



## Investigation of The Current Web Sites of City Hospitals

Mustafa Kaya<sup>1</sup>, Mustafa Filiz<sup>2\*</sup>

Department of Health Management, Faculty of Health Sciences, Kırıkkale University, 71450 Kırıkkale, Turkey  
Department of Medical Services and Techniques, Vocational School of Health Services, Artvin Coruh University, 08000 Artvin, Turkey

### ARTICLE INFO

**Development studies, human geography  
and environmental planning  
Research Article  
Turkish**

Received : 07/12/2018  
Accepted : 23/12/2018

#### Keywords:

City hospitals  
Web site  
Health services  
Effectiveness  
Presentation criteria

### ABSTRACT

This study was carried out to measure the effectiveness of the city hospitals, which started to serve until December 2018, according to a set of criteria. The data was collected by making the form necessary for the purpose of making the form fit for the evaluation of the web sites of the city hospitals by taking the literature review and expert opinion. The websites of city hospitals were examined according to 10 criteria and standardized and graded. Web sites did not get the full score from any criterion, while the highest score received information criterion for the appointment system and treatment follow-up, while the lowest score received information criterion for foreign patients. The web pages of the hospitals have received information about foreign patients, information about physicians, information about photo galleries and different presentation criteria. It is thought that the elimination of the deficiencies in the websites by taking into consideration the criteria of the city hospitals under the criteria examined can be a positive effect on the service provision, use and image of the institutions.

Türk Akademik Sosyal Bilimler Araştırma Dergisi, 1(1): 40-45, 2018

## Şehir Hastanelerinin Mevcut Web Sitelerinin İncelenmesi

### MAKALE BİLGİSİ

**Demografik ve sosyal istatistikler,  
yöntemler ve hesaplama  
Araştırma Makalesi  
Türkçe**

Geliş : 07/12/2018  
Kabul : 23/12/2018

#### Anahtar Kelimeler:

Şehir Hastaneleri  
Web Sitesi  
Sağlık Turizmi  
Verimlilik  
Sunum kriterleri

### ÖZ

Bu çalışma 2018 Aralık ayına kadar hizmet vermeye başlamış olan şehir hastanelerinin, web sitelerinin belirlenen bir kısım kriterlere göre etkinliğini ölçmek amacıyla yapılmıştır. Form amaca uygun hale getirilmesi için gerekli literatür incelemesi ve uzman görüşü alınarak şehir hastanelerinin web sitelerinin değerlendirilmesi için yeterli hale getirilerek veri toplanmıştır. Şehir hastanelerinin web siteleri 10 kriterle göre incelenmiş ve standardize edilerek puanlandırma yapılmıştır. Web siteleri hiçbir kriterden tam puanı almamış, en yüksek puanı randevu sistemi ve tedavi takibine ilişkin bilgiler kriteri alırken en düşük puan ise yabancı hastalara yönelik bilgiler kriteri almıştır. Hastanelerin web sayfaları yabancı hastalara ilişkin bilgiler, hekimlere ilişkin bilgiler, fotoğraf galerilerine ilişkin bilgiler ve farklı şekillerde sunuş kriterlerinden ortalama puanın altında almıştır. Şehir hastanelerinin incelenen kriterler altındaki maddelere dikkat ederek web sitelerindeki eksikliklerin giderilmesinin hizmet sunumunda, kullanımında ve kurumların imajı konularında pozitif etkili olabileceği düşünülmektedir.

\* Corresponding Author: Mustafa Filiz, [mustafafiliz1109@gmail.com](mailto:mustafafiliz1109@gmail.com)

## 1. Giriş

İlk insanın duman ve ses ile başlatıp yirmi birinci yüzyıl insanının bir ortamdan başka bir ortama yazı, ses ve görüntü aktarabilecek olan internete kadar uzayan iletişim süreci, önemli toplumsal ve iktisadi değişimler meydana getirmiştir (Solmaz, 2007). İnternet globalleşen dünyada vazgeçilmez bir araç haline gelmiştir. Bireyler internetin sunduğu kolaylıklardan gün geçtikçe daha fazla yararlanmaktadır (Özüpek, 2010).

