

AKDENİZ BÖLGESİ'NDEKİ SAĞLIK KURULUŞLARININ WEB SİTELE- RİNİN KARŞILAŞTIRMALI OLARAK ANALİZİ

Abdullah SOYSAL¹

Fedayi YAĞAR²

Sema DÖKME³

ÖZ

Bu çalışmada Akdeniz Bölgesi'ndeki 152 sağlık kuruluşun web sitelerindeki bilgilerin yeterliliği kamu, özel ve il kapsamında karşılaştırmalı olarak analiz edilmeye çalışılmıştır. Sağlık kuruluşlarının web sitelerinin genel olarak randevu sistemleri, kurumda çalışan hekimlerin bilgileri ve laboratuvar sonuçlarını görüntüleme işlemleri gibi önemli konularda yeterli düzeyde bilgiye yer verdiği gözlemlenmiştir. Yabancı hastalar için verilen bilgi, sanal gezinti, danışman hekim bilgisi, e-bülten/e-dergi ve Türkçe dışında dil gibi konularda ise sağlık kuruluşların web sitelerindeki bilgilerin genel olarak yetersiz kaldığı tespit edilmiştir. Kamu ve özel sağlık kuruluşlarının karşılaştırılmasında da kamu sağlık kuruluşları web sitelerinin kurum hakkındaki güncel konular, servislerin listesi, genel sağlık bilgisi, randevu işlemleri ve laboratuvar sonuçları konusunda yeterli düzeyde bilgiye yer verdiği gözlemlenmiştir. Özel sağlık kuruluşları web sitelerinin ise hastane logosu, servislerin listesi, misyon/vizyon ifadeleri, kurum hekimleri bilgisi, randevu işlemleri ve anlaşmalı kurumlar konusunda yeterli düzeyde bilgiye yer verdiği ortaya belirlenmiştir. Sonuç olarak, Akdeniz Bölgesi'ndeki sağlık kuruluşları web sitelerinin temel bilgileri verme konusunda yeterli olduğu fakat fark yaratacak alanlarda bilgi verme konusunda ise yetersiz olduğu gözlemlenmiştir. Sağlık kuruluşunun markalaşmasını isteyen ve yeni müşteriler kazanarak daha fazla gelir elde etmeyi amaçlayan kuruluşlar web sayfalarına daha fazla önem vermelidirler.

Anahtar Kelimeler: Sağlık, Web Sitesi, Sağlık Kuruluşları Web Siteleri

Jel Sınıflandırması: I10

COMPARATIVE ANALYSIS OF THE WEB SITES OF THE HEALTH CENTERS IN MEDITERRANEAN REGION

ABSTRACT

In this study, we tried to make the comparative analysis of information sufficiencies about the web sites of 152 health centers within public, private and province. We observed that these websites contain enough information including these; appointment systems, personal information of the doctors and operations about viewing the results of laboratory. We saw that these websites are not sufficient about "information about foreign patients, virtual tours, consultant doctor information, online newspaper, online magazine, the languages except Turkish and information" for patients. In comparment of public and private health centers, we observed that websites of public health centers, contain sufficient information about updated issues about the institution, list of the services, appointment processes and laboratory results. We also observed that websites of private health centers contain sufficient information about hospital logo, list of the services, mission-vision statements, doctors information, appointment processes and contracted firms. We've observed that the websites of the health centers in Mediterranean region are sufficient about basic informations and not sufficient about the issues which make different. The instutions which expect to brand the health center and earn more money with new customers, have to care more about the websites.

Key words: Health, Website, Websites of Health Centers

Jel Classification: I10

¹Doç.Dr., Kahramanmaraş SİÜ, İİBF, Sağlık Yönetimi Bölümü, asoysal2005@hotmail.com

²Araş.Gör., Kahramanmaraş SİÜ, İİBF, Sağlık Yönetimi Bölümü, fedayiyagar@hotmail.com

³Yüks. Lisans., Kahramanmaraş SİÜ, İİBF, Sağlık Yönetimi Bölümü, semadokme@gmail.com

1. GİRİŞ

Günümüzde dünyadaki milyonlarca insan öğrenme, eğlence, alışveriş gibi amaçlar için interneti kullanmaktadır (Sadeghein ve diğerleri, 2012:1). Kişiler elektronik kaynakları kullanmayı seviyorlar. Çünkü bu kaynaklara ulaşım kolay, istenilen bilgi hemen elde edilebiliyor ve bu bilgilere herhangi bir zaman evden ayrılmaksızın ulaşmak mümkün (Leite ve diğerleri, 2014:303). Örneğin, 2000'nin ortalarında 17 milyon web sitesinin sayısı 2005 yılında 65 milyona (Rafe ve Monfaredzadeh, 2012:2927), 2014 yılında ise yaklaşık olarak 970 milyona ulaşmıştır (www.internet-livestats.com, 2015).

Hastane web siteleri, temel paydaşların karmaşık gereksinimlerini (hastalar, sağlıklı bireyler, sağlık hizmeti profesyonelleri gibi) karşılamak için bilginin ve interaktif iletişim araçlarının web kaynaklarını etkili bir şekilde kullanmaya çalışırlar (Patsioura ve diğerleri, 2009:223). Günümüzde ise hastaneler web sitelerini kendi hizmetlerini ve ürünlerini pazarlamak için çok yoğun bir şekilde kullanmaktadırlar (Boyington ve diğerleri, 2006:103). Bu kuruluşlar kendi web sitelerinde sağlıklı olmayı, sağlık bilgisini ve özellikle de hizmetlerin kalitesini vurgularlar (Zingmond ve diğerleri, 2001:389) çünkü Clines ve Haynes'e (2001) göre, doktorlar hakkındaki bilgiler, hastane özellikleri, sigortalama hakkındaki bilgiler müşterilerin (hastaların) karar verme sürecini etkileyebilir. Aslında hastanelerin web sitelerini bir pazarlama aracı olarak kullanmalarındaki en önemli faktörler; artan sağlık hizmetleri maliyetleri, gelişen ve pahalılaştan tedavi yöntemleri gibi nedenlerdir. Bunun sonucunda kuruluşlar kendi aralarında bir yarışa girerler ve hastalarını da etkilemek için sürekli kendilerini güncellemek zorunda kalırlar (Mangotra ve Mahajan, 2012:14). Bu yüzden hastaneler için web sitelerinin, dışarıdaki kuruluşlar için de bilgi ve iletişim hizmetlerinin aktarımı konusunda anahtar bir platform olduğu söylenebilir (Patsioura ve diğerleri, 2009:224). Dolayısıyla web siteleri, kullanıcılar arasındaki bağlantıyı sağlar ve örgütlerin dışarıya karşı bir yüzü olarak görülebilir (Leite ve diğerleri, 2014:301).

Eysenbach ve Kohler'e (2003) göre, dünya çapında internet üzerinde yapılan araştırmaların yaklaşık olarak %4,5'inin sağlıkla ilgili olduğu tahmin edilmektedir. Fox'a (2011) göre, yetişkinlerin %74'ü internet kullanmaktadır ve %80'i de bilgi olarak özel hastalıkları ve tedavileri araştırmaktadırlar. Maifredi ve diğerlerine (2001) göre, Amerika'da yaşayan bireylerin sağlık bilgilerini araştırma oranı %56-%80 arasında iken bu oran Avrupa'da %32-%71 arasındadır. Chronaki ve diğerlerine (2007) göre, Yunanistan'daki bireylerin %54.2'si hastalık hakkında bilgi için interneti kullanıyor ve %59'u da profesyonel yardım alıp almayacağına buradan karar veriyor. Maifredi ve diğerlerine (2001) göre, kadınların (%42) erkeklere (%34) göre sağlık için interneti daha çok kullandıkları belirtilmiştir. Yunanistan ve Portekiz gibi güney avrupa ülkelerinde de benzer sonuçlar gözlemlenmiştir. Bu bilgiler ışığında birçok insanın sağlık hakkında daha çok bilgi toplamak için internete başvurduğu ifade edilebilir.

Sağlık kuruluşlarının web sitelerini inceleme ile ilgili birçok farklı kriter belirlenmiştir. Örneğin; Randeree ve Rao (2004), Amerikan hastanelerinin web sitelerini değerlendirmek için sekiz anahtar kriter belirlemiştir. Bunlar; ulaşım, hedef kitle, doğruluk, zamanlama, içerik, yetkili kişi ve gizlilik. Web sitelerinin fonksiyonelliğine ek olarak bilginin aktarımını ve sunumunu değerlendirmeyi amaçlamışlardır. Ford ve diğerleri (2013), Amerikan hastanelerinde yaptıkları çalışmada hastanelerin kalitesi ölçmek için ulaşılabilirlik, içerik, pazarlama ve teknik standartlara bağlılık boyutları üzerinde durmuştur. Kelly ve diğerlerine (2013) göre, bilgi, duyguların desteklenmesi (hassas davranılması), diğerleri ile olan ilişkiler, deneyimli sağlık hizmetleri ve etkileyici davranışlar interneti kullananları çok etkilemektedir. Chang ve Arnett'e (2000) göre, hastanelerin pazarda söz sahibi olabilmesi için dört boyuta sahip olması gerekmektedir. Bunlar; bilgi ve hizmetin kalitesi, sistemin kullanımı, tasarımın güzel olması ve web sitesinde kullanılan dilin anlaşılır olmasıdır. Hasan ve Abuelrub'a (2011) göre de, web sitesinin içerik, tasarım, örgüt kalitesine ve kullanıcı dostu olmasına gerek vardır.

Bu çalışmada Akdeniz Bölgesi'ndeki 152 sağlık kuruluşun web sitelerindeki bilgilerin yeterliliği kamu, özel ve il kapsamında karşılaştırmalı olarak analiz edilmeye çalışılmıştır. Bu amaçla çalışma ile ilgili literatür bilgisi paylaşılmış daha sonra ise araştırma kısmında, sağlık kuruluşlarının web sitelerindeki yeterlilikleri karşılaştırmalı olarak analiz edilmiştir.

