

# Türkiye’de Özel Hastanelerin Web Sitelerinin Değerlendirilmesi

Meriç ÇOLAK<sup>a</sup>, Beyza KAYMAKOĞLU<sup>a</sup>, Korkut ERSOY<sup>a</sup>

<sup>a</sup>Başkent Üniversitesi, Ankara

## An evaluation of Web Sites of Private Hospitals in Turkey

### Abstract

Information technologies play an important role in the improvement of patient care and the determination of the patients' choice in the supply of the health services. In this framework hospitals utilize the information technologies in providing healthcare services. Health services like patient training, preventive care and self care can be provided through web-sites. In this study, the prevalence of websites of private hospitals affiliated with the Ministry of Health is determined and the websites are examined according to criteria determined by a group of specialists. Being a descriptive evaluation research, the population of the study is 253 private hospitals affiliated with the Ministry of Health from 81 provinces in Turkey according to year 2004 data. Hospitals with websites were found via search engines, telephone numbers, City Directorate of Health and governor's office. Websites are evaluated according to main pages, visuality, technical and required information, hospital information, corporate information, information regarding hospital regulations and facilities, information on departments and polyclinics, on-line services, human resources, galleries, contact and patient rights, treatment fees. Also the relation between web-sites and hospital sizes were determined by examining variables like the number of practitioners and specialists, bed occupancy rate, written and actual number of beds. After the study it is determined that 46 % of the hospitals had websites. The highest website prevalence is in the Marmara Region where the lowest is in Eastern Anatolian Region. After the examination it was seen that the websites generally consisted of data like information about the departments of the hospital, names of doctors in relative departments, current issues, frequently asked questions, events, hospital history, contracted institutions and contact information. Along with this, only a few hospitals provide information on performance criterions and doctors' contact information. Moreover information on hospital statistics, nursing services, companion information, visiting hours, parking spaces, ATMs is available on a very limited number of websites. As there are no standards set, information on the websites vary from site to site. As a result, patients are not able to find out which hospital would provide better and more efficient service for them by browsing through their websites.

### Key Words

Web sites; Hospitals; Hospital Web Sites

### Özet

Bilgi teknolojileri, hasta bakımının iyileştirilmesinde ve tüketicilerin sağlık hizmet sunumu tercihlerinin belirlenmesinde önemli rol oynamaktadır. Bu doğrultuda hastaneler de sağlık hizmeti sunarken bilgi teknolojilerinden yararlanmaktadır. Web siteleri aracılığı ile hasta eğitimi, koruyucu bakım ve kendi kendine bakım gibi sağlık hizmetleri sunulabilmektedir. Çalışmada, Sağlık Bakanlığı'ndan ruhsatlı özel hastanelerin web siteleri uzman bir grup tarafından belirlenen kriterlere göre incelenmiştir. Çalışma, tanımlayıcı türde değerlendirme araştırması olup, evrenimizi 2004 yılı verilerine göre Türkiye’de 81 ilde Sağlık Bakanlığı’na bağlı 253 özel hastane oluşturmaktadır. Web sitesine sahip olan hastanelerin web sitesi adresleri tarama motorları, hastane telefonları, İl Sağlık Müdürlükleri ve valilikler aracılığı ile elde edilmiştir. Web siteleri ana sayfa, görsellik, teknik ve gerekli bilgiler, hastane bilgileri, kurumsal bilgiler, hastane kuralları ve kolaylıkları ile ilgili bilgiler, bölümler ve polikliniklere ait bilgiler, on-line hizmetler, insan kaynakları, galeri, iletişim ve hasta hakları,

