



# İŞLETME FAKÜLTESİ SAĞLIK YÖNETİMİ

## SAĞLIK KURUMLARINDA PAZARLAMA

SAĞLIK KURUMLARINDA DAĞITIM VE DAĞITIM KANALI OLUŞTURMA

Bu dersin hazırlanmasında aşağıdaki kaynaklardan faydalanılmıştır;

Dilaver Tengilimioğlu, 2012 “Sağlık Hizmetleri Pazarlaması”, Siyasal Kitabevi, Ankara.

Cemalcılar, İlhan (1999) Pazarlama (kavramlar ve kararlar) Beta yayınevi.

Koç, Erdoğan (2015) Hizmet Pazarlaması ve Yönetimi, seçkin yayınları

Altunışık, R., Özdemir, Ş., Torlak, Ö. (2016) “Pazarlama İlkeleri ve Yönetimi”, Beta Yayıncılık, 2. Baskı, İstanbul.

«Gelecekteki büyük değişim ve gelişmeler üretim ve tüketimde değil, dağıtımda gerçekleşecektir.»

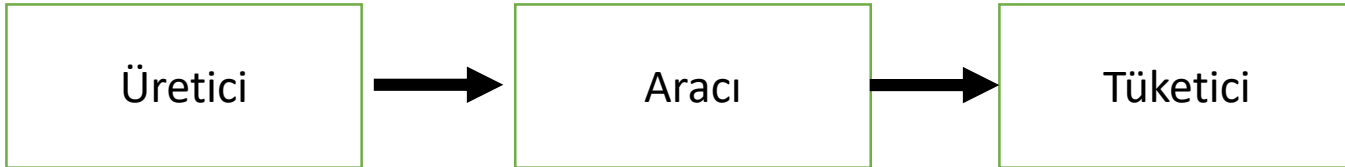
Peter Drucker

«İşletmeler aracılara/distribütörlere satmazlar, onlar aracılığı ile satarlar»