2. LİTERATÜR ARAŞTIRMASI

Maifredi ve diğerleri (2010), İtalya'da 763 hastanenin (419 kamu, 344 özel) web sitelerini incelemişlerdir. Çalışmada web sayfalarının içerik kısmının özellikleri ile kullanıcıya olan uyumu belirlenmeye çalışılmıştır. Devlet hastaneleri de kendi içlerinde iki kategoriye ayrılmıştır. Birincisi kendi web sitesine sahip olan devlet hastaneleri, ikincisi ise web siteleri il sağlık müdürlüğüne bağlı olan devlet hastaneleridir. Kendi web sitesine sahip olan hastanelerin ortalama skoru %41.9, il sağlık müdürlüğüne bağlı olanların ortalama skoru %21.2 ve özel hastanelerin ortalama skoru da %30.8 olarak belirlenmiştir. Hastanelerin özellikleri teknik öğeler, hastane bilgisi ve olanakları, kabul ve tıbbi hizmetler, interaktif online hizmetler ve yabancılara yönelik çalışmalar boyutları adı altında incelenmiştir. Kendi web sitesine sahip olan devlet hastanelerinde teknik öğeler %49.1, hastane bilgisi ve olanaklar %50.1, kabul ve tıbbi hizmetler %40.6, interaktif online servisler %23.6 ve yabancılara yönelik çalışmalar ise %32.4 oranında bulunmuştur. Web siteleri il sağlık müdürlüğüne bağlı olan devlet hastanelerinde teknik öğeler %29.4, hastane bilgisi ve olanaklar %22.6, kabul ve tıbbi hizmetler %26.0, interaktif online servisler %10.3 ve yabancılara yönelik çalışmalar ise %3.6 oranında bulunmuştur. Özel hastanelerde ise teknik öğeler %40.4, hastane bilgisi ve olanaklar %35.6, kabul ve tıbbi hizmetler %32.3, interaktif online servisler %25.4 ve yabancılara yönelik çalışmalar ise %8.2 oranında bulunmuştur.

Patsioura ve diğeri (2009), Yunanistan'da 53 tane devlet hastanesinin web sayfaları değerlendirmişlerdir. Yapılan bu değerlendirme de 67 tane kriter kullanılmıştır. Bilgi, iletişim ve elektronik kaynaklar üzerine yoğunlaşarak hastanelerin web siteleri için bir çerçeve yaratmak amaçlanmıştır. Kuruluşların tarihçe (%93), telefon numarası (%93), yer bilgisi (%77) ve doktorların numarası (%65) konusunda iyi oldukları; doktorların özgeçmişi (%2), danışman telefon bilgisi (%9), doktorların e-mail adresleri (%19), anlaşmalı kurumlar (%28), toplum sağlığı ile ilgili haberler (%28) ve sitelerin güncellenmesi (%29) konularında ise kötü oldukları gözlemlenmiştir. Analizdeki web sitelerinin çoğunluğunun, kuruluşlar ve onların paydaşları arasındaki gerekli web-tabanlı işlemleri karşılamada başarısız olduğu ve yine bilgi ve iletişim araçlarının tedarik kısımlarında da önemli eksiklikler olduğu ortaya çıkmıştır. Etkileşim ve bilgi kalitesindeki gelişmelerin, hastalar ve vatandaşlar için tutarlı ve kullanışlı bir internet ortamı yaratmada kuruluşlar için gerekli olacağı sonucuna varılmıştır.

Smith (1997), Amerika'da 191 hastanenin web sayfaları üzerinde bir çalışma yapmıştır. Çalışmada hastaneler tarafından kullanılan web sitelerinin bilgilerini devlete aktarmada kolaylık sağlayıp sağlamadığını belirlemek amaçlanmıştır. İncelemek için üç temel kriter belirlenmiştir. Bunlar; ulaşım, tasarım ve içeriktir. Sonuç olarak hastanelerin %95'nin ulaşım kriterine, %73'ünün tasarım kriterine ve %68'ininde içerik kriterine sahip olduğu ortaya çıkmıştır.

Ford ve diğeri (2012), Amerika'da 636 sağlık kuruluşu üzerinde çalışma yapmışlardır. İçerik, pazarlama, ulaşılabilirlik ve teknolojik boyutları incelenerek hastanelerin ve sağlık sistemlerinin web sitelerinin değerlendirilmesi amaçlanmıştır. Hastaneler ve sağlık sistemleri için ortalama skor 6.37 olarak bulunmuştur. En yüksek skor ise 8.4 olarak belirlenmiştir (Arizona Kanseri Merkezi). En iyi ortalamaya sahip boyut içerik (6.42) olmuştur. Daha sonra sırayla teknoloji (5.98), pazarlama (5.96) ve ulaşılabilirlik (5.79) boyutları gelmiştir. Buradan şu sonucu çıkarabiliriz ki, Amerika'daki hastanelerin içerik boyutu ortalamanın üstündedir ve kabul edilebilir standartlardadır. Fakat teknoloji, pazarlama ve ulaşılabilirlik boyutları ortalamanın altında kaldığı için bu boyutların hastanelerin web sitelerinde yeteri kadar bahsedilmediğini söyleyebiliriz.

Liu ve diğeri (2011), Çin'in önde gelen 23 hastanesi üzerinde bir çalışma yapmışlardır. Çin'deki hastanelerin kalitesini değerlendirmeyi amaçlamışlardır. Hastanelerin içerik bakımından iyi durumda olduklarına, sitenin fonksiyonları ve tasarımı konusunda normal olduklarına ve sitenin yönetim ve kullanımı konusunda ise kötü oldukları sonucuna varılmıştır.

Uğurluoğlu (2009), İstanbul'da belirlediği 201 hastanenin web sitesi üzerinde bir çalışma yapmıştır. Web sitelerinde yer alan bilgi türleri ve bu bilgiler ile kurumsal mülkiyet arasındaki ilişkiyi belirlemeyi amaçlamıştır. İstanbul'daki hastanelerin %55,6'sının misyon/vizyon ifadelerine, %71,6'ının kurum hakkında güncel haberlere, %98,1'inin telefon numarasına, %20,4'ünün danışman hekim bilgisine, %85,2'sinin kurum hekim bilgisine, %3,7'sinin yabancı hasta bilgisine, %45,1'inin

hasta haklarına, %49,4'ünün genel sağlık bilgisine, %6,8'inin reklam linklerine, %58,0'inin randevu işlemleri ve %67,9'unun anlaşmalı kurumlar bilgisine yer verildiği görülmüştür.

3. MATERYAL VE YÖNTEM

3.1. Araştırmanın Amacı

Araştırmanın amacı, Akdeniz Bölgesi'ndeki sağlık kuruluşlarının web sitelerindeki bilgilerin yeterliliğini kamu, özel ve il kapsamında karşılaştırmalı olarak analiz etmektir.

3.2. Araştırmanın Kapsamı ve Sınırlılıkları

Araştırmanın kapsamını Akdeniz Bölgesi'nde yer alan sağlık kuruluşları oluşturmaktadır. Antalya, Adana, Mersin, Kahramanmaraş, Hatay, Osmaniye, Burdur ve Isparta'nın yer aldığı, toplam sekiz ili içine alan bu bölgede 176 sağlık kuruluşu kolayda örnekleme yöntemi ile tespit edilmiştir. Temmuz - Ağustos 2015 tarihleri arasında yapılan araştırmalarda Google ve Yandex arama motorları kullanılmış ve 24 (%13,6) sağlık kuruluşunun web sayfasına ulaşılammıştır. Toplamda 152 (%86,4) sağlık kuruluşunu web sayfaları değerlendirmeye alınmıştır.

3.3. Araştırmanın Yöntemi

Değerlendirme aracı olarak daha önce Uğurluoğlu (2009) tarafından geliştirilen kontrol listesi kullanılmıştır. Geliştirilen bu kontrol listesinde yedi ana başlık belirlenmiştir. Bunlar; kurum bilgileri, hedef grup ve paydaş bilgisi, sağlık bilgisi, ürün/hizmet bilgisi, güncellik ve bilgilendirme, kolaylaştırıcı işlemler ve finansal bilgilerdir. Bu başlıkların altında 45 kriter yer almaktadır. Sonuçlar SPSS 20.0 programı ile değerlendirilmiş ve yöntem olarak frekans analizi kullanılmıştır.

4. BULGULAR

4.1. Akdeniz Bölgesi'ndeki Sağlık Kuruluşları Web Sitelerinin Genel Olarak Değerlendirilmesi

Yapılan incelemede Akdeniz Bölgesi'nde 176 sağlık kuruluşu tespit edilmiştir ve bu kuruluşların %86,4'ünün (n:152) web sitesine ulaşılmıştır. Tablo 1'de de görüldüğü üzere bu kuruluşların %52'sini kamu sağlık kuruluşları, %48'ini de özel sağlık kuruluşları oluşturmaktadır. En fazla sağlık kuruluşunun değerlendirilmeye alındığı şehir % 25 (n:38) ile Antalya, en az sağlık kuruluşunun değerlendirilmeye alındığı şehirler ise %3,9 (n:6) ile Burdur ve Osmaniye olmuştur. Değerlendirmeye alınan sağlık kuruluşlarının sayısının belirlenmesinde illerin nüfus yoğunluğu dikkate alınmıştır.

