

Zarządzanie profesjonalne

Pacjent dawno już urósł do rangi klienta i to nie tylko ten wymagający. Niektórzy dziwią się dlaczego. Przecież samo słowo „pacjent” nie jest tożsame ze słowem „klient”. Niektórzy lekarze nadal nie uznają podejścia ekonomicznego do pacjenta i zamykają się na wszelkie doniesienia o zachowaniach konsumenckich swoich pacjentów. Trudno jednak polemizować z faktem, że dzisiejsze czasy zmieniły zachowania pacjenta, a on sam urósł do miana tego, który realnie zarządza swoimi pieniędzmi – pośrednio, wpłacając je do ZUS czy KRUS, lub wprost, wnosząc opłatę do kasy gabinetu, np. za badanie. Zachowania konsumenckie mają wiele cech, które mogą utrudniać bieżące administrowanie współczesnym gabinetem. Warto je znać, by móc odnosić sukcesy – nie tylko medyczne.

Cechy pacjenta będącego klientem

1. Pacjent może dokonywać wyborów, które nie zawsze są racjonalne i skuteczne, a czasami mogą być dla niego szkodliwe. Pacjent wybiera i robi, co chce.
2. Pacjent kieruje się opinią innych, nie zawsze słuszną, często niedotyczącą lekarza, tylko miejsca leczenia bądź odwrotnie. Pacjenci upowszechniają opinie raczej negatywne niż pozytywne, co wynika z ludzkich skłonności do narzekania versus niewielkich chęci do chwaleń.
3. Pacjent kieruje się pierwszym wrażeniem przy uznaniu lekarza za specjalistę lub fachowca, a gabinetu czy kliniki za godne miejsce leczenia.
4. Pacjent oczekuje efektu w leczeniu, który rozumie jako namacalny i przez niego akceptowalny wynik postępowania lekarza lub zespołu medycznego.
5. Pacjent pragnie, by lecząc ciało, personel medyczny i pomocniczy zajął się również jego potrzebami psychicznymi – oczekuje również efektu psychologicznego.
6. Wysoką jakość pacjent rozumie na swój sposób, czyli jako profesjonalizm, indywidualne podejście oraz miłą i sympatyczną obsługę. Dzieje się tak, ponieważ zazwyczaj pacjent nie potrafi rozdzielić jakości medycznej od niemedycznej.
7. Pacjent niczego nie musi i na ogół wie, że nikt go do niczego nie może zmusić, również do ochrony własnego zdrowia. Zabraniając czegokolwiek pacjentowi, trzeba mieć dobre narzędzia wpływu na niego – albo psychologiczne, albo prawne, a często jedno i drugie.
8. Pacjent jest *homo oeconomicus*, czyli istotą potrafiącą podejmować decyzje ekonomiczne, szacując czy licząc

dr n. ekon. **Magdalena Szumska** – ekspert w zakresie zarządzania jednostkami medycznymi. Doktoryzowała się w 2004 r. z coachingu jako metody zarządzania zasobami ludzkimi w polskich szpitalach na Uniwersytecie Ekonomicznym w Poznaniu. Ukończyła Institut de Gestion de Rennes IGR-IAE (Université de Rennes). Jest wykładowcą i doradcą biznesowym. Realizuje badania naukowe z zarządzania i marketingu. Autorka ponad stu publikacji z dziedziny zarządzania i relacji z klientem – pacjentem. www.szumska.pl



Zachowania pacjenta
w gabinecie dentystycznym i medycznym

Cechy pacjenta jako konsumenta

według swoich wyobrażeń i branych pod uwagę czynników. Aby podjąć ostatecznie decyzję, musi w łatwy sposób pojąć, dlaczego ceny wizyt u różnych lekarzy nie są takie same. Warto pamiętać, że pacjent reaguje nie tylko na różnice cen, lecz także na podwyżki, obniżki czy koszty dotarcia do gabinetu – finansowe, jak i niematerialne, jak np. energia własna, czas, stres itp.

9. Pacjent ma swoje upodobania, wymagania, oczekiwania i ma do tego wszystkiego prawo. Będąc po stronie usługobiorcy, ma również prawo reagować w sposób dla siebie nieprzewidywalny czy trudny dla personelu medycznego, choć z zasady nie wolno mu przekraczać ustalonych norm zachowań ani łamać prawa.

Są to najważniejsze cechy pacjentów wpływające na ich zachowania w ośrodkach zdrowia. Listę można uzupełnić kolejnymi, równie istotnymi cechami pacjentów jako klientów. Bez względu na wielkość ośrodka, sposób prowadzenia wizyt (odpłatne lub nieodpłatne), dziedzinę medycyny cechy pacjentów pozostają stałe. To ważne, by zdawać sobie z tego sprawę, kiedy otwieramy nowy gabinet albo pragniemy dostosować istniejący do współczesnych wymagań rynkowych.