

ÖZEL HASTANELERDE MİSYON İFADELERİ VE LOGO TASARIMI ARASINDAKİ İLİŞKİ: ANKARA ÖRNEĞİ

Birsen ÇEKEN¹, Dilek GÜLEÇ², Gül ÖZDEMİR³

ÖZET

Bu çalışma Ankara’da faaliyet gösteren özel hastanelerin logo görseli tasarımı ve misyon ifadesi öğeleri kullanımı arasında bir ilişki olup olmadığı tespit edilmesi amacıyla yapılmıştır. Araştırma kapsamında Ankara’da faaliyet gösteren özel hastanelerin web sayfaları taranmış ve 27 hastaneye ait logo tasarımı ve misyon ifadesine ulaşılmıştır. Verilerin değerlendirilmesinde içerik, frekans, Pearson Momentler Çarpım Korelasyonu ve basit doğrusal regresyon analizleri kullanılmıştır. Sonuç olarak misyon ifadesi ve logo tasarımı geliştirilirken göz önünde bulundurulması gereken unsurların kullanımı arasında istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki bulunmamış ve her ne kadar yeterli düzeyde olmasa da belirlenen misyon ifadelerinde, tasarlanan logolara göre daha fazla unsurun varlığı tespit edilmiştir.

Anahtar Kelimeler: Logo Tasarımı, Misyon İfadesi, Kurumsal Kimlik, Özel Hastane

¹ Doç.. Gazi Üniversitesi, Sanat ve Tasarım Fakültesi / Grafik Tasarım Bölümü / birsenceken(at)gmail.com

² Öğr. Gör.. Hacettepe Üniversitesi, Polatlı Sağlık Hizmetleri Meslek Yüksekokulu / Tıbbi Tanıtım ve Pazarlama Programı / dilekgcl(at)hotmail.com

³ Yüksek Lisans Öğrencisi.. Gazi Üniversitesi, Güzel Sanatlar Enstitüsü / Grafik Tasarım Bölümü / gulozdemir817(at)gmail.com

RELATIONSHIP BETWEEN MISSION STATEMENT AND LOGO DESIGN IN PRIVATE HOSPITALS: ANKARA CASE

ABSTRACT

This research has been conducted to identify if there is a relationship between sufficiency of logo design and mission statement of private hospitals in Ankara. In this context, the web pages of private hospitals in Ankara scanned and had 27 logos and mission statements. Content, frequency and regression analysis used to evaluate the data. Consequently, there isn't a linear relationship between basics of developing mission statements and logos. In addition there are more basic elements in mission statements than designed logos by hospitals.

Keywords: Logo Design, Mission Statement, Corporate Identity, Private Hospital

Çeken, Birsen. Güleç, Dilek. Özdemir, Gül. "Özel Hastanelerde Misyon İfadeleri ve Logo Tasarımı Arasındaki İlişki: Ankara Örneği". *idil* 5.24 (2016): 1255-1280.

Çeken, B. Güleç, D. Özdemir, G. (2016). Özel Hastanelerde Misyon İfadeleri ve Logo Tasarımı Arasındaki İlişki: Ankara Örneği. *idil*, 5 (24), s.1255-1280.

GİRİŞ

Logo

“Logo, Latince kökenli olan amblem ve logotype sözcüklerinin Türkçe’deki karşılığı simge ve özgün yazıdır. Her iki kavram ayrı ayrı anıldığı gibi tek bir sözcük olarak “logo” diye de kullanılmaktadır” (Teker, 2009: 90). “Logo sözcüğü aynı zamanda eski Latince’de “bilim” anlamına gelmektedir” (Pilici, 2008: 95).

“Logo, İki ya da daha fazla tipografik karakterin sözcük halinde okunacak biçimde bir araya getirilmesiyle oluşturulan ve bir ürün, kuruluş ya da hizmeti tanıtan marka ya da amblem özelliği taşıyan simgelerdir” (Becer 2013: 195).

Logo yaratmak için belli başlı bazı kurallar uzmanlar tarafından şöyle sıralanır: Sade, kolay anlaşılır, hatırlanması kolay, mümkün olduğunca az sayıda renkten oluşmalıdır. Her çeşit baskı ve kesim tekniği ile sorunsuz kullanılabilir olmalı, çok küçük ölçülerde ayrıntılar kaybolmamalı, çok büyük ölçülerde dağımık görünmemelidir. Her türlü ölçüde ve yüzeyde okunabilir olmalıdır (Pilici, 2008, s 85).

Logo ve Kurumsal Kimlik

“Logolar kurumları temsil eden, onların özelliklerini yansıtan anlam yüklü ve özel tasarlanmış semboller ya da biçimlerdir” (Akıncı, 1998: 105). “Görseller aracılığı ile oluşturulan tasarım, zihinsel süreci harekete geçirmektedir. İnsanlar tamamen fiziksel bir evrende değil, sembolik bir evrende de yaşamaktadırlar. İnsan sembolik yeteneği ile anlamlı işaretler iletişim kurabilir” (Sartori, 2004: 17). “Logo bir tavır, bir düşünceyi temsil eder, bir kavram ya da genel bir düşüncenin yerini alır ve bir kurumun kimliğinin gelişmesinde, ürünün ya da markanın tanınmasında önemli rol oynar. Logo kurumun ya da markanın bir dışavurum şeklidir” (Zintzmeyer, 2007: 9). “Kurum kimliğini oluşturan temel unsurlar arasında logo, kuruluşun renk unsuru, harf karakteri, ticari karakter unsuru gelmektedir” (Peltekoğlu, 2001: 375).

