



## Kurumsal itibar algısının değerlendirilmesi

### Evaluating the sense of corporate reputation

Abdullah Karakaya<sup>1</sup>, Çağla Özdemir Aydın<sup>2</sup>

<sup>1</sup>Karabük Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, Yönetim ve Organizasyon Anabilim Dalı, Karabük, Türkiye.  
<sup>2</sup>Safranbolu Devlet Hastanesi, İdari ve Mali Hizmetler Müdür Yardımcısı, Karabük, Türkiye.

#### Anahtar Kelimeler:

İtibar, Kurumsal İtibar, İtibar Yönetimi

#### Key Words:

Reputation, Corporate Reputation, Reputation Management

#### Yazışma Adresi/Address for correspondence:

Çağla Özdemir Aydın,  
Safranbolu Devlet Hastanesi, İdari ve Mali Hizmetler Müdür Yardımcısı, Karabük, Türkiye  
caglaozdemir@karabuk.edu.tr

Gönderme Tarihi/Received Date:  
December 3, 2015

Kabul Tarihi/Accepted Date:  
December 13, 2015

Yayımlanma Tarihi/Published Online:  
December 31, 2015

DOI:  
10.5455/sad.2015131450899438

#### ÖZET

**Giriş ve amaç:** Bu çalışmada, Safranbolu Devlet Hastanesi'nde hastalar tarafından kurumsal itibarın ne şekilde algılandığı incelenmiş, algılanan kurumsal itibarın değerlendirilmesi amaçlanmıştır. **Gereç ve yöntem:** Çalışma sorularının seçiminde itibar Charles J., Fombrun ve Naomi A. Gardberg' in ( Fombrun ve Gardberg, 2002: 304) uluslar arası nitelikte geçerliliği kabul görmüş kurumsal itibar ölçme ölçeğinden yararlanılmıştır. Bilgi toplanmasında; hastanedeki toplam ayaktan poliklinik hastalarının günlük ortalama hasta sayısı olarak evrenin 600 olduğu tespit edilmiş olup 250 kişilik örneklem üzerinde anket uygulanmıştır. Ankete katılanlara kişisel bilgileri dışında kurumsal itibar algısına ilişkin 22 soru yöneltilmiş olup sorular kapalı uçlu ve 5' li likert tipindedir. **Bulgular:** Demografik değişkenlere bakıldığında, ankete katılan kadın katılımcıların % 54,4 ile çoğunlukta olduğu, yaşa göre dağılımda % 26,4 ile 21-30 yaş arası grubun daha fazla katılım sağladığı, eğitim durumunda da % 52,4 ile lise ve altının çoğunlukta olduğu, cinsiyet değişkeninin itibar durumu üzerinde anlamlı bir etkisinin olmadığı, yaş değişkeninde de anlamlı farkın 21 yaş altı grup ile 51 yaş ve üstü grup arasında ve 21-30 yaş grubu ile 51 yaş ve üstü gruplar arasında olduğu ve eğitim değişkeninde anlamlı farkın lise ve altı eğitim düzeyi grubu ile lisans düzeyi eğitim grubu arasında olduğu görülmüştür. Fonksiyonel değişkenlere bakıldığında ise, bireylerin hastaneyle ilgili 22 soruya da verdiği cevap istatistiksel olarak ( Sig. (2-tailed) = ,000 olduğu için p < 0.001). çok önemli düzeyde anlamlı bulunmuştur. **Sonuç:** Safranbolu Devlet Hastanesi'nde kurumsal itibar algısı üzerine yapılan çalışmada cinsiyetin kurumsal itibar algısı üzerinde anlamlı olmadığı, yaş ve eğitim üzerinde anlamlı olduğu, katılımcılara yöneltilen 22 sorunun da kurumsal itibar algısı üzerinde önemli düzeyde etkisinin olduğu söylenebilmektedir.

