

**ÖZEL HASTANELERİN WEB SİTELERİNDE İNSAN KAYNAKLARINA YÖNELİK İLETİŞİMLERİNİN İNCELENMESİ**

Hale Nur Güler\* 

**Gönderim Tarihi:** 11.05.2021

**Kabul Tarihi:** 09.07.2021

**Araştırma Makalesi/ Research Article**

**Doi:** <https://doi.org/10.38009/ekimad.936165>

**Öz**

*İnsan kaynağı bugün ve gelecekte kurumların başarılı olmalarının temelini oluşturan önemli sermayelerden biridir. Çalışanların işe alım süreçlerinden başlayarak işten ayrılmalarına kadar olan tüm süreçlerde kurulan iletişim de oldukça değerlidir. Kurumsal iletişim ile kurumların faaliyetleri anlatılmakta ve kuruma yönelik olumlu tutumların oluşturulması ve tercih edilebilirliğinin artırılması hedeflenmektedir. Kurumlar oluşturdukları web siteleri aracılığı ile tüm paydaşları ile etkileşim kurabilmektedir. Web siteleri aracılığı ile pek çok faaliyet yürütülebilmektedir. Nitel olarak tasarlanan bu çalışmada Türkiye’de sağlık sektöründe faaliyetlerini sürdüren özel hastanelerin web siteleri aracılığı ile insan kaynakları alanında paylaşımlarının içeriklerinin anlaşılması ve farklılıkların belirlenmesi amaçlanmıştır. Bu amaçla araştırma verileri araştırmaya dahil edilen özel hastanelerin web sitelerinden 01-31 Mayıs 2021 döneminde elde edilmiştir. Araştırmaya dahil edilen özel hastaneler Acıbadem, Anadolu Sağlık Merkezi, Avrasya Hospital, Bayındır Hastanesi, Central Hospital, Emsey Hospital, Kolan Hastanesi, Liv Hospital, Medical Park Hastanesi, Medicana Hastanesi, Medipol Hastanesi ve Memorial Hastanesi’dir. Özel hastanelerin %83’ünün web sitelerinde insan kaynakları bölümü içinde başvuru linki bulundurduğu, %67’sinin insan kaynakları politikası ve değerlerini açıkladığı görülmektedir. Özel hastanelerin sadece %33’ünün ücret ve yan haklar için, kariyer yönetimi, performans yönetimi, eğitim ve gelişim faaliyetleri için bilgilendirme yaptıkları görülmektedir. Özel hastanelerden insan kaynakları alanında en fazla içerik oluşturan hastanelerin Bayındır Hastanesi, Central Hospital, Anadolu Sağlık olduğu görülmektedir. Çalışmanın alanla ilgilenen araştırmacı yönetici ve çalışanlara yararlı olacağı düşünülmektedir.*

**Anahtar Kelimeler:** Özel hastaneler, Sağlık sektörü, İnsan kaynakları yönetimi, Kurumsal iletişim, İçerik analizi

**Jel Sınıflandırması:** M100, M120, M190

**ANALYSIS OF THE COMMUNICATIONS OF PRIVATE HOSPITALS ON THE WEBSITES FOR HUMAN RESOURCES**

**Abstract**

*Human resources are one of the important capitals that form the basis of the success of institutions today and in the future. The communication established in all processes from the recruitment process to the departure of the employees is also very valuable. With corporate communication, the activities of institutions are explained and it is aimed to create positive attitudes towards the institution and to increase its preferability. Institutions can interact with all their stakeholders through the websites they create. Many activities can be carried out through websites. In this qualitatively designed study, it is aimed to understand the content of the shares of private hospitals operating in the health sector in Turkey through their websites in the field of human resources and to determine the differences. For this purpose, the research data were obtained from the websites of the private hospitals included in the study between 01-31 May 2021. Private hospitals included in the research are Acıbadem, Anadolu Health Center, Avrasya Hospital, Bayındır Hospital, Central Hospital, Emsey Hospital, Kolan Hospital, Liv Hospital, Medical Park Hospital, Medicana Hospital, Medipol Hospital and Memorial Hospital. It is seen that 83% of private hospitals have an application link within the human resources section on their websites, and 67% explain their human resources policy and values. It is seen that only 33% of private hospitals provide information for wages and fringe benefits, career management, performance management, training and development activities. It is thought that the study will be beneficial to researchers, managers and employees who are interested in the field.*

**Keywords:** Private Hospitals, Health Sector, Human Resources Management, Corporate Communication, Content Analysis

**JEL Classification:** M100, M120, M190

\* Dr., Bağımsız araştırmacı, [grhalenur@gmail.com](mailto:grhalenur@gmail.com)

## **1. Giriş**

Kurumların başarıya ulaşmak için en etkin güçlerinden biri insan kaynağıdır. Yetişmiş işgücünün temini ve elde tutulması kurumlar açısından oldukça önemlidir. Kurumlar aday çalışanlar ve çalışanlar tarafından tercih edilebilir olmayı hedeflemektedir. Bu bağlamda kurumlar memnuniyet ve tatmin yaratmaya çalışmakta beklentilere yanıt vermek istemektedir. Çalışanların kurumlardan işe alım süreçlerinin etkililiği, eğitim ve gelişim, kariyer planlaması, ücret ve yan hakların yeterliliği gibi beklentileri bulunmaktadır. Bu açıdan kurumlar işe alım aşamasından başlayarak her faaliyeti başarılı şekilde yürütmeli ve tüm süreçlerde tüm paydaşlarla etkili iletişim içerisinde olmalıdır. İnsan kaynakları kurumlarda uygun pozisyona uygun kişinin yerleştirilmesinden başlayarak bu alanda tüm faaliyetlerin sürdürülmesi için önemli bir birimdir. Kurumların stratejik hedeflerinin gerçekleştirilmesi ile çalışan etkililiğinin sağlanması arasındaki sürdürülen faaliyetlerde hem kurumun hem de çalışanların mutluluğu esas alınmaktadır.

