



foto. Agencja Gazeta



Najlepszą witryną internetową NFZ jest portal Małopolskiego Oddziału Funduszu, kierowanego przez Marię Janusz

Ranking *Menedżera Zdrowia*: NFZ w sieci – jakie informacje można znaleźć na portalach internetowych oddziałów Funduszu

CyberNFZ

Marcin Janowski

Polityka informacyjna w zarządzaniu systemem ochrony zdrowia jest jak znieczulenie w pracy chirurga (*na upartego* można bowiem część zabiegów przeprowadzić bez podania anestetyku). Bez dobrych stron internetowych NFZ też będzie realizować swoje zadania. Trzeba jednak pamiętać, że potencjalni klienci coraz częściej oczekują zrozumiałych i przyjaznych komunikatów od instytucji, z którymi chcą (lub muszą, a tak jest w wypadku NFZ) współpracować.



1. Strony dla pacjenta – Kraków

Spółczesność informacyjna dotyka sfery zdrowia. Głównym klientem NFZ są pacjenci i świadczeniodawcy, kontraktujący lub mający zamiar podpisać umowy na świadczenia zdrowotne. To oni utrzymują ubezpieczyciela, płacąc sowite wynagrodzenia, także osobom odpowiedzialnym za komunikację społeczną.

16 odsłon NFZ

Na pierwszy rzut oka wydawać by się mogło, że strony oddziałów NFZ niczym się nie różnią. Podobny wygląd i treści. Jednak wnikliwa analiza zawartych – lub raczej brakujących – informacji daje podstawy do stworzenia rankingu stron oddziałów NFZ. Badania prowadzone w Stanach Zjednoczonych wykazały, że z informacji zdrowotnych korzysta 80 proc. dorosłych internautów (w 2000 r. było to 50 proc. wszystkich użytkowników Internetu). Tendencja wzrostowa widoczna jest także w Polsce, choć w oficjalnych statystykach liczba odsłon na stronach oddziałów NFZ nie jest imponująca.

Nikogo nie trzeba przekonywać, że warto korzystać ze stron internetowych – natychmiastowy przekaz komunikatów, możliwość wyboru tematu spośród wielu



propozycji, dostępność przez całą dobę, możliwość błyskawicznej aktualizacji i pełna interaktywność. Za pośrednictwem sieci upowszechnianie informacji o instytucji i jej usługach jest bezpłatne, co służy działalności typu *publicity*. Czy zatroskane o dobro pacjentów oddziały NFZ wykorzystują szansę na budowanie relacji z potencjalnymi klientami, jaką daje Internet? Niestety – w sporej części – chaos informacyjny, skomplikowane teksty i unikanie jak diabeł święconej wody reguły *3 kliknięć* nie daje podstaw do dobrych ocen internetowych zasobów NFZ.

Ukrywanie informacji

Twórcy większości stron internetowych regionalnych oddziałów NFZ zapomnieli o najważniejszym



