

Модели на здравна промоция

1. Същност на промоцията като ефективен маркетингов и управленски инструмент

В специализираната теория съществуват различни интерпретации и концепции за това какво всъщност представляват промоциите. Някои автори ги определят като четвъртият елемент от теорията за четирите 'Пе'. Наред с производствено-стоковата, иновационната, ценовата и пласментната политика, те са призвани да стимулират търсенето чрез създаване и поддържане на благоприятна представа за организацията и положително отношение към нейните постижения.

Съвременните компании управляват сложна система от промоционални аспекти. Тези организации неизбежно поддържат връзки със своите посредници, потребители и разнообразна аудитория. Техните посредници комуникират със своите потребители и обществеността. Междувременно всяка група осигурява обратна връзка с останалите. Ролята на промоциите е да осъществи връзка с личностите, групите и организациите, за да улеснява директно или индиректно размяната чрез информирането и убеждаването на аудиторията да приеме продукта на организацията.

Основните средства на промоции, които фирмите използват са реклама, стимулиране на продажбите, връзки с обществеността, лични продажби. Като допълнителни промоционални средства, могат да се обособят разгласата и директния маркетинг.

Основните средства за промоция се разглеждат от всички автори, интерпретиращи същността на комуникациите.

Промоцията в здравния сектор обаче е нещо съвсем различно. Промоцията отново е вид разгласа, но в здравния сектор тази промоция има и дълбоко същностно- социален характер.

2. Същност на здравната промоция

Здравната промоция се определя като процес на предоставяне на отделните хора и общности на възможности да повишат своя контрол върху определящите здравето фактори и по този начин да подобрят здравното си състояние. Това понятие не е още окончателно дефинирано и обхваща стимулиране на здравословния начин на живот и осигуряването на определящите здравето социално-икономически, екологични и поведенчески фактори.

Следва да се посочи, че необходимостта от здравна промоция се открива в следното:

- стресовия начин на живот, който се води в съвременността и неговото негативно отражение върху живота и здравето на хората;
- важноста на човешките ресурси като част от трудовите ресурси на дадена страна или регион;
- навлизането на пазарни принципи в областта на здравната икономика;
- дълбоко хуманитарните принципи на съвременната икономика;
- социализацията на съвременната държава и пр.

3. Здравни промоции в България

Промоция на здраве в болниците е международен проект, който се осъществява под егидата на СЗО. В България проектът се осъществява чрез Национална мрежа от болници. Болниците от Националната мрежа имат подписано рамково споразумение със

СЗО по проекта за периода 2004 - 2008 година.

Проектът се реализира в съответствие със стратегията на Хартата от Отава за преориентиране на медицинското обслужване. Същността и е в развитието на болниците не само в традиционните рамки на диагностика и лечение на заболяванията, а и развитие на болнични структури и дейности за промоция на здравето.

Цели на проекта са:

- Изграждане в българските болници на необходимите предпоставки за развитие на структури, програми и дейности по промоция на здраве.
- Създаване на образователни програми и инструменти за обучение на пациенти с хронични заболявания (и на членовете на техните семейства).
- Разработване на профилактични модели за контрол на рисковите фактори, свързани с болничната среда.
- Внедряване на стандарти за промоция на здравето в българските болници.

До настоящия момент, постигнатите резултати могат да се обобщят:

- Създадени са образователни програми и инструменти за обучение на пациенти с хронични заболявания (диабет, бронхиална астма, сърдечен инфаркт, мозъчен инсулт, хипертонична болест, ревматоиден артрит и др.);
- Разработени са и приложени пилотно етапите и работните стъпки на болничен център за обучение на пациенти с хронични заболявания;

- Разработени са профилактични модели за контрол на рисковите фактори, свързани с болничната среда (профилактика и контрол на вътреболничните инфекции; мониторинг и контрол на риска от вътреболнично разпространение на СПИН);

- Създадени са инструменти за здравно образование на рискови арупи от населението (туберкулоза, остеопороза);

- Разработени са критерии за изпълнение на стандарт за промоция на здравето в болниците и примерен списък от медицински услуги по промоция на здравето.

3. Институционални аспекти на здравните промоции у нас

Основен институт, който следи за осъществяването на здравни промоции е Националният център по обществено здраве към МЗ.

Центърът е създаден с постановление на МС през декември 1998 година. НЦОЗ е експертен и консултативен орган на МЗ и подпомага други държавни органи, общинските власти и неправителствени организации по отношение на

- Анализ на системи и подходи за здравно обслужване;
- Разработване на проекти за осъществяване на национална здравна стратегия и държавна здравна политика
- Разработване на мерки за интегрирана профилактика на болестите и промоция на здравето

- Сътрудничество със Световната здравна организация за изследвания и обучение в областта на психичното здраве.

Основни насоки на здравните промоции са:

- • Профилактика на самоубийствата
- • Фитопрофилактика и нефармакологичен контрол на болестите
- • Промоция на здравето
- • Синтез и разпространение на здравни знания

Следва също така да се посочи, че осъществяването на здравни промоции е приоритет на държавната политика, като националните програми в областта на опазването на общественото здраве са профилактични. Те са ориентирани към ограничаване заболяемостта и смъртността от най-честите социално-значими заразни и незаразни заболявания, като засягат различни възрастови и социално уязвими групи. Финансовите средства за изпълнението на тези програми се залагат ежегодно.

Показателите за ползите /ефектите от тези програми са:

- Ефективност на извършвания здравен контрол върху обектите с обществено предназначение, продуктите и стоките, имащи значение за здравето на населението
- Постепенно намаляване заболяемостта и смъртността от най-често срещаните незаразни заболявания

- Ограничаване разпространението на рисковите за здравето фактори на жизнената среда и такива, свързани с поведението

- Поддържане на ефективен епидемиологичен надзор, профилактика и контрол на заразните болести

- Осигуряване на висок имунизационен обхват при плановите имунизации, съгласно националния Имунизационен календар

- Изпълнение на задачите, произтичащи от национални и регионални програми по профилактиката, контрола и надзора на заразните болести