



ARAŞTIRMA MAKALE

Türkiye ve Japonya'daki Yaşlı Dostu Hastanelerin Web Siteleri Aracılığıyla Karşılaştırılması

Serhan ŞAHİNLİ¹ & Nilay GEMLİK

* İstanbul Yeni Yüzyıl Üniversitesi, Sağlık Bilimleri Fakültesi, Sağlık Yönetimi Bölümü, İstanbul / Türkiye

** Marmara Üniversitesi, Sağlık Bilimleri Fakültesi, Sağlık Yönetimi Bölümü, İstanbul / Türkiye

ORCID ID: 0000-0001-9675-2570 ORCID ID: 0000-0001-5319-4070

ÖZET

Bu araştırmanın amacı, Türkiye ve Japonya'da hizmet veren yaşlı dostu yedi hastanenin web siteleri aracılığıyla yaşlılar açısından uygunluğunun karşılaştırılmasıdır. Araştırma, her geçen gün yaşlı nüfusu hızla artan Türkiye ve yaşlı bir nüfusa sahip olan Japonya'nın yaşlı dostu hastanelerinin, hastalarının kullanımına uygun bir web sitesi tasarlayıp tasarlamadıklarını irdelemesi ve bu kapsamda sonuçlarını tespit etmesi açısından önemlidir. Araştırmanın örneklemini, Türkiye ve Japonya'da bulunan yaşlı dostu sertifikası alan ve almaya aday yedi hastanenin web sitesi oluşturmaktadır. Bu araştırmanın bulgularına genel olarak bakıldığında, hastane web sitelerinin ana sayfa tasarımlarının belirlenen kurallara uygun olduğu görülmüştür. Hastaneler açısından vurgulanması gereken en önemli özellik olan yaşlı dostu hastane bilgisinin Türkiye'deki hastanelerin web sitesinde yeterince vurgulanmadığıdır. Japonya'daki hastaneler ise Türkiye'ye göre bu özelliğini daha çok ön plana çıkarmıştır. Her iki ülkedeki yaşlı dostu hastanelerin web sitelerinde iletişim unsurlarına yeterince yer verildiği görülmüştür. Her iki ülkedeki yaşlı dostu hastanelerin web sitesindeki en dikkat çekici bir diğer nokta engellilere yönelik erişim ve sesli erişim özelliğinin bulunmamasıdır. Bu araştırma sonuçlarının; hastanelerin web sitelerinde belirtilen eksikliklerin giderilmesinde Türkiye ve Japonya'daki yaşlı dostu hastane yöneticilerine faydalı olabileceği ve aynı zamanda hastanelerin web sitelerinin sahip olması gereken özellikleri açıklaması açısından literatüre katkı sağlayabileceği düşünülmektedir.

MAKALE GEÇMİŞİ

Geliş 02 Mart 2021

Kabul 08 Nisan 2021

ANAHTAR KELİMELER

Yaşlı, hastane, yaşlı dostu hastane, Web

Comparison of age-friendly hospital in Turkey and Japan through the web sites

ABSTRACT

The purpose of this research, providing services in seven hospitals in Turkey and Japan through age-friendly websites to compare in terms of compliance with the elderly. The study every day with increasing Turkey and an elderly population rapidly aging population of elderly-friendly hospitals of Japan, is important to determine the consideration they design to design a suitable website for the use of patients and the results in this context. The sample of the study, elderly-friendly certification areas in Turkey and Japan constitute seven hospital's website. When we look at the results of this research in general, it is seen that the website designs of the hospital web sites are in compliance with the determined rules. Hospitals should be emphasized that the most important feature in terms of age-friendly hospital information highlighted enough in a hospital in Turkey is whether the website. The hospital has interests in Japan that feature by Turkey to the forefront more. It has been observed that the communication elements of the elderly friendly hospitals in both countries are sufficiently covered. General health information on hospital websites in Japan (100%), according to hospital websites in Turkey, more space is given, the more is the helpful links to information on hospital are given an equal place on the website in both countries. The most striking point on the website of the elderly friendly hospitals in both countries is the lack of access and voice access for people with disabilities. These research results; the elimination of deficiencies identified in hospitals in Turkey and Japan friendly website elderly hospital administrators and the moon could be useful also in terms of must-have features explanations of hospital websites are thought to contribute to the literature.