1. Krakowski porządek

NFZ w Internecie

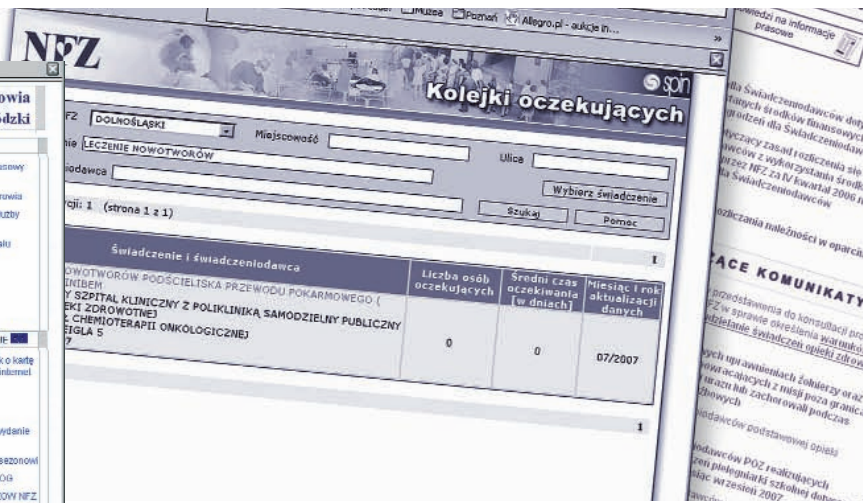
Ranking stron internetowych NFZ

Miejsce	Oddział	Siedziba	Punkty
1	Małopolski Oddział NFZ	Kraków	40
2	Zachodniopomorski Oddział NFZ	Szczecin	34
3	Podkarpacki Oddział NFZ	Rzeszów	32,5
4	Łódzki Oddział NFZ	Łódź	32
5	Mazowiecki Oddział NFZ	Warszawa	31,5
6	Lubuski Oddział NFZ	Zielona Góra	31
7	Śląski Oddział NFZ	Katowice	30,5
8	Lubelski Oddział NFZ	Lublin	30
9	Dolnośląski Oddział NFZ	Wrocław	29
10	Pomorski Oddział NFZ	Gdańsk	28,5
10	Wielkopolski Oddział NFZ	Poznań	28,5
11	Warmińsko-Mazurski Oddział NFZ	Olsztyn	26,5
12	Podlaski Oddział NFZ	Białystok	25,5
13	Opolski Oddział NFZ	Opole	24,5
14	Kujawsko-Pomorski Oddział NFZ	Bydgoszcz	24
15	Świętokrzyski Oddział NFZ	Kielce	23



2. NFZ woj. zachodniopomorskie

kliencie. Robią wiele, by utrudnić dostęp do informacji, zakamuflować poufne dane (*przecież lepiej pracowałoby nam się bez pacjentów*). Na palcach jednej ręki można wyliczyć portale, na których pacjenci w sposób prosty mogą odszukać interesujące ich dane. Przykładem jest rozróżnianie ubezpieczonego od świadczeniobiorcy albo pacjenta? A zdarza się, że podstrony dotyczącego jednego odbiorcy są rozdzielone. Czasem brakuje konsekwencji w zamieszczaniu informacji, a lokalizacja poszczególnych linków zaskakuje. Na stronie oddziału lubelskiego w dziale dla pacjenta nie znajdzie się informa-



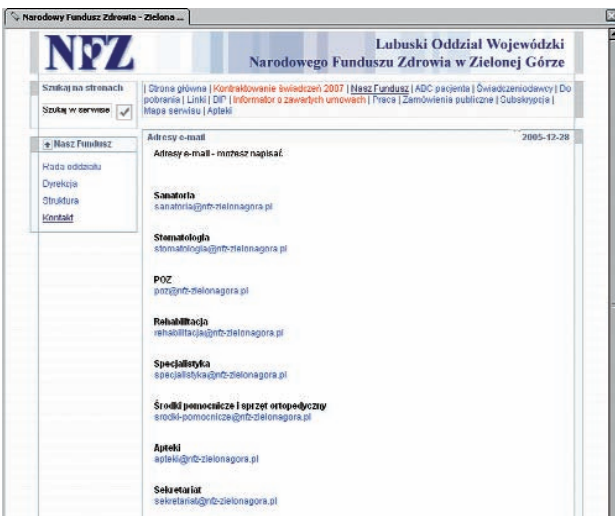
cji np. o dyżurujących stomatologach. Owszem, dane te są, ale wśród ciekawostek dotyczących wysokości wynagrodzenia w różnych grupach zawodowych. Na tle podobnych stron wyróżnia się przede wszystkim małopolski oddział Funduszu. Tam pacjenci łatwo znajdują niezbędne informacje, a poza tym widać dbałość o komunikację społeczną. Również oddział lubuski wszystkie informacje dla pacjentów zamieścił w jednym, łatwo dostępnym miejscu. Twórcy strony nie ograniczyli się też jedynie do podania informacji o kolejkach oczekujących i liście świadczeniodawców.

