



graf. Jacek Rożek

Ranking najlepszych internetowych stron szpocz-ów i nzoz-ów

Szpital Kliniczny im. ks. Anny Mazowieckiej
i Centrum Medyczne Damiana
zwycięzcami rankingu

www.szpital.pl

Rafał Staszewski, Angelika Staszewska

Miarą naszego zapóźnienia, ale i próby dogonienia światowej czołówki, jest odsetek szpitali (niecałe 60 proc.) mających własne witryny internetowe. Najwięcej portali mają placówki w województwach świętokrzyskim, mazowieckim i wielkopolskim, najmniej zaś w podlaskim i lubuskim.

Jakie podstawowe elementy powinna zawierać witryna internetowa szpitala? Po pierwsze, powinny to być informacje, których oczekuje pacjent. A jak wygląda wirtualna rzeczywistość?

e-mail lekarza

Zgodnie z przewidywaniami, zdecydowana większość szpitali zamieszcza na swoich stronach informacje teleadresowe. Po dokładnym

sprawdzeniu odnośników okazało się jednak, że aż w 11,5 proc. wypadków nawet tych danych nie było.

Wiele osób wymagających hospitalizacji to przyjezdni, nie zawsze wiedzący, gdzie się mieści szpital. Logiczne wydaje się więc umieszczanie w serwisie planów wskazujących położenie placówki oraz informacji o komunikacji miejskiej. Na taką formę zdecydowało się 39,3 proc. badanych szpitali.

Prawie 70 proc. ośrodków zamieszcza podstawowe informacje o oferowanych świadczeniach. Niestety, ograniczają się one zazwyczaj do najważniejszych danych na temat oddziałów, bloków operacyjnych oraz procedur diagnostycznych. A to nie zawsze odpowiada oczekiwaniom pacjentów, ponieważ podanie informacji, np. o tym, że w szpitalu jest oddział nefrologii i świadczy usługi w tym zakresie, jest niewystarczające. Pacjent nie musi bowiem wiedzieć, czym zajmuje się ta dziedzina medycyny. Administratorzy serwisów internetowych, zwłaszcza w USA, przywiązują dużą wagę do tego, by publikacje były zrozumiałe dla internautów i znajdowały się w nich wszystkie dane na temat profilu świadczeń. W Polsce rozbudowane informacje o świadczeniach (napisane w przystępny sposób, a nie w żargonie lekarskim) znajdują się na stronach 61,5 proc. szpitali.

Interaktywność strony internetowej umożliwia z kolei m.in. nawiązywanie kontaktu z pacjentem. W portalach zagranicznych szpitali często jest forum dyskusyjne oraz dział najczęściej zadawanych pytań. W Polsce listę najczęściej zadawanych pytań i odpowiedzi ma zaledwie do 2 proc. ośrodków.

Zasada trzech kliknięć

Na uwagę zasługuje serwis forum dyskusyjnego, np. Szpitala Ginekologiczno-Położniczego im. Świętej Rodziny w Warszawie. Podzielono go na kilka sekcji tematycznych. W każdej umieszczono pytania do położnej, omówiono problematykę położnictwa, ginekologii i neonatologii. Autorzy serwisu zachęcają do dzielenia się obawami i pytaniami na temat opieki nad noworodkiem oraz zdrowia kobiety. Inspirujące forum dyskusyjne, na którym znajdują się nawet krytyczne wypowiedzi pacjentów, ma na swojej witrynie Centrum Medyczne Damiana.

W wypadku internetowych stron szpitali sprawdza się także zasada *trzech kliknięć* (jeśli szybko nie udaje się znaleźć poszukiwanych informacji, internauta szuka innej strony). Dlatego też najważniejsze wydaje się wyodrębnienie na podstronie portalu internetowego działu z informacjami dla pacjenta. W Polsce takie podstrony posiada 30,6 proc. witryn. Dane w ogólnym serwisie i na podstronach dla pacjentów powinny zawierać ponadto informacje niezbędne dla niego, np. zasady przyjęć. Na swoich serwisach uwzględniło je zaledwie 23,4 proc. szpitali.

