



International  
**SOCIAL SCIENCES  
STUDIES JOURNAL**



SSSjournal (ISSN:2587-1587)

*Economics and Administration, Tourism and Tourism Management, History, Culture, Religion, Psychology, Sociology, Fine Arts, Engineering, Architecture, Language, Literature, Educational Sciences, Pedagogy & Other Disciplines in Social Sciences*

**Vol:5, Issue:42**  
sssjournal.com

**pp.4603-4615**  
**ISSN:2587-1587**

**2019**  
sssjournal.info@gmail.com

Article Arrival Date (Makale Geliş Tarihi) 08/07/2019 | The Published Rel. Date (Makale Yayın Kabul Tarihi) 31/08/2019  
Published Date (Makale Yayın Tarihi) 31.08.2019

## **HASTALARDA BELİRSİZLİK ALGISI İLE HASTA MEMNUNİYETİ VE SADAKATI ARASINDAKİ İLİŞKİYE GÜVEN DÜZEYİNİN İLİMLAŞTIRICI ETKİSİ GAZİANTEP SAHA ARAŞTIRMASI <sup>1</sup>**

THE MODERATOR EFFECT OF CONFIDENCE LEVEL ON RELATIONSHIP BETWEEN PERCEPTION OF UNCERTAINTY AND PATIENT SATISFACTION AND LOYALTY IN PATIENTS GAZİANTEP FIELD SURVEY

**Dr. İbrahim BOZKURT**

Gaziantep Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İşletme A.B.D. Doktora Mezunu,  
ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-5446-9862>

**Dr. Öğr. Üyesi Ahmet TAN**

Gaziantep Üniversitesi, İ.İ.B.F. İşletme Bölümü,  
ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-9972-4372>



**Article Type** : Research Article/ Araştırma Makalesi

**Doi Number** : <http://dx.doi.org/10.26449/sss.1595>

**Reference** : Bozkurt, İ. & Tan, A. (2019). "Hastalarda Belirsizlik Algısı İle Hasta Memnuniyeti ve Sadakati Arasındaki İlişkiye Güven Düzeyinin İlimlaştırıcı Etkisi Gaziantep Saha Araştırması", International Social Sciences Studies Journal, 5(42): 4603-4615.

### **ÖZ**

Hastalık veya hasta olmak sağlık hizmetine ihtiyaç duyulmasına yol açan en önemli nedenlerden biridir. Yaş, cinsiyet, eğitim, meslek gibi sahip olunan kişisel özelliklerin farklılığına bakılmaksızın tüm insanlar sağlık hizmeti açısından birer potansiyel müşteri konumundadır. Hastalık ya da hasta olmak zamanlama açısından bireylerin pek tahmin edemediği yani beklenmeyen bir durumdur. Hastalık insanlar üzerinde bedensel olduğu kadar ruhsal yönden de bir takım etkiler oluşturabilir. İnsanlar hastalıkları ile ilgili; hastalığın kendisi, belirtileri, etkileri ve nasıl tedavi edilebileceği gibi birçok konuyu öğrenmeye ihtiyaç duyar ya da merak eder. Bu ihtiyaç veya merakın tam olarak giderilememesi hastalarda bir belirsizlik algısına veya endişe, kaygı gibi daha ciddi problemlere yol açabilir. Bu tür problemlerin varlığı veya giderilmemesi zihni meşgul edeceğinden alınan hizmetin değerlendirilmesi üzerinde olumsuz sayılabilecek etkilere yol açabilir. Sağlık hizmetleri sektöründe güven kavramı bu olumsuz etkilerin giderilmesi ya da azaltılmasına yardımcı olabilecek bir unsur olarak kabul edilebilir.

Bu çalışmada hastalarda belirsizlik algısının alınan hizmetin değerlendirilmesi açısından hasta memnuniyeti ve sadakati üzerindeki olumsuz etkisini tespit etmek ve olumsuz duruma çözüm olarak gösterilebilecek güven unsurunun ilimlaştırıcı etkisini ortaya koymak amaçlanmaktadır. Bu bağlamda Gaziantep İlinde faaliyet gösteren 2 kamu hastanesinde klinik ve polikliniklerde sağlık hizmeti almakta olan hastalara 351 adet anket uygulanmıştır. Elde edilen veriler korelasyon ve regresyon ile analiz edilerek, geliştirilen hipotezler test edilmiştir. Analiz sonuçlarına göre belirsizlik algısı ile memnuniyet ve belirsizlik algısı ile sadakat arasında negatif yönlü ve anlamlı bir ilişki olduğu tespit edilmiştir. Ayrıca belirsizlik algısının hasta memnuniyeti ve sadakatini olumsuz yönde etkilediği ve güven düzeyinin ise bu değişkenler arasında ilimlaştırıcı bir etkiye sahip olduğu tespit edilmiştir.

**Anahtar kelimeler:** Belirsizlik Algısı, Güven, Memnuniyet, Sadakat

**JEL Sınıflandırma Kodu:**M31, D89,I10

### **ABSTRACT**

Illness or sickness is one of the most important reasons for the need for health care. Regardless of the differences in personal characteristics such as age, gender, education and profession, all people are potential customers in terms of health care. Being sick or sick is an unexpected situation that individuals can hardly predict in terms of timing. Disease can have a number of physical and psychological effects on people. People are concerned with diseases; the disease itself needs or learns many things, including

<sup>1</sup> Bu çalışma 25-27 Ekim 2018 tarihinde Gaziantep Üniversitesi ve Fon Üniversitesi (Makedonya)'nin katkılarıyla düzenlenen 1.Uluslararası Ekonomi ve İşletme Sempozyumunda sözlü olarak sunulmuş ve sempozyum bildiri kitabında özet bildiri olarak yayınlanmıştır.

symptoms, effects, and how to treat them. Failure to fully satisfy this need or curiosity may lead to a perception of uncertainty or more serious problems such as anxiety and anxiety in patients. Existence or failure to solve such problems will occupy the mind, which can have negative effects on the evaluation of the service received. The concept of trust in the health services sector can be considered as an element that can help to eliminate or reduce these negative effects.

In this study, it is aimed to determine the negative effect of uncertainty perception on patient satisfaction and loyalty in terms of evaluation of the service received and to reveal the moderating effect of confidence which can be shown as a solution to the negative situation. In this context, 351 questionnaires were applied to the patients who were receiving health services in 2 public hospitals and clinics in Gaziantep. The obtained data were analyzed by correlation and regression and the hypotheses developed were tested. According to the results of the analysis, there was a negative and significant relationship between uncertainty perception and satisfaction and uncertainty perception and loyalty. In addition, it was found that perception of uncertainty negatively affected patient satisfaction and loyalty, and confidence level had a moderating effect among these variables.

**Keywords:** Perception of Uncertainty, Trust, Satisfaction, Loyalty

## 1. GİRİŞ

İnsan yaşamı bir süreç olarak düşünüldüğünde doğum ile başlayıp ölüme kadar geçen bir süreyi kapsamaktadır. İnsanlar yaşam süresinin kısa ya da uzun olmasına bakılmaksızın sağlık ve hastalık gibi iki kavram ile iç içe yaşamak durumundadır. Birey kendine özgü, çevresel veya sosyal içerikli olabilecek birçok farklı etmen tarafından etkilenecek hasta olabilir, böylece bazı belirtilerin ortaya çıkması ile işlevsel olarak kapasite kaybı ve günlük yapılan işlerde aksaklıklar yaşanabilir (Cockerham, 2004). Hastalıklar, insanların gündelik hayatlarını sekteye uğratar ve bir süreliğine veya uzun bir süre için günlük hayatın dışında tutar (Narter, 2004). Hastalık algısı, hastalığın bilişsel bir yansımasıdır (Kocaman vd.,2007). Beklenmeyen bir durumun ortaya çıkması ve bireyin hasta olduğunu kabullenmesi sağlık hizmetine ihtiyaç duyulmasının başlangıcı olarak kabul edilebilir. Birey sağlık hizmetine ihtiyaç duyduğu zaman hastalıkları ile ilgili; hastalığın kendisi, belirtileri, etkileri ve nasıl tedavi edilebileceği gibi birçok konuyu öğrenmeye ihtiyaç duyar ya da merak eder. İnsanlar ister bilgi arayışına girsin isterse hiçbir şey yapmadan sadece hekimine güvenerek tüm inisiyatifi ona bıraksın hastalığın başlangıcından tedavi edilene kadar ve sonrasındaki süreçte farklı düzeylerde bilgiye sahip olamama, olayların anlamlandırılmaması, kontrolün sağlanamaması ve hastalığın akıbeti ile ilgili bilinmezlik, bilişsel açıdan bir takım olumsuzluklara yol açabilir.

