

Güncel Yönetim Yaklaşımı Çerçevesinde Müşteri İlişkileri Yönetiminin Hasta Bağlılığına Etkisi

The Effect of Customer Relations Management on Patient Loyalty Within The Framework of The Current Management Approach

Ebrar İLİMAN YALTAGIL¹



¹Sivas Cumhuriyet Üniversitesi, Cumhuriyet Sosyal Bilimler Meslek Yüksekokulu, Sağlık Turizmi İşletmeciliği, Sivas, Türkiye



ÖZ

Araştırma sağlık kurumlarına başvuran hastaların müşteri ilişkileri yönetimi (MİY) uygulamalarına ilişkin algı düzeylerinin, hasta bağlılıklarına etkisinin belirlenmesi amacıyla yapılmıştır. Aynı zamanda hastaların MİY uygulamalarına ilişkin algı düzeylerinin ve hasta bağlılıklarının sağlık kurumu türüne göre farklılaşma durumu da belirlenmek istenmiştir. Çalışmanın evreni Sivas merkezde son altı ay içerisinde sağlık hizmeti almış 18-65 yaş aralığında okuma yazma bilen bireyler olarak belirlenmiştir. Gönüllü olarak çalışmaya katılmayı kabul eden 630 hasta araştırmanın örneklemini oluşturmuştur. Araştırma verileri yapısal eşitlik modeli ile test edilmiştir. Araştırma sonucunda; hastaların MİY uygulamalarına ilişkin algı düzeyleri orta seviyede çıkmıştır. Bunun yanında hastaların sağlık kurumuna bağlılık düzeyleri de orta seviyede bulunmuştur. Hastaların MİY uygulamalarına ilişkin algı düzeyleri ve bağlılık düzeyleri sağlık kurumu temelinde incelendiğinde, ölçek genelinde ve alt boyutlarda istatistiksel olarak farklılık olduğu tespit edilmiştir. En yüksek puan ortalamasına sahip olan sağlık kurumu eğitim araştırma hastanesi iken, en düşük puan ortalamasına sahip olan sağlık kurumu özel hastanedir. Son olarak, MİY uygulamalarının etkin olmasının hasta bağlılığına önemli ölçüde artırdığı sonucuna varılmıştır. Bu bağlamda; sağlık hizmet sunucularının müşteri ilişkileri yönetimi noktasında var olan eksiklerini tespit ederek bu noktalarda gelişim göstermeleri önem arz etmektedir. Araştırma, tek bir şehirde sınırlı örneklem ile yapılmış olması sebebiyle genellenemez.

JEL Kodları: I1. I11

Anahtar Kelimeler: Sağlık kurumları, yönetim, müşteri ilişkileri yönetimi, hasta bağlılığı

ABSTRACT

The research was conducted to determine the effect of the perception levels of patients applying to health institutions regarding customer relationship management (CRM) practices on patient loyalty. At the same time, we wanted to determine whether patients' perception levels of CRM practices and patient loyalty differ according to the type of health institution. The population of the study was determined as literate individuals between the ages of 18-65 who received health services in the last six months in Sivas center. 630 patients who voluntarily agreed to participate in the study constituted the sample of the study. Research data were tested with structural equation model. As a result of the research conducted patients' perception levels regarding CRM practices were found to be at a medium level. In addition, the patients' level of commitment to the health institution was found to be at a medium level. When patients' perception levels and commitment levels regarding CRM practices were examined on the basis of the healthcare institution, it was determined that there was a statistical difference in the overall scale and sub-dimensions. While the health institution with the highest average score is the training and research hospital, the health institution with the lowest average score is a private hospital. Finally, it was concluded that effective customer relationship management practices significantly increase patient loyalty. In this context; It is important for health service providers to identify their existing deficiencies in customer relationship management and improve on these points. The research cannot be generalized because it was conducted in a single city with a limited sample.

JEL Codes: I1. I11

Keywords: Healthcare institutions, management, customer relationship management, patient loyalty.

Giriş

Sağlık kurumları gerek arz ve talep noktasında diğer sektörlere göre farklılık göstermesi gerekse devlet yoğun bir hizmet olması sebebi ile güncel yönetim yaklaşımları üzerinde çok odaklanmamış, klasik yönetim anlayışı ile yürütülmüştür. Günümüz rekabet koşulları, sağlıkta özelleştirme, gelişen yönetim yaklaşımları sağlık kurumlarını bu alana yöneltmiştir. Kalite ile başlayan süreç günümüzde pazarlama, müşteri ilişkileri yönetimi kavramlarını sağlık kurumlarında önemli nokta haline getirmiştir. Hastanın bakımı, ihtiyaçları ve hastalarla ilişki kurmak bir sağlık kuruluşunda günlük rutin faaliyetlerdendir. Bunun arka planında ise müşteri ilişkileri yönetimi esastır; müşteri memnuniyeti, müşterinin algıladığı değer ve müşteri ilişkileri yönetimi, müşteri ile kurum ilişkilerini güçlendirerek hastanenin genel performansını güçlü bir şekilde artırmaktadır (Lecturer ve ark., 2018, s. 12). Sağlık kurumları, insanların hayatını doğrudan etkileyen ve sağlık hizmeti sunan hassas bir sektördür. Bu nedenle, sağlık kurumlarının müşteri portföyleri arasında hastalar ve hasta yakınları ile olan ilişkileri, kurumun başarısı ve itibarı açısından büyük önem taşımaktadır. Sağlık kurumlarında müşteri ilişkileri yönetimi (MİY), sağlık hizmeti sunan kuruluşların müşterilerine karşı tutum ve davranışlarını planlama, uygulama ve değerlendirme sürecidir (Soysal ve ark., 2017, s. 44). Sağlık kurumlarının müşteri portföyleri iç ve dış müşteri boyutunda oldukça geniş olmakla beraber dış müşterilerinin temelinde hastalar vardır. Bu bağlamda; sağlık kurumlarında MİY, hastaların memnuniyetini, sadakatini ve güvenini artırmak, sağlık hizmeti kalitesini yükseltmek, kurumun rekabet avantajını

Geliş Tarihi/Received 03.04.2024
Kabul Tarihi/Accepted 07.05.2024
Yayın Tarihi/Publication Date 15.07.2024

Sorumlu Yazar/Corresponding author:

E-mail: ebrar@cumhuriyet.edu.tr

Cite this article: İlman Yaltagil, E., (2024). The Effect of Customer Relations Management on Patient Loyalty Within The Framework of The Current Management Approach. *Trends in Business and Economics*, 38(3), 156-165.



Content of this journal is licensed under a Creative Commons Attribution 4.0 International License

sağlamak ve olası şikayetleri önlemek veya çözmek için uygulanan bir yönetim anlayışıdır (Korkmaz, 201. s. 21).

MİY' nin temel amaçları; müşterilere kişiselleştirilmiş teklifler, öneriler ve kampanyalar sunmak için kullanılacak müşteri veri tabanı oluşturmak; müşterilerin profillerini, değerlerini, sadakatlerini, memnuniyetlerini ve davranışlarını belirlemek amacıyla müşteri analizi yapmak; müşterilere nasıl değer yaratılacağını, nasıl farklılaştırılacağını ve nasıl rekabet avantajı sağlanacağını belirlemek için stratejiler oluşturmak olarak sıralanabilir (Çiçek, 2017; Winer, 2001).

Sağlık kurumlarında ise MİY, şu temel unsurları içermektedir (Anshari & Almunawar, 2012; Özer Canarlan, 2022; Soysal ve ark., 2017, s. 42):

☐ Müşteri tanıma: Sağlık kurumlarının hedef müşterilerini belirlemesi, ihtiyaç ve beklentilerini anlaması, müşteri analizi yapması ve müşteri profillerini oluşturmasıdır. Bu kapsamda iç müşteri olarak çalışanlar, ortaklar; dış müşteri olarak hastalar ve hasta yakınları, devlet, sigorta şirketleri, medikal işletmeler ve diğer paydaşlar sayılabilir.

☐ Müşteri iletişimi: Sağlık kurumlarının müşterilerine uygun kanallarla ulaşması, etkili bir iletişim stratejisi geliştirmesi, müşterilerin bilgilendirilmesi, eğitilmesi ve ikna edilmesidir.

☐ Müşteri değeri yaratma: Sağlık kurumlarının müşterilerine sunduğu sağlık hizmetlerinin kalitesini ve faydasını artırması, müşterilerin ihtiyaç ve beklentilerini karşılayacak ürün ve hizmetler geliştirmesi, müşterilere özel çözümler sunmasıdır.

☐ Müşteri memnuniyeti ölçme: Sağlık kurumlarının müşterilerinin sağlık hizmetlerinden ne derece memnun olduklarını belirlemesi, memnuniyet düzeyini takip etmesi, memnuniyeti etkileyen faktörleri analiz etmesi ve iyileştirme eylemleri almasıdır.

☐ Müşteri sadakati geliştirme: Sağlık kurumlarının müşterilerinin tekrar sağlık hizmeti almalarını sağlaması, müşterilerin bağlılığını artırması, müşterilerin tavsiye etmelerini ve referans olmalarını teşvik etmesidir.

