



The Effect of Website Promotion Three Times in Increasing the Rate of Increase between Nations and Revenue in Bina Ophthalmology Hospital, Tehran

Sanaz Soufi^{1*}, Mansoureh Aligholi²

1 Quality improvement manager in bina eye hospital in tehran

2 Faculty member of Islamic Azad University, Central Tehran Branch

* Corresponding author: Quality improvement manager in bina eye hospital in tehran

Received: 2021-09-12

Accepted: 2021-09-23

Abstract

This study was conducted with the aim of determining the promotion of the website three times in increasing the international impact and revenue in the ophthalmology hospital between Tehran. The purpose of the research, its application and the method of doing it describe the type of budget survey. The statistical population completely controls the research and creates the administrative staff of Bina Ophthalmology Hospital in 2020, whose number is 180 people. The sample size was estimated using the Cochran's formula of 123 people. The sampling method was simple random visualization. Data collection tool was a researcher-made questionnaire on a 5-point Likert scale with a reliability coefficient of 0.83. Experiments and data analysis were performed to aid in one-group K-S and t-tests. The results showed that there is an increase in content, user interface, work experience design, download speed, smooth translation of translated text, communication system of the trilingual website, in the international and hospital level.

Keywords: Website, International Health, Revenue, Hospital, Health Tourism.

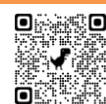
© 2019 Journal of New Approach to Children's Education (JNACE)



This work is published under CC BY-NC 4.0 license.

© 2022 The Authors.

How to Cite This Article: Soufi, S. (2022). The Effect of Website Promotion Three Times in Increasing the Rate of Increase between Nations and Revenue in Bina Ophthalmology Hospital, Tehran. *JNACE*, 4(1): 85-94.





تأثیر ارتقاء وبسایت سه‌زبانه در افزایش میزان بیماران بین‌الملل و درآمد در بیمارستان چشم پزشکی بینا تهران

ساناز صوفی^{۱*}، منصوره علیقلی^۲

^۱ کارشناس ارشد رشته مدیریت اجرایی از دانشگاه آزاد اسلامی واحد الکترونیکی

^۲ عضو هیات علمی دانشگاه آزاد اسلامی واحد تهران مرکز

* نویسنده مسئول: کارشناس ارشد رشته مدیریت اجرایی از دانشگاه آزاد اسلامی واحد الکترونیکی

تاریخ پذیرش مقاله: ۱۴۰۰/۰۷/۰۱

تاریخ دریافت مقاله: ۱۴۰۰/۰۶/۲۱

چکیده

این پژوهش با هدف تعیین تأثیر ارتقاء وبسایت سه‌زبانه در افزایش میزان بیماران بین‌الملل و درآمد در بیمارستان چشم پزشکی بینا تهران انجام شده است. هدف پژوهش، کاربردی و روش انجام آن توصیفی از نوع پیمایشی بود. جامعه آماری پژوهش را کلیه مدیران و پرسنل اداری بیمارستان چشم پزشکی بینا در سال ۱۳۹۹ تشکیل دادند که تعداد آنها ۱۸۰ نفر است. حجم نمونه از طریق فرمول کوکران ۱۲۳ نفر برآورد شد. روش نمونه‌گیری تصادفی ساده بود. ابزار گردآوری داده‌ها پرسشنامه محقق ساخته در مقیاس ۵ درجه‌ای لیکرت و با ضریب پایایی ۰/۸۳ بود. تجزیه و تحلیل داده‌ها به کمک آزمون K-S و t تک گروهی صورت گرفت. نتایج نشان داد ارتقاء محتوا، رابط کاربری، طراحی تجربه کاری، سرعت بارگذاری، سلیس بودن متن‌های ترجمه شده، سیستم ارتباطی وبسایت سه‌زبانه، در افزایش میزان بیماران بین‌الملل و درآمد بیمارستان تأثیر دارد.

واژگان کلیدی: وبسایت، بیماران بین‌الملل، درآمد، بیمارستان، گردشگری سلامت.

تمامی حقوق نشر برای فصلنامه رویکردی نو بر آموزش کودکان محفوظ است.

شيوه استناد به این مقاله: صوفی، س (۱۴۰۱) تأثیر ارتقاء وبسایت سه‌زبانه در افزایش میزان بیماران بین‌الملل و درآمد در بیمارستان چشم پزشکی بینا تهران. فصلنامه رویکردی نو بر آموزش کودکان، ۴(۱): ۹۴-۸۵.

مقدمه

می‌شود وبگاه‌ها روی شبکه پروتکل اینترنت مثل شبکه اینترنت یا شبکه محلی قرار می‌گیرد[۱]. اساساً، در هزاره جدید، با توجه به نیاز سازمان‌ها و شرکت‌های داخلی و خارجی به طراحی وبسایت‌های اختصاصی و همچنین بررسی نیازها و انتظارات کاربران اینترنتی از یک وبسایت، طراحی و بهینه‌سازی وبسایت‌ها به صورت حرفه‌ای و تخصصی به گونه‌ای که کاربرپسند و جذاب باشد، از اهمیت ویژه‌ای برخوردار شده است. اهمیت وبسایت به عنوان یک ابزار ارتباطی سازمان با تمام ذینفعان خود اعم از مشتریان، تامین‌کنندگان و شرکاء بر هیچکس پوشیده نیست[۲].

