduğu gözlemlenmiştir. Soylu ve İleri (2010)’un bir hastanedeki stratejik yönetim uygulamalarına ilişkin yaptıkları bir uygulamada, çalışanların üçte birinin buldukları kurumun vizyon, misyon ve politikasını tam olarak bilmedikleri bulgusu da göz önüne getirildiğinde temel ideolojinin çalışanlara yön verme açısından önemli ve gerekli olduğu söylenebilir.

Yeterli içeriğe sahip olmayan vizyon ifadeleri, hastanenin ileride nerede olmak istediğinin net olarak ortaya konulmamasına yol açabilir. Çalıştıkları hastanenin gerek temel değerleri ve var olma amacı gerekse de uzun vadeli hedefleri ve yarının öngörüsü konusunda net bir fikir sahibi olamayan bir sağlık çalışanının da çalıştığı kurumu doğru yönlendirebilmesi mümkün görülmemektedir. Bu yüzden ki, kamu (Sağlık Bakanlığı ve üniversite) veya özel sektördeki hastane yöneticilerinin, bağlı oldukları sağlık kurumunun var olma sebebini ve geleceğe yönelik hayal ve hedeflerini tüm çalışanlara ve diğer paydaşlara net bir şekilde

iletebilecek vizyon ifadesi hazırlamaları ve bu anlamda daha fazla zaman ve çaba harcamaları gerekmektedir. Ancak unutulmamalıdır ki, kurumun amaçları ve varoluş sebebi konusunda çalışanları aydınlatan misyon ifadelerinin de bu kapsamda yeterli bir içeriğe sahip olacak şekilde hazırlanması da son derece önemlidir. Sonuç olarak, gerek kamu gerekse de özel sektörde görev yapan hastane yöneticilerinin sağlam bir altyapıya dayanarak oluşturulmuş ve çalışanların örgütün geleceğini öngörebilecekleri bir vizyon ifadesinin, ileriye yönelik kurumsal ve bireysel başarı için yerinde bir yönlendirme sağlayacağına farkına vararak, mevcut vizyon ifadelerini gözden geçirmeleri ve özgün vizyon ifadeleri oluşturmaları ve vizyon metinlerini sadece yazılı bir metin olarak görmemeleri büyük önem taşımaktadır.

Sağlık kuruluşlarının vizyon ifadelerini içerik analiziyle incelemek amacıyla gerçekleştirilen bu çalışma 3 temel kullanılarak, daha ayrıntılı bir değerlendirme sağlamak amaçlanmıştır. Alan yazın incelendiğinde, özellikle sağlık kuruluşlarına indirildiğinde çok fazla çalışmanın yapılmadığı, var olan bazı çalışmaların da bazı şehirler özelinde yapıldığı görülmektedir. Bu çalışmada Türkiye genelindeki, belirtilen kriterlere uygun 217 hastanenin vizyon ifadelerinin incelenmiş olması araştırmanın önemli bir katkısı olarak görülmektedir. Daha sonraki çalışmalar için, araştırmacılara vizyon, misyon, amaç, hedef gibi yönlendirme stratejilerinin bir arada incelenmesinin, hem alana hem de sağlık kuruluşlarına daha büyük katkı sağlayacağı söylenebilir.

Kaynakça

- Abelman, R., Atkin, D., Dalessandro, A., Snyder-Suhy, S., & Janstova, P. (2007). The trickle-down effect of institutional vision: Vision statements and academic advising. *NACADA Journal*, 27(1), 4-21.
- Ahn, C. Y., Kim, H. S., Kim, W. B., Oh, C. H., Hong, J. Y., Kim, E. Y., & Lee, M. S. (2017). Analysis of vision statements in 6th community health plan of local government in Korea. *Journal of Agricultural Medicine and Community Health*, 42(1), 1-12.
- Aytar, O., & Soylu, Ş. (2017). Türk bankacılık sektörünün misyon ve vizyon ifadelerine yönelik bir içerik analizi. *Kastamonu Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 17(3), 117-131.
- Baum, J.R., Locke, E.A., & Kirkpatrick, S.A. (1998). A longitudinal study of the relation of vision and vision communication to venture growth in entrepreneurial firms. *Journal of Applied Psychology*, 83(1), 43-54.
- Belasco, J. (1990). *Teaching the elephant to dance: The managers' guide to empowering change*. New York: Plume.
- Bennis, W., & Nanus, B. (1985). *Leaders: The strategies of taking charge*. New York: Harper & Row.
- Boal, K. B., & Hooijberg, R. (2000). Strategic leadership research: Moving on. *The Leadership Quarterly*, 11(4), 515-549.
- Bryson, J.M. (1995). *Strategic planning for public and nonprofit organizations*. San Francisco: Jossey-Bass Publishers.
- Castro, R., & Lohmann, G. (2014). Airport branding: Content analysis of vision statements. *Research in Transportation Business & Management*, 10, 4-14.
- Collins, J. C., & Porras, J. I. (1994). *Built to last: Successful habits of visionary companies*. New York: Harper Business.
- Collins, J. C., & Porras, J. I. (1996). Building your company's vision. *Harvard Business Review*, 74(5), 65-77.