Sağlık kurumlarında MİY, hem kurum hem de müşteri açısından pek çok fayda sağlamaktadır. Bu nedenle, sağlık kurumları, müşteri ilişkileri yönetimine yatırım yaparak, sağlık hizmetinin kalitesini ve verimliliğini artırmalıdır. Sağlık kurumlarında müşteri ilişkileri yönetiminin önemi, şu noktalarda özetlenebilir (Çobanoğlu, 2012; Duran, 2021; Korkmaz, 2010; Soysal, 2017; Zablak ve ark., 2004, s. 24; Zineldin, 2006):

☐ Sağlık kurumları, müşterilerinin ihtiyaç ve beklentilerini anlayarak, onlara uygun ve kaliteli sağlık hizmeti sunabileceklerdir. Bu sayede, müşterilerin memnuniyeti artacak ve kuruma olan bağlılıkları güçlenecektir. Ayrıca, memnun müşteriler, kurumu çevrelerine tavsiye ederek, kurumun tanıtımına ve yeni müşteri kazanımına katkı sağlayacaklardır.

☐ Sağlık kurumları, müşterilerinin sağlık durumlarına göre kişiselleştirilmiş hizmetler sunarak, onlara değer verdiklerini hissettirmelidir. Bu sayede, müşterilerin güven duygusu artacak ve kuruma olan sadakatleri pekişecektir. Ayrıca, kişiselleştirilmiş hizmetler, müşterilerin ihtiyaç duydukları bilgi ve desteği alarak, sağlık hizmetinden daha fazla faydalanmalarını sağlamaktadır.

☐ Sağlık kurumları, müşterilerinin görüş ve önerilerini dinleyerek, onlara geri bildirimde bulunmalıdır. Bu sayede, müşterilerin beklentilerine uygun hizmet sunulduğunu göstererek, onların tatminini artıracaktır. Ayrıca, müşterilerin görüş ve önerileri, sağlık hizmetinin kalitesini ve verimliliğini artırmak için bir fırsat olarak değerlendirilmelidir.

☐ Sağlık kurumları, müşterilerinin karşılaştıkları sorun veya şikayetleri hızlı ve etkin bir şekilde çözmelidir. Bu sayede, müşterilerin mağduriyeti giderilerek, memnuniyetleri artırılabilir. Ayrıca, sorun veya şikayetleri çözmek, kurumun imajını ve prestijini korumak için de

önemlidir.

Sağlık kurumlarında MİY, profesyonel bir yaklaşımla gerçekleştirilmelidir. Sağlık kurumları müşterilerine saygılı; güvenilir; samimi ve empatik davranmalı; müşterilerin haklarına ve mahremiyetine riayet etmeli; müşterilerin şikayet ve önerilerine dikkat etmeli ve çözüm odaklı olmalıdır. Müşteri ilişkileri yönetimi, sağlık sektörünün gelişimine ve kalitesine katkı sağlayan önemli bir faktördür. Sağlık kurumları, bu konuda stratejik bir vizyon sahibi olmalı ve sürekli iyileştirme yapmalıdır.

Hasta bağlılığı ise; hastaların sağlık kurumlarına karşı geliştirdiği olumlu tutumlar, güven, tekrarlanan hastane tercihleri ve sağlık kurumunu yakınlarına önerme eğilimleri ile ilişkilidir (Liu ve ark., 2021, s. 2). Bu kavram, hastaların aynı sağlık kurumuna genel olarak bağlılık göstermeleri yanı sıra, bazı hizmetler için belirli kurumlara yönelmelerini de içermektedir (Aladwan ve ark., 2021, s. 28). Hasta bağlılığı, hastaların sağlık kurumlarına olan güveni ve tatmini artırarak, hasta-sağlık kurumu ilişkisini güçlendirerek sağlık hizmetlerinin daha verimli sunulmasına katkı sağlamaktadır. Bağlı hastalar, düzenli sağlık kontrollerine katılmakta, tedavilerini aksatmamakta ve sağlık personelinin önerilerini dikkate almaktadır. Bu da daha etkili bir tedavi sürecini beraberinde getirmektedir.

Hastaların MİY uygulamalarına ilişkin algı düzeylerinin sağlık kurumuna olan bağlılıkları üzerindeki etkisinin önemi, sağlık sektöründe rekabet avantajı sağlamak için göz ardı edilemez bir faktördür. Müşteri ilişkileri yönetimi anlatılan özelliklerinden görüleceği üzere; hastaların ihtiyaç ve beklentilerini karşılamak, memnuniyetlerini artırmak ve sadakatlerini kazanmak için tasarlanmıştır. Bu uygulamalar, hastaların sağlık kurumuna olan güven ve bağlılık duygularını pekiştirmektedir. Hastaların algı düzeyleri ise, MİY uygulamalarının etkinliğini ve sonuçlarını belirlemektedir (Atıgan, 2020; Koukiaris, 2019). Hastaların algı düzeyleri yüksek olduğunda, sağlık kurumuna olan bağlılıkları da artmaktadır. Bu bağlılık, sağlık kurumunun pazar payını, gelirini ve karlılığını yükseltmektedir. Bu sayede sağlık hizmeti sunan kurumlar, müşteri ilişkileri aracılığıyla hastaların ihtiyaç duyduğu tüm hizmetleri sunarak yaşamlarını kolaylaştırabilmektedir. Bu yaklaşım, memnuniyet ifade eden müşterilerin kuruma olan sadakatini artırmakta ve kar oranını olumlu yönde etkimektedir (Bulut ve ark., 2023, s. 290). Yani, sağlık hizmeti alan müşteriler, kuruma daha bağlı hale gelmekte ve kurumun başarısına katkıda bulunmaktadır.

Bu bağlamda, hastaların MİY uygulamalarına ilişkin algı düzeyleri ve sağlık kurumuna bağlılıkları arasındaki ilişkiyi araştırmak, sağlık yönetimi alanında önemli bir konudur. Bu kapsamda alan yazında yapılan çalışmalar ise sınırlı düzeydedir.

Benzer Araştırmalar

Konu ile ilgili olarak; Chhangani (2013), Hindistan halkının sağlık ve hastane bilincinde olağanüstü bir gelişme yaşandığını, halkın artık sağlıkları konusunda daha bilinçli olduğunu ve hastanelerin günlük yaşamlarındaki rolünü kabul ettiklerini, yavaş yavaş eski önyargılarından kurtulduklarını belirtmektedir. Buna bağlı olarak sağlık kurumları için MİY kavramının önemli olduğunu belirtmiş ve alan yazın taraması yapmıştır. Agariya & Singh (2013) ise Hindistan'daki kamu hastanelerine yönelik güvenilir ve geçerli bir müşteri ilişkileri yönetimi ölçeği geliştirmiştir.

Diğer bir çalışma Bişkin (2011) tarafından yapılmıştır. Çalışma; sağlık hizmeti alan bireylerin memnuniyetini belirleyen unsurları ve bu unsurların ne kadar önemli olduğunu ortaya koymak için gerçekleştirilmiştir. Ayrıca, bu faktörlerin kamu ve özel sağlık kuruluşlarına olan etkisinin birbirinden farklı olup olmadığını belirlemek de çalışmanın hedefleri arasındadır. Çalışma sonucunda kamu ve özel sağlık kurumlarında faktörlerin farklılık gösterdiği belirlenmiştir.

Çobanoğlu (2012)'nin, bir devlet hastanesinde çalışan ve başvuran

hastalar ile yaptığı saha çalışmasında ise müşteri ilişkileri yönetiminin kamu sektöründe nasıl uygulanabileceğini ve bu uygulamanın sonuçlarının neler olabileceğini belirlemeyi hedeflemektedir. Yazar, MİY uygulamalarının hastane yönetimi tarafından ciddi bir şekilde ele alındığında önemli ölçüde pozitif etkileri olacağı sonucuna ulaşmıştır.

Atalay (2015), özel bir hastanede müşteri ilişkileri yönetimini temel olarak hizmet kalitesinin ve hasta memnuniyetinin ölçülmesine yönelik Servqual ölçeği kullanarak bir çalışma yürütmüştür. Çalışma ile hizmetin müşteriler tarafından nasıl algılandığı ve çalışanların memnuniyet boyutlarının neler olduğu bu bağlamda; hastanenin nasıl olması gerektiği incelenmiştir. Araştırma sonucunda, hizmet kalitesi orta düzeyde çıkmıştır.

Diğer bir araştırma ise Kayacan (2015) tarafından yapılmıştır. İlgili araştırma sağlık kurumlarında MİY uygulamalarının hasta memnuniyetine olan etkisinin belirlenmesi amacıyla, bir araştırma ve uygulama hastanesinden sağlık hizmeti alan hastalar ile yapılmıştır. Araştırmada SERVQUAL ölçeği kullanılmıştır. Araştırma sonucunda MİY uygulamalarının hasta memnuniyetini olumlu yönde etkilediği bulunmuştur.

Soysal (2017) ise özel hastanelerden hizmet almış hastalar ile MİY üzerine bir çalışma yapmış ve hizmet sunumunda yapılan iyileştirmelerin hasta tatminini önemli ölçüde etkilediğini belirlemiştir.

Lecturer ve ark. (2018)'nin yaptığı çalışma da özel hastanelerdeki MİY uygulamalarının müşteri memnuniyeti ve sadakati ile ilişkisini incelemekte ve daha iyi MİY uygulamalarına yönelik öneriler sunmaktadır. Araştırma sonucunda, MİY uygulamalarının müşteri memnuniyeti ve sadakatini etkilediği görülmüştür.