Kurum kimliği içinde sayılan görsel kimliğin dört tane amacı vardır: Bunlardan birincisi, konumlandırmaya ve isme bir kişilik katarak markaya hayat vermektir. İkincisi; markanın kabulünü ve anımsanmasını yaygınlaştırmaktır. Üçüncü amaç ise markanın rekabet içerisinde farklılaşmasına yardım etmektir. Dördüncü amaç da farklı

marka unsurlarını aynı görüş ve duygu içerisinde birbirine bağlamaktır.(Perry ve Wisnom, 2003: 79)

Görsel kimliğin içinde yer alan logo, markanın / kurumun karakterini, kişiliğini tanımlamaya yardım edecek bir baskı, harf şeklinde olmalıdır. Baskı biçimi kendi içinde ve dışında bir sanattır. Tasarım sürecine başlamadan önce, markanın nerede yaşayacağını bilmek önemlidir. Eğer baskı mikroçipin üzerine yapılacaksa görünebilir ve okunabilir olması için, inanılmaz derecede basit bir yapısı olması gerekmektedir. Çünkü tüketici markayı ne kadar çabuk okur ve anlarsa (özellikle tüketici kitlenin kısıtlı bir zamanı olduğu düşünülürse) onu o kadar hızlı tanıyacak ve hatırlayacaktır. Dolayısıyla markanın ya da kurumun görünen yüzü olan logolar üzerinde de çok sık değişiklik yapılması o kurumun kimliği üzerinde de (özellikle görsel kimliğin uygulama alanları düşünüldüğünde) etkili olmakta ve burada da bir değişime neden olabilmektedir.(Vardar, 2004: 23)

Misyon İfadeleri

“Latince missio kelimesinden türetilen misyon; aslında göndermek anlamında olup günümüzdeki kullanılışıyla “üstlenilen bir görev” anlamına gelmektedir” (Leblebici, 2008 :66). “Misyon “örgütsel değerlerin resmi ilanı” olarak nitelendirilmektedir” (Brown ve Yoshioka , 2003: 6). “Misyonlar; örgütlerin genel felsefesi, örgütün kendisini nasıl gördüğü, hedeflenen pazar ve müşteri kitlesi, üretilecek mal ve hizmetler, kullanılacak teknolojiler ve vermek istediği imaj gibi hususları kapsamalıdır” (Karaman,2005: 51). Farklı bir yaklaşımla misyon “örgüte yürütmekte olduğu iş ve paydaşlarıyla olan ilişkilerini belirlemesinde yol gösteren inanç, değer ve ilkeler topluluğu” olarak ifade etmektedir (Ackoff , 1987: 30-31).

“Örgütün varlık nedeni olarak karşımıza çıkan misyon, örgütün temel gereksinimlerini ve sorunlarını ortaya koyar. Bu bakımdan stratejik planlamalar, ortaya çıkan misyonlar çerçevesinde yapılır” (Küçüksüleymanoğlu, 2008: 406). Misyon, uzun dönemde işletmenin başarısını arttırmanın ve stratejik yönetimin etkili olmasının başlangıç noktasını oluşturan en önemli kavramdır. “Misyon, örgüt üyelerine bir istikamet vermesi ve anlam kazandırması maksadıyla belirlenmiş ve örgütü benzer örgütlerden ayırt etmeye yarayacak uzun dönemli bir görev ve ortak bir değerdir. (Dinçer, 2004:9-10). Pearce ve David ise misyon ifadelerinde, müşteri ve pazar hedeflerinin özelleştirilmesi, ürünlerin veya hizmetlerin ilkeleri, coğrafi olarak bölge, temel teknolojilerin kullanımı, gelişme, süreklilik ve karlılık, felsefe, temel yetkinlik, kamu imajı ve çalışanlara değer verilmesi konusundaki bilgilerin yer almasını önermektedir (Pearce ve David, 1987: 109).

Hastanelerin Misyon İfadeleri

Bir misyon ifadesi, hastanenin amaçlarının resmi ifadesidir ve varlıklarının temel sebebidir. Misyon, hizmet sunduğu toplumun sağlık bakım ihtiyaçları ile sıkı bağlantı içinde olmalıdır ve geleceği planlamada ilk basamaktır. Bir sağlık kurumunun varlık nedenini belirleyen ve diğer sağlık kurumlarından ayıran, yazılı olan veya olmayan çok genel amaçları içerir. Sağlık kurumunun, ürün, hizmet ve pazar bakımından genel faaliyetlerini tanımlamakta, sağlık kurumuna ve personeline yönelim kazandırmakta, kararlarda bütünlüğü sağlamaktadır (Köseoğlu ve Ocak, 2010: 68).

Hastanelerin misyon ifadeleri ile ilgili literatürde sınırlı çalışmaya rastlanmıştır. Vandijk ve arkadaşlarının 2007’de yaptıkları çalışmada Flaman kar amacı gütmeyen sağlık kurumlarında yöneticiler, misyon ifadelerini enerji kaynağı, karar almada rehber ve yöneticilerin davranışlarını değiştiren unsur olarak dikkate almaktadırlar. Williams ve arkadaşlarının Kanada’da 2005 yılında gerçekleştirdikleri araştırmada, Kanada hastanelerinin misyon ifadeleri içerik analizi ile incelenmiştir. Misyon ifadelerinin içerik ve uzunluk olarak değişiklik gösterdiği tespit edilmiştir. İfadelerde hasta bakımı öneminin birincil olarak göze çarptığı belirtilmiştir. Bolon’un 2005’te Amerika’da yaptığı çalışmaya göre hastaneler misyon ifadelerini oluşturmada diğer sektörlere göre daha geride kalmışlardır. Barth ve Tabone 1999’da Kanada’da yaptıkları çalışmada geçerli misyon ifadesi bileşenlerinin hastanelerin performansı üzerinde büyük oranda davranışsal ve finansal etki yarattığını bildirmişlerdir. 217 yataklı bir Flaman hastanesinde 102 hemşire, hemşire yönetici ve diğer yöneticilerin katılımı ile yapılan araştırmada, yöneticiler ve yönetici olmayanlar arasında misyon ifadesi konusunda algı farklılığı olduğu tespit edilmiştir (Desmidt and Heene, 2007:77-87). Kanada hastaneleri yöneticilerinin katılımı ile yapılan başka bir araştırmada ise hastanelerin misyon ifadesi unsurlarının eşit olarak kullanmadığı bildirilmiştir (Barth and Hupfer, 2004: 92-110).