Bu çalışmada herhangi bir sebepten dolayı sağlık sorunları yaşayan, hasta olduğunun farkında olan ve tedavi görmek amacıyla hastaneye başvuran bireylerin, hastalıkları ile ilgili yaşamış oldukları belirsizlik algısı ile alınan hizmetten memnuniyet ve sadakat düzeyi ilişkisi ve bu ilişki üzerinde hizmet alınan kurum, hekim ve diğer sağlık personellerine duyulan güven düzeyinin ılımlaştırıcı etkisi incelenmektedir.

## 2. LİTERATÜR

### 2.1.Belirsizlik Algısı

Belirsizlik, şüphe ve endişe ile ilişkilendirilebilecek bilmek ile bilmemek arasındaki bir alanı ifade etmektedir (Gabe vd.,2005). Bir olay ya da durumdan ziyade bireyin algısındadır. Herhangi bir durumun kontrolünü sağlamadaki ya da anlamını açıklamadaki yetersizlikten kaynaklanan bilişsel bir durumdur (Crigger,1996). Belirsizlik, gelecekte beklenenin ya da geleceğin net olmaması (Sarıçam vd.,2014) şeklinde de ifade edilmektedir.

Belirsizlik kavramı literatürde iktisat, psikoloji, sosyoloji, psikiyatri, tıp gibi birçok bilim dalında yer bulmuş, çalışmalara konu olmuştur. Belirsizlik kavramı ilk olarak iktisat bilimine Smith ile girmiş olmasına rağmen, 1921 yılında Keynes'in "Olasılık Üzerine İnceleme" ve Knight'ın "Risk, Belirsizlik ve Kar" isimli eserlerinden sonra ilgi görmeye başlamıştır (Akalin ve Dilek,2012).

Sağlık hizmetleri alanında ise asimetric bilgi ve belirsizlik konusunda Arrow (1963) yaptığı çalışmada, piyasa başarısızlığının bilgi eksikliğine dayandığını belirtmiştir. Hekim ile hasta arasındaki bilgi farkı talep eden açısından belirsizliği arttırmaktadır. Sağlık hizmetlerinde belirsizlik talebin ne zaman, nerede, ne şekilde ve ne ölçüde gerçekleşeceğinin bilinmemesini ifade etmektedir (Weisbrod, 1991). Ayrıca belirsizlik hastaların hastalıkları ile ilgili bilgi düzeyleri veya bilgi eksiklikleri ile de oluşabilmektedir.

Hastalıkta belirsizlik, hastalıkla ilgili olayların anlamını belirlemedeki yetersizlik olarak tanımlanmaktadır (Mishel,1988). Hastalıkla ilgili belirsizliğin tanımı bireysel ve kişiye özeldir (Santacroce,2002). Hastalıklar, bireylerin durumu ve sonuçları ile ilgili yeterli bilgi sahibi olamadığı ve hekimler tarafından yeteri kadar bilgilendirme yapılmamasından dolayı psikolojik gerginlik yaratan özel durumlardır (Skipper vd, 1964). Yüksek düzeyde belirsizlik durumu duygusal bozukluk, anksiyete ve depresyonla ilişkilendirilmektedir (McCormick, 2002).

Mishel (1981), belirsizliği ölçmek için Mishel'in Hastalığıdaki Belirsizlik Ölçeğini (MUIS) kullanarak kanserdeki belirsizlik kavramını geniş çapta araştırmıştır. Vera (2009) tarafından yapılan çalışmada farklı türden kanser hastalarında belirsizlik algısı ve anksiyete arasındaki ilişki incelenmiş, belirsizlik ile anksiyete arasında pozitif ilişki bulunduğu tespit edilmiştir. Payment'in (1993) çalışma sonuçlarına göre uzun süre hastanede yatış, karmaşık veya deneysel tedavi uygulamaları ve sağlık hizmeti sağlayıcılarından gelen karışık mesajlar nedeniyle hastalığın daha ciddi veya karmaşık hale gelmesiyle belirsizlik daha belirgin yaşanmaktadır. Johnson vd. (1988) klinik belirsizliğin hastalara açıklanması ve doktor tarafından çözülmesinin hasta memnuniyetini etkilediğini tespit etmişlerdir. Kazer vd. (2011) yaptıkları çalışmada belirsizliği azaltan ve tehlike algılarını yöneten müdahalelerin tedavi sonucu hem yaşam kalitesini hem de memnuniyeti potansiyel olarak iyileştirebileceğini belirtmişlerdir.

Bakioğlu ve Demiral (2013)'a göre belirsizlik yönetiminde kişiler arası güven önemli bir unsurdur ve insanlar birbirlerine duydukları güven oranında bilgi paylaşımında bulunmaktadır.

## 2.2. Güven

Güven hem kurumsal hem de bireysel anlamda her sektörde az ya da çok göz önüne alınması gereken bir kavramdır. Gıda, giyim, otomotiv, elektronik sektörü vs. gibi gözle görülür elle tutulur bir ürün alırken veya eğitim, danışmanlık, sağlık sektörü vs. gibi daha soyut ve değerlendirilmesi daha zor hizmetleri satın alırken de alıcı satıcı arasında güven kavramı anahtar bir unsurdur. Hizmet sektöründe alınan bir danışmanlık hizmetinde, eğitim hizmetinde veya sağlık hizmetinde vaat edilen veya yapılması gereken şeylerin ne kadarının yapıldığını değerlendirmek veya ölçmek çok zordur. İşte bu bilememekten kaynaklanan belirsizlik algısı ve şüpheli davranışlara çözüm olarak gösterilebilecek kilit nokta güven kavramıdır.

Güven kavramı Türk Dil Kurumu tarafından " çekinme ve kuşku duymadan inanma ve bağlanma duygusu" olarak tanımlanmaktadır (TDK, 2018). Güven bir kişinin başkasının sözlerinden, davranışlarından ve kararlarından emin ve buna göre davranma istekliliği (McAllister, 1995) şeklinde de tanımlanmıştır. Güven duyan kişi, karşısındakinin kendisi için önem arz eden davranışlar sergileyeceği beklentisi içinde ve kontrol ya da izlemeyi düşünmeksizin yapacaklarına karşı savunmasız kalmaya gönüllüdür (Mayer vd.,1995). Güvenmek gelecek bugünden belirliymiş gibi davranmaktır ve gelecekteki belirsizliği azaltan bir mekanizmadır (Luhmann, 1979).

Belirsizliğin en çok yaşandığı alanlardan biri olarak sağlık sektöründe güven hekim hasta ilişkisinin temel özelliklerinden biridir. Güven, hekimin belirli bir şekilde davranacağına olan inanç ve beklentilerdir (Pearson ve Raeke, 2000). Güven hekim ile hasta arasındaki ilişki ve yüksek hasta memnuniyeti için ön koşul olarak bulunmuştur. Güven, uygulanan tüm tedavilerin yanında psikolojik olarak rahatlama sağlayan bir placebo (ilaç görünümünde olup aslında tedavi etkisi olmayan, hastayı psikolojik olarak rahatlatmak için verilen ilaç) olarak kabul edilmelidir. Hekime duyulan güven artışı daha fazla memnuniyet, tedaviye bağlılık ve ilişkinin sürdürülmesine neden olabilmektedir (Ertong, 2011). Hekime duyulan güvenin artışı daha fazla bağlılığa yol açmaktadır (Asunakutlu, 2002). Güven düzeyinin düşük olması, verilen hizmetin yetersiz olmasından kaynaklanabilir. Sonuçta hastanın yaşadığı tatminsizlik tedavinin başarıya ulaşma şansını düşürmektedir (Thom vd., 2002). Güvene bu derece önem verilmesinin nedeni güvenin hasta kişinin mutluluğunu etkileyen, tedavinin de bir bileşeni olmasından kaynaklanmaktadır (Frank, 2016).

Güven kavramı sosyal psikoloji, sosyoloji, ekonomi ve pazarlama alanlarında ticari ve kişisel boyutlarda araştırmalara konu olmuştur (Papadopoulo vd., 2001). Ayrıca sağlık ve tıp alanında da, 1995-2003 yılları arasında güven konusu 1612 makalede yer almıştır (Meyer vd.,2008). Thom vd. (2002) çalışmalarında hasta memnuniyeti ve güven düzeyinin paralel hareket ettiğini belirtmiştir. Platonova vd.(2008) doktora güven, hasta sadakati ve memnuniyeti arasındaki ilişkiyi yansıtan bir model geliştirerek aralarında güçlü ve anlamlı bir ilişki olduğunu bulmuşlardır. Loureiro vd. (2014) yaptıkları çalışmada memnuniyet, güven ve algılanan değer müşteri zevklerinden ziyade davranışsal çıktılar üzerinde daha fazla etkiye sahip olduğunu öne sürmüştür.