Benzer şekilde; Koukiaris 2019 yılında İstanbul' da bulunan bir eğitim ve araştırma hastanesine başvuran 1681 hastaya anket uygulanmıştır. Bu çalışmada; hasta ilişkileri yönetimi (HIY) ile algılanan hizmet kalitesi, hasta değeri, hasta memnuniyeti ve hasta bağlılığı değişkenlerinden oluşan bir model geliştirmiş ve araştırma sonucunda hasta ilişkileri yönetiminin tüm bu değişkenlere olumlu etkisi olduğunu belirlemiştir (Koukiaris, 2019).

Atıgan (2021) bir eğitim ve araştırma hastanesine başvuran 1674 hastadan topladığı verilerle, HIY uygulamalarının hastaların memnuniyetleri üzerindeki etkisini ölçmek amacıyla bir çalışma yapmıştır. Çalışma sonucunda, hasta ilişkileri yönetimi uygulamalarının hasta memnuniyetini olumlu yönde etkilediğini belirlemiştir.

Abekah-Nkrumah ve ark.(2021), MİY'nin hasta memnuniyeti ve hasta bağlılığı üzerindeki etkisini incelemek amacıyla Gana'nın Büyük Accra kentindeki üç sağlık tesisinden (kamu, yarı kamu ve özel) 788 hastadan veri toplamıştır. Araştırma sonucunda, MİY'nin hasta memnuniyeti ve hasta bağlılığı ile pozitif ve önemli bir ilişkisi olduğu bulunmuştur.

Amal ve ark. (2021) ise Makassar Ibnu Sina Hastanesi'nde, MİY ile yatan hasta sadakati arasındaki ilişkinin belirlenmesi amacıyla, 391 hasta ile yaptıkları araştırma sonucunda, MİY ile hasta bağlılığı arasında anlamlı bir korelasyonun ($p=.090$) olmadığını belirtmişlerdir.

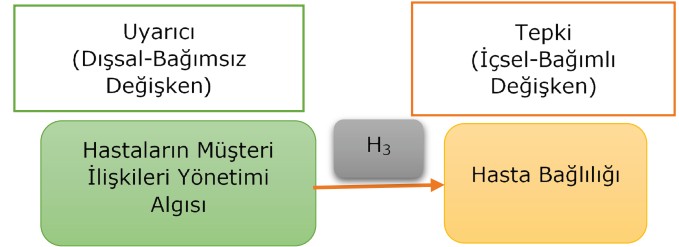
En güncel olarak Mbuwel ve ark. (2023) Buea, Kamerun'da faaliyet gösteren hastanelerde 371 hasta ile yaptıkları çalışmada, aracı değişken olarak hasta memnuniyetine odaklanarak, hasta ilişkileri yönetiminin (HIY) hasta bağlılığı üzerindeki etkisini araştırmıştır. Araştırma sonucunda, HIY'nin hasta memnuniyetini ve hasta bağlılığını olumlu yönde etkilediği bulunmuştur. Ayrıca hasta memnuniyetinin HIY ile hasta bağlılığı arasındaki ilişkiye kısmen aracılık ettiği bulunmuştur.

Alan yazın incelendiğinde, sağlık kurumlarında MİY uygulamalarını değerlendiren az çalışmaya rastlanmıştır, ilgili çalışmaların bir kısmı ise SERVQUAL ölçeği ile temelde kalite boyutuna ağırlık vermiştir. Ayrıca

araştırmalar yoğun olarak bir hastane türü çerçevesinde gerçekleştirilmiştir. MİY'in hasta bağlılığı ile ilişkisini inceleyen araştırma sayısı ise kısıtlıdır. Bu bağlamda alan yazında Lecturer ve ark. (2018), Koukiaris (2019), Amal ve ark. (2021), Abekah-Nkrumah ve ark. (2021) ile Mbuwel ve ark. (2023)' nin yaptığı araştırmalara rastlanmıştır. Bunlar göz önüne alındığında bu çalışmada hastane türlerine göre MİY'nin boyutunun incelenmesi ve MİY'nin hasta bağlılığına etkisinin araştırılması çalışmayı önemli ve özgün kılmaktadır.

Araştırma Deseni

Nicel yöntemle yapılan bu araştırmada dışsal ve içsel değişkenin yer aldığı iki değişkenli bir model tasarlanmıştır. Araştırma modeli Şekil 1' de verilmiştir.



Şekil 1. Araştırma Modeli

Bu model kapsamında, hastaların MİY uygulamalarına ilişkin algı düzeylerinin sağlık kurumuna olan bağlılıkları üzerinde etkisi olup olmadığı test edilmiştir.

Araştırmanın Amacı

Araştırma, sağlık kurumlarına başvuran hastaların MİY uygulamalarına ilişkin algı düzeylerinin, hasta bağlılıklarına etkisinin belirlenmesi amacıyla yapılmıştır. Ayrıca hastaların MİY uygulamalarına ilişkin algı düzeylerinin ve hasta bağlılıklarının sağlık kurumu türüne göre farklılaşma durumu da belirlenmek istenmiştir.

Araştırmanın amacı ışığında açığa çıkan problem cümleleri ve hipotezler şöyledir:

P₁: Sağlık kurumlarına başvuran hastaların MİY uygulamalarına ilişkin algı düzeyleri nasıldır?

P₂: Sağlık kurumlarına başvuran hastaların kuruma bağlılıkları ne düzeydedir?

H₁: Hastaların MİY uygulamalarına ilişkin algı düzeyleri sağlık kurumu türüne göre farklılaşmaktadır.

H₂: Hastaların kuruma bağlılık düzeyleri sağlık kurumu türüne göre farklılaşmaktadır.

H₃: Hastaların MİY uygulamalarına ilişkin algı düzeylerinin sağlık kurumuna olan bağlılıkları üzerinde pozitif etkisi vardır.

Veri Toplama Aracı

Araştırmada üç bölümden oluşan anket formu kullanılmıştır. İlk bölümde kişilerin tanımlayıcı özelliklerini içeren veriler, ikinci bölümde ise Biçer (2020) tarafından geliştirilen "Hastaların MİY Uygulamalarına İlişkin Algı Düzeyleri" ölçeği kullanılmıştır. İlgili ölçek on dokuz madde ve 6 faktörden oluşmaktadır. Ölçekten alınabilecek en düşük puan on dokuz iken en yüksek puan doksan beş olarak belirlenmiştir. Anket formunun üçüncü bölümünde ise Harris ve ark. (2004) tarafından geliştirilen ve uzman kişilerin fikirleri alınarak, araştırmacı tarafından revize edilen "Hasta Bağlılığı" ölçeği kullanılmıştır. Beşli likert tipindeki ölçeğin ön testi daha önce araştırmacının da içinde bulunduğu bir araştırmada yapılmış ve bildiri olarak (Biçer & İlman, 2019) sunulmuştur. 13 maddeden oluşan ölçekte ters yargı ifadesi olan bir madde çıkarılmış ve analizlere 12 madde tek faktör üzerinden devam edilmiştir. Bu kapsamda, ölçekten alınabilecek en düşük puan 12 olarak,

en yüksek puan ise 60 olarak belirlenmiştir. Bu bağlamda; ölçeğin kesme noktası 36 olarak belirlenmiştir. Ölçekten ortalama 36 puan altında alan hastaların bağıllık düzeyleri düşük, 36 ve üzeri puan alan hastaların bağıllık düzeyleri yüksek olarak değerlendirilmektedir.

Evren ve Örneklem

Çalışmanın evreni Sivas merkezde son altı ay içerisinde sağlık hizmeti almış 18-65 yaş aralığında okuma yazma bilen bireyler olarak belirlenmiştir. Araştırma kolayda örnekleme yöntemi ile yapılmıştır. Çalışmaya katılma kriterleri, katılımcıların çalışmaya katılmayı kabul etmesi ve anket ifadelerinin tümünü doldurması olarak belirlenmiş olup, işaretlemeyiniz şeklinde olan deneme sorusunu işaretleyen bireyler çalışma dışında tutulmuştur. Örneklemin ölçek madde sayısının en az beş veya 10 katı olması (Tezbaşaran, 1997; DeVellis & Thorpe, 2022, s. 65) önerilmekte olup, çalışmada bu koşula bağlı olarak en az 310 kişiye ulaşılması hedeflenmiştir. Bu kapsamda gönüllü olarak çalışmaya katılmayı kabul eden 650 kişiye ulaşılmış, 20 anket okunmadan işaretlendiği anlaşıldığı için analizden çıkarılmıştır. 630 hasta araştırmanın örneklemini oluşturmuştur.

Verilerin Değerlendirilmesi

Verilerin analizi SPSS istatistik paketi ve Amos programı kullanılarak gerçekleştirilmiştir. Ölçeğin yapısal geçerliliğini belirlemek amacıyla Açıklayıcı Faktör Analizi (AFA) ve Doğrulayıcı Faktör Analizi (DFA) uygulanmıştır. Ölçeğin iç tutarlılığını belirlemek için Cronbach Alfa güvenilirlik analizi kullanılmıştır. Tüm testlerde, istatistiksel anlamlılık düzeyi $p < .005$ olarak belirlenmiştir. Problem cümlelerinin cevaplanabilmesi, hipotezlerin doğrulanabilmesi için frekans, ortalama değerler, anova analizleri ve yapısal eşitlik modeli kullanılmıştır.