*tedavi ücretleri gibi ekstra bilgiler ana başlıkları altındaki kriterlere göre değerlendirilmiştir. Ayrıca hastanelerin uzman-pratisyen hekim sayısı, yatak işgal oranı, kadrolu ve fiili yatak sayısı gibi hastane büyüklük değişkenleri incelenerek hastane büyüklük durumu ile web sitesine sahip olma durumu arasındaki ilişki ortaya konulmuştur. Çalışma sonucunda, 253 özel hastanenin % 46'sının web sitesine sahip olduğu belirlenmiştir. Web sitesi olan hastanelerin oranı en yüksek Marmara Bölgesi'nde, en düşük Doğu Anadolu Bölgesi'ndedir. Web siteleri incelendiğinde, genel olarak hastane bölümleri hakkında bilgiler, bölümlere ait doktor isimleri, güncel konular, sık sorulan sorular köşesi, etkinlikler, hastane tarihçesi, anlaşmalı kurumlar listesi ve iletişim bilgileri yer almaktadır. Bunun yanında çok az sayıda hastanede doktorlar hakkında özgeçmiş, performans bilgileri, doktorların iletişim bilgileri gibi diğer bilgilere yer verilmektedir. Ayrıca hastane istatistikleri, hemşirelik hizmetleri, refakatçi bilgileri, ziyaret saatleri, bölüm sekreterlerine ulaşım bilgileri, hastaneye ait park yeri ve bankamatik bilgileri de çok az sayıda hastanenin web sitesinde mevcuttur. Web sitelerindeki bilgiler, belirli bir standart yapının olmaması nedeniyle farklılıklar göstermektedir. Bu nedenle hastanelerin web siteleri üzerinden sağlık hizmeti almak isteyenler hangi hastaneden daha kaliteli ve verimli bir şekilde yararlanabilecekleri konusunda istedikleri bilgiye ulaşamamaktadır.*

### **Anahtar Kelimeler:**

*Web siteleri; Hastaneler; Hastane Web Siteleri*

## **1. Giriş**

Bilgi yoğunluklu bir sektör olan sağlık sektöründe bilgiye ulaşım hayati bir önem taşımaktadır. Bilgi ve iletişim teknolojilerinde son 20 yıl içerisinde yaşanan gelişmeler sağlık alanında birçok yeni uygulamanın geliştirilmesini sağlamıştır. Bilgi teknolojileri, hasta bakımının iyileştirilmesinde ve tüketicilerin sağlık hizmet sunumu tercihlerinin belirlenmesinde önemli rol oynamaktadır. Bu doğrultuda hastaneler de sağlık hizmeti sunumunda bilgi teknolojilerinden yararlanmaktadır. Sağlık hizmeti veren birimlerin web sitelerinin pozitif yönde gelişimi de bu yönde dikkati çeker değerdedir. Hastanelerin web siteleri ile hizmet tanıtımı, kalite imajının yaratılması ve halkın, hastanenin varlığı hakkında bilgi sahibi olmasını sağlamanın yanında, web siteleri aracılığı ile hasta eğitimi, koruyucu bakım ve kendi kendine bakım gibi sağlık hizmetleri sunulabilmektedir.

### **1.1. Hastanelerde Halkla İlişkiler ve Pazarlama Faaliyetleri**

Sağlık sektöründe hastanecilik alanında hızlı gelişimin sonucunda, hizmet sunumunda da farklılaşmalar meydana gelmiştir. Modern hastanecilik, görev ve sorumluluğu çok olan, ileri bir sosyal müessesecilik kavramını ifade eder. Bunlar gerek miktar ve gerekse vasıf itibarıyla çok daha ileri bir "işletme" olarak algılandığından, "modern işletmecilik" esasına göre yönetilmektedir. Bu anlamda organizasyon yapılarında da klasik hastane organizasyonlarındakinin aksine, idari ve tıbbi birimlerin ayrı kollardan yürütüldüğü ve tıbbi hizmetleri sunmaya yönelik pek çok işletme fonksiyonunun da bu organizasyonun içinde yer aldığı görülür. Bunların başında da pazarlama fonksiyonunun ön plana çıktığı görülmektedir.

Günümüzde sağlık sektörünün büyümesi ve pazarlamada uzmanlaşmanın yoğunlaşması, hastane hizmetlerinin pazarlanmasını ayrı bir uzmanlık dalı haline getirmiştir. Pazarlama işlevi, malların ve hizmetlerin pazarlanmasında yapılan bir eylem, iş, çalışma ya da hizmettir. Pazarlama faaliyetlerinden olan tanıtım ise, hizmetlerin varlığı konusunda insanları bilgilendirmek ve bu hizmetlerin ve/veya ürünlerin yararlılığını göstermektir. Hastanenin pazarlanabilirliği, yönetimdeki en önemli konudur. Kurumsal kimlik yaratmaya yönelik tanıtım faaliyetleri açısından işletme sistemine göre konumunun irdelenmesi gereken en temel unsur müşterilerdir. Daha önceleri sadece "hastalar" sağlık hizmetinin müşterileri olarak kabul edilirken bugün gerçek anlamda sağlık hizmetlerine iştirak eden tüm bireyler müşteri olarak kabul edilmektedir. Hastaneler, müşteri hizmetlerine giderek daha fazla önem vermektedirler.