Tablo 1: İllerin Sağlık Kuruluşu Türüne Göre Dağılımı

	Kamu Sağlık Kuruluşları		Özel Sağlık Kuruluşları		Toplam	
	Sıklık (n)	Yüzde (%)	Sıklık (n)	Yüzde (%)	Sıklık (n)	Yüzde (%)
Adana	11	13,9	12	16,4	23	15,1
Antalya	16	20,3	22	30,1	38	25,0
Burdur	5	6,3	1	1,4	6	3,9
Hatay	13	16,5	7	9,6	20	3,2
Isparta	11	13,9	5	6,8	16	10,5
Kahramanmaraş	11	13,9	8	11,0	19	12,5
Mersin	8	10,1	16	21,9	24	15,8
Osmaniye	4	5,1	2	2,7	6	3,9
Toplam	79	52,0	73	48,0	152	100

Tablo 2'de ise Akdeniz Bölgesi'ndeki sağlık kuruluşlarının web sitelerinin özellikleri genel olarak değerlendirilmiştir. Birinci bölümde kurum bilgileri yer almaktadır. Bu bölüme baktığımızda sağlık kuruluşlarının en çok dikkat ettiği özellikler telefon numarası (%98,7), servislerin listesi (%93,4) ve adres bilgisi (%92,8) olmuştur. En az dikkat edilen özellikler ise otopark bilgisi (%2,6), servislerin yeri (%3,3) ve sanal gezinti (%9,9) olmuştur. Kraljic'e (2008) göre, bir resim binlerce kelime anlamına geliyorsa sanal gezintide on binlerce kelime anlamına gelmektedir. Sonuç olarak görsel ifadelerin bireyler üzerindeki etkisini düşünürsek, bu oranın bu kadar düşük seviyede kalması o kurum için büyük bir eksiklik, diyebiliriz. Yine de bu bölümde kamu ve özel sağlık kuruluşlarının web siteleri arasında da büyük farklılıklar olduğu belirlenmiştir. Örneğin kurum içi duyurulara (%60,8) ve ziyaretçi bilgisine (%65,8) kamu sağlık kuruluşlarının web siteleri daha çok yer verirken, özel sağlık kuruluşlarının web siteleri ise hastane logosuna (94,5) ve misyon /vizyon ifadelerine (72,6) daha çok yer vermiştir. Ramazanoğlu ve Bahçeci'ye (2006) göre, bir kuruluşun başarılı olmasındaki en önemli faktörlerden biri de misyon ve vizyon ifadeleridir. Bu yüzden bu tür kuruluşlar neye hizmet ederse etsin, var oldukları sürece kendi kapasitelerince hedefler belirlemeli ve bu hedefleri çalışanlara aktarmalıdır. Kurum için çok büyük önemi olan bu özelliğin toplamdaki (%59,2) yüzdesi de daha üst seviyelere çekilmelidir.

İkinci bölümde hedef grup ve paydaş bilgileri yer almaktadır. Genel olarak baktığımızda Akdeniz Bölgesi'ndeki sağlık kuruluşları web sitelerinin sadece kurum hekimleri bilgisine (%74,3) ve hasta haklarına (%52) kabul edilebilir düzeyde yer verdiği görülmüştür. Yabancı hasta bilgisi (%5,9), hasta memnuniyeti anketi (%7,2), personel eğitimi (%8,6) ve e-bülten/e-dergi (%11,8) gibi konularında ise sağlık kuruluşlarının web sitelerinin çok eksik olduğu belirlenmiştir. Linton'a (2015) göre e-bülten, müşterilerle ve muhtemel müşterilerle olan iletişimi düzenli bir şekilde sürdürmek ve iyi ilişkiler kurmak için uygun maliyetli bir araçtır. Örneğin araştırmacı olan Nielsen Norman Grup, katılımcılara şirketlerini nasıl güncel tuttıklarını sormuş ve

katılımcıların %90'ı e-bültenden, geriye kalan %10'u da sosyal medyadan bahsetmiştir. Maliyeti bu kadar uygun olan bir tanıtım aracının Akdeniz Bölgesi'ndeki sağlık kuruluşlarında çok az tercih edildiği görülmektedir. Kamu ve özel karşılaştırmasında ise kamu sağlık kuruluşları web sitelerinin hasta hakları (%69,6), özel sağlık kuruluşları web sitelerinin ise kurum hekimleri bilgisi (%91,8) konusunda iyi olduğu gözlemlenmiştir.

Üçüncü bölümde sağlık bilgisi kısmı yer almaktadır. Bu bölümde genel olarak tüm sağlık kuruluşlarının genel sağlık bilgisine (%69,7) ve daha fazla bilgi için önerilen linklere (%60,5) ortalama düzeyde yer verirken, toplum sağlığı olaylarına (%12,5) ve sağlık etkinlikleri haberlerine (%17,8) gereken önemi vermediği tespit edilmiştir. Kamu ve özel karşılaştırmasında ise kamu sağlık kuruluşları web sitelerinin daha fazla bilgi için verilen linkler (%74,7), özel sağlık kuruluşları web sitelerinin ise genel sağlık bilgisi (%67,1) konusunda iyi olduğu gözlemlenmiştir.

Dördüncü bölümde ürün/hizmet bilgisi alanı yer almaktadır. Bu alanda sağlık kuruluşlarının ortalamanın altında kaldığı görülmektedir. Akreditasyon bilgisi (%2,6) ve kalite yönetim sistemi belgesi (%8,6) özelliklerinin bu kadar az bahsedilmesi, bu bölgedeki sağlık kuruluşlarının kalite konusunda yeterli gelişmeyi sağlayamadığını göstermektedir. Burada bir diğer az bahsedilen özellik ise reklam linkleridir (%5,9). Fakat bu içeriğin bu kadar az oranda olmasının temel nedeni, ülkemizde sağlık sektöründe uygulanan reklam yasağıdır. Kamu ve özel sağlık kuruluşları kapsamında ise kamu sağlık kuruluşlarının bu alanda çok yetersiz olduğu, özel sağlık kuruluşlarının ise ürün ve hizmet bilgisi (%61,6) ve web tasarlayıcısı (%52,1) konusunda kabul edilebilir seviyede olduğu gözlemlenmiştir.

Beşinci bölüm ise güncellik ve bilgilendirme kısmıdır. Bu bölümde özel ve kamu sağlık kuruluşları arasında çok büyük farklılıklar olmadığı gözlemlenmiştir. Genel olarak değerlendirdiğimizde ise telif hakkı (%62,5) ve gizlilik ilkeleri ve kullanım şartları (%50,7) alanının orta düzeyde olduğu, son güncelleme tarihi (%5,3) kısmının ise çok kötü olduğu gözlemlenmiştir.

Tablo 2: Akdeniz Bölgesi'ndeki Sağlık Kuruluşları Web Sitelerinin Değerlendirilmesi

		Kamu Sağlık Kuruluşları		Özel Sağlık Kuruluşları		Toplam	
		Sıklık	Yüzde	Sıklık	Yüzde	Sıklık	Yüzde
I. BÖLÜM (Kurum Bilgileri)	Tarihçe	52	65,8	49	67,1	101	66,4
	Telefon Numarası	77	97,5	73	100	150	98,7
	Adres Bilgisi	76	96,2	65	89,0	141	92,8
	Kroki (harita/yer bilgisi)	58	73,4	61	83,6	119	78,3
	Misyon / Vizyon İfadeleri	37	46,8	53	72,6	90	59,2
	Kurum Hakkında Güncel Haberler	75	94,9	61	83,6	136	89,5
	Kurum İçi Duyurular	48	60,8	14	19,2	62	40,8
	Basında Biz Haberleri	15	19,0	12	16,4	27	17,8
	Hastane Logosu	12	15,2	69	94,5	81	53,3
	Otopark Bilgisi	2	2,5	2	2,7	4	2,6
	Ziyaretçi Bilgisi	52	65,8	30	41,1	82	53,9
	Sanal Gezinti	2	2,5	13	17,8	15	9,9
	Servislerin Listesi	71	89,9	71	97,3	142	93,4
Servislerin Yeri	3	3,8	2	2,7	5	3,3	
II. BÖLÜM (Hedef Grup ve Paydaş Bilgisi)	Hastaya Özel Linkler	20	25,3	12	16,4	32	21,1
	Danışman Hekim Bilgisi	1	1,3	16	21,9	17	11,2
	Telefon	1	1,3	2	2,7	3	2,0
	E-posta	1	1,3	16	21,9	17	11,2
	Kurum Hekimleri Bilgisi	46	58,2	67	91,8	113	74,3
	İsim	46	58,2	66	90,4	112	73,7
	Telefon	6	7,6	13	17,8	19	12,5
	E-posta	2	2,5	13	17,8	15	9,9
	Özgeçmiş	1	1,3	35	47,9	36	23,7
	Fotoğraf	21	26,6	47	64,4	68	44,7
	Personel Eğitimi	11	13,9	2	2,7	13	8,6
	E-bülten/E-dergi	4	5,1	14	19,2	18	11,8
	Bağışlar(organ/kan)	26	32,9	2	2,7	28	18,4
	Türkçe Dışında Dil	19	24,1	22	30,1	41	27,0
	Yabancı Hasta Bilgisi	1	1,3	8	11,0	9	5,9
	Hasta Memnuniyeti Anketi	6	7,6	5	6,8	11	7,2
	Hasta Hakları	55	69,6	24	32,9	79	52,0
III. BÖLÜM (Sağlık Bilgisi)	Genel Sağlık Bilgisi	57	72,2	49	67,1	106	69,7
	Toplum Sağlığı Olayları	15	19,0	4	5,5	19	12,5
	Daha Fazla Bilgi İçin Önerilen Linkler	59	74,7	33	45,2	92	60,5
	Sağlık Etkinlikleri Haberleri	21	26,6	6	8,2	27	17,8