YÖNTEM

Araştırmanın Amacı

Bu araştırmanın amacı bir işletmeye ait kurumsal kimliğin en önemli yansımalarından olan logo görseli ve misyon ifadelerinin belirlenmesinde kullanılan öğeler arasında ilişki olup olmadığını tespit etmektir. Bu bağlamda hastanelerde misyon ifadesini oluşturan öğelerin tamamının kullanılıp kullanılmadığı, eğer tamamı kullanılmıyorsa aynı anda kaç tane ve hangi öğelerin kullanıldığı, bununla birlikte aynı şekilde logo tasarımında dikkat edilmesi gereken unsurların ne kadar dikkate alındığı belirlenmek istenmektedir.

Araştırmanın Kapsam ve Sınırları

Çalışmanın kapsamını Ankara’da faaliyet gösteren özel hastaneler oluşturmaktadır. Hastaneler Ankara İl Sağlık Müdürlüğü’nün web sayfasında yayınlanan ve Tablo 1’de gösterilen hastane listesinden yararlanılarak belirlenmiştir. Tablo 1’de yer alan 36 hastaneden 27’sine ait veriler elde edilmiş ve araştırma kapsamına alınmıştır (Ek 1-2).

Tablo 1. Ankara’da Faaliyet Gösteren Özel Hastaneler

SIRA NO	HASTANE ADI
1	ÖZEL ACIBADEM ANKARA HASTANESİ
2	ÖZEL AKAY HASTANESİ
3	ÖZEL AKROPOL HASTANESİ
4	ÖZEL ANKARA GÜVEN HASTANESİ
5	ÖZEL ANKARA MEDICALPARKHASTANESİ
6	ÖZEL BAYINDIR HASTANESİ
7	ÖZEL BAYINDIR KAVAKLIDERE HASTANESİ
8	ÖZEL BİLGİ HASTANESİ
9	ÖZEL BOYLAM PSİKİYATRİ HASTANESİ
10	ÖZEL ÇAĞ HASTANESİ
11	ÖZEL ÇANKAYA YAŞAM HASTANESİ
12	ÖZEL ÇANKAYA HASTANESİ
13	ÖZEL DÜNYA GÖZ ANKARA HASTANESİ
14	ÖZEL ERYAMAN HASTANESİ
15	ÖZEL ETİMED HASTANESİ
16	ÖZEL HRS ANKARA KADIN HASTANESİ
17	ÖZEL İNCEK FİZİK TEDAVİ VE REHABİLİTASYON HASTANESİ
18	ÖZEL ANKARA UMUT HASTANESİ
19	ÖZEL KEÇİÖREN HASTANESİ
20	ÖZEL KORU SİNCAN HASTANESİ
21	ÖZEL KORU ANKARA HASTANESİ
22	ÖZEL KUDRET GÖZ HASTANESİ
23	ÖZEL KUDRET INTERNATIONAL HOSPITAL

24	ÖZEL LİV HOSPİTAL ANKARA HASTANESİ
25	ÖZEL LOKMAN HEKİM ANKARA HASTANESİ
26	ÖZEL LOKMAN HEKİM HASTANESİ
27	ÖZEL LÖSANTE LÖSEMİLİ ÇOCUKLAR HASTANESİ
28	ÖZEL MEDICANA INTERNATIONAL ANKARA HASTANESİ
29	ÖZEL MEMORIAL ANKARA HASTANESİ
30	ÖZEL ORTADOĞU 19 MAYIS HASTANESİ
31	ÖZEL POLATLI CAN HASTANESİ
32	ÖZEL ŞATIROĞLU NAR HASTANESİ
33	ÖZEL TOBB ETÜ HASTANESİ
34	ÖZEL NATOMED HASTANESİ
35	ÖZEL VSD NUSRET KARASU GÖĞÜS HASTALIKLARI HASTANESİ
36	ÖZEL YÜZÜNCÜYIL HASTANESİ

Kaynak: www.asm.gov.tr

Veri Toplama Yöntemi

Shepherd ve Fell (1998), hastane web sitelerini 3 kuşakta kategorize etmektedirler. 1. kuşak web siteleri, örgütün basılı tanıtım materyallerinin elektronik sürümlerine benzemektedirler. Kolayca ve ucuz olarak geliştirilir, fakat tipik olarak kurumun tarihçesi, misyon ifadesi, ürün ve hizmet listesi, basın haberleri ve kurum bilgileri gibi basit tanıtımları içerir ve nadir olarak değişirler. Bu çalışmada hastanelerin kurumsal verilerinin elde edilebilmesi için web sayfalarına başvurulmuştur. Ankara İl Sağlık Müdürlüğü tarafından yayınlanmış olan Ankara Özel Hastaneler Listesi (Tablo 1) kullanılarak hastanelerin web sayfaları taranmış ve 27 hastaneye ait logo tasarımları ve misyon ifadelerine yönelik veriler elde edilmiştir.

Verilerin Analizi

Araştırma yöntemi olarak, yazılanların veya söylenenlerin sistematik hale getirerek hangi sıklıkta olduğunu tespit etmek amacıyla kullanılan nitel araştırma yöntemi olan içerik analizi (Hepkul 2002) kullanılmıştır. Elde edilen misyon ifadeleri ve logo tasarımları iki araştırmacı tarafından içerik analizi yöntemi ile Pearce ve David'in sıklıkla kullanılan 9 ögesi ve Becer (2013) tarafından belirtilen logoda bulunması gereken 5 öğeye göre irdelenmiştir (Tablo 2-3). Misyon ifadeleri ve logo tasarımları belirtilen öğeleri içeriyorsa "1" içermiyorsa "2" kodlaması yapılmıştır.

