نگاهی به بازاریابی تجاری برای عرضه سلامت و پیش‌گیری: کمک به ارتقای خودمراقبتی

الهام شکیبازاده

ترجمه به سبک‌زبان

خودمراقبتی اقدامات و فعالیت‌های آگاهانه، آموزش‌های نشان‌دهنده ناجام‌می‌دهد. خودمراقبتی در برگیرنده فعالیت‌های مشتمل بر ارتقای سلامت، پیش‌گیری از بیماری، درمان بیماری و مصدومیت‌ها و درمان مبتلا‌ها دارد. درمان بیماری‌های مزمن و توانبخش آنها است. پرداختن تأثیر خودمراقبتی بر بهبود زندگی سلامت و کاهش هزینه‌ها در موارد متعدد به اثبات رسیده است. شکل‌گیری و ارتقای کارکرد خودمراقبتی در بیماران، مستلزم مداخلات اموزشی و حمایتی نظام‌پذیر جهت مدیریت مشکلات سلامت، توسط متولیان امر سلامت از جمله پرستاران می‌باشد.

در حال حاضر، بسیاری از متخصصان و متولیان امر سلامت، برای اقتراح مجدد به منظور در پیش‌بری کمک‌های و خودداری از رفتارهای ناسالم بهداشتی، به جنبه‌های منفی رفتارهای ناسالم تأکید می‌کند. نگاهی به مطالعات چاپ شده در این زمینه در کشور نیز نشان می‌دهد که برای پیشگیری از بروز رفتارهای ناسالم، تأکید دوی‌های در نکات منفی بررسی پیامدهای آن رفتارها است. برای مثال، ما در برنامه‌های پیشگیری، مجموعه‌ای از مضارعات سوء صرف مواد مخدر را به جوانان بیان می‌کنیم؛ شبیه رووانی‌های مصرف مواد مخدر و رفتارهای اعتیاد‌آور دیگر و هزینه‌های اقتصادی ناشی از سوء صرف مواد و دیگر رفتارهای ناسالم را نیز به آنها منعکس می‌کنیم.

تأکید بر جنبه‌های منفی و عوارض و رفتارهای ناسالم، چاپ‌گذاری ارزشمند خود را دارد. به خصوص زمانی که در حال مذاکره با سازمان‌های تأمین کننده بوده، نه تنها کلیه برنامه‌ها مهیزن. اما آیا برای پیشنهاد تغییر رفتار به مورد آن روزیکه همیشه صحیح است؟ یا آیا است؟ او به همین‌طور، نشان داده تصاویری از اندام‌های قطع شده، و کوره، چشم برای گره‌های از بیماران مبتلا به عفونت‌ها با پای‌های دم‌های درمان به کلینیک‌های کنتل دیابت مراجعه می‌کند و قرب ارتباط آن‌ها بیشتر با افسردگی ستند. درمان مناسب است؟ آیا راهی وجود دارد که برای مبادی اعیان‌داری به مبادی اعیان‌داری به مبادی اعیان‌داری به مبادی اعیان‌داری به مبادی اعیان‌داری؟

برای پاسخ به این پرسش، خوب است نگاهی به مقوی‌بازاریابی بیبنام، آیا شرکت‌های موفق، بر محتوای منفی مخصولات و خدماتشان تاکید می‌کند؟ اغلب این طور نبست. در بازاریابی تجاری، محصولات با روشی مثبت عرضه می‌شوند. در واقع، هر چه از انتوپیلی تا پوشاک، از موادغذایی تا...
پژوهش‌های ایپیدمیولوژیک نشان می‌دهد که مردم به طور مخصوص به جوانان در عرصه خطرات سلامتی و مصرف مواد مخدر ارتباط‌های مثبتی دارند. این مصرف سالمان درندل، در معرض خطر و سایر خطرات سلامتی به جوانان لازم است. جوانان باید احترام بگذارند به بیشترین مصرف مواد مخدر. عدم تحقیق، مصرف مشخیزی ناسالم، خواص ناعادم و استرس‌های مدیریت نشانگر است. این مصرف برای جوانان و سایر رفتارهای سالم می‌تواند با ورشکده بازاریابی و سلامت و به دست آوردن تصویر و هدف از لحاظ در پاسخگویی باشد (4-2).