Na żadnej ze stron nie ma kompleksowej informacji o systemie odpłatności za leki. Może zbyt wiele oczekują, choć pewnie znalazłaby się grupa zainteresowanych zagadnieniem (dlaczego raz trzeba płacić 30 proc., a innym razem 50 proc. ceny leku?). Wyszukiwarka tanich leków jest np. na stronie oddziału dolnośląskiego. Choć nie działa, to liczą się dobre chęci. Nieco lepiej wypadły te oddziały, które umieściły link do wyszukiwarki tańszych zamienników leków na stronie Ministerstwa Zdrowia. Czasem nie trzeba jednak wyszukanych form, by stworzyć poprawną stronę. Tak też prezentuje się – na pierwszy rzut oka wyglądająca jak uboga krewna – strona oddziału lubuskiego.

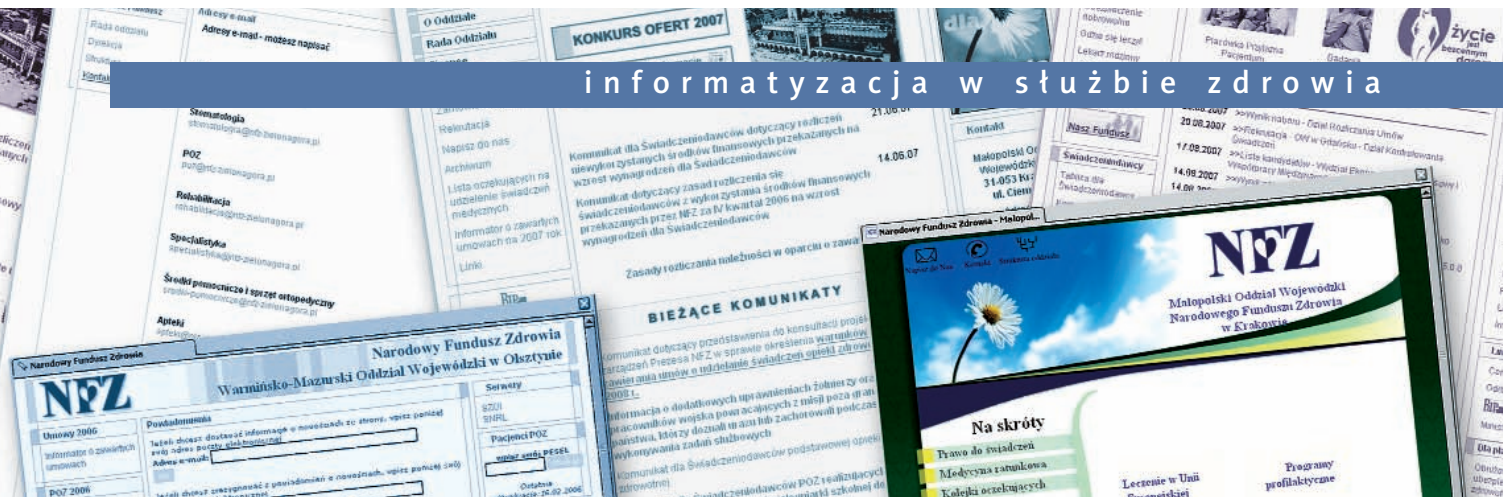
Wirtualny labirynt

Przy ocenianiu strony internetowej konieczne jest sprawdzenie jej interaktywności. Szybkie znalezienie właściwego adresu internetowego, możliwość wyrażenia własnej opinii, a przede wszystkim uzyskanie informacji zwrotnej jest najważniejsze w komunikacji wirtualnej. Co oferują strony NFZ? Zaledwie 5 oddziałów odpowiedziało w ciągu 48 godz. na pytanie pacjenta. Reszta zignorowała problem bądź przesłała odpowiedź znacznie później. Dla porównania – brytyjski NHS na pytanie zadane e-mailem odpowiada w ciągu 3 godz. Czyżby osoby odpowiedzialne za komunikację za bardzo do serca wzięły sobie powiedzenie, że milczenie jest złotem? Podanie właściwych kontaktów e-mail nie jest chyba wygórowanym oczekiwaniem (dobrze opracowane dane na ten temat ma m.in. oddział lubuski).