## 2.3. Memnuniyet ve Sadakat

Günümüzde teknolojinin hız kesmeden gelişmesini sürdürmesi, internet ve sosyal medya kullanımının artması, insanların birbiriyle farklı ortamlarda bilgi paylaşımında bulunmaya başlaması ile hangi sektörde olursa olsun ürün veya hizmetlerin kullanım öncesinde değerlendirilebilmesini, alternatiflerin karşılaştırılabilmesini sağlarken, kişilerin var olan beklenti düzeylerinin daha yüksek bir seviyeye çıkmasına yol açmaktadır. Ürün veya hizmet sunucularının böyle bir ortamda rakiplerinin karşısında ayakta

kalabilmesi ve aktivitelerini sürdürebilmeleri için bu gelişmeleri göz önüne alarak başta müşteri odaklılık olmak üzere müşterilerini memnun etmeye ve yeni müşteri bulmaya ve var olan müşterilerini de elden kaçırmamaya ve onların desteğini almaya daha fazla ihtiyaç duymaktadır.

Memnuniyet, bir mal ya da hizmetin satın alınması veya kullanılması öncesi beklentiler ile sonrasında sonuçların karşılaştırılması ve müşteride oluşan izlenim olarak tanımlanabilir (Atalay, 2006). Ayrıca tüketicilerin ürün veya hizmetin performansı hakkındaki algı ve beklentilerin kıyaslanması ve sonucunda algılanan performansın beklentileri aşıp aşmaması, duruma göre müşterinin ürünü veya hizmeti yeniden satın alma ve çevresine olumlu ya da olumsuz bilgi paylaşımında bulunmasına neden olmaktadır (Tek ve Ünüsan, 1999). Genel olarak memnun bir müşteri; uzun süre işletmeye bağlılık gösteren, çıkarılan yeni ürünleri satın alan, işletmenin kendisi ve ürünleri hakkında olumlu şeyler söyleyen, rakip firmaların marka veya ürünlerine daha az önem veren, ürünlerin fiyatına daha az duyarlılık gösteren ve işletmenin ürünleri hakkında fikirler sunan kişidir (Kotler ve Keller, 2012).

Müşteri (hasta) memnuniyeti kavramı ilk kez 1956 yılında ABD’de hemşirelik alanında değerlendirmeye alınmıştır (Merkouris vd., 1999). Hasta memnuniyeti hizmetin varlığı, ulaşılabilirliği, sunumu, sürekliliği, hizmet verenlerin nicel ve mesleki yeterliliği, hasta ile iletişimleri; hizmet verilen yerin fiziksel özellikleri gibi unsurları içinde barındıran, hizmetin değerlendirilmesi ve beklentilerin karşılanması konusunda bilgiler veren temel ölçüt olarak kabul edilmektedir (Carr-Hill, 1992).

Müşteri sadakati konusu 1990 yılından itibaren önemini giderek arttırmıştır (Aksu, 2006). Sadakat, müşterinin bir firma ya da marka ile ilişkilerini sürdürme isteği diğer bir deyişle taahhüdüdür (Evanschitzky, 2006) şeklinde tanımlanmaktadır. Sadakat bir ürün ya da hizmete müşteri olma sıklığı, sürekli aynı mal, hizmet veya firmayı tercih etmek (Zeithaml vd., 1996) olarak da tanımlanmaktadır. Literatürde müşteri sadakati 3 temel yaklaşım; davranışsal, tutumsal ve karma yaklaşım şeklinde incelenmektedir (Kim vd.,2004). Karma yaklaşıma göre sadakat tekrar satın alma davranışı ve olumlu tutumların birleşimidir (Kim vd.,2004). Bu çalışmada sadakat kavramı karma yaklaşıma göre ele alınıp incelenmiştir.

Müşteri sadakatının sağlanmasında temel unsurun memnuniyet olduğu (Oliver, 1999) belirtilirken, ‘‘her sadık müşteri tatmin edilmiş müşteridir ancak her tatmin edilmiş müşteri sadık müşteri değildir’’ (Bowen ve Shoemaker,1998) şeklinde belirtilerek sadakatın sadece memnuniyet yaratılarak sağlanamayacağı da vurgulanmaktadır. Bayuk ve Küçük (2007) müşteri tatmininin müşteri sadakati açısından gerekli fakat yeterli olmadığını belirtmişlerdir.

### 3. MATERYAL VE YÖNTEM

Hastaların hastalıkları ile ilgili yaşadıkları belirsizlik algısının memnuniyet ve sadakat ile ilişkisi ve güven düzeyinin bu ilişkiye etkisini belirlemek amacıyla; Gaziantep İlinde faaliyet gösteren 2 kamu hastanesinde yatarak ve ayakta (muayene) tedavi görmekte olan hastaları kapsamaktadır. Araştırma kolayda örneklem yöntemi ile poliklinik veya klinik ayrımı yapılmadan ulaşılabilen ve katılmayı kabul eden kişiler üzerinde yapılmıştır. Sağlık Müdürlüğü verilerine göre hastanelerin yıllık toplam hasta sayısının 1 milyon kişiyi aştığı hesaplanmış, buna istinaden evren büyüklüğü 1 milyonun üzeri olarak varsayılmıştır. Yazıcıoğlu ve Erdoğan (2004) tarafından yapılan bir çalışmada  $\alpha=0.05$  için,  $p=0.5$ ,  $q=0.5$  örneklem sayısı 1.000.000 ve üzeri evren büyüklüğü için örneklem sayısı 384 olarak kabul edilmiştir.

Araştırmada hedef katılımcı sayısı 384 iken, ancak uygulamaya katılmayı kabul eden 370 kişiyi ulaşılabilmiş, anket yoluyla elde edilen veriler incelendiğinde de 351 tane anket formu değerlendirmeye uygun görülmüştür.

Belirsizlik algısı düzeyinin ölçümünde Mishel (1981) tarafından geliştirilen ve Vera (2009) tarafından kullanılan belirsizlik, karmaşa, tutarsızlık ve tahmin edilemezlik alt başlıklarını içeren 33 ifadeden oluşan ölçek temel alınmıştır. Ölçeğin 12 ifadeden oluşan belirsizlik (anlam belirsizliği) alt ölçeğinden 7 adet ifade kullanılmıştır.

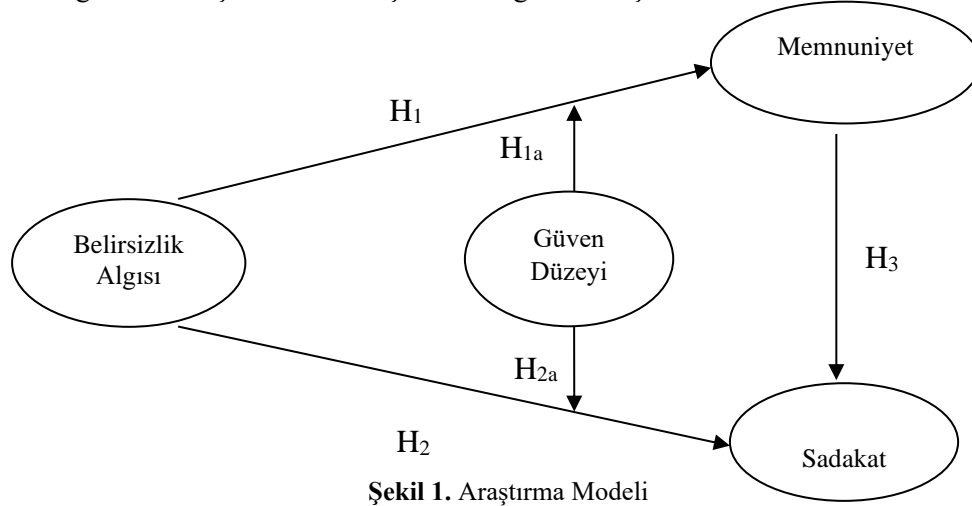
Güven düzeyine ilişkin sorular Ertong (2011) tarafından yapılan çalışmadan yararlanılarak hazırlanmış ve 4 ifadeden oluşmaktadır. Soru ifadeleri likert tipinde ‘‘Hiç Güvenmiyorum, Kesinlikle Güveniyorum’’ şeklinde beş cevaplama seçeneği içermektedir.

Müşterilerin sağlık hizmetlerinden memnuniyet düzeyi ölçümünde Casalo vd. (2008) tarafından kullanılan ankette yararlanılarak, ölçek 4 ifadeden ve sadakat düzeyi ölçeği ise Çatı ve Koçoğlu (2008)’nun kullandığı ankette yararlanılarak ölçek 2 ifadeden oluşturulmuştur. Anketi oluşturan ifadeler 5’li likert

tipinde (1=Kesinlikle Katılmıyorum, 5=Kesinlikle Katılıyorum) hazırlanmıştır. Ayrıca sosyo-demografik özellikler de 7 adet ifade ile ölçülmüştür.

Araştırmada kullanılan anket formu üç bölümden oluşmaktadır. İlk bölüm hastaların yaşadıkları belirsizlik algısı ve güven düzeyini, ikinci bölüm hastaların memnuniyet düzeyi ve sadakat durumunu ölçmektedir. Üçüncü bölümde ise katılımcıların sosyo-demografik özelliklerini yansıtan ifadelerle yer verilmektedir.

