

## Poliklinik ve Klinik Hastalarının Kurum İmajı ve Hasta Bağlılığı Algılarının Karşılaştırılması: Ankara’da Bir Eğitim ve Araştırma Hastanesi Örneği

*Comparison of Corporate Image and Patient Loyalty Perceptions of Outpatients and Inpatients: Example of a Training and Research Hospital in Ankara*

Ömer Rıfkı Önder  
Ankara Üniversitesi,  
Sağlık Bilimleri Fakültesi,  
Sağlık Kurumları Yönetimi Bölümü,  
Ankara, Türkiye  
[onder@health.ankara.edu.tr](mailto:onder@health.ankara.edu.tr)

Gamze Bayın  
Hacettepe Üniversitesi,  
İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi,  
Sağlık İdaresi Bölümü,  
Ankara, Türkiye  
[gamzebayin@gmail.com](mailto:gamzebayin@gmail.com)

### Özet

Bu araştırmanın amacı, bir hastaneye başvuran poliklinik ve klinik hastalarının kurum imajı ve hasta bağlılığı düzeylerini belirlemek ve kurum imajını oluşturan faktörler ile hasta bağlılığı arasındaki ilişkiyi ortaya koymaktır. 381 poliklinik ve 315 klinik hastası olmak üzere toplamda 696 kişi araştırmanın örneklemini oluşturmuştur. Araştırma sonucunda, poliklinik hastalarının imaj ve bağlılık ortalaması orta; klinik hastalarının ortalaması yüksek düzeyde bulunmuştur. Kurum imajı ve hasta bağlılığı arasında pozitif ve güçlü bir ilişkinin varlığı ve kurum imajı faktörlerinin hasta bağlılığı değişkeninin %83’ünü açıklaması; araştırmanın bir diğer önemli sonucunu oluşturmaktadır. Araştırma bulgularından yola çıkarak, sağlık kurumlarına başta kalite olmak üzere, iletişim, fiziksel ve sosyal sorumluluk unsurlarında iyileştirmeler yaparak sadık hastalar edinebilecekleri ve bu iyileştirmeleri uygularken poliklinik ve klinik hastaları için ayrı stratejiler benimsemeleri gerektiği önerilebilir.

**Anahtar Kelimeler:** Kurum İmajı, Hasta Bağlılığı, Poliklinik Hastaları, Klinik Hastaları, Sağlık Kurumları Yönetimi

### Abstract

*The purpose of this study is to determine the level of corporate image and patient loyalty of outpatients and inpatients who get services from a hospital and to evaluate the relationship between corporate images’ factors and patient loyalty. Totally 600 patients from a training and research hospitals in Ankara, formed the study sample. As a result, outpatients’ loyalty and image perceptions found medium level; while inpatients’ level found high. In addition, the effect of corporate image factors on patient*

*loyalty was determined that there is a statistically significant, strong and positive correlation and 83% of patient loyalty is explained by corporate image factors. Based on the research findings, making improvements especially in quality and also physical, communication, social responsibility factors can obtain loyal patients. It is suggested to adopt different strategies to outpatients and inpatients while implementing these improvements.*

**Keywords:** *Corporate Image, Patient Loyalty, Outpatients, Inpatients, Health Care Management.*