Verilerin değerlendirilmesinde frekans, Pearson Momentler Çarpım Korelasyonu ve basit regresyon analizi tekniği kullanılmıştır.

Tablo 2. İçerik Analizinde Kullanılan Misyon İfadeleri Unsurları

Unsurlar	Cevaplanması Gereken Sorular
Müşteriler	İşletmenin müşterileri kimlerdir?
Ürünler/Hizmetler	İşletmenin ürünleri veya hizmetleri nelerdir?
Yer/Piyasalar	İşletme hangi piyasada veya hangi bölgede rekabet etmektedir?
Teknoloji	İşletmenin temel kaygısı teknoloji midir?
Süreklilik, Büyüme ve Karlılık	İşletme ekonomik hedeflerinde kararlı mıdır?
Felsefe	İşletmenin temel değerleri, inançları, arzuları ve temel özellikleri nelerdir?
Yetkinlik	İşletmenin temel yetkinliği nedir veya rekabet avantajı nedir?
Kamu Kaygısı	İşletme sosyal kaygılara duyarlı mı?
Çalışanlar	İşletme çalışanlarına değer veriyor mu?

Kaynak: Pearce and David, 1987:109

Tablo 3. İçerik Analizinde Kullanılan Logo Unsurları

Sade olması
Kolay anlaşılır olması
Kolay hatırlanır olması
Renk kullanımı
Baskı kalitesi

BULGULAR

Misyon ifadelerinde kullanılan ve kullanılmayan öğelerin frekans sonuçları Tablo 4’de verilmiştir. Öğelerin kullanılıp kullanılmamasına göre yapılan frekans analizine göre örneklemin %92,6’sı ürünler/hizmetler, %85’2’si yetkinlik, %77,8’i müşteriler, %70,4’ü çalışanlar, %66,7’si felsefe, %63’ü teknoloji, %40,7’si süreklilik, büyüme ve karlılık, %11,1’i ise yer/piyasalar ve kamu kaygısı öğelerini misyon ifadelerinde kullanmışlardır.

Öğeler	Öğeleri Kullanan Hastaneler		Öğeleri Kullanmayan Hastaneler	
	N	%	N	%
Müşteriler	21	77,8	6	22,2
Ürünler/Hizmetler	25	92,6	2	7,4
Yer/Piyasalar	3	11,1	24	88,9
Teknoloji	17	63,0	10	37,0
Süreklilik, Büyüme ve Karlılık	11	40,7	16	59,3
Felsefe	18	66,7	9	33,3
Yetkinlik	23	85,2	4	14,8
Kamu Kaygısı	3	11,1	24	88,9
Çalışanlar	19	70,4	8	29,6

Tablo 4. Misyon İfadelerinde Kullanılan ve Kullanılmayan Öğelerin Frekans Sonuçları

Logo tasarımında kullanılan ve kullanılmayan unsurların frekans sonuçları ise Tablo 5’de verilmiştir. Öğelerin kullanılıp kullanılmamasına göre yapılan frekans analizine göre örneklemin %66’7’si kolay anlaşılır olması, %51,9’u renk kullanımı, %44,4’ü baskı kalitesi, %40,7’si sade olması, %33,3 ‘ü ise kolay hatırlanır olması unsurlarını logo tasarımında dikkate almışlardır.

Tablo 5. Logolarda Kullanılan ve Kullanılmayan Öğelerin Frekans Sonuçları

Öğeler	Öğeleri Kullanan Hastaneler		Öğeleri Kullanmayan Hastaneler	
	N	%	N	%
Sade olması	11	40,7	16	59,3
Kolay anlaşılır olması	18	66,7	9	33,3
Kolay hatırlanır olması	9	33,3	18	66,7
Renk kullanımı	14	51,9	13	48,1
Baskı kalitesi	12	44,4	15	55,6

Hastanelerin misyon ifadesi ve logo tasarımında öğelerin kullanımı arasındaki ilişkiyi ortaya koyabilmek için Pearson Momentler Çarpım Korelasyonu tekniği kullanılmış ve sonuçlar Tablo 6’da verilmiştir.

Tablo 6. Pearson Momentler Çarpım Korelasyonu Sonuçları

Değişkenler	Misyon İfadesi Öğelerinin Kullanımı		
	Pearson Korelasyon r	Sig (2-tailed) p	N
Logo Öğelerinin Kullanımı	,143	,476	27

Tablo 6 incelendiğinde, misyon ifadesi ve logo öğelerinin kullanımında düşük düzeyde pozitif yönlü bir ilişki ($r=,143$) tespit edilmiş olup, ilişki istatistiksel olarak anlamlı bulunmamıştır ($p>0,01$). Misyon ifadelerinde öğelerin kullanım durumunun, logo tasarımında öğelerin kullanım durumuna etkisini belirlemeye yönelik basit regresyon analizi yapılmış ve sonuçları Tablo 7’de verilmiştir.

Tablo 7. Misyon İfadelerinde Öğelerin Kullanımının Logo Tasarımında Öğelerin Kullanımına Etkisini Belirlemeye Yönelik Basit Regresyon Analizi Sonuçları

	R	R²	Düzeltilmiş R²	Tahminin Standart Hatası
Logo Tasarımında Öğelerin Kullanımı	,143	,021	-,019	1,838

($p > 0,01$, Bağımlı değişken: Logo tasarımında öğelerin kullanımı, Bağımsız değişken: Misyon ifadelerinde öğelerin kullanımı)

Tablo 8. Misyon İfadelerinde Öğelerin Kullanımının Logo Tasarımında Öğelerin Kullanımına Etkisini Belirlemeye Yönelik Basit Regresyon Analizinin Coefficient Tablosu

Değişken	Beta	t	Sig. (p)
Sabit Sayı	1,464	1,126	,271
Misyon İfadelerinde Öğelerin Kullanımı	,175	,724	,476

Yukarıda verilen iki tabloya bakıldığında, Misyon ifadelerinde öğelerin kullanımının logo tasarımında öğelerin kullanımı üzerinde ancak %2,1 oranında etkili olduğu ve misyon ifadelerinde öğe kullanımının logo tasarımında öğe kullanımını açıklamadığı görülmektedir. İstatistiksel olarak ilişki anlamlı bulunmamıştır ($p < 0,01$).