در دنیای امروز، حضور فناوری منجر به پیدایش شغل‌های جدید و متنوع و تغییر در کسب‌وکارها شده است. مراکز پزشکی و درمانی نیز از تغییرات فناوری دور نمانده و بسیاری از خدمات خود را بر اساس وبسایت‌ها و مبتنی بر اینترنت به انجام می‌رسانند. منظور از وبسایت که به آن وبگاه، تارگه و تارنما گفته می‌شود، مجموعه‌ای از صفحات وب حاوی محتوای مالی‌مدیا است که دارای یک دامنه اینترنتی یا زیردامنه اینترنتی مشترک هستند و توسط حداقل یک سرور وب انتشار داده

از این قابلیت‌ها بهره ببرند. با توجه به افزایش نیازها و خواسته های مردم، نیاز به تحرک بیشتر توسط بیمارستانها به وضوح احساس می‌شود. برای رشد و تحرک بیشتر، همسو ساختن توسعه قابلیت‌های وب در بیمارستانها و ایجاد رقابت در استفاده بهینه و بیشتر از قابلیت‌های آن نیاز به ارزیابی فعالیت‌ها در این حوزه به وضوح احساس می‌شود [۱۱]. بیمارستان تخصصی و فوق تخصصی چشم پزشکی بینا به عنوان تنها بیمارستان فوق تخصصی چشم پزشکی منطقه شرق تهران است که توانسته سرویس‌های لازم (پاراکلینیک، خدمات ویژه درمانگاه تخصصی، قلب و عروق، سلامت، تصویربرداری پزشکی دیجیتال از جمله رادیولوژی، سونوگرافی، ماموگرافی، پانورکس و...) برای بیماران را ارائه نماید و علاوه بر بیماران این منطقه، در زمینه توریسم درمانی نیز فعال بوده و بیماران متعددی را از کشورهای همسایه مورد درمان قرار دهد. با اینحال، پس از بررسی سایت بیمارستان چشم پزشکی بینا تهران، مشخص گردید که شش بُعد از این وبسایت، دارای قابلیت ارتقاء می‌باشد که عبارتند از: محتوای وبسایت، رابط کاربری، سرعت بارگذاری سایت هنگام تغییر زبان، سلیس بودن متن‌های ترجمه شده، تجربه کاربری و برقراری ارتباط. لازم به ذکر است که رابط کاربر تعامل میان افراد و برنامه وب را مشخص می‌سازد. رابط کاربر نقش مهمی دارد و نقطه تعیین کننده ای است که نشان می‌دهد آیا افراد دوباره از پایگاه بازدید می‌کنند یا خیر [۱۲]. رابط کاربری، تأثیر ذهنی و عینی فراوانی بر کاربر می‌گذارد و سبب می‌شود که کاربر بتواند از پایگاه اطلاعاتی، شناخت درستی به دست آورد و به نحو شایسته از آن استفاده کند. از اینرو توجه به ویژگی‌های آن در زمان طراحی لازم و ضروری است، زیرا یک رابط کاربر مناسب باعث می‌شود، کاربران مسیر خود را در پایگاه‌های اطلاعاتی بهتر بشناسند و تأثیر بسزایی در عملکرد کاربران خواهد داشت. در واقع، در فرآیند بازاریابی، رابط کاربر تنها پل ارتباطی است که کاربر را با نظام‌های بازاریابی اطلاعات مرتبط می‌کند. کاربران در بعضی از پایگاهها به علت ضعف شاخص رابط کاربری (به عنوان مثال قابلیت جستجوی مناسب) در پایگاه اطلاعاتی، به اطلاعات مناسب خود نمی‌رسند [۱۳].

از سوی دیگر، تجربه کاربری شامل رفتارها، نگرشها و احساسات یک کاربر درباره استفاده از یک محصول، سامانه یا سرویس خاص می‌باشد. به عبارت دیگر، تجربه کاربری همان خاطره ای است که با استفاده از یک محصول، سامانه یا سرویس در ذهن کاربر نقش می‌بندد. لذا تجربه کاربری یک مفهوم پویا است که به طور پیوسته در طول زمان و با توجه به گسترش یافتن زمینه‌های کاربرد آن، تغییر می‌کند [۱۴]. با توجه به اینکه بیمارستانها و به خصوص بیمارستان تخصصی و فوق

رابطه بین صنعت پزشکی و گردشگری باعث شده است که واژه گردشگری پزشکی مطرح شود و یکی از بزرگترین و سریع‌ترین صنایع خدماتی در حال رشد در جهان است و یک تجارت سودآور برای کشور مقصد است [۳]. پدیده گردشگری پزشکی که با ظهور اینترنت و اختصاص فضایی برای درج و انتشار اطلاعات بر روی وبسایتها، روند تسهیل سازی خدمات را طی نموده و باعث سهولت دسترسی بیماران به خدمات درمانی شده است. با وجود اینترنت، افراد می‌توانند اطلاعات زیادی را راجع به درمان بیماری‌ها در کشورهای مختلف (از نظر قیمت، کیفیت و...) کسب کنند و سپس برای درمان خود، آگاهانه تصمیم بگیرند [۴].

