

11. Fyzické/materiální prostředí

6MMVZ1

Marketing ve zdravotnictví

doc. Ing. Peter Pažitný, MSc., PhD.

Ing. Daniela Kandilaki, Ph.D.



EVROPSKÁ UNIE
Evropské strukturální a investiční fondy
Operační program Výzkum, vývoj a vzdělávání

MŠMT
MINISTERSTVO ŠKOLSTVÍ,
MLÁDEŽE A TĚLOVÝCHOVY



Obsah

1. Fyzické/materiální prostředí
2. Případové studie Ribera Salud (Španělsko)
3. SOR (stimul - organizmus – reakce)
4. Serviscapes/Healthscapes

22. 2. 2023



1. Fyzické prostředí ve zdravotnictví

Diskuze

Jako můžeme vymezit fyzické prostředí ve zdravotnictví?

Co může být jeho obsahem a významem?

Máte 1-2 minuty na promyšlení odpovědi.

Následně budeme diskutovat



Venkovní prostor (nemocnice beroun)





Vnitřní prostředí



Dětské kardiocentrum/ FN Motol



Vnitřní prostory



mojeambulance.cz



UNIFORMY ZAMESTNANCOV

- AGEL
- EUC
- FN MOTOL

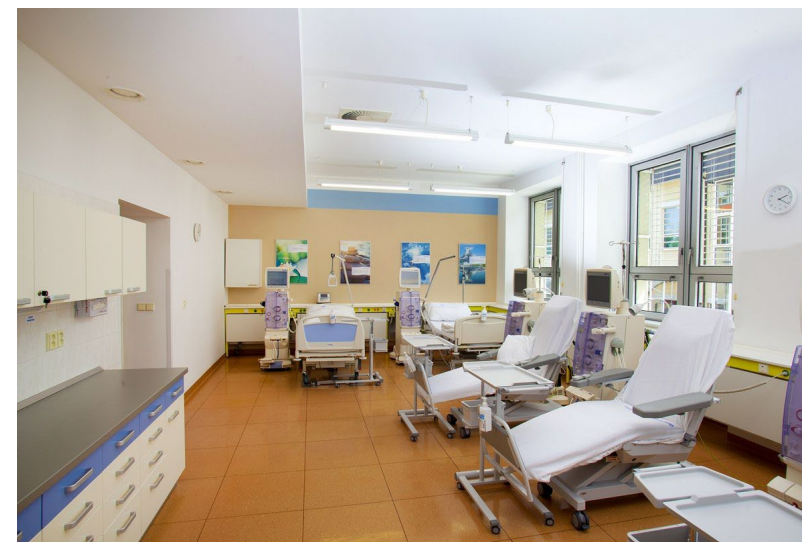


Definice materiální prostředí (v marketingu)

- Booms and Bitner (1981) definují materiální prostředí jako prostředí, v němž je služba poskytována a kde se firma a zákazník vzájemně setkávají, včetně veškerých hmatatelných komponentů, které usnadňují výkon nebo komunikaci služby
- materiální prostředí je tedy primárně prostor (venkovní a vnitřní), v němž je služba poskytována, včetně vůně či zvuku v daném prostoru
- mezi ostatní fyzické (hmatatelné) komponenty patří např. oblečení zaměstnanců, firemní vozidla, balení výrobku, vzhled webových stránek, vizitek, brožur atd.
- je samozřejmě důležité, aby materiální prostředí bylo v souladu s ostatními aspekty marketingového mixu (jídlo, personál, image musí být doplněny odpovídajícími prostory)

Význam materiálního prostředí

- vzhledem k tomu, že služby jsou nemateriální, zákazníci mnohdy hledají hmatatelný impuls, který jim pomůže při rozhodování o výběru služby
- například architektonický design exteriéru je důležitým impulsem / faktorem při rozhodování o výběru nemocnice
- důležitost materiálního prostředí spočívá také v tom, že vnímání prostředí hraje významnou roli ve vnímání kvality poskytované služby
- zvláště důležité je to v případě služeb, které ke své činnosti potřebují hodně hmatatelného zařízení jako nemocnice, polikliniky, či laboratoře
- materiální prostředí také pomáhá podporovat strategii positioningu a vytvářet image firmy





Význam materiálního prostředí

- Poskytovatelé uvědomující si význam prostředí se při řízení tohoto prvku marketingového mixu zabývají primárně těmito oblastmi
 - „balení“ služby
 - „usnadnění“ procesu poskytování služeb
 - prostředky pro diferenciaci firmy od jejích konkurentů
 - socializace zákazníků i zaměstnanců z hlediska jejich úloh, chování a vztahů

(PRO DIAGNOSTIC GROUP – MR POPRAD



- Samotná služba je nehmotná a proto nevyžaduje „balení“ z čistě funkčních důvodů
- použití fyzických důkazů (vývoj obrazu) však posílá zákazníkům informace o kvalitě služby, zlepšuje vnímání služby spotřebitelem a současně snižuje jak úroveň vnímaného rizika spojeného s nákupem, tak i úroveň kognitivní disonance po zakoupení
- například obrazová prezentace významně připívá ke zlepšení vnímání služby, jelikož spotřebitel si předem dokáže lépe představit kvalitu služby, kterou mu společnost nabízí



Význam materiálního prostředí

„Usnadnění“ procesu poskytování služeb

- materiální prostředí firmy také pomáhá usnadnit tok činností (poskytování služby)
 - fyzické důkazy mohou poskytnout zákazníkům informace o tom, jak funguje výrobní proces
 - fyzické překážky jako přepážky či bariéry řídí tok čekajících spotřebitelů
-
- <https://youtu.be/OK9RbZ0QxJE>