SONUÇ ve ÖNERİLER

Her işletmenin varoluş nedeni ve hedefleri vardır. “İşletmeler aynı sektörde aynı işi yapsalar bile kimlikleri, değer yargıları, iş yapış şekilleri, stratejik hedef ve amaçları birbirinden farklılaşır. Misyon ile işletme, değerlerini ortaya koyar, kendine özgü bir kimlik kazanır ve kendine benzer işletmelerden ayrılır” (Koçel,2001: 92).

Dolayısıyla bir işletmeyi diğerlerinden ayıran onun kimliğidir. Bu kimlik içinde yer alan logonun işletmenin temel niteliklerine uygun bir şekilde tasarlanması gerekir . (Öztürk, 2006:16)

Bu çalışma Ankara’da faaliyet gösteren özel hastanelerin logo görseli tasarımı ve misyon ifadesi belirlenmesinde kullanılan öğeler arasında bir ilişki olup olmadığının tespit edilmesi amacıyla yapılmıştır.

Köseoğlu ve Ocak’ın 2010 yılında yaptıkları, misyon ifadelerini oluşturan öğelerin kullanımı ile ilgili özel ve kamu hastaneleri karşılaştırmasına yönelik araştırmalarında (Köseoğlu ve Ocak,2010:76-77) genel olarak hastanelerin misyon ifadelerinde felsefe, müşteriler, kamu kaygısı ve çalışanlar öğelerine daha çok yer verdikleri görülmüştür. Bizim çalışmamızda ise genel olarak hastanelerin misyon ifadelerinde ürünler/hizmetler, yetkinlik ve müşteriler öğelerine daha çok yer verildiği görülmektedir. Araştırmamızda yer alan hastanelerin yoğun rekabet ortamında faaliyet gösteren hastaneler olması bu farklılığı ortaya çıkaran neden olarak görülebilir.

Araştırmamız kapsamındaki hastanelerin, logo tasarımında ise en çok kolay anlaşılır olması ve renk unsuruna önem verdiğini görmekteyiz. Tablo 7’de örnek olarak verilen Acıbadem, Akay, Medicana, Bayındır, Kuru Hastanelerinin logolarında kolay anlaşılabilirlik ve renk temalarının tasarımda ön plana çıktığını görebilmekteyiz. Ancak kurumsal kimlik oluştururken her ne kadar yeterli düzeyde olmasa da misyon ifadesinde gösterilen özenin logo tasarımında gösterilmediğini logo tasarımında kullanılan unsurların yüzdelerinin misyon ifadelerinde kullanılan unsurların yüzdelerinden düşük olmasını göz önünde bulundurarak söyleyebiliriz.

Tablo 9. Örnek Hastanelerin Logoları

HASTANE	LOGO
ACIBADEM HASTANESİ	
AKAY HASTANESİ	
MEDICANA HASTANESİ	
BAYINDIR HASTANESİ	
KORU HASTANESİ	

Her kurum kurumsal kimliğini oluştururken logo tasarımı ve misyon ifadeleri arasındaki ilişkiyi daha detaylı ve birbiri ile orantılı olarak çalışmasının daha yararlı sonuçlar vereceği düşünülmektedir. Kurumsal kimlik bir kurumun kendini ifade ediş biçimidir. Logo tasarımı ve misyon ifadesi de bu ifade ediş biçiminin önemli iki parçasıdır. Bu sebepten bir kurumun kurumsal kimliği oluşturulurken logo tasarımı ve misyon ifadesinin hem birbirleri ile hem de kurum ile doğru orantılı olması gerekir.

KAYNAKLAR

- Ackoff, Russel L. “*Mission Statements*”. Planning Review 15-4 (1987): 30-31.
- Akıncı Vural, Z. Beril. *Kurum Kültürü ve Örgütsel İletişim*. İstanbul: İletişim Yayınları, 1998.
- Barth, Christopher K. And Tabone, John C. “*Mission Statement Content And Hospital Performance İn The Canadian Not For Profit Health Care Sector*”. Helath Care Management Review 24-3 (1999):18-29.
- Barth, Christopher K. And Hupfer, Mauren. “*Mission Statement in Canadian Hospitals*”. Journal of Health Organization and Management 18-2 (2004): 92-110.
- Becer, Emre. *İletişim ve Grafik Tasarım*. Ankara: Dost Kitabevi, 2013.
- Brown, William A. And Yoshioka, Carlton F. “*Mission Attachment and Satisfaction as Factors in Employee Retention*”. Nonprofit Management & Leadership 14-1 (2003): 5-18.
- Desmidt, Sebastian and Heene, Aime. “*Mission Statement Perception: Are We All on the Same Wavelength? A Case Study in a Flemish Hospital*”. Health Care Management Review 32-1 (2007): 77-87.
- Diñçer, Ömer. *Stratejik Yönetim ve İşletme Politikası*. İstanbul: Alfa Yayınları, 2004.
- Koçel, Tamer. *İşletme Yöneticiliği*. İstanbul: Beta Yayınları, 2001.
- Köseoğlu, Mehmet Ali ve Ocak, Saffet. “*Misyon İfadelerinde Kullanılan Öğeler İşletmelerin Mülkiyet Yapısına Göre Değişir mi?: Özel ve Kamu Hastaneleri Üzerine Bir Araştırma*”. Hacettepe Sağlık İdaresi Dergisi 13-1 (2010): 63-81
- Küçüksüleymanoğlu, Rüyam. “*Stratejik Planlama Süreci*”. Kastamonu Eğitim Dergisi 16-2 (2008): 403-412.
- Leblebici, Dođan L. “*21. Yüzyılın Liderlik Anlayışına Bakış*”. Cumhuriyet Üniversitesi Edebiyat Fakültesi Sosyal Bilimler Dergisi 32-1 (2008): 61-72.
- Öztürk, Gülay. “*Logonun Kurum Kimliği Üzerindeki Etkisi*”. İstanbul Ticaret Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi 5-9 (2006):1-17.
- Pearce, John A. and David, Fred. “*Corporate Mission Statement: The Bottom Line*”. Executive 1-2 (1987): 109-116.
- Pilici, Aliona. *Tarihsel Süreçte Sembolden İkona: Sanatta Yeterlilik Tezi*. İstanbul: Mimar Sinan Üniversitesi, 2008.