Mnogość informacji w dzisiejszym świecie wymaga, by były dobrze oznaczone i proste do znalezienia. Otwierając stronę www, nie chcemy tracić czasu na wertowanie jej zawartości w poszukiwaniu nowości (a nie wiadomości ze stycznia 2007 r.). Na stronach



6. Do kogo napisać – informacja o adresach e-mail lubuskiego oddziału NFZ



NFZ dane znajdujące się pod winiętą *Aktualności* nie zawsze to kryterium spełniają. Warunkiem *sine qua non* nie jest jeszcze podział komunikatów na te, które dotyczą pacjentów, świadczeniodawców i na te, które są nowością. Portale NFZ podejmują próby sprostania temu wyzwaniu, jednak z różnym skutkiem. Wyjątkowy galimatias informacyjny jest na portalu NFZ województwa kujawsko-pomorskiego. Na przykład w zakładce *Co nowego* są zarówno informacje dla pacjentów, jak i świadczeniodawców.

Internet umożliwia dostęp do niezbędnych dokumentów i wzorów druków. Na większości stron można pobrać druki, a także przesłać je elektronicznie – np. druk Europejskiej Karty Ubezpieczenia Zdrowotnego. Dobrym przykładem jest oddział łódzki, oferujący niemal wszystkie niezbędne pacjentowi dokumenty.

FAQ, czyli najczęściej zadawane pytania, znalazły się jedynie na kilku stronach NFZ. Na portalu wielkopolskiego oddziału świadczeniodawcy mogą wymieniać informacje, a pacjenci w dość przyzwoity sposób sprawdzić odpowiedzi na wcześniej zadawane pytania (tak jest też np. na stronach dolnośląskiego NFZ).

Gąszcz informacji

Dość poważnym uchybieniem jest złożoność przekazu. Kilkakrotnie prowadzone analizy zasobów www, zawierających informacje dotyczące problematyki zdrowotnej (m.in. w USA, Wielkiej Brytanii i Szwecji) sugerują, że materiały są napisane zbyt trudnym językiem. Także ich zakres jest zbyt obszerny, co stwarza problemy ze zrozumieniem przekazu przez potencjalnych pacjentów. Warto bowiem zwrócić uwagę, że osoby korzystające z zasobów internetowych nie czytają dokładnie długich tekstów. Prawie 80 proc. z nich czyta je w sposób uproszczony (poza tym zapoznanie się z materiałem na ekranie komputera zajmuje ok. 25 proc. czasu niż czytanie informacji drukowanej). Czy zatem tak trudno uprościć teksty, używać krótkich zdań, uwidaczniać słowa kluczowe lub rozpoczynać teksty od streszczenia? Warto się też zastanowić nad tworzeniem tekstów w formie paragrafów, zawierających 6–8 zdań i wykorzystywać nagłówki różnicujące.

Świadczeniobiorcy, choć należą do wyedukowanej grupy użytkowników zasobów NFZ, też borykają się z problemami. Trudności stwarza znalezienie kontaktu do osób odpowiedzialnych za dane zakresy świadczeń

czy rozliczenia z NFZ (jak w wypadku oddziału wielkopolskiego). Na stronach są komunikaty stwarzające trudności interpretacyjne lub ginące w gąszczu informacji ważne newsy. Także systemy służące do wymiany informacji przy rozliczeniach nie są w opinii użytkowników zbyt przyjazne.