İnternet vasıtasıyla bir kıtadan başka bir kıtadaki kurumlar veya birimler çok kolay bir şekilde birbirine bağlanabilmektedir. Bireyler ilgi duydukları konularda bilgi veya veriye rahatça ulaşabilmektedir. Kurumlar sundukları hizmetlerin reklamını internet vasıtasıyla dünyanın her tarafına yapabilmektedir (Peltekoğlu 1998). İnternetin kaynak ile alıcı arasında karşılıklı işleyen interaktif bir iletişim sağlaması, hedef kitleye birebir ulaşma imkanı vermesi ile hedef kitleleri doğru analiz edebilme, istek ve beklentilerini iyi düzeyde belirleme olanağı tanımaktadır (Elden 2003). Kurumların internetteki web siteleri, gerçek durumlarını yansıtan doğru bilgiler vermek durumundadır (Fırlar ve Yeygel, 2004).

Web siteleri iyi tasarlandığı zaman, hedef kitleye etkin bir şekilde mesajın gitmesini, kurumun olumlu noktalarını anlaşılır bir şekilde sunulmasını ve kurum imajının toplum zihninde güçlü bir şekilde oluşmasını sağlamaktadır. Bu durum, bireyin bir nesne ile ilgili inançları, düşünceleri, hisleri ve izlenimlerinin etkileşiminin açık bir sonucudur. Kitle iletişim araçları vasıtasıyla işletme hakkında birçok bilgi aktarılmaktadır. Tüm bu bilgi kaynakları bireylerin edindiği imaja ilişkin bilgi süreçlerini etkilemektedir (Lemmink ve ark.; 2003). Web siteleri hariç hiçbir iletişim aracı 7 gün 24 saat dünyanın her tarafından bu şekilde hizmet sunmamaktadır. Bundan dolayı kurumlar web sitelerinde kendileri hakkındaki tüm bilgileri müşterilerine, tüketicilere, yatırımcılara ve diğer kitlelere sunmalıdır. Kendileri hakkında web sitelerinde ne kadar bilgi aktarırlarsa, işletmelerin güvenilirlikleri de o oranda arttığı görülmektedir (Horton, 2003).

Genel olarak gerçekleşen iletişim ve teknolojik gelişmeler, dünyada yaşanan nüfus oranının artması, sağlık hizmetleri maliyetinin yüksek olması ve sağlık sistemlerindeki görülen sorunlar, tüketici bilincinin artması, sektörlerin yeni pazar arayışları ve ürün çeşitlemeleri gibi dinamikler medikal turizmin gelişimini sağlayan nedenler olarak görülmektedir (Khafizova, 2011). Bir şehirde, pazarlanma faaliyetlerine önem verilmesinde turist açısından önemi; yatırımcıların, sanayinin, yeni yerleşimcilerin ilgisini çekmek ve mevcut yerleşimcileri etkilemek olarak sıralanmaktadır (Karmowska, 2003). Birçok ülkede ve özellikle Avrupa ülkelerinde şehir pazarlaması ve markalaşan şehir kavramlarına yönelik birçok sosyal uygulama projesi sürdürülmekte ve projelerin sayısında önemli bir artış olduğu görülmektedir (Altunbaş, 2007).

Sağlık turizmi Türkiye’de önemi giderek artan bir turizm türüdür. Sağlık Bakanlığının Türkiye’de sağlık turizminin geliştirilmesine ve sağlık turistlerinin sayısının artırılmasına yönelik çalışmaları devam etmektedir. Sağlık turizminin başarılı bir şekilde gerçekleşmesi için

ilgili ülkenin uygulamaları ve genel yaklaşımı büyük önem arz etmektedir. Ayrıca sağlık hizmeti veren hastanelerin yürüttükleri çalışmalar da sağlık turizminin başarısını etkileyen faktörler arasındadır. Sağlık hizmetlerinin anlatılması, ihtiyaçların ve beklentilerin doğru yöntemlerle öğrenilmesi, sağlık turistlerine ulaşılması ve memnuniyetlerinin ölçülmesi gibi birçok faktör iyi bir iletişimden geçmektedir. Bundan dolayı hem ülkelerin, hem de o ülkede faaliyet gösteren hastanelerin sağlık turizmi artırma yolunda iletişime, isteğe bağlı olmanın ötesinde bir zorunluluk olarak bakılmalıdır. Uzun süreli planlar dahilinde ve geniş bir yelpazede iletişim yollarını kullanarak, ülkeye turist çekebilmesi ve sunulan hizmetlerin kalitesi aktarılabilmelidir. Tıbbi tedavi amacıyla başka bir ülkeye giden bireyin her şeyden önce gideceği ülkeye ve ülkedeki sağlık hizmetine ve sağlık personeline güven duymalıdır. Bu güvenin sağlanması için de devamlı, tutarlı ve açık iletişim yatmaktadır. Sağlık turistleri, hizmet alacakları ülkeye ve sağlık kurumlarına gitmeden önce ayrıntılı bir biçimde arayış içerisine girerler. Bu noktada iletişim teknolojisinde yaşanan ilerlemeler, sağlık kurumlarına sağlık turistlerine ulaşmak ve onlara bilgilendirmek açısından büyük fırsatlar sunmuştur (Öksüz ve Altıntaş, 2017).