Sağlık hizmetlerinin kullanımı sırasında sağlık hizmetlerinden faydalanan hastaların belirsizlik algısının, memnuniyet ve sadakat düzeyi üzerindeki etkisi ve bu değişkenleri etkileyen güven değişkeninin etkisi incelenmiştir. Bu doğrultuda araştırma modeli Şekil 1’de gösterilmiştir.



Şekil 1. Araştırma Modeli

Araştırmanın hipotezleri yukarıda yapılan kavramsal açıklamalar ve literatür taraması doğrultusunda ve tasarlanan araştırma modeline göre şu şekilde belirlenmiştir:

H<sub>1</sub>: Belirsizlik algısı memnuniyet düzeyine negatif etki eder.

H<sub>1a</sub>: Belirsizlik algısının memnuniyete etkisinde güven düzeyinin ılımlatıcı bir etkisi vardır.

H<sub>2</sub>: Belirsizlik algısı sadakat düzeyine negatif etki eder.

H<sub>2a</sub>: Belirsizlik algısının sadakate etkisinde güven düzeyinin ılımlatıcı bir etkisi vardır.

H<sub>3</sub>: Memnuniyet düzeyi ile sadakat düzeyi arasında pozitif ilişki vardır.

#### 4. BULGULAR

Gaziantep İlinde faaliyet gösteren 2 kamu hastanesinde yapılan çalışmanın katılımcılarından elde edilen veriler frekans ve yüzde dağılımı, ortalama değerleri ve hipotez testleri (anova, korelasyon, regresyon) ile analiz edilerek sonuçları tablolar halinde sunulmuştur.

Tablo 1. Katılımcıların Demografik Özellikleri Frekans ve Yüzde Dağılımı

|               |             | Frekans Dağılımı | %         |               |                  | Frekans Dağılımı      | %    |      |
|---------------|-------------|------------------|-----------|---------------|------------------|-----------------------|------|------|
| Cinsiyet      | Kadın       | 211              | 60,1      | Meslek        | İşçi             | 66                    | 18,8 |      |
|               | Erkek       | 140              | 39,9      |               | Memur            | 68                    | 19,4 |      |
| Yaş           | 20 yaş altı | 43               | 12,3      |               | Öğrenci          | 18                    | 5,1  |      |
|               | 20-29       | 114              | 32,5      |               | Ev hanımı        | 101                   | 28,8 |      |
|               | 30-39       | 110              | 31,3      |               | Serbest          | 24                    | 6,8  |      |
|               | 40-49       | 57               | 16,2      |               | Emekli           | 11                    | 3,1  |      |
|               | 50-59       | 23               | 6,6       |               | Esnaf            | 31                    | 8,8  |      |
|               | 59 yaş üstü | 4                | 1,1       |               | İşsiz            | 11                    | 3,1  |      |
| Medeni Hal    | Evli        | 248              | 70,7      |               | Öğretmen         | 9                     | 2,6  |      |
|               | Bekar       | 79               | 22,5      |               | Emniyet pers.    | 3                     | ,9   |      |
|               | Diğer       | 24               | 6,8       |               | Diğer            | 9                     | 2,6  |      |
| Eğitim Durumu | Okur-yazar  | 45               | 12,8      |               | Sağlık Güvencesi | Sgk                   | 256  | 72,9 |
|               | İlköğretim  | 117              | 33,3      |               |                  | Özel sağlık sigortası | 9    | 2,6  |
|               | Lise        | 112              | 31,9      |               |                  | Yeşil kart            | 60   | 17,1 |
|               | Önlisans    | 35               | 10,0      | Diğer         |                  | 26                    | 7,4  |      |
|               | lisans      | 36               | 10,3      | Aylık Gelir   |                  | 1000 tl. altı         | 57   | 16,2 |
| Y.lisans      | 6           | 1,1              | 1000-2000 |               | 157              | 44,7                  |      |      |
|               |             |                  | 2001-3000 |               | 75               | 21,4                  |      |      |
|               |             |                  | 3001-4000 |               | 40               | 11,4                  |      |      |
|               |             |                  |           | 4000 tl. üstü | 22               | 6,3                   |      |      |

Araştırmaya katılanların, demografik özellikleri incelendiğinde hastaların çoğunluğu (% 60,1) kadınlardan oluşmaktadır. Yaş açısından katılımcıların büyük çoğunluğu (% 80,0) 20-49 yaş aralığında yer almaktadır. Hastaların büyük çoğunluğu (%70,7) evli ve lise ve altında (% 65,2) bir eğitim düzeyine sahiptir. Katılımcıların mesleklerine göre dağılımında en fazla ev hanımı (% 28,8) göze çarparken en az ise emniyet personeli (% 0,9) yer almaktadır. Hastaların büyük çoğunluğu (% 82,3) 3000 TL.'nin altında gelir düzeyine sahipken, çoğunluğu sağlık güvencesi Sgk (% 72,9) kapsamında yer almaktadır.

**Tablo 2.** Katılımcıların Belirsizlik, Güven, Memnuniyet ve Sadakat Düzeyi Ortalamaları

| Belirsizlik Algısı | Ortalama   | 3,10 |
|--------------------|------------|------|
|                    | Std. Sapma | ,75  |
| Güven Düzeyi       | Ortalama   | 3,74 |
|                    | Std. Sapma | ,78  |
| Memnuniyet         | Ortalama   | 3,60 |
|                    | Std. Sapma | ,93  |
| Sadakat            | Ortalama   | 3,48 |
|                    | Std. Sapma | ,95  |

Araştırmaya katılanların anketi oluşturan ifadelere vermiş oldukları cevapların aritmetik ortalama ve standart sapmaları Tablo 2'de verilmiştir. Elde edilen bulgulara göre katılımcıların orta düzeyde belirsizlik yaşadığı ve yüksek düzeyde güven, memnuniyet ve sadakat ortalamalarına sahip olduğu görülmektedir.

Verilerin parametrik testler yapmaya uygunluğunu ölçmek amacıyla geçerliliğinin kontrolü için; tüm değişkenlere ait Kolmogorov-Smirnov testi anlamlılık düzeyi ,00 olmasına rağmen, tablo 3.'de görüldüğü gibi çarpıklık (skewness) ve basıklık (kurtosis) değerlerinin %5 güven aralığı için  $\pm 2.58$  değer aralığında olduğundan dolayı verilerin normal dağılıma uygunluk gösterdiği kabul edilmiştir.

**Tablo 3.** Belirsizlik, Güven, Memnuniyet ve Sadakat Düzeyi Çarpıklık Basıklık Değerleri

| Belirsizlik Algısı | Çarpıklık | ,140  |
|--------------------|-----------|-------|
|                    | Basıklık  | ,154  |
| Güven Düzeyi       | Çarpıklık | -,650 |
|                    | Basıklık  | ,980  |
| Memnuniyet         | Çarpıklık | -,725 |
|                    | Basıklık  | ,445  |
| Sadakat            | Çarpıklık | -,541 |
|                    | Basıklık  | ,254  |

Ölçeği oluşturan ifadelerin güvenilirliğini (iç tutarlılık) ölçmek için Cronbach's Alpha değerlerine bakılmış ve ,70 üzeri değerler yeterli bir güvenilirlik göstergesi (Hair vd., 1995) olarak kabul edilmiştir.

**Tablo 4.** Araştırma Modeli Cronbach's Alpha Değerleri

|              | Cronbach's Alpha | İfade Sayısı |
|--------------|------------------|--------------|
| Güven Düzeyi | ,830             | 4            |
| Belirsizlik  | ,804             | 7            |
| Memnuniyet   | ,962             | 4            |
| Sadakat      | ,841             | 2            |
| Model        | ,766             | 17           |

Modeli oluşturan toplam 17 ifade birlikte incelendiğinde; ,766 Cronbach's Alpha değeri ile yeterli güvenilirlik göstergesi olarak kabul edilen ,70 değerinin üzerinde gerçekleşmiştir. Bu durumda modeli oluşturan tüm ifadeler birbiri ile yeterli derecede uyum göstermektedir.

#### 4.1. Korelasyon Analizi

Araştırma modelindeki değişkenler arasındaki ilişkiyi incelemek amacıyla korelasyon analizi yapılarak tablo halinde sunulmuştur.

**Tablo 5.** Korelasyon Tablosu

|             | N   | Belirsizlik | Memnuniyet | Sadakat |
|-------------|-----|-------------|------------|---------|
| Belirsizlik | 351 | 1           |            |         |
| Memnuniyet  | 351 | -,161**     | 1          |         |
| Sadakat     | 351 | -,270**     | ,724**     | 1       |

\*\* . Korelasyon 0.01 Düzeyinde Anlamlı (2-Uçlu).