Sami sobie

Czytając komunikaty na stronach internetowych NFZ, ma się nieodparte wrażenie, że pisane są one dla samych urzędników. Jedno z praw Murphy'ego mówi, że każde rozwiązanie rodzi nowe problemy. Tak też jest często w wypadku komunikatów NFZ na stronach internetowych. Perelką informacyjną obrazuje nie tak dawny komunikat NFZ, informujący, że *rozliczeń świadczeń w zakresie hospitalizacji należy dokonywać zgodnie z obowiązującym prawem...* Czyż nie stanowi to – mówiąc modnym dziś językiem – pełnej prawdy? Problemem bywają też komunikaty *znikające* z archiwum regionalnych stron NFZ.

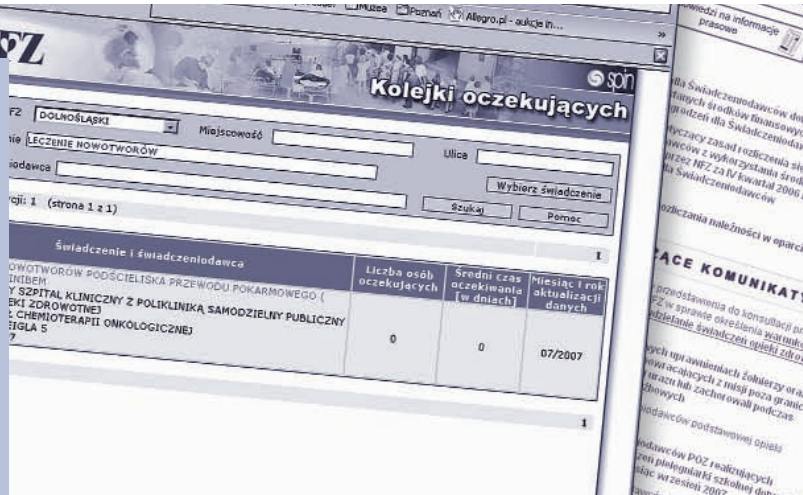
O radosnej twórczości urzędników najlepiej świadczy komunikat na stronie jednego z oddziałów: (...) *Informacja przypominająca o konieczności złożenia podpisu*



11. Nowości na e-mail – dobry przykład powiadomiania bez konieczności przeszukiwania zawartości strony – NFZ Olsztyn

Internetowy lajkonik

Najlepszym oddziałem pod względem dbałości o komunikację jest Małopolski Oddział NFZ. Strona nie tylko wyróżnia się grafiką, ale przede wszystkim jest przejrzysta, czytelna i łatwa w nawigacji. Szczegółowo opracowano materiały dla pacjentów. Zamieszczono informatory i ciekawie opracowany *Małopolski informator profilaktyczny*. Teksty, zwłaszcza promujące akcje profilaktyki zdrowotnej, są zrozumiałe, a liczba kampanii społecznych stawia ten oddział na 1. miejscu działań PR. Strona krakowskiego NFZ to wyjątek wśród przeciętnych portali internetowych NFZ.



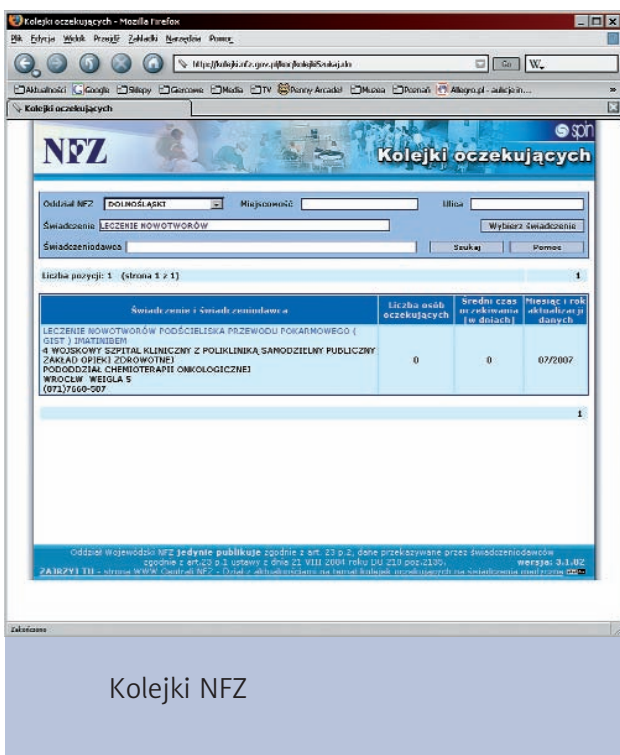
przez ubezpieczonego w punkcie V, skierowania dla celów leczenia uzdrowiskowego. Zgodnie z ustawą z dnia 29 sierpnia 1997 r. o ochronie danych osobowych (Dz.U. nr 101 poz. 926 z póź. zm.) ubezpieczony ma obowiązek podpisać oświadczenie wyrażające zgodę na przetwarzanie dla celów leczenia uzdrowiskowego (...).