Araştırmanın Etik Yönü

Araştırma için Sivas Cumhuriyet Üniversitesi Sosyal Bilimler Etik Değerlendirme Kurulu'ndan izin alınmıştır (Karar Tarihi: 25.12.2023, Karar Sayısı: E-99711239-050.01.04-375384). Hastalara araştırmanın amacı net bir şekilde açıklanmış, gönüllülük ölçütünde sözlü ve yazılı

Tablo 2. Ölçeklere İlişkin Tanımlayıcı İstatistikler

	n	Ca	Min.	Max.	Ort.	SH	Skewness	Kurtosis
MİY Toplam	630	.90	19.00	95.00	60.50	12.71	-.35	.10
Fiziksel Şartlar Toplam	630	.81	4.00	20.00	12.47	3.65	-.30	.10
Hizmet Kalitesi Toplam	630	.85	6.00	30.00	19.47	4.98	-.42	.10
Kullanılabilirlik Toplam	630	.71	3.00	15.00	9.39	2.72	-.42	.10
Erişebilirlik Toplam	630	.59	3.00	15.00	9.16	2.65	-.33	.10
Güven Toplam	630	.73	3.00	15.00	10.01	2.55	-.58	.10
Bağıllık Toplam	630	.91	12.00	60.00	34.38	9.91	-.13	.10

Tablo 2'de MİY uygulamaları ölçeği ve alt boyutları ile hasta bağıllığı ölçeğine ait tanımlayıcı istatistikler incelendiğinde, ölçeklerin güvenilirliklerinin yüksek olduğu (.90-.91), basıklık ve çarpıklık değerlerinin ± 1.5 aralığında olması sebebi ile normal dağılımdan geldiği görülmektedir. Ölçek puan ortalamaları incelendiğinde MİY uygulamaları ölçeğinden alınabilecek en düşük puan 19 iken en yüksek puan 95'tir. Ölçeğin puan ortalaması ise orta düzeyde çıkmıştır (60.50 ± 12.71). Bu bağlamda hastaların MİY uygulamalarına ilişkin algı düzeylerinin orta seviyede olduğu söylenebilir. En yüksek faktör ortalaması ise hizmet kalitesi ve güven faktörlerine ait olduğu görülmektedir. Hasta bağıllığı ölçeğinden alınabilecek en düşük puan 12 iken en yüksek puan 60'tır. Bu bağlamda hastaların bağıllık düzeyleri de orta seviyededir (34.38 ± 9.91).

olarak onamları alınmıştır. Ayrıca istedikleri zaman araştırmadan çekilebilecekleri beyan edilmiştir.

Bulgular

Yapılan analizler ile elde edilen tüm bulgular bu bölümde paylaşılmıştır.

Tablo 1. Katılımcılara Ait Tanımlayıcı Veriler

Cinsiyet	n	%	Medeni Durum	n	%
Kadın	317	50.3	Evli	278	44.1
Erkek	313	49.7	Bekar	352	55.9
Yaş	Meslek				
18-29	299	47.5	Çalışmıyor	370	58.7
30-41	142	22.5	Kamu Çalışanı	139	22.1
42-53	106	16.8	Özel Sektör Çalışanı	121	19.2
54-65	83	13.2	Gelir		
Eğitim	Düşük				
İlköğretim	51	8.1	Orta	93	14.8
Lise	145	23.0	Yüksek	55	8.7
Ön Lisans	134	21.3	Sigorta Durumu		
Lisans	261	41.4	GSS	398	63.2
Lisansüstü	39	6.2	Özel Sigorta	152	24.1
TOPLAM	630	100	Güvencem yok	80	12.7

Tablo 1' de katılımcılara ait demografik veriler verilmiştir. Araştırmaya katılan sağlık hizmeti almış hastaların % 50.3' ü kadınlardan oluşmaktadır. Hastaların % 55.9'u bekadır. Çoğunluğu genç yaş grubundan oluşmaktadır. % 76.5' i gelirini düşük olarak belirtmiştir. Eğitim durumu ise ön lisans ve lisans düzeyinde yoğunlaşmaktadır.

Tablo 3'te hastaların MİY uygulamalarına ilişkin algı düzeyleri sağlık kurumu temelinde incelendiğinde, ölçek genelinde ve alt boyutlarda sağlık kurumları arasında istatistiksel olarak farklılık olduğu tespit edilmiştir ($p < .005$). Bu farklılığın sebebinin eğitim araştırma hastanesinin ortalamasının diğer sağlık kurumlarından yüksek olmasından kaynaklı olduğu görülmektedir. Bu bağlamda; en yüksek puan ortalamasına sahip olan sağlık kurumu eğitim araştırma hastanesi (63.59 ± 12.51) iken, en düşük puan ortalamasına sahip olan sağlık kurumu özel hastanedir (56.71 ± 14.48). Araştırmanın yapıldığı özel hastanenin şehrin tek özel hastanesi olması ve standartlarının düşük olmasının bu sebebi etkilediği düşünülmektedir. Bu sonuçlara göre, H_1 "Hastaların MİY uygulamalarına ilişkin algı düzeyleri sağlık kurumu türüne göre farklılaşmaktadır" hipotezi kabul edilmiştir.

Tablo 3. Ölçeklerin ve Alt Boyutlarının Sağlık Kurumu Türüne Göre Farklılaşma Durumuna Ait Tek Yönlü ANOVA Testi Sonuçları

	Sağlık Kurumu Türü	n	x	s.s	F	p	Fark
Müşteri İlişkileri	Eğitim Araştırma Hastanesi ⁽¹⁾	221	63.59	12.51	7.843	.000*	1-2 1-3
	Devlet Hastanesi ⁽²⁾	312	59.35	11.98			
	Özel Hastane ⁽³⁾	64	56.71	14.48			
	Aile Hekimliği ⁽⁴⁾	33	57.81	13.21			
Fiziksel Şartlar	Eğitim Araştırma Hastanesi ⁽¹⁾	221	13.21	3.60	6.074	.000*	1-2 1-3
	Devlet Hastanesi ⁽²⁾	312	12.22	3.41			
	Özel Hastane ⁽³⁾	64	11.28	4.34			
	Aile Hekimliği ⁽⁴⁾	33	12.09	3.90			
Hizmet Kalitesi	Eğitim Araştırma Hastanesi ⁽¹⁾	221	20.41	4.94	4.282	.005*	1-2 1-3
	Devlet Hastanesi ⁽²⁾	312	19.01	4.91			
	Özel Hastane ⁽³⁾	64	18.58	5.34			
	Aile Hekimliği ⁽⁴⁾	33	19.30	4.23			
Kullanılabilirlik	Eğitim Araştırma Hastanesi ⁽¹⁾	221	9.93	2.61	5.042	.002*	1-2 1-3
	Devlet Hastanesi ⁽²⁾	312	9.20	2.65			
	Özel Hastane ⁽³⁾	64	8.80	2.99			
	Aile Hekimliği ⁽⁴⁾	33	8.79	3.08			
Erişebilirlik	Eğitim Araştırma Hastanesi ⁽¹⁾	221	9.54	2.72	2.527	.056	-
	Devlet Hastanesi ⁽²⁾	312	8.98	2.48			
	Özel Hastane ⁽³⁾	64	8.83	2.97			
	Aile Hekimliği ⁽⁴⁾	33	8.82	2.97			
Güven	Eğitim Araştırma Hastanesi ⁽¹⁾	221	10.50	2.59	7.440	.000*	1-3 1-4
	Devlet Hastanesi ⁽²⁾	312	9.94	2.31			
	Özel Hastane ⁽³⁾	64	9.23	2.83			
	Aile Hekimliği ⁽⁴⁾	33	8.82	2.99			
Hasta Bağlılığı	Eğitim Araştırma Hastanesi ⁽¹⁾	221	37.44	10.08	11.578	.000*	1-2 1-3
	Devlet Hastanesi ⁽²⁾	312	32.70	9.09			
	Özel Hastane ⁽³⁾	64	32.23	11.12			
	Aile Hekimliği ⁽⁴⁾	33	34.00	9.12			

*p<.005

Tablo 3'te hastaların bağlılık düzeyleri sağlık kurumu temelinde incelendiğinde, sağlık kurumları arasında istatistiksel olarak farklılık olduğu tespit edilmiştir ($p<.005$). Bu farklılığın sebebinin eğitim araştırma hastanesinin ortalamasının diğer sağlık kurumlarından yüksek olmasından kaynaklı olduğu görülmektedir. Bu bağlamda; en yüksek puan ortalamasına sahip olan sağlık kurumu eğitim araştırma hastanesi (37.44 ± 10.08) iken, en düşük puan ortalamasına sahip olan sağlık kurumu özel hastanedir (32.23 ± 11.12). Bu sonuçlara göre, H₂ "Hastaların kuruma bağlılık düzeyleri sağlık kurumu türüne göre farklılaşmaktadır" hipotezi kabul edilmiştir.

Hasta Bağlılığı Ölçeğine Ait Geçerlilik Güvenilirlik Sonuçları

Hastaların sağlık kurumlarına olan bağlılık düzeylerini ölçme amacı taşıyan, ön testi daha önce Biçer & İlman (2019) tarafından yapılmış olan ve tam metin bildiri olarak sunulan, 12 adet değişkenden oluşan ölçeğin geçerlilik ve güvenilirliğinin tespit edilebilmesi için güvenilirlik analizi yapılmıştır. Daha sonra açıklayıcı faktör analizi ve doğrulayıcı faktör analizi yapılmıştır. Bu bağlamda, tüm maddeler testlere dahil edilmiştir. Bu doğrultuda, hasta bağlılığı ölçeğine ait açıklayıcı faktör analizi ve doğrulayıcı faktör analizi bulguları sırası ile Tablo 4, Tablo 5 ve şekil 2'de sunulmuştur.