طبق یافته‌های تحقیقاتی، اطلاع رسانی در جذب گردشگران پزشکی، نقش بسیار مهمی دارد و لذت بردن از سیستم‌های اطلاع رسانی پزشکی مناسب که وبسایت یکی از آنها است، یکی از مهمترین ابزارها برای جذب گردشگران پزشکی می‌باشد [۵]. بر این اساس، بیمارستانها و مراکز پزشکی از وبسایت برای مقاصد عملی مانند آموزش بیمار و ارائه اطلاعات و در عین حال برای پذیرش بیماران استفاده می‌کنند و اساساً، نفوذ تلفن‌های هوشمند، وبسایت را به عنوان مفیدترین ابزار برای درج و انتشار اطلاعات معرفی کرده است. مرور مطالعات حاکی از آن است که ارتقاء وبسایت در مراکز پزشکی، از طریق به روزرسانی منظم و درج و انتشار اطلاعات، به بیماران جدید کمک می‌کند تا انتخاب درستی در نوع بیمارستان جهت انجام خدمات پزشکی داشته باشند [۶]. در عین حال محققان اذعان داشتند که تصمیم‌گیری برای انتخاب مکانی که گردشگران پزشکی قصد درمان در آنجا را دارند، به شبکه‌های ارتباطی (وبسایت) بستگی دارد [۷].

در گردشگری پزشکی، که به عنوان یکی از این زیرمجموعه‌ها، فعالیتی اقتصادی محسوب می‌گردد و موجب تبادل خدمات شده، و معرف پیوند حداقل دو بخش پزشکی و گردشگری می‌باشد [۸]. سفر کردن به منظور درمان بیماری جسمی و انجام جراحی تحت نظر پزشکان در مراکز درمانی است که فرصت‌هایی را برای بیمارستانها فراهم می‌آورد تا از پتانسیل‌های خود به منظور ارائه خدمات به بیماران سایر کشورها استفاده کنند [۹]. این صنعت به عنوان یکی از بزرگترین و سودآورترین شاخه‌های گردشگری در دنیا محسوب می‌شود و در سال‌های اخیر، رشد آن بسیار چشمگیر بوده است و تعداد زیادی از گردشگران پزشکی برای درمان، از نقاط مختلف دنیا به کشورهای در حال توسعه سفر کرده‌اند [۱۰].

رشد و گسترش استفاده از محیط وب و قابلیت‌های فناوری اطلاعات و ارتباطات باعث شده تا بیمارستان‌های پیشرو بیشتر

از نظر هدف، این پژوهش کاربردی است و از نظر جمع‌آوری داده‌ها، از نوع توصیفی و از نظر تحلیل داده‌ها، از نوع پیمایشی است. همچنین از نظر نوع داده‌ها، این پژوهش در دسته تحقیقات کمی قرار دارد. جامعه آماری این پژوهش شامل کلیه مدیران و پرسنل اداری بیمارستان چشم پزشکی بینا در سال ۱۳۹۹ است که تعداد کل آنها ۱۸۰ نفر است. برای تعیین حجم نمونه از فرمول کوکران استفاده شده است و بر اساس این فرمول مشخص شد که نمونه مناسب ۱۲۳ نفر می‌باشد. روش نمونه‌گیری تصادفی ساده بود. برای جمع‌آوری داده‌های مورد نیاز، با بهره‌گیری از مبنای نظری پژوهش، از پرسشنامه محقق ساخته استفاده شده است. این پرسشنامه شامل ۳۱ گویه است که به بررسی ۶ متغیر می‌پردازد. مقیاس مورد استفاده برای این پرسشنامه پنج درجه‌ای لیکرت است.

تخصصی چشم پزشکی بینا می‌کوشند تا فرآیندشان را بر اساس بیماران، مهندسی مجدد کرده و از فناوری اطلاعات برای به دست آوردن بیماران، ایجاد ارتباط با آنها، متمایزسازی خدمات و ارائه فرصتهای جدید استفاده نمایند و افزون بر آن برای ارتباط بهتر با بیماران خارج از کشور و جذب آنها و کمک به صنعت گردشگری تلاش کنند، ضروری است تا وبسایت‌هایی که به چند زبان طراحی شده اند مورد مطالعه قرار گیرند و بر این اساس، سوال اصلی پژوهشگر آن است که ارتقاء وبسایت سه‌زبانه تا چه اندازه در افزایش میزان بیماران بین‌الملل و درآمد در بیمارستان چشم پزشکی بینا تهران دارد؟

روش پژوهش

جدول ۱. دسته‌بندی گویه‌های پرسشنامه پژوهش

منبع	تعداد گویه	متغیر
قاسمی اوجان (۱۳۹۲)؛ مصطفوی (۱۳۹۲)؛ تقی زاده یزدی (۱۳۹۵)؛ قبادی ساکی (۱۳۹۵)؛ محمدزاده (۱۳۹۶)؛ ترنر (۲۰۱۱)	۵	محتوا
قاسمی اوجان (۱۳۹۲)؛ محمدزاده (۱۳۹۶)؛ محمدی ماکلوانی (۱۳۹۶)؛ طلوع زمانی (۱۳۹۷)	۶	رابط کاربری
محمدی ماکلوانی (۱۳۹۶)	۷	طراحی تجربه کاری
دولانی (۱۳۹۲)؛ زعیم باشی (۱۳۹۵)؛ صمدبیک (۲۰۱۷)	۶	سرعت بارگذاری
قاسمی اوجان (۱۳۹۲)؛ مصطفوی (۱۳۹۲)؛ مانیان (۱۳۹۳)؛ علیپور (۱۳۸۸)	۳	سلیس بودن متن‌های ترجمه شده
صمدبیک (۲۰۱۷)	۴	سیستم ارتباطی

کرونباخ بریا کل پرسشنامه ۰/۸۳ به دست آمد. برای تجزیه و تحلیل داده‌ها از آزمون کولموگوروف-اسمیرنوف و t تک گروهی استفاده شد.

