

Budete úspěšní, ak . . .

Eduard Kováč

„Efektivní nemocnice 2008“

Ostrava, 25.11.2008

Prosím, túto prezentáciu vnímajte tak, že k Vám hovorí:

| | |
|---|------------------------|
| <i>poskytovateľ zdravotnej starostlivosti (A,N)</i> | <i>14 r. pôsobenia</i> |
| <i>zástupca zdravotných poisťovní (3ZP, ZZP)</i> | <i>13 r. pôsobenia</i> |
| <i>regulátor v zdravotníctve (MZ, VÚC)</i> | <i>3 r. pôsobenia</i> |
| <i>zástupca stavovskej organizácie (SLK)</i> | <i>2 r. pôsobenia</i> |
| <i>pacient (amb., nem.)</i> | <i>opakovane</i> |

Budete úspešní ak budete poznať :

- **históriu stratégií** vo vašich podmienkach
- **faktory** vplývajúce na **stratégiu**;
- **“strategické minimum”**;
- **trendy**

+

a sústredíte sa na **transparentnú súťaž**

a nebudete podceňovať **krízovú komunikáciu**

a poučíte sa z **konania konkurencie a susedov**

Celosektorové kľúčové stratégie v SR definované v r. 1990

| | |
|-----------------|-----------------|
| Demonopolizácia | Decentralizácia |
| Slobodná voľba | Deetatizácia |

Tri etapy stratégií v ÚZS na Slovensku

- 1990 - 1998
- 1999 - 2004
- 2005 -

1990 - 1998

- znížiť a reštrukturalizovať posteľové kapacity
- skracovať dobu hospitalizácií
- zmeniť spôsob financovania

1999 - 2004

- kvalita, efektivita, zmeny zriaďovateľov

2005 -

- podmienky pre súťaž
- nemocnice - a.s. + corporate governance
- “siet'oví” vlastníci

| | Poč.hospitaliz. | Priem. ošetr.doba | Poč. postelí |
|----------------------|-----------------|-------------------|---------------|
| 1990 | 823 206 | 13,7 | 46 520 |
| 2000 | 1 063 611 | 8,9 | 43 442 |
| 2007 | 1 080 150 | 7,9 | 36 287 |
| <i>2014 P</i> | <i>950 000</i> | <i>6,5</i> | <i>29 000</i> |

Počet H Štátne Neštátne p.o. n.o. s.r.o. a.s.

1990 125 125 0 125 0 0 0

2000 147 138 9 130 8 8 1

2007 141 42 99 43 50 33 15

2014 P *100* *30* *70* *0* *25* *30* *45*

Faktory vplývajúce na stratégiu

Externé:

- ekonomické a demografické trendy
- zdravotná politika a regulačné prostredie
- platobné metódy
- citlivosť klientov k cenám
- informácie o klinických výstupoch (kvalite z.s.)
- stratégie nákupcov (zdravotných poisťovní)
- počet a typ konkurencie(nemocníc)
- zamestnávateľské a odborové organizácie

Interné: ľudia + procesy + technológie

“Strategické minimum”

- Identifikujte **vašu konkurenčnú výhodu**
(vaše silné stránky vám povedia, kam sa máte uberať; musíte vedieť, čo dokážete a čo už nie)
- **Počúvajte klientov** *(želania a potreby pacientov)*
- **Bud'te inovatívni**
(liečebné protokoly, infotechnológie, vzdelávanie klientov)
- Nezabudnite **sa stále učiť** *(a to všetci)*
- **Monitorujte výkon** *(ľudí a vami poskytovaných služieb)*
- Stratégia sa stane perfektnou **len ak ju perfektne zrealizujete** ! *(a preto sú kľúčovými faktormi ľudia a dobre navrhnuté a vykonávané procesy)*

Pripravenosť na krízy

- Trestuhodne sa zanedbáva !
- Potrebnosť krízového komunikátora

Optimálny krízový komunikátor v sektore zdravotníctva

- skúsený v komunikácii,
- zdatný v krízovej problematike
- rešpektovaný médiami
- s autoritou u odbornej verejnosti
- primerane známy laickej verejn.
- bol poskytovateľom (amb., nem.)
- bol regulátorom (MZ, VÚC)
- bol zástupcom stavovskej organiz.
- bol zástupcom zdravotnej poisť.
- bol pacientom (amb., nem.)

Trendy

- Rozširovanie selektívneho kontraktingu
- Zintenzívňovanie súťaže
- Koncentrácia na trhu nemocníc (konsolidácia nemocníc)
- “Maloobchodné” stratégie budú vytláčať “veľkoobchodné”

*(“Veľkoobchodné” stratégie = napr. managed care plány...
...“maloobchodné” stratégie = napr. atraktívnejšie služby pre klientov...)*

Rozhodcovia v súťaži:

1. pacient
2. zdravotná poisťovňa

Riziká trendov

- Necenová súťažná stratégia
- Preteky “v medicínskom zbrojení”
(ich podstatou je investovanie do atraktívnych služieb a zariadení)

Hlavné riziko:

- zvyšovanie nákladov duplicitami služieb a indukovanou starostlivosťou
- to môže ohrozovať klinickú kvalitu

Sút'áž v SR 1

Od r. 2005 - Legislatíva - §7 zákona o zdrav.poist'ovniach:
ZP je **povinná stanoviť a uverejňovať** kritériá na
uzatváranie zmlúv vzťahujúce sa na:

- **Personálne** kritériá (P)
- **Materiálno-technické** vybavenie (M-T)
- **Indikátory kvality** (IK):
 - dostupnosť z.s.
 - účinnosť a primeranosť z,s,
 - výsledky z.s.,
 - efektívnosť využitia zdrojov
 - spokojnosť pacientov

Súťaž v SR 2

§7 ...ZP je **povinná vytvoriť poradie PZS** podľa ich úspešnosti pri plnení kritérií P, M-T, IK a **zohľadniť toto poradie pri uzatváraní zmlúv**

Zmluva **musí obsahovať** :

- kritériá vzťahujúce sa na **personálne a materiálno-technické vybavenie poskytovateľa a indikátory kvality** stanovené normami a ZP
- **rozsah z. s.** vzniká vyjednávaním
- **výšku úhrady za z. s.** vzniká dohodou

Od r.2006 - Konsenzus stakeholderov (pacienti, poskytovatelia, poisťovne, politici) na „transparentnej súťaži na základe diferencovaného prístupu pri uzatváraní zmlúv podľa kritérií efektivity a kvality“

Budúcnosť

Rebríčky zostavia klienti !

Pre koho sú tu nemocnice, poisťovne...?

– pre klienta (pacienta, poistenca)

Interes klienta im zabezpečuje existenciu...

– prináša peniaze...

Čo pacienta prioritne neinteresuje ?

či nemocnica (klinika, oddelenie):

- má alebo nemá akreditáciu
- má alebo nemá certifikáty
- či je alebo nie je finančne zdravá
- či má alebo nemá ocenenia akéhokoľvek druhu

Čo pacienta interesuje ?

1. KDE mi to urobia – kto to vie najlepšie ?

(má na to ľudí so skúsenosťami a zručnosťami...)

2. KTO mi to urobí ?

(ani nie nemocnica ale prioritne oddelenie-klinika a v nej konkrétny človek)

3. AKO mi to urobí ?

(akým diagnostickým a liečebným postupom, akou technológiou ,za aký čas...)

Čo pacienta interesuje ?

4. KEDY mi to urobia ?

(či musím čakať a keď, tak koľko)

5. BEZPLATNE mi to urobia ?

(či budem niečo platiť alebo doplácať a keď tak koľko)

6. aký má nemocnica IMAGE ?

(napr. dobré výsledky hodnotenia spokojnosti pacientov)

A mnoho ďalších...len zdanlivo nepodstatných

(napr. či môže dobre zaparkovať...)

Našou povinnosťou sa stane:

- zabezpečenie nevyhnutného spektra dát pre rozhodovanie klientov (pacientov, poistencov)
- napr. cez internetový portál, kde všetci (povinne) budeme prispievať dátami, ktoré klienti dokážu pochopiť a využiť pre svoje rozhodovanie

**Dve rozhodujúce posolstvá
pre nás všetkých**

**Transparentná súťaž
Informovanie klientov**