#### ABSTRACT

**Objective:** This study was conducted to determine how corporate reputation had been perceived by patients in Safranbolu State Hospital and to evaluate this perceived corporate reputation. **Method:** In the selection of study questions, Surveying Scale of Charles J., Fombrun ve Naomi A. Gardberg which has been accepted as an international scale has been used on corporate reputation. In data collection, it has been established that the number of patients of outpatient clinic in hospital is about 600 daily –research population of the study- and a survey has been conducted on a sample consisting of 250 people. 22 close ended questions have been directed to the participants of the survey about corporate reputation in addition to their personal information and these questions have been formed according to the 5 point Likert Scale. **Results :** It has been resulted that according to demographic variables, women participants are predominant with the percentage of 54,4 ; according to age, the group between 21-30 ages are much more participant and active ; according to education, the group graduated from high school and below are predominant with the percentage of 52,4, and the gender variable doesn't have a significant effect on the sense of corporate reputation. It has been also stated that the significant difference about age variable is between 21 aged and below and 51 aged and over the age of 51 ; 21-30 aged people and 51 aged and over the age of 51. The significant difference about education variable is between the group of high school and below and the group of university degree. According to functional variables, the answers of 22 questions obtained from the participants about hospital, are statistically significant ( sig (2-tailed)=,000,p<0,001). **Conclusion:** As a result, in this study conducted in Safranbolu State Hospital about the sense of corporate reputation, gender doesn't have a significant role on the sense of corporate reputation and 22 questions asked to the participants have a significant role on corporate reputation.

## GİRİŞ

Kurumsal itibar ürün veya hizmet sağlayan tüm kurumlar için rekabette güç alınan bir farklılaşma aracıdır. Oluşturulması uzun zaman alan bu sorut değer, kurumsal tüm mesaj ve davranışlarda kurum çalışanlarını ve hedef kitlesini hatta genel kamuoyunu etkileyecek bilişsel ve duygusal öncü çağrışımlar yaratmaktadır. Bu çağrışımlar kurumlara ait pazarlama ve iletişim çabalarının, üretilen mesajların algılanma şeklini, bu mesajlara maruz kalanların

gösterdikleri tepkileri, kurumlara ve çabalarına ait kabullenmeyi doğrudan etkileyecektir. Bu nedenle, güçlü kurumsal itibarlar yaratmak yönetimin birincil görevlerindendir (Demir, 2006:248 ).

Kurumların rekabet avantajı sağlayabilmesi açısından büyük önem taşıyan itibarı yaratmak kadar elde edilen itibarı korumak ve sürekliliğini sağlamak da oldukça önemlidir. Diğer bir deyişle itibarın taşıdığı risklere karşı korunması gerekmektedir. Risklerden korunma, itibar yönetiminin ne derece etkili uygulandığına

bağlıdır. Bu bağlamda kurumlar kendi yapısını, içinde bulunduğu sektörü, faaliyet gösterdiği çevreyi dikkate alarak kendilerine özgü itibar yönetimi çalışmaları gerçekleştirmelidir. Bu süreçte paydaşlar ile sürekli iletişim halinde olmak, kurumun iç ve dış çevreyle olan iletişiminin de sağlanmasında önemli bir rol üstlenmektedir. Kurumu tanıma ve tanıtma işlevleri, itibar yönetim sürecinde yer alan paydaşları tanıma ve kendini paydaşlara tanıtma amacını yerine getirmektedir. Bu amacı yerine getirirken kurum halkla ilişkiler faaliyetlerinden yararlanarak; kurumu iç ve dış çevreden kaynaklanabilecek riskler konusunda uyarmak, yönetim sürecinde kurum çalışanları ve birimleri arasında iletişim akışını düzenlemek ve çalışanların sürece dâhil edilmesini sağlamak gibi birçok konuda itibar yönetimi sürecine katkı sağlamaktadır (Uzunoglu ve Öksüz, 2008: 111-112).

Bu çalışmada, Safranbolu Devlet Hastanesi'nde hastalar tarafından kurumsal itibarın ne şekilde algılandığı incelenmiş, algılanan kurumsal itibarın değerlendirilmesi amaçlanmıştır.

## GEREÇ VE YÖNTEM

Çalışmada, fonksiyonel değişkenlerin (22 soru) elde edilmesinde Charles J., Fombrun ve Naomi A. Gardberg' in geliştirdiği uluslararası nitelikte geçerliliği kabul görmüş kurumsal itibar ölçme ölçeği kullanılmıştır (Ponzi ve ark., 2002: 304). Bilgi toplanmasında; hastanedeki ayaktan poliklinik hastalarının günlük toplam ortalama hasta sayısı olarak evrenin 600 olduğu tespit edilmiş olup 250 kişilik örneklem üzerinde anket uygulanmıştır. Ankete katılanlara kişisel bilgileri dışında kurumsal itibar algısına ilişkin 22 soru sorulmuştur. Anketteki sorular kapalı uçlu olup 5'li likert tipinde sorular hastalara yöneltilmiştir.