Prostředí (MUDR. KUNKELA)



Materiální prostředí jako prostředek pro diferenciaci firmy od jejích konkurentů

- účinní manažment materiálního prostředí může být také zdrojem diferenciacie pro poskytovatele, které se chtějí odlišit od konkurence



Význam materiálního prostředí

Socializace zákazníků i zaměstnanců

- organizační socializace je proces, při kterém se lidé přizpůsobují a začínají oceňovat hodnoty, normy a požadované vzorce chování organizace
- účelem tohoto procesu je zobrazit pozitivní a konzistentní obraz na veřejnosti
- v tomto procesu hraje materiální prostředí významnou roli
- je dokázáno, že nošení uniformy usnadňuje socializaci zaměstnanců směrem k přijímání organizačních cílů a ovlivňuje vnímání spotřebitelů, nakolik
 - pomáhá při identifikaci zaměstnanců firmy
 - představuje fyzický symbol, který ztělesňuje ideály/atributy skupiny
 - poukazují na soudržnou skupinovou strukturu firmy
 - usnadňuje vnímanou soudržnost výkonu
 - pomáhá kontrolovat chování „znehucených“ zaměstnanců





2. Případová studie ribera salud



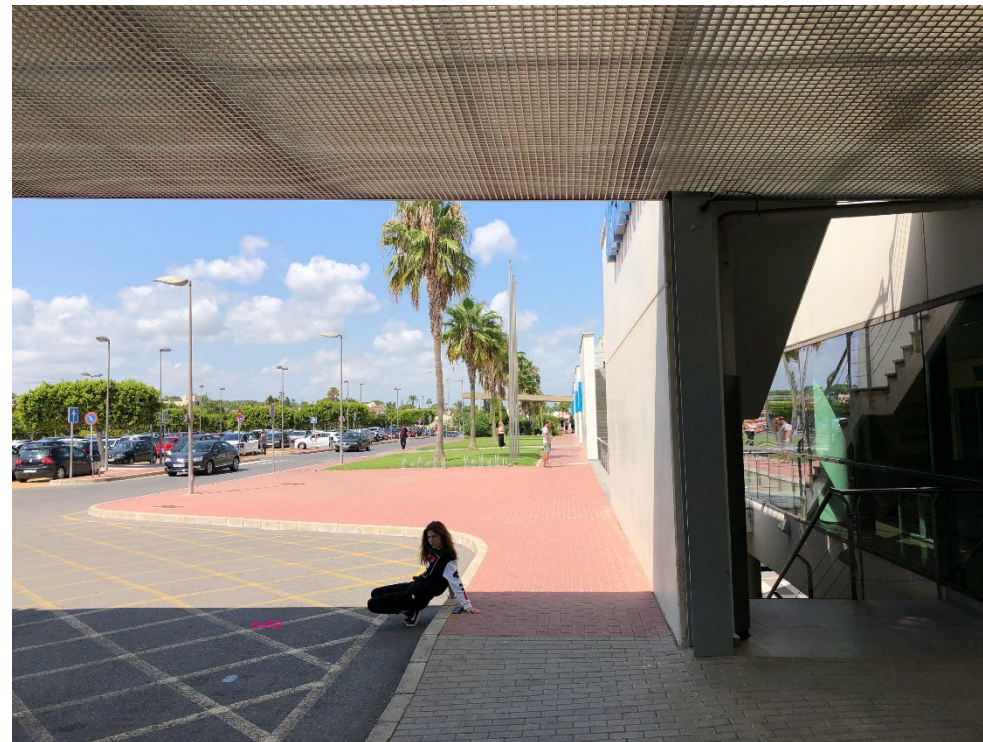


Ribera SALUD – venkovní prostředí a značení





Ribera SALUD - Parking



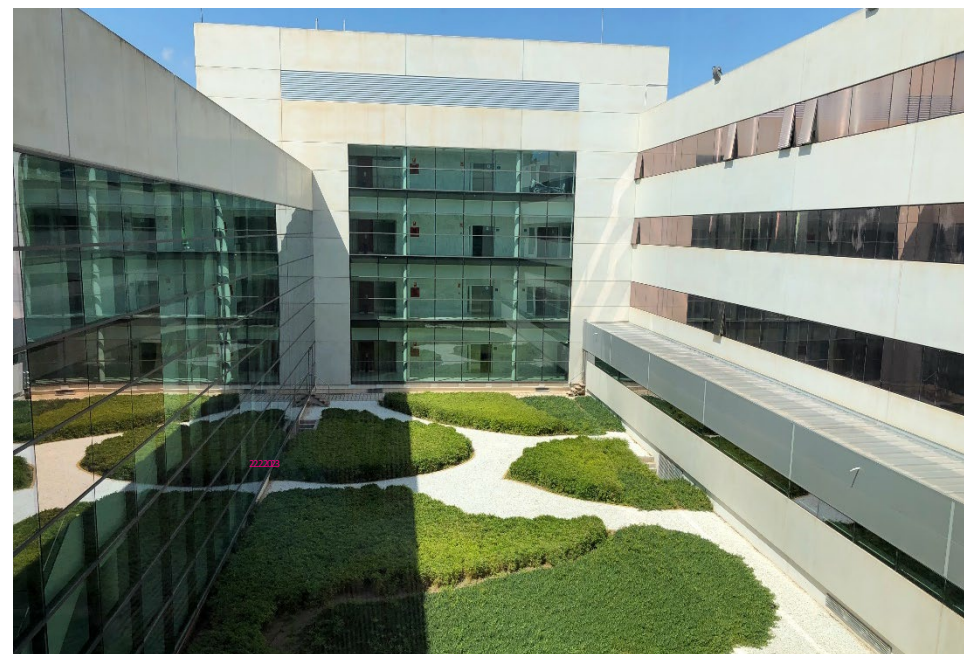


RIBERA SALUD – Vnitřní prostředí (svetlo, Umenie, recepcia)