Kurumsal iletişim faaliyetleri kurumların amaç ve hedefleri kapsamında paydaşlara ulaşabilme faaliyetlerini sürdürmektedir. Kurumsal iletişim faaliyetleri ile aday çalışanlara ve mevcuttaki çalışanlara da ulaşabilmektedir. Kurumların iletişimde seçecekleri yöntem ve paylaşımların içeriği etkileşimin başarısı açısından oldukça kritik rol oynamaktadır. Gelişen internet teknolojileri ile bilginin herkes tarafından kolaylıkla erişimi sağlanmaktadır. İnternet teknolojileri ile zaman ve mekan bağımlılığı olmaksızın eş zamanlı iletişim ve geri bildirim sağlanmaktadır. Kurumlar da hem ticari faaliyetleri yürütmek hem de tüm paydaşlarla etkileşim içinde olabilmek için web sitelerini oluşturmuşlardır. İnsan kaynakları açısından web sitelerinde yapılan paylaşımlar aday çalışanların kurumlar için bilgi sahibi olmalarını kolaylaştırmakta aynı zamanda tüm paydaşlar açısından yeterli ve tatmin edici bilgilerle donatılmış alanların kurum imaj ve itibarı üzerinde olumlu etki yaratacağı düşünülmektedir.

Sağlık sektöründe yer alan özel hastanelerde web siteleri aracılığı ile bilgi paylaşımı etkileşim ve faaliyetlerinin yürütülmesi sağlanmaktadır. Kurumlar başarılı insan kaynağına ulaşmak ve aday çalışanlar tarafından tercih edilebilirliklerini artırmak istemektedir. Aday çalışanlar kurumlar hakkında bilgi sahibi olmak için kurum web sitelerinden faydalanmaktadır. Bu anlamda kurumların yetkin insan kaynağı tarafından tercih edilebilirliklerini artırmak için web sitesi içeriklerinde güncel bilgilere, yeterli konu ve detayda içeriklere yer vermeleri yararlı olacaktır. Çalışmada Türkiye’de faaliyetlerini sürdüren özel hastanelerin web sitelerinde insan kaynakları alanındaki paylaşımlarının içeriklerinin anlaşılması, içeriklerin ağırlıklarının belirlenmesi ve özel hastaneler arasındaki farklılıkların belirlenmesi amaçlanmıştır. Bu amaçla belirlenen hastanelerin web siteleri ziyaret edilerek insan kaynakları alanındaki paylaşımlarına ulaşılmıştır. Belirli tarih aralığında elde edilen veriler belirlenen temalar altında sınıflandırılmıştır. Özel hastanelerin çalışan adaylarına ve diğer paydaşlarına insan kaynakları alanında verdikleri bilgilerin sınıflandırılması ve yeterlilikleri açısından farklılıklarının belirlenmesine olanak sağlaması açısından çalışmanın alanla ilgilenen araştırmacı, yönetici ve çalışanlara yararlı olacağı düşünülmektedir.

## **2. İnsan Kaynakları, Kurumsal İletişim, Web Siteleri**

İnsan kaynakları kurumlarda etkin ve başarılı şekilde içinde buldukları sektörde faaliyetlerinin sürdürülmesi için önemli bir birimdir. İnsan kaynakları yönetiminin Sanayi Devrimi sürecinde Amerika Birleşik Devletleri’nde başladığı ifade edilmektedir (Richman, 2015). Üretim süreçlerinin atölyeler yerine seri şekilde fabrikalarda sürdürülmesi ile çok sayıda kişi istihdam edilmiş olup bu nedenle iş ilişkileri karmaşık hale gelmiş ve insan kaynakları yönetiminin temelleri atılmıştır. Kavramsal açıdan ise insan kaynaklarının 1817’de Springer tarafından ifade edildiği görülmektedir. Çalışanların ekonomik açıdan refah seviyeye gelmeleri işverenlerin ilgi alanlarına girmiş ve personel yönetimi için bu durum başlangıç olmuştur (Benligiray, 2007). İnsan kaynakları yönetiminin emek ve refah yönetimini içine alarak terminolojide yer aldığı bilinmektedir (O’Riordan, 2017). Klasik personel yönetimi anlayışının yanı sıra bilimsel ve teknik alandaki ilerlemelerle insan kaynakları

yönetimi daha da etkinleşmiş olup kurumların değerini yükselten önemli bir kriter olarak kabul edilmiştir (Yüksel, 2007). İnsan kaynaklarının stratejik yaklaşım olarak benimsenmesi 1980'lerin başlarındadır. Teknolojik gelişim ve küreselleşme çalışanları ve kurumları etkilemekte bu anlamda insan kaynakları yönetimi de buna uygun süreçler geliştirmektedir (Fleming, 2000).

Personel yönetiminden insan kaynakları yönetimine geçişte çağdaş yönetim tekniklerinin doğmasıyla çalışanların etkin ve verimli kullanılmasının hedeflenmesi etkili olmuştur. Kurumların başarılı olmaları, ayakta kalabilmeleri, rekabet edebilmeleri için başarılı çalışanlara ihtiyaçları bulunmaktadır. Güçlü ve etkin çalışanların kurumda varlığı oldukça önemlidir. Ekonomide ve sosyal yapıdaki değişimler, teknolojideki ilerlemeler müşterilerin de beklentilerini artırmıştır. Bu açıdan bakıldığında kurumların beklentileri karşılayabilmesi, başarılı iş süreçlerinin oluşturulması ve etkin koordinasyonun sağlanması çalışanların potansiyeli ve ortaya koydukları çıktılar ile ilişkilidir. İnsan kaynakları yönetiminin temel amacı kurumların hedeflerine ulaşabilmeleri için çalışan verimliliği ve motivasyonunun yükseltilmesidir. Stratejik planlamadan kurumsal imaj yönetimine kadar tüm faaliyetler insan kaynakları yönetiminin iş süreçlerinde bulunmaktadır. İnsan kaynakları kurum çalışanlarının yönetim ve gelişimlerine yönelik faaliyetlerin yapıldığı iş kolu olarak belirtilmektedir. İnsan kaynakları yönetimi kurumlarda stratejik hedeflerin gerçekleşmesi ve çalışan beklentilerinin yanıt bulması amacıyla çalışanların etkin kullanılması yönündeki faaliyetlerin düzenlenmesidir (Bingöl, 2006). Çalışanların işe alımı, yerleştirme, mesleki eğitimler, gelişim takibi gibi konular insan kaynaklarının ilgi alanı içerisine girmektedir (Sabuncuoğlu, 2000).