Użytkownicy stron NFZ mogą wymagać, by informacje były zawsze aktualne. Niestety, bywa, że twórcy stron nie nadążają za zmianami. Na głównej stronie NFZ jest zapis, że pacjent ma prawo do kopii własnej dokumentacji medycznej. Co z tego, że w grudniu 2006 r. weszła nowelizacja przepisów umożliwiająca wypożyczenie oryginałów dokumentacji? Ponad 7 mies. to chyba zbyt mało na wprowadzenie zmian na stronie internetowej...

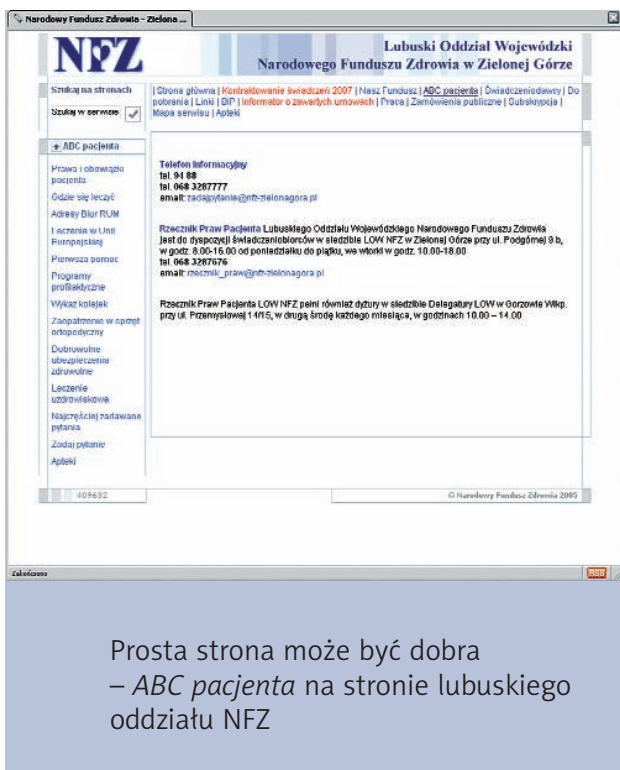
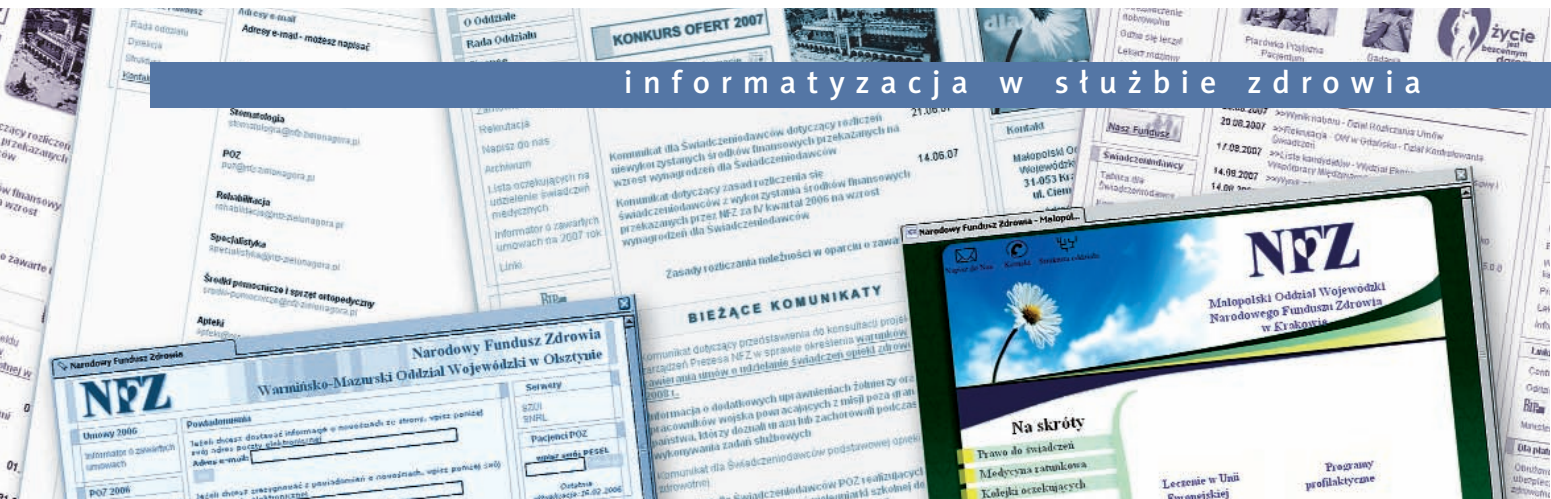
Zgadywanka