ARTICLE HISTORY

Received 02 March 2021

Accepted 08 April 2021

KEYWORDS

Older adults, hospital, age-friendly hospital, Web

¹ Sorumlu Yazar: srhn.sahinli@gmail.com

Makalenin Kaynak Olarak Gösterimi: Şahinli, S., & Gemlik, N. (2021). Türkiye ve Japonya'daki yaşlı dostu hastanelerin web siteleri aracılığıyla karşılaştırılması. *Yaşlı Sorunları Araştırma Dergisi (YSAD) / Elderly Issues Research Journal (EIRJ)*, 14(1), 1-7. doi:10.46414/yasad.889780

1. GİRİŞ

Dünya'da 65 ve daha büyük yaştaki bireyler "yaşlı nüfus" olarak tanımlanmaktadır. Bilim ve sanayi alanında yaşanan gelişmeler toplumların demografik özelliklerinde değişimlere neden olmuştur. Özellikle gelişmiş ve gelişmekte olan ülkelerde doğum oranlarının düşmesi, doğumda ve 60 yaşında beklenen yaşam sürelerinin uzaması ve yaşlı nüfusun artması şeklinde ortaya çıkmaktadır (Türkiye'de Yaşlı Bakım Hizmetleri Raporu, 2017). İspanya-Madrid'de 2002 yılında gerçekleştirilen II. Dünya Yaşlanma Asamblesi, yaşlanma ile ilgili politikaların konuşulması açısından önemli bir adım olmuş; Madrid Uluslararası Eylem Planı (MIPAA) ile yaşlıların topluma katılımlarına, ileri sağlık ve refah uygulamalarından eşit bir şekilde yararlanmalarına ve bu fırsatlara erişebilmeleri için yaşlılara uygun çevrelerin sağlanmasına vurgu yapılmıştır. Yaşlı nüfusta artış ilk olarak Japonya, Kanada, Norveç, Finlandiya, Almanya gibi Uzak Doğu, Kuzey Amerika ve Avrupa'yı kapsayan gelişmiş bölgelerde başlamıştır. Küresel olarak, 60 yaş ve üstü "yaşlı kişi" nüfusu 1990'dan 2013'e kadar %9,2'den %11,7'ye yükselmiştir ve 2050'ye kadar bu sayının %21,1'e yükselmesi beklenmektedir (UN, 2013). Bu kapsamda Dünya'da yaşlanan nüfus sayısının ciddi derecede artması ile birlikte ülkeler açısından yaşlı sağlık hizmetleri öncelik haline gelmeye başlamış ve yaşlı nüfus sayısının ülke içerisinde yükselmesi, sunulacak sağlık hizmetlerinin kaliteli olmasını da zorunlu kılmaktadır (Ponnappan & Ponnappan, 2011). Bununla birlikte yaşlı nüfusun artmasının sosyal, ekonomik ve politik sonuçları tüm ülkelerde tartışılır hale gelmiştir. Dünya'da çoğu ülkede yaşlı nüfus oranının artması ve bu nüfus grubunun refah düzeyinin iyileştirilmesine yönelik önceliklerin belirlenmesi en önemli konulardan biridir (Türkiye'de Yaşlı Bakım Hizmetleri Raporu, 2017). İnternet kullanımının artması ile birlikte online sağlık hizmetlerinin öneminin farkına varan hastaneler web sitesini pazarlama fonksiyonu olarak kullanmaya başlamışlardır. Randeree ve Rao'a (2004) göre web sitesi bir hastanenin daha fazla hasta kazanma stratejisinin önemli bir parçası olabilir. Potansiyel hastalar, tıbbi problemler ve prosedürler ile ilgili bilgi toplamada hastane web sitelerini inceleyebilirler. Sanchez'e (2000) göre ise hastane web siteleri, hastane politikaları ve diğer genel bilgi türleri için de kullanışlı bir kaynak olabilir (Uğurluoğlu, 2009). Bununla birlikte Türkiye'deki yaşlıların internet kullanım oranı incelendiğinde 65-74 yaş grubundaki bireylerin oranı 2014 yılında % 5 iken, bu oran 2020 yılında % 19,8'e yükselmiştir. Japonya'daki yaşlıların internet kullanım oranı ise % 58'dir. Bununla birlikte Türkiye'deki yaşlı hastaların web sitesini kullanma durumunun daha çok yakınları tarafından yapılırken, Japonya'daki yaşlıların ise web sitesini, daha fazla kendilerinin kullandığı görülmektedir (TÜİK, 2020; Statista, 2020).