Çalışanların performanslarındaki süreklilik de insan kaynakları yönetiminin sorumlulukları arasında yer almaktadır (Dolgun, 2007: s. 38). Çalışan işveren ilişkisinin yönetimi, işe alım, işten çıkarma, performans denetimi, ücretlendirme, iş ortamının iyileştirilmesi faaliyetleri de insan kaynakları yönetiminin çalışmaları içinde yer almaktadır (Ahammad, 2017; Bingöl, 2010). İnsan kaynaklarının pek çok açıdan kurumlar ve çalışanlar için önemli olduğu ifade edilmektedir. Bunlar, insan sermayesi değerinin artırılması, çatışma yönetimi, bütçe yönetimi, eğitim ve geliştirme faaliyetleri, çalışan memnuniyeti, performans gelişimi, maliyet tasarrufu, işin sürdürülmesi, kurumsal imaj ve itibar oluşturulması olarak ifade edilmektedir (Parameswari ve Yugandhar, 2015). İnsan kaynakları yönetiminde doğru kişinin uygun pozisyonda konumlandırılması, çalışan beklentilerine yanıt verilmesi, çalışanların kurum amaçları kapsamında yönetilmesi, çalışanların mesleki gelişiminin sağlanması ve iş doyumunu, örgüt kültürü, toplam kalitenin yükseltilmesi, yenilik ve gelişimlerin sürdürülmesi ve çalışanla kurum arasındaki uyumun sağlanması yapılan çalışmalar arasındadır (Çoban, 2016). İnsan kaynakları yönetiminin örgütsel amaçları arasında da iletişim, çalışan bağlılığı, yönetici geliştirme, seçim ve planlama faaliyetlerinin yer aldığı ifade edilmektedir (Baykal, 2007). İnsan kaynakları uygulamaları için iletişim alanında kurumsal iletişim faaliyetleri ile süreçler ilerlemektedir.

Kurumların hedeflerine ulaşmak için planlı şekilde yaptıkları iletişim faaliyetlerinin bütünü kurumsal iletişim olarak ifade edilmektedir (Van Riel ve Fombrun, 2006). Olumlu kurumsal imajın oluşturulması değişen ve gelişen şartlar altında değişikliğe gidilmesi kurumsal iletişim olarak belirtilmektedir (Baştak, 2010). Kurumsal iletişimde tüm paydaşlara kurum ve kuruluş hakkında bilgi verilmesi, faaliyetlerin denetimi, hedef kitlenin yönetimi, kurumun duygularının ifadesi, müşterilerle toplumsal ilişki oluşturma, olası kriz ve sorun tespiti, krizin çözümü ve kurumların toplumsal sorumluluk faaliyetleri yer almaktadır. Kurumsal iletişim farkındalık yaratma, bilgi verme, değer kazanma, katılım ve fikir birliği oluşturulması ve anlaşmazlıkların önlenmesi ya da çözümü gibi çalışma alanları ile kuruma performansı için fayda sağlamaktadır (Bat, 2012; Özdemirci, 1996).

Kurumsal iletişim insani ilişkilerin gelişimini hedeflemektedir. Kurumsal iletişim mutlu bir sosyal çevrenin kurulması için iç ve dış paydaşları ile uyum içinde ilişkilerinde pozitif olarak kurum ve markanın istenilen paydaşlarla yakınlaşması için çalışmaktadır (Sabuncuoğlu, 2013). Kurumsal iletişim faaliyetleri kurumların hem iç ve hem de dış paydaşları ile etkileşim halinde olmalarını

sağlamaktadır (Tüz, 2000). İletişim sürecinde önemli amacın bilgi paylaşımı olduğu düşünüldüğünde bu anlamda kurumsal iletişimin de en temel görevinin ilgili birim ya da kişilere bilgi iletiminin sağlanması olduğunu belirtmek mümkündür (Çekerol, 2009). Kurumsal iletişim iç ve dış etkinlikler için faaliyetlerin sürdürülmesi, marka ve ürün için imaj ve kimlik oluşumunun yaratılması, iç ve dış paydaşlara bilgi iletimi ve sosyalleşmenin sağlanması gibi amaçlarla çalışmaktadır (Akyürek, 2005). Kurumsal iletişim kurum içinde veya kurumlar arasındaki ilişkilerin sürdürülmesi, medya hükümet ve bazı gruplarla ilişkilerin yürütülmesi faaliyetlerini sürdürmektedir. Bununla birlikte kurum içinde kitap, kitapçık ve broşür gibi kaynakların yayın faaliyetlerinin koordinasyonu, sosyal medya hesaplarının, web sitelerinin yönetilmesi, kurumsal imaj ve itibar çalışması, tanıtım, reklam, hedef kitle ile iletişim ve pazarlama iletişimi kurulması da kurumsal iletişim faaliyetleri arasındadır. Kurumsal iletişim, çalışan iletişimi ve çalışanlar arası iletişim süreçlerinin oluşturulması, finansal iletişimin yönetimi, kriz iletişimi gibi konularda da faaliyet göstermektedir (Christensen, Morsing ve Cheney, 2008).