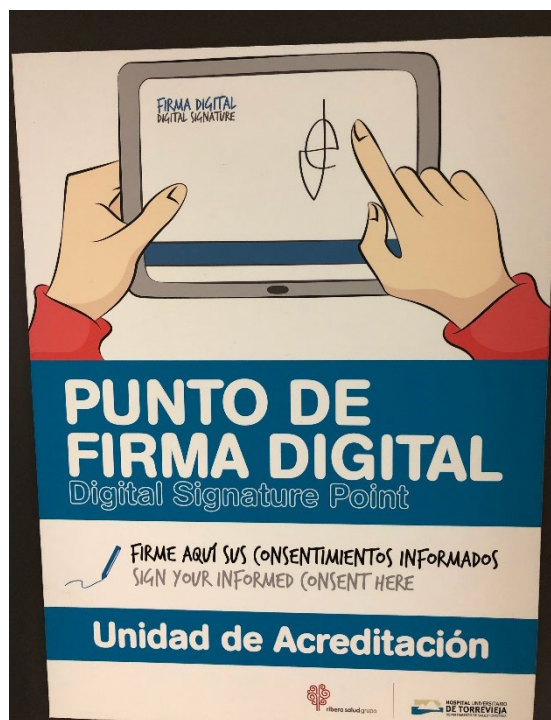


RIBERA SALUD – vnitřní prostředí (široké chodby, atrium, světlo)



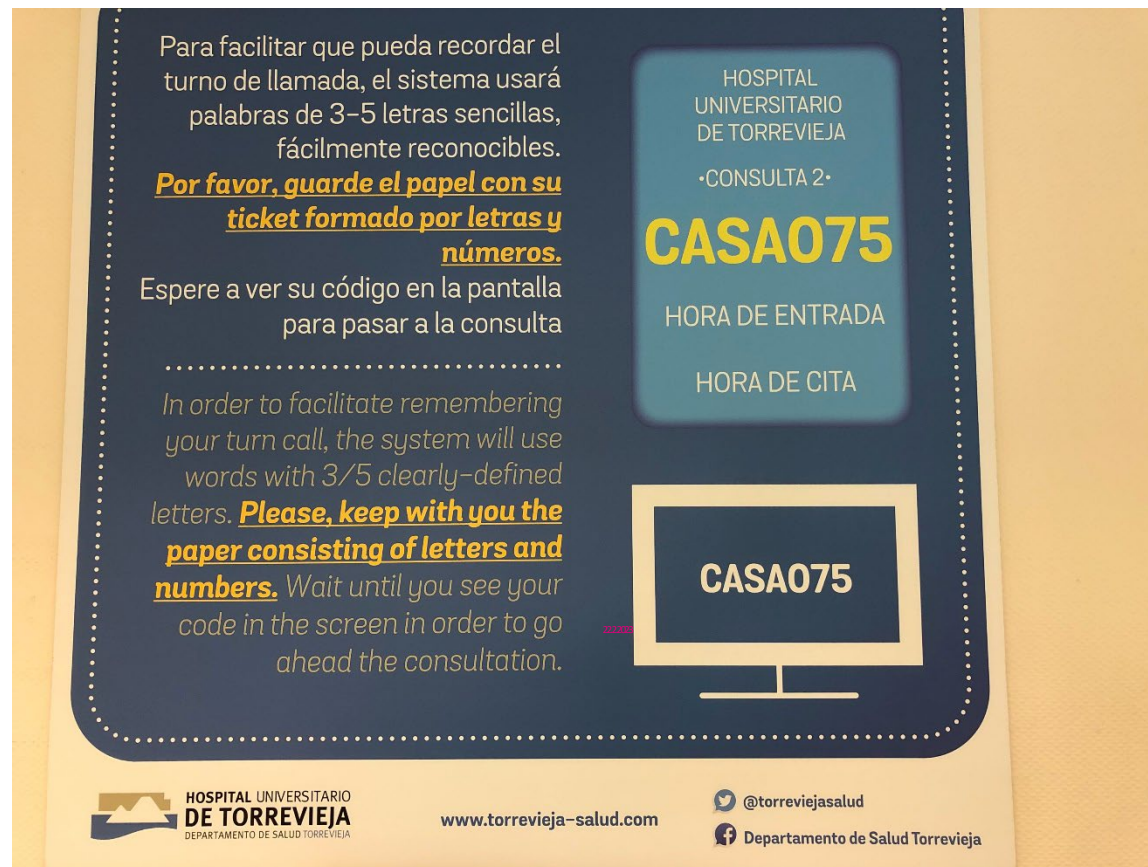
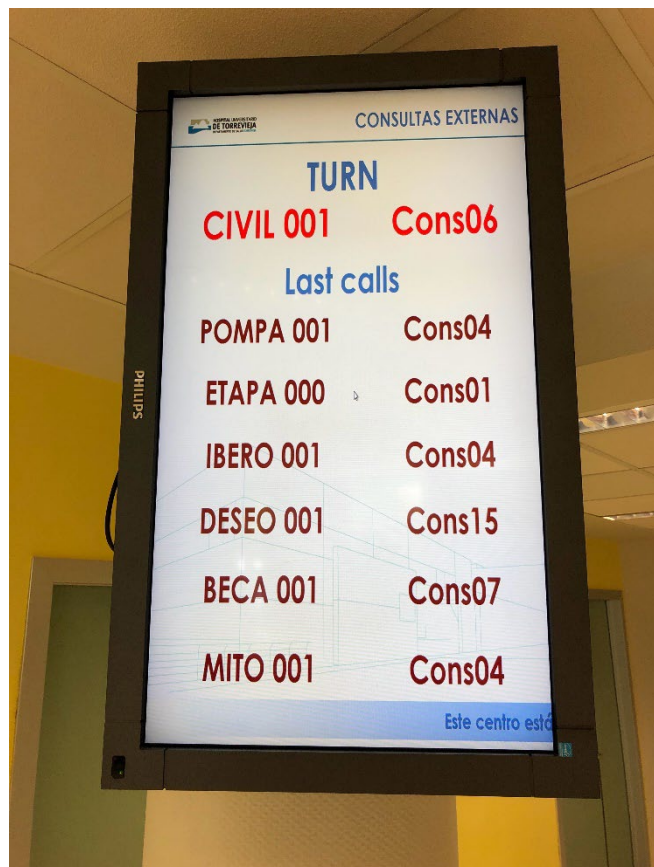