Hastane tanıtımında ve pazarlama faaliyetlerinin genelinde, halkla ilişkilere de büyük rol düşmektedir. Hastanelerin hastane içinde ve dışındaki hedef kitleye ulaşabilmeleri için, halkla ilişkiler faaliyetleri konusunda profesyonel davranmaya ihtiyaçları vardır. Hastanelerde halkla ilişkiler faaliyetleri iç ve dış halkla ilişkiler olarak yürütülür. Hastane içi halkla ilişkilerde hasta ve hasta yakınları, doktorlar ve personele yönelik hizmetler, dış halkla ilişkilerde ise daha çok

tanıtıma yönelik çalışmalar yer alır. Yeni bilgilerin ve iletişim teknolojilerinin öneminin artması hastanelere ve hastane bilgilerine internet ortamından ulaşımı gerekli hale getirmiştir. Sağlık hizmeti veren birimlerin web sitelerinin pozitif yönde gelişimi dikkati çeker değerdedir. Hastanelerin web siteleri aracılığı ile halka açılmalarının temel noktalarını, hizmet tanıtımı, kalite imajının yaratılması ve halkın, hastanenin varlığı hakkında bilgi sahibi olmasını sağlamak oluşturmaktadır. Hastanelerin halka ulaşmasında web siteleri zaman ve para yönünden sabit bir yatırımdır. Halkın gözü ile hastanelerin imajı yöneticiler ve sağlık personeli için önem taşımaktadır. Hastanelerin imajı sadece kendileri ile ilgili halka vermek istedikleri bilgiler tarafından etkilenmez, bu imaj aynı zamanda hastane içi hastaların, hastane dışındaki kişilerin, yöneticilerin sağlık profesyonellerinin, tedarikçilerin geniş çaplı etkileşimleri sonucudur. Hastanelerin fonksiyonel imajı doğrultusunda sunulan hizmetler ile hastanelerin bu hizmetleri yerine getirme kabiliyeti yer alırken, organizasyonel imajı olarak da hatasız bir şekilde servis hizmetlerini sunabilmesi ya da olası zararları hafifletme eğilimleri verilebilir. Hastanenin vermek istediği sunmak istediği imaj ise amaçsal imaj olarak verilmektedir. Bu doğrultuda hastane web siteleri amaçsal imajları açısından günden güne daha önem kazanmaktadır. Halka sunulan global imajın değerinin artmasına neden olacaktır. Hastane web sitelerinde sadece servislerle veya verilen hizmetlerle ilgili bilgiler yer almayıp, aynı zamanda hastane web siteleri aracılığı ile ziyaret eden kişilere hasta eğitimi, sağlık eğitimi verilerek kişilerin dikkati çekilebilmektedir. Ayrıca hastane web siteleri aracılığı ile hastanelerin yapısal organizasyonları, kaynakları, profesyonellerinin sayıları, özellikleri, gerçekleştirilen operasyon sayıları, hastane istatistikleri, ameliyat zamanları ve her türlü bilgiler, bekleme zamanları vb bilgiler verilebilir. Hastanelere nasıl ulaşılacağı, servislerin listesi, yapılan tahlil vb sonuçların hastalara iletimi, uzak mesafelerde yer alan hastaların doktorları ile irtibatlarının sağlanması, hasta eğitimlerinin internet ortamından verilmesi hastanelerin web siteleri aracılığı ile sağlanabilir.

