

## 2. Bölüm

# Müşteri İlişkilerinde Sikayet Yönetiminin COVID-19 Pandemi Döneminde Sağlık İşletmeleri Açısından İncelenmesi

Ali YILDIZ<sup>1</sup>

### Giriş

Sosyo ekonomik gelişim sürecinde insanlık tarım toplumundan sanayi toplumuna, ardından da bilgi ve iletişim teknolojilerinin gelişmesiyle bilgi toplumuna geçiş yapmıştır. Günümüzde, bilgi teknolojilerinin kullanım hacminin internet ile birlikte hacim kazanması ve çeşitlenmesi neticesinde, insan bazlı üretimin yerini otomasyon sistemleri almaya başlamış, robot makinelerin sayısı artış göstermiştir. Bilginin, *big data* adı verilen yığın şeklinde toplanması ve toplanan verilerden anlamlı sonuçlar meydana getirmeyi ifade eden veri madenciliği konuları ile karar verme süreçlerine yardımcı olabilen veya karar verici nitelikte olabilecek şekilde geliştirilen yapay zeka çalışmaları günümüzde ekonomik hayatın yeni gerçekliği halini almıştır.

Yeni gerçekliğin hüküm sürmeye başladığı ekonomik ve sosyal alanda, işletmelerin de iş yapma usullerini, anlayışlarını ve araçlarını güncellemeleri gerekmektedir. İşletmelerin günümüz iş çevresinde rekabet edebilmesi ve ticari hayatına devam edebilmeleri için güncel pazar bilgisine haiz ve hâkim olmaları ve bu bilgilerle pazarı yönlendirebilmeleri gerekmektedir. Günümüzde işletmeler arasında rekabetin artış göstermesinin önemli nedenlerinden biri de tüketicinin işletmeler, ürün, fiyat, kalite vb. konular hususunda bilgiye anında ve neredeyse zahmetsizce ulaşabilmesidir. Diğer bir ifadeyle günümüz

<sup>1</sup> Dr. Öğr. Üyesi, Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi, Seydikemer Uygulamalı Bilimler Yüksekokulu, Muhasebe ve Finans Yönetimi Bölümü, aliylidiz@mu.edu.tr

## KAYNAKÇA

1. Altunışık, R, Coşkun, R, Bayraktaroglu, S, & Yıldırım, E. (2012). *Sosyal Bilimlerde Araştırma Yöntemleri*. (7. Baskı). Sakarya Yayıncılık.
2. Argan, M. T. & Arıcı, A. (2019). Sağlık İletişiminde E-Şikayet: Hastaların ve Hasta Yakınlarının Sikayetvar.com Paylaşımları Üzerine Bir Araştırma. *Akdeniz Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi*, Haziran (31), s. 339-355.
3. Bakırtaş, H. (2013). *Müşteri İlişkileri Yönetimi, Kavramlar, Modeller ve Stratejiler*. Bursa: Ekin Yayınevi.
4. Bakırtaş, H. (2015). Müşteri İlişkileri Yönetimi: Tanımı, Kapsamı, Önemi. *Müşteri İlişkileri Yönetimi* içinde kitap bölümü. Necdet Timur ve Gülfidan Barış (Ed.), Açıköğretim Fakültesi Yay. 3. Baskı., s.2-23.
5. Baltacı, A. (2019). Nitel Araştırma Süreci: Nitel Bir Araştırma Nasıl Yapılır? *Ahi Evran Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi (AEÜSBED)*, Cilt 5, Sayı 2, s. 368-388.
6. Barış, G. (2006). *Kusursuz Müşteri Memnuniyeti için Şikâyet Yönetimi*. İstanbul: Mediacat Yayınları.
7. Barış, G. (2015). Müşteri İlişkilerinde Karşılaşılan Sorunlar ve Çözümleri. *Müşteri İlişkileri Yönetimi* içinde kitap bölümü. Necdet Timur ve Gülfidan Barış (Ed.), Açıköğretim Fakültesi Yayınları. 3. Baskı. Eskişehir, s. 2-23.
8. Cuthbertson, R. & Laine, A. (2004). The Role of CRM Within Retail Loyalty Marketing. *Journal of Targeting, Measurement and Analysis for Marketing* Vol. 12, 3, 290-304.
9. Çatı, K. & Koçoğlu, C. (2010). Müşteri İlişkileri Yönetimi. *Güncel Pazarlama Yaklaşımlarından Seçmeler* içinde kitap bölümü. Editör: İnci Varinli & Kahraman Çatı. 2. Baskı. Ankara: Detay Yayıncılık.
10. Erkaya, E. (2007). Özel Hastanelerde Pazarlama ve Müşteri İlişkileri Yönetimi. Marmara Üniversitesi Sağlık Bil. Enstitüsü YL Tezi.
11. Hansen, T., Wilke, R. ve Zaichkowsky, L. J. (2009). How Retailers Handle Complaint Management. *Journal of Customer Satisfaction, Dissatisfaction & Complaining Behavior*. Vol: 22
12. Haşiloğlu, S. B. (2007). *Elektronik Posta ile Pazarlama*. İstanbul: Beta Yay.
13. İçişleri, (2020), <https://www.icisleri.gov.tr/65-yas-ve-ustu-ile-kronik-rahatsızligi-olanlara-sokaga-cikma-yasagi-genelgesi>, Erişim: 09/12/2020
14. İstanbul İSM, (2020). <https://istanbulism.saglik.gov.tr/TR,50448/saglik-kurumlari.html>, Erişim tarihi 10/12/2020.
15. Koç, E. (2017). *Hizmet Pazarlaması ve Yönetimi, Global ve Yerel Yaklaşım*. 2. Baskı, Ankara: Seçkin Yayıncılık.
16. Kurtoglu, Z. (2010). *CRM ve Müşteri İlişkileri*. İstanbul: Etap Yayınevi.
17. Larivet, S. & Brouard, F. (2010). Complaints Are a Firm's Best Friend. *Journal of Strategic Marketing*. Vol: 18, No:7, pages: 537- 551
18. Odabaşı, Y. (2000). *Satışta ve Pazarlamada Müşteri İlişkileri Yönetimi*. 8. Baskı. İstanbul: Sistem Yayıncılık.
19. Reichheld, F. F., & Sasser, W. E. (1990). Zero Defections: Quality Comes to Services. *Harvard Business Review*, 68(5), 103-111.
20. Ustaahmetoğlu, E. (2015). Hizmetlerde Şikâyet ve Başarısızlık Yönetimi. *Hizmet Pazarlaması ve Stratejileri* içinde kitap bölümü. Editör: Remzi Altunışık. 1. Baskı. İstanbul: Beta Yayınları. s. 319-350.
21. Ünal, S. (2011). *Yeni Ekonomide Müşteri İlişkileri ve Bilgi Teknolojileri*. 1. Baskı. İstanbul: Beta Yayınları.
22. Yıldız, A. (2013). Pazarlama Etiğinin Müşteri Memnuniyeti ve Sadakati Üzerine Etkisi: Online Perakendecilik Sektörü Üzerine Bir Araştırma. Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü. Y. L. Tezi.