Tablo 5.'e göre hastaların belirsizlik algısı düzeyi ile hizmetten memnuniyet düzeyi arasında ,01 anlamlılık düzeyinde ters (negatif) yönlü ve anlamlı fakat çok zayıf bir ilişki bulunmaktadır. Belirsizlik algısı düzeyi ile sadakat düzeyi arasında ters (negatif) yönlü ve anlamlı fakat zayıf bir ilişki bulunmaktadır. Hizmetten memnuniyet düzeyi ile sadakat düzeyi arasında ise doğrusal (pozitif) yönlü, anlamlı ve güçlü bir ilişki bulunmaktadır.

#### 4.2. Regresyon Analizi

Araştırma modelini oluşturan bağımsız değişken belirsizlik algısı ile bağımlı değişkenler memnuniyet ve sadakat arasındaki nedensellik ilişkisini açıklamak için regresyon analizi yapılmıştır.

Regresyon analizi yapabilmek için; verilerin normal dağılım gösterdiği varsayılmıştır. Hata terimleri arasında otokorelasyon olup olmadığına dair, Durbin Watson istatistik değerinin 1,5-2,5 arasında olduğu görülmüştür. Zresid ve Zpred grafiğine bakılarak hataların rastgele dağılımı ve homoscedasticity (eşvaryanslılık) varsayımı kontrol edilmiştir. Multicollinearity (çoklu doğrusallık) 'ın olup olmadığının kontrolü için Tolerance ve VIF değerlerine bakılarak (Tolerans=1,00 –VIF= 1,00), tolerans değerinin 0.2'den büyük ve VIF değerinin de 10'dan küçük (Hair vd.,1995) olduğu tespit edilmiştir.

##### 4.2.1. Belirsizlik Algısı ve Memnuniyet Arasındaki Nedensellik İlişkisi

Regresyon analizi sonucuna göre R katsayısı bağımsız değişken belirsizlik algısı düzeyi ile bağımlı değişken memnuniyet düzeyi arasında ,161 değerinde bir korelasyon ilişkisinin olduğunu göstermektedir. R<sup>2</sup> katsayısı ise bağımlı değişken memnuniyet düzeyindeki değişimin % 2,6'sının bağımsız değişken belirsizlik algısı tarafından açıklandığını ifade etmektedir.

Tablo 6. Regresyon Analizi Katsayıları

| Model              | Standartlanmamış Katsayılar |           | Standartlaştırılmış katsayılar | t      | Sig. |
|--------------------|-----------------------------|-----------|--------------------------------|--------|------|
|                    | B                           | Std. Hata | Beta                           |        |      |
| 1                  |                             |           |                                |        |      |
| Memnuniyet (Sabit) | 4,194                       | ,199      |                                | 21,088 | ,000 |
| Belirsizlik        | -,201                       | ,066      | -,161                          | -3,052 | ,002 |

Tablo 6.'ya göre bağımlı değişken memnuniyet düzeyinin sabit değeri (B) 4,194 yani hiçbir etkiye maruz kalmadan aldığı değer sig.,000 olduğundan anlamlıdır. Bağımsız değişken belirsizlik algısı için B ise -,201 değeri ve sig.,002 olduğundan anlamlı ve belirsizlik algısında meydana gelecek 1 birimlik artış, memnuniyet düzeyinde negatif etki yaparak ,201 değerinde bir azalmaya yol açmaktadır.

Tablo 7. Anova Analiz Sonuçları

| Model                  | F     | Sig. |
|------------------------|-------|------|
| Belirsizlik-Memnuniyet | 9,313 | ,002 |

Tablo 7.'ye göre regresyon modeli F 9,313 değeri, sig. ,002 düzeyinde bir bütün olarak anlamlı bulunmuştur. Elde edilen bu bulgular ile H<sub>1</sub> hipotezi desteklenmektedir.

##### 4.2.2. Belirsizlik Algısı ve Sadakat Arasındaki Nedensellik İlişkisi

Analiz sonuçlarına göre R katsayısı bağımsız değişken belirsizlik algısı düzeyi ile bağımlı değişken sadakat düzeyi arasında ,270 değerinde bir korelasyon ilişkisinin olduğunu göstermektedir. R<sup>2</sup> katsayısı ise bağımlı değişken sadakat düzeyindeki değişimin % 7,3'ünün bağımsız değişken belirsizlik algısı tarafından açıklandığını ifade etmektedir.

Tablo 8. Regresyon Analizi Katsayıları

| Model           | Standartlanmamış Katsayılar |           | Standartlaştırılmış katsayılar | t      | Sig. |
|-----------------|-----------------------------|-----------|--------------------------------|--------|------|
|                 | B                           | Std. Hata | Beta                           |        |      |
| 1               |                             |           |                                |        |      |
| Sadakat (Sabit) | 4,484                       | ,198      |                                | 22,662 | ,000 |
| Belirsizlik     | -,343                       | ,065      | -,270                          | -5,239 | ,000 |

Tablo 8.'e göre bağımlı değişken sadakat düzeyinin sabit değeri (B) 4,484, sig.,000 olduğundan anlamlıdır. Bağımsız değişken belirsizlik algısı için B ise -,343 değeri ve sig.,000 olduğundan anlamlı ve belirsizlik algısında meydana gelecek 1 birimlik artış, sadakat düzeyinde negatif etki yaparak ,343 değerinde bir azalmaya yol açmaktadır.

**Tablo 9.** Anova Analiz Sonuçları

| Model               | F      | Sig. |
|---------------------|--------|------|
| Belirsizlik-Sadakat | 27,447 | ,000 |

Tablo 9.'a göre regresyon modeli F 27,447 değeri, sig. ,000 düzeyinde bir bütün olarak anlamlı bulunmuştur. Elde edilen bu bulgular ile H<sub>2</sub> hipotezi desteklenmektedir.

#### 4.2.3. Memnuniyet Düzeyi ve Sadakat Arasındaki Nedensellik İlişkisi

Analiz sonuçlarına göre R katsayısı bağımsız değişken memnuniyet düzeyi ile bağımlı değişken sadakat düzeyi arasında ,724 değerinde bir korelasyon ilişkisinin olduğunu göstermektedir. R<sup>2</sup> katsayısı ise bağımlı değişken sadakat düzeyindeki değişimin % 52,5'inin bağımsız değişken memnuniyet düzeyi tarafından açıklandığını ifade etmektedir.

**Tablo 10.** Regresyon Analizi Katsayıları

| Model      | Standartlanmamış Katsayılar |           | Standartlaştırılmış katsayılar | t      | Sig. |
|------------|-----------------------------|-----------|--------------------------------|--------|------|
|            | B                           | Std. Hata | Beta                           |        |      |
| 1          |                             |           |                                |        |      |
| Sadakat    | ,816                        | ,140      |                                | 5,822  | ,000 |
| Memnuniyet | ,739                        | ,038      | ,724                           | 19,627 | ,000 |

Tablo 10.'a göre bağımlı değişken sadakat düzeyinin sabit değeri (B) ,816, sig.,000 olduğundan anlamlıdır. Bağımsız değişken memnuniyet düzeyi için B ise ,739 değeri ve sig.,000 olduğundan anlamlı ve memnuniyet düzeyinde meydana gelecek 1 birimlik artış, sadakat düzeyinde pozitif etki yaparak ,739 değerinde bir artışa yol açmaktadır.

**Tablo 11.** Anova Analiz Sonuçları

| Model               | F       | Sig. |
|---------------------|---------|------|
| Memnuniyet- Sadakat | 386,204 | ,000 |

Tablo 11.'e göre regresyon modeli F 386,204 değeri, sig. ,000 düzeyinde bir bütün olarak anlamlı bulunmuştur. Elde edilen bu bulgular ile H<sub>3</sub> hipotezi desteklenmektedir.

#### 4.3. Moderator (İlmlaştırıcı) Etki Analizi

##### 4.3.1. Belirsizlik Algısı, Memnuniyet Düzeyi ve Güven Arasındaki İlişki

Analiz sonuçlarına göre R katsayısı bağımsız değişken olarak kabul edilen moderator (ilmlaştırıcı) değişkeni ile bağımlı değişken memnuniyet düzeyi arasında ,340 değerinde bir korelasyon ilişkisinin olduğunu göstermektedir. R<sup>2</sup> katsayısı ise bağımlı değişken memnuniyet düzeyindeki değişimin % 11,6'sının moderator değişken tarafından açıklandığını ifade etmektedir.