Kurumsal iletişimin bileşenleri yönetim iletişimi, örgütsel iletişim ve pazarlama iletişimidir. Yönetim iletişimi ile kurum vizyonunun genişletilmesi, misyonun hayata geçirilmesi, paydaşlara güven verilmesi, çalışan motivasyonu sağlama amaçlanmakta ve çalışmalar bu kapsamda sürdürülmektedir. Örgütsel iletişimi ile amaçlanan kurumun varlığının devam etmesi ve büyümesidir, çalışmalara bu kapsamda devam edilmektedir. Pazarlama iletişiminin amacı reklam, promosyon, sponsorluk faaliyetleri ile müşterilerin ürün ve hizmetleri tercih etmelerine yönelik faaliyetlerin yürütülmesidir (Van Riel ve Fombrun, 2006). Kurumsal iletişim faaliyetleri için internetin gelişmesi oldukça yararlı olmuş web siteleri ve sosyal medya kanalları ile ulaşılmak istenen kitlelere mesajlar iletilebilmektedir.

İnternetin gelişmesi pek çok iletişim aracının kullanılmasına olanak sağlamıştır (Lester, 2012). www'nin açılımı World Wide Web olup "Geniş Dünya Ağı" anlamına gelmektedir. Dünyadaki bilgisayarların birbirleri ile iletişim kurarak ses ve veri paylaşımının yapıldığı global ağ Web olarak ifade edilmektedir (Çiçek, 2015). Web internet kaynaklarında inceleme yapmak ve bilgi ulaşımı amacı ile geliştirilmiştir. Tim Berners Lee ilk kez 1989'da "hiper metin belge sistemi" olarak bir sistem önermiştir, 1990'da "www" adını almıştır. 1992 yılında internet üzerinde kullanıldığında internet tarihinde oldukça önemli bir yer tutmuştur. www'nin amacı internetteki sonsuz kaynaklara ulaşım ve kullanışlı dengeli arayüz projesi ile bunu daha basit hale getirmektir (Bayter, 2009). 1992 yılında Tim Berners Lee tarafından www teknolojisi sivi kullanıma açılmış olup kamu ve özel kurumlar bu gelişimden yarar sağlamıştır (Coşkun Ovalı, 2021). Web teknolojileri dört dönemde ele alınmakta olup Web 1.0, Web 2.0, Web 3.0 ve Web 4.0 şeklindedir. 1995- 2000 yıllarında birinci dönem olup bu dönemde internet sadece bilgi edinme amacı ile kullanılmıştır. 2000-2010 yılları arasında olan ikinci dönemde dinamik iletişim ağı ile ağ bağlantılarının daha çok insan tarafından kullanıldığı görülmekte olup, sosyal ağ siteleri, blog ve diğer bilgilendirme siteleri oluşturulmuştur. 2010-2020 yıllarında yapay zekaya geçiş yapılarak yüz tanıma ve görsel arama teknolojileri kullanılmıştır. Bu dönemin ardından web 4.0 ile sanal diskler üzerin kurulan yapı hedeflenmekte olup bilgisayardan yapılan tüm işlemlerin internet ortamında yapılması beklenmektedir (Ceylan, 2020).

Web sitesi oluştururken gerekli bilgiler, ana başlıklar, içerik netlikle ifade edilmelidir. Kullanıcıların yararına hizmet etmeyen web siteleri tercih edilmemektedir. Web sitesi oluşturmanın dergi, tanıtım broşürü, sergi ya da tanıtım videosu oluşturulması şeklinde benzerlik gösterdiği ifade edilmektedir (Teker, 2009). Web siteleri kurumların orijinal belge varlıkları olup web siteleri yedeklenerek içerdiği tüm bilgilerle birlikte korunmalıdır (Bayter, 2009). Web ortamında yer alan metin ve görsellerin internet kullanıcılarına aktarılmasına yarayan doküman web sayfası olarak ifade edilmektedir. Web sayfalarındaki görüntü ve organizasyon kullanıcıların dikkatini bilgiden önce çekmekte ve etkileşimi artırdığı belirtilmektedir (Onursoy, 2001). Web sayfalarından kullanılan ifadelerin daha kolay algılanması ve etkileşim artması için iletilmesi istenen görsel sözel öge kadar grafik ve metin kullanılmalı, gereksiz grafik kullanılmamalıdır. Web sitelerinde çok fazla renk ve metin çeşitliliği

karışıklığa yol açmamak için kullanılmamalı, çoklu ortam araçlarının iletiyi destekleyecek nitelikte olması, görüntü ve metinlerin net olması, görüntü öğelerinin ne amaçla kullanıldığının açıklanması, kolay okunabilir ve anlaşılabilir olması gerekmektedir (Bayter, 2009).

Pek çok sektörde olduğu sağlık hizmeti veren kurumların da web sitelerinin işlevselliğinin artması ile tüm paydaşlar hastaneler hakkında bilgi sahibi olmaktadır. Hastanelerle ilgili bilgi almak isteyen hasta ve hasta yakınları, çalışanlar, aday çalışanlar bu kanallar ile bilgi sahibi olabilmektedir. Kurumsal web sitelerinin etkili olması itibar ve tercih edilebilirlik anlamında da kurum açısından yararlı olacaktır. Özel sağlık kuruluşları için yapılan bir araştırmada hasta sadakati ile web bilişim sistemlerinin kullanılabilirliği, kullanılabilirlik ve kontrol faktörleri, memnuniyet faktörleri, öğrenilebilirlik, hastaneye gelme sıklığı ve hastane web sitelerine verilen önem derecesi arasında anlamlı bir ilişki olduğu ortaya çıkmıştır (Şenay, 2018). Türkiye'deki üniversite, devlet ve özel hastanelerin kurumsal web sitelerinin; kullanılabilirlik, erişim kalitesi, performans, güncellik, teknik altyapı ve sosyal boyut açısından belirlenen kriterler vasıtasıyla incelenmesi ve hastanelerin web siteleri aracılığıyla kullanıcılara sundukları hizmetlerin kalitesine ilişkin bulgular elde edilmesi amacıyla gerçekleştirilen bir çalışmada özel hastane web sitelerinin; işleyiş kalitesi, güncellik ve tasarım altyapısı bakımından kamu kurumlarına ait web sitelerine göre daha başarılı oldukları ifade edilmektedir (Boydak, 2019).