Peltekoğlu, Filiz. *Halkla İlişkiler Nedir*. İstanbul: Beta Yayınları, 2001.

Perry, Alycia and Wisnom, David. *Markanın DNA'sı – Eşsiz ve Dayanıklı Markalar Yaratmanın Kuralları*. İstanbul: Mediacat Yayınları, 2004.

Sartori, Giovanni. *Görmenin İktidarı*. Çev. Gül Batuş ve Bahar Ulukan. İstanbul: Karakutu Yayınları, 2004.

Shepherd, C. David and Fell, Daniel. “*Building Web Sites That Attract Visitors*”. *Marketing Health Services* 18-1 (1998): 44-45

Teker, Ulufer. *Grafik Tasarım ve Reklam*. İstanbul: Yorum Sanat Yayınevi, 2002.

Vardar, Nükhet. “*Bana Yeni Bir Ben Lazım*”. *Marketing Türkiye* (15 Eylül 2004): 2

Williams, Jaime and others. “*A Study Of Thematic Content İn Hospital Mission Statments :A Question Of Values*” *Health Care Management Review* 30-4 (2005): 304-314.

Zintzmeyer, Jorg. “*Logo Design Signs, Image, Identity and Logo Design*”. (Ed. J. Wiedemann). Honh Hong: Taschen, 2007.

EK-1

HASTANELERE AİT MİSYON İFADELERİ

ÖZEL ACIBADEM ANKARA HASTANESİ

Acıbadem Sağlık Grubu'nun misyonu, toplumun yaşam kalitesini yükseltmek ve tıbbın gelişimine katkı sağlamak amacıyla; koruyucu ve iyileştirici sağlık hizmetlerini ileri düzeyde, yaygın ve bütünlüklü bir yapı içinde, uygun ekonomik koşullarda topluma sunmak, sağlık bilimleri alanındaki akademik çalışmalara ve bilimsel araştırmalara olanak sağlayarak, sağlıkla ilgili yeni bilgi ve uygulamaların geliştirilmesini desteklemek, kendilerini mesleklerine adanmış, insana değer veren hekimler ve sağlık uzmanları yetiştirmektir.

ÖZEL AKAY HASTANESİ

Biz, güvenilen hastane arayışını, kaliteli, dürüst, şeffaf ve farklı hizmet anlayışımızla karşılayan, hasta haklarına saygılı, doğru sağlık hizmetini veren, ismini kurumsallaştırmayı ve yükseltmeyi amaç edinmiş bir sağlık kuruluşuyuz.

ÖZEL AKROPOL HASTANESİ

Deneyimli ve uzman kadromuzla, en yüksek kalitede sağlık hizmetini; insan hayatına değer katmak ve beklentileri aşabilmek için, sürekli eğitim, değişim ve gelişim programları ve kurum değerlerimiz doğrultusunda vermek, hasta ve çalışan güvenliğini sağlayarak hizmetimizin her aşamasında güven dolu bir iletişim yaratan Akropol Hastanesi, hizmette ev kalitesini sağlık komplekslerimizle birleştirerek, hastalarımızın buldukları süreyi rahat ve sorunsuz geçirmelerini en üst düzeyde sağlamış, tedavi ve teşhisleri, en hızlı ve kesin çözümleri son teknoloji cihazlarla sağlamaya devam etmiş, teşhisin konulması ve en uygun tedavinin uygulanması amacıyla, dünyada sağlık alanındaki en teknolojik cihaz, yöntem ve bulguları kullanmakta yetkin sağlık personeli ile karşılaşacaklarının güvencesi altındadır.

Sağlıkta teknolojinin merkezinin doğru teşhis, doğru tedavi ile olabileceğini misyon edinmiş olan Akropol Hastanesi, sağlık alanında hizmetlerini artırmaya devam etmektedir.

ÖZEL ANKARA GÜVEN HASTANESİ

Biz, deneyimli ve uzman kadromuzla, bilgi ve tecrübemizle ileri teknolojiyi birleştirerek, en yüksek kalitede sağlık hizmetini; insan hayatına değer katmak ve beklentileri aşabilmek için, sürekli eğitim, değişim, gelişim programlarını, bilimsel geçerliliği kanıtlanmış kanıta dayalı uygulamalar ve etik değerler doğrultusunda vermek, hasta ve çalışan güvenliğini temel alarak, hizmetimizin her aşamasında güven dolu bir iletişim yaratmak, beden akıl ve ruh bütünlüğü sağlamak için varız.

ÖZEL ANKARA MEDICALPARKHASTANESİ

Uzmanlaştığımız tüm sağlık hizmetlerinde tıbbi etik ilkelerden ödün vermeden, hasta haklarına saygı duyarak, gelişmiş sağlık teknolojisi ve tesisleri ile toplumun çoğunluğunu kaliteli sağlık hizmeti ile tanıştırmada öncü olma özelliğimizi sürdürüyoruz.

ÖZEL BAYINDIR HASTANESİ

Biz etik kurallara bağlı, hasta haklarına saygılı, güvenilir sağlık hizmetini, kanıta dayalı tıbbın gerektirdiği en son bilgi ve teknolojiyi kullanarak, ekip ruhuyla, en yüksek kalitede kesintisiz sunmak için varız.

ÖZEL BİLGİ HASTANESİ

Hasta ve çalışan güvenliği temelinde; memnuniyet odaklı, zamanında, hızlı ve güvenilir, kaliteden ödün vermeden ekonomik ve ulaşılabilir sağlık hizmeti sunmaktır.

ÖZEL ÇANKAYA YAŞAM HASTANESİ

Hastanemiz, bilimsel ve teknolojik gelişmeleri bir arada, yakından takip etmeyi, sağlık alanında bilimsel çalışmaları ve performansları ile kendilerini kanıtlamış deneyimli ve uzman kadrolarıyla kalite ve verimlilik esasına dayalı bir sağlık hizmeti sunmayı, hizmetlerinde tıbbi etik kurallarına titizlikle uymayı, açık ve şeffaf olmayı, hasta haklarına saygı duymayı vazgeçilmez olarak görmektedir.

Bunun için, uluslararası kalite ve verimlilik standartlarını sağlamak, bilimsel ve teknolojik gelişmeleri sürekli olarak takip etmek, çalışanlarının sürekli eğitimi ile

bilimsellikle saygınlığını devam ettirmek, insanlık ve sağlık için çalışmak misyonumuzdur.

ÖZEL ÇANKAYA HASTANESİ

Bilimsel araştırmalarda ve yeni uygulamalarda öncü, hastanın, ailesinin ve yakınlarının memnuniyetini önemseyen,, hastanın tedavisi sonlanana kadar yapılan tüm çalışmalarda hasta güvenliğini en üst düzeyde garanti eden bir kuruluş olarak hizmet vermektir.

ÖZEL DÜNYA GÖZ ANKARA HASTANESİ

Toplumun her kesimine en yüksek standartlarda göz sağlığı hizmeti sunmak üzere dünyada kabul görmüş son teknoloji ve güncel teşhis ve tedavi yöntemlerini branşlarında yetkin ve uzman kadromuzla yurtiçi ve yurtdışı hastanelerimizde uygulamak.

ÖZEL ERYAMAN HASTANESİ

Özel Eryaman Hastanesi; toplamında 9000 metrekarelik bir alana kurulmuş üst düzey mimarisi ve teknolojik alt yapısı ile özel birimler ve deneyimli uzmanlar eşliğinde, tıbbın tüm dallarında etik ilkelerden ödün vermeden tam donanımlı ve hasta odaklı hizmet vermek ve sağlık sektöründe dünya standartlarında bir kalite sunmayı hedeflemektedir.

ÖZEL ETİMED HASTANESİ

Sahip olduğumuz çağdaş bakış açımız ve her gün gelişmekte olan teknolojinin sağladığı imkanlar doğrultusunda, deneyimli ve uzman kadromuzla toplumun her kesimine kaliteli sağlık hizmeti sunmak.

Misafirlerimizin bizden beklentilerini en iyi şekilde karşılamak; güvene ve saygıya dayalı iletişim kurmak ve ihtiyaç duyulan tüm sağlık hizmetlerini kalite standartlarını gözetererek yerine getirmek.

ÖZEL HRS ANKARA KADIN HASTANESİ

Biz, kadın hastalıkları, doğum, çocuk hastalıkları, üremeye yardımcı tedavi hizmetleri, genetik ve kadın sağlığı ile ilgili diğer tüm branşlarda; hastalarının beklentilerinin de üzerinde hizmet veren, yüksek kalitede medikal bakım sunan, gerçekleştirdiği araştırmalarla uluslararası tıp literatürüne önemli katkılarda bulunan, dünyanın en iyileri arasında olmayı hedefleyen, güçlü ve prestijli bir marka olacağız.

ÖZEL İNCEK FİZİK TEDAVİ VE REHABİLİTASYON HASTANESİ

Toplum ve tıp ahlakına sadık kalarak, insan odaklı bir sağlık hizmeti anlayışıyla; mükemmeli yakalamak ve bu hizmetin sürekliliğini sağlamaktır.

ÖZEL ANKARA UMUT HASTANESİ

Hasta haklarına ve etik değerlere sahip seçkin kadromuz, sürekli yenilenen altyapımız ile teknolojik ve bilimsel gelişmeleri yakından takip ediyor, güler yüzlü ve sevgi dolu yaklaşım ile Hastalarımızın sağlığı ve memnuniyeti için UMUT Ailesi olarak hep birlikte çalışıyoruz.

ÖZEL KEÇİÖREN HASTANESİ

Özel Keçiören Hastanesi; en yüce varlık olan insan için vazgeçilmez “Yaşama Hakkı”na sağlıklı bir ortam hazırlamak ve Tıp biliminin gelişmesine katkıda bulunmak amacıyla;

a. Modern ve son teknoloji ürünü tıbbi cihaz ve donanımla teçhiz edilmiş deneyimli ve liyakatli hekimler ve sağlık personeli ile; kapsamlı, kaliteli ve ekonomik sağlık hizmetleri sunacak,

b. İnsana değer veren hekimler ve sağlık personeli yetiştirecektir.

ÖZEL KORU ANKARA HASTANESİ

Akademik ve etik anlayışı ile, bilimsel ve teknolojik gelişmeleri takip eden, hasta ve hasta yakını memnuniyeti odaklı, çalışanlarının haklarına saygılı, insan hayatını her

şeyden fazla önemseyerek hayatı güzelleştirmeyi hedefleyen, tıbbın tüm alanlarındaki değişimleri takip ederek bu değişime ayak uyduran, sağlık sektörünün ihtiyaçlarını gören ve bu ihtiyaçlar doğrultusunda gerçekçi politikalar ile büyümeyi hedefleyen sağlık kuruluşu olmak.