## 2. Gereç ve Yöntem

Çalışmanın amacını Türkiye’de Sağlık Bakanlığı’na bağlı özel hastanelerin görsel iletişim aracı olan web sitelerinin belirlenen kriterler doğrultusunda incelenerek değerlendirilmesi, özel hastanelerde web sitesi sıklığının saptanması ve hastaneye ait bazı değişkenlere göre web sitesi olma durumlarının incelenmesi oluşturmaktadır. Çalışma, tanımlayıcı türde değerlendirme araştırması olup, Mayıs 2006 tarihlerinde yürütülmüştür. Çalışmanın evrenini 2004 yılı verilerine göre Türkiye’de 81 ilde Sağlık Bakanlığı’na bağlı 253 özel hastane oluşturmaktadır. Çalışmada, Sağlık Bakanlığı’na bağlı özel hastanelerin web siteleri uzman bir grup tarafından belirlenen kriterlere göre incelenmiştir. Özel hastanelerin isimlerine il bazında Sağlık Bakanlığı web sayfasından ulaşılmıştır. Hastanelerin web sitesi adresleri öncelikle tarama motorları (yahoo, google, altavista vb.), kullanılarak araştırılmıştır. Taramalarda anahtar kelime olarak öncelikle hastane ismi daha sonra ise bağlı buldukları kurumlar var ise bu kurumların isimleri kullanılmıştır. Tarama sonucunda web sitesi adresi bulunamayan hastanelerden telefon numarası elde edilenlere telefon açılarak web sitesi olup olmadığı sorulmuştur, telefon bilgisi olmayan hastanelere de İl Sağlık Müdürlükleri ve valilikler aracılığı ile ulaşılmaya çalışılmıştır. Web sitesi adresleri elde elden hastanelerin sitelerine ilk seferde ulaşılamadığında farklı zamanlarda yeni denemeler gerçekleştirilmiştir. İlk olarak hastanelerin web siteleri genel olarak incelenmiş ve belirgin içerikler elde edilerek bir kriter listesi oluşturulmuştur. Daha sonra literatür taraması ve benzer çalışmalar taranarak kriter listesi geliştirilmiştir. Daha sonra tüm elde edilen bu kriterler Başkent Üniversitesi Tıp Fakültesi, Sağlık Bilimleri Fakültesi’ne bağlı bulunan Beslenme ve Diyetetik, Fizik Tedavi ve Rehabilitasyon, Hemşirelik ve Sağlık Hizmetleri, Sağlık Kurumları İşletmeciliği, Sosyal Hizmetler ve Spor Bilimleri ile Yönetim Bilişim Sistemleri bölümünde görevli birer öğretim üyesi ile odak grup oluşturularak onların görüşleri doğrultusunda web sitelerinin değerlendirme kriterleri için kontrol listesinin son hali oluşturulmuştur. Belirlenen 67 adet kriter daha sonra ana sayfa, görsellik, teknik ve gerekli bilgiler, hastane bilgileri, kurumsal bilgiler,

hastane kuralları ve kolaylıkları ile ilgili bilgiler, bölümler ve bazı seçilmiş polikliniklere ait bilgiler, on-line hizmetler, insan kaynakları, galeri, iletişim ve hasta hakları, tedavi ücretleri gibi ekstra bilgiler ana başlıkları altında 15 grupta gruplandırılmıştır. Her bir ana başlık altında incelenen kriterler Tablo-1.'de verilmektedir. Hastanelerin web siteleri iki ayrı değerlendirici tarafından belirlenen kriterlere göre değerlendirilmiş ve farklılık bulunan kriterlerde yeni bir değerlendirmeye gidilmiştir. Hastanelerin bağlı oldukları il isimlerinden bölge dağılımları elde edilerek, hastanelerin web sitesi sıklığının bölgelere göre dağılımı oluşturulmuş ve her bir bölge içinde özel hastanelerde web sitesi olma yüzdeleri elde edilmiştir. Ayrıca, hastanelerin uzman – pratisyen hekim sayısı, yatak işgal oranı, kadrolu ve fiili yatak sayısı, gibi bazı hastane büyüklük değişkenleri Sağlık Bakanlığı web sayfasından elde edilerek hastane büyüklük durumu ile web sitesine sahip olma durumu arasındaki ilişki ortaya konulmuştur. Elde edilen tüm veriler SPSS 13.0 paket programına aktarılarak bir veri tabanı oluşturulmuştur.