برای سنجش روایی محتوایی پرسشنامه از نسبت روایی محتوایی یا CVR لاوشه^۱ و برای تعیین روایی تشخیصی (همگرا و واگرا) از معیار روایی همگرا و واگرا که مختص به مدل‌سازی معادلات ساختاری است و توسط فرنل و لارکر^۲ ارائه شده استفاده شد. پایایی پرسشنامه نیز از طریق آلفای

جدول ۲. نتایج روایی و پایایی

نتیجه	آلفای کرونباخ	روایی واگرا	روایی همگرا	روایی محتوایی CVR	متغیر
قابل قبول	۰/۷۸	۰/۷۸۴	۰/۶۱۵	۰/۶۵	محتوا
قابل قبول	۰/۸۰	۰/۷۴۰	۰/۵۴۹	۱	رابط کاربری
قابل قبول	۰/۷۹	۰/۸۴۳	۰/۷۱۱	۰/۷۳	طراحی تجربه کاری
قابل قبول	۰/۸۰	۰/۷۵۲	۰/۵۶۷	۰/۶۴	سرعت بارگذاری
قابل قبول	۰/۷۲	۰/۷۸۶	۰/۶۱۸	۰/۷۱	سلیس بودن متن‌های ترجمه شده
قابل قبول	۰/۷۵	۰/۷۹۷	۰/۶۳۶	۰/۷۵	سیستم ارتباطی

یافته‌ها

جدول ۳. نتایج آزمون کولموگروف اسمیرنوف یا K-S

Sig	df	K-S	
۰/۰۹۱	۱۲۳	۰/۰۷۴	محتوا
۰/۱۵۶	۱۲۳	۰/۱۵۴	رابط کاربری
۰/۱۴۱	۱۲۳	۰/۱۲۴	طراحی تجربه کاری
۰/۰۶۶	۱۲۳	۰/۰۷۸	سرعت بارگذاری
۰/۲۱۳	۱۲۳	۰/۱۶۴	سلیس بودن متن های ترجمه شده
۰/۱۳۹	۱۲۳	۰/۱۱۷	سیستم ارتباطی

* فرضیه ۱ پژوهش: ارتقاء محتوای وبسایت سه‌زبانه، در افزایش میزان بیماران بین‌الملل و درآمد بیمارستان تاثیر دارد.

همانطور که در جدول مشاهده می‌شود، سطح معنی‌داری‌های به دست آمده در آزمون کولموگروف اسمیرنوف بزرگتر از ۰/۰۵ است. پس با اطمینان ۹۵ درصد می‌توان گفت که داده‌های پژوهش از ویژگی نرمال بودن تبعیت می‌کنند و می‌بایست از آزمون‌های پارامتریک برای تحلیل داده‌ها استفاده کرد.

جدول ۴. آزمون t تک نمونه‌ای برای فرضیه ۱

میانگین جامعه = ۳				
Sig	df	t	انحراف استاندارد	میانگین
۰/۰۰۰	۱۲۲	۳/۷۳	۰/۸۳۱	۳/۵۸

* فرضیه ۲ پژوهش: ارتقاء رابط کاربری وبسایت سه‌زبانه، در افزایش میزان بیماران بین‌الملل و درآمد بیمارستان تاثیر دارد.

مقایسه میانگین به دست آمده $M=۳/۵۸$ با میانگین جامعه $t=۳$ value نیز نشان می‌دهد که بین میانگین مشاهده شده و میانگین جامعه تفاوت معناداری وجود دارد و در نتیجه فرضیه پژوهش تایید شده و مشخص می‌شود که ارتقاء محتوای وبسایت سه‌زبانه، در افزایش میزان بیماران بین‌الملل و درآمد بیمارستان تاثیر دارد.

جدول ۵. آزمون t تک نمونه‌ای برای فرضیه ۲

میانگین جامعه = ۳				
Sig	df	t	انحراف استاندارد	میانگین
۰/۰۰۰	۱۲۲	۵/۳۴۰	۰/۷۳۷	۳/۳۵

* فرضیه ۳ پژوهش: ارتقاء طراحی تجربه کاری وبسایت سه‌زبانه، در افزایش میزان بیماران بین‌الملل و درآمد بیمارستان تاثیر دارد.

مقایسه میانگین به دست آمده $M=۳/۳۵$ با میانگین جامعه $t=۳$ value نیز نشان می‌دهد که بین میانگین مشاهده شده و میانگین جامعه تفاوت معناداری وجود دارد و در نتیجه فرضیه پژوهش تایید شده و مشخص می‌شود که ارتقاء رابط کاربری وبسایت سه‌زبانه، در افزایش میزان بیماران بین‌الملل و درآمد بیمارستان تاثیر دارد.