1. Szpital Kliniczny im. ks. Anny Mazowieckiej, Warszawa **100,0 pkt**



Operacja w Internecie

Zabiegi świadczone przez szpitale mogą u wielu osób budzić obawy i niepokój. Wczesniejsze zapoznanie się z charakterystyką zabiegu pozwala się przygotować do procedury. Internet jest doskonałym miejscem, gdzie można takie dane zamieszczać. Opis technik i procedur medycznych dostępny jest na ponad 9 proc. stron internetowych polskich szpitali. W wielu wypadkach są to jedynie informacje o zakresie działalności i charakterystyce procedur leczniczych. Zdarzają się jednak rozbudowane informatory z rycinami i szczegółowym opisem. Niepubliczny szpital Clinica Me-

1. Centrum Medyczne Damiana, Warszawa **100,0 pkt**



Najlepsze strony szpitali publicznych

Miejsce	Nazwa szpitala	Miasto	Adres www	Punkty
1	Szpital Kliniczny im. ks. Anny Mazowieckiej	Warszawa	www.szpitalkarowa.pl	100,0
2	Wojewódzki Szpital Zespolony	Elbląg	www.szpital.elblag.pl	97,0
3	Instytut Pomnik – Centrum Zdrowia Dziecka	Warszawa	www.czd.waw.pl	96,7
4	Wielkopolskie Centrum Onkologii	Poznań	www.wco.pl	92,9
5	Międzynarodowe Centrum Stuchu i Mowy/ Instytut Fiziologii i Patologii Stuchu	Kajetany/ Warszawa	www.ifps.org.pl	91,5
6	Szpital Specjalistyczny im. J. K. Łukowicza	Chojnice	www.szpital.chojnice.pl	88,0
7	Szpital Specjalistyczny św. Zofii	Warszawa	www.szpitalzelazna.pl	85,0
8	Szpital Miejski Specjalistyczny im. G. Narutowicza	Kraków	www.narutowicz.krakow.pl	84,8
9	SPZOZ Szpital im. A. Troczewskiego	Kutno	www.szpital.kutno.pl	84,6
10	Wojewódzki Szpital Specjalistyczny	Olsztyn	www.wss.olsztyn.pl	84,3

„ Grzechem głównym administratorów stron internetowych polskich szpitali jest nieaktualizowanie informacji „

dica z Gdyni prezentuje szczegółową listę zabiegów w układzie przejrzystej wyszukiwarki, gdzie spośród wykazu zabiegów operacyjnych wybiera się opis konkretnych procedur. Warto jednak podkreślić, że opis technik operacyjnych dotyczy przede wszystkim nnoz-ów, w których liczba pacjentów przekłada się na zysk (np. Szpital Matopat w Toruniu, Szpital NZOZ Klinika Endoskopowa w Żorach). Na stronie tego ostatniego poza opisem znajdziemy także schematy i ryciny technik zabiegowych.

Informacja równa się zysk

Za pośrednictwem Internetu można ponadto prezentować inne materiały informacyjne. W portalu Szpitala Miejskiego w Bydgoszczy znajdziemy, np. poradnik dla chorych – co powinni zabrać do szpitala, jak wygląda pobyt w izbie przyjęć, rozkład dnia, jakie są codzienne czynności na oddziałach, a także informacje o godzinach odwiedzin. Obszerniejszy poradnik przygotowało Centrum Onkologii w Lublinie. W dziale poświęconym pacjentom za-

2. Swissmed Centrum Zdrowia SA, Gdańsk
www.swissmed.pl

94,3 pkt



2. Wojewódzki Szpital Zespolony, Elbląg
www.szpital.elblag.pl

97,0 pkt



Najlepsze strony szpitali niepublicznych

Miejsce	Nazwa szpitala	Miasto	Adres www	Punkty
1	Centrum Medyczne Damiana	Warszawa	www.damian.pl	100,0
2	Swissmed Centrum Zdrowia SA	Gdańsk	www.swissmed.pl	94,3
3	Carolina Medical Center	Warszawa	www.carolina.pl	87,8
4	CLINICA MEDICA, Wielospecjalistyczna Klinika Zabiegowa z Przychodnią	Gdynia	www.clinica-medica.pl	86,7
5	Centrum Medyczne ENEL-MED	Warszawa	www.enel.pl	85,5
6	MAVIT Centrum Medyczne	Warszawa	www.mavit.com.pl	82,4
7	EMC Instytut Medyczny SA	Wrocław	www.emc-sa.pl	78,9
8	KRAJMED Laryngologia i Chirurgia Plastyczna Nosa	Warszawa	www.krajmed.com.pl	72,3
9	Prywatna Lecznica CERTUS Sp. z o.o.	Poznań	www.certus.med.pl	66,3
10	Lecznica Dzieci i Dorosłych Szpital im. Ignacego Mościckiego	Chorzów	www.lecznicadd.pl	63,7

warte są informacje nie tylko o tym, czym są dane procedury onkologiczne, ale także, jakie mogą mieć skutki uboczne i jak je łagodzić.

Z większości witryn polskich szpitali nie można pobrać materiałów informacyjnych. Za ledwie na jednej stronie nzo-zu pacjenci mogli pobrać dokumentację przedzabiegową (tj. ankietę anesteziologiczną, instrukcję przeciwwkrzepową, wywiad epidemiologiczny i zgodę na przeprowadzenie operacji).