Na wszystkich stronach można znaleźć interesującą nas lecznicę i sprawdzić, jak długo trzeba czekać na świadczenia medyczne. Te systemy informacyjne przywodzą na myśl koszyk świadczeń – niby jest, ale

tak naprawdę go nie ma. Szczególnie skomplikowane jest dotarcie do informacji o okresach oczekiwania na świadczenia. Należy bowiem wpisać w odpowiednie pole zapytanie odpowiadające dokładnie nomenklaturze używanej w kontraktowaniu świadczeń. Przykład? Po wpisaniu w wyszukiwarce oddziału dolnośląskiego *leczenie nowotworów*, pojawia się zaledwie jeden ośrodek (na całe województwo!), w którym notabene, jak wynika z informacji, *pacjenci nie muszą czekać na przyjęcie*. Nie bez winy są jednak same szpitale. W opinii przedstawicieli NFZ (cytat wypowiedzi pracownika NFZ: *Proszę zadzwonić do placówek i popytać o terminy. Można spróbować odnaleźć terminy oczekiwań w kolejkach, ale nie radzę, bo placówki niezbyt sumiennie podają dane*) część danych na stronach www jest niewiarygodna. Szkoda więc, że nie umieszczono informacji, iż okresy oczekiwania są przybliżonym czasem do realizacji procedury (dlatego termin warto potwierdzić telefonicznie, nim pacjent zdecyduje się pojechać do szpitala czy poradni). Nieco odmiennie oddziały regionalne podchodzą do systemu wyszukania placówek, w których pacjenci mogą się leczyć bezpłatnie. I to chyba jest jeden z największych problemów portali internetowych NFZ. A przecież to zasadnicza informacja dla klienta, instytucji ubezpieczeniowej – gdzie się leczyć? Pomińmy fakt, że wyszukiwarka domaga się *wpisania nazwy produktu kontraktowanego*. Nawet bardziej wyedukowany pacjent może mieć trudności z rozszyfrowaniem, co kryje się pod nazwą *produkt kontraktowany*. Tymczasem, aby skorzystać z wyszukiwarki świadczeń, konieczne trzeba wypełnić to pole. Warto jednak podkreślić, że określenia te znane są – poza *funduszowymi* specjalistami – wąskiej grupie osób zawodowo związanych z ochroną zdrowia. Złota zasada komunikacji mówi, by w relacjach z otoczeniem zewnętrznym unikać żargonu specjalistycznego. Znacznie lepsze rozwiązanie zastosowały oddziały, które zamiast konieczności wpisywania nazwy *produktu*, zaproponowały opcje wyboru dziedzin medycznych (dobre wyszukiwarki ma np. oddział śląski). Choć i tu przeciętny Kowalski może mieć problem z odnalezieniem właściwej informacji. Na stronie jednego z oddziałów jest weryfikator osób objętych programem profilaktycznego wykrywania raka piersi i raka szyjki macicy. Po wpisaniu nr PESEL ukazuje się jednak tylko informacja, że np. dana osoba nie wykonywała badań profilaktycznych w ostatnich 3 latach. Bez słowa komentarza, co to oznacza.