Türkiye’de sağlık sektöründeki yeniden yapılanma kapsamında Sağlık Bakanlığı, sağlık hizmetlerinde hem örgütsel hem de finansman açısından kamu özel ortaklığı yöntemini kullanma yolunu tercih etmiştir (Kerman ve ark.; 2012). Günümüzde 3359 sayılı "Sağlık Hizmetleri Temel Kanunu" kapsamında bir kamu özel ortaklığı türü olan yap-kirala modeli ile şehir hastaneleri oluşturulmaya başlanmıştır (Kalkınma Bakanlığı, 2012). Böylece sağlık hizmetleri yeni bir boyut kazanmaktadır. Sağlık Bakanlığı’nca Türkiye’nin 22 farklı kentinde 30 “Entegre Sağlık Kampüsü” yapılmaktadır. “Şehir hastaneleri” olarak bilinen bu sağlık temelli kurumlar Kamu Özel Ortaklığı modeli ile gerçekleştirilmektedir (Cerraoglu, 2016). Diğer bir tanıma göre, özel teşebbüsle tüm paydaşların belli bir hedefi gerçekleştirmek veya belirli bir vazifeyi üstlenmek ve riskleri, sorumlulukları, kaynakları, yetkinlikleri ve faydaları paylaşmak için oluşturdukları gönüllü ve işbirlikçi sözleşmedir (Nelson, 2002).

Türkiye’de yeni bir uygulama modeli olarak hizmet vermeye başlayan şehir hastanelerinin tanıtımı açısından, hastanelerin web sitelerinde hekimlere ilişkin bilgilerin ve hastaneye ait fotoğrafların sunumunun eksik olması hastanenin tanıtımında olumsuz etkiye sebep olmaktadır. Bu çalışma Şehir hastanelerinin, web sitelerinin belirlenen bir kısım kriterlere göre etkinliğini ölçmek amacıyla yapılmıştır.

## 2. Yöntem

Araştırmaya 2018 Aralık ayı kadar hizmet vermeye başlamış olan şehir hastanelerinin web siteleri dahil edilmiştir. Web siteleri incelenirken Samadbeik ve arkadaşları (2017) tarafından geliştirilen Kaya ve arkadaşları (2018) tarafından Türkçeye uyarlanan değerlendirme formu temel alınmıştır. Gerekli literatür incelemesi ve uzman görüşü alındıktan sonra

değerlendirme formu şehir hastanelerinin web sitelerini değerlendirmeye yeterli hale getirilerek analiz yapılmıştır. 10 temel kriter altında inceleme yapılmıştır, bunlar:

- Hastanelerin Tanıtımına İlişkin Bilgiler
- Hastalar İçin Genel Bilgiler
- Yabancı Hastalara İlişkin Bilgiler
- Hekimlere İlişkin Bilgiler
- Randevu Sistemi ve Tedavi Takibine İlişkin Bilgiler
- Haber ve İstatistiklere İlişkin Bilgiler
- Fotoğraf Galerilerine İlişkin Bilgiler
- İletişime ve Hastaneye Ulaşım İlişkin Bilgiler
- Farklı şekillerde sunuş
- Teknik konulara ilişkin bilgiler