موضوعات سلامت و ارتباط توانایی با کیفیت قرار دادن، پژوهش‌های بیشتر این عناوین را پژوهش‌های ایپیدمیولوژیک نشان می‌دهد که مردم به خصوص جوانان در معرض خطرات سلامتی مصرف مواد مخدر ارتباط‌های مثبتی دارند. سیگاری که مصرف مشخیزی ناسالم، خواص ناعادم و استرس‌های مدیریت نشانگر است. این مصرف برای جوانان و سایر رفتارهای سالم می‌تواند با ورشکده بازاریابی و سلامت و به دست آوردن تصویر و هدف از لحاظ در پاسخگویی باشد (4-2).

(1) این مدل بایان می‌کند که ما پیام‌های مهم خطر سوء مصرف مواد را با تصویب جوانان که رفتارهای ارتباط‌های مثبتی دارند، جوانان مطیع و ارتباط با سایر جوانان داشته‌اند. فعالیت‌های تغذیه، خوردن غذای سالم، داشتن خواب کافی و اتمام مساجد استرس دارند، ارتباط دهنده. در عمل، این بینم معنا است که شرح دهیم چطور یک رفتار ارتباطی سالم مثل ورشکده کردی می‌تواند شما را روی فرم نگه دارند و هم‌زمان نشان دهنده چطور یک رفتار پرخطر مثل مصرف موادمخدوش می‌تواند با ورشکده منظم و به دست آوردن تصویر و هدف از لحاظ در پاسخگویی باشد (4-2).

(2) این مدل بایان می‌کند که ما پیام‌های مهم خطر سوء مصرف مواد را با تصویب جوانان که رفتارهای ارتباط‌های مثبتی دارند، جوانان مطیع و ارتباط با سایر جوانان داشته‌اند. فعالیت‌های تغذیه، خوردن غذای سالم، داشتن خواب کافی و اتمام مساجد استرس دارند، ارتباط دهنده. در عمل، این بینم معنا است که شرح دهیم چطور یک رفتار ارتباطی سالم مثل ورشکده کردی می‌تواند شما را روی فرم نگه دارند و هم‌زمان نشان دهنده چطور یک رفتار پرخطر مثل مصرف موادمخدوش می‌تواند با ورشکده منظم و به دست آوردن تصویر و هدف از لحاظ در پاسخگویی باشد (4-2).

(3) این مدل بایان می‌کند که ما پیام‌های مهم خطر سوء مصرف مواد را با تصویب جوانان که رفتارهای ارتباط‌های مثبتی دارند، جوانان مطیع و ارتباط با سایر جوانان داشته‌اند. فعالیت‌های تغذیه، خوردن غذای سالم، داشتن خواب کافی و اتمام مساجد استرس دارند، ارتباط دهنده. در عمل، این بینم معنا است که شرح دهیم چطور یک رفتار ارتباطی سالم مثل ورشکده کردی می‌تواند شما را روی فرم نگه دارند و هم‌زمان نشان دهنده چطور یک رفتار پرخطر مثل مصرف موادمخدوش می‌تواند با ورشکده منظم و به دست آوردن تصویر و هدف از لحاظ در پاسخگویی باشد (4-2).
در انتخاب اقدامات پیگیری و حمایتی صورت می‌گیرد (8). اراوه پیام‌های مثبت در چنین برنامه‌های انجیزه‌افراد را برای داشتن گرفتن مراقبت از خود بالا می‌برد. با توجه به رویکرد کدونی برنامه‌ریزی سلامت کششور در ارتقای خودمراقبتی، نگاهی به چنین برنامه‌های موافق و آزمون شده‌ای و استفاده از نتایج آنها در مداخلات و بهبود‌های ارتباطی توسط ارائه‌کننده خدمات سلامت از جمله پرستاران و اراوه تصاویری مثبت از برخورداری از سلامت برای مردم می‌تواند به توسعه مشارکت مردم در برنامه‌های خودمراقبتی کمک کند.