Kolejki NFZ



Prosta strona może być dobra – ABC pacjenta na stronie lubuskiego oddziału NFZ

Sprostowana strona

NFZ nie jest ulubioną instytucją dziennikarzy. I trochę w tym winy służb PR NFZ. Spoglądając na materiały dla dziennikarzy (są one jedynie na kilku stronach NFZ – dobrym przykładem jest oddział łódzki i zachodniopomorski), odnosi się wrażenie, że głównym zajęciem rzeczników prasowych są... sprostowania. Brylują w tym oddziały wielkopolski i podkarpacki. Na ich stronach rzecznicy prasowi zajmują się przede wszystkim wyjaśnieniami z góry kłamiwych materiałów prasowych. Z przykrością należy stwierdzić, że portalom brakuje profesjonalnego, internetowego biura prasowego. W takiej przestrzeni w jednym miejscu można zamieszczać nie tylko komunikaty prasowe, ale także szczegółowe informacje o akcjach profilaktycznych, czy bazy materiałów edukacyjnych. To także miejsce na informację o instytucjach współpracujących z NFZ (tylko oddział zachodniopomorski informuje, jakie szpitale podpisały kontrakt, mają certyfikat ISO lub akredytację).

Informacja według Kiepskich

Jakość zamieszczanych na stronach NFZ informacji i ich zakres może wpływać na zaufanie do tej instytucji. Pacjent – także na podstawie przekazów – podejmuje decyzje dotyczące np. tego, czy potrzebuje konsultacji lekarskiej, jaką formę terapii powinien wybrać, czy powinien się poddać badaniom przesiewowym, zmienić styl

„ Strony internetowe oddziałów NFZ charakteryzuje chaos informacyjny, skomplikowane teksty i unikanie jak diabeł święconej wody reguły 3 kliknięć ”

życia. Informacja odgrywa bardzo ważną rolę zwłaszcza w wypadku programów profilaktycznych. Witryny NFZ powinny być częścią strategii informującej o możliwościach leczenia, ale także budującej wizerunek i promującej usługi profilaktyki zdrowotnej. By spełnić swoją funkcję, informacje przede wszystkim powinny być dostępne dla pacjentów i przygotowane w sposób zrozumiały. Tworząc stronę, trzeba uwzględnić identyfikację i zrozumienie potrzeb informacyjnych zarówno pacjenta, jak i instytucji świadczących usługi i współpracujących z branżą medyczną. Dlatego należy się skupić na informacjach przydatnych, opracować je w sposób prosty i łatwy do wyszukania. Czy jest to tak trudne? ■

Jak przeprowadziliśmy ocenę stron regionalnych oddziałów NFZ?

Do oceny 16 stron NFZ przygotowano kwestionariusz zawierający 26 pytań. Sprawdzaliśmy m.in. informacje dla pacjentów, dane dla świadczeniodawców, w tym informacje o kontraktowaniu, łatwość wyszukania informacji, zrozumiałość przekazu, wygląd strony. Największą uwagę zwracano na przekazy dla pacjentów. Do wszystkich oddziałów NFZ przesłano także pytanie e-mailem od pacjenta, chcącego uzyskać informację o szpitalu, w którym można wykonać zabieg. Maksymalnie witryna internetowa mogła uzyskać 51,5 pkt.