RIBERA SALUD - orientace



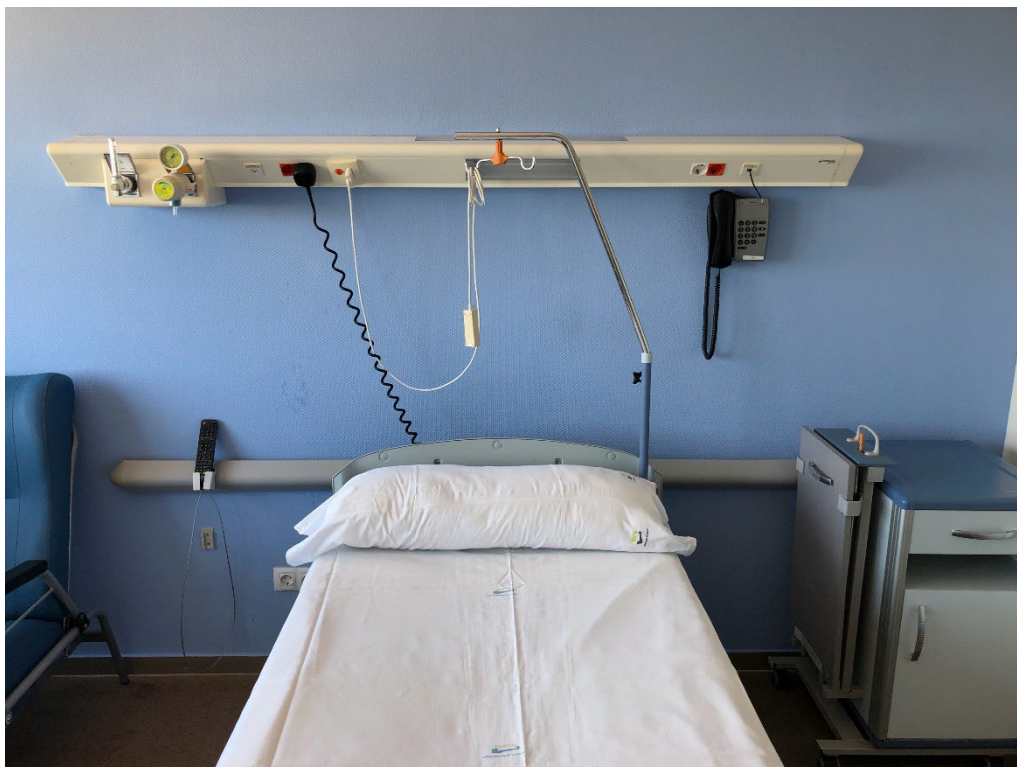


RIBERA SALUD - Transparentnost





RIBERA SALUD - izby





Ribera SalUD - Izby



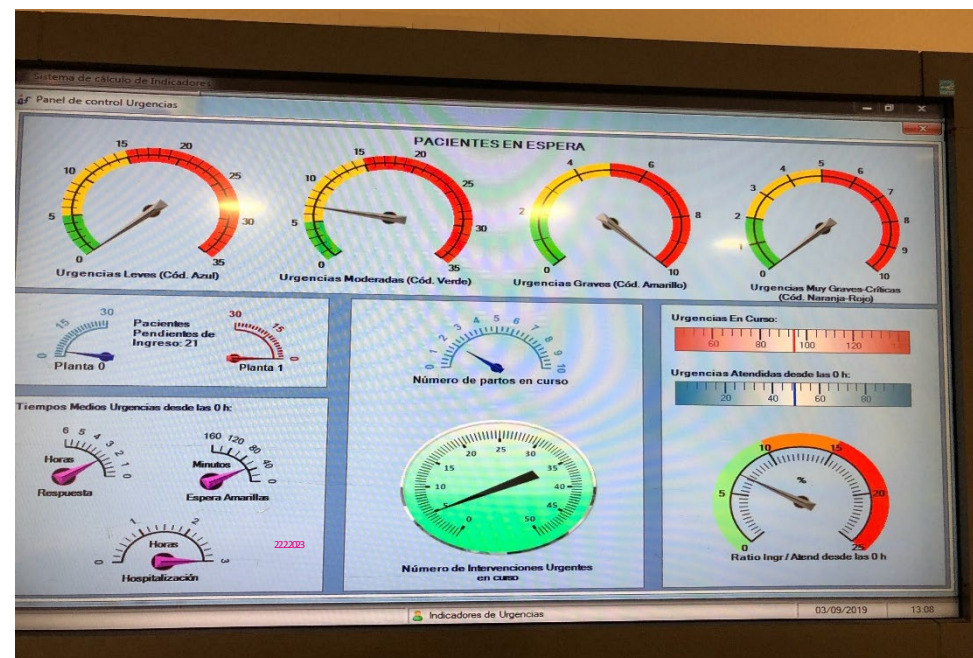


RIBERA SALUD – Bezpečnost





RIBERA SALUD – BEZPEČNOST





RIBERA SALDU – Svetlo a priestor





RIBERA SALUD – KOMFORT pacienta

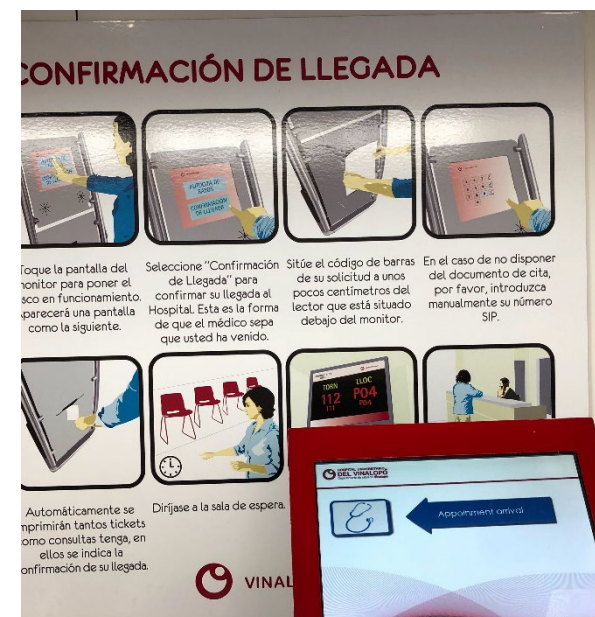




RIBERA SALUD – Komfort pacienta



RIBERA SALUD - informovanost





EVROPSKÁ UNIE
Evropské strukturální a investiční fondy
Operační program Výzkum, vývoj a vzdělávání



MINISTERSTVO ŠKOLSTVÍ,
MLÁDEŽE A TĚLOVÝCHOVY





EVROPSKÁ UNIE
Evropské strukturální a investiční fondy
Operační program Výzkum, vývoj a vzdělávání





3. SOR model

- Model stimul-organismus-reakce (SOR) byl vyvinut environmentálními psychology, aby pomohl vysvětlit účinky materiálního prostředí na chování spotřebitelů
- Model SOR se skládá ze tří složek
 - stimul = sada podnětů (zrak, zvuk, dotek, chuť a vůně)
 - organismus = lidský komponent (zaměstnanci / zákazníci, kteří jsou příjemci podnětů)
 - reakce = soubor reakcí nebo výsledků (vyhýbavé nebo přívětivé chování zaměstnanců / zákazníků)
- různé prvky materiálního prostředí, jako je exteriér, návrh interiéru, osvětlení atd., tvoří tzv. sadu podnětů, která je shromažďována prostřednictvím pěti smyslů. Tato sada podnětů může být efektivně řízená tak, aby se vytvořila přesvědčivá atmosféra, která u zákazníků vede k tvorbě očekávání

SOR model

- Při lidském komponentu je pozornost na reakcích zaměstnanců a zákazníků, které mohou být ovlivněny 3 základními emocionálními stavy
 - potěšení - nelibost
 - vzrušení - bez vzrušení
 - dominance - poslušnost





Sor model

- Emocionální stav potěšení - nelibost vyjadřuje míru spokojenosti spotřebitelů a zaměstnanců se službami
- Emocionální stav vzrušení - bez vzrušení odráží míru v které se spotřebitelé a zaměstnanci cítí vzrušení a stimulování
- Emocionální stav dominance - poslušnost odráží pocity kontroly a schopnost jednat svobodně v prostředí kde je služba poskytována



SOR model

Při reakcích zaměstnanců / zákazníků, SOR model sleduje 2 různé typy chování (přívětivé nebo vyhýbavé chování)

Spotřebitelské chování lze prokázat v jakékoli kombinaci čtyř způsobů

- 1.touha zůstat (přívětiví přístup) nebo opustit (vyhýbavé chování) prostředí poskytování služby
- 2.touha dále zkoumat a ovlivňovat prostředí služeb (přívětiví přístup) nebo tendence ignorovat to (vyhýbavé chování)
- 3.touha komunikovat s ostatními (přívětiví přístup) nebo ignorovat pokusy zaměstnanců komunikovat se zákazníky (vyhýbavé chování)
- 4.pocity spokojenosti (přívětiví přístup) nebo zklamání (vyhýbavé chování) se službou