Çalışmada elde edilen veriler, SPSS 15.0 istatistik programı yardımı ile analiz edilerek tablolandırılmıştır. Elde edilen demografik veriler t testi ve anova analizine tabi tutulmuştur. Değişkenler arasındaki farkın nereden kaynaklandığını belirlemek için de Tukey testi kullanılmıştır. Fonksiyonel değişkenlere ise anlamlılık düzeylerini ölçmek için One Sample t testi uygulanmıştır. Kurumsal itibar ölçme ölçeğinin geçerlilik ve güvenilirliği hesaplanmış, Cronbach' s Alpha katsayısı 0.958 olarak bulunmuştur.

**Tablo 2.** Cinsiyet Değişkenine Göre T Testi

Cinsiyet	N	Ort	SS	Sd	T	p
Kadın	136	91,36	16,50356	248	0,431	0,667
Erkek	114	90,53	13,51249			

## BULGULAR

Tablo 1' den de görüleceği üzere ankete katılan katılımcılardan kadın katılımcıların % 54,4 ile çoğunlukta olduğu, yaşa göre dağılımda % 26,4 ile 21-30 yaş arası grubun daha fazla katılım sağladığı, peşinden sırasıyla % 22,4 ile 31-40 yaş arası grubun, % 19,2 ile 41-50 yaş arası grubun, % 18,8 ile 51 yaş ve üstü grubun, % 13,2 ile 21 yaş ve altı grubun katılım sağladığı görülmektedir. Eğitim durumunda da % 52,4 ile lise ve altı grubun çoğunlukta olduğu, peşinden sırasıyla % 24,0 ile önlisans mezunlarının, % 20,4 ile lisans mezunlarının, % 3,2 ile lisans üstü mezunların izlediği görülmektedir.

**Tablo 1.** Ankete Katılanların Demografik Özellikleri

Değişken	frekans	%
<b>Cinsiyet</b>		
Kadın	136	54
Erkek	114	46
<b>Yaş</b>		
21 yaş altı	33	13,2
21-30	66	26,4
31-40	56	22,4
41-50	48	19,2
51 yaş ve üstü	47	18,8
<b>Eğitim Düzeyi</b>		
Lise ve altı	131	52,4
Ön lisans	60	24,0
Lisans	51	20,4
Lisansüstü	8	3,2

Anket en az okuma yazma bilen kişiler ile yapılmış olup sadece okur yazar olan katılımcı sayısının az olmasından dolayı lise ve altı mezunları olarak tek grupta toplanmıştır. Genel olarak hastanede 51 yaş ve üzeri hastaların çok olmasına karşın yaşlı hastaların ankete katılma eğilimleri % 18,8' dir. 21 yaş ve altı hasta grubu % 13,2 ile ankete katılma eğilimleri en düşük gruptur. Hastanede kadın hastaların ankete katılım yönünde bir tavır sergilediklerini söylemek mümkündür.

Safranbolu Devlet Hastanesi'nde hastalar tarafından kurumsal itibarın ne şekilde algılandığını ortaya koymak için demografik veriler t testi ve anova analizi yapılarak, fonksiyonel değişkenlere ise One Sample t testi kullanılarak değerlendirilmiştir.

Tablo 2’de de görüldüğü gibi cinsiyet değişkeninin Safranbolu devlet hastanesi itibar durumu üzerinde anlamlı bir etkisinin olup olmadığını ortaya koymak için yapılan ilişkisiz örneklem t testinde, kadın bireylerin test puan ortalaması ile ( $\bar{X}=91,36$ ) erkek bireylerin test ortalaması ( $\bar{X}=90,53$ ) arasında anlamlı bir fark görülmemiştir ( $t(248) = 0,431, p > 0.05$ ). Bu durumda cinsiyet değişkeninin itibar durumu üzerinde anlamlı bir etkisinin olmadığı söylenebilmektedir.