Tablo 4. Hasta Bağlılığı Ölçeğine İlişkin AFA Sonuçları

Yargı İfadelerinin Numarası	Faktör Yükleri
S1.Bu hastaneyi tercih etmemin nedeni diğerlerine göre daha kaliteli hizmet vermesidir.	.669
S2.Arkadaşlarıma ve çevremdeki diğer insanlara bu hastaneyi tavsiye ederim.	.719
S3.Hastaneden aldığım hizmetlerden şimdiye kadar bir hoşnutsuzluğum olmadı.	.657
S4.Fazla para verecek olsam bile yine bu hastaneyi tercih ederim	.724
S5.Bu hastanede kendimi evimde gibi hissediyorum.	.743
S6.Hastane çalışanlarının hastalara özel ilgi gösterdiklerini hissediyorum.	.726
S7.Tekrar sağlık hizmeti ihtiyacım olsa yine bu hastaneyi tercih ederim.	.762
S8.Diğer hastaneler daha iyi hizmet sunmuş olsalar bile bu hastaneyi kolay kolay bırakmam.	.730
S9.Bu hastane beklentilerimi en iyi şekilde karşılar.	.687
S10.Bana en uygun sağlık hizmetini bu hastanenin verdiğini düşünüyorum.	.684
S11.Kendimi bu hastanenin sadık bir müşterisi olarak sınıflandırıyorum.	.665
S12.Gelecekte yine bu hastaneden sağlık hizmeti alacak olursam aynı şekilde memnun olacağımı tahmin etmekteyim.	.745
TVA %	50.40
Cronbach Alfa (Ca)	.910
KMO = .93 Bartlett's Test of Sphericity Chi-Square = 3482.023 sd= 66 p< .05	

* * TVA (Toplam Varyans Açıklayıcılığı), KMO (Kaiser-Meyer-Olkin), sd (serbestlik derecesi)

Tablo 4 incelendiğinde; ölçekte yer alan 12 değişkene ait yargı ifadelerinin faktör yükleri .65 ile .76 arasında yer almaktadır. KMO değeri .93 iken Barlett's testinin ($p < .001$) olarak anlamlı çıkması toplanan verilerin faktör analizi için uygun olduğunu göstermektedir. Ölçeğin %50.40'lık TVA oranı ile tek boyutlu olduğu tespit edilmiştir.

Ölçeğin Cronbach Alpha (α) katsayısının .910 olduğu görülmektedir. Bu bağlamda ölçeğin yüksek düzeyde bir iç güvenilirliğe sahip olduğu görülmektedir. Bu bulgular verilerin doğru ölçüldüğünü göstermektedir.

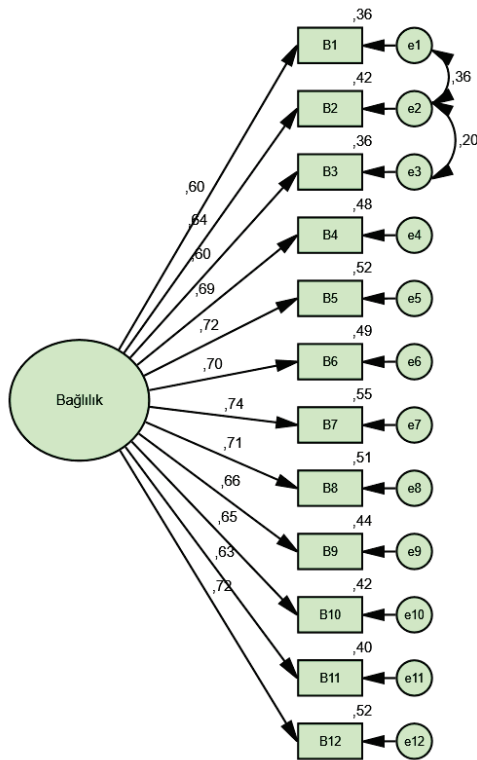
Hasta Bağlılığı Ölçeğine Ait DFA Sonuçları

Yapısal geçerliliğin Açıklayıcı Faktör Analizi ile test edilmesinin ardından, ölçeğin örnekle uyumunu değerlendirmek için, ölçekteki tüm gözlemlenebilir değişkenlerin tek bir faktör altında gruplandığı birinci düzey tek faktörlü Doğrulayıcı Faktör Analizi modeli kullanılmıştır. Hasta Bağlılığı ölçeğine ait model uyum değerleri Tablo 5'te verilmiştir. Modele ilişkin uyum diyagramı ise Şekil 2'de sunulmuştur.

Tablo 5. Hasta Bağlılığı Ölçeğinin Ölçüm Modeli Uyum İndeksleri

Ölçüm Modeli	p	χ^2/sd	GFI	AGFI	NFI	IFI	TLI	RMSEA
Referans Değerler		≤ 5	$\geq .850$	$\geq .850$	$\geq .900$	$\geq .900$	$\geq .900$	$\leq .080$
Hasta Bağlılığı Ölçek Değerleri (Modifikasyonlu)	.000	4.857	.856	.905	.928	.942	.912	.078

Tablo 5'te yer alan sağlık kurumlarında hasta bağlılığı değişkenlerinin ölçüm modeli uyum iyiliği indeksleri incelendiğinde tüm değerlerin referans değerlerinde olduğu görülmektedir. Bu bağlamda; modifikasyonlu DFA sonrasında modelin iyi düzeyde bir uyuma sahip olduğu ifade edilebilir.



Şekil 2. Hasta Bağlılığı Ölçeğine Ait DFA Diyagramı.

Şekil 2'deki ölçüm modelinin parametre değerlerine bakıldığında, SRA değerlerinin .60 ile .74 arasında olduğu ve bu nedenle .30'un altında bir SRA değeri bulunmadığı görülmektedir. Bu durum, modelden herhangi bir değişkenin çıkarılmasını gerektirmemektedir.

Sonuçların topluca değerlendirilmesi, kullanılan ölçeğin güvenilir ve geçerli olduğunu göstermektedir (Tablo 4-5, Şekil 2).

Yapısal Eşitlik Modelinin (YEM) Test Edilmesi

Bu çalışmada, Yapısal Eşitlik Modellemesi (YEM) kullanılarak, önceden belirlenen teorik beklentiler ve literatür doğrultusunda bir istatistiksel model oluşturulmuştur. İlk olarak, ölçüm modeli (Doğrulayıcı Faktör Analizi - DFA) ile verilerin modelle uyumlu olup olmadığı istatistiksel olarak test edilmiştir. Daha sonra, verilerin normal dağılım gösterdiği görüldükçe, maksimum olabilirlik yöntemiyle kovaryans matrisi hesaplanmış ve IBM AMOS 23 programı aracılığıyla örtük değişkenler içeren yapısal model üzerinden araştırma hipotezleri değerlendirilmiştir. Geliştirilen yapısal eşitlik modeli ve hipotez sonuçları sırası ile sunulmuştur.

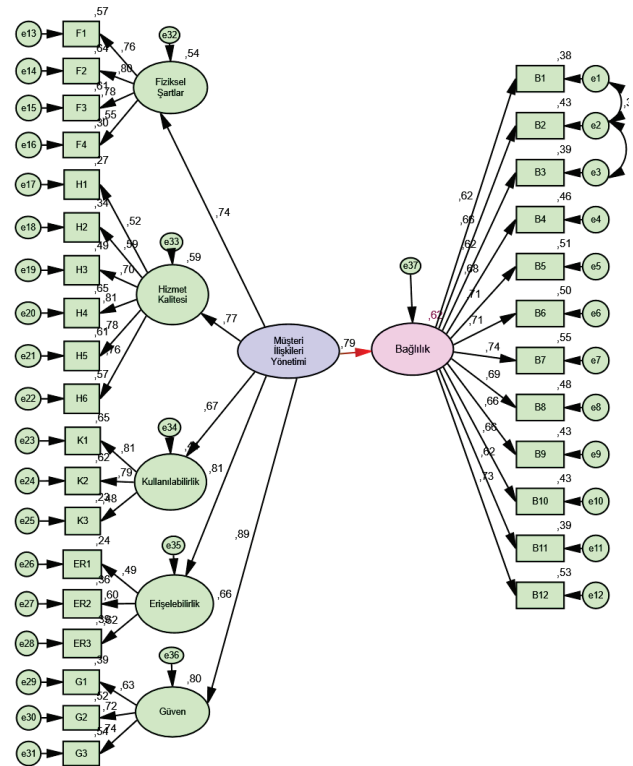
Müşteri İlişkileri Yönetimi ve Hasta Bağlılığı Ölçeğine Ait YEM Modeli

H₃: "Hastaların MİY uygulamalarına ilişkin algı düzeylerinin sağlık kurumuna olan bağlılıkları üzerinde olumlu etkisi vardır." hipotezini test etmek için geliştirilmiş olan modele ilişkin sonuçlar aşağıda sunulmuştur.