### 3. Bulgular

Çalışma sonucunda, Sağlık Bakanlığı'na bağlı 253 özel hastane olduğu belirlenmiştir. Ancak bu 253 özel hastaneden 196'sının araştırma sonucunda web sitesi olma durumları belirlenebilmiş, geriye kalan 57 hastane ile ilgili herhangi bir bilgi elde edilememiştir. Bu nedenle bu hastaneler araştırma kapsamına alınamamıştır. Bilgi elde edilemeyen hastanelerinde web sitelerinin olmadığı varsayılarak toplam 253 hastane içerisinde 118'sinin (% 47) web sitesine sahip olduğu belirlenmiştir. Web sitesi adresi belirlenen 118 hastaneden ise sadece 77'sine internet ortamında ulaşılabilmektedir. Web sitesi olma oranının bölgelere göre dağılımında en yüksek oran Marmara Bölgesi'nde (% 78), en düşük oran Doğu Anadolu Bölgesinde (% 0.8) elde edilmiştir. Bölgeler kendi içlerinde değerlendirildiğinde ise en yüksek web sitesi olma yüzdesi % 73.7 ile İç Anadolu bölgesinde, en düşük yüzde % 25 ile Ege bölgesinde belirlenmiştir. Tablo 1'de 77 hastanenin web sitesinin incelenmesi sonucunda elde edilen web sitesi değerlendirme kriterlerinin sağlandığı hastanelerin dağılımı verilmektedir.

Ana sayfa kriterlerine bakıldığında en yüksek yüzde % 81.8 ile anlaşmalı kurumlar bölümünden elde edilirken en düşük oranda gözlenen değişken % 3.9 ile hastane dışı arama motoru kriteri olmuştur. Görsel değişkenler kriteri altında en yüksek yüzde % 68.8 ile bilgiye kolay ulaşım kriterinde, en düşük yüzde % 11.7 ile kullanılan renkler kriterinde elde edilmiştir. Gerekli bilgiler kriteri altında hastanelerin % 70.1'inde sağlıkla ilgili bilgi amaçlı güncel makale ve yazılara yer verilirken, % 19.5'inde tıp sözlüğü yer almıştır. Hastanelerin % 59.7'sinin web sayfasında tarihçe bölümü bulunmaktadır. Kurumsal bilgiler bölümünde ise en yüksek oranda hastanelerin % 66.2 ile anlaşmalı olduğu diğer hastane ve merkezlerle ilgili bilgi yer alırken bunu % 59.7 ile yönetim bilgileri ve daha sonra % 38 ile hastaneye bağlı kurumlar veya merkezlerle ilgili kısa bilgiler izlemiştir. En düşük kriter ise % 2.6 ile hastane istatistikleri olmuştur. Hastanelerin % 15.6'sı web sitelerinde kalite belgelerini sunmuşlardır. Hastanelerde genel olarak bulunan bazı polikliniklere ait bilgilerinde ise en yüksek oranda % 35.1 ile kadın doğum poliklinik bilgileri daha sonra % 28.6 ile kardiyoloji poliklinik bilgileri ve daha sonra % 14.3 ile onkoloji poliklinik bilgileri elde edilmiştir. Teknik bilgiler bölümünde ise, hastanelerin % 85.7'sinin siteye ulaşım hızları % 87'sinin ise site içi ulaşım hızı iyi bulunmuştur. % 58.4'ünde önemli bilgilere ana sayfadan ulaşım bulunmaktadır. Hastane içi kurullarla ilgili bölümde ise hastanelerin % 7.8'inde ziyaret saatleri belirtilmiş ve % 5.2'sinde refakatçi bilgileri verilmiştir. % 16.9'unda ise yatan hastalara mesaj bölümü yer almaktadır. Hastanelerin % 89.6'sının web sayfasında bölümlerle ilgili bölüm bulunmakta ve % 83.1'inde de doktor isimleri belirtilmektedir. Fakat ancak % 57.1'inde doktor bilgileri, % 28.6'sında doktor performansları ve % 52'sinde acil servis bilgileri % 7.8'inde de bölüm sekreterliğine ulaşım bilgileri, mevcuttur. On-line hizmetler olarak ise % 43'ünde öneri ve şikâyetler bölümü yer alırken, % 4'ünde on-line laboratuvar sonuçlarına ulaşım mümkündür. % 31'inde de e-randevu bölümü yer almaktadır. % 66'sında insan kaynakları birimi mevcut olup, on-line başvuru formu bulunmaktadır. % 61'inde