جدول ۶. آزمون t تک نمونه‌ای برای فرضیه ۳

میانگین جامعه = ۳				
Sig	df	t	انحراف استاندارد	میانگین
.۰/۰۰۰	۱۲۲	۵	۰/۷۵۸	۳/۳۴

مقایسه میانگین به دست آمده $M=۳/۳۴$ با میانگین جامعه $t=۳$ value نیز نشان می‌دهد که بین میانگین مشاهده شده و میانگین جامعه تفاوت معناداری وجود دارد و در نتیجه فرضیه پژوهش تایید شده و مشخص می‌شود که ارتقاء طراحی تجربه کاری وبسایت سه‌زبانه، در افزایش میزان بیماران بین‌الملل و درآمد بیمارستان تاثیر دارد.

* فرضیه ۴ پژوهش: ارتقاء سرعت بارگذاری وبسایت سه‌زبانه، در افزایش میزان بیماران بین‌الملل و درآمد بیمارستان تاثیر دارد.

جدول ۷. آزمون t تک نمونه‌ای برای فرضیه ۴

میانگین جامعه = ۳				
Sig	df	t	انحراف استاندارد	میانگین
.۰/۰۰۰	۱۲۲	۱۱	۰/۷۰۶۴۰	۳/۷۰

مقایسه میانگین به دست آمده $M=۳/۷۰$ با میانگین جامعه $t=۳$ value نیز نشان می‌دهد که بین میانگین مشاهده شده و میانگین جامعه تفاوت معناداری وجود دارد و در نتیجه فرضیه پژوهش تایید شده و مشخص می‌شود که ارتقاء سرعت

بارگذاری وبسایت سه‌زبانه، در افزایش میزان بیماران بین‌الملل و درآمد بیمارستان تاثیر دارد.
* فرضیه ۵ پژوهش: ارتقاء سلیس بودن متن‌های ترجمه شده در وبسایت سه‌زبانه، در افزایش میزان بیماران بین‌الملل و درآمد بیمارستان تاثیر دارد.

جدول ۸. آزمون t تک نمونه‌ای برای فرضیه ۵

میانگین جامعه = ۳				
Sig	df	t	انحراف استاندارد	میانگین
.۰/۰۰۰	۱۲۲	۱۵/۸۴۰	۰/۷۵۵	۴

مقایسه میانگین به دست آمده $M=۴$ با میانگین جامعه $t=۳$ value نیز نشان می‌دهد که بین میانگین مشاهده شده و میانگین جامعه تفاوت معناداری وجود دارد و در نتیجه فرضیه پژوهش تایید شده و مشخص می‌شود که ارتقاء سلیس بودن متن‌های ترجمه شده در وبسایت سه‌زبانه، در افزایش میزان بیماران بین‌الملل و درآمد بیمارستان تاثیر دارد.

* فرضیه ۶ پژوهش: ارتقاء سیستم ارتباطی (جهت برقراری تماس مخاطبین با بیمارستان) در وبسایت سه‌زبانه، در افزایش میزان بیماران بین‌الملل و درآمد بیمارستان تاثیر دارد.

جدول ۹. آزمون t تک نمونه‌ای برای فرضیه ۶

میانگین جامعه = ۳				
Sig	df	t	انحراف استاندارد	میانگین
.۰/۰۰۰	۱۲۲	۴/۹۱۹	۰/۸۴۷	۳/۳۷

مقایسه میانگین به دست آمده $M=3/37$ با میانگین جامعه $t=3$ value نیز نشان می‌دهد که بین میانگین مشاهده شده و میانگین جامعه تفاوت معناداری وجود دارد و در نتیجه فرضیه پژوهش تایید شده و مشخص می‌شود که ارتقاء سیستم ارتباطی (جهت برقراری تماس مخاطبین با بیمارستان) در وبسایت سه‌زبانه، در افزایش میزان بیماران بین‌الملل و درآمد بیمارستان تاثیر دارد.

نتیجه‌گیری

یافته‌ها نشان داد ارتقاء محتوای وبسایت سه‌زبانه، در افزایش میزان بیماران بین‌الملل و درآمد بیمارستان تاثیر دارد. نتیجه به دست آمده با مطالعات طلوع زمانی و همکاران (۱۳۹۷) [۱۵]، قاسمی اوجان (۱۳۹۲) [۱۶]، تراهید و آیکو^۳ (۲۰۱۹) [۶]، همخوانی دارد. در تبیین یافته به دست آمده می‌توان گفت طبق تعریف، تامین محتوا برای سایت، عبارت است هر چیزی که باعث انتقال اطلاعات، تجربه‌ها، آموزشها، معرفی و... شود؛ به گونه ای که جایگاه وبسایت را تثبیت نموده و موجب اعتماد سازی در بین مشتریان شود. محتوای وبسایت به ویژه در حوزه بیمارستان، از اهمیت فراوانی برخوردار است و لازم است تا به صورت منظم در زمینه بازاریابی گردشگری بروزرسانی شود؛ چرا که بیماران به دلیل آنکه خواهان گرفتن نتیجه اثربخش هستند، مراکز درمانی که بتوانند پاسخگوی سوالات بیشمار آنها باشند را ترجیح می‌دهند و بنابراین، سایت بیمارستان چشم پزشکی بینا باید از نظر محتوا بروز بوده و تولید دو نوع محتوا یعنی محتوای جذب مخاطب و محتوای تبدیل مخاطب به مشتری را در دستور کار خود قرار دهد.