**Tablo 12.** Regresyon Analizi Katsayıları

| Model              | Standartlanmamış Katsayılar |           | Standartlaştırılmış katsayılar | t      | Sig. |
|--------------------|-----------------------------|-----------|--------------------------------|--------|------|
|                    | B                           | Std. Hata | Beta                           |        |      |
| 1                  |                             |           |                                |        |      |
| Memnuniyet (Sabit) | 3,649                       | ,047      |                                | 76,923 | ,000 |
| Moderator          | ,236                        | ,035      | ,340                           | 6,755  | ,000 |

Tablo 12.'ye göre bağımlı değişken memnuniyet düzeyinin sabit değeri (B) 3,649, sig.,000 olduğundan anlamlıdır. Bağımsız değişken moderator için B ise ,236 değeri ve sig.,000 olduğundan anlamlı ve meydana gelecek 1 birimlik artış, memnuniyet düzeyinde pozitif etki yaparak ,236 değerinde bir artışa yol açmaktadır. Tablo 12. ve 6.karşılaştırıldığında anlamlılık düzeyinin ,002 den ,000 düzeyine, negatif yönlü (-,161) korelasyon ilişkisinin (,340) pozitif yönlü ilişkiye ve negatif yönde etkinin (-,201), pozitif yönde (,236) etkiye dönüştüğü göze çarpmaktadır.

**Tablo 13.** Anova Analiz Sonuçları

| Model                | F      | Sig. |
|----------------------|--------|------|
| Memnuniyet-Moderator | 45,627 | ,000 |

Tablo 13.'e göre regresyon modeli F 45,627 değeri, sig. ,000 düzeyinde bir bütün olarak anlamlı bulunmuştur. Bu bağlamda araştırma modeline göre H<sub>1a</sub> hipotezi desteklenmektedir.



### 4.3.2. Belirsizlik Algısı, Sadakat ve Güven Arasındaki İlişki

Sonuçlara göre R katsayısı bağımsız değişken olarak kabul edilen moderatör (ılımlatıcı) değişken ile bağımlı değişken olan sadakat düzeyi arasında ,272 değerinde bir korelasyon ilişkisinin olduğunu göstermektedir. R<sup>2</sup> katsayısı ise bağımlı değişken sadakat düzeyindeki değişimin % 7,4'ünün moderatör değişken tarafından açıklandığını ifade etmektedir.

**Tablo 14.** Regresyon Analizi Katsayıları

| Model           | Standartlanmamış katsayılar |           | Standartlaştırılmış katsayılar | t      | Sig. |
|-----------------|-----------------------------|-----------|--------------------------------|--------|------|
|                 | B                           | Std. Hata | Beta                           |        |      |
| Sadakat (Sabit) | 3,515                       | ,050      |                                | 71,003 | ,000 |
| Moderatör       | ,193                        | ,037      | ,272                           | 5,277  | ,000 |

Tablo 14.'e göre bağımlı değişken sadakat düzeyinin sabit değeri (B) 3,515, sig.,000 olduğundan anlamlıdır. Bağımsız değişken moderatör için B ise ,193 değeri ve sig.,000 olduğundan anlamlı ve meydana gelecek 1 birimlik artış, sadakat düzeyinde pozitif etki yaparak ,193 değerinde bir artışa yol açmaktadır. Tablo 14. ve 8. karşılaştırıldığında negatif yönlü(-,270) korelasyon ilişkisinin (,272) pozitif yönlü ilişkiye ve negatif yönde etkinin (-,343), pozitif yönde ( ,193) etkiye dönüştüğü göze çarpmaktadır.

**Tablo 15.** Anova Analiz Sonuçları

| Model              | F      | Sig. |
|--------------------|--------|------|
| Sadakat- Moderatör | 27,849 | ,000 |

Tablo 15'e göre regresyon modeli, F 27,849 değeri, sig. ,000 anlamlılık düzeyinde bir bütün olarak anlamlı bulunmuştur. Bu bağlamda araştırma modeline göre H<sub>2a</sub> hipotezi desteklenmektedir.

## 5. TARTIŞMA

Araştırmadan elde edilen bulgular hastaların hastalıkları ile ilgili belirsizlik algısı düzeyi ile alınan hizmetten memnuniyet düzeyi arasında anlamlı ve negatif yönlü bir ilişkinin olduğu, belirsizlik düzeyi arttıkça memnuniyetin azalacağı anlaşılmaktadır. Belirsizlik algısının artışı ile memnuniyetin azalma eğilimi göstereceği, Kazer vd., (2013)'nin yaptığı çalışmayla tutarlık göstermektedir. Hastalarla ilgili klinik belirsizliğe açıklama getirilmesinin de hastaların memnuniyetini artıracacağı (Johnson vd., 1988; Gordon vd., 2000; Bristowe vd., 2015) görüşünü desteklemektedir.

Araştırmanın belirsizlik algısı ve sadakat düzeyi ile ilgili bulguları incelendiğinde, iki değişken arasında anlamlı ve negatif yönlü bir ilişki mevcutken, sadakat düzeyi memnuniyet düzeyine göre belirsizlik algısından daha fazla etkilenmektedir. Literatürde iki değişken arasındaki ilişkiyi inceleyen bir araştırmaya rastlanmadığından karşılaştırma yapılamamış fakat belirsizlik algısı düzeyinin psikolojik yönünün ağır basması, psikoloji ve psikiyatri literatüründe giderilememesi durumunda daha ileri boyutlarda psikolojik sorunlara zemin hazırlayabileceği belirtilirken, sadakatın davranışsal ve özellikle tutumsal boyutunun da psikolojik yönlerinin olması etkileşimin bir göstergesi olarak kabul edilebilir.

Memnuniyet ve sadakat düzeyi arasında ise anlamlı ve pozitif yönlü güçlü bir ilişki olduğu bulgulardan anlaşılmaktadır. Bu durum Oliver (1999), Chen ve Chang (2006), Casalo vd. (2008), Kotler ve Keller (2012), Orel ve Kara (2012), Cengiz (2013) ve Uyar (2019)'ın araştırma bulguları ile tutarlılık gösterirken memnuniyet düzeyinin müşteri sadakatini karşılama Bayuk ve Küçük (2007)'ün çalışmalarında belirttiği gibi gerekli fakat yeterli olmadığı görülmektedir. Dolayısıyla müşteri sadakatinin sağlanmasında daha başka faktörlerin de göz önüne alınması gerektiği anlaşılmaktadır.

Araştırmada güven düzeyinin ılımlatıcı etkisinin varlığına dair bulgular incelendiğinde hem belirsizlik algısı ile memnuniyet düzeyi hem de belirsizlik algısı ile sadakat düzeyi arasında anlamlı ve negatif olan ilişki yönünü pozitif yöne dönüştüren bir etkinin ortaya çıktığı görülmektedir. Luhmann (1979) ve Bakioğlu ve Demiral (2013)'in hastaların sahip olduğu yüksek güven düzeyinin belirsizliği azaltan bir mekanizma olduğundan olumlu bir etkiye sahip olacağı görüşünü destekler niteliktedir. Ayrıca Mishel ve Braden (1987)'in sağlık hizmeti sağlayıcısına duyulan güven ve inancın daha düşük bir genel belirsizlik seviyesine, hastalığın durumu hakkında daha az belirsizliğe ve tedaviyle ilgili daha az algılanan karmaşıklığa yol açacağı görüşü ile uyumluluk göstermektedir.

Araştırma bulgularını karşılaştırmak amacıyla ne hastalarda belirsizlik algısı ile memnuniyet ne de hastalarda belirsizlik algısı ile sadakat düzeyi ilişkisi üzerine güvenin ılımlaştırıcı etkisini inceleyen bir araştırmaya literatürde rastlanmamıştır.

## 6. SONUÇ ve ÖNERİLER

Hastaneler açısından; hastaların zihninde oluşabilecek belirsizlik veya soru işaretlerini ortadan kaldırmak, hasta memnuniyetini arttırmak, hastaneyi tüm yakın çevresine veya tanıdıklarına rahatlıkla tavsiye edebilecek ve gerektiğinde hastaneleri tekrar ziyaret edebilecek bir müşteri kitlesi oluşturmak önem arz etmektedir.

Sağlık ve tıp bilimleri literatüründe; özellikle klinik hizmetlerde hastalıkla ilgili belirsizlik algısının teşhis öncesi hasta psikolojisine, sağlık hizmetlerinin çıktısı olarak iyileşme ve iyileşme tablosuna, taburculuk sonrası yaşam kalitesine etki ettiğine dair birçok çalışma yer almaktadır. Hastalıkla ilgili belirsizlik algısının yüksek olduğu durumlarda endişe, kaygı, anksiyete ve depresyona kadar giden psikolojik bozukluklara yol açtığı da yazında dile getirilmektedir.

Araştırma sonuçlarına göre; sağlık hizmetlerinden faydalanan hastalar hastalıkları ile ilgili orta düzeyde belirsizlik algısı yaşamaktadır. Hastaların hastalıkları ile ilgili belirsizlik algısı, alınan hizmetten memnuniyet ve hizmet veren kuruma sadakat üzerinde olumsuz bir etkiye sahiptir.

Sonuçlar hizmet öncesi ve esnasında hastanın psikolojik durumunun (belirsizlik algısı), hasta memnuniyetinin sağlanması için gereken kriterler içinde düşünülmesini, etkilerinin en aza indirilmesinin gerektiğini, hastanelerin müşteri odaklı olabilmesi için müşterinin (hasta) psikolojik durumuna da odaklanmasının gerektiğini göstermektedir.