- Collins, J. C., & Porras, J. I. (1991). CMR classics: Organizational vision and visionary organizations. *California Management Review*, 50(2), 117-137.
- Corbin, J., & Strauss, A. (1990). Grounded theory research: Procedures, canons and evaluative criteria. *Qualitative Sociology*, 13(1), 3-12.
- Demir, I. B., & Ugurluoglu, O. (2019). Evaluation of the use of strategic management tools by hospital executives in Turkey. *Journal of Health Management*, 21(1), 38-52.
- Demir, İ. B. (2015). *Hastane yöneticilerinin stratejik yönetim araçları bilgi ve kullanım düzeyleri üzerine bir araştırma* (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Hacettepe Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Dess, G. G., Lumpkin, G. T., & Eisner, A. B. (2007). *Strategic management: Creating competitive advantages*. 3th Edition, New York: The McGraw-Hill Companies.
- El-Namaki, M. (1992). Creating a corporate vision. *Long Range Planning*, 25(6), 25-29.
- Gulati, R. (2015). *Understanding vision and its role in health care environment*. Doctoral Dissertation, The University of Texas School of Public Health, Texas.
- Howell, J.M., & Avolio, B.J. (1993). Transformational leadership, transactional leadership, locus of control, and support for innovation: Key predictors of consolidated-business-unit performance. *Journal of Applied Psychology*, 78(6), 891-902.
- Howell, J.M., & Shamir, B. (2005). The role of followers in the charismatic leadership process: Relationships and their consequences. *Academy of Management Review*, 30(1), 96-112.
- Hussey, D. (1998). *Strategic management from theory to implementation*. 4th Edition, Massachusetts: Butterworth-Heinemann.
- Kaplan, R. S., Norton, D. P., & Barrows, E. A. (2008). Developing the strategy: Vision, value gaps, and analysis. *Balanced Scorecard Report*, 10(1), 1-5.
- Katsioloudes, M. I. (2006). *Strategic management: global cultural perspectives for profit and non-profit organizations*. Oxford: Elsevier Inc.
- Kouzes, J., & Posner, B. Z. (1991). *The leadership challenge: How to get extraordinary things done in organizations*. San Francisco: Jossey-Bass Publishers.
- Larwood, L., & Falbe, C. M. (1997). *Strategic vision: Separating truth from fantasy*. Paper presented at British Academy of Management Conference, Vancouver, BC.
- Levin, I.M. (2000). Vision revisited. *Journal of Applied Behavioral Science*, 36(1), 91-107.
- Lipton, M. (1996). Opinion: Demystifying the development of an organizational vision. *Sloan Management Review*, 37(4), 83-93.
- Lucas, J.R. (1998). Anatomy of a vision statement. *Management Review*, 87(2), 22-27.
- Melek, C. (2012). *Metin madenciliği teknikleri ile şirketlerin vizyon ifadelerinin analizi*. Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İzmir.
- Myrick, K. A. (2017). *Vision matters: Vision content and organizational performance*. Doctoral Dissertation, Saint Mary's University, Nova Scotia .
- Oster, S. M. (1995). *Strategic management for nonprofit organizations: Theory and cases*. Oxford: Oxford University Press.
- Ozdem, G. (2011). An analysis of the mission and vision statements on the strategic plans of higher education institutions. *Educational Sciences: Theory and Practice*, 11(4), 1887-1894.
- Perera, F. D. P. R., & Peiró, M. (2012). Strategic planning in healthcare organizations. *Revista Española de Cardiología* (English Edition), 65(8), 749-754.

- Price, W. H. (2001). *Vision and change: The relationship between vision statements and strategic change in organizations*. Doctoral Dissertation, Nova Southeastern University, Florida.
- Raynor, M.E. (1998). That vision thing: Do we need it? *Long Range Planning*, 31(3), 368–376.
- Ruvio, A., Rosenblatt, Z., & Hertz-Lazarowitz, R. (2010). Entrepreneurial leadership vision in nonprofit vs. for-profit organizations. *The Leadership Quarterly*, 21(1), 144–158.
- Selznick, P. (1957). *Leadership in administration: A sociological interpretation*. New York: Harper & Row.
- Soylu, Y., & İleri, H. (2010). Hastanelerde stratejik yönetim uygulamaları Selçuk Üniversitesi Meram Tıp Fakültesi örneği. *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler MYO Dergisi*, 13(1-2), 79-96.
- Swayne, L. E., Duncan, W. J., & Ginter, P. M. (2012). *Strategic management of health care organizations*. Oxford: Blackwell Publishing.
- Thoms, P., & Greenberger, D.B. (1998). A test of vision training and potential antecedents to leaders' visioning ability. *Human Resource Development Quarterly*, 9(1), 3–19.
- Westley, R., & Mintzberg, H. (1989). Visionary leadership and strategic management. *Strategic Management Journal*, 10(1), 17–32.
- White, C. (2004). *Strategic management*. Hampshire: Palgrave Macmillan.
- Wilson, I. (1992). Realizing the power of strategic vision. *Long Range Planning*, 25(5), 18–28.
- Yavuz, M. (2017). *Türkiye kamu hastane birliklerinin misyon ve vizyon ifadelerinin içerik analizi* (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Tokat Gaziosmanpaşa Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Yavuz, M., & Döven, M. S. Misyon ve vizyon ifadeleri kurumu ifade etmekte midir: Kamu hastane birlikleri örneği. *Stratejik Yönetim Araştırmaları Dergisi*, 1(1), 67-100.
- Yıldırım, A., & Şimşek, H. (2011). *Sosyal bilimlerde nitel araştırma yöntemleri*. Ankara: Seçkin Yayıncılık.
- Zuckerman, A. M. (2005). *Healthcare strategic planning*. 2nd Edition, Chicago: Health Administration Press.