Tablo 6. Model Uyum İndeksleri

Ölçüm Modeli	p	χ^2/sd	GFI	AGFI	NFI	IFI	TLI	RMSEA
Referans Değerler		≤ 5	$\geq .850$	$\geq .850$	$\geq .900$	$\geq .900$	$\geq .900$	$\leq .080$
Model Değerleri (Modifikasyonlu)	.000	2.588	.896	.878	.910	.921	.912	.050

Tablo 6 incelendiğinde, modelde yer alan değişkenlerin modifikasyon sonucu, tüm indeks değerlerinin kabul edilebilir eşik değerlerde olduğu için modelin veri ile uyumlu olduğu söylenebilir.



Şekil 3. Model Diyagramı

Tablo 7. Model Parametre Değerleri

			Tahmin	SRA	SH	T	p
Hizmet Kalitesi	<---	Müşteri İlişkileri Yönetimi	.724	.766	.077	9.390	***
Kullanılabilirlik	<---	Müşteri İlişkileri Yönetimi	1.009	.667	.093	10.866	***
Fiziksel Şartlar	<---	Müşteri İlişkileri Yönetimi	1.084	.737	.095	11.430	***
Erişilebilirlik	<---	Müşteri İlişkileri Yönetimi	.771	.813	.087	8.840	***
Güven	<---	Müşteri İlişkileri Yönetimi	1.000	.895			
Bağlılık	<---	Müşteri İlişkileri Yönetimi	.935	.787	.087	10.771	***
B1	<---	Bağlılık	1.000	.615			
B2	<---	Bağlılık	1.044	.659	.061	17.222	***
B3	<---	Bağlılık	1.060	.623	.080	13.304	***
B4	<---	Bağlılık	1.146	.679	.081	14.214	***
B5	<---	Bağlılık	1.187	.713	.081	14.649	***
B6	<---	Bağlılık	1.180	.708	.081	14.569	***
B7	<---	Bağlılık	1.197	.739	.079	15.191	***
B8	<---	Bağlılık	1.128	.692	.079	14.325	***
B9	<---	Bağlılık	1.046	.656	.076	13.778	***
B10	<---	Bağlılık	1.041	.657	.075	13.813	***
B11	<---	Bağlılık	1.036	.622	.078	13.292	***
B12	<---	Bağlılık	1.145	.728	.077	14.893	***
F1	<---	Fiziksel Şartlar	1.000	.755			
F2	<---	Fiziksel Şartlar	.940	.799	.050	18.876	***
F3	<---	Fiziksel Şartlar	1.042	.780	.058	18.103	***
F4	<---	Fiziksel Şartlar	.749	.549	.058	12.962	***
H1	<---	Hizmet Kalitesi	1.000	.519			
H2	<---	Hizmet Kalitesi	1.089	.585	.099	11.011	***
H3	<---	Hizmet Kalitesi	1.422	.702	.118	12.016	***
H4	<---	Hizmet Kalitesi	1.657	.809	.130	12.712	***
H5	<---	Hizmet Kalitesi	1.491	.782	.120	12.423	***
H6	<---	Hizmet Kalitesi	1.444	.756	.117	12.345	***
K1	<---	Kullanılabilirlik	1.000	.807			
K2	<---	Kullanılabilirlik	.980	.786	.058	16.999	***
K3	<---	Kullanılabilirlik	.610	.481	.058	10.590	***
ER1	<---	Erişilebilirlik	1.000	.494			
ER2	<---	Erişilebilirlik	1.290	.597	.140	9.193	***
ER3	<---	Erişilebilirlik	1.307	.622	.142	9.225	***
G1	<---	Güven	1.000	.627			
G2	<---	Güven	1.129	.721	.081	13.937	***
G3	<---	Güven	1.133	.738	.083	13.652	***

Şekil 3, H₃ hipotezini (Hastaların MİY uygulamalarına ilişkin algılarının sağlık kurumuna olan bağlılıkları üzerinde olumlu bir etkisi vardır) test etmek için kullanılmıştır. MİY uygulamaları dışsal, hastaların bağlılıkları ise içsel değişken olarak kabul edilmiş ve bu örtük değişkenli yapısal model test edilmiştir. Şekil 3 ve Tablo 6-7'deki verilere göre, MİY uygulamalarının, yol katsayısını (β) gösteren toplam etkisi sonucunda, hastaların kuruma bağlılıklarını yordadığı (β=.79; p<.001) belirlenmiştir. Bu sonuçla, H₃ hipotezi kabul edilmiştir. Dolayısıyla, MİY uygulamalarının etkinliğinin, hasta bağlılığını önemli ölçüde artırdığı ifade edilebilir.

Sonuç ve Tartışma

Sağlık kurumlarına başvuran hastaların MİY uygulamalarına ilişkin algı düzeylerinin hasta bağlılıklarına etkisinin belirlenmesi amacıyla; farklı sağlık kurumlarında yapılan araştırma sonucunda; hastaların MİY

uygulamalarına ilişkin algı düzeyleri orta seviyede çıkmıştır. Araştırma kapsamında MİY uygulamaları; fiziksel şartları, hizmet kalitesini, kullanılabilirliği, erişimi ve güveni kapsamaktadır. En yüksek faktör ortalaması ise hizmet kalitesi ve güven faktörlerine aittir. Bunun yanında hastaların sağlık kurumuna bağlılık düzeyleri de orta seviyede bulunmuştur. Bu bağlamda; hastanelerin bu noktada daha fazla çalışması gerektiği belirlenmiştir.

Hastaların MİY uygulamalarına ilişkin algı düzeyleri sağlık kurumu temelinde incelendiğinde, ölçek genelinde ve alt boyutlarda sağlık kurumları arasında istatistiksel olarak farklılık olduğu tespit edilmiştir (p<.005). Bu bağlamda; en yüksek puan ortalamasına sahip olan sağlık kurumu eğitim araştırma hastanesi (63.59±12.51) iken, en düşük puan ortalamasına sahip olan sağlık kurumu özel hastanedir (56.71±14.48). Araştırmanın yapıldığı özel hastanenin şehrin tek özel hastanesi olması ve standartlarının düşük olmasının bu sebebi etkilediği

düşünülmektedir.

Hastaların bağlılık düzeyleri sağlık kurumu temelinde incelendiğinde, sağlık kurumları arasında istatistiksel olarak farklılık olduğu tespit edilmiştir ($p < .005$). Bu bağlamda; en yüksek puan ortalamasına sahip olan sağlık kurumu eğitim araştırma hastanesi (37.44 ± 10.08) iken, en düşük puan ortalamasına sahip olan sağlık kurumu özel hastanedir (32.23 ± 11.12).

Araştırmadan farklı olarak, Bişkin (2011) araştırmasında, hastaların algıladıkları hizmet kalitesinin özel sağlık işletmelerinde daha yüksek olduğunu belirlemiştir. Fakat, memnuniyet seviyeleri incelendiğinde, kamu ve özel sağlık kuruluşları arasında istatistiksel olarak belirgin bir memnuniyet farkının bulunmadığı görülmüştür. Bu durum kişilerin beklentileri ile de ilişki olabileceğinden farklı bir araştırma ile değerlendirilmesi alan yazına katkı sunabilir. Nitekim; başka bir çalışmada, hastaların memnuniyet seviyelerinin en çok hizmet sağlama ve insan kaynakları (doktorlar, hemşireler ve diğer personel) ile ilgili yapılan geliştirmelerden etkilendiği sonucuna ulaşılmıştır (Sosyal ve ark., 2017).

Son olarak çalışmada müşteri ilişkileri yönetimi algısının bağlılığa olan ilişkisi incelendiğinde, MİY uygulamalarının etkin olmasının hasta bağlılığını önemli ölçüde artırdığı sonucuna varılmıştır. Alan yazın da bu sonucu desteklemektedir. Nitekim; araştırma bulguları, doktor hizmetlerinin, muayene öncesinde sunulan hizmetlerin, kişisel ihtiyaçların karşılanmasının ve hastane hakkındaki değerlendirmelerin hasta bağlılığı üzerinde anlamlı ve pozitif bir etkisi olduğunu göstermektedir (Öter & Südaş, 2017). Bayın & Önder (2015) ise çalışmalarında kurum imajının hasta bağlılığını etkilediğini bulmuştur.

Çobanoğlu (2012)'nin devlet hastanesinde çalışanlar ve hastalar ile yaptığı araştırma sonucunda, MİY'nin, dikkatli ve ciddi bir şekilde uygulanması durumunda, hem hastaların hem de çalışanların memnuniyet seviyelerinin arttığı gözlemlenmiştir. Özellikle hastane çalışanları, hastaların talep ve beklentilerini karşılamak için yapılan yeniliklere olumlu bir bakış açısıyla yaklaşmışlar ve bu durum, onların hastane ortamı ve çalışma koşullarından memnun olmalarını sağlamıştır. Ayrıca MİY uygulamalarının, hastaların aynı hastaneyi tekrar seçmelerini ve hatta başkalarına önermelerini teşvik ettiği tespit edilmiştir. Memnuniyetin yüksek olması ise beraberinde kuruma bağlılığı getirmektedir. Bu kapsamda, Erdem ve ark. (2015) çalışması da hasta memnuniyet düzeyinin hasta bağlılığı üzerinde de olumlu birçok etkisinin olduğunu göstermektedir. Başka bir çalışmanın sonucu da hasta memnuniyetinin hasta güvenini ve hasta bağlılığını etkilediğini desteklemektedir (Durmuş & Akpolat, 2020).