hastane dış görünümü resmi yer alırken sadece % 47'sinde hastane içi resimler bulunmaktadır. % 82'sinde telefon ve adres bilgisi, % 78'sinde ulaşım haritası, % 12'sinde de hastaneye servis ile ulaşım bilgileri mevcuttur. Web sayfalarının % 14'ünde reklâm, % 13'ünde tanıtım filmi, % 4'ünde ise tedavi ücretleri bulunmaktadır. Hastanelerin uzman-pratisyen hekim sayısı, yatak işgal oranı, kadrolu ve fiili yatak sayısı gibi hastane büyüklük değişkenleri incelenerek hastane büyüklük durumu ile web sitesine sahip olma durumu arasındaki ilişki Tablo-2'de ortaya konulmuştur. Tablodan da görüldüğü üzere, web sitesi olma durumu hastane büyüklüğüne göre olumlu yönde değişmektedir. Web sitesi olan hastanelerde ortalama yatak işgal oranı % 34 iken olmayanlarda % 24'dür. Benzer şekilde, web sitesi olan hastanelerde ortalama uzman hekim sayısı, pratisyen hekim sayısı, kadrolu ve fiili yatak sayısı daha yüksektir.

Tablo-1. Web Sitelerinin Değerlendirme Kriterlerinin Sağlanma Yüzdeleri

Ana sayfa	%	Görsel	%	Teknik	%	Gerekli Bilgiler	%	Hastane Bilgileri	%
İkinci dil tercihi var mı?	31.2	Kullanılan renkler insanın gözünü yoruyor mu?	11.7	Siteye ulaşım hızı süresi kısa mı?	85.7	Küçük anketler mevcut mu? (hasta memnuniyeti)	27.3	Tarihçe bölümü var mı?	59.7
Site haritası var mı?	29.9	Menü düzenlemesi sitenin başında mı?	68.8	Site içi istenilen bilgiye ulaşım hızı rahat mı?	87.0	Sık sorulan sorular köşesi var mı?	54.5	<b>Kurumsal Bilgiler</b>	
Sağlık bilgileri içeren linkler var mı?	19.5	Menü düzenlemesi sitenin yan tarafında mı?	31.2	Yazı karakterleri standart mı?	62.3	Tıp sözlüğü var mı?	19.5	Organizasyon şeması, yönetim, politika, misyon ve vizyon ile ilgili bilgi var mı?	51.9
Diğer hastane linkleri var mı?	32.5	İstenilen bilgi kolaylıkla bulunabiliyor mu?	68.8	Sayfalar arası standartlık mevcut mu?	61.0	Güncel konularla ilgili makale ve yazıları içeren sağlık köşesi var mı?	70.1	Hastane istatistikleri bilgileri var mı?	2.6
Anlaşmalı kurumlar ayrıntılı olarak var mı?	81.8	<b>Bölmeler</b>		Alt ve daha alt menüleri ana sayfadan ulaşım mümkün mü?	35.1	Hastane içi ve dışı etkinlikleri duyuran bir bölüm var mı? (konferanslar...)	59.7	Hastanenin sahip olduğu kalite ve gerekli belgeleri var mı?	15.6