یافته‌ها نشان داد ارتقاء رابط کاربری وبسایت سه‌زبانه، در افزایش میزان بیماران بین‌الملل و درآمد بیمارستان تاثیر دارد. نتیجه به دست آمده با مطالعات طلوع زمانی و همکاران (۱۳۹۷) [۱۵]، امتی و علیپور (۱۳۹۵) [۱۲]، تقی زاده یزدی و همکاران (۱۳۹۵) [۴]، مانیان و همکاران (۱۳۹۳) [۱۷]، قاسمی اوجان (۱۳۹۲) [۱۶]، همخوانی دارد. در تبیین یافته به دست آمده می‌توان گفت طبق تعریف، منظور از رابط کاربری بخشی از پایگاه اطلاعاتی است که کاربر به تعامل با آن می‌پردازد [۱۲]. با توجه به تاثیر ارتقاء رابط کاربری وبسایت سه‌زبانه، در افزایش میزان بیماران بین‌الملل و درآمد بیمارستان، لازم است تا در طراحی وبسایت بیمارستان چشم پزشکی بینا، نیازهای آتی کاربران مورد توجه قرار گرفته و در عین حال، جهت دسترسی آسان کاربران به بخش‌های پرستفاده وبسایت تمهیدات لازم صورت گیرد.

یافته‌ها نشان داد ارتقاء طراحی تجربه کاری وبسایت سه‌زبانه، در افزایش میزان بیماران بین‌الملل و درآمد بیمارستان تاثیر دارد. نتیجه به دست آمده با مطالعات رازقی و زلف پور آرخلو (۱۳۹۶) [۱۸]، همخوانی دارد. در تبیین یافته به دست آمده می‌توان گفت طراحی تجربه کاری طبق تعریف ماداریگا^۴ (۲۰۱۸) [۱۴] شامل رفتارها، نگرش‌ها و احساسات یک کاربر درباره استفاده از یک محصول، سامانه یا سرویس خاص می‌باشد. موفقیت بیمارستان چشم پزشکی بینا در پی آن است که برای جذب توریسم سلامت، وبسایت خود را از نظر طراحی صفحات و کلیه اجزای آنها بر مبنای اصول گرافیکی، ویژگی‌های بصری سایت (رنگ‌ها، فونت‌ها، سایز فونت‌ها، تصاویر، چینش بخش‌های مختلف)، استفاده از کلمات مناسب و قابل درک در معرفی بخش‌های وبسایت و... تنظیم نماید تا بدین وسیله، توریسم سلامت، با رغبت و تمایل، به جستجو در وبسایت بیمارستان پرداخته و ترجیح دهد که از خدمات بیمارستان چشم پزشکی بینا استفاده نماید.

یافته‌ها نشان داد ارتقاء سرعت بارگذاری وبسایت سه‌زبانه، در افزایش میزان بیماران بین‌الملل و درآمد بیمارستان تاثیر دارد. نتیجه به دست آمده با مطالعات موسوی و قوچانی (۱۳۹۶) [۱۹]، تراهید و آیکو (۲۰۱۹) [۶]، صمدبیک^۵ و همکاران (۲۰۱۷) [۵] همخوانی دارد. در تبیین یافته به دست آمده می‌توان گفت بهترین و عالی ترین حالت ممکن بارگذاری سایت در کمتر از یک ثانیه می‌باشد، اما اگر زمان بارگذاری آن در کمتر از سه ثانیه انجام شود بازهم به اندازه کافی خوب می‌باشد. حتی برخی از سایت‌ها تا هفت ثانیه هم قابل قبول می‌باشد که البته باید آن را بهبود بدهند. اساساً کاربران در جستجوهای اینترنتی، خواهان سرعت هستند و تمایل دارند با هر کلیک، در کوتاهترین زمان، به خواسته خود دست یابند. بنابراین، جهت افزایش توریسم سلامت، توجه وبسایت به بارگزاری عکس‌ها، ویدئوها و... باید مورد توجه قرار گیرد.

یافته‌ها نشان داد ارتقاء سلیس بودن متن‌های ترجمه شده در وبسایت سه‌زبانه، در افزایش میزان بیماران بین‌الملل و درآمد بیمارستان تاثیر دارد. نتیجه به دست آمده با مطالعات موسوی و قوچانی (۱۳۹۶) [۱۹]، مانیان (۱۳۹۳) [۱۷]، قاسمی اوجان (۱۳۹۲) [۱۶]، مصطفوی (۱۳۹۲) [۲۰]، صمدبیک و همکاران (۲۰۱۷) [۵]، هانفلد^۶ و همکاران (۲۰۱۵) [۷] همخوانی دارد. در تبیین یافته به دست آمده می‌توان گفت برخی از متونی که در سایت‌ها قرار می‌گیرند بر اساس ترجمه متونی از سایر زبان‌های زنده دنیا می‌باشند، که ضروری است روان باشند [۲۱] از آنجایی که توریسم سلامت، از کشورهای مختلف هستند و آنها جذب وبسایت‌های می‌شوند که بتوانند زبان نوشتاری وبسایت