Ayrıca araştırma sonuçları, hastaların hizmet sunanlara duydukları güven düzeyinin de belirsizliğin olumsuz etkilerini azaltmada, memnuniyetin artırılması ve sadakatin sağlanmasında anahtar bir rol oynadığını göstermektedir.

Literatürde çoğunlukla memnuniyet (algılanan hizmet kalitesi (Hou, 2005; Şener ve Behdioğlu, 2013), imaj (Marangoz ve Akyıldız, 2007), güven (Platonova vd., 2008), personel hasta etkileşimi, doktor hasta etkileşimi, bilgi verme, fiziki ve çevresel koşullar (Büber ve Başer, 2012), dürüst satış davranışları (Jalali vd., 2016)) ve sadakatin ( memnuniyet (Kotler ve Keller, 2012; Orel ve Kara, 2012; Cengiz, 2013; Uyar, 2019), hizmet kalitesi (Yıldız ve Çilingir, 2010; Suki, 2011), hekim tutumları ve tedavi bedeli (Varinli ve Çakır, 2004), algılanan şirket imajı (Marangoz ve Akyıldız, 2007), doktora güven (Platonova vd., 2008), müşteri beklentileri (Çatı vd., 2010), risk algısı (Demir, 2011)) farklı faktörlerle ilişkilendirilmesine rağmen, elde edilen sonuçlar hastaların belirsizlik algısı düzeyinin de göz ardı edilmemesi gerektiğine işaret etmektedir.

Hastanelerde hastaların hastalıkları ile ilgili psikolojik durumlarının kontrolü ve iyileştirilmesini sağlayacak, konusunda uzman psikolog veya psikiyatristler tarafından hizmet verilen bir birimin kurulması, görevli personellere düzenli olarak hasta psikolojisi, empati ve iletişim ile ilgili konularda eğitim verilmesi, sağlık profesyonellerinin hasta ile iletişim kurarken hastaların içinde buldukları ruh halini anlamaya çalışmaları gerekmektedir. Ayrıca teşhis, tetkik ve tedavi amaçlı yapılan tüm uygulamalarda hastaların hasta mahremiyeti ve kişisel bilgilerinin saklanması gibi farklı konularda azami hassasiyet gösterilerek hastaya güvende olduğu hissini kazandırılması gerekmektedir.

Çalışmanın araştırma modeli kapsamında incelenen değişken ilişkilerinin, hastane türü, tedavi şekli gibi farklı kriterlere göre ve tüm toplumu kapsayacak şekilde genişletilerek incelenmesi, değişkenler arasındaki ilişkiler konusunda daha genel yargılara varılarak literatüre önemli katkılar sağlayacağı düşünülmektedir.

Araştırmada incelenen kavramların arasındaki ilişkileri bir arada inceleyen çalışmaların literatürde pek yer almadığı göz önüne alındığında, araştırmanın oluşan bu boşluğu dolduruyor olması önemli bir husustur.

Araştırmanın sadece 2 hastanede, belirli bir tarih aralığında yapılması ve anket uygulamasının belirli bir zaman gerektirmesi ve katılımcıların zaman problemi nedeniyle sorulara rastgele cevap verme ihtimali, katılımcılara sorulan soruların anlaşılabilmesi, yanlış anlaşılması veya yanlış cevaplanma ihtimali araştırmanın kısıtlılıkları arasında sayılabilir.

**KAYNAKÇA**

- Akalın, G., & Dilek, S. (2012). Belirsizlik altında tüketicilerin kararları. *Uluslararası Yönetim İktisat ve İşletme Dergisi*, 3(6), 33-48.
- Aksu, A. (2006) "Gap Analysis in Customer Loyalty: A Research in 5-Star in the Antalya Region of Turkey", *Quality & Quantity*, 40, ss. 187-205.
- Arrow, K. J. (1963). Uncertainty and The Welfare Economics of Medical Care. *The American Economic Review*. 53(5):941-973.
- Asunakutlu, T. (2002). Örgütsel güvenin oluşturulmasına ilişkin unsurlar ve bir değerlendirme. *Muğla Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 9, 1-13. ss.
- Atalay, İ. (2006). Sağlık sektöründen hizmet alanların memnuniyetlerinin ölçülmesinde fiyat değişkeninin rolü ve bir uygulama. *Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi*, Haliç Üniversitesi SBE, İstanbul.
- Bakioğlu, A., & Demiral, S. (2013). Okul yöneticilerinin belirsizlik durumlarını algılama ve karar verme tarzları.
- Bayuk, N. ve Küçük F. (2007), „Müşteri Tatmini ve Müşteri Sadakati İlişkisi“ Marmara Üniversitesi İ.İ.B.F. Dergisi, 22 (1), ss. 285-292.
- Bowen, John ve Shoemaker, Stowe, (1998), "Loyalty: A strategic commitment ". *Cornell Hotel and Restaurant Administration Quarterly*, 39 (1), 12-25.
- Bristowe, K., Carey, I., Hopper, A., Shouls, S., Prentice, W., Caulkin, R., ... ve Koffman, J. (2015). Patient and carer experiences of clinical uncertainty and deterioration, in the face of limited reversibility: a comparative observational study of the AMBER care bundle. *Palliative medicine*, 29(9), 797-807.
- Büber, R., ve Başer, H. (2012). Sağlık İşletmeleinde Müşteri Memnuniyeti: Vakıf Üniversitesi Hastanesinde Bir Uygulama. *Sosyal ve Beşeri Bilimler Dergisi*, 4(1), 265-274.
- Carr-Hill, R.A. (1992), The Measurement of Patient Satisfaction, *Journal of Public Health Med*, 3: 236-249.
- Casaló, L. V., Flavián, C., ve Guinalú, M. (2008). The role of satisfaction and website usability in developing customer loyalty and positive word-of-mouth in the e-banking services. *International Journal of Bank Marketing*, 26(6), 399-417.
- Cengiz, I. (2013). Müşteri Memnuniyetini Oluşturan Faktörlerin Müşteri Sadakatine Etkisinin Lojistik Regresyon Analizi İle İncelenmesi (Master's thesis, Afyon Kocatepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü).
- Chen, C-C. ve Chang, S-C. (2006) 'Research On Customer Satisfaction: Take the Loan Market of the Taiwanese Region as an Examle', *Journal of American Academy of Business*, Cambridge, March, 9/1, ss. 197-201.
- Cockerham, W. (2004) *Medical Sociology*. New Jersey: Prentice Hall.
- Crigger NJ (1996) Testing an uncertainty model for women with multiple sclerosis. *Adv Nurs Sci*, 18(3): 37-47.
- Çatı, K. ve Koçoğlu, C. M. (2008). Müşteri Sadakati ve Müşteri Tatmini Arasındaki İlişkiyi Belirlemeye Yönelik Bir Araştırma. *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 19, 167-188.
- Çatı K., Koçoğlu, C. M., ve Gelibolu, L. (2010). Müşteri beklentileri ile müşteri sadakati arasındaki ilişki: beş yıldızlı bir otel örneği. *Çukurova Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 19(1).
- Ertong, G. (2011), "Sağlık Sisteminde Hekim-Hasta İlişkisi ve Güven Unsuru", *Yayımlanmamış Doktora Tezi*, Ankara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara
- Evanschitzky, H. vd. "The Relative Strength of Affective Commitment in Securing Loyalty in Service Relationships", *Journal of Business Research*, Cilt: 59, 2006, ss. 1207-1213.
- Frank R. G. (2016) Davranışsal İktisat ve Sağlık Ekonomisi (Çev. Göksu Y.D.). Davranışsal İktisat ve Davranışsal İktisadın Uygulamaları In Diamond P. and Vartiainen H. (Eds.) ss. 195-234. (Çev. Ed.) Kamilçelebi H. Nobel Akademik Yayıncılık, İstanbul.
- Gabe, J., Bury, M., Elston, M. A. (2005) *Key Concepts in Medical Sociology*. London: Sage
- Gordon G.H., Joos S.K., ve Byrne J. (2000) Physician expressions of uncertainty during patient encounters. *Patient Educ Couns*, 40(1):59-65.