Site içi arama motoru var mı?	26.0	Bölüm isimleri sıralanmakta mıdır?	89.6	Önemli bilgilere ana sayfadan ulaşılabilir mi?	58.4	Hastane içi yenilik ve hizmetleri içeren bir bölüm var mı?	44.2	Hastaneye bağlı kurumlar veya merkezler ile kısa bilgileri var mı?	37.7
Site dışı arama motoru var mı?	3.9	Bölmelerde verilen hizmetler hakkında kısa bilgi mevcut mudur?	75.3	Sayfa düzeninin kime ait olduğu belli mi?	36.4	<b>Hastane İçi Kolaylıklar</b>		Anlaşmalı olduğu diğer hastane ve merkezle mevcut mu?	66.2
Poliklinik Bilgileri		Bölüm doktor isimleri var mı?	83.1	<b>On-Line hizmetler</b>		Bankamatik hakkında bilgi var mı?	1.3	Teknolojik gücü hakkında bilgi var mı?	37.7
Kardiyoloji bölümü var mı?	28.6	Doktorlar hakkında bilgi var mı?	57.1	Bölmelere göre e-randevu sistemi var mı?	31.2	Kafeterya hizmeti hakkında bilgi var mı?	6.5	<b>Galeri</b>	
Onkoloji bölümü var mı?	14.3	Doktor performanslarını gösteren bilgiler mevcut mu?	28.6	Doktorlara danışma bölümü var mı?	48.1	Park yeri bilgileri mevcut mu?	1.3	Hastane dış görünümü resimleri var mı?	61
Kadın doğum bölümü var mı?	35.1	Bölüm sekreterlerine doğrudan ulaşım var mı?	7.8	İlaçlar hakkında bilgi edinme mümkün mü?	5.2	Yatan hastalar için bilgiler (oda bilgileri, refakatçi bilgileri) var mı?	35.1	Odalar, poliklinikler, ameliyathane resimleri var mı?	46.8
Hemşirelik hizmetleri var mı?	9.1	<b>Hastane İçi Bazı Kurallar</b>		Laboratuvar sonuçlarına ulaşım sağlanabiliyor mu?	3.9	<b>Ekstra Bilgiler</b>		Resimler bir arada verilmiş mi?	33.8
Acil servis bilgileri var mı?	51.9	Ziyaret saatlerini belirten bölüm var mı?	7.8	Hastaneye yönelik istek, öneri ve şikâyetler bölümü var mı?	42.9	Hasta hakları konusunda bilgi mevcut mu?	16.9	<b>İletişim</b>	
<b>İnsan Kaynakları</b>		Refakatçi bilgilerini içeren bir bölüm mevcut mu?	5.2	Yatan hastalara mesaj bölümü var mı?	16.9	Tedavi ücretlerini içeren bilgi mevcut mu?	3.9	Ulaşım haritası mevcut mu?	77.9
Başvuru formu mevcut mu?	66.2	Gelebilecek hediyeler hakkında bilgi mevcut mu?	5.2	Yeni doğan bebek resimleri bölümü mevcut mu?	39.0	Hastane tanıtım filmi var mı?	13.2	Hastane telefon ve açık adresi var mı?	81.8
						Hastane dışı reklâm mevcut mu?	13.2	Hastane servis imkânı var mı?	11.7