Anonim

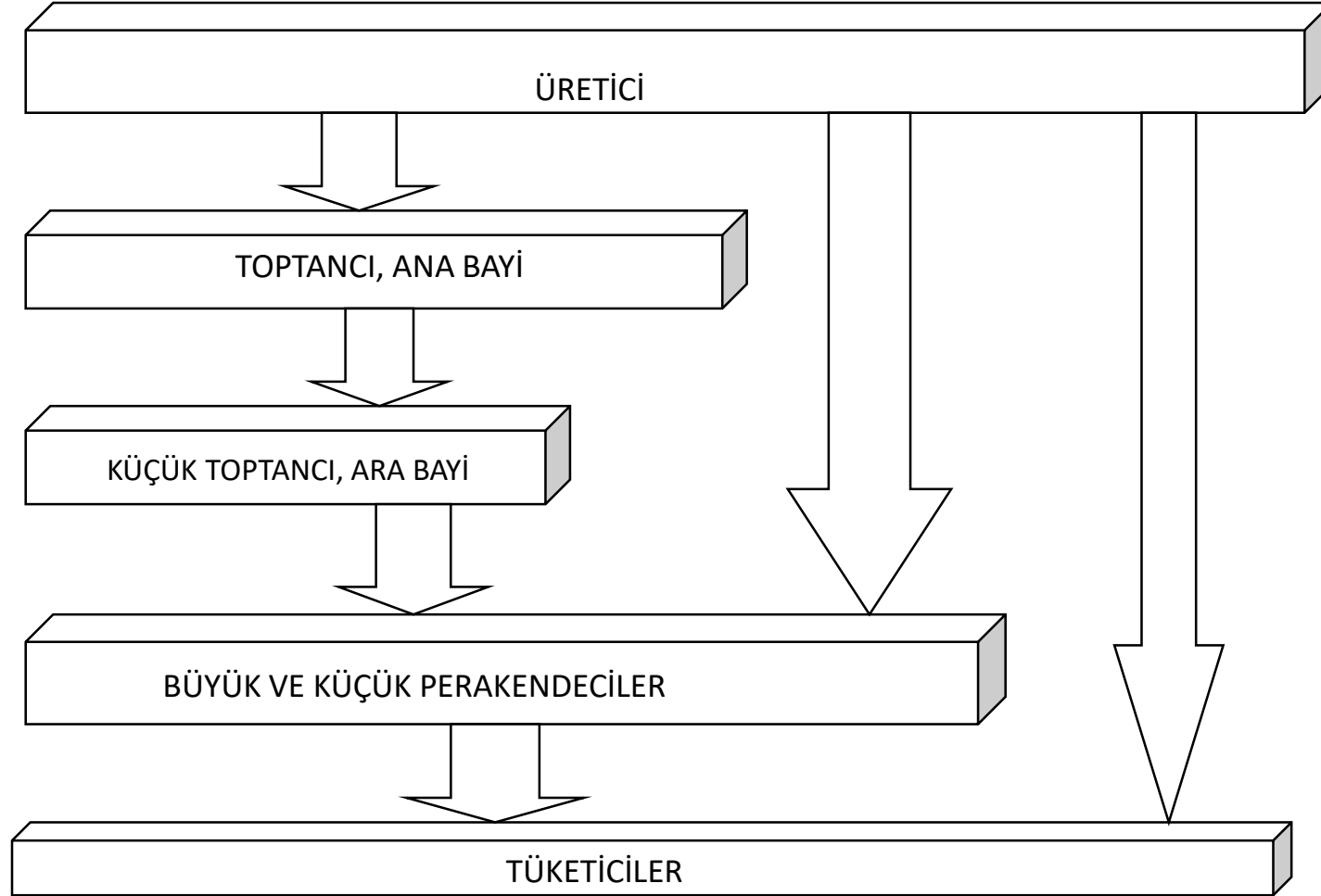
# Dağıtım nedir?

- Bir malın üreticiden tüketiciye doğru hareketinde izlediği yoldur
- Malların sahipliklerinin elden ele geçmesi ve malların fiziksel akışıdır
- Ya üreticiden direk tüketiciye
- Ya da araçlar vasıtasıyla tüketiciye ulaşır
- Hizmetler özellikleri bakımından farklılık gösterir



# Dağıtım kanalı nedir?

- “fikir, ürün ve hizmetler gibi, değeri olan şeylerin doğuş, çıkartım veya üretim noktalarından son kullanım noktalarına kadar götürülmesiyle uğraşan birbirleriyle bağımlı bir dizi kurum ve kuruluşun oluşturduğu örgütsel bir sistemdir”
- Dağıtım kanalında kimler bulunur?
- Aracılar: toptancı, perakendeci, komisyoncu, acente vb.



## Tüketim Ürünlerde Dağıtım Kanalı Alternatifleri

# Hizmetlerde dağıtım

- ▶ Bir hizmetin Müşteri tarafından tüketilmesi için müşteri ile hizmetin buluşturulması ve müşteri memnuniyetinin sağlanması için de bu süreci başarıyla gerçekleştirmesi gerekir.
- ▶ Tüketicilerin ihtiyaçlarını
  - ▶ ne zaman?
  - ▶ ne kadar? ve
  - ▶ Nerede? karşılaştıkları ile ilgili soruların cevaplandırılması dağıtımın konusudur.

# Hizmetlerde dağıtım kanalının faydaları nelerdir?

- Yer faydası (Tüketicinin istediği yerde hizmetin sunulması)
- Zaman faydası (Tüketicinin istediği zamanda hizmetin sunulması)
- Mülkiyet faydası
- Şekil biçim faydası (tüketicinin ihtiyacına uygun fiziksel boyutların sunulması)
- Değer katma faydası (her aracı farklı bir değer sunar)



# Hizmetlerde dağıtım

- Hizmetlerin özellikler hizmetlerin dağıtımını ve sunumunu da etkilemektedir.
  - Ayrılmazlık/eşzamanlılık
- Hizmet işletmesinin lokasyonu nerde olacak?
- Hizmet insan temelli mi, yoksa teknoloji temelli mi verilecek?
- Ekipman ve araçlar başka bir lokasyona kolaylıkla taşınabilir mi?