Araştırmanın amacı, Türkiye ve Japonya'da hizmet veren yaşlı dostu yedi hastanenin web siteleri aracılığıyla yaşlılar açısından uygunluğu, web sitesi içerikleri ve temel farklılıklarının karşılaştırılmasıdır. Bununla birlikte araştırmaya konu olan yaşlı dostu hastanelerin türleri ve sınıfları ile web sitelerinin tasarımı arasında ilişki olup olmadığı incelenmeye çalışılmıştır. Araştırmada bu temel amaç yanında

hastanelerin, web sitelerinde daha çok hangi özellikleri kullandıklarının da ortaya çıkarılması amaçlanmaktadır. Araştırma, her geçen gün yaşlı nüfusu hızla artan Türkiye ve yaşlı bir nüfusa sahip olan Japonya'nın yaşlı dostu hastanelerinin, hastalarının kullanımına uygun bir web sitesi tasarlayıp tasarlamadıklarını irdelemesi ve bu kapsamda sonuçlarını tespit etmesi açısından önemlidir. Bununla birlikte literatürde kurumsal web siteleri üzerine pek çok araştırma bulunmasına rağmen yaşlı dostu hastanelerin kurumsal web sitelerinin incelenmesi hakkında yapılmış bir yayına rastlanılmaması ve literatüre katkı sağlaması açısından da önem arz etmektedir.

2. MATERYAL VE YÖNTEM

Araştırmanın evrenini, Türkiye ve Japonya'da bulunan yaşlı dostu sertifikası alan hastanelerin web siteleri oluşturmaktadır. Araştırmada örneklem seçilme yoluna gidilmeyerek tüm hastanelerin web sitelerine ulaşmak hedeflenmiştir. Türkiye'de üç özel, bir kamu olmak üzere dört yaşlı dostu hastane, Japonya'da ise üç tane yaşlı dostu hastane bulunmaktadır.

Hastanelerin web sitelerine, Haziran 2020 ile Ocak 2021 tarihleri arasında hastane isimleri farklı arama motorunda (Google, Yandex) tekrarlamalı aramalar gerçekleştirilerek ulaşılmıştır. Arama gerçekleştirilirken yaşlı, yaşlı dostu hastane, kıdemli hastane gibi anahtar kelimeler kullanılmıştır. Bunun sonucunda iki ülkede toplam yedi hastanenin web sitesine ulaşılmıştır. Türkiye'deki yaşlı dostu hastanelerin üç tanesi İstanbul, bir tanesi Sakarya ilinde bulunurken, Japonya'daki hastaneler ise Yamatotakado, Setegaya ve Kanagawa illerinde yer almaktadır. Türkiye'deki İstanbul ilinin 2020 yılı itibarı ile yaşlı nüfusu 7 milyon 550 bin 727 kişi iken, Sakarya'nın 105 bin 605 kişidir. Japonya'daki Yamatotakado ilinin 2020 yılı itibarı ile yaşlı nüfusu 70 bin, Setegaya'nın 300 bin ve Kanagawa'nın ise 2 milyon kişidir (TÜİK, 2020; Statista, 2020).

Araştırmada yaşlı dostu hastanelerin web sitelerini incelemek amacıyla nitel araştırma yöntemlerinden içerik analiz tekniği kullanılmıştır. İçerik analizi, nitel veri analiz türleri arasında en sık kullanılan yöntemlerden biri olup, ağırlıklı olarak yazılı ve görsel verilerin analiz edilmesinde kullanılmaktadır (Silverman, 2001). İçerik analizi, iletişimin sunulan içeriğinin tarafsız, sistematik ve niceliksel tanımıdır (Berelson 1952). Bununla birlikte içerik analizi, metin içinde tanımlanan belirli karakterlerden sistematik ve tarafsız sonuçlar çıkarmak için kullanılan bir araştırma tekniğidir (Stone vd., 1966). İçerik analizi dört aşamada gerçekleştirilmiştir. 1. Web sitesi unsurlarının belirlenmesi. 2. Unsurların kategorize edilmesi. 3. Kategorilerin düzenlenmesi. 4. Bulguların tanımlanması ve yorumlanmasıdır.