IV. BÖLÜM (Ürün / Hizmet Bilgisi)	Arama Seçeneği	28	35,4	19	26,0	47	30,9
	Ürün ve Hizmet Bilgisi	21	26,6	45	61,6	66	43,4
	Reklam Linkleri	1	1,3	8	11,0	9	5,9
	Web Tasarlayıcısı	30	38,0	38	52,1	68	44,7
	Akreditasyon Bilgisi (JCI)	3	3,8	1	1,4	4	2,6
V. BÖLÜM (Güncelleme ve Bilgilen-dirme)	Kalite Yönetim Sistemi Belgesi (ISO)	5	6,3	8	11,0	13	8,6
	Telif Hakkı (copyright) Tarihi	47	59,5	48	65,8	95	62,5
	Son Güncelleme Tarihi	1	1,3	7	9,6	8	5,3
VI. BÖLÜM (Kolaylaştırıcı İşlemler)	Gizlilik İlkeleri ve Kullanım Şartları	35	44,3	42	57,5	77	50,7
	Randevu İşlemleri	75	94,9	64	87,7	139	91,4
	Telefon	70	88,6	58	79,5	128	84,2
	E-posta (e-randevu)	70	88,6	47	64,4	117	77,0
	Laboratuvar Sonuçları	63	79,7	45	61,6	108	71,1
	İş Başvurusu	4	5,1	32	43,8	36	23,7
VII. BÖLÜM (Finansal Bilgiler)	Hekim Çalışma Planı	38	48,1	4	5,5	42	27,6
	Personel İşlemleri	26	32,9	2	2,7	28	18,4
	Fiyatlar	1	1,3	1	1,4	2	1,3
VII. BÖLÜM (Finansal Bilgiler)	İhale Bilgileri	24	30,4	1	1,4	28	16,4
	Anlaşmalı Kurumlar (Sigorta Bilgisi)	42	53,2	57	78,1	99	65,1

Altıncı bölümde kolaylaştırıcı işlemler alanı yer almaktadır. Bu alanda sağlık kuruluşlarının randevu işlemlerine (%91,4) ve laboratuvar sonuçlarına (%71,1) yeterince önem verdiği görülmüştür. Kamu sağlık kuruluşlarının randevu işlemlerinde (%94,9) bu kadar yüksek bir yüzdeye sahip olmasının en büyük nedeni, ülkemizde son yıllarda kamu da uygulanan Merkezi Hekim Randevu Sistemi (MHRs)'dir. Vatandaşlar bu sistemle birlikte telefonla (182) ve internet üzerinden (www.mhrs.gov.tr) randevu işlemlerini gerçekleştirmeye başlamışlardır. Kamu sağlık kuruluşlarının hekim çalışma planı (%48,1) ve personel işlemleri (32,9) konusunda özel sağlık kuruluşlarına göre önde olduğu, özel sağlık kuruluşlarının da iş başvurusu (%43,8) alanında kamuya göre daha iyi olduğu tespit edilmiştir. Fakat özeline iş başvurusu konusunda kamudan iyi olmasını olağan karşılayabiliriz. Nedeni ise, kamu sağlık kuruluşu personelinin genellikle devlet tarafından atanmasıdır.

Yedinci ve son bölümde ise finansal bilgiler yer almaktadır. Bu bölümde en fazla yer verilen özellik anlaşmalı kurumlar (%65,1) olmuştur. En az bilgi verilen alanlar ise fiyatlar (%1,3) ve ihale bilgileri (%16,4) olmuştur. Burada fiyatların bu kadar az olma nedenini reklam yasağı ile ilişkilendirebiliriz. Son olarak kamu ve özel sağlık kuruluşları web sitelerini karşılaştırdığımızda anlaşmalı kurumlar konusunda özel sağlık kuruluşlarının (%78,1) kamu sağlık kuruluşlarına (%53,2) göre daha iyi

olduğu gözlemlenmiştir. Bunun nedeni ise özel sağlık kuruluşlarının kar amaçlı kuruluşlar olmasıdır, diyebiliriz.

4.2. Akdeniz Bölgesi'ndeki Sağlık Kuruluşlarının Web Sitelerinin İl Kapsamında Değerlendirilmesi

Bu başlık altındaki değerlendirmeler EK-1 ve EK-2' deki verilere göre yapılmıştır. İlk olarak birinci bölüm olan kurum bilgileri incelenmiştir. Bu bölümde şehirlerin tarihçe, telefon numarası, adres bilgisi ve kroki konusunda genel olarak iyi oldukları tespit edilmiştir. Fakat bir önceki başlık altında da önemine değindiğimiz misyon / vizyon ifadeleri Burdur (%33,3), Osmaniye (%33,3) ve Hatay'da (%45) genel olarak ortalamanın altında kalmıştır. Bu alanda en başarılı şehir olarak Antalya (%86,8) ortaya çıkmıştır. Sağlık kuruluşları için bir diğer önemli özellik de hastanelerin logosunun var olup olmadığıdır. Knapp ve Campbell'a (2010) göre logo, o şirketin kimliğinin ana göstergesidir. Çünkü müşteriler ilk onu görerek değerlendirmede bulunurlar ve son olarak da yine onu hatırlarlar. İyi tasarlanmış ve sürekli olarak kullanılan logolar, şirketlerin çalışanlarını ve ortaklarını tek bir çatı altında toplayabilir. Örgüt için bu kadar değerli olan bir özelliğin sadece Mersin (%66,7), Adana (%65,2) ve Antalya'da (%57,9) kabul edilebilir seviyede olduğu görülmüştür. Yine bir önceki bölümde öneminden bahsettiğimiz ve yetersiz olarak gördüğümüz sanal gezintinin Burdur, Hatay, Isparta, Kahramanmaraş ve Osmaniye illerinin web sitelerinde hiç yer almadığı görülmüştür. Kamu ve özel sağlık kuruluşları web siteleri arasındaki farkları iller kapsamında incelediğimizde, misyon ve vizyon ifadelerinde Antalya'daki (%93,8) kamu sağlık kuruluşlarının; hastane logosu kısmında da bütün illerdeki özel sağlık kuruluşlarının kamuya göre daha iyi durumda olduğu gözlemlenmiştir. Bunun dışında diğer alanlarda kamu ve özel arasında çok büyük farklılıklar olmadığı ortaya çıkarılmıştır.

İkinci bölümde hedef grup ve paydaş bilgisi alanı incelenmiştir. Bu bölümde web sitelerinin danışman hekim bilgisi konusunda çok kötü oldukları gözlemlenmiştir. Hasta ile doktor arasındaki iletişiminin günümüzdeki önemini düşündüğümüzde bu tür bir özelliğin sağlık kuruluşlarının web sitelerindeki varlığına daha çok dikkat edilmelidir. Kurum hekimleri bilgisi kısmında da Osmaniye (%33,3) dışındaki şehirlerin iyi oldukları gözlemlenmiştir. Bunun en büyük nedenini ise kişilerin kendi hekimlerini rahatça seçebilme haklarının var olması ve kurumların kendi hekimlerini tanıtmaya istekli olmasıdır. Yine bütün illerin personel eğitimi, e-bülten/e-dergi ve hasta memnuniyeti anketi konusunda çok yetersiz olduğu gözlemlenmiştir. Sağlık sektöründeki en önemli ve en popüler konulardan biriside sağlık turizmidir. Bölgedeki payımı artırmak isteyen kuruluşlar / şehirler Türkçe dışında dil ve yabancı hasta bilgisine çok dikkat etmelidir. Fakat bu bölgedeki şehirlerin web sitelerinin, yabancı hasta bilgisi konusunda çok yetersiz olduğu, Türkçe dışında dil konusunda da sadece Antalya'nın (%84,2) iyi olduğu tespit edilmiştir. Antalya'nın bu kısımda önde olmasının en büyük nedeninde şehre gelen turist sayısı olduğunu söyleyebiliriz. Bu bölümle ilgili son olarak, Osmaniye'nin hasta hakları (%83,3) ve bağışlar (%50) konusunda diğer şehirlere göre daha iyi olduğu gözlemlenmiştir. Kamu ve özel kapsamında incelediğimizde,

bağışlar konusunda Osmaniye (%75) kamu sağlık kuruluşlarının ve hasta hakları hakkında da Osmaniye (%100), Antalya (%87,5), Hatay (%84,6) ve Burdur (%80) kamu sağlık kuruluşları web sitelerinin iyi olduğu belirlenmiştir. Özel sağlık kuruluşları açısından da Türkçe dışında dil konusunda Antalya'nın (%77,3) fark yarattığı görülmektedir.

Üçüncü bölümde sağlık bilgisi alanı incelenmiştir. Bu bölümde genel sağlık bilgisi konusunda bütün şehirlerin iyi olduğu ama toplum sağlığı olaylarında da bütün şehirlerin kötü olduğu tespit edilmiştir. Bulaşıcı hastalıkların günümüz dünyasında çok fazla yaşandığı düşünürsek, toplumun bilgilendirilmesi hususunda sağlık kuruluşlarının bu konuya daha fazla önem vermesi gerekmektedir. Bunun dışında daha fazla bilgi için önerilen linkler kısmında Burdur (%33,3), Hatay (%45) ve Mersin'in (%41,7) kötü olduğu, sağlık etkinlikleri haberleri kısmında Burdur'un (%83,3) iyi olduğu ve arama seçeneği kısmında da Antalya'nın (%65,8) iyi olduğu ortaya çıkmıştır. Bu bölüme kamu ve özel sağlık kuruluşları açısından baktığımızda kamu sağlık kuruluşları web sitelerinin genel sağlık bilgisi konusunda Antalya (%93,8), Kahramanmaraş (%81,8) ve Adana (%81,8) illerinde iyi olduğu gözlemlenmiştir. Burdur (%100), Osmaniye (%100) ve Isparta (%80) illerindeki özel sağlık kuruluşlarının web sitelerinin de genel sağlık bilgisinde iyi olduğu belirtilmiştir. Antalya'daki kamu sağlık kuruluşları web sitelerinin de arama seçeneği (%93,8) konusunda diğer illere göre çok ileride olduğu ortaya çıkmıştır.

Dördüncü bölümde ürün / hizmet bilgisi yer almaktadır. Bu bölümde ürün ve hizmet bilgisi konusunda Adana (%60,9) ve Kahramanmaraş'ın (%68,4) iyi olduğu ve sağlık etkinlikleri konusunda da Burdur'un (%83,3) iyi olduğu gözlemlenmiştir. Bunun dışında bölgedeki bütün şehirlerin reklam linkleri, akreditasyon bilgisi ve kalite yönetim sistem belgesi konusunda çok yetersiz oldukları görülmüştür. Ülkemizde sağlık alanında reklam yasağı olmasından dolayı, reklam linklerinin bu kadar düşük seviyede olması kabul edilebilir. Buradaki çok önemli bir diğer konu kalite yönetim sistemi belgesidir. Sarp'a (2014) göre, kalite güvence standartları, kuruluşlar için yol belirleyici araçlardır. Kuruluşunuzda çalışan personelin ve müşterilerinizin memnuniyetini artırır ve doğru bir şekilde uygulandığı takdirde de maliyetleri artırmaz, azaltır. Bir örgüt için bu kadar değerli olan bir konunun sağlık kuruluşları tarafından dikkate alınmaması o kuruluşun prestiji ve geleceği açısından büyük bir kayıptır. Hizmet sektörleri açısından ise Burdur (%100) ve Hatay (%76,9) illerindeki kamu sağlık kuruluşları web sitelerinin ve Kahramanmaraş (%87,5) ilindeki özel sağlık kuruluşları web sitelerinin web tasarımcılarını belirtme konusunda iyi olduğu belirtilmiştir. Osmaniye (%100) ve Kahramanmaraş (%87,5) illeri özel sağlık kuruluşları web sitelerinin de ürün ve hizmet bilgisi verme konusunda çok iyi oldukları sonucuna varılmıştır.

Beşinci bölümde güncellik ve bilgilendirme kısmı yer almaktadır. Bu bölümde telif hakkı (copyright) tarihi kısmında Antalya (%76,3), Hatay (%75), Mersin (%75) ve Adana'nın (%60,9) iyi olduğu ve gizlilik ilkeleri ve kullanım şartları kısmında da Antalya (%68,4), Hatay (%60), Mersin (%54,2) ve Adana'nın (%52,2) kabul

edilebilir seviyede olduğu gözlemlenmiştir. Bunun dışında bütün şehirlerin son güncelleme tarihi konusunda çok kötü olduğu da tespit edilmiştir. Hizmet türlerine göre incelediğimizde ise Antalya (%100) ve Hatay (%84,6) illeri kamu sağlık kuruluşları web siteleri ve Adana (%91,7) ili özel sağlık kuruluşu web sitelerinin telif hakkı (copyright) tarihini belirtme konusunda; Antalya (%93,8) ili kamu sağlık kuruluşları ve Adana (%83,3) ile Kahramanmaraş (%75) illeri özel sağlık kuruluşları web sitelerinin de gizlilik ilkeleri ve kullanım şartlarını belirtme konusunda iyi oldukları görülmüştür. Son güncelleme tarihini belirtme konusunda da Isparta (%80) ili özel sağlık kuruluşları web sitelerinin iyi durumda olduğu gözlemlenmiştir.

Altıncı bölümde kolaylaştırıcı işlemler kısmı yer almaktadır. Bu bölümde ise hastaların daha kolay hizmet alabilmesi için randevu işlemlerinin ve laboratuvar sonuçlarının önemi çok büyüktür. Bu iki konuda da bütün şehirlerin illeri düzeyde oldukları görülmektedir. Sadece laboratuvar konusunda Mersin'in (%54,2) diğer şehirlere göre düşük seviyede olduğu görülmektedir. Hizmet türü açısından illere göre incelediğimizde ise Mersin (%43,8) ve Adana'daki (%50) özel sağlık kuruluşları web sitelerinin laboratuvar sonuçlarını gösterme konusunda yetersiz kaldıkları görülmüştür. İş başvurusu kısmında Osmaniye(%100), Burdur (%100), Isparta (%80) ve Kahramanmaraş (%75) ilindeki özel sağlık kuruluşları web sitelerinin iyi olduğu gözlemlenmiştir. Personel işlemleri kısmında ise Osmaniye (%75) ili kamu sağlık kuruluşları web sitelerinin çok iyi olduğu belirlenmiştir. Son olarak randevu işlemleri konusunda da Mersin (%68,8) ve Hatay (%71,4) illeri özel sağlık kuruluşları web sitelerinin ortalamanın çok altında olduğu tespit edilmiştir.

Yedinci ve son bölümde ise finansal bilgiler yer almaktadır. Bu bölümde de bütün illerin fiyatlar konusunda web sitelerinde yeterli bilgiyi vermediği ortaya çıkmıştır. Bunun dışında ihale bilgilerinde Osmaniye'nin (%66,7); anlaşmalı kurumlar (sigorta bilgisi) konusunda da Antalya (%92,1), Mersin (%79,2) ve Osmaniye'nin (%66,7) yeterli bilgiyi web sitelerinde verdiği gözlemlenmiştir. Kamu ve özel ayrımında incelediğimizde ise Hatay (%23,1), Adana (%36,4), Kahramanmaraş (%36,4) ve Isparta (%36,4) illerindeki kamu sağlık kuruluşları web sitelerinin anlaşmalı kurumlarını belirtme konusunda çok geride oldukları tespit edilmiştir. İhale bilgilerini paylaşma konusunda ise Osmaniye (%100) ili kamu sağlık kuruluşları web sitelerinin çok iyi olduğu belirtilmiştir.

5. SONUÇ VE ÖNERİLER

Akdeniz Bölgesi'nde faaliyet gösteren 176 sağlık kuruluşu tespit edilmiştir ve bu kuruluşların 152'sinin (%86,4) web sitesine ulaşılmıştır. Belirlenen bu web sitelerinin de yeterli bilgi düzeyinde olmadığı tespit edilmiştir. Hasta memnuniyeti anketi (%7,2), danışman hekim bilgisi (%11,2), e-bülten/e-dergi (11,8), hastaya özel linkler (%21,1), hasta hakları (%52) ve ziyaretçi bilgisi (%53,9) gibi konuların bu bölgedeki kurumların web sitelerinde eksikliği bu sonucu doğrular niteliktedir. Bu yüzden kullanıcıların güvenini sağlamak için daha çok açıklayıcı bilgilere yer veril-

meli, kullanıcılar ile kurum arasındaki iletişim güçlendirilmeli ve kurumlar web sitelerini güncel tutmalıdırlar. Ornes ve diğerlerine (2014) göre de kuruluşların web sitelerini daha aktif bir şekilde kullanmaları için, oluşturulan websiteler yaratıcı olmalı ve bilgileri sürekli olarak güncellenmeli ve yeni veriler yüklendiği zaman eskileri silinmelidir. Web sayfasının tasarımı ziyaretçilerin anlayabileceği şekilde tasarlanmalıdır. Yaptığımız çalışmada da bölgedeki kurumların güncel haberleri verme (%89,5) konusunda iyi olduğu fakat basınla ilişkiler (%17,8) konusunda yetersiz olduğu görülmüştür. Gelebilecek olan müşterileri etkileyebilmenin bir diğer yolunun da kurumun başarılarını ya da sosyal içerikli çabalarını kişilere göstermek olduğu unutulmamalıdır. Fakat yapılan çalışmada kurumların sadece %18,4'ünün bağışlar (organ nakli ve kan bağışığı gibi) konusunda bilgi verdiği görülmüştür. Fakat bütün bu yaklaşımlar sadece hastalar ya da potansiyel müşteriler için değil, sağlık çalışanları içinde düşünülmelidir. Çünkü birçok işini çalıştığı kurumun web sitesi üzerinden yapan kişinin çalıştığı kurumuna olan saygısı artacaktır ve bu da beraberinde hizmette kaliteyi getirecektir. Fakat yapılan bu çalışmada kurumların personel eğitimi (%8,6), personel işlemleri (%18,4) ve hekim çalışma planı (%27,6) konusunda çok yetersiz kaldıkları görülmüştür.

Çalışmamızdaki kurumların reklam verme (%5,9) ve bununla ilişkili olarak fiyatlar hakkında bilgi verme (%1,3) konusunda çok etkisiz oldukları görülmektedir. Bunun en büyük etkisi de ülkemizde uygulanan reklam yasağıdır. Bu yasakla beraber kurumlar kendilerini yeterince tanıtamamaktadırlar ve kişiler büyük oranda ağızdan ağıza iletişimle elde ettikleri bilgilerle, kısacası çevrelerinden duyduklarıyla gidecekleri kurumları seçmektedirler. Bu yüzden günümüz koşullarında web sitelerinin iyi bir reklam aracı olabileceği unutulmamalıdır. Ford ve diğerlerine (2013) göre, günümüzde sosyal medya araçları da çok etkin bir şekilde kullanılmaktadır. Hastaneler ve sağlık sistemleri sosyal medya aracılığı ile değişik stratejiler belirleyebilir, tüketicilerinin beklentilerini şekillendirebilir, onların karar almalarını etkileyebilir ve bunların sonucunda da pazarda iyi bir üne sahip olabilir. Fakat günümüzde sosyal iletişim araçlarını kullanmayan kişiler de unutulmamalıdır. Ochinowski ve diğerlerine (2013) göre, günümüzde e-mail'i olmayan, facebook ve twitter kullanmayan hastalar için çeşitli sağlık konularında oluşan fırsatları bildirmek için web sitelerinde forumlar ya da doktorların kesin olan sonuçları belirttiği ve hastaların yorum yapabildiği bloglar oluşturulmalıdır. Bütün bunlara ek olarak kurumlar görsel zenginliğe de önem vermeli ve web sitelerini buna göre tasarlamalıdırlar. Fakat yapılan bu çalışmada kurumların sanal gezintiye (%9,9) yer verme ve son güncelleme tarihini (%5,3) belirtme konusunda çok eksik oldukları görülmüştür.

Genel olarak değerlendirdiğimizde ise, bu bölgedeki sağlık kuruluşlarının web sitelerinin telefon numarası (%98,7), servislerin listesi (%93,4), adres bilgisi (92,8), randevu işlemleri (91,4), kurum hakkında güncel haberler (%89,5), kurum hekimleri bilgisi (74,3) ve laboratuvar sonuçları (%71,1) konularında yeterli düzeyde oldukları tespit edilmiştir. Kurumların web sitelerinde eksik oldukları noktalar ise; otopark bilgisi (%2,6), akreditasyon bilgisi (%2,6), servislerin yeri (%3,3), yabancı hasta

bilgisi (%5,9), hasta memnuniyeti anketi (%7,2), personel eğitimi (%8,6), kalite yönetim sistemi belgesi (%8,6), sanal gezinti (%9,9), danışman hekim bilgisi (%11,2), e-bülten/e-dergi (%11,8), ihale bilgileri (%16,4), basında biz haberleri (%17,8), bağışlar (%18,4), personel işlemleri (%18,4), iş başvurusu (%23,7) ve türkçe dışında dil (%27) olarak belirlenmiştir.