# Dağıtım kanallarının sınıflandırılması/ilişkinin türüne göre

- Doğrudan dağıtım
  - Tüketicilerin belirli bir merkezde toplanmış olması
  - Arz ve talep ilişkisinin dengeli olması
  - Ürünlerin yeterince standartlaşmış olması
  - Üretildiği yerde tüketilmesi gereken ürünler
  - Değeri çok yüksek ürünler
- Dolaylı dağıtım
  - Mesafenin çok uzun olması
  - Maliyetlerin çok yüksek olması durumunda
  - Uzmanlığın olmadığı durumlarda (dağıtım uzmanlık gerektirir)



# Dağıtım kanallarının sınıflandırılması/bütünleşmenin yönüne göre

- Dikey bütünleşme
- Yatay bütünleşme
- İkili dağıtım



# Hizmetlerde dağıtım

- Ne kadar iyi, kaliteli, müşteri memnuniyeti yüksek bir işletme olursanız olun
- Bulunabilir ve Ulaşılabilir olmanız gerekir.



- Sizce Türkiye’de devlet hastanelerin ve üniversite hastanelerin lokasyonu ve müşteri memnuniyeti nasıldır?

# Hizmetlerde dađıtım tűrleri

- ▶ Doğrudan satış
- ▶ Acenteler(brokerlar veya komisyoncular) yoluyla dağıtım
- ▶ Franchising yoluyla dağıtım
- ▶ Elektronik/on-line dağıtım

# Hizmetlerde dağıtım türleri

- ▶ Doğrudan satış
  - ▶ hizmeti sunan ile hizmetin müşteriye sunumunun ayrılmadığı durumlarda kullanılır.
  - ▶ Temel avantajları: müşteriden doğrudan geri bildirim alınabilir, işletmeye daha iyi bir kontrol imkanı sağlar.
  - ▶ temel dezavantajları: maliyetli olması, iş yükünü arttırması, belirli lokasyonların dışındaki müşterilere ulaşmada yaşanan zorluk
- ▶ Hastaneler doğrudan satış temelli olmalarını nasıl değerlendirirsiniz?

# ACIBADEM

- 25 Acıbadem tıp merkezi ve hastane
- 22 Medicalpark
- 20 Dünya göz hastanesi

MEDICALPARK

İSÜ İSTİNYE  
ÜNİVERSİTESİ  
İSTANBUL

444 44 84

INTERNATI

HASTANELER

HEKİMLER

ONLINE HİZMETLER

ANLAŞMALI KURUMLAR

SAĞLIK BİLGİLERİ

> Ankara

> Antalya

> Batman

> Elazığ

> Gaziantep

> Gebze

> İstanbul Bahçelievler

> İstanbul Fatih

> İstanbul Gaziosmanpaşa

> İstanbul Göztepe

> İstanbul Silivri

> İzmir

> Ordu

> Samsun

> Samsun Tıp Merkezi

> Tarsus

> Tokat

> Trabzon

> Trabzon Karadeniz

> Uşak

> VM Medical Park Bursa

> VM Medical Park Kocaeli



444 4 469

365 gün, 24 saat kesintisiz  
hizmet

KURUMSAL

TIBBİ BİRİMLERİMİZ

DOKTORLARIMIZ



# Hizmetlerde dağıtım türleri

- ▶ Acenteler(brokerlar veya komisyoncular) yoluyla dağıtım
- ▶ Acenteler yaptıkları anlaşmalar neticesinde ana hizmet işletmesi adına hareket eden ve işletme ile müşteri arasındaki anlaşmanın gerçekleştirilmesinde yasal bir ilişki gerçekleştirilmede yetkilidirler
  - ▶ Bölgeyi daha iyi tanırırlar
  - ▶ Pazarlama stratejilerini daha iyi uygulayabilirler
- ▶ Ana işletmenin karlılığını ve hizmet kalitesini etkileyecek hareketlerde de bulunabilirler. (imaj)