Tablo 3’de de görüldüğü gibi yaş gruplarına göre 250 bireyin itibar durumu algıları arasında fark olup olmadığını sınamak için yapılan tek yönlü varyans analizi sonucunda, 21 yaş ve altı bireylerin ortalaması ( $\bar{X}=85,87$ ), 21-30 yaş grubunun ortalaması ( $\bar{X}=88,54$ ), 31-40 yaş grubunun ortalaması ( $\bar{X}=90,71$ ), 41-50 yaş grubunun ortalaması ( $\bar{X}=91,06$ ) ve 51 yaş ve üstü grubunun ortalamasının ( $\bar{X}=98,25$ ) en az ikisi arasında istatistiksel olarak anlamlı fark gözlenmiştir ( $F_{(4-245)} = 4,268, p < 0.05$ ). Yapılan Tukey çoklu karşılaştırma testi sonucunda, anlamlı farkın 21 yaş altı grup ile 51 yaş ve üstü grup arasında ve 21-30 yaş grubu ile 51 yaş ve üstü gruplar arasında olduğu görülmüştür.

Tablo 4’de de görüldüğü gibi eğitim düzeyine göre 250 bireyin itibar durumu algıları arasında fark olup olmadığını sınamak için yapılan tek yönlü varyans analizi sonucunda, lise ve altı eğitim düzeyi grubunun ortalaması ( $\bar{X}=94,01$ ), ön lisans grubunun ortalaması ( $\bar{X}=88,73$ ), lisans grubunun ortalaması ( $\bar{X}=86,74$ ) ve lisansüstü grubunun ortalamasının ( $\bar{X}=85,37$ ) en az ikisi arasında istatistiksel olarak anlamlı fark gözlenmiştir ( $F_{(3-246)} = 4,006, p < 0.05$ ). Yapılan Tukey çoklu karşılaştırma testi sonucunda, anlamlı

farkın lise ve altı eğitim düzeyi grubu ile lisans düzeyi eğitim grubu arasında olduğu görülmüştür.

Tablo 5’de de görüldüğü gibi ankete katılan 250 bireyin sorulara verdiği cevaplar incelendiğinde hastaların sağlık personelinin ilgisinden ve hastanenin hizmet hızından memnun olması, hastanenin hastaların beklentilerini karşılaması, hastanenin il içindeki hastanelerden daha kaliteli hizmet sunması istatistiksel ( $p < 0.001^{***}$ ) olarak çok önemli düzeyde anlamlı bulunmuştur. Hastaların hastane yönetimine dilek, şikayet ve önerileri iletmede sorun yaşamaması, doktorların ilgisinden ve hastanenin güvenliğinden memnun olması, ileri teknolojilerin hastalara güven vermesi, hastanede hizmetlerin kesintisiz olarak sunulması, hastaneye ulaşımın kolay ve dış görünüşünün güzel olması istatistiksel ( $p < 0.001^{***}$ ) olarak yine çok önemli düzeyde anlamlı bulunmuştur. Hastaların hastanenin temizliğinden memnun olması, otoparkını yeterli bulmaları, renklerini beğenmeleri, çevre düzenlemesinin güzel olması, fiziksel ortamın kalitesinden memnun olması ve hastanenin mimarisinin hastaların rahat hizmet alabilmeleri için düzenlenmiş olması yönünde de istatistiksel ( $p < 0.001^{***}$ ) olarak çok önemli düzeyde anlam ifade etmektedir. Hastanenin iyi yönetilmesi, dikkat çekici boyutta maddi kaynaklarının olması, hastaların hastane ile ilgili olumlu duygulara sahip olması, hastanenin çevresinde bulunan ticari işletmelere de katkı sağlaması, hastaların hastanenin rengini ve adını bilmesi istatistiksel ( $p < 0.001^{***}$ ) olarak değerlendirildiğinde çok önemli düzeyde anlamlı bulunmuştur.

**Tablo 3.** Yaş Değişkenine Göre Anova Analizi

Varyansın Kaynağı	Kareler Toplamı	Sd	Kareler Ortalaması	F	p	Anlamlı fark
Gruplar arası	3741,908	4	935,477			21 yaş altı- 51 yaş üstü
Gruplar içi	53703,056	245	219,196	4,268	,002	21-30 yaş - 51 yaş üstü
Toplam	57444,964	249				

**Tablo 4.** Eğitim Düzeyi Değişkenine Göre Anova Analizi

Varyansın Kaynağı	Kareler Toplamı	Sd	Kareler Ortalaması	F	P	Anlamlı fark
Gruplar arası	2675,700	3	891,900			
Gruplar içi	54769,264	246	222,639	4,006	,008	Lise ve altı -Lisans
Toplam	57444,964	249				