Kwerenda Internetu dowodzi, że wyraźnie zaniedbuje się informacje związane z promocją i profilaktyką zdrowotną. Znajdują się one tyl-

ko na 6 proc. witryn szpitali. Na co trzeciej natomiast informuje się pacjentów o personelu medycznym (zwłaszcza na podstronach poświęconych oddziałom). Ze wspomnianych szpitali 6 proc. umożliwia wyszukanie nazwiska członka personelu lekarskiego. Dane te wskazują, że na polskich stronach internetowych szpitali dane o personelu lekarskim są prezentowane w ograniczonym zakresie. Pozytywnym wyjątkiem jest, np. NZOZ Szpital im. Mościckiego, który zamieszcza zdjęcia lekarzy i krótką charakterystykę ich kariery zawodowej. Tymczasem w USA wybór ośrodka zaczy-

„ Prawie 70 proc. szpitali zamieszcza na swych stronach podstawowe informacje o oferowanych świadczeniach. Niestety, ograniczają się one zwykle do najważniejszych danych na temat oddziałów, bloków operacyjnych i procedur diagnostycznych „

3. Carolina Medical Center, Warszawa
www.carolina.pl

87,8 pkt



3. Instytut Pomnik – Centrum Zdrowia Dziecka, Warszawa
www.czd.waw.pl

96,7 pkt



Generacja Internetu

C. Shepherd, analityk Internetu, podzielił strony www branży medycznej na trzy grupy:

generacja I – strona internetowa niewiele się różni od drukowanych materiałów na temat szpitala;

generacja II – witryna zawiera elementy interaktywne, takie jak złożona wyszukiwarka, możliwość zadawania pytań, internetowe umawianie wizyt, serwisy edukacyjne;

generacja III – portal dostosowany jest do indywidualnych potrzeb użytkowników. Internauta może nawet otrzymywać indywidualne porady przedmedyczne.

W Polsce, niestety, spora część internetowych stron szpitali należy do pierwszej grupy (prezentują jedynie ofertę leczniczą), coraz częściej jednak powstają interaktywne serwisy internetowe.

na się od wyboru lekarza. Szpital Uniwersytecki w Cleveland ma na swojej stronie rozbudowane bazy o lekarzach. Umożliwiają one pozyskanie informacji o medykach i najważniejszych procedurach medycznych, w których się specjalizują. Pacjent, szukając lekarza, może go

gach. Niespełna 2 proc. placówek przygotowało teksty, z których mogą korzystać dziennikarze. Więcej szpitali (8,3 proc.) zamieszcza natomiast materiały prasowe na swój temat (wy różnia się Klinika Promienista w Poznaniu). Są to oczywiście pozytywne publikacje o szpitalu.

” Zaledwie na jednym portalu internetowym nzoż-u pacjenci mogli pobrać dokumentację przedzabiegową (tj. ankietę anesteziologiczną, instrukcję przeciwzakrzepową, wywiad epidemiologiczny, zgodę na przeprowadzenie operacji) ”

więc znaleźć przez wybranie procedury, którą chce wykonać. Następnym krokiem jest umówienie się na wizytę poprzez pocztę elektroniczną. W Polsce tylko kilka szpitali publicznych wprowadziło taką usługę.

Public relations

Nie bez znaczenia w kształtowaniu relacji z otoczeniem (poza pacjentami) jest zawartość stron internetowych, którą można nazwać internetowym *public relations*. Najbardziej rozpoznawalną formą działań internetowego *public relations* jest galeria zdjęć (ma je 29,8 proc. szpitali) oraz publikacja informacji o certyfikatach i nagrodach (22,2 proc.). Podobnie przedstawiane są dane o udziale szpitali w rankin-

gach. Spora część szpitali publicznych korzysta z pomocy sponsorów (np. zakupy sprzętu, remonty itp.). Niestety – niewiele z nich potrafi pokazać zalety sponsoringu i w ten sposób budować relacje z przyszłymi darczyńcami. Podstrona z informacją o darczyńcach znajduje się np. w serwisie Wojewódzkiego Szpitala Dziecięcego w Olsztynie.

Grzechem głównym administratorów stron internetowych polskich szpitali jest nieaktualizowanie informacji. To dowód na dezynwolturę twórców stron. Jak powiedziałby jeden z bohaterów książki Spencera Johnsona: *im szybciej zrezygnujesz ze starego sera, tym wcześniej będziesz się cieszył nowym*. Szybko reaguj na zmiany, szczególnie w przestrzeni wirtualnej... ■

PEŁNĄ WERSJĘ RANKINGU MOŻNA ZNALEŹĆ NA STRONIE www.menedzerzdrowia.pl