Kamu ve özel sağlık kuruluşlarının web sitelerinin karşılaştırılmasında, kamu sağlık kuruluşlarının telefon numarası (%97,5), adres bilgisi (%96,2), kurum hakkında güncel haberler (%94,9), servislerin listesi (%89,9), randevu işlemleri (%94,9) ve laboratuvar sonuçları (%79,9) konusunda yeterli düzeye sahip olduğu gözlemlenmiştir. Özel sağlık kuruluşlarının ise telefon numarası (%100), adres bilgisi (%89), kroki (%83,6), kurum hakkındaki güncel haberler (%83,6), hastane logosu (%94,5), servislerin listesi (%97,3), kurum hekimleri bilgisi (%91,8), randevu işlemleri (%87,7) ve anlaşmalı kurumlar (%78,1) konusunda web sitelerinde yeterli düzeyde bilgiye yer verdikleri ortaya çıkarılmıştır. Son olarak bölgedeki sağlık kuruluşları web sitelerinin değerlendirilmesi şehirler bazında yapılmıştır. Bütün şehirlerin randevu işlemleri, telefon numarası, adres bilgisi ve servislerin listesi konularında çok iyi olduğu gözlemlenmiştir. Ek olarak, kurum hekimleri bilgisi konusunda Mersin (%91,7), Hatay (%85) ve Burdur'un (%83,3), misyon /vizyon ifadelerinde Antalya'nın (%86,4), türkçe dışında dil konusunda Antalya'nın (%84,2) ve hasta hakları konusunda da Osmaniye'nin (%83,3) diğer şehirlere göre fark yarattığı tespit edilmiştir. Bunların dışında bütün şehirlerin kalite yönetim sistemi belgesi, sanal gezinti, danışman hekim bilgisi, e-bülten/e-dergi ve yabancı hasta bilgilerinde yetersiz oldukları ortaya çıkmıştır.

Günümüzde internetin etkili ve ucuz bir reklam yöntemi olduğunu düşünürsek, bu kuruluşlar yeni müşteriler kazanmak ve hizmetlerini en iyi şekilde tanıtmak için web sitelerine daha fazla önem vermelidirler. Bu amaçla oluşturulan web sitelerinin devamlılık arz etmesi ve dinamik olabilmesi için kolay güncellenebilir olması, basit ve işlevsel olması ve bireyleri daha çok bilgilendirmek ve müşterilerle daha iyi iletişim kurabilmek için daha fazla pazarlama araçlarını (e-posta gibi) kullanması gerekmektedir. Sonuç olarak, bu kuruluşların web sitelerinin kurumsal kimliklerini oluşturduğunu ve vizyonlarını yansıttığını unutmamalıyız.

KAYNAKÇA

- Abuelrub, E. and Hasan, L. (2011). Assessing The Quality Of Web Sites. *Applied Computing and Informatics 9 – Elsevier Journals*, 11-29
- Boyington, A.R., Jones, C.B. and Wilson, D.L. (2006). The Presence Of Nursing on Hospital Web Sites. *Nursing Research*, 55(2), 103-109
- Chang, L. and Arnett, K.P. (2000). Exploring The Factors Associated With Web Site Success in The Context Of Electronic Commerce. *Information Management 38 - Elsevier Journals*, 23-33

Chronaki, C.E., Kauroubali, A., Stathopoulou, A., Roumeliotaki, O.E., Esterle, L. and Tsiknakis, M. (2007). Internet Use For Health and Illness in Greece. Preliminary Results Of a European Study on E-Health Consumer Trends. *Achieves of Hellenic Medicine*, 24(5), 440-457

Cline, R.J.W., and Haynes, K.M. (2001). Consumer Health Information Seeking on The Internet: The State Of The Art. *Health Education Research-Oxford Journal*, 16(6), 671-692

Eysenbach, G. and Kohler, C. (2003). What is The Prevalence Of Health-Related Searches on The World Wide Web? Qualitative and Quantitative Analysis Of Search Engine Queries on The Internet. *AMIA Annual Symposium Proceedings*

Ford, E.W., Huerta, T.R., Schilhavy, R., and Menachemi, N. (2012). Effective US Health System Websites: Establishing Benchmarks and Standarts For Effective Consumer Engagement. *Journal of Healthcare Management*, 57(1), 47-64

Ford, E.W., Huerta, T.R., Schilhavy, R., and Menachemi, N. (2013). Patient Satisfaction Scores and Their Relationship to Hospital Website Quality Measures. *Health Marketing Quarterly – Routledge*, 30, 334-348

Fox, S. (2011). The Social Life Of Health Information, A Project of The Pew Research Center, May 12, <http://www.pewinternet.org/2011/05/12/the-social-life-of-health-information-2011/> (Erişim: 15.09.2015)

Kelly, L., Jenkinson, C. and Ziebland, S. (2013). Measuring The Effects Of Online Health Information For Patients: Item Generation For an E-Health Impact Questionnaire. *Patient Education And Counseling 93 – Elsevier Journals*, 433-438

Knapp, L. and Campbell, E.H. (2010). The Importance Of Corporate Identity, EHC (brand your world), EHCincorporated.com (Erişim: 11.09.2015)

Kraljic, N. (2008). Interactive Video Virtual Tours, <http://www.cescg.org/CESCG-2008/papers/Sarajevo-Nermina-Kraljic.pdf> (Erişim: 10.09.2015)

Leite, P., Gonçalves, J., Teixeira, P. and Rocha, A. (2014). Towards A Model For The Measurement Of Data Quality in Websites. *New Review of Hypermedia and Multimedia*, 20(4), 301-316

Linton, L. (2015). The Importance Of Newsletters in Business, <http://smallbusiness.chron.com/importance-newsletters-business-61725.html> (Erişim: 10.09.2015)

Liu, X., Bao, Z., Liu, H. and Wang, Z. (2011). The Quality and Characteristics Of Leading General Hospitals' Websites in China. *J. Med. Syst.*, 35, 1553-1562

Maifredi, G., Orizio, G., Bressanelli, M., Domenighini, Gasporatti, C., Perini, E., Caimi, L., Schulz P.J. and Gelatti, U. (2010). Italian Hospitals on The Web: A Cross-Sectional Analysis Of Official Websites. *BMC-Medical Informatics&Decision Making*, 10(17), 1-13

- Mangotra, M. and Mahajan, R. (2012). Assessment Of Hospital Websites As Potential Km Tools: A study Of Indian Hospitals. *The JUP Journal of Knowledge Management*, 5(4), 14-25
- Ochinowski, T., Kisielnicki, J., Kodwani, A.D., Tsai, H.Y. and Strocka, M. (2013). Hospital's Websites And Virtual Health Support Community – A Cross-Cultural Contribution to The Issue, *Procedia Technology 9 – Elsevier Journals*, 1182-1191
- Ornes, L.L., Paulson, P. and Snyder, K. (2014). A Tool to Evaluate Your Website For Patient Engagement. *International Journal of Healthcare Management*, 7(2), 69-74
- Patsioura, F., Kitsiou, S. and Markos, A. (2009). Evaluation Of Greek Public Hospital Websites. *International Conference on E-Business*, 223-229
- Rafe, V. and Monfaredzadeh, M. (2012). A Qualitative Framework to Assess Hospital / Medical Websites. *J. Med. Syst.*, 36, 2927-2939
- Ramazanoğlu, F. ve Bahçeci, B. (2006). Örgütlerde Misyon ve Vizyon Kavramı. *Doğu Anadolu Bölgeleri Araştırmaları*, 52-56
- Randeree, E. and Rao, H.R. (2004). E-Health and Assurance: Curing Hospital Web Sites. *International Journal of Electronic Healthcare*, 1(1), 33-46
- Sadeghein, R., Khoshalhan, F. and Homayoun, S. (2012). A Website Evaluation Of Travel Agencies in Iran: An Adoption Level and Value Creation Approach. *International Journal of Advanced Information Technology*, 2(6), 2-11
- Sarp, N. (2014). Toplam Kalite Yönetimi Uygulamaları, *Siyasal Kitapevi*, Ankara
- Smith, D.R. (1997). Survey and Evaluation Of Hospital Websites. Kent State University, *Master's Research Paper*
- Uğurluoğlu, Ö. (2009). İstanbul'daki Hastanelerin Web Sitesi Özellikleri Üzerinde Bir İnceleme. *Hacettepe Sağlık İdaresi Dergisi*, 12(1), 87-104
- Internet Live Stats (2015). The Number Of Web Sites in World, www.internetlives-tats.com/total-number-of-websites (Erişim: 14.09.2015)
- Zingmond, D.S., Lim, Y.W., Ettner, S.L., and Carlisle, D.M. (2001). Information Superhighway or Billboards by The Roadside? An Analysis Of Hospital Web Sites. *The Western Journal of Medicine*, 175 (6), 385-391

EK-1: Adana, Antalya, Burdur ve Hatay'daki Sağlık Kuruluşların Web Sitesi Analizi

	Adana						Antalya						Burdur						Hatay						
	Kamu		Özel		Toplam		Kamu		Özel		Toplam		Kamu		Özel		Toplam		Kamu		Özel		Toplam		
	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	
I. BÖLÜM (Kurum Bilgileri)																									
Tarihçe	6	54.5	10	83.3	6	69.6	16	100	20	90.9	36	94.7	2	40.0	0	0	2	33.3	10	76.9	3	42.9	13	65.0	
Telefon Numarası	11	100	12	100	23	100	15	93.8	22	100	37	97.4	5	100	1	100	6	100	13	100	7	100	20	100	
Adres Bilgisi	11	100	12	100	23	100	15	93.8	15	68.2	30	78.9	5	100	1	100	6	100	13	100	7	100	20	100	
Kroki (harita/yer bilgisi)	6	54.5	11	91.7	17	73.9	15	93.8	20	90.9	35	92.1	2	40.0	1	100	3	50.0	12	92.3	5	71.4	17	85.0	
Misyon / Vizyon İfadeleri	5	45.5	8	66.7	13	56.5	15	93.8	18	81.8	33	86.8	1	20.0	1	100	2	33.3	5	38.5	4	57.1	9	45.0	
Kurum Hakkında Güncel Haberler	10	90.9	8	66.7	18	78.3	16	100	20	90.9	36	94.7	5	100	1	100	6	100	11	84.6	6	85.7	17	85.0	
Kurum İçi Duyurular	8	72.7	1	8.3	9	39.1	13	81.3	8	36.4	21	55.3	4	80.0	0	0	4	66.7	6	46.2	1	14.3	7	35.0	
Basında Biz Haberleri	6	54.5	2	16.7	8	34.8	2	12.5	3	13.6	5	13.2	0	0	0	0	0	0	1	7.7	2	28.6	3	15.0	
Hastane Logosu	3	27.3	12	100	15	65.2	1	6.3	21	95.5	22	57.9	2	40.0	1	100	3	50.0	1	7.7	6	85.7	7	35.0	
Otopark Bilgisi	0	0	1	8.3	1	4.3	0	0	1	4.5	1	2.6	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	
Ziyaretçi Bilgisi	7	63.6	5	41.7	12	52.2	14	87.5	9	40.9	23	60.5	4	80.0	0	0	4	66.7	11	84.6	6	85.7	17	85.0	
Sanal Gezinti	0	0	4	33.3	4	17.4	1	6.3	8	36.4	9	23.7	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	
Servislerin Listesi	11	100	12	100	23	100	16	100	20	90.9	36	94.7	4	80.0	1	100	5	83.3	11	84.6	7	100	18	90.0	
Servislerin Yeri	1	9.1	2	16.7	3	13.0	1	6.3	0	0	1	2.6	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	
II. BÖLÜM (Hedef Grup ve Paydaşlar Bilgisi)																									
Hastaya Özel Linkler	7	63.6	1	8.3	8	34.8	0	0	4	18.2	4	10.5	2	40.0	0	0	2	33.3	1	7.7	1	14.3	2	10.0	
Danışman Hekim Bilgisi	0	0	3	25.0	3	13.0	0	0	7	31.8	7	18.4	0	0	1	100	1	16.7	0	0	1	14.3	1	5.0	
Telefon	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	14.3	1	5.0	
E-posta	0	0	3	25.0	3	13.0	0	0	7	31.8	7	18.4	0	0	1	100	1	16.7	0	0	1	14.3	1	5.0	
Kurum Hekimleri Bilgisi	7	63.6	10	83.3	17	73.9	3	18.8	21	95.5	24	63.2	4	80.0	1	100	5	83.3	10	76.9	7	100	17	85.0	
İsim	7	63.6	10	83.3	17	73.9	3	18.8	20	90.9	23	60.5	4	80.0	1	100	5	83.3	10	76.9	7	100	17	85.0	
Telefon	1	9.1	0	0	1	4.3	0	0	8	36.4	8	21.1	0	0	0	0	0	0	0	0	2	28.6	2	10.0	
E-posta	0	0	0	0	0	0	0	0	7	31.8	7	18.4	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	
Özgeçmiş	0	0	3	25.0	3	13.0	0	0	13	59.1	13	34.2	0	0	1	100	1	16.7	0	0	5	71.4	5	25.0	
Fotoğraf	5	45.5	7	58.3	12	52.2	1	6.3	12	54.5	13	94.2	3	60.0	1	100	4	66.7	0	0	4	57.1	4	20.0	

Personel Eğitimi	3	27.3	1	8.3	4	17.4	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	7.7	0	0	1	5.0
E-bülten/E-dergi	1	9.1	3	25.0	4	17.4	2	12.5	6	27.3	8	21.1	0	0	0	0	0	0	0	0	1	14.3	1	5.0
Başlıklar(organ/kan)	6	54.5	1	8.3	7	30.4	1	6.3	0	0	1	2.6	2	40.0	0	0	2	33.3	3	23.1	1	14.3	4	20.0
Türkçe Dışında Dil	1	9.1	2	16.7	3	13.0	15	93.8	17	77.3	32	84.2	0	0	0	0	0	0	1	7.7	2	28.6	3	15.0
Yabancı Hasta Bilgisi	0	0	2	16.7	2	8.7	1	6.3	5	22.7	6	15.8	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Hasta Memnuniyeti Anketi	3	27.3	0	0	3	13.0	1	6.3	2	9.1	3	7.9	0	0	1	100	1	16.7	1	7.7	0	0	1	5.0
Hasta Hakları	7	63.6	5	41.7	12	52.2	14	87.5	8	36.4	22	57.9	4	80.0	0	0	4	66.7	11	84.6	2	28.6	13	65.0
III. BÖLÜM (Sağlık Bilgisi)	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%
Genel Sağlık Bilgisi	9	81.8	7	58.3	16	69.6	15	93.8	15	68.2	30	78.9	3	60.0	1	100	4	66.7	6	46.2	4	57.1	10	50.0
Toplum Sağlığı Olayları	5	45.5	0	0	5	21.7	1	6.3	1	4.5	2	5.3	2	40.0	0	0	2	33.3	2	15.4	0	0	2	10.0
Daha Fazla Bilgi İçin Önerilen Linkler	8	72.7	7	58.3	15	65.2	14	87.5	6	27.3	20	52.6	5	100	0	0	2	33.3	7	53.8	2	28.6	9	45.0
Sağlık Etkinlikleri Haberleri	5	45.5	1	8.3	6	26.1	0	0	2	9.1	2	5.3	5	100	0	0	5	83.3	2	15.4	0	0	2	10.0
Arama Seçeneği	3	27.3	1	8.3	4	17.4	15	93.8	10	45.5	25	65.8	1	20.0	0	0	1	16.7	3	23.1	0	0	3	15.0
IV. BÖLÜM (Ürün / Hizmet Bilgisi)	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%
Ürün ve Hizmet Bilgisi	5	45.5	9	75.0	14	60.9	0	0	15	68.2	15	39.5	1	20.0	1	100	2	33.3	4	30.8	2	28.6	6	30.0
Reklam Linkleri	0	0	0	0	0	0	1	6.3	5	22.7	6	15.8	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Web Tasarlayıcısı	2	2	6	50.0	8	34.8	2	12.5	12	54.5	14	36.8	5	100	0	0	5	83.3	10	76.9	4	57.1	14	70.0
Akreditasyon Bilgisi (JCI)	0	0	1	8.3	1	4.3	2	12.5	0	0	2	5.3	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Kalite Yönetim Sistemi Belgesi (ISO)	0	0	1	8.3	1	4.3	3	18.8	4	18.2	7	18.4	0	0	0	0	0	0	1	7.7	0	0	1	5.0
V. BÖLÜM (Güncellik ve Bilgilendirme)	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%
Telif Hakkı (copyright) Tarihi	3	3	11	91.7	14	60.9	16	100	13	59.1	29	76.3	3	60.0	0	0	3	50.0	1	84.6	4	57.1	15	75.0

Son Güncelleme Tarihi	0	0	0	0	0	0	0	0	1	4.5	1	2.6	0	0	0	0	0	0	0	1	14.3	1	5.0	
Gizlilik İlkeleri ve Kullanım Şartları	2	2	10	83.3	12	52.2	15	93.8	11	50.0	26	68.4	2	40.0	0	0	2	33.3	8	61.5	4	57.1	12	60.0
VI. BÖLÜM (Kolaylaştırıcı İşlemler)	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%
Randevu İşlemleri	11	100	12	100	23	100	16	100	22	100	38	100	5	100	1	100	6	100	12	92.3	5	71.4	17	75.0
Telefon	11	100	12	100	23	100	15	93.8	18	81.8	33	86.8	5	100	1	100	6	100	12	92.3	5	71.4	17	75.0
E-posta (e-randevu)	9	81.8	8	66.7	17	73.9	16	100	20	90.9	36	94.7	5	100	0	0	5	83.3	12	92.3	2	28.6	14	70.0
Laboratuvar Sonuçları	8	72.7	6	50.0	14	60.9	15	93.8	15	68.2	30	78.9	4	80.0	0	0	4	66.7	9	69.2	5	71.4	14	70.0
İş Başvurusu	2	18.2	4	33.3	6	26.1	1	6.3	11	50.0	12	31.6	0	0	1	100	1	16.7	0	0	3	42.9	3	15.0
Hekim Çalışma Planı	6	54.5	1	8.3	7	30.4	4	25.0	2	9.1	6	15.8	3	60.0	0	0	3	50.0	9	69.2	0	0	9	45.0
Personel İşlemleri	4	36.4	0	0	4	17.4	4	25.0	0	0	4	10.5	3	60.0	0	0	3	50.0	6	46.2	0	0	6	30.0
VII. BÖLÜM (Finansal Bilgiler)	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%
Fiyatlar	1	9.1	1	8.3	2	8.7	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
İhale Bilgileri	1	9.1	0	0	1	4.3	2	12.5	0	0	2	5.3	3	60.0	0	0	3	50.0	7	53.8	0	0	7	35.0
Anlaşmalı Kurumlar (Sigorta Bilgisi)	4	36.4	8	66.7	12	52.2	15	93.8	20	90.9	35	92.1	2	40.0	1	100	3	50.0	3	23.1	5	71.4	8	40.0

EK-2: Isparta, Kahramanmaraş, Mersin ve Osmaniye'deki Sağlık Kuruluşların Web Sitesi Analizi