- در طراحی صفحات وبسایت بیمارستان چشم پزشکی بینا ویژگی‌های بصری سایت (رنگ‌ها، فونت‌ها، سایز فونت‌ها، تصاویر، چینش بخش‌های مختلف) رعایت شود.
- در معرفی بخش‌های وبسایت بیمارستان چشم پزشکی بینا از کلمات مناسب و قابل درک استفاده شود.
- در وبسایت بیمارستان چشم پزشکی بینا امکان دسترسی مناسب کاربران به کلیه بخش‌هایی وبسایت فراهم شود.
- در وبسایت بیمارستان چشم پزشکی بینا امکان جستجو کردن در بین مطالب برای کاربران فراهم شود.
- در وبسایت بیمارستان چشم پزشکی بینا، جهت تسهیل کاربران، از فناوری‌های مورد نیاز مانند پراخت اینترنتی در وبسایت استفاده شود.
- در وبسایت بیمارستان چشم پزشکی بینا، جهت لود شدن سریع، از تصاویر و ویدئوهای کم‌حجم استفاده شود.
- در وبسایت بیمارستان چشم پزشکی بینا، امکان دسترسی سریع به صفحه اصلی از تمام صفحات سایت، برای کاربران فراهم شود.
- در وبسایت بیمارستان چشم پزشکی بینا، سرویس ترجمه متن آنلاین و رایگان چندزبانه درج شود.
- در وبسایت بیمارستان چشم پزشکی بینا، کلمات کلیدی در متن وبسایت درج شود.
- در وبسایت بیمارستان چشم پزشکی بینا، فضایی جهت تعامل کاربران با بخش‌های مختلف وبسایت تدارک دیده شود.
- در وبسایت بیمارستان چشم پزشکی بینا، امکاناتی برای دریافت نظرات، انتقادات و پیشنهادات کاربران ایجاد شود.
- در وبسایت بیمارستان چشم پزشکی بینا، مکان ارسال پرسش برای کاربران ایجاد شود تا مابرن به راحتی سوالات خود را پرسیده و به راحتی و در کمترین زمان ممکن، به جواب برسند.

واژه نامه

- | | |
|--------------------|---------------|
| 1. Lawshe | لاوشه |
| 2. Fernel & Larker | فرنل و لارکر |
| 3. Teruhide& Aiko | تراهید و آیکو |
| 4. Madariaga | ماداریگا |
| 5. Samadbeik | صمدبیک |
| 6. Hanefeld | هانفلد |

را درک کنند؛ لازم است وبسایت علاوه بر زبان‌های زنده دنیا، زبان‌های کشورهای غنی هستند را نیز به وبسایت اضافه نموده و در جهت شناسایی خود به آنها از طریق زبان، اقدام نماید.

یافته‌ها نشان داد ارتقاء سیستم ارتباطی (جهت برقراری تماس مخاطبین با بیمارستان) در وبسایت سه‌زبانه، در افزایش میزان بیماران بین‌الملل و درآمد بیمارستان تاثیر دارد. نتیجه به دست آمده با مطالعات رازقی و زلف پور آرخلو (۱۳۹۶) [۱۸]، امتی و علیپور (۱۳۹۵) [۱۲]، مانیان و همکاران (۱۳۹۳) [۱۷] همخوانی دارد. در تبیین یافته به دست آمده می‌توان گفت سیستم‌های نهاده‌شده در وبسایت به منظور برقراری تماس مخاطبین با مدیران و قسمت پشتیبانی سایت می‌باشد [۲۱] برقراری ارتباط با مشتری، یکی از مهمترین و اصلی ترین دلیل سازمان‌ها برای داشتن یک وبسایت است. در دنیای وب، مشتریان به راحتی نظر خود را راجع به هر خدمت یا محصولی که از سازمان مربوطه دریافت می‌کنند ارائه می‌دهند و نظرات‌شان را در قالب انتقاد و یا پیشنهاد برای سازمان ارسال می‌کنند. سازمان نیز می‌تواند سلیقه مشتریان خود را بشناسد و برای جذب مشتریان خود بیشتر گام بردارد [۲۲]. بنابراین توجه بیمارستان چشم پزشکی بینا به ارتقاء سیستم ارتباطی خود باید مورد توجه قرار گیرد.

پیشنهادها

- محتوا و اطلاعاتی که در سایت بیمارستان چشم پزشکی بینا است، برای راحتی کاربران، به شکل موضوعی در صفحه اول وبسایت قرار داده شده و دسته‌بندی شوند.
- در وبسایت بیمارستان چشم پزشکی بینا، خدمات خاصی که در این بیمارستان وجود دارد، به طور دقیق تشریح شوند.
- محتواهای ارائه شده در وبسایت بیمارستان چشم پزشکی بینا با احتیاجات مخاطبان، هماهنگی و تناسب داشته باشد.
- محتوا و اطلاعات وبسایت بیمارستان چشم پزشکی بینا به طور مرتب به روز شوند.
- در وبسایت بیمارستان چشم پزشکی بینا به نیازهای آتی کاربران توجه جدی مبذول گردد.
- تجارب موفق خدمات پزشکی بیمارستان چشم پزشکی بینا در وبسایت این بیمارستان به دقت اطلاع رسانی شوند.
- طراحی سایت بیمارستان چشم پزشکی بینا به گونه‌ای باشد که از طریق موبایل نیز بریا کاربران قابل استفاده باشد.
- در طراحی صفحات و کلیه اجزای در وبسایت بیمارستان چشم پزشکی بینا، اصول گرافیکی به طور دقیق رعایت شود.