Tüm kriterleri tek grafikte göstermek amacıyla kriterler 100 puanlık bir sisteme dönüştürülerek standardize edilmiştir. Standardize işlemi yapılırken her kriterin altında incelenen maddelerin alabileceği en yüksek değer toplam hastane sayısı (8) olarak kabul edilmiş ve 100'lük standardize için bir birimlik değerler hesaplanmış ve kriterler tek puan olacak şekilde hesaplanmıştır. Örneğin, Tablo 1'deki kriterin altında toplam 10 madde incelenmiştir. Bu maddelerden her birinde en yüksek 8 özellik var olabilmektedir. Maddelerden elde edilebilecek toplam değer 80'dir. 100/80 bize bir birim başı değeri vermektedir. Tabloda var şartı altındaki toplam sayının birim değerle çarpılması bize birinci kriterin standardize edilmiş puanını vermektedir.  $100/80 \times 55 = 68,75$ .

### 3. Bulgular

Şehir hastanelerinin web sitelerinde hastanenin tanıtımına ilişkin araştırmaların verildiği Tablo 1'e bakıldığında zaman hastanelerin tarihçelerinin, kat plan sunumunun ve sıkça sorulan sorular bölümlerinin sunumunda eksiklikler olduğu görülmektedir. İdari personelin tanıtımının, hastanedeki mevcut ekipmanların, bölümleri, uzmanlık alanlarının, hastanenin misyon ve vizyonunun, otopark bilgisinin hastanelerin çoğunun web sitelerinde olduğu görülmektedir.

Hastalar için genel bilgilerin sunumunun incelendiği Tablo 2 dikkate alındığında hasta haklarının, temel tıbbi bilgilerin sunumunun, faydalı medikal linklerin sunumunun, hasta mahremiyeti konusundaki bilgilerin ve uyulması gereken kuralların tüm web sitelerinde eksiksiz sunulduğu görülmektedir. Fakat, hastane hijyen esaslarının web sayfalarının çoğunda, hastane kaynaklı enfeksiyon bilgisi ve ölüm oranlarının ise hiçbir web sitesinde sunulmadığı görülmektedir.

Tablo 3'te yabancı hastalara ve maliyetlere ilişkin incelemenin sonuçları sunulmuştur. Şehir hastanelerinin web sitelerinde yabancı hastalara yönelik turistik mekanların ve buralara ulaşım yollarının sunumu gibi bilgilerin sunumunun yeterince olmadığı görülmektedir.

Hekimlere ilişkin bilgilerin verildiği Tablo 4'e bakıldığında zaman hekim lisans doğrulamasının, uzmanlık türünün ve mezun olunan yerin, alınan akademik başarı ve ödüllerin yetersiz sunulduğu, hekimlerin iletişim bilgilerinin hiç sunulmadığı görülmektedir. Hekimlere ilişkin çalışma takviminin ise bir hastane web sitesi dışında tüm web sitelerinde sunulduğu görülmektedir.

Tablo 1. Hastanelerin tanıtımına ilişkin bilgiler

Konuya Dair Özellik	Var	Yok
Kuruluşundan bugüne kadar hastanenin tarihçesinin sunumu	2	6
Hastanenin kat planı sunumu	3	5
Hastane idari personelinin tanıtımı	7	1
Hastanede mevcut modern ekipmanların sunumu	8	8
Hastanede bulunan mevcut bölümlerin ve uzmanlık alanlarının sunumu	8	0
Hastanenin misyon ve vizyonunun sunumu	7	1
Otopark bilgisi	6	2
Organizasyon şeması	7	1
Hastane yatak kapasitesi	6	2
Sıkça sorulan sorular	1	7

Tablo 2. Hastalar için genel bilgiler

Konuya Dair Özellik	Var	Yok
Hasta haklarının belirtilmesi	8	0
Hastalara temel tıbbi bilgilerin sunumu	8	0
Faydalı medikal linklerin gösterimi	8	0
Hastanenin hijyen esaslarının sunumu	2	6
Hastane kaynaklı enfeksiyon bilgisi	0	8
Hastane ölüm oranları	0	8
Hasta mahremiyeti konusunda bilgi	8	0
Hastanede kalış süresince uyulması gereken kurallar	8	0
Ziyaretçilerin uyması gereken kurallar	8	0
Hasta kabul sürecinde uyulması gereken kurallar	8	0