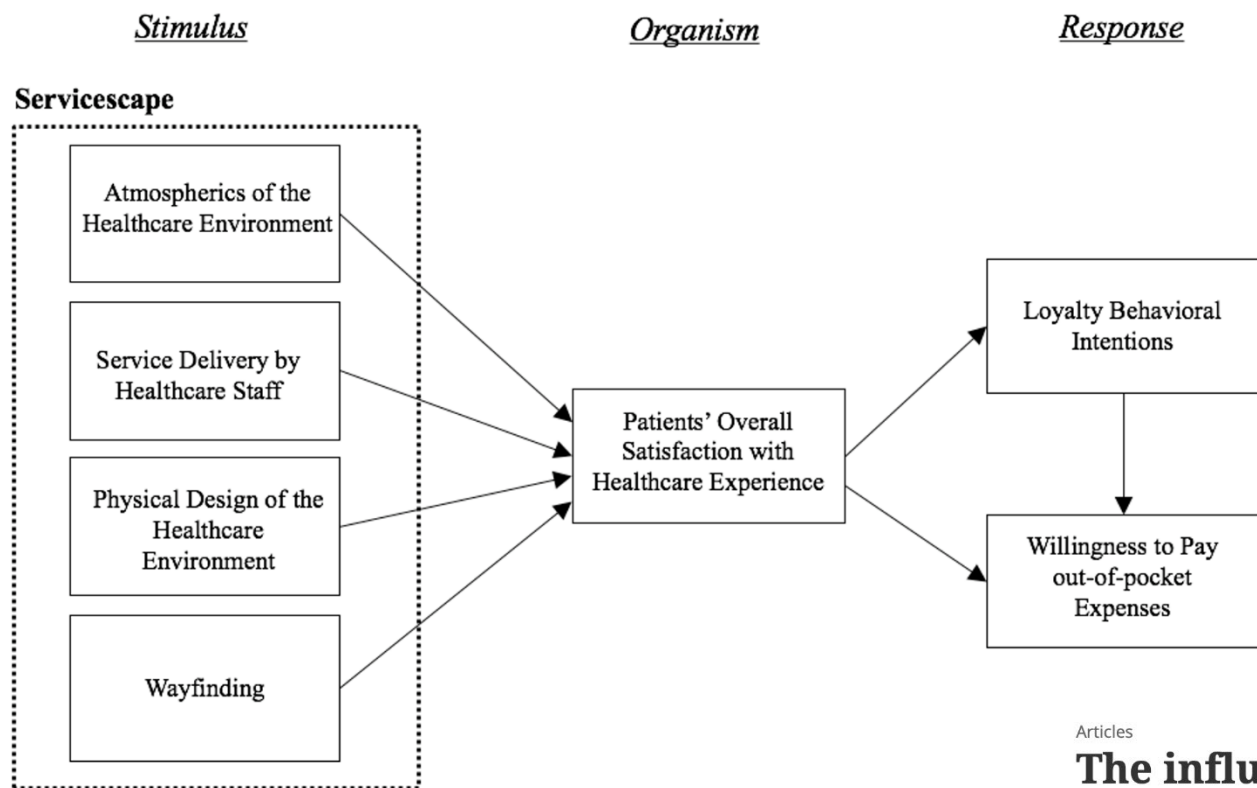


Figure 1. Servicescape framework for hospitable healthcare

Articles

The influence of hospitable design and service on patient responses

Courtney Suess & Makarand Mody

Pages 127-147 | Received 03 Apr 2017, Accepted 25 Sep 2017, Published online: 11 Oct 2017



4. Serviscapes/HEALTHSCAPES

- termín "serviscapes" označuje použití fyzických důkazů při návrhu prostředí kde se služba poskytuje s cílem ovlivnit chování spotřebitelů a zaměstnanců
- zjednodušeně se za tímto pojmem popisuje také provozní prostředí
- aplikace serviscapes znamená komplexní aplikace modelu SOR, který se přímo vztahuje na vliv materiálního prostředí na chování spotřebitelů a zaměstnanců
- vzhledem k neoddělitelnosti je pochopitelné, že prostředí pravděpodobně ovlivní tak spotřebitele jako i zaměstnance
- model je označován také jako indikátor kvality (kvalitní servicescape zvyšuje kvalitu služeb)
- navrhování serviscapes závisí také na tom v jaké míře jsou zákazníci zapojeni do koprodukcce služeb
- čtyři hlavní účely tvorby serviscapes jsou: (1) ovlivňování zkušeností a chování zákazníků; (2) signalizace kvality služby, strategie positioningu a diferenciacce, posílení značky; (3) prostředí se stane základním prvkem value proposition; a (4) usnadnění procesu poskytování služeb čím se zvyšuje kvalita i produktivita služeb



4. Serviscapes/HEALTHSCAPES

Healthscape can be defined as the emotional, affective, cognitive, and physiological influence on the patient-customer and staff-provider behaviors and outcomes caused by elements of the physical healthcare environment, including the facility and tangible elements of the service encounter.

Healthscape může být definován jako emoční, citový, kognitivní a fyziologický vliv na chování pacienta (zákazníka) a personálu (poskytovatele) a výsledky způsobené prvky fyzického prostředí zdravotní péče, včetně zařízení a hmatatelných prvků zdravotních služeb.

22.2.2023

HAN et AL: A systematic underpinning and framing of the servicescape: reflections on future challenges in healthcare services

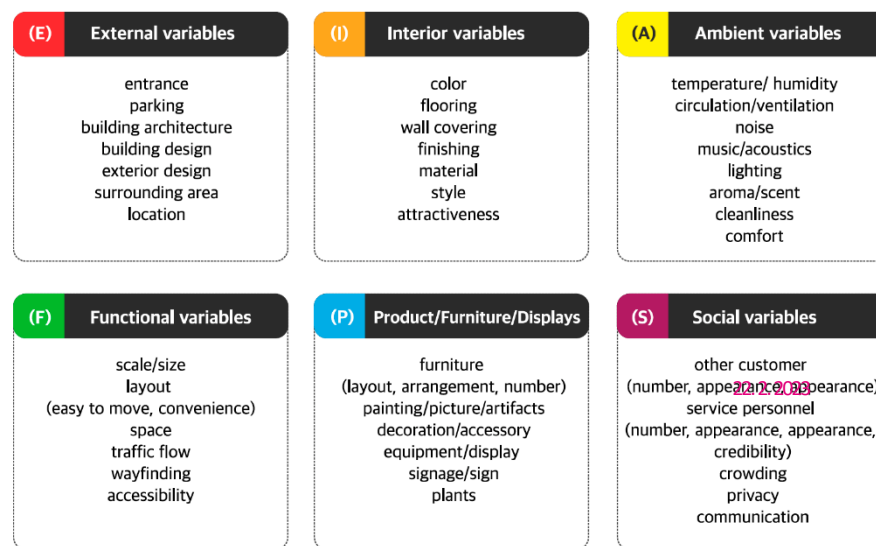


Figure 2. Classification of the six servicescape dimensions and factors.

HAN et al: A Systematic underpinning and framing of the servicescape: reflections on future challenges in healthcare services

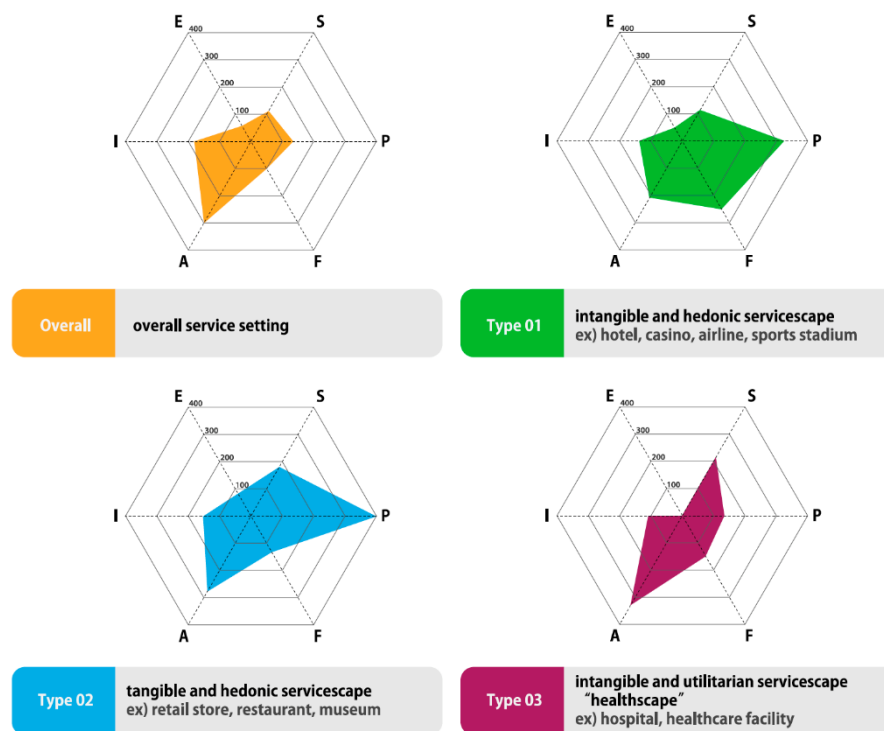
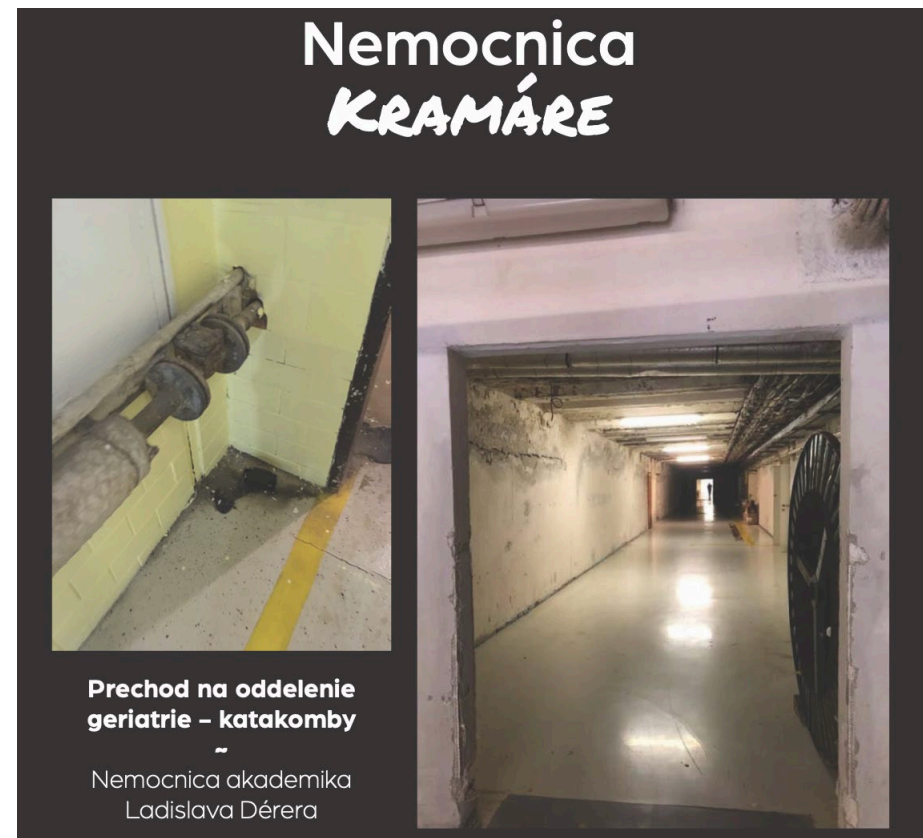


Figure 3. Results of factor classification by servicescape typology. *Note:* The abbreviations of the indicators are described as follows. (E): External variables, (I): Interior variables, (A): Ambient variables, (F): Functional variables, (P): Product/Furniture/Displays variables, (S): Social variables.



HEALTHSCAPES SLOVENSKO (Kniha plísni)

- Na setkání na Úřadu vlády Slovenské republiky (květen 2019) studenti medicíny předali sbírku fotografií špatného stavu nemocnic s názvem Kniha plísni.
- <http://srvs.eu/2019/05/07/cierna-kniha-slovenskych-nemocnic-kniha-plesni/>





HEALTHDESIGN.ORG

- The Role of the Physical Environment in the Hospital of the 21st Century
- Výzkumný tým z Texas A&M University a Georgia Tech prošli několika tisíc vědeckých článků a identifikovaly více než 600 studií o fyzickém prostředí v nemocnicích

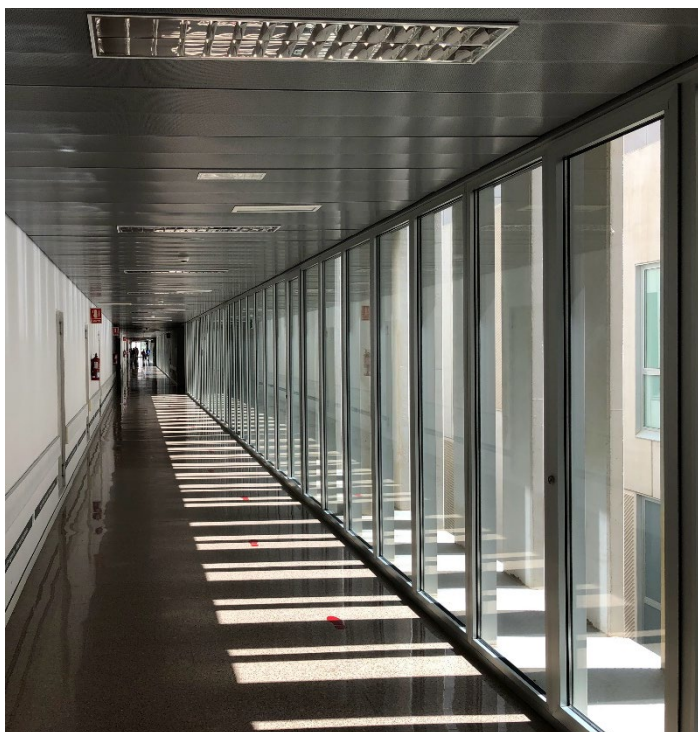
Dobré fyzické prostředí:

- Snižuje stres zaměstnanců
- Zvyšuje účinnost při poskytování péče
- Snižuje nozokomiální infekce
- Snižuje dezorientaci
- Snižuje hluk
- Více jasného světla - přírodního i umělého - může zlepšit zdravotní výsledky, jako je deprese, neklid, spánek
- Zahrady ve zdravotnickém prostředí (pozitivní změna nálady a snížení stresu)
- Zvyšuje spokojenost pacientů s kvalitou péče

22.2.2023



RIBERA SALUD





SHRNUTÍ

- Materiální prostředí je prostředí, v němž je služba poskytována a kde se firma a zákazník vzájemně setkávají, včetně veškerých hmatatelných komponentů, které usnadňují výkon nebo komunikaci služby
 - materiální prostředí je tedy primárně prostor (venkovní a vnitřní), v němž je služba poskytována, včetně vůně či zvuku v daném prostoru
 - mezi ostatní fyzické (hmatatelné) komponenty patří např. oblečení zaměstnanců, firemní vozidla, balení výrobku, vzhled webových stránek, vizitek, brožur atd.
- Model stimul-organismus-reakce (SOR) byl vyvinut environmentálními psychology, aby pomohl vysvětlit účinky materiálního prostředí na chování spotřebitelů
- Termín "serviscapes" označuje použití fyzických důkazů při návrhu prostředí kde se služba poskytuje s cílem ovlivnit chování spotřebitelů a zaměstnanců
- Healthscape může být definován jako emoční, citový, kognitivní a fyziologický vliv na chování pacienta (zákazníka) a personálu (poskytovatele) a výsledky způsobené prvky fyzického prostředí zdravotní péče, včetně zařízení a hmatatelných prvků zdravotních služeb.



Zdroje

- Nemocnice Berou, 2019. Vlastní foto.
- FN Motol, 2020. Vlastní foto.
- <http://srvs.eu/2019/05/07/cierna-kniha-slovenskych-nemocnic-kniha-plesni/>
- <https://youtu.be/OK9RbZ0QxJE>
- Ribera salud, 2019
- Mojeambulance.cz, 2020. (Online, dostupné na www.mojeambulance.cz//, cit. 10.9.2020)



DĚKUJI ZA POZORNOST