# Hizmetlerde dağıtım türleri

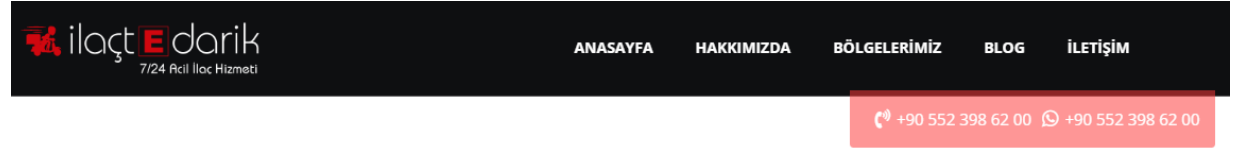
- ▶ Franchising yoluyla dağıtım
- ▶ bir ürün veya hizmetin imtiyaz hakkına sahip tarafın belli bir süre için çeşitli şartlar ve sınırlamalar dahilinde bir diğer tarafa belirli bir ücret karşılığı vermesi işlemidir.
- ▶ Bilgi, teknoloji ve birikimler ana firma (franchisor) ile franchisee arasında belli bir ücret karşılığında paylaşılır
- ▶ «İsim hakkı sözleşmesi» TDK

# Hizmetlerde dağıtım türleri

- ▶ Türkiye'de hastanelerin sayısı
  - ▶ Sağlık bakanlığına bağlı 874 hastane, 125.030 yatak
  - ▶ Üniversite hastaneleri 70, 36.867 yatak
  - ▶ Özel 560, 44.260 yatak
  - ▶ Yataksız sağlık kurumu sayısı 28.648 (Tük, 2014) Sağlık Ocağı, Aile Hekimliği Birimi, Verem Savaş Dispanseri, AÇSAP (Ana çocuk sağlığı ve aile planlaması) Merkezi, Kanser Erken Teşhis, Tarama ve Eğitim Merkezi sayıları toplama dahil edilmiştir.
- ▶ Türkiye'de eczaneler
  - ▶ 3098 kişiye 1 eczane
  - ▶ Toplam nüfus 80 milyon civarı
  - ▶ Mevcut eczane sayısı 24.406
  - ▶ Yeni düzenlemeye göre 3500 kişiye 1 eczane

# Hizmetlerde dağıtım türleri

- Elektronik/online dağıtım
- Dağıtım işleminin elektronik ortamda veya on-line yapılması
  - Tele tıp
  - MHRS
  - Tetkik sorgulama
  - İlaç



## Bir Tıkla İlaç Kapınızda

### Acil İlaç Bir Tıkla Kapınızda

Yeni Nesil İlaç Tedarik: Dilediğiniz an eczaneden alınması gereken ilaç siparişlerinizi kapınıza getiren bir aplikasyon. İlaç Tedarik ekibi olarak eczaneden ve nöbetçi eczane aramadan özel eczane ihtiyacınızı olduğu ve yıllarca böyle bir hizmetin olmadığı sizlerin acil ilaç ihtiyaçlarını çoğu zaman büyük zorluklar ile ulaştığını kimi zaman hasta ve rahatsızlıkta eczaneye gitmeyip ilaç almadığı, geç saatlerde nöbetçi eczane aramayıp sizler adına eczaneden ilaç almak için biri eve ilaçlarımızı getirse veya eve ilaç satıcısı olan eczane ilaçlarımızı kapınıza teslim etse istediğinde bile bulursak. Artık siz