Tablo 3. Yabancı hastalara ilişkin bilgiler

Konuya Dair Özellik	Var	Yok
Kentte ve bölgede bulunan turistik mekanların sunumu	2	6
Hastaneye ve turistik mekanlara ulaşım için haritaların sunumu	1	7
Yabancı hastalar için hastanede otelcilik hizmetlerinin sunumu	2	6
Şehrin otel, restoran ve diğer tanınmış eğlence mekanlarının sunumu	2	6
Turistler için sigorta sözleşmeleri listesinin sunumu	3	5

Tablo 4. Hekimlere ilişkin bilgiler

Konuya Dair Özellik	Var	Yok
Hekim lisans doğrulaması	2	6
Uzmanlık türü ve mezun olunan yer	2	6
Alınan akademik başarı ve prestij ödülleri	2	6
İsim ve uzmanlık araması yapabilmek	4	4
Hastane kliniklerinde hekimlerin çalışma takvimleri	7	1
İletişim bilgileri	0	8

Tablo 5'e bakıldığında zaman, randevu ve tedavi takibine ilişkin bilgilerin tüm hastane web sitelerinde eksiksiz sunulduğu, fakat hekimlere internet üzerinden soru sorabileceğimizin hiçbir hastanenin web sitesinde olmadığı görülmektedir.

Tablo 5. Randevu sistemi ve tedavi takibine ilişkin bilgiler

Konuya Dair Özellik	Var	Yok
Çeşitli klinikler	8	0
Görüntüleme hizmetleri	8	0
Takip numarası verebilme	8	0
Randevu zamanını değiştirebilme veya iptal edebilme	8	0
Şikayetlerin takibi	8	0
Yeniden yatışta koordinasyon yolları	8	0
Tıbbi danışma (İnternet üzerinden hekime soru sorabilme)	0	8
İstek ve kişisel soruların kaydedilmesi	8	0
İnternet üzerinden laboratuvar sonuçlarının görüntüleme	8	0

Tablo 6'da haber ve istatistiklere yönelik bilgilerin incelemesinin sonuçları gösterilmektedir. Hastane web sitelerinin hiçbirinde yabancı hasta istatistiklerinin ve yabancı hastalara Tablo 6'da haber ve istatistiklere yönelik bilgilerin incelemesinin sonuçları gösterilmektedir. Hastane web sitelerinin hiçbirinde yabancı hasta istatistiklerinin, hem yabancı hem de yabancı olmayan hastalara yönelik memnuniyet sonuçlarının sunulmadığı, üç hastanenin web sitesinde hastanede ise yayın grubu ve toplantıların sunulmadığı, fakat tüm web sitelerinde sağlık hizmetlerindeki son gelişmelere yönelik haberlerin sunulduğu görülmektedir.

Tablo 7'de hastanelerin fotoğraf galerilerine ilişkin bilgilerin incelemesinin sonuçları verilmiştir. İncelenen 8 hastanenin 4'ünün web sitesinde ameliyathaneler, klinikler, servislere ilişkin fotoğraflar ve basında hastanemiz bölümünün olduğu görülmektedir. Son dönemde kurumların tanıtımında ve hastalara kolaylık sağlamak amacıyla kullanılan 360 derece sanal turun ise hiçbir hastanenin web sitesinde olmadığı görülmektedir.

Hastanelere yönelik iletişim ve ulaşım bilgilerinin verildiği Tablo 8'e bakıldığında zaman tüm hastanelerin web sitesinde irtibat numaralarının ve tam adreslerinin yer aldığı görülmektedir. Fakat hastanelere ait faks numaralarının, e-posta adreslerinin, sosyal ağ hesaplarının ve hastanelere alternatif ulaşım yollarının sunumunda eksiklikler olduğu görülmektedir. Bu hastanelerin yalnızca dört hastanenin web sitesinde hastaneye ait faks numarasının sunulduğu görülmektedir.

Tablo 9'da hastanelerin web sitelerinin dil ve engelliler açısından farklı şekillerde sunuş seçeneklerinin incelemesinin sonuçları verilmiştir. 6 hastaneye ait web sitelerinin farklı dil seçeneğinin bulunduğu ve hiçbir web sitesinin engellilere yönelik erişimine imkan tanımadığı görülmektedir.

Tablo 10'da hastane web sitelerinin teknik konularına ilişkin incelemelerin sonuçları verilmiştir. Tüm hastanelerin web sitelerinde web site haritasının, site içi arama imkanının, sunulan bilgilere yönelik güncelleme tarihlerinin ve tüm sayfaların yazdırılabilme imkanının olduğu; siteyi ziyaret eden kişi sayılarının ise olmadığı görülmektedir.

Şekil 1'de hastanelerin web siteleri incelenirken göz önünde bulundurulmuş kriterlerin standardize edilmiş hali gösterilmektedir. Şekil incelendiği zaman yabancı hastalara ilişkin bilgilerin, hekimlere ilişkin bilgilerin, fotoğraf galerilerine ilişkin bilgilerin ve farklı şekillerde sunuş kriterlerinin ortalama puanın altında düşük kabul

edilebilecek seviyede olduğu görülmektedir. 50 puanın üzerinde olan kriterlerden ilk sırada randevu sistemi ve tedavi takibine ilişkin bilgiler kriteri, ardından sırasıyla iletişim ve hastaneye ulaşımına ilişkin bilgiler, teknik konulara ilişkin bilgiler, hastalar için genel bilgiler, hastanelerin tanıtımına ilişkin bilgiler ve haber ve istatistiklere ilişkin bilgiler kriterleri yer almaktadır.

Tablo 6. Haber ve istatistiklere ilişkin bilgiler

Konuya Dair Özellik	Var	Yok
Yabancı müşterileri (hasta) istatistikleri	0	8
Yabancı hastaların memnuniyet durumlarını izleme ve sunma	0	0
Ameliyat ve diğer tıbbi işlemlerle ilgili en yeni haberler	8	0
Hastanedeki yayın grubu ve bilimsel toplantıların takvimi	5	3
Hasta memnuniyeti araştırma sonuçları	0	8

Tablo 7. Fotoğraf galerilerine ilişkin bilgiler

Konuya Dair Özellik	Var	Yok
Ameliyathaneler	4	4
Hastanedeki bölümlerin fotoğrafları	8	0
Ameliyat fotoğrafları	0	8
Turistik mekanların fotoğrafları	2	6
Klinik ve servisler gibi tesise ait fotoğraflar	4	4
360 derece sanal tur	0	8
Basında hastanemiz	4	4

Tablo 8. İletişime ve hastaneye ulaşımına ilişkin bilgiler

Konuya Dair Özellik	Var	Yok
Hastane irtibat numaraları	8	0
Hastane e-posta adresi	7	1
Hastanenin tam adresi	8	0
Hastanenin faks numarası	4	4
Sosyal ağ hesapları	7	1
Hastaneye alternatif ulaşım yolları ile ilgili bilgi	6	2