ÖZEL KUDRET GÖZ HASTANESİ

Hastanemiz, teknolojik gelişim ve yeniliklerin sürekli takibi ile en gelişmiş cihazlara sahip olmak, kaliteye, etik davranışa, hizmet içi personel eğitimine önem vererek toplam kaliteyi sağlamak ve hastalarına güvenilir bir ortamda hizmet sunarak hasta memnuniyetini sağlamak amaçındadır.

ÖZEL KUDRET INTERNATIONAL HOSPITAL

Teknolojik yenilikleri dünyayla eş zamanlı olarak takip edip, uygulayan, ölçülebilir kaliteyi ve etik yaklaşımı rehber edinmiş, sunduğu sağlık hizmeti ile toplum tarafından sürekli tercih edilen, referans hastane zinciri olmaktır.

ÖZEL LİV HOSPITAL ANKARA HASTANESİ

İnsanların, sağlığının korunması, hastalandığında ise iyileşmesi için fark yaratan bir hizmet sunmak.

ÖZEL LOKMAN HEKİM HASTANESİ

Sadece Sağlık sektöründe değil, hizmet sektöründe de etkin insan kaynakları uygulamaları ile kaliteli, yüksek motivasyonlu, kuruma bağlı çalışanlara sahip olmak.

ÖZEL MEDICANA INTERNATIONAL ANKARA HASTANESİ

Medicana Sağlık Grubu Hastanelerinden birine başvuran bireylerin/hasta ve hasta yakınlarının Medicana Sağlık Grubu kalite politikası doğrultusunda her zaman dünyadaki gelişim ve değişimlere paralel, bilimsel, kanıta dayalı, güvenilir, mükemmel ve en üst düzeyde hemşirelik hizmeti almalarını sağlamak. Eğitim, ölçme, iyileştirme yöntemleri ile hemşirelik hizmetlerini sürekli geliştirmek.

ÖZEL MEMORIAL ANKARA HASTANESİ

Etik ilkelerden asla ödün vermeden seçkin kadrosu ile bilimsel ve teknolojik gelişmeleri takip eden; hasta, hasta yakını ve çalışan memnuniyeti odaklı, uluslararası kalite standartlarında hizmet anlayışı ile sektörde öncü uygulamalarla fark yaratarak sağlıkta dünya markası olmak.

ÖZEL ORTADOĞU 19 MAYIS HASTANESİ

Biz, insan hayatına değer katmak ve beklentilerini aşabilmek için, sürekli eğitim, değişim ve gelişim programları ile etik değerler doğrultusunda, hasta ve çalışan güvenliğini temel alarak, hizmetimizin her aşamasında güven dolu bir iletişim yaratmak, beden, akıl ve ruh bütünlüğünü sağlamak için varız.

ÖZEL POLATLI CAN HASTANESİ

Sağlık hizmetlerini insan ve hasta hakları çerçevesinde, etik kurallara uygun, profesyonellik ve ekip ruhu içinde etkin, verimli, saygın, kaliteli hizmet sunarak, hasta memnuniyetini sürekli hale getirmek ve hizmet kalitesini arttırarak en üst düzeylere çıkarmaktır.

ÖZEL TOBB ETÜ HASTANESİ

TOBB ETÜ Hastanesi, etik değerlerden ödün vermeden hastalarının haklarını gözeten, ihtiyaç, istek ve beklentilerini karşılayan, ulaşılabilir, kesintisiz ve güvenilir sağlık hizmetini çağdaş standartlarda sunan bir kuruluştur.

ÖZEL NATOMED HASTANESİ

Genel ve tıbbi ahlak kuralları çerçevesinde, hasta haklarına saygılı, hasta memnuniyetini ön planda tutan, güvenilir, hedeflenen kalite standartlarını tutturana bunu sürekli hale getiren, sürekli gelişen tıbbın gerektirdiği bilgi, birikim ve teknolojiyi uygulayan ekip ruhu ile kesintisiz sağlık hizmeti sunmaktadır.

EK-2

HASTANELERE AİT LOGOLAR

ÖZEL ACIBADEM ANKARA HASTANESİ

ACIBADEM

ÖZEL AKAY HASTANESİ



ÖZEL AKROPOL HASTANESİ



ÖZEL ANKARA GÜVEN HASTANESİ



ÖZEL ANKARA MEDICALPARKHASTANESİ

MEDICALPARK

ÖZEL BAYINDIR HASTANESİ



ÖZEL BİLGİ HASTANESİ



ÖZEL ÇANKAYA YAŞAM HASTANESİ



ÖZEL ÇANKAYA HASTANESİ



ÖZEL DÜNYA GÖZ ANKARA HASTANESİ



ÖZEL ERYAMAN HASTANESİ



ÖZEL ETİMED HASTANESİ



ÖZEL HRS ANKARA KADIN HASTANESİ



ÖZEL İNCEK FİZİK TEDAVİ VE REHABİLİTASYON HASTANESİ



ÖZEL ANKARA UMUT HASTANESİ



ÖZEL KEÇİÖREN HASTANESİ



ÖZEL KORU ANKARA HASTANESİ



ÖZEL KUDRET GÖZ HASTANESİ



ÖZEL KUDRET INTERNATIONAL HOSPITAL



ÖZEL LİV HOSPITAL ANKARA HASTANESİ



ÖZEL LOKMAN HEKİM HASTANESİ



ÖZEL MEDICANA INTERNATIONAL ANKARA HASTANESİ



ÖZEL MEMORIAL ANKARA HASTANESİ



ÖZEL ORTADOĞU 19 MAYIS HASTANESİ



ÖZEL POLATLI CAN HASTANESİ



ÖZEL TOBB ETÜ HASTANESİ



ÖZEL NATOMED HASTANESİ