Yine araştırma sonuçlarını destekler nitelikte; Zineldin (2006) ile Lecturer ve ark. (2018) MİY'nin müşteri bağlılığı üzerinde anlamlı bir etkisi olduğu sonucuna varmıştır. Koukiaris (2019) çalışmasında; hasta ilişkileri yönetiminin; algılanan hizmet kalitesi, hasta memnuniyeti, hasta bağlılığı ve hasta değeri değişkenlerinin tümüne olumlu etkisi olduğunu belirlemiştir. Atıgan (2021) da eğitim araştırma hastanesinde yaptığı araştırma sonucunda, hasta ilişkileri yönetimi uygulamalarının hasta memnuniyetini olumlu yönde etkilediğini tespit etmiştir. Bir başka çalışmadan elde edilen sonuçlar hasta bağlılığında algılanan hizmetin ve hastanın sağladığı önemli değişkenlerin olduğunu göstermektedir (Ünal, 2021). Aladwan ve ark. (2021) araştırma bulguları, hizmet kalitesinin hasta bağlılığı ve hasta memnuniyeti üzerinde doğrudan olumlu bir etkiye sahip olduğunu göstermiştir; Akob ve ark. (2021) da hasta sadakatinde hizmet kalitesi ve memnuniyetin önemli olduğunu belirlemiştir. Amal ve ark. (2021) ise müşteri ilişkileri yönetimi ile hasta bağlılığı ilişkisini incelemiş ve anlamlı farklılık tespit etmiştir. Yapılan başka bir araştırma da MİY'nin hasta memnuniyeti ve hasta sadakati ile önemli ölçüde pozitif yönde ilişkili olduğunu bulmuştur (Abekah-Nkrumah ve ark., 2021). Huang ve ark. (2021) çalışması da tıbbi

hizmetlerin algılanan değeri, hasta-hizmet sunucusu ilişkisine bağlılık ve hasta sadakati arasında anlamlı bir ilişki olduğunu göstermiştir. Yakın zamanda yapılan bir araştırma ise hastaların fiziksel çevreden memnuniyetinin hasta bağlılığını ve başkalarına tavsiye etme niyetini olumlu şekilde ve önemli ölçüde etkilediğini ortaya çıkarmıştır (Lacap & Alfonso, 2022). Yine aynı yıl yapılan bir çalışmada hastanenin hizmet kalitesi arttıkça müşteri güveninin ve doktor-hasta bağlılığının da arttığı sonucuna varılmıştır (Shie ve ark., 2022).

Son olarak Mbuwel ve arkalarının 2023 yılında yaptığı çalışma da hasta ilişkileri yönetiminin (HİY) hasta memnuniyeti üzerinde anlamlı bir etkisi olduğu ve hasta memnuniyetinin hasta bağlılığını olumlu yönde etkilediğini göstermektedir. Bu bağlamda; HİY, hasta memnuniyeti ve hasta bağlılığı arasındaki incelikli ilişkiyi anlamak, kişiselleştirilmiş iletişim, hedeflenen hizmet sunumu ve proaktif hasta katılımı yoluyla hizmet kalitesini artırmak ve hastalarıyla uzun vadeli ilişkileri geliştirmek isteyen sağlık kuruluşları için hayati önem taşımaktadır (Mbuwel ve ark., 2023).

Alan yazından ve araştırma sonuçlarından çıkarılan bulgulara göre; diğer işletmelerde olduğu gibi MİY insanların sağlığının iyileştirilmesine ve korunmasına yardımcı olan sağlık hizmetleri için de oldukça önemlidir. Sağlık hizmet sunucularının müşteri memnuniyetine, müşterinin algıladığı değere ve MİY'ye odaklanması, müşteri bağlılığı oluşturmada temel etkenleridir. MİY sistemi, müşterilerle ilişkiler edinme, geliştirme ve sürdürme sürecini daha etkili ve verimli hale getiren yenilikçi bir teknolojidir. MİY'nin faydaları arasında müşteri hizmetlerinin iyileştirilmesi, maliyetlerin azaltılması ve müşterilerin daha iyi elde tutulması sayılabilir. Bu sebeplerle sağlık hizmet sunucularının, müşterilerin hizmete yönelik güven ve bağlılık düzeylerini artırmaları; hizmet kalitesini yükseltmeye yardımcı olacak MİY uygulamalarını da bağlıdır.

Bu bağlamda; sağlık hizmeti sunucuları, personeli için müşteri bağlılığı düzeylerini artıracak ve sonuçta daha fazla müşteriye erişim sağlayacak eğitim bölümleri sunmalıdır.

Sağlık hizmet sunucularının MİY noktasında var olan eksiklerini tespit ederek bu noktalarda gelişim göstermeleri önem arz etmektedir.

Farkındalık sağlanabilmesi açısından; bundan sonra araştırma yapacak araştırmacıların, hasta memnuniyeti, kalite, davranışsal niyet gibi değişkenleri de araştırmalarına dahil ederek aracılı modeller üzerinde farklı bölgelerde ve daha fazla örneklem ile çalışmalarının da alan yazına katkı sunacağı düşünülmektedir.

Araştırma ve yayın etiği beyanı: Bu çalışma bilimsel araştırma ve yayın etiği kurallarına uygun olarak hazırlanmıştır. Araştırmanın Etik Kurul onayı Sivas Cumhuriyet Üniversitesi Rektörlüğü, Sosyal Bilimler Etik Değerlendirme Kurulunun 25.12.2023 tarihli ve E-99711239-050.01.04-375384 sayılı kararıyla alınmıştır.

Hakem Değerlendirmesi: Dış bağımsız

Çıkar Çatışması: Yazar, çıkar çatışması olmadığını beyan etmiştir.

Finansal Destek: Yazar, bu çalışma için finansal destek almadığını beyan etmiştir.

Statement of Research and Publication Ethics: This study was prepared in accordance with the rules of scientific research and publication ethics. The Ethics Committee approval of the research was obtained with the decision of Sivas Cumhuriyet University Rectorate, Social Sciences Ethics Evaluation Board dated 25.12.2023 and numbered E-99711239-050.01.04-375384.

Peer-review: Externally peer-reviewed.

Conflict of Interest: The author have no conflicts of interest to declare.

Financial Disclosure: The author declared that this study has received no financial support.

Kaynaklar

- Abekah-Nkrumah, G., Yaa Antwi, M., Braimah, S. M., & Ofori, C. G. (2021). Customer relationship management and patient satisfaction and loyalty in selected hospitals in Ghana. *International Journal of Pharmaceutical and Healthcare Marketing*, 15(2), 251-268. [\[CrossRef\]](#)
- Agariya, A.K. & Singh, D. (2013). CRM scale development and validation in indian public hospitals., *Journal of Health Management*, 15(2) 275–291. [\[CrossRef\]](#)
- Akob, M., Yantahin, M., Ilyas, G. B., Hala, Y., & Putra, A. H. P. K. (2021). Element of marketing: SERVQUAL toward patient loyalty in the private hospital sector. *The Journal of Asian Finance, Economics and Business*, 8(1), 419-430. [\[CrossRef\]](#)
- Aladwan, M. A., Salleh, H. S., Anuar, M. M., ALhwadi, H., & Almomani, I. (2021). The relationship among service quality, patient satisfaction and patient loyalty: case study in Jordan Mafrqa hospital. *Linguistics and Culture Review*, 5(53), 27-40. [\[CrossRef\]](#)
- Amal, R. A., Aeni, S., Syarfaini, S., & Adha, A. S. (2021). The correlation between customer relationship management and the inpatients loyalty. *Homes Journal: Hospital Management Studies Journal*, 2(1), 43-50. [\[CrossRef\]](#)
- Anshari, M., & Almunawar, M.N. (2012). Evaluating CRM implementation in healthcare organization. *Ö nbaski, ArXiv:1204.3689*.
- Atalay, E. (2015, October). *Affecting factors for the hospital selection of patients in terms of customer relationship management: a research in Özel Kocaeli Akademi Hospital*, [Master Thesis, Okan University] Institute Of Social Sciences. [\[CrossRef\]](#)
- Atıgan, F. (2021). Hasta ilişkileri yönetimi uygulamalarının hasta memnuniyetine etkisi, ayakta ve yatarak tedavi gören hastalar üzerine bir araştırma. *Uluslararası İktisadi ve İdari İncelemeler Dergisi*, (30), 259-274. [\[CrossRef\]](#)
- Bayın, G., & Önder, R. (2015). Determination of the effect of corporate image of health institutions on patient loyalty. *Ege Akademik Bakış*, 15(4): 577-585.
- Biçer, D. F., İlman, E. (2019). Hastaların hastane tercih öncelikleri ve hasta bağlılıklarının değerlendirilmesi (Sivas Cumhuriyet Üniversitesi örneği), 3. *Uluslararası 13. Ulusal Sağlık ve Hastane İdaresi Kongresi*, Sakarya, Türkiye, 10 Ekim - 13 Kasım.
- Biçer, D. (2020). Hastaların müşteri ilişkileri yönetimi uygulamalarına ilişkin algı düzeylerinin yapısal eşitlik modeli ile incelenmesi. *Atatürk Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, 34(3), 829-851.
- Bişkin, F., (2011). *Sağlık işletmelerinde müşteri ilişkileri yönetimi: Kamu ve özel sağlık işletmelerinde müşteri ilişkileri yönetimi uygulamaları araştırması*, [Doktora Tezi, Selçuk Üniversitesi], Sosyal Bilimler Enstitüsü. [\[CrossRef\]](#)
- Bulut, C., Sönal, T., & Kolca, D. (2023). Sağlık hizmetlerinde pazarlama araştırmalarında uygulanan teknikler. *Uluslararası Sağlık Yönetimi ve Stratejileri Araştırma Dergisi*, 9(3), 284-294.
- Chhangani, A. (2013). Investigating customer relationship management (CRM) in indian hospitals, *International Journal of Research in Advent Technology*, 1 (5): 405-408.
- Çiçek, E. (2017). Pazarlamada ve rekabette başarının anahtarı müşteri ilişkileri yönetimi, Eğitim Yayınevi.
- Çobanoğlu, V. (2012). *Kamu hastanelerinde müşteri ilişkileri yönetimi: Balıkesir Atatürk Devlet Hastanesi örneği*, [Yüksek Lisans Tezi, Gazi Üniversitesi] Sosyal Bilimler Enstitüsü. [\[CrossRef\]](#)
- DeVellis R.F., & Thorpe, C. T. (2022) Scale development: Theory and applications. *An Overview of Item Response Theory, Fifth Edition*. Sage Publications, 58-75.
- Duran, C. (2021). Özel hastanelerde müşteri deneyimi yönetimi üzerine bir değerlendirme. *İzmir Demokrasi Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 4(1), 1-16.
- Durmuş, A., & Akbolat, M. (2020). The impact of patient satisfaction on patient commitment and the mediating role of patient trust. *Journal of Patient Experience*, 7(6), 1642-1647. [\[CrossRef\]](#)
- Erdem, R., Rahman, S., Avci, L., Demirel, B., Köseoğlu, S., Fırat, G., Kubat, C. (2015). Hasta memnuniyetinin hasta bağlılığı üzerine etkisi, *Erciyes Üniversitesi*, 31: 95-110.
- Harris, Lloyd, C. & Mark, M.H. Goode (2004), The four levels of loyalty and the pivotal role of trust: A study of online service dynamics, *JR*, 80 (2), 139-158.
- Huang, I. C., Du, P. L., Lin, L. S., Liu, T. Y., Lin, T. F., & Huang, W. C. (2021). The effect of perceived value, trust, and commitment on patient loyalty in Taiwan. *INQUIRY: The Journal of Health Care Organization, Provision, and Financing*, 58, [\[CrossRef\]](#)
- Kayacan, İ. (2015). *Sağlık işletmelerinde müşteri ilişkileri yönetiminin hasta memnuniyetine etkisi üzerine bir araştırma*, [Yüksek Lisans Tezi, Süleyman Demirel Üniversitesi] Sosyal Bilimler Enstitüsü, Isparta. [\[CrossRef\]](#)
- Korkmaz, Ö., (2010). *Müşteri ilişkileri yönetiminin (CRM) önemi: Bir Hastane uygulaması*, [Yüksek Lisans Tezi, Dokuz Eylül Üniversitesi], Sosyal Bilimler Enstitüsü, İzmir. [\[CrossRef\]](#)
- Koukiaris, Z. (2019). *Hasta ilişkileri yönetimi uygulamalarının tatmin ve bağlılık üzerindeki etkisi: Bir sağlık işletmesinde uygulama*, [Doktora Tezi, Beykent Üniversitesi] Sosyal Bilimler Enstitüsü. [\[CrossRef\]](#)
- Lacap, J. P., & Alfonso, K. J. (2022). The mediating role of patient loyalty on the relationship between satisfaction on physical environment and intention to recommend. *Asia-Pacific Social Science Review*, 22(2).
- Lecturer, S.K. Kumar, D.K. & Sarala, K.S. (2018). Customer relationship management practices: in health care sectors in karnataka (selected healthcare unit), *International Journal Of Research In Commerce & Management*, 9 (10): 12-17.
- Liu, S., Li, G., Liu, N. & Hongwei, W. (2021). The impact of patient satisfaction on patient loyalty with the mediating effect of patient trust. *INQUIRY: The Journal of Health Care Organization, Provision, and Financing*, 58, 1–11, [\[CrossRef\]](#)
- Mbuwel, D., Ahmed, J., Nwosu, L., & Aigbiremhon, J. (2023). The effect of patient relationship management on patient loyalty in buea, cameroon: Mediating role of patient satisfaction. *Quantitative Economics and Management Studies*, 4(6), 1240-1251. [\[CrossRef\]](#)
- Öter, V., & Doğan Südaş, H. (2017). Algılanan hizmet kalitesinin hasta bağlılığı üzerine etkisi: Devlet hastanesi üzerine bir inceleme. *Çukurova Üniversitesi İktisadi Ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 21(2), 43-57.
- Özer Canarslan, N. (2022). Sağlık kurumlarında müşteri ilişkileri yönetimi, In B. Çelik & C. Tor Kadioğlu (Eds.) *Sağlık kurumlarında güncel pazarlama araştırmaları*, (ss. 283-305), Efe Akademi Yayınları.
- Shie, A. J., Huang, Y. F., Li, G. Y., Lyu, W. Y., Yang, M., Dai, Y. Y., ... & Wu, Y. J. (2022). Exploring the relationship between hospital service quality, patient trust, and loyalty from a service encounter perspective in elderly with chronic diseases. *Frontiers in Public Health*, 1. 876266. [\[CrossRef\]](#)

- Soysal, A, Doğan, S, & Baynal, T. (2017). Özel sağlık kurumlarında müşteri ilişkileri yönetimi. *Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 7 (1), 39-66.
- Tezbaşaran A. (1997). *Likert tipi ölçek geliştirme kılavuzu*. Türk Psikologlar Derneđi Yayınları, 63-78.
- Ünal, Ö. (2021). Algılanan hekim kalitesinin hekim ve hastane bağlılığının etkisinde hastaneden memnuniyetin aracı rolü. *Karamanođlu Mehmetbey Üniversitesi Sosyal Ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi*, 23(41), 431-442.
- Winer, R. S. (2001). A framework for customer relationship managment. *California Management Review*, 43(4), 89-105. [\[CrossRef\]](#)
- Zablah, A. R., Bellenger, D. N. & Johnston, W. J. (2004). Customer relationship management implementatipon GAPS. *The Journal of Personel Selling and Sales Management*, 24(4), 279-295. [\[CrossRef\]](#)
- Zineldin, M. (2006). The royalty of loyalty: CRM, quality and retention. *Journal of Consumer Marketing*, 23(7), 430-437. [\[CrossRef\]](#)

Extended Abstract

Health institutions are a sensitive sector that directly affects people's lives and provides health services. For this reason, the relationships of healthcare institutions with patients and their relatives from their customer portfolio are of great importance for the success and reputation of the institution. Customer relationship management (CRM) in healthcare institutions is the process of planning, implementing and evaluating the attitudes and behaviors of healthcare providers towards their customers (Soysal et al., 2017, p. 44). In this respect, in today's world, customer relationship management contributes to healthcare institutions gaining competitive advantage, increasing customer satisfaction, gaining customer loyalty and reducing customer complaints.

In the research conducted to determine the effect of the perception levels of patients applying to health institutions regarding customer relationship management practices on patient loyalty, it was also desired to determine the differentiation of patients' perception levels regarding customer relationship management practices and patient loyalty according to the type of health institution. The population of the study was determined as literate individuals between the ages of 18-65 who received health services in the last six months in Sivas center. 630 patients who voluntarily agreed to participate in the study constituted the sample of the study.

The data collection tool used in the research consists of three parts. In the first part, data containing the descriptive characteristics of the people were used, and in the second part, the "Patients' Perception Levels on Customer Relationship Management Applications" scale developed by Biçer (2020) was used. The relevant scale consists of 19 items and 6 factors. The lowest score that can be obtained from the scale is 19 and the highest score is 95. In the third part of the survey form, Harris et al. (2004) and revised by the researcher by taking the opinions of experts, the 12-item "Patient Loyalty" scale was used. The lowest score that can be obtained from the scale is 12 and the highest score is 60. In this context; The cut-off point of the scale was determined as 36. Patients who score an average of 36 points or less on the scale are considered to have low commitment levels, and patients who score 36 or more points are considered to have high commitment levels.

Research data were tested with structural equation model. As a result of the research conducted patients' perception levels regarding customer relationship management practices were found to be at a medium level. In addition, the patients' level of commitment to the health institution was found to be at a medium level. When patients' perception levels and commitment levels regarding customer relationship management practices were examined on the basis of the healthcare institution, it was determined that there was a statistical difference in the overall scale and sub-dimensions. While the health institution with the highest average score is the Training and Research Hospital, the health institution with the lowest average score is a private hospital. Finally, it was concluded that effective customer relationship management practices significantly increase patient loyalty. In this context; It is important for health service providers to identify their existing deficiencies in customer relationship management and improve on these points.

When the literature was examined, few studies were found evaluating CRM practices in health institutions, and some of the relevant studies mainly focused on the quality dimension with the SERVQUAL scale. In addition, the research was carried out intensively within the framework of one type of hospital. Only Lecturer et al. examined the relationship between CRM and patient adherence. (2018), Koukiaris (2019), Amal et al. (2021), Abekah-Nkrumah et al. (2021) and Mbuwel et al. (2023). Considering these, this study is important in terms of examining the dimension of customer relationship management according to hospital types and also investigating the effect of CRM on patient loyalty. All these reasons make the research important and original.