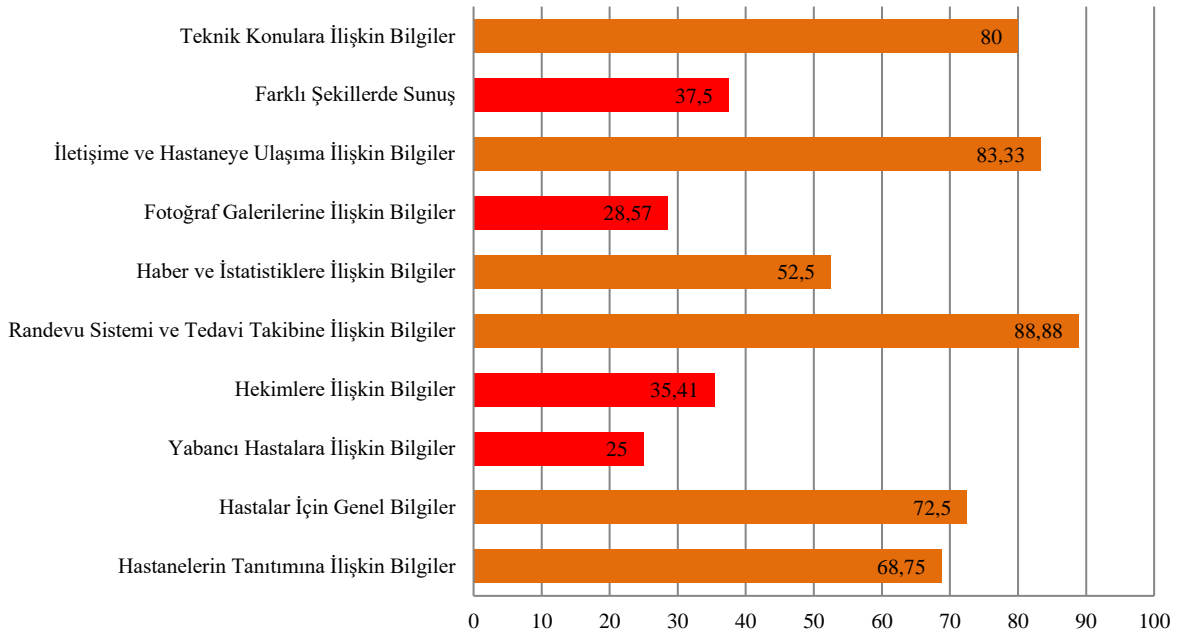
Tablo 9. Farklı şekillerde sunuş

Konuya Dair Özellik	Var	Yok
Sayfanın farklı dillere çevrilip çevrilemediği	6	2
Dil seçeneği sayısı	2*	
Engellilere yönelik erişim, sesli erişim	0	8

\*Türkçe-İngilizce

Tablo 10. Teknik konulara ilişkin bilgiler

Konuya Dair Özellik	Var	Yok
Web site haritası	8	0
Site içi arama imkanı	8	0
Web sitesi son güncellenme tarihi	8	0
Web sitesi sayfalarının yazdırılabilme imkanı	8	0
Siteyi ziyaret eden kişi sayısı bilgisi	0	8



Şekil 1. Hastanelerin web sitelerine ilişkin incelenen kriterlerin standardize edilmiş gösterimi

#### 4. Tartışma ve Sonuç

Şehir hastanelerinin web siteleri 10 kritere göre incelenmiş ve standardize edilerek puanlandırma yapılmıştır. Web siteleri hiçbir kriterden tam puan almamış, en yüksek puanı randevu sistemi ve tedavi takibine ilişkin bilgiler kriteri alırken, en düşük puan ise yabancı hastalara yönelik bilgiler kriteri almıştır. Hastanelerin web sayfaları yabancı hastalara ilişkin bilgiler, hekimlere ilişkin bilgiler, fotoğraf galerilerine ilişkin bilgiler ve farklı şekillerde sunuş kriterlerinden ortalama puanının altında değer almıştır. Türkiye’de yeni bir uygulama modeli olarak hizmet vermeye başlayan şehir hastanelerinin tanıtımı açısından, hastanelerin web sitelerinde hekimlere ilişkin bilgilerin ve hastaneye ait fotoğrafların sunumunun eksik olması hastanelerin tanıtımında olumsuz etkiye sebep olmaktadır. Web siteleri incelenen kurumların kamu hizmeti sunması ve herkesi kapsamı, web sitelerine erişimde ve kullanımda farklı seçeneklerin sunumunu zorunlu kılmaktadır, fakat şehir hastanelerinin web sitelerinin hiçbiri engellilere yönelik erişim imkanı sunmamaktadır. Şehir hastaneleri planlanırken sağlık turizmine de hitap etmesi gündeme gelmiştir. Fakat web sitelerinin yabancı hastalara yönelik bilgiler kısmının oldukça yetersiz olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Hastane web sitelerinde hekimlere ilişkin bilgilerin, yabancı hastalara yönelik bilgilerin, fotoğraf galerilerinin, dil seçeneklerinin zenginleştirilmesi ve engelli hastalara yönelik erişim imkanlarının sunulması gerekmektedir.

Standardize edilmiş puanlara göre 50’nin üzerinde puan alan kriterler artan puan sıralamasına göre haber ve istatistiklere ilişkin bilgiler, hastanelerin tanıtımına ilişkin bilgiler, hastalar için genel bilgiler, teknik konulara ilişkin bilgiler, iletişim ve hastaneye ulaşım ilişkin bilgiler ve en yüksek puanla randevu sistemi ve tedavi takibine ilişkin bilgiler kriteridir. Bu kriterlere ilişkin bilgilerin yetersizliği hastalar açısından hizmete erişimde zorluklara sebep olmakta, hastaneyi, hizmetleri ve hizmet verenleri

tanımaya engel olmaktadır. Ayrıca web sitelerindeki her eksiklik, bu sitelerin amacına ulaşmasında negatif etki oluşturmaktadır. Şehir hastanelerinin incelenen kriterler altındaki maddelere dikkat ederek web sitelerindeki eksikliklerin giderilmesinin hizmet sunumunda, kullanımında ve kurumların imajı konularında pozitif etkili olabileceği düşünülmektedir.