Hastane web sitelerinin içeriklerine dair özellikler, 7 başlık altında toplanarak değerlendirilmiştir. Bunlar; ana sayfa tasarımı, kurumsal iletişim faaliyetleri ve araçları, kurum kültürü unsurları, hedef grup ve paydaş bilgisi ve hizmet unsurları açısından kategorize edilmesidir. Kategoriler oluşturulurken Altıntaş ve Mertoğlu'nun (2017) "Hastanelerde Web Sitelerinin Halka İlişkiler Aracı Olarak Kullanımı: Doğu ve Güneydoğu Anadolu Bölgesi'ndeki Özel Hastaneler

Üzerine Bir Çalışma” başlıklı araştırması, Kaya ve Filiz’in (2018) “Investigation of The Current Web Sites of City Hospitals” başlıklı çalışması, Koçer’in (2017) “Kurumsal Web Sitelerinin Kurum Kimliği Açısından İncelenmesi: En Çok Tercih Edilen Üniversiteler Üzerine Bir Analiz” başlıklı çalışmalarında kullandıkları tablolardan yararlanılmıştır.

3. BULGULAR

Bu bölümde Türkiye (dört) ve Japonya’da (üç) yer alan toplam yedi yaşlı dostu hastanenin kurumsal web siteleri ana sayfa tasarımı, kurumsal iletişim faaliyetleri ve araçları, kurum kültürü unsurları, hedef grup ve paydaş bilgisi ve hizmet unsurları açısından

taranmış ve veriler karşılaştırmalı tablolar halinde sunulmuştur.

Web Sitelerinin Ana Sayfa Tasarımı Açısından İncelenmesi

Yaşlılar dikkate alınarak hazırlanan, ana sayfa tasarımı analiz edilirken; sayfa yüksekliğin değerlendirilmesinde satır sayısının en fazla 40 satır olması idealdir. Bununla birlikte ana sayfa görünümü unsurları olarak fon renginin açık, metin renginin koyu, grafik içermesi, yüklenme süresinin 10 saniyeden az olması, URL adresinde kurum ismi olması, linklerin sayfanın merkezinde olması ve akıcı görüntü bulundurması ideal özelliklerdir (Koçer, 2017).

Tablo 1. Web sitelerinin ana sayfa tasarım unsurları veri dağılımı

Unsurlar	Türkiye (n=4)	Japonya (n=3)
Sayfa Yüksekliği	4 (%100)	3 (%100)
Yüklenme Süresi	4 (%100)	3 (%100)
Fon Rengi Açık	4 (%100)	3 (%100)
Metin Rengi Koyu	3 (%75)	3 (%100)
Metinlerin Okunabilirliği	1 (%25)	3 (%100)
Grafik Varlığı	3 (%75)	2 (%67)
URL Adresinde Kurum İsmi Olması	4 (%100)	3 (%100)
Linklerin Sayfasında Merkezinde Olması	4 (%100)	3 (%100)
Akıcı Görüntü	4 (%100)	3 (%100)

Tablo 1’de Türkiye ve Japonya’da bulunan yaşlı dostu hastanelerin kurumsal web sitelerinin ana sayfalarının tasarım unsurlarına göre veri dağılımı yer almaktadır. Türkiye’de üç, Japonya’da iki, hastanenin web sitesinde grafik kullandığı görülmektedir. Fon renginin açık olması kuralına her iki ülkedeki tüm hastaneler uymuştur. Yaşlı hastaların web sitesindeki bilgileri kolay okumasında büyük bir öneme sahip olan metin renginin koyu olması kuralına Türkiye’de bir hastane uymazken, Japonya’daki tüm hastanelerin web sitesi bu kurala uygundur. Her iki ülkedeki hastanelerin web sitelerinin fon rengi açıklığı, URL adresinde kurum ismi olması, linklerin sayfa merkezinde olması ve akıcı görüntü bakımından yedi hastanenin kurallara uyduğu görülmektedir.

Web Sitelerindeki Kurum Kültürü Unsurlarının İncelenmesi

Yaşlı dostu hastanelerin web sitelerindeki kurum kültürü; hastane hakkında bilgi, yaşlı dostu hastane bilgisi, organizasyon şeması, temel değerler, misyon, vizyon, etik ilkeler, logo, otopark bilgisi, sanal gezinti gibi unsurlar açısından incelenmiştir.

Tablo 2’de yaşlı dostu hastanelerin web sitelerindeki kurum kültürü unsurlarını bulundurmaları bakımından veriler yer almaktadır. Her iki ülkedeki tüm hastanelerin web sitesinde hastane hakkında bilgi, temel değerler, misyon, vizyon, amaçlar, politikalar, etik ilkeler, kurucular, tarihçe, logo ve servislerin listesi yer almaktadır. Hastaneler açısından vurgulanması gereken önemli özellik olan yaşlı dostu hastane bilgisinde ise Türkiye’de sadece bir, Japonya’da iki hastane bu noktayı web sitesinde vurgulamıştır. Organizasyon şeması açısından ise Türkiye’deki tüm hastaneler web sitesinde yer verirken, Japonya’da iki hastane yer vermiştir. Hastalar açısından önemli olan diğer nokta otopark bilgisidir. Türkiye’deki hastanelerin hiçbiri otopark bilgisine web sitesinde yer vermezken, Japonya’da sadece bir hastane yer vermiştir. Yaşlı hastaların hastaneye gelmeden önce bilgi edinmesini sağlamak amacıyla kullanılan sanal gezinti programında ise Türkiye’de sadece bir hastanede yer verilirken, Japonya’da hiçbir hastanede bu programa, web sitesinde yer verilmemiştir.

Tablo 2. Web sitelerindeki kurum kültürü unsurlarına ait bilgilerin dağılımı

Unsurlar	Türkiye (n=4)	Japonya (n=3)
Hastane Hakkında Bilgi	4 (%100)	3 (%100)
Yaşlı Dostu Hastane Bilgisi	1 (%25)	2 (%67)
Organizasyon Şeması	4 (%100)	2 (%67)
Temel Değerler	4 (%100)	3 (%100)
Vizyon	4 (%100)	3 (%100)
Misyon	4 (%100)	3 (%100)
Amaçlar	4 (%100)	3 (%100)
Politikalar	4 (%100)	3 (%100)
Etik İlkeler	4 (%100)	3 (%100)
Kurucular	4 (%100)	3 (%100)
Tarihçe	4 (%100)	3 (%100)
Hastane Logosu	4 (%100)	3 (%100)
Otopark Bilgisi	0	1 (%33)
Ziyaretçi Bilgisi	2 (%50)	1 (%33)
Sanal Gezinti	1 (%25)	0
Servislerin Listesi	4 (%100)	3 (%100)
Servislerin Yeri	0	0

Web Sitelerinde Kurumsal İletişim Faaliyetlerinin İncelenmesi

Yaşlı dostu hastanelerin web sitelerindeki kurumsal iletişim faaliyetleri; adres, telefon numarası, sosyal medya hesabı, kurumsal tanıtım filmi, etkinlikler ve sosyal sorumluluk projeleri gibi unsurlar açısından incelenmiştir.

Tablo 3'de yaşlı dostu hastanelerin web sitelerindeki kurumsal iletişim faaliyetleri bulundurmaları bakımından veriler yer almaktadır. Her iki ülkedeki tüm hastanelerin web sitesinde kurum içi iletişim, adres, telefon numarası, e-posta ve sosyal medya hesabı bilgileri bulunmaktadır. Bununla birlikte hastanelerin tanıtımını sağlayan kurumsal tanıtım

film Türkiye'de sadece bir hastaneden bulunurken, Japonya'da hiçbir hastanede bulunmamaktadır.

Her iki ülkedeki hastanelerin web sitesi medya arşivi bakımından incelendiğinde Türkiye'de sadece bir hastanede medya arşivi bulunmazken, Japonya'da hiçbir hastanede bulunmamaktadır. İki ülkedeki hastanelerin web sitelerindeki bir diğer farklılık etkinliklerin duyurulmasıdır. Türkiye'de tüm hastanelerde etkinlikler paylaşılırken, Japonya'da sadece bir hastanede paylaşılmıştır. Bir diğer önemli bulgu iki ülkedeki tüm hastanelerin web sitesinde sosyal sorumluluk projelerine yer vermemesidir.

Tablo 3. Web sitelerinde kurumsal iletişim faaliyetlerine ait verilerin dağılımı

Unsurlar	Türkiye	Japonya
Kurum İçi İletişim	4 (%100)	3 (%100)
Adres	4 (%100)	3 (%100)
Telefon No	4 (%100)	3 (%100)
Faks No	4 (%100)	3 (%100)
E-posta	4 (%100)	3 (%100)
Sosyal Medya Hesabı	4 (%100)	3 (%100)
Kurumsal Tanıtım	1 (%25)	0
Basın Bülteni	3 (%75)	2 (%67)
Kuruluş Yayını	0	0
Duyurular	3 (%75)	3 (%100)
Medya Arşivi	3 (%75)	0
Etkinlikler	4 (%100)	1 (%33)
Sosyal Sorumluluk	0	0

Hedef Grup ve Paydaş Bilgisinin İncelenmesi

Yaşlı dostu hastanelerin web siteleri hedef grup ve paydaş bilgisi unsurları açısından incelenmiştir.