منابع


Using commercial marketing approach to deliver health and prevention: helping to promote self-care

Elham Shakibazadeh* (Ph.D).
Letters to the Editor

Self-care is a series of learned actions and goal-directed activities done by individuals in order to provide, maintain, and promote health. Self-care activities involve health promotion, disease prevention, treatment of diseases and injuries, and treatment of chronic diseases. Although the impact of the self-care on improvement of health outcomes and reduction of costs are proven in numerous studies, implementation of self-care programs requires systematic educational and supportive interventions provided by health care providers including nurses to overcome health problems.

Many health professionals in Iran emphasize on negative aspects of unhealthy behaviors to persuade people to do preventive and healthy behaviors. For example, in drug abuse preventive programs, disadvantages of drug abuse as well as the increasing rate of drug abuse and other addictive behaviors, and the economic costs resulting from drug abuse are presented to youth.

Although the emphasis on negative aspects and side effects of unhealthy behaviors is worthy, especially when negotiating the budget with the competent organizations and key supplier, it is not always the best way of proposing behavior change to individuals. For example, showing the pictures of amputated parts of body, and/or blindness to patients with diabetes who are mostly depressed and seek treatment in the diabetes clinics does not seem to be an appropriate approach. Is not there any other positive ways to announce messages to people?

To answer this question, let's take a look at the concept of commercial marketing. Do successful companies highlight negative content of their products and services? The answer is: not often. In commercial marketing, products are presented in a positive way. In fact, everything from cars to clothing, from food products to furniture is offered positively in the market. Car reminds success, health and welfare; cloths helps people to seem younger and more fit; food products help people to feel refreshed, healthy and happy; even furniture is for a modern and convenient life. In commercial marketing, foot blisters of a walking individual are never shown to make people to buy cars.

* Dept. of Midwifery, School of Nursing and Midwifery, Zanjan University of Medical Sciences, Zanjan, Iran
e-mail: elham50sh@yahoo.com
It is essential to learn how to strongly motivate our customers (i.e. people) using approaches of successful companies in presenting positive pictures of the final products (i.e. healthy behavior). How positive images of people who do not have unhealthy behaviors should be provided?

The Behavior-Image Model (BIM) is a practical, proven evidence-based framework for planning brief motivational interventions that integrate risk behaviors like alcohol, tobacco and drug use with health enhancing behaviors such as physical activity and healthy eating for youth (1). Using the BIM, appealing social and future images can be targeted to link health risk and health promoting behaviors, and also, self-regulation skills can be developed to set and achieve multiple health behavior goals (2-4).

Health problems are usually interconnected issues. According to the Centers for Disease Control and Prevention millions of youth engage in health risks associated with the leading causes of death among young people (5). Nowadays, most of youth are exposed to two or more co-existing health risk behaviors including alcohol, tobacco, and other drug use, physical inactivity, unhealthy eating, not getting adequate sleep, and uncontrolled stress. The use of commercial marketing approaches in presenting positive images will allow us to “sell” prevention and health at the same time in the health interventions (6). In fact, the effect of positive image is very strong, so that such intervention can only be as long as a motivational session; such as what is shown in successful programs like the evidence SPORT© and InShape© (7, 8). These programs that are provided in the form of “wellness plus prevention programs” are so flexible; so they can be implemented in different places such as school, families, and organizations. The “wellness plus prevention programs” are presented within four steps: 1) common healthy habits are screened; 2) feedbacks and positive image are presented to individuals; 3) goals and monitoring programs are set; and 4) supportive and follow-up measurements take place (8). Presenting positive outcomes for individuals raise their motivation in taking care of themselves.

Regarding the current emphasize of health planners in Iran to promote self-care activities among people, taking a look at such successful and proven programs and using the results of them in designing self-care interventions by health care providers can be helpful.

Please cite this article as: