

Starejme se o svá srdce, zbude na roboty. VZP rozjela další fázi kampaně podporující povědomí o ceně péče

13.9.2023 - | Všeobecná zdravotní pojišťovna ČR

Na to, jaké může mít prevence pozitivní dopady na poskytování zdravotní péče v Česku, upozorňuje druhá fáze kampaně VZP Systemshop.cz, která odstartovala tento měsíc.

O tom, jak se prostřednictvím fiktivního e-shopu se zdravotní péčí daří zvyšovat povědomí o ceně služeb i přínosech prevence, si Zdravotnický deník povídal s náměstkem VZP pro služby klientům Ivanem Duškovem.

Jaké jsou ohlasy na jarní kampaň?

Ohlasy nás příjemně překvapily. V první řadě přišla pochvala od odborné veřejnosti. Obavy, jak kampaň budou vnímat lékaři a další profesionálové, se tak rychle ukázaly jako liché. Naopak jsme se v řadě případů setkávali s tím, že nás zdravotníci vybízeli, ať odkryjeme ceny i za další zákroky, za léčbu běžnějších chorob, s nimiž se lidé spíše ztotožní. Kampaň taky posbírala v Česku několik ocenění, dostala se do nejužšího výběru i v mezinárodních soutěžích. Neříkám, že se líbila všem, ale pozitivní ohlasy nad těmi negativními jednoznačně převládly.

Podepsala se nějak kampaň na čerpání péče?

Tak ambiciózní jsme v našich úvahách prozatím ani nebyli. Změnit uvažování lidí o čerpání péče, o benefitech, které nejen jim osobně, ale pro celý systém, nabízí prevence, to je běh na dlouhou trať a určitě to nezmění jedna kampaň. Proto bude další fáze následovat, proto chceme v tomto duchu a tato témata komunikovat i nadále. Tato kampaň ale měla upozornit na to, že zdravotnictví prostě není zadarmo a že v systému je celá řada rezerv. My jakožto strážci systému musíme být aktivnější i v komunikaci.

Fond prevence čerpalo v 1. pololetí o 20 procent klientů více než loni, může jít i o výsledek kampaně?

Čerpání fondu prevence budeme analyzovat až po skončení celého roku, uvidíme, kde došlo k největšímu nárůstu čerpání příspěvků. Bylo by asi předčasné to teď dávat na vrub kampaně, i když by mne to samozřejmě potěšilo. Už z průběžného dotazníkového šetření ale víme, že právě příspěvek naše klienty skutečně motivuje k tomu, aby podstoupili preventivní vyšetření třeba kožních znamének nebo na mamografu. Z mého pohledu tedy přesně plní svůj účel. A jestli díky kampani takových lidí přibude, budu jedině rád.

Jakým způsobem hodnotíte efekt a dopad kampaně?

Cílem kampaně bylo podpořit diskusi odborné i laické veřejnosti o financování systému zdravotní péče a významu prevence v něm. Investovali jsme do nákupu médií tak, aby se sdělení dostalo k co největšímu počtu lidí. Věříme, že díky neotřelé formě prezentující mnohdy překvapující ceny za lékařské zákroky jsme vzbudili pozornost i u lidí, které nechávají rady typu „jezte zdravě“ nebo „více se hýbejte“ chladnými.

Tento efekt se potvrdil právě z reakcí na kampaň. Věříme, že se i díky tomu postupně rozšiřuje okruh lidí, kteří se zajímají o hodnotu jimi čerpané zdravotní péče i její kvalitu. Dá se tak usuzovat například z nárůstu registrací do aplikace Moje VZP, která uživatelům nabízí mimo jiné výpis čerpané péče i hodnotu, kterou za daný zákrok pojišťovna lékařům zaplatila.

Rozhodli jste se na základě výsledků pro pokračování kampaně, případně kdy by k němu mělo dojít?

V kampani budeme pokračovat. Již začátkem září jsme spustili její druhou fázi. V ní přinášíme další informace, které umožní lépe pochopit, že prevence znamená kromě lepší šance na vyléčení také obrovské úspory celého zdravotního systému a investování těchto úspor například do více lepších technologií a inovativních léčiv.

Jak by mělo pokračování vypadat, na co by mělo cílit?

Druhá fáze kampaně akcentuje důležitost zodpovědného přístupu k prevenci u každého z nás. Jak již bylo řečeno, nejen z pohledu šancí na vyléčení, ale také z pohledu zdravotnictví jako celku a zejména jeho financování. Pokud by každý z nás udělal více pro vlastní zdraví v oblasti prevence, znamenalo by to pro celý zdravotní systém obrovské úspory. A díky těm můžeme financovat modernější a dostupnější zdravotní péči. Pro ilustraci tohoto sdělení kampaně jsme zvolili tři nejčastější onemocnění v České republice, kterým se dá účinně předcházet prevencí. Jsou to kardiovaskulární choroby, diabetes 2. typu a rakovina prsu. Cílem je změnit uvažování o čerpání péče cestou srozumitelné motivace k prevenci a péči o vlastní zdraví.

<https://www.vzp.cz/o-nas/aktuality/starejme-se-o-sva-srdce-zbude-na-roboty-vzp-rozjela-dalsi-fazi-kampane-podporujici-povedomi-o-cene-pece>