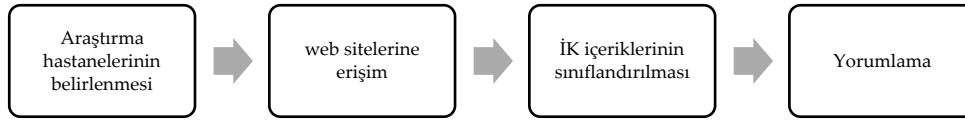
İstanbul'daki hastanelerin web sitelerinin özelliklerinin incelendiği bir araştırmada İstanbul'da bulunan 201 hastanenin 21'inin web sitesi olmadığı, hastanelerin %97,5'i internet sitelerinde temel iletişim bilgilerine, %49,4'ü ise genel sağlık bilgilerine yer vermekte oldukları belirlenmiştir (Uğurluoğlu, 2009). Hastane tanıtımında kurumsal web sitelerinin incelendiği bir araştırmada hastanelerin tanıtıma yönelik çeşitli çabalar içerisinde oldukları görülse de günümüz hastane yönetimlerinden beklenen düzeyde gerçekleştirilmesi gereken uygulamaların tüm hastanelerin web sitelerinde aktarıldığını söylemenin mümkün olmadığı ve gelecek için hem özel hastanelerin hem de eğitim hastanelerinin iletişim çalışmalarına daha fazla özen göstermesi gerektiği ifade edilmektedir. Araştırmada kurum imajlarının güçlendirilmesi için bireysel ve kitlesel iletişim araçlarının içeriklerinin profesyonel olarak düzenlenmesinin ve programlanmasının gerekliliği vurgulanmaktadır (Yurdakul ve Öksüz, 2019). Özel hastanelerin web sitelerinin insan kaynakları alanında yaptıkları paylaşımların ve benzerliklerin anlaşılması için de bu çalışma tasarlanmıştır.

### 3. Yöntem

Nitel olarak tasarlanan araştırmalar gözlem, görüşme, doküman analizi ile verilere ulaşılabilmektedir (Yıldırım ve Şimşek, 2008). Nitel araştırmalarda toplumsal benliğin kabulü, bir bakış açısı benimsenmesi, çalışma tasarımı, verinin elde edilmesi, veri analizi, yorumlanması ve bilgilendirme yapılması aşamaları ile süreç tamamlanmaktadır (Neuman, 2012). Nitel araştırmalar için veriler kitap, dergi, makale, anket gibi yazılı ve diğer görsel kaynaklardan elde edilebilmektedir (Baş ve Akturan, 2008; Coffey ve Atkinson, 1996). Nitel araştırmalar için yapılan doküman incelemeleri araştırma konusunu içeren olgu ve olaylar hakkında bilgi veren yazılı belgelerin analizi ile yapılmaktadır. Nitel araştırmaların araştırmacılar açısından zaman tasarrufu sağladığı ifade edilmektedir (Yıldırım ve Şimşek, 2008).

Nitel olarak tasarlanan çalışmalar betimsel veya içerik analizi ile yapılmaktadır (Yıldırım ve Şimşek, 2008). Çalışmanın tasarımı niteldir. Betimsel analizde farklı veri toplama yöntemleri ile ulaşılan veriler daha önceden belirlenmiş temalara göre özetlenip yorumlanmaktadır (Yıldırım ve Şimşek, 2003). İçerik analizinde veri kaynakları vasıtası ile ulaşılan veriler kategorik şekilde sınıflandırılıp konu bazlı ya da kelime grupları yapılarak sunulmaktadır (Silverman, 2001).

Şekil 1: Veri Toplama ve Değerlendirme Akışı



Özel hastanelerin insan kaynakları alanında kurdukları iletişim ile yaptıkları paylaşımların içeriklerinin anlaşılması ve farklılıklarının anlaşılmasına yönelik yapılan bu çalışmada araştırmaya dahil edilen hastaneler Acıbadem, Anadolu Sağlık Merkezi, Avrasya Hospital, Bayındır Hastanesi, Central Hospital, Emsey Hospital, Kolan Hastanesi, Liv Hospital, Medical Park Hastanesi, Medica Hastanesi, Medipol Hastanesi ve Memorial Hastanesi olmuştur. Araştırmaya dahil edilen hastanelerin 01-31 Mayıs 2021 döneminde resmi internet sitelerinde insan kaynakları alanında paylaşımlarına ulaşılmış olup verilen bilgiler kapsamında sınıflandırma yapılmıştır.

#### 4. Bulgular

Özel hastanelerin resmi internet sitelerinde insan kaynakları alanındaki paylaşımlarının içerikleri Tablo 1’ de gösterilmektedir. İnsan kaynakları için yapılan paylaşımlarda en fazla başvuru linki, insan kaynakları politikaları ve değerlerine ve açık kadroların ilanlarına yer verildiği görülmektedir. İnsan kaynakları alanındaki paylaşım sayfalarında en az vizyon misyon etkinlik haberleri ve öneri formunun bilgilendirmesine yer verilmiştir. Özel hastanelerin ağırlıklı olarak %83’ü başvuru linki hakkında bilgi vermekte, %67’si insan kaynakları politikaları ve kurum değerleri için bilgi vermekte, %58’i açık kadrolar için bilgi vermekte ve %50’si ise işe alım süreçleri ve işleyiş hakkında bilgi vermektir.

Tablo 1: İçerik Sınıflandırma ve Ağırlık

İçerik	Adet	İçerik %	Banka %
Başvuru linki	10	17%	83%
İK politikası ve değerler	8	13%	67%
Açık kadroların listesi	7	12%	58%
İşe alım süreci ve işleyiş	6	10%	50%
Kariyer yönetimi	5	8%	42%
Ücret ve yan haklar	4	7%	33%
Performans yönetimi	4	7%	33%
Eğitim ve gelişim faaliyetleri	4	7%	33%
Stajyer yükümlülükleri	2	3%	17%
İletişim bilgileri	2	3%	17%
Ödül	2	3%	17%
Deneyim paylaşımı	1	2%	8%
Yetenek yönetimi	1	2%	8%
Vizyon	1	2%	8%
Etkinlik haberleri	1	2%	8%
Öneri formu bilgilendirmesi	1	2%	8%
Misyon	1	2%	8%
Genel Toplam	60		

İnsan kaynaklarına yönelik yapılan açıklamaların bulunduğu sayfalarda özel hastaneler bazlı içerikler Tablo 2’de yer almaktadır. En fazla açıklama yapan Bayındır Hastanesi iken bu alanda en az paylaşım yapanların ise Avrasya Hospital ile Emsey Hospital olduğu görülmektedir.