#### Kaynaklar

- Altunbaş, H. (2007). “Pazarlama İletişimi ve Şehir Pazarlaması “Şehirlerin Markalaşması”, Selçuk Üniversitesi İletişim Fakültesi Akademik Dergisi, Cilt 4, Sayı 4, s. 156-162.
- Cerrahoğlu, A. (2016). Şehir hastaneleri ve birinci basamak, The Journal of Turkish Family Physician,7/3:81-84. Doi: 10.15511/tjtfp.16.00381
- Elden, M. (2003). Reklam Yazarlığı, İletişim Yayını, İstanbul.
- Fırlar, B. ve Yeygel, S. (2004). Sanal Ortamda Bütünleşik Pazarlama İletişimi, E.Ü. Yayını, İzmir.
- Horton, J. (2003). PR and Updated Website, <http://www.onlinepr.com/Holding/TheUpdatedWebSite.pdf>, 29.09.2006.
- İnternet Kullanım İstatistikleri. <http://www.internetworldstats.com/stats.htm>. Erişim Tarihi:05/12/2018.
- Kalkınma Bakanlığı (2012). Dünyada ve Türkiye’de kamu-özel işbirliği uygulamalarına ilişkin gelişmeler, Yatırım Programlama İzleme ve Değerlendirme Genel Müdürlüğü, [http://www.kalkinma.gov.tr/KamuOzelIsbirligiYayinlar/2\\_Password\\_Removed.pdf](http://www.kalkinma.gov.tr/KamuOzelIsbirligiYayinlar/2_Password_Removed.pdf), (Erişim tarihi: 02.12.2018).
- Karmowska, J. (2003). “Cultural Heritage as an Element of Marketing Strategy in European Historic Cities”, Proceedings of the 5th European Commission.
- Kaya, M., Kar, A. ve Yılmaz, A. (2018). Sağlık Turizmi Bakış Açısıyla Hastanelerin Web Sayfalarının Değerlendirilmesi, II. Uluslararası Bilimsel ve Mesleki Çalışmalar Kongresi Bildiri Kitabı, S:1626-1632.
- Kerman, U., Altan, Y., Aktel, M. ve Eke, E. (2012). Sağlık Hizmetlerinde Kamu Özel Ortaklığı Uygulaması, Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, C: 17, S: 3, ss. 1-23.

- Khafizova, L. (2011). "Medikal Turizmin Gelişmesinde Seyahat İşletmelerinin Önemi ve Türkiye'deki Durum" Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Lemmink, J., Schuijff, A. and Streukens, S. (2003). The Role of Corporate Image and Company Employment Image in Explaining Application Intentions, *Journal of Economic Psychology* 24: 1–15.
- Nelson, J. (2002). Building partnerships: cooperation between the united nations system and the private sector, report commissioned by the united nations global compact office, United Nations Department Of Public Information: NewYork.
- Öksöz, B. ve Altıntaş, V. (2017). Sağlık turizminde dijital iletişim kanallarının kullanımı. *Seyahat ve otel işletmeciliği dergisi*. 14(1): 59-75.
- Özüpek, M.N. (2010). Belediyelerin Halkla İlişkiler Çalışmalarında İnternet Kullanımı: Büyükşehir Belediyeleri Web Siteleri Üzerine Uygulamalı Bir Çalışma. *Selçuk İletişim Dergisi* 2010; 6(3).
- Peltekoğlu, F. B. (1998). *Halkla İlişkiler Nedir*, Beta Yayını, İstanbul.
- Samadbeik, M., Asadi, H., Mohseni, M., Takbiri, A., Moosavi A. and Garavand, A. (2017). Designing a Medical Tourism Website: A Qualitative Study. *Iran J Public Health*, Vol. 46, No.2, Feb 2017, pp.249-257.
- Solmaz, B. (2007). Halkla İlişkiler Bakış Açısından Kriz Durumlarında İnternetin Rolü ve İnternet Kriz Planlaması. *Selçuk İletişim Dergisi*. 4: 67-74.