

Χαιρετισμός Διευθυντή Σύνταξης



Μάρκετινγκ Υπηρεσιών Υγείας

Το Μάρκετινγκ, είναι μια διαδικασία που περιλαμβάνει ανάλυση, σχεδιασμό, υλοποίηση και έλεγχο. Καλύπτει αγαθά, υπηρεσίες, ιδέες, και βασίζεται στην αντίληψη της ανταλλαγής που στόχο έχει να ικανοποιήσει όλα τα μέρη που παίρνουν μέρος στην ανταλλαγή. Προσπαθεί δηλαδή, με κύριο εργαλείο την έρευνα αγοράς, να αντιστοιχίσει τα προϊόντα ή τις υπηρεσίες που παράγει με τον πελάτη που τα χρειάζεται ή τα επιθυμεί, ή ακόμα καλύτερα αφού κατανοήσει τις ανάγκες και τις επιθυμίες του, να κατασκευάσει τα αντίστοιχα προϊόντα ή υπηρεσίες με τα χαρακτηριστικά που ο πελάτης επιθυμεί. Συμβάλλει επίσης, στη βελτίωση των παρερχομένων υπηρεσιών ενός οργανισμού και στην αποτελεσματικότερη συνεργασία των μελών του.

Σύμφωνα με τον Philip D.Cooper (1994), το Μάρκετινγκ Υπηρεσιών Υγείας, περιλαμβάνει οποιαδήποτε

δραστηριότητα που σχετίζεται με την ανάπτυξη, τη τιμολόγηση και τη διανομή προϊόντων Υγείας, καθώς και οποιοδήποτε χρησιμοποιούμενο μηχανισμό για τη προώθηση αυτών των προϊόντων. Αποτελεί μια προέκταση του Επιχειρησιακού Μάρκετινγκ, καθώς θεωρείται η τέχνη να βοηθάς ανθρώπους να αλλάζουν τον τρόπο ζωής τους και να έχουν καλύτερο έλεγχο της Υγείας τους. Η Υγεία όμως, ως το υπέρτατο αγαθό, χρειάζεται λεπτούς χειρισμούς, αφού είναι ένα αγαθό που απευθύνεται σε ανθρώπους με προβλήματα, καθώς αυτοί θεωρούνται ως ξεχωριστές οντότητες με τις δικές τους ανάγκες και ιδιαιτερότητες.

Οι προσφερόμενες υπηρεσίες Υγείας από έναν Οργανισμό/Νοσηλεύτριο, είναι άυλες, γι' αυτό και η βασική επιδίωξη και μέτρο αποδοτικότητας, είναι η ικανοποίηση του ασθενή, ή του πελάτη. Ο στόχος αυτός, είναι ευρέως αναγνωρισμένος ως κεντρικός άξονας λειτουργίας του Οργανισμού, που επιδιώκεται και μέσω της χρήσης του Μάρκετινγκ.

Η κατανόηση της συμπεριφοράς των ασθενών, ειδικά σε ένα μεγάλο Οργανισμό, είναι απαραίτητη, προκειμένου να εντοπισθούν και να ικανοποιηθούν αποτελεσματικά οι ανάγκες τους και να βελιωθούν σημαντικά οι υπηρεσίες Υγείας που τους παρέχονται.

Όταν συζητάμε για Μάρκετινγκ Υπηρεσιών Υγείας ή Νοσοκομειακό Μάρκετινγκ, είναι βέβαιο, ότι είμαστε πολύ συγκεκριμένοι στη διαχείριση των υπηρεσιών αυτών, προς την ορθή κατεύθυνση. Οι επαρκείς και άρτια στελεχωμένες υποστηρικτικές υπηρεσίες σε ένα Νοσηλεύτριο, όπως τα αιματολογικά εργαστήρια, τα ακτινολογικά τμήματα, οι τράπεζες αίματος, η κουζίνα, το πλυντήριο, διαδραματίζουν σημαντικό ρόλο στην ποιότητα της παρεχόμενης φροντίδας υγείας. Ένα επίσης σημαντικό χαρακτηριστικό του Marketing, είναι και το περιβάλλον στο οποίο προσφέρονται οι υπηρεσίες αυτές. Οι εντυπώσεις που δημιουργούνται στους χρήστες/ασθενείς, επηρεάζονται σημαντικά από ορισμένα χαρακτηριστικά σε σχέση με το φυσικό περιβάλλον, όπως η αρχιτεκτονική/διακόσμηση του χώρου, η καθαριότητα, ο καλός φωτισμός, ο κλιματισμός, η ησυχία, ο τεχνολογικός εξοπλισμός, καθώς και οι υψηλές ταχύτητες πλοήγησης.

Ο άνθρωπος, είναι επίσης ένα σημαντικό στοιχείο για τη σύνθεση του Marketing, αφού ο ανθρώπινος παράγοντας, αντικατοπτρίζει σημαντικό ρόλο στις Υπηρεσίες Υγείας. Η συμπεριφορά και η στάση του προσωπικού που προσφέρει η υπηρεσία, θα επηρεάσει τον «πελάτη». Ο τρόπος συμπεριφοράς και εξυπηρέτησης, το επίπεδο κατάρτισης του προσωπικού ενός Οργανισμού, η επαγγελματική εμπειρία, η εξωτερική εμφάνιση, η ευγένεια, η επικοινωνιακή ικανότητα και η ασφαλής στελέχωση ενός Νοσηλευτηρίου/Οργανισμού, διαδραματίζουν τον καθοριστικότερο ρόλο, για τη μέτρηση της ποιότητας των παρεχόμενων υπηρεσιών και την ικανοποίηση των χρηστών/ασθενών.

Είναι απαραίτητο λοιπόν, το προσωπικό, να είναι άρτια καταρτισμένο, προσφέροντας ποιοτική περίθαλψη ασθενών, οι δε Επαγγελματίες Υγείας, να είναι επινοητικοί στη κατανόηση του ρόλου τους και αποφασιστικοί στη δράση. Εφαρμόζοντας τις μεταβλητές του μείγματος μάρκετινγκ, θα αγγίξουν ακόμη περισσότερο τον ανθρώπινο παράγοντα, μέσα από τον επαγγελματισμό και τις γνώσεις τους και θα βοηθήσουν σταδιακά, τα Νοσοκομεία/Νοσηλεύτριά, να προσφέρουν αποδοτικότερα τις υπηρεσίες τους, βελτιώνοντας ακόμη περισσότερο τη ποιότητα φροντίδας.

«Όπου η απόλυτη υπεροχή δεν είναι εφικτή, θα πρέπει να παράγεις μια σχετική υπεροχή σ' ένα κρίσιμο χρονικό σημείο, με το να χρησιμοποιείς σωστά αυτό που έχεις»

Carl Von Clausewitz, on war, 1832

Δρ Κυριάκος Ανδρέου

Διευθυντής Σύνταξης

Μέλος ΔΣ Παγκυπρίου Συνδέσμου Νοσηλευτών και Μαιών