- Hair, J.F. Jr., Anderson, R.E., Tatham, R.L., Black, W.C. (1995). *Multivariate data analysis with readings*. 4th ed. Prentice-Hall International Inc..
- Hou, Y. (2005). *Service quality of online apparel retailers and its impact on customer satisfaction, customer trust and customer loyalty* (Doctoral dissertation, University of North Carolina at Greensboro).
- Jalali, Z., Sheikhesmaeili, S., & Mohammadi, A. (2016). The effects of Ethical Sale Behaviors on Customer Loyalty with the transaction cost theory approach in life insurances: Study of the Iran Insurance Company of Sanandaj. *International Journal of Humanities and Cultural Studies (IJHCS)* ISSN 2356-5926, 1370-1379.
- Johnson, C. G., Levenkron, J. C., Suchman, A. L., ve Manchester, R. (1988). Does physician uncertainty affect patient satisfaction?. *Journal of General Internal Medicine*, 3(2), 144-149.
- Kazer M.W., Bailey D.E. , Sanda M. *et al* . (2011), Internet uncertainty management intervention for older men undergoing active surveillance for prostate cancer . *Oncol Nurs Forum* ; 38 : 561 – 8
- Kazer M.W., Bailey D.E. , Sanda M. *et al* . (2011), Internet uncertainty management intervention for older men undergoing active surveillance for prostate cancer . *Oncol Nurs Forum* ; 38 : 561 – 8
- Kazer, M. W., Bailey Jr, D. E., Chipman, J., Psutka, S. P., Hardy, J., Hembroff, L., ... & PROSTQA Consortium Study Group. (2013). Uncertainty and perception of danger among patients undergoing treatment for prostate cancer. *BJU international*, 111(3b), E84-E91.
- Kim, H. S. ve C. Han Yoon. (2004) “Determinants of Subscriber Churn and Customer Loyalty in the Korean Mobile Telephony Market”, *Telecommunications Policy*, Cilt: 28, ss. 751-765.
- Kim, M.K. , M. C. Park ve D. H. Jeong. (2004) “The Effects of Customer Satisfaction and switching Barrier on Customer Loyalty in Korean Mobile Telecommunication Services”, *Telecommunications Policy*, Cilt: 28, ss. 145-159.
- Kocaman, N., Özkan, M., Armay, Z., & Özkan, S. (2007). Hastalık Algısı Ölçeğinin Türkçe Uyarlamasının Geçerlilik ve Güvenilirlik Çalışması. *Anadolu Psikiyatri Dergisi*, 8, 271-280.
- Kotler, P., and Keller, K. L. (2012). *Marketing Management*. 14th Edition. New Jersey: Prentice Hall.
- Loureiro, M.C., S., J. Miranda, F., & Breazeale, M. (2014). Who needs delight? The greater impact of value, trust and satisfaction in utilitarian, frequent-use retail. *Journal of Service Management*, 25(1), 101-124.
- Luhmann, N. (1979) *Trust and Power: Two Works by Niklas Luhmann*. New York: John Wiley&Sons.
- Marangoz, M., ve Akyıldız, M. (2007). Algılanan Şirket İmajı Ve Müşteri Tatmininin Müşteri Sadakatine Etkileri. *Yönetim Bilimleri Dergisi*, 5(1).
- Mayer, R.C., Davis J.H., Schoorman, F.D. (1995). An integrative model of organizational trust. *Academy of Management Review*, 20, 709-734. ss.
- Mcallister, D. J. (1995). Affect and Cognition Based Trust As Foundations of interpersonal Cooperation in Organizations. *Academy of Management Journal*. 38: 24-59.
- McCormick, K. M. (2002). A concept analysis of uncertainty in illness. *Journal of Nursing Scholarship*, 32 (2), 27-131.
- Merkouris, A., Ifantopoulos, J., Lanara, V. ve Lemomdou , C. (1999), Patient Satisfaction: A Key Concept for Evaluation and Improving Nursing Services, *Journal of Nursing Management*, 7(1): 19-28.
- Meyer, S., Ward, P., Coveney, J., Rogers, W. (2008) Trust in the health system: an analysis and extension of the social theories of Giddens and Luhmann. *Health Sociology Review*, 17: 177-186.
- Mishel, M. H. (1981). The measurement of uncertainty in illness. *Nursing Research*, 30, 258- 263.
- Mishel M.H. (1988) Uncertainty in illness. *Image*, 20:225-32.
- Mishel, M. H., ve Braden, C. J. (1987). Uncertainty: A mediator between support and adjustment. *Western Journal of Nursing Research*, 9, 43-57.
- Narter, M. (2004). Sağlık ve Hastalığın Sosyal Temsilleri. *Psikoloji Çalışmaları/ Studies in Psychology*, 24, 57-74.
- Oliver, R.L., (1999), “Whence Consumer Loyalty?”, *Fundamental Issues and Directions for Marketing*, *Journal of Marketing*, Vol. 63; 33- 44.

- Orel, F.D. ve Kara,A., (2012). Assessing the Role of Service Quality of Retail Self Checkouts on Customer Satisfaction and Loyalty: Empirical Evidence From, an Emerging Market, *Academy of Marketing Science Annual Conference*, 16-19 May,2012, New Orleans, USA.
- Payment D.R.1993) The CaP Uncertainty Research Project. [ *Unpublished Master ' s Thesis* ] Albuquerque, NM : The University of New Mexico ,
- Papadopoulo P., Andreas A., Panagiotis K. ve Drakoulis M. (2001), "Trust and Relationship Building in Electronic Commerce", *Internet Research*, Vol. 11, No 4, pp. 322-332.
- Pearson, S. D., & Raeke, L. H. (2000). Patients' trust in physicians: many theories, few measures, and little data. *Journal of general internal medicine*, 15(7), 509-513.
- Platonova, E. A., Kennedy, K. N., & Shewchuk, R. M. (2008). Understanding patient satisfaction, trust, and loyalty to primary care physicians. *Medical Care Research and Review*, 65(6), 696-712.
- Santacroce, S. (2002). Uncertainty, anxiety, and symptoms of posttraumatic stress in parents of children recently diagnosed with cancer. *Journal of Pediatric Oncology Nursing*, 19(3), 104-111.
- Sarıçam,H.,Erguvan,F.M.,Akın, A.,& Akça, M. Ş.(2014). Belirsizliğe Tahammülsüzlük Ölçeği (BTÖ-12) Türkçe Formu: Geçerlik ve güvenilirlik çalışması. *Route Educational & Social Science Journal*, 1(3), 148-157.
- Skipper, J.K.Jr.; Tagliacozzo, D.L. ve Mauksch, H.O. (1964). What communication means to patients. *An Journal of Nursing*, 64(4), 101-103
- Suki, N.M., (2011). Assessing Patient Satisfaction, Trust, Commitment, Loyalty, Doctors' Reputation, toward Doctor Services", *Pak J Med. Ser., Brief Communication*, Vol,27, no 5.
- Şener, H. Y. ve Behdioğlu, S. (2013). Müşteri Sadakati Oluşturmada Müşterinin Algıladığı Değer, Memnuniyet ve Rakip İşletmeye Geçme Maliyeti: Bir Spor Merkezinde İstatiksel Uygulama. Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, 30, 165-180.
- TDK (2018)\_[http://www.tdk.gov.tr/index.php?option=com\\_gts&kelime= GÜVEN](http://www.tdk.gov.tr/index.php?option=com_gts&kelime=GÜVEN) adresinden 3.10.2018 tarihinde alındı.
- Tek, Ö. B., & Ünüsan, Ç. (1999). Türkiye'de Süper ve Hipermarketlerin Gelişimi ve Artan Rekabet Ortamında Satış Gücü Eğitimi ve Tüketici Tatmini Açısından Değerlendirilmesi Araştırması 4. *Ulusal Pazarlama Kongresi, Antakya, Kasım*, 173-188.
- Thom, D. H., Kravitz, R. L., Bell, R. A., Krupat, E., & Azari, R. (2002). Patient trust in the physician: relationship to patient requests. *Family practice*, 19(5), 476-483.
- Uyar, A. (2019). Müşteri Memnuniyeti ile Müşteeri Sadakati Arasındaki İlişkinin Yapısal Eşitlik Modeli ile İncelemesi: Otomobil Kullanıcıları Üzerine Bir Uygulama. *Electronic Journal of Social Sciences*, 18(69).
- Varinli, İ. ve Çakır, A. (2004) "Hizmet Kalitesi, Değer, Hasta Tatmini ve Davranışsal Niyetler Hakkındaki İlişki, Kayseri'de Poliklinik Hastalarına Yönelik Bir Araştırma", Kayseri:Erciyes Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, Sayı:17,
- Vera, N. (2009).. "The relationship between uncertainty in illness and anxiety in patients with cancer" *Graduate Theses and Dissertations*.
- Weisbrod. A. (1991) "Competition in Health Care: A Cautionary View" Institute For Research on Poverty Discussion Paper, University of Wisconsin
- Yazıcıoğlu, Y. Erdoğan, S. (2004). SPSS Uygulamalı Bilimsel Araştırma Yöntemleri. Ankara: Detay Yayıncılık, 49-50.
- Yıldız, S., ve Çilingir, Z. (2010). Elektronik Pazarlamada Müşteri Sadakatının Geliştirilmesi: Karadeniz Teknik Üniversitesi Öğrencileri Üzerine Bir Araştırma. *Çukurova Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 19(1), 412-428.
- Zeithaml, V.A.; L.L. Berry and A. Parasuraman (1996), "The behavioral consequences of service quality". *Journal of Marketing*, Vol.60, No, 2; 31-46.