- [12] Ummati E, Alipour A. Important elements in user interface design, usability and technical issues of databases during the years 93 to 95. *Journal of Modern Medical Information*, 2016; 2(2): 72-59. [Persian]
- [13] Tehrani R, Jamshidi H. Analysis of the effect of information, systemic factors and user interface design on customer loyalty of websites according to the role of satisfaction and trust, *Quarterly Journal of Information Processing and Management*, 2015; 30(4): 1085-1106. [Persian]
- [14] Madariaga L, Nussbaum M, Marañón F, Alarcón C, Naranjo MA. *User experience of government documents: A framework for informing design decisions*. *Government Information Quarterly*, 2018.
- [15] Toloe Zamani A, Bidi H, Hassanpour M. The effect of the quality of user interface design of Iranian banking websites on customer attraction. *Proceedings of the Fourth International Conference on Web Research*. Tehran: University of Science and Culture Publications. 2017. [Persian]
- [16] Ghasemi Ojan F. An analysis of the level of user satisfaction with government websites in the province of South Khorasan. Master Thesis, Sistan and Baluchestan University. 2013. [Persian]
- [17] Manian A, Sohrabi B, Shadmehri N. Identifying and prioritizing the effective factors in evaluating the website based on the documentary analysis of research articles. *Quarterly Journal of Management Research in Iran*, 2014;18(1):223-245. [Persian]
- [18] Razeqi MF, Zolfa Pour Arkhloo M. The Impact of Website Quality on E-Commerce Effectiveness. *Proceedings of the First International Conference on Electrical Engineering, Computer Science and Information Technology*, Hamedan. 2017. [Persian]
- [19] Mousavi SM, Quchani F. Investigating the Factors Affecting the Website on Customer Satisfaction in Online Shopping (Case Study: Wall Site Users). *Proceedings of the Third International Conference on Industrial Management and Engineering*, Tehran. 2017. [Persian]
- [20] Mustafavi I, Kiani HR, Ahmadi E. Assessing the quality of content (internal and external) and supporting the website of Iranian public university libraries and
- [1] Sadeghpanah B. *Everything about the Internet*. Tehran: Noor Publications. 2015. [Persian]
- [2] Hernández B, Jiménez J, Martín MJ. Key website factors in e-business strategy. *International Journal of Information Management*, 2009;362-371.
- [3] Taufik NA. The Impact of Medical Tourism Industry for the Hospital Services and Marketing Activities: A Systematic Review. *Journal ARSI*, 2018; (5) 1: 42-48.
- [4] Taghizadeh Yazdi MR, Shami Zanjani M, Haghghi M, Abu Hashem Abadi F. Components and content of medical tourism facilitator websites. *Journal of Tourism Management Studies*, 2016; 11 (33): 1-18. [Persian]
- [5] Samadbeik M, Asadi H, Mohseni M, Takbiri A, Moosavi A, Garavand A. Designing a Medical Tourism Website: A Qualitative Study. *Iran Journal Public Health*, 2017; 46(2): 249-257.
- [6] Teruhide KT, Aiko T. How does a hospital website branding have positive effects of patients visiting and hospital recruitment? *Journal of JHMHP*, 2019; 3: 1-10.
- [7] Hanefeld J, Lunt N, Smith R, Horsfall D. Why do medical tourists travel to where they do? The role of networks in determining medical travel. *Social Science & Medicine*, 2015; 124:356-363.
- [8] Cormany D, Baloglu S. Medical travel facilitator websites: An exploratory study of web page contents and services offered to the prospective medical tourist. *Tourism management*, 2011; 32(4): 709-716.
- [9] Carrera P, Bridges J. *Health and medical tourism: What they mean and imply for health care systems*. in: merz f, editor. *Wachstumsmotor gesundheitswesens*. NewYork: hanser verlag. 2008.
- [10] Whitmore R, Crooks VA, Snyder J. Ethics of care in medical tourism: Informal caregivers' narratives of responsibility, vulnerability and mutuality. *Health & Place*, 2015; 35: 113-118.
- [11] Amiri MR, Karami S, Farhadi A, Rezaei N, Zareian S. Evaluation of hospital websites of Hamadan University of Medical Sciences based on webometric indicators in 2014, *Journal of Scientific Researchers*, 2015; 14(2): 61-53. [Persian]

[22] Sharifi A, Islamieh F. A look at the application of new technologies in education and management. Tehran: Green Culture. 2011. [Persian]

providing suggestions for their improvement. Library and Information Quarterly, 2013; 63: 175-197. [Persian]

[21] Khoshkhalq S. Investigating the factors affecting the acceptance of a sports website based on the technology acceptance model (TAM) (Case study: Sports website of Tabriz Tractor Manufacturing Club). Master Thesis. Tabriz University. 2016. [Persian]