*Tablo-2. Seçilmiş Bazı Hastane Büyüklük Değişkenlerinin Hastanelerin Web Sitesi Olma Durumlarına Göre Tanımlayıcı İstatistikleri*

Değişkenler	Web Sitesi Olmayanlar			Web Sitesi Olanlar		
	Sayı (N)	Ortalama	Std.sapma	Sayı (N)	Ortalama	Std.sapma
Uzman Hekim	69	11,9	5,1	112	22,9	19,9
Pratisyen Hekim	37	2,8	1,6	49	3,6	3,1
Yatak İşgal Oranı	72	24,7	25,5	112	34	22,5
Kadrolu Yatak Sayısı	76	40,2	21,8	118	59,5	51,1
Fiili Yatak Sayısı	69	37,7	20,2	112	53,5	38,6

#### 4. Sonuç ve Öneriler

Özel hastanelerin web sitelerindeki bilgiler, belirli bir standart yapının olmaması nedeniyle farklılıklar göstermektedir. Hastanelerin web siteleri genel olarak arzu edilen standartlarda bilgilere erişim imkânı vermemektedir. Web siteleri incelendiğinde, genel olarak hastane bölümleri hakkında bilgiler, bölümlere ait doktor isimleri, güncel konular, sık sorulan sorular köşesi, etkinlikler, hastane tarihçesi, anlaşmalı kurumlar listesi ve iletişim bilgileri yer almaktadır. Bunun yanında çok az sayıda hastanede doktorlar hakkında özgeçmiş, performans bilgileri, doktorların iletişim bilgileri, tedavi ücretleri gibi diğer bilgilere yer verilmektedir. Ayrıca hastane istatistikleri, hemşirelik hizmetleri, refakatçi bilgileri, ziyaret saatleri, bölüm sekreterlerine ulaşım bilgileri, hastaneye ait park yeri ve bankamatik bilgileri de çok az sayıda hastanenin web sitesinde mevcuttur. Bu nedenle hastanelerin web siteleri üzerinden sağlık hizmeti almak isteyenler hangi hastaneden daha kaliteli ve verimli bir şekilde yararlanabilecekleri konusunda istedikleri bilgiye ulaşamamaktadır. Hastanelerin halka tanıtım faaliyetlerini web tabanlı uygulamalar aracılığı ile gerçekleştirmeleri ve hastaların her türlü bilgiye internetten ulaşım imkânlarının sağlanması kaçınılmaz bir gerçektir. Kaliteli hizmet vermek isteyen hastaneler için halkla ilişkiler etkinlikleri vazgeçilmez bir süreç olmalıdır. Hastanenin tanıtımı, hastanın hastaneyi benimsemesi, hastaneden kolay hizmet alımı, hastanın memnuniyetini ve hizmet verimliliğini olumlu yönde etkiler. Bu amaçla hastanelerde halkla ilişkiler hizmetleri oldukça önemlidir. Hastane yönetiminde halkla ilişkiler faaliyetleri benimsendiği ölçüde, sağlık hizmetlerinde kaliteyi yakalayabilmek mümkün olabilecektir. Bu anlamda hastanelerde kaliteli sağlık hizmetlerini verebilmek için, halkla ilişkiler yöntemlerini hastanelerde kullanmak, bu kullanımda da müşteri tatmini ilkesinden hareketle hastaya, hastaneye ilk gelişinden taburcu edilene kadar ki süreç içinde nitelikli bir sağlık hizmetiyle karşı karşıya kaldığı duygusunu vermek gerekmektedir. Hastaneler kendini hedef kitleye tanıtmak ve onlardan destek alarak varlığını sürdürmek için halkla ilişkilerin önemini anlamak ve bu bölüme gereken desteği sağlamak zorundadırlar. Bu zorunluluk, hastanelerin halkla ilişkiler açısından diğer örgütlere göre daha fazla potansiyel sorunlara sahip olmalarından kaynaklanmaktadır. Sağlık politikası yapıcılarını gerekliliklere göre hastanelerin web sitelerinde standartlar oluşturulması yönünde girişimlerde bulunmalı ve web sitelerinin asgari düzeyde bilgi içermesi sağlanmalı ve web tabanlı hastane bilgi sistemleri uygulamaları da teşvik edilmelidir. Ayrıca sadece özel hastaneler kapsamında yürütülen bu çalışma diğer kamu ve vakıf hastaneleri genelinde de yürütülerek benzer durum tespiti yapılabilir ve standartlar tüm hastaneler bazında geliştirilebilir, tek bir merkez tarafından kontrol mekanizması sağlanabilir. Halka sağlık sitelerinin ve hastanelerin web tabanlı uygulamalarının tanıtımı yapılarak kişilerin web siteleri aracılığı ile bilgiye kısa sürede ulaşmaları sağlanabilir.

## 5. Teşekkürler

Web sitelerinin değerlendirilme kriterlerinin belirlenmesinde, odak grup çalışmasında yer alan değerli öğretim elemanlarına ve web sitelerinin adreslerinin taranmasında katkıları olan Başkent Üniversitesi Sağlık Kurumları İşletmeciliği öğrencilerinden Eda Eğriboz, Tuğba Yerlitaş ve Yasemin Ertem'e teşekkürlerimizi sunarız.

## 6. Kaynakça

- [1] David S Zingmond and et.al. Information superhighway or billboards by the roadside? An analysis of hospital web sites. Western Journal of medicine 2001:175(6) pp.385-391.
- [2] Jan Norum. Evaluation of Norwegian Cancer Hospitals: Web sites and explorative survey among Cancer patients on their use of the internet. Journal of Medical Internet Research 2001: 3 (4).
- [3] Tony Delamothe. Quality of Web Sites: Kitemarking the west wind. British medical Journal 2006.
- [4] Dpto. De Psicologia de la Salud and et.al. Quality of web sites in Spanish public hospitals Medical Informatics and the Internet in Medicine 2006; 31(1) pp. 23-44.

**Sorumlu Yazar: Yrd. Doç. Dr. Meriç Çolak, Sağlık Bilimleri Fakültesi,  
Sağlık Kurumları İşletmeciliği Bölümü, Başkent Üniversitesi,  
Ankara, E-posta: meric@baskent.edu.tr**