**Tablo 2: Özel Hastane Bazlı İçerik Sınıflandırması**

İçerik	A	B	C	D	E	F	G	H	I	J	K	L
Açık kadroların listesi		✓			✓	✓	✓	✓		✓		✓
Başvuru linki	✓	✓	✓	✓	✓	✓		✓		✓	✓	✓
Deneyim paylaşımı						✓						
Eğitim ve gelişim faaliyetleri	✓	✓	✓	✓								
Etkinlik haberleri			✓									
İK politikası ve değerler	✓	✓				✓	✓	✓	✓	✓	✓	
İletişim bilgileri			✓					✓				
İşe alım süreci ve işleyiş	✓	✓	✓	✓	✓		✓					
Kariyer yönetimi	✓	✓	✓	✓			✓					
Misyon									✓			
Ödül	✓								✓			
Öneri formu bilgilendirmesi	✓											
Performans yönetimi	✓	✓	✓	✓								
Stajyer yükümlülükleri	✓				✓							
Ücret ve yan haklar	✓	✓		✓	✓							
Vizyon									✓			
Yetenek yönetimi	✓											
Toplam	11	8	7	6	5	4	4	4	4	3	2	2

**A:** Bayındır Hastanesi, **B:** Central Hospital, **C:** Acıbadem Sağlık Grubu, **D:** Anadolu Sağlık, **E:** Memorial Sağlık Grubu, **F:** Medipol Sağlık Grubu, **G:** Medicana Sağlık Grubu, **H:** Kolan Hastanesi, **I:** Medical Park Hastaneler Grubu, **J:** Liv Hospital, **K:** Avrasya Hospital, **L:** Emsey Hospital,

## 5. Sonuç ve Değerlendirme

Kurumsal iletişimin amacı kurum içinde veya dışında paydaşlar ile ilişkilerin yürütülmesidir. Kurumsal iletişim faaliyetlerinin medya ya da resmi kanallar ile ilişkilerin yürütülmesi, yayın yapılacak kitap kitapçık broşür gibi kaynakların hazırlanması için faaliyetlerin sürdürülmesi, sosyal medya hesaplarının, web sitelerinin yönetimi, kurumsal itibarın ve imajın oluşturulması, tanıtım reklam iletişim ve pazarlama, çalışanlarla iletişimin kurulması olduğu bilinmektedir. İnsan kaynakları alanında sürdürülen iletişim de kurumlar ve çalışanlar açısından oldukça önemlidir. Kurumların bugün ve gelecekte içinde buldukları sektörde başarılı olabilmeleri için etkin insan kaynağına ihtiyaçları bulunmaktadır. Bu anlamda uygun çalışanların uygun işe yerleştirilmeleri de oldukça kritiktir. Aday çalışanların kurumlar hakkında bilgi sahibi olmaları kurumların tercih edilebilirlikleri açısından değerlidir. Kurumsal iletişim açısından değerli olan web sitelerindeki bilgilerin de yeterliliği aday çalışanların ve çalışanların kurumla olan bağlarına katkı sağlayacaktır.

Çalışmada sağlık sektöründe yer alan özel hastanelerin web sitelerinde insan kaynakları alanında paylaşımlarının ve aralarındaki farklılıkların anlaşılması amacı ile içerikler sınıflandırılmıştır. Çalışmaya dahil edilen özel hastaneler Acıbadem, Anadolu Sağlık Merkezi, Avrasya Hospital, Bayındır Hastanesi, Central Hospital, Emsey Hospital, Kolan Hastanesi, Liv Hospital, Medical Park Hastanesi, Medicana Hastanesi, Medipol Hastanesi ve Memorial Hastanesi' dir. Web sitelerinde yer alan kategorilerden en sık kullanılanlarının başvuru linki, insan kaynakları politikaları ve değerler, açık kadro listeleri, işe alım süreci ve işleyiş süreci olduğu görülmektedir. Başka bir ifade ile özel hastanelerin %83'ünün web sitelerinde insan kaynakları bölümü içinde başvuru linki bulundurduğu, %67'sinin insan kaynakları politikası ve değerlerini açıkladığı, %58'inin açık kadrolar hakkında bilgi verdiği ve %50'sinin de işe alım süreci ve işleyişi hakkında bilgilendirme yaptığı görülmektedir. Özel hastanelerin sadece %33'ünün ücret ve yan haklar için, kariyer yönetimi, performans yönetimi, eğitim ve gelişim faaliyetleri için bilgilendirme yaptıkları görülmektedir.

Özel hastanelerden insan kaynakları alanında en fazla içerik oluşturan hastanelerin Bayındır Hastanesi, Central Hospital, Anadolu Sağlık, Memorial Sağlık Grubu ve Medipol Sağlık Grubu olduğu görülürken bu alanda en az paylaşımların Avrasya Hospital ve Emsey Hospital tarafından yapıldığı görülmektedir. Özel hastanelerin içeriklerinde benzerliklerin yanı sıra farklılıklar da bulunmaktadır. Hastanelerin çoğunda başvuru linkine yer verilmiştir. İşe alım ve işleyişle ilgili süreçler için bilgi hastanelerin yarısında verilmiştir. Bununla birlikte özel hastanelerin çalışanlar için kariyer yönetimi performans yönetimi ücret politikası ödüllendirme için bilgilendirmelere çok fazla yer vermediği görülmektedir. Özel hastanelerin aday çalışanlar için verdikleri bilgiler oldukça önemlidir. Hastanelerin oluşturdukları içeriklerin ağırlıklarının yanı sıra özel hastaneler arasındaki içerik farklılıkları da bu çalışmada belirlenmiştir.