Tablo 4'de yaşlı dostu hastanelerin web sitelerinde hedef grup ve paydaş bilgisi bulundurmaları bakımından veriler yer almaktadır. Tablo 4 incelendiğinde Türkiye'de dört, Japonya'da iki hastanenin hastaya özel linkler bulundurduğu görülmektedir. Danışman hekim bilgisi açısından incelendiğinde Türkiye'de sadece bir hastanenin web

sitesinde yer verilirken, Japonya'da ise hiçbir hastanenin web sitesinde yer verilmemiştir. Hasta memnuniyet anketleri açısından her iki ülkedeki yaşlı dostu hastanelerin web siteleri karşılaştırıldığında Türkiye'de iki hastanenin web sitesinde yer alırken, Japonya'da hiçbir hastanenin web sitesinde yer verilmemiştir. Hastaların haklarının farkında olmaları bakımından önemli olan hasta hakları bilgilendirmesi, Türkiye'deki tüm hastanelerin web sitesinde yer alırken, Japonya'daki hastanelerin web sitesinde görülmemiştir.

Tablo 4. Hedef grup ve paydaş bilgisine ait verilerin dağılımı

Unsurlar	Türkiye (n=4)	Japonya (n=3)
Hastaya Özel Linkler	4 (%100)	2 (%67)
Danışman Hekim Bilgisi	1 (%25)	0
Kurum Hekimleri Bilgisi	4 (%100)	2 (%67)
Personel Eğitimi	1 (%25)	0
Türkçe Dışında Dil	3 (%75)	3 (%100)
Yabancı Hasta Bilgisi	0	0
Hasta Memnuniyeti Anketi	2 (%50)	0
Hasta Hakları	4 (%100)	0

Web Sitesi Hizmet Unsurlarının İncelenmesi

Yaşlı dostu hastanelerin web sitelerindeki hizmet unsurları genel sağlık bilgisi, hastalar için daha fazla önerilen link, akreditasyon bilgisi, telif hakkı tarihi, e-hizmetler, fiyatlar, anlaşmalı kurumlar ve engellilere yönelik erişim, sesli erişim bakımından incelenmiştir.

Tablo 5'de yaşlı dostu hastanelerin web sitelerindeki hizmet unsurlarını bulundurmaları bakımından veriler yer almaktadır. Her iki ülkedeki tüm hastanelerin web sitesinde daha fazla bilgi için önerilen linkler, telif

hakkı tarihi, gizlilik ilkeleri ve kullanım şartları, e-randevu, e-sonuç ve e-istek öneri kutusu bulunmaktadır. Her iki ülkedeki yaşlı dostu hastanelerin web sitesindeki en dikkat çekici nokta engellilere yönelik erişim ve sesli erişim özelliğinin bulunmamasıdır. Özellikle engelli hastaların web sitesini ziyaretinde bu eksikliğin hastalar açısından problem oluşturacağı kaçınılmazdır.

Tablo 5. Web sitesi hizmet unsurlarına ait verilerin genel dağılımı

Unsurlar	Türkiye (n=4)	Japonya (n=3)
Genel Sağlık Bilgisi	3 (%75)	3 (%100)
Toplum Sağlığı Olayları	3 (%75)	3 (%100)
Daha Fazla Bilgi İçin Önerilen Linkler	4 (%100)	3 (%100)
Akreditasyon Bilgisi	3 (%75)	2 (%67)
Telif Hakkı Tarihi	4 (%100)	3 (%100)
Gizlilik İlkeleri ve Kullanım Şartları	4 (%100)	3 (%100)
E-randevu	4 (%100)	3 (%100)
E-sonuç	4 (%100)	3 (%100)
E-istek-öneri kutusu	4 (%100)	3 (%100)
Laboratuvar Sonuçları	4 (%100)	3 (%100)
Fiyatlar	1 (%25)	0
Anlaşmalı Kurumlar	3 (%75)	1 (%67)
Engellilere Yönelik Erişim, Sesli Erişim	0	0

4.SONUÇ VE ÖNERİLER

Türkiye ve Japonya'da hizmet veren yaşlı dostu yedi hastanenin web siteleri ve içeriklerinin incelendiği bu çalışmada, her iki ülkedeki hastanelerin web site içeriklerinin arasında ciddi farklılıklar olduğu tespit edilmiştir. Hastane web sitelerinin ana sayfa tasarımlarının belirlenen kurallara uygun olduğu görülmüştür. Bununla birlikte, hastaların web sitesindeki metinleri kolayca okuyabilmesini sağlayacak metin büyüklüğü ve renginin koyu olması kuralına Türkiye'de bir hastane uymazken, Japonya'da tüm hastanelerin bu kurala uygun davrandığı görülmüştür.

Hastanelerin web sitelerindeki kurum kültürü unsurlarını bulundurmaları bakımından sonuçları incelendiğinde, hastaneler açısından vurgulanması gereken en önemli özellik olan yaşlı dostu hastane bilgisinin Türkiye'deki hastanelerin web sitesinde yeterince vurgulanmadığıdır. Japonya'daki hastaneler ise Türkiye'ye göre bu özelliğini daha çok ön plana çıkarmıştır. Türkiye'deki yaşlı dostu hastanelerin pazarlama gücünü artırabilmesi için yaşlı dostu hastane olduğu vurgusunu artırmalıdır. Türkiye ve Japonya'daki hastaneler açısından yeterince üzerinde durulmayan bir diğer konu otopark bilgilendirmesidir. Türkiye'deki hastanelerin hiçbir otopark bilgisine web sitesinde yer vermezken, Japonya'da ise sadece bir hastane yer vermiştir. Yaşlı hastaların hastaneye gelmeden önce bilgi edinmesini sağlamak amacıyla kullanılan sanal gezinti programında ise Türkiye'de sadece bir hastanede yer verilirken, Japonya'da hiçbir hastanede sanal tura yer verilmediği görülmüştür.

Yaşlı dostu hastanelerin web sitelerindeki kurumsal iletişim faaliyetleri bulundurmaları bakımından sonuçlar incelendiğinde, her iki ülkedeki yaşlı dostu hastanelerin web sitelerinde iletişim unsurlarına yeterince yer verildiği görülmüştür. Bununla birlikte hastaneler açısından bir diğer pazarlama gücü olan kurumsal tanıtım filmini Türkiye'de sadece bir hastane kullanırken Japonya'da hiçbir hastane kullanmamaktadır. İki ülkedeki hastanelerin web sitelerindeki bir diğer farklılık etkinliklerin duyurulmasıdır. Türkiye'de tüm hastanelerde etkinlikler paylaşılmışken, Japonya'da sadece bir hastanede paylaşılmıştır. Bir diğer önemli sonuç iki ülkedeki yaşlı dostu hastanelerin tümünün web sitesinde sosyal sorumluluk projelerine yer vermemesidir. Hastanelerin sosyal sorumluluk projelerine önem vermesi toplumdaki kurumsal algılarının olumlu değişmesine neden olabileceği söylenebilir.

Yaşlı dostu hastanelerin web sitelerinde hedef grup ve paydaş bilgisi bulundurmaları bakımından sonuçlar incelendiğinde, Türkiye'de dört, Japonya'da iki hastane hastaya özel linkler bulundurmaktadır. Hastalar açısından önemli olan danışman hekim bilgisine hastaneler tarafından fazla yer verilmediği görülmüştür. Hastaneler için önemli bir geribildirim aracı olan hasta memnuniyet anketleri açısından iki ülkedeki yaşlı dostu hastaneler değerlendirildiğinde, Türkiye'deki hastanelerde anket yöntemi kullanıldığı görülürken Japonya'daki hastanelerin web sitelerinde anket yöntemini kullandığına dair bir veriye ulaşılamamıştır.

Yaşlı dostu hastanelerin web sitelerindeki hizmet unsurlarını bulundurmaları bakımından sonuçlar değerlendirildiğinde genel sağlık bilgisine Japonya'daki hastanelerin web sitelerinde (%100) Türkiye'deki hastanelerin web sitelerine göre daha fazla yer verilirken, daha fazla bilgi için yararlı linklerde ise her iki ülkedeki hastanelerin web sitelerinde eşit yer verilmektedir. Web sitesi çok sayıda hasta için oldukça uygun bir kaynak olması nedeniyle Türkiye'deki tüm özel ve kamu hastanelerinin bunun farkında olup, web sitelerinde genel sağlık bilgisine yer vermeleri gerekmektedir. Toplum sağlığı ilgilendiren olaylarda da Japonya'daki hastaneler, Türkiye'ye kıyasla daha fazla önem vermektedir. Her iki ülkedeki tüm hastanelerin web sitesinde daha fazla bilgi için önerilen linkler, telif hakkı tarihi, gizlilik ilkeleri ve kullanım şartları, e-randevu, e-sonuç ve e-istek öneri kutusu bulunmaktadır. Her iki ülkedeki yaşlı dostu hastanelerin web sitesindeki en dikkat çekici nokta engellilere yönelik erişim ve sesli erişim özelliğinin bulunmamasıdır. Özellikle engelli hastaların web sitesini ziyaretinde problem yaşamasını engellemek amacıyla hastanelerin buna yönelik bir tasarıma gitmesi son derece önem arz etmektedir.

Bu araştırma sonuçlarının; hastanelerin web sitelerinde belirtilen eksikliklerin giderilmesinde Türkiye ve Japonya'daki yaşlı dostu hastane yöneticilerine faydalı olabileceği ve aynı zamanda hastanelerin web sitelerinin sahip olması gereken özellikleri açıklaması açısından literatüre katkı sağlayabileceği düşünülmektedir.

ÇIKAR ÇATIŞMASI

Yazarlar tarafından herhangi bir çıkar çatışması beyan edilmemiştir.

ETİK KURUL ONAMI:

Araştırma Derginin Yayın Etiğine uygun olarak düzenlenmiş olup, etik kurul izni gerektirmeyen çalışmalar arasında yer almaktadır.

KAYNAKÇA

- Altıntaş, M., & Mertoğlu, S. (2017). Hastanelerde Web sitelerin halkla ilişkiler aracı olarak kullanımı: Doğu ve Güneydoğu Anadolu Bölgesi'ndeki özel hastaneler üzerine bir çalışma. *Atatürk İletişim Dergisi*, 14, 262-276.
- Başak, F., & Başak, S., & Öztürk, K. (2008). Devlet Hastaneleri Web sitelerinin değerlendirilmesi, <https://turkcia.net/kongre2008/cd/pdf/basak.PDF>.
- Berelson, B. (1952). *Content analysis in Communication Research*. Glencoe: Free Press.
- Çelik, T. (2014). Web sitelerinin erişilebilirlik değerlendirmesi: Ege Üniversitesi örneği, *The Journal of Academic Social Science Studies*, 28, 429-443.
- Kaya, M., & Filiz, M. (2018). Investigation of the current web sites of city hospitals, *Turkish Research Journal of Academic Social Science*, 1(1), 40-45.
- Koçer, S. (2017). Kurumsal Web sitelerinin kurum kimliği açısından incelenmesi: en çok tercih edilen üniversiteler üzerine bir analiz, *The Journal of International Social Research*, 10(53), 758-772.

- Ponnappan, S., & Ponnappan, U. (2011). Aging and immune function: Molecular mechanisms to interventions. *Antioxidants & Redox Signaling*, 14(8), 1551-1585.
- Randeree, E., & Rao, H. R. (2004). E-Health and assurance: Curing hospital websites. *Int. J. Electronic Healthcare*, 1(1), 33-46.
- Sanchez, P. M. (2000). The potential of hospital website marketing. *Health Marketing Quarterly* 18 (1/2), 45-57.
- Silverman, D. (2001). Interpreting qualitative data: methods for analysing talk, *Text and Interaction*. London: SAGE Publication.
- Statista, (2020). <https://www.statista.com/statistics/759869/japan-internet-penetration-by-agegroup/#:~:text=In%202019%2C%20more%20than%2099,older%20reached%20almost%2058%20percent>. (Erişim Tarihi: 04. 04. 2021).
- Stone, P. J., & Dunphy, D. C., & Marshall, S. S., & Ogilvie, D. M. (1966). The general inquirer: A computer approach to content analysis, The M.I.T. Press, Massachusetts.
- Türkiye’de Yaşlı Bakım Hizmetleri Raporu (2017). Avrupa’dan En İyi Uygulama Örnekleri ve Türkiye İçin Bir Model Tasarımı. *Aile ve Sosyal Politikalar Bakanlığı Sosyal İçerme Politikaları Alanında Kurumsal Kapasitenin Artırılması Projesi*. Ankara.
- TÜİK, (2020). <https://data.tuik.gov.tr/Bulten/Index?p=Elderly-Statistics-2020-37227>. (Erişim Tarihi: 04.04.2021).
- Uğurluoğlu, Ö. (2009). İstanbul’daki özel hastanelerin Web sitesi özellikleri üzerine bir inceleme, *Hacettepe Sağlık İdaresi Dergisi*, 12(1), 88-101.
- United Nations (UN) (2013). Department of economic and social affairs, *Population Division World Population Ageing*. New York.