Tablo 5. Fonksiyonel Değişkenlere Göre One Sample T Testi

NO	SORULAR	t	SONUÇLAR Sig.(2-tailed)
1	Sağlık personelinin hastaya ilgisinden memnunum.	17,944	,000 p< 0.001***
2	Hastanenin hizmet hızından memnunum.	12,852	,000 p< 0.001***
3	Hastane beklentilerimi karşılıyor.	13,472	,000 p< 0.001***
4	Hastane il içindeki hastanelerden daha kaliteli hizmet sunmaktadır.	11,415	,000 p< 0.001***
5	Hastane yönetimine dilek, şikayet ve önerileri iletmeye sorun yaşamıyorum.	11,801	,000 p< 0.001***
6	Doktorların ilgisinden memnunum.	16,360	,000 p< 0.001***
7	Hastanenin güvenliğinden memnunum.	12,855	,000 p< 0.001***
8	İleri teknoloji kullanımı bana güven veriyor.	10,923	,000 p< 0.001***
9	Hizmetler kesintisiz olarak sunulabilmektedir.	13,055	,000 p< 0.001***
10	Hastaneye ulaşım kolaydır.	8,005	,000 p< 0.001***
11	Hastanenin dış görünüşü güzeldir.	13,013	,000 p< 0.001***
12	Hastanenin temizliğinden memnunum.	11,016	,000 p< 0.001***
13	Hastanenin otoparkı yeterlidir.	3,561	,000 p< 0.001***
14	Hastanenin renklerini beğeniyorum.	8,775	,000 p< 0.001***
15	Hastanenin çevre düzenlemesi güzeldir.	9,161	,000 p< 0.001***
16	Fiziksel ortamın kalitesinden memnunum.	10,517	,000 p< 0.001***
17	Hastanenin mimarisi, rahat hizmet alabilmem için düzenlenmiştir.	8,221	,000 p< 0.001***
18	Hastane iyi yönetilmektedir.	7,443	,000 p< 0.001***
19	Hastanenin dikkat çekici boyutta maddi kaynakları vardır.	6,724	,000 p< 0.001***
20	Hastane ile ilgili olumlu duygulara sahibim.	10,417	,000 p< 0.001***
21	Hastane, çevresinde faaliyet gösteren ticari işletmelere katkı sağlamaktadır.	8,528	,000 p< 0.001***
22	Hastanenin rengini ve adını biliyorum.	13,124	,000 p< 0.001***

## TARTIŞMA VE SONUÇ

Anket bulgularından hareketle kurumsal itibarın yaş, cinsiyet ve eğitim gibi değişkenler üzerinde görüleceği üzere, ankete katılan katılımcılardan kadın katılımcıların % 54.4 ile çoğunlukta olduğu, yaşa göre dağılımda % 26,4 ile 21-30 yaş arası grubun daha fazla katılım sağladığı, peşinden sırasıyla % 22,4 ile 31-40 yaş arası grubun, % 19,2 ile 41-50 yaş arası grubun, % 18,8 ile 51 yaş ve üstü grubun, % 13,2 ile 21 yaş ve altı grubun katılım sağladığı görülmektedir. Eğitim durumunda da % 52,4 ile lise ve altının çoğunlukta olduğu, peşinden sırasıyla % 24,0 ile önlisans mezunlarının, % 20,4 ile lisans mezunlarının, % 3,2 ile lisans üstü mezunların izlediği görülmektedir.

Anket en az okuma yazma bilen kişiler ile yapılmış olup sadece okur yazar olan katılımcı sayısının az olmasından dolayı lise ve altı mezunları olarak tek grupta toplanmıştır. Genel olarak hastanede 51 yaş ve üzeri hastaların çok olmasına karşın yaşlı hastaların ankete katılma eğilimleri % 18,8 olup oldukça azdır. 21 yaş ve altı hasta grubu % 13,2 ile ankete katılma eğilimleri en düşük gruptur.

Hastanede kadın hastaların ankete katılım yönünde bir tavır sergilediklerini söylemek mümkündür.

Cinsiyet değişkeninin Safranbolu devlet hastanesi itibar durumu üzerinde anlamlı bir etkisinin olup olmadığını ortaya koymak için yapılan ilişkisiz örneklem t testinde, kadın bireylerin test puan ortalaması ile ( $\bar{X}=91,36$ ) erkek bireylerin test ortalaması ( $\bar{X}=90,53$ ) arasında anlamlı bir fark görülmemiştir ( $t(248)=0,431$ ,  $p > 0,05$ ). Bu durumda cinsiyet değişkeninin itibar durumu üzerinde anlamlı bir etkisinin olmadığını söylenebilmektedir.