	Isparta						Kahramanmaraş						Mersin						Osmaniye					
	Kamu		Özel		Toplam		Kamu		Özel		Toplam		Kamu		Özel		Toplam		Kamu		Özel		Toplam	
I. BÖLÜM (Kurum Bilgileri)	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%
Tarihçe	5	45.5	2	40.0	7	43.8	6	54.5	6	75.0	12	63.2	7	87.5	6	37.5	13	54.2	0	0	2	100	2	33.3
Telefon Numarası	10	90.9	5	100	15	93.8	11	100	8	100	19	100	8	100	16	100	24	100	4	100	2	100	6	100
Adres Bilgisi	10	90.9	5	100	15	93.8	11	100	7	87.5	18	94.7	7	87.5	16	100	23	95.8	4	100	2	100	6	100
Kroki (harita/yer bilgisi)	6	54.5	4	80.0	10	62.5	10	90.9	8	100	18	94.7	4	50.0	11	68.8	15	62.5	3	75.5	1	50.0	4	66.7
Misyon / Vizyon İfadeleri	5	45.5	4	80.0	9	56.3	3	27.3	7	87.5	10	52.6	3	37.5	9	56.3	12	50.0	0	0	2	100	2	33.3
Kurum Hakkında Güncel Haberler	11	100	5	100	16	100	11	100	7	87.5	18	94.7	7	87.5	12	75.0	19	79.2	4	100	2	100	6	100
Kurum İçi Duyurular	6	54.5	1	20.0	7	43.8	7	63.6	0	0	7	36.8	4	50.0	2	12.5	6	25.0	0	0	1	50.0	1	16.7
Basında Biz Haberleri	2	18.2	1	20.0	3	18.8	3	27.3	2	25.0	5	26.3	1	12.5	2	12.5	3	12.5	0	0	0	0	0	0
Hastane Logosu	2	18.2	4	80.0	6	37.5	2	18.2	8	100	10	52.6	1	12.5	15	93.8	16	66.7	0	0	2	100	2	33.3
Otopark Bilgisi	1	9.1	0	0	1	6.3	0	0	0	0	0	0	1	12.5	0	0	1	4.2	0	0	0	0	0	0
Ziyaretçi Bilgisi	6	54.5	3	60.0	9	56.3	6	54.5	4	50.0	10	52.6	4	50.0	2	12.5	6	25.0	0	0	1	50.0	1	16.7
Sanal Gezinti	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	12.5	1	6.3	2	8.3	0	0	0	0	0	0
Servislerin Listesi	11	100	5	100	16	100	9	81.8	8	100	17	89.5	6	75.0	16	100	22	91.7	3	75.0	2	100	5	83.3
Servislerin Yeri	0	0	0	0	0	0	1	9.1	0	0	1	5.3	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
II. BÖLÜM (Hedef Grup ve Paydaşlar Bilgisi)	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%
Hastaya Özel Linkler	1	9.1	0	0	1	6.3	8	72.7	5	62.5	13	68.4	1	12.5	1	6.3	2	8.3	0	0	0	0	0	0
Danışman Hekim Bilgisi	1	9.1	2	40.0	3	18.8	0	0	0	0	0	0	0	0	2	12.5	2	8.3	0	0	0	0	0	0
Telefon	1	9.1	1	20.0	2	12.5	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
E-posta	1	9.1	2	40.0	3	18.8	0	0	0	0	0	0	0	0	2	12.5	2	8.3	0	0	0	0	0	0

Kurum Hekimleri Bilgisi	7	63.6	4	80.0	11	68.8	8	72.7	7	87.5	15	78.9	7	87.5	15	93.8	22	91.7	0	0	2	100	2	33.3
İsim	7	63.6	4	80.0	11	68.8	8	72.7	7	87.5	15	78.9	7	87.5	15	93.8	22	91.7	0	0	2	100	2	33.3
Telefon	1	9.1	0	0	1	6.3	3	27.3	1	12.5	4	21.1	1	12.5	2	12.5	3	12.5	0	0	0	0	0	0
E-posta	2	18.2	3	60.0	5	31.3	0	0	2	25.0	2	10.5	0	0	1	6.3	1	4.2	0	0	0	0	0	0
Özgeçmiş	1	9.1	4	80.0	5	31.3	0	0	4	50.0	4	21.1	0	0	5	31.3	5	20.8	0	0	0	0	0	0
Fotoğraf	6	54.5	3	60.0	9	56.3	5	45.5	7	87.5	12	63.2	1	12.5	11	68.8	12	50.0	0	0	2	100	2	33.3
Personel Eğitimi	3	27.3	0	0	3	18.8	4	36.4	1	12.5	5	26.3	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
E-bülten/E-dergi	1	9.1	3	60.0	4	25.0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	50.0	1	16.7
Başlıklar(organ/kan)	7	63.6	0	0	7	43.8	0	0	0	0	0	0	4	50.0	0	0	4	16.7	3	75.0	0	0	3	50.0
Türkçe Dışında Dil	1	9.1	1	20.0	2	12.5	0	0	0	0	0	0	1	12.5	0	0	1	4.2	0	0	0	0	0	0
Yabancı Hasta Bilgisi	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	6.3	1	4.2	0	0	0	0	0	0
Hasta Memnuniyeti Anketi	0	0	1	20.0	1	6.3	1	9.1	1	12.5	2	10.5	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Hasta Hakları	7	63.6	2	40.0	9	56.3	4	36.4	1	12.5	5	26.3	4	50.0	5	31.3	9	37.5	4	100	1	50.0	5	83.3
III. BÖLÜM (Sağlık Bilgisi)	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%
Genel Sağlık Bilgisi	7	63.6	4	80.0	11	68.8	9	81.8	5	62.5	14	73.7	5	67.5	11	68.8	16	66.7	3	75.0	2	100	5	83.3
Toplum Sağlığı Olayları	0	0	0	0	0	0	2	18.2	2	25.0	4	21.1	3	37.5	1	6.3	4	16.7	0	0	0	0	0	0
Daha Fazla Bilgi İçin Önerilen Linkler	11	100	3	60.0	14	87.5	9	81.8	2	25.0	14	73.7	2	25.0	8	50.0	10	41.7	3	75.0	2	100	5	83.3
Sağlık Etkinlikleri Haberleri	3	27.3	1	20.0	4	25.0	6	54.5	1	12.5	7	36.8	0	0	1	6.3	1	4.2	0	0	0	0	0	0
Arama Seçeneği	1	9.1	2	40.0	3	18.8	4	36.4	2	25.0	6	31.6	1	12.5	3	18.8	4	16.7	0	0	1	50.0	1	16.7
IV. BÖLÜM (Ürün / Hizmet Bilgisi)	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%
Ürün ve Hizmet Bilgisi	2	18.2	2	40.0	4	25.0	6	54.5	7	87.5	13	68.4	3	37.5	7	43.8	10	41.7	0	0	2	100	2	33.3
Reklam Linkleri	0	0	1	20.0	1	6.3	0	0	0	0	0	0	0	0	1	6.3	1	4.2	0	0	1	50.0	1	16.7
Web Tasarlayıcısı	3	27.3	2	40.0	5	31.3	4	36.4	7	87.5	11	57.9	3	37.5	6	37.5	9	37.5	1	25.0	1	50.0	2	33.3

Akreditasyon Bilgisi (JCI)	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	12.5	0	0	1	4.2	0	0	0	0	0	0
Kalite Yönetim Sistemi Belgesi (ISO)	1	9.1	0	0	1	6.3	0	0	3	37.5	3	15.8	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
V. BÖLÜM (Güncelleme ve Bilgilendirme)	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	
Telif Hakkı (copyright) Tarihi	3	27.3	2	40.0	5	31.3	4	36.4	5	62.5	9	47.4	6	75.0	12	75.0	18	75.0	1	25.0	1	50.0	2	33.3	
Son Güncelleme Tarihi	0	0	4	80.0	4	25.0	1	9.1	1	12.5	2	10.5	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	
Gizlilik İlkeleri ve Kullanım Şartları	2	18.2	2	40.0	4	25.0	0	0	6	75.0	6	31.6	5	67.5	8	50.0	13	54.2	1	25.0	1	50.0	2	33.3	
VI. BÖLÜM (Kolektif İşlemler)	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	
Randevu İşlemleri	9	81.8	4	80.0	13	81.3	10	90.9	7	87.5	17	89.5	8	100	11	68.8	19	79.2	4	100	2	100	6	100	
Telefon	9	81.8	4	80.0	13	81.3	9	81.8	6	75.0	15	78.9	8	100	10	62.5	18	75.0	1	25.0	2	100	3	33.3	
E-posta (e-randevu)	9	81.8	4	80.0	13	81.3	7	63.6	6	75.0	13	68.4	8	100	7	43.8	15	62.5	4	100	0	0	4	66.7	
Laboratuvar Sonuçları	9	81.8	3	60.0	12	75.0	9	81.8	7	87.5	16	84.2	6	75.0	7	43.8	13	54.2	3	75.0	2	100	5	83.3	
İş Başvurusu	0	0	4	80.0	4	25.0	1	9.1	6	75.0	7	36.8	0	0	1	6.3	1	4.2	0	0	2	100	2	33.3	
Hekim Çalışma Planı	7	63.6	0	0	7	43.8	4	36.4	0	0	4	21.1	4	50.0	1	6.3	5	20.8	1	25.0	0	0	1	16.7	
Personel İşlemleri	2	18.2	0	0	2	12.5	3	27.3	2	25.0	5	26.3	1	12.5	0	0	1	4.2	3	75.0	0	0	3	50.0	
VII. BÖLÜM (Finansal Bilgiler)	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	
Fiyatlar	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	
İhale Bilgileri	2	18.2	0	0	2	12.5	1	9.1	0	0	1	5.3	4	50.0	1	6.3	5	20.8	4	100	0	0	4	66.7	
Anlaşmalı Kurumlar (Sigorta Bilgisi)	4	36.4	4	80.0	8	50.0	4	36.4	6	75.0	10	52.6	7	87.5	12	75.0	19	79.2	3	75.0	1	50.0	4	66.7	