Çalışan memnuniyetinin sağlanması için eğitim ve gelişim faaliyetlerinin etkinliği, kariyer planlaması, terfi süreçleri, yapılan işin karşılığında alınan ücretler ve çalışanlar için sağlanan yan hakların da önemi büyüktür. Kurumlarda benzer bilgilendirmeler olduğu gibi bazı alanlarda bilgi paylaşımının çok az yapıldığı da çalışma sonucunda belirlenmiştir. Hastanelerin web sitelerinin incelendiği bir başka çalışmada da web sitesi sayfalarındaki bilgilerin yeterli bulunmadığı saptanmıştır (Boydak ve İleri, 2021).

Aday çalışanların kurum tercihlerinde bu anlamdaki bilgilendirmeler önem arz etmekte kurumun oluşturduğu imaj açısından da değerlidir. Çalışanlar ve aday çalışanlarla iletişimin sürdürülmesi için tasarlanan web sitelerinde çalışanların yeterli ve tatmin edici bilgiye ulaşabilmeleri için kurumdaki performans yönetim sürecinin işleyiş şekli, çalışanlara yönelik ödüllendirme programları, çalışan deneyimlerinin paylaşılması, kurumda yetenek yönetimi uygulamaları, kurumun yenilikçiliğe ve önerilere yaklaşım politikaları hakkında bilgi paylaşımlarının artması yararlı olacaktır. Özellikle yeni nesil çalışan adaylarının özellikle kurumlardaki eğitim ve gelişim faaliyetlerine önem verdikleri bilinmektedir. Hastane web sitelerinde insan kaynakları alanı için bilgilendirmelerin standart bir hale gelmesi önerilmektedir. Sonraki araştırmalarda farklı hastanelerin paylaşımlarının incelenmesinin dönemler arasında karşılaştırmalar yapılmasının insan kaynakları alanında yapılan paylaşımlarının anlaşılması için değer katacaktır. Çalışmanın kurumsal iletişim ve insan kaynakları ve sağlık sektörü ile ilgilenen araştırmacı, yönetici ve çalışanlara web sitelerinde olması gereken bilgiler yönünden ve hastanelerin karşılaştırılması açısından yararlı olacağı düşünülmektedir.



## KAYNAKÇA

- Acıbadem Sağlık Grubu (2021), <https://www.acibadem.com.tr>, (Erişim Tarihi: Mayıs, 2021).
- Ahammad, T. (2017). "Personnel Management to Human Resource Management (HRM): How HRM Functions?", *Journal of Modern Accounting and Auditing*, 13(9), 412-420.
- Akyürek, R. (2005), Kurumsal İletişim Yönetimi, Anadolu Üniversitesi Açık Öğretim Fakültesi Yayını, Eskişehir.
- Anadolu Sağlık, <https://www.anadolusaglik.org>, (Erişim Tarihi: Mayıs, 2021).
- Avrasya Hospital (2021), <https://www.avrasyahospital.com.tr>, (Erişim Tarihi: Mayıs, 2021).
- Baş, T. ve Akturan, U. (2008). Nitel Araştırma Yöntemleri NVivo 7.0 ile Nitel Veri Analizi, Ankara, Seçkin Yayıncılık.
- Baştaç, M.B., (2010), Emniyet Teşkilatı'nın Kurumsal İletişiminin Kurumsal İletişime Etkisi: İstanbul Polis Örneği, Yayınlanmamış Doktora Tezi, İstanbul.
- Bat, M., (2012), Dijital Platformda Sosyal Medyanın Stratejik Kurumsal İletişime Etkisi, Doktora Tezi, Ege Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Halkla İlişkiler Ana Bilim Dalı, İzmir.
- Bayındır Hastanesi (2021), <https://www.bayindirhastanesi.com.tr>, (Erişim Tarihi: Mayıs, 2021).
- Baykal, B. (2007). Uluslararası İnsan Kaynakları Yönetimi Yönelim, Felsefe ve Uygulamalar Bakımından Karşılaştırmalı Bir İnceleme, Gazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Ankara.
- Bayter, M. (2009). Web Sitelerinin Kimliklenmesi (Birinci Baskı). İstanbul: Hiperlink Yayınları.
- Benligiray, S. (2007). Performans Değerlemesi, İnsan Kaynakları Yönetimi, (Ed. Ramazan Geylan), Eskişehir Anadolu Üniversitesi Yayınları, Yayın No 1747.
- Bingöl, D. (2006). İnsan Kaynakları Yönetimi (6. Baskı), İstanbul, Arıkan Yayınları.
- Bingöl, D. (2010). İnsan Kaynakları Yönetimi (7. Baskı), İstanbul, Beta Basım.
- Boydak, S. (2019). Türkiye'deki Kamu ve Özel Hastane Web Sitelerinin İşleyiş Kalitesi, Güncellik ve Tasarım Altyapısı Bakımından Analizi, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Necmettin Erbakan Üniversitesi Sağlık Bilimleri Enstitüsü.
- Boydak, S. ve İleri, Y.Y. (2021). Türkiye'deki Kamu ve Özel Hastane Web Sitelerinin İşleyiş Kalitesi, Güncellik ve Tasarım Altyapısı Bakımından Analizi, *Bilişim Teknolojileri Online Dergisi*, 12(44), 72-92.
- Central Hospital (2021), <http://centralhospital.com>, (Erişim Tarihi: Mayıs, 2021).
- Christensen, L.T., Morsing, M., Cheney, G., (2008), *Corporate Communications: Convention, Complexity and Critique*, SAGE Publications Ltd., London.
- Coffey, A. ve Atkinson, P. (1996) *Making Sense Of Qualitative Data: Complementary research Strategies*, Newbury Park, CA: Sage. 101-131.
- Coşkun Ovalı, B. (2021). Güzel Sanatlar Fakültelerinin Web Siteleri Üzerine Bir İnceleme: Ege Bölgesi Üniversiteleri Örneği, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Afyon Kocatepe Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Sanat ve Tasarım Anabilim Dalı.
- Çekerol, K., (2009), Uzaktan Yüksek Eğitimde Kurumsal İletişim: Anadolu Üniversitesi Uzaktan Öğretim Sistemi Kurumsal İletişim Etkinliklerinin Değerlendirilmesi, *Selçuk İletişim*, 6(1), 227-240.