Yaş gruplarına göre 250 bireyin itibar durumu algıları arasında fark olup olmadığını sınamak için yapılan tek yönlü varyans analizi sonucunda, 21 yaş ve altı bireylerin ortalaması ( $\bar{X}=85,87$ ), 21-30 yaş grubunun ortalaması ( $\bar{X}=88,54$ ), 31-40 yaş grubunun ortalaması ( $\bar{X}=90,71$ ), 41-50 yaş grubunun ortalaması ( $\bar{X}=91,06$ ) ve 51 yaş ve üstü grubunun ortalamasının ( $\bar{X}=98,25$ ) en az ikisi arasında istatistiksel olarak anlamlı fark gözlenmiştir ( $F_{(4-245)}=4,268$ ,  $p < 0,05$ ). Yapılan Tukey çoklu karşılaştırma testi sonucunda, anlamlı farkın 21 yaş altı grup ile 51 yaş ve üstü grup arasında ve 21-30 yaş grubu ile 51 yaş ve üstü gruplar arasında olduğu görülmüştür.

Eğitim düzeyine göre 250 bireyin itibar durumu algıları arasında fark olup olmadığını sınamak için yapılan tek yönlü varyans analizi sonucunda, lise ve altı eğitim düzeyi grubunun ortalaması ( $\bar{X}=94,01$ ), ön lisans grubunun ortalaması ( $\bar{X}=88,73$ ), lisans grubunun ortalaması ( $\bar{X}=86,74$ ) ve lisansüstü grubunun ortalamasının ( $\bar{X}=85,37$ ) en az ikisi arasında istatistiksel olarak anlamlı fark gözlenmiştir ( $F_{(3-2,46)} = 4,006, p < 0.05$ ). Yapılan Tukey çoklu karşılaştırma testi sonucunda, anlamlı farkın lise ve altı eğitim düzeyi grubu ile lisans düzeyi eğitim grubu arasında olduğu görülmüştür.

Fonksiyonel değişkenlere bakıldığında ise, ankete katılan 250 bireyin sorulara verdiği cevaplar neticesinde elde edilen veriler One Sample T testi kullanılarak incelenmiş, bireylerin hastaneyle ilgili 22 soruya da verdiği cevap istatistiksel olarak (Sig. (2-tailed) = ,000 olduğu için  $p < 0.001^{***}$ ). çok önemli düzeyde anlamlı bulunmuştur. Yani anketteki 22 sorunun tamamının hastalar üzerinde Safranbolu Devlet Hastanesi'nin kurumsal itibar algısında çok ileri düzeyde anlamlı bulunduğu söylenebilmektedir.

Son yıllarda ülkemizde birçok sektörde olduğu gibi sağlık alanında da yoğun bir değişim ve rekabet yaşanmaktadır. Sağlık hizmetinin özel sektör tarafından da verilebilmesi kamu ve özel sağlık sektörü arasında bu rekabetin daha fazla hissedilmesine neden olmuştur. Bu rekabette sağlık pazarında iyi bir yer edinebilmek, hizmet kalitesi ve kâr marjını arttırmak hastanelerin temel amaçları arasında yer almaktadır.

Sağlık kurumları tam kamusal mal ve hizmet özelliği olan ve hizmet alımından kimsenin mahrum edilemeyeceği, kâr amacı gütmeyen kuruluşlar olarak algılanırken günümüzde biraz daha fazla ticari düşüncenin hakim olduğu bir sektör haline gelmektedir. Sosyal güvenlik mevzuatında yapılan değişiklikler ile birlikte bütün hastaların istediği, seçtiği sağlık kuruluşuna gidebilme imkânı kazanmasıyla birlikte sağlık kurumlarının daha fazla hastaya hizmet verme çabasına girdikleri ve bu çabayla kurumsal itibar algısının önem kazandığı söylenebilmektedir (Karahan, 2009:16). Çalışmada da görüldüğü üzere basit gibi görünen birçok fonksiyonel değişkenin hastanelerin kurumsal itibar algılarında çok önemli olduğu anlaşılmaktadır. Bu yüzden kurum olarak faaliyetlerimizi gerçekleştirirken hastaların beklentilerini nasıl daha iyi karşılanabileceği konusunda sürekli çalışmak ve iyileştirmeler yapmak gerekmektedir. Bu bağlamda itibar yönetim sürecinde kurumun tüm paydaşlarına ulaşabilecek şekilde çalışmalar yapılmasının başarıyı artıracığını söylemek mümkün olabilmektedir. Bu noktada paydaşların istedikleri ve ihtiyaç duydukları

bilgileri doğru araçlarla ulaştırabilme konusuna da dikkat edilmesi gerekmektedir.

Sonuç olarak, iyi itibar kazanmak, onu korumak ve zarar gördüğünde bunu düzeltmenin zor olduğu ve kolayca zarar görebileceği ya da kaybedilebileceği gerçeğinin de göz ardı edilmemesi gerekmektedir. Otuz yılda inşa edilen bir itibarın sadece otuz saniyede yıkılabileceği ve itibarın uzun zamanda oluşturulabildiği ve geliştirildiği, bir davranış ya da tek bir sözcükle dakikalar içinde kaybedilebildiği de araştırmalar sonucu saptanmıştır (Davies ve ark., 2003:69). Söylenenler doğrultusunda kurumlar ile ilgili itibar algılarının sürekli risk altında olduğunu söylemek yanlış olmayacaktır. Bu bağlamda kurumsal itibar riskini yönetmeye yönelik çalışmaların da geliştirilmesi gerekmektedir. Kendisini gelecekte daha iyi yerlere taşımak isteyen hastanelerin kurumsal itibar unsurlarını sürekli gözden geçirmeleri gerekmektedir. Kurumsal itibar algısı, sağlık kurumlarında direkt insana olan hizmet ile algılandığı için diğer hizmet sektörlerine göre daha fazla önem arz etmektedir. Bu nedenle her zaman bir adım önde olmak isteyen hastanelerin kurumsal itibar çalışmalarına önem vermeleri gerekmektedir.

## TEŞEKKÜR

Bu çalışmada bana teknik olarak yardımda bulunan Dilara Özdemir, Yılmaz Yüksel ve Fatma Sağlam Ağca'ya, araştırmanın hızlı bir şekilde tamamlanmasını sağlayan Safranbolu Devlet Hastanesi Poliklinik Sekreterlerine ve Tuğba Kaya'ya, çalışmaya maddi ve manevi katkı sağlayan Yüksel Özdemir ve Salih Aydın' a teşekkürü bir borç bilirim.

## KAYNAKLAR

1. Davies G, Chun R, Da Silva, R V ve Poper S. (2003). Corporate Reputation and Competitiveness, Routledge, New York. (Erişim Tarihi: 12.08.2015) <http://academia.edu.tr>
2. Demir, O., F. (2006). Kurumsal İtibar Ölçümünde Kişiselleştirme Metaforu, Review of Social, Economic & Business Studies, Vol.9/10,s:248. (Erişim Tarihi: 09.08.2015) <http://www.iye.org.tr/makaleler>
3. Karahan, A. (2009). Kurumsal İtibar ve Rekabet İlişkisi Üzerine Bir Araştırma. Pamukkale Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, 2/1, s:16. (Erişim Tarihi: 10.08.2015) <http://www.pausbed.pau.edu.tr>
4. Ponzi, L., Fombrun, C., Gardberg, N. (2011). RepTrak™ Pulse: Conceptualizing and Validating a Short-Form Measure of Corporate Reputation, Corporate Reputation Review, Volume/ 14, Number: 18.(Erişim Tarihi: 01.07.2015) [https://moodle.unitec.ac.nz/pluginfile.php/435893/mod\\_resource/content/1/CorporateRepReview2011.pdf](https://moodle.unitec.ac.nz/pluginfile.php/435893/mod_resource/content/1/CorporateRepReview2011.pdf)
5. Safranbolu Devlet Hastanesi (2015). Hastane Yöneticiliği. <http://safranboludh.gov.tr/Home/index>
6. Uzunoğlu, E., Öksüz, B. (2008) Kurumsal İtibar Riski Yönetimi: Halkla İlişkilerin Rolü. Selçuk İletişim Dergisi, C.5, S.3. (Erişim Tarihi: 10.09.2015) <http://www.iye.org.tr/makaleler>.