- Ceylan, T. B. (2020). Yeni Başlayanlar İçin Web Tasarım Kılavuzu (Birinci Baskı). İstanbul: Kodlab Yayınları.
- Çiçek, M. (2015). Web Tasarım Temelleri (Beşinci Baskı). İstanbul: Kodlab Yayınları.
- Çoban, Y. (2016). İnsan Kaynakları Yönetiminde Performans Değerlendirme Algısı ve Bir Uygulama, Atılım Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Ankara.
- Dolgun, U. (2007). İnsan Kaynakları Yönetimi. Bursa, Ekin Yayınları.
- Emsey Hospital (2020), <https://www.emseyhospital.com.tr/tr/>, (Erişim Tarihi: Mayıs, 2021).
- Fleming, S. (2000). From personnel management to HRM: key issues and challenges. Erişim [https://www.ipa.ie/\\_fileUpload/Documents/CPMR\\_DP\\_16\\_Personnel\\_Management\\_to\\_HR\\_%20KeyIssues\\_Challenges.pdf](https://www.ipa.ie/_fileUpload/Documents/CPMR_DP_16_Personnel_Management_to_HR_%20KeyIssues_Challenges.pdf). (29.11.2019).
- Florence Nightingale Hastaneleri (2021), <https://www.florence.com.tr>, (Erişim Tarihi: Mayıs, 2021).
- Lester, D. (2012). Social Media: Changing Advertising Education. Online Journal of Communication and Media Technologies, 2(1), 116-124.
- Kolan Hastanesi (2021), <https://kolanhastanesi.com.tr>, (Erişim Tarihi: Mayıs, 2021).
- Liv Hospital (2021), <https://www.livhospital.com>, (Erişim Tarihi: Mayıs, 2021).
- Medicalpark, (2021). <https://www.medicalpark.com.tr>, (Erişim Tarihi: Mayıs, 2021).
- Medicana (2021), <https://www.medicana.com.tr>, (Erişim Tarihi: Mayıs, 2021).
- Medipol Sağlık Grubu (2021), <https://medipol.com.tr>, (Erişim Tarihi: Mayıs, 2021).
- Memorial (2021), <https://www.memorial.com.tr>, (Erişim Tarihi: Mayıs, 2021).
- Neuman, W.L (2012). Toplumsal Araştırma Yöntemleri: Nicel ve Nitel Yaklaşımları - II.Cilt (5.Basım), İstanbul Yayın Odası.
- Onursoy, S. (2001). Online Haber Yayıncılığında Görsel Tasarım Boyutu: Haber Sitesi Örnekleri Üzerine Bir Uygulama. (Yayımlanmamış Doktora Tezi). Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Eskişehir.
- O'riordan, J. (2017). The Practice Of Human Resource Management, State Of The Public Service Series, An Foras Riarachán Institute Of Public Administration, July.
- Özdemirci, F., (1996), Kurum ve Kuruluşlarda Belge Üretimini Denetlenmesi ve Belge Yönetimi, Türk Kütüphaneciler Derneği, İstanbul.
- Parameswari, B. N., Yugandhar, V. (2015). The Role of Human Resource Management in Organizations, International Journal of Engineering Technology, Management and Applied Sciences, 3(7), 58-63.

- Richman, N. (2015). Human Resource Management and Human Resource Development Evolution and Contributions, *Creighton Journal of Interdisciplinary Leadership*, 1(2), 120-129.
- Sabuncuoğlu, Z. (2000). İnsan Kaynakları Yönetimi (1. Baskı), Bursa, Ezgi Kitabevi.
- Sabuncuoğlu, Z., (2013), İşletmede Halkla İlişkiler, Alfa Aktüel Yayınları, Bursa.
- Silverman, D. (2001). *Interpreting Qualitative Data: Methods for Analysing Talk, Text and Interaction*, London: SAGE Publication.
- Şenay, F. (2018). Özel Sağlık Kuruluşlarında Hasta Sadakatinin Hastane Web Bilişim Sistemlerinin Kullanılabilirliği Açısından Değerlendirilmesi: Ankara'da Bir Özel Hastane Örneği, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Gazi Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Teker, U. (2009). Grafik Tasarım ve Reklam (Birinci Baskı). İstanbul: Yorum Sanat Yayınevi.
- Tüz, M.V., (2000), Kriz ve İşletme Yönetimi: Uygulamalar İçin Temel Adımlar, Alfa Aktüel Yayıncılık, İstanbul
- Uğurluoğlu, Ö. (2009). İstanbul'daki Hastanelerin Web Sitesi Özellikleri Üzerine Bir inceleme, *Hacettepe Sağlık İdaresi Dergisi*, 12(1), 87-104.
- Van Riel, C., Fombrun, C., (2006), *Essentials of Corporate Communication*, Routledge
- Yıldırım, A., Şimşek, H. (2003). Sosyal Bilimlerde Nitel Araştırma Yöntemleri, Ankara, Seçkin Yayınları.
- Yıldırım, A., ve Şimşek, H. (2008). Sosyal Bilimlerde Nitel Araştırma Yöntemleri (6.Baskı), Ankara, Seçkin Yayıncılık.
- Yurdakul, N. ve Öksüz, B. (2007). Hastanelerde Bir Tanıtım Aracı Olarak Web Siteleri: İzmir İli Eğitim Hastaneleri ve Özel Hastanelerin Kurumsal Web Sitelerinin Kıyaslamalı Analizi, *Selçuk İletişim*, 5(1), 118-134.
- Yüksel, S. (2007). Vardiyalı Çalışma Sistemi ve Türk İş Mevzuatındaki Yeri, Çağ Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Mersin.