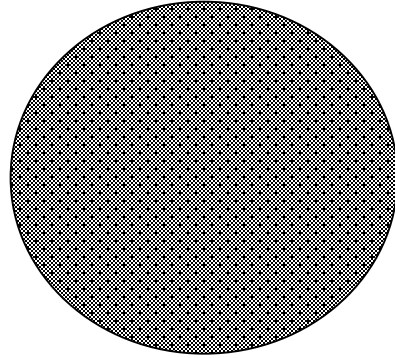
# Hizmetlerde dağıtım türleri

- ▶ Elektronik/online dağıtım
- ▶ İnternet üzerinden Online olarak yapılan bir işlemin maliyeti
  - ▶ şubeye göre 10 kat
  - ▶ telefonla bankacılık uygulamasına göre 5 kat
  - ▶ ATM'den yapılan işleme göre yaklaşık olarak 3 kat daha az maliyetli olabilmektedir

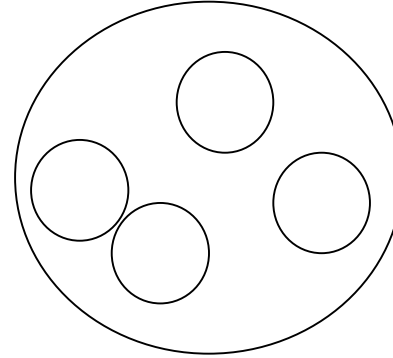
# Aracıların sayısı-Dağıtım politikaları

- Aracı işletmelerin sayısının kesin olarak saptanması güçtür. Kaç perakendeci yer alacak? Toptancı ve perakendeci kanalda birlikte yer alacak mıdır? Bunun yerine dağıtımın yoğunluğu üzerinde durmak daha doğru olur.

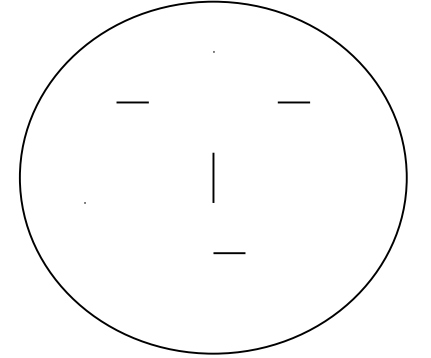
- Yoğun dağıtım
- Seçimli dağıtım
- Sınırlı dağıtım



Yoğun (Yaygın)  
Dağıtım



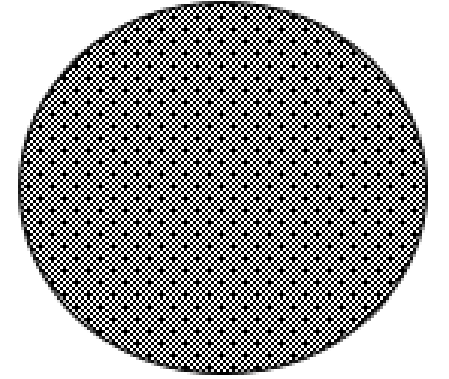
Seçimli (Selektif)  
Dağıtım



Seçkin (Sınırlı -  
İmtiyazlı- Özel)  
Dağıtım

# Dağıtımın yoğunluğu

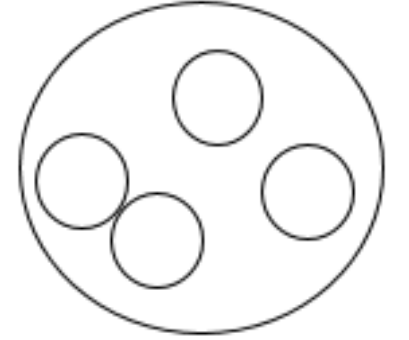
- Yoğun dağıtım
  - Genellikle tüketicilerin markasında bir farklılık algılamadıkları, tüm Pazar tarafından homojen olarak ihtiyaç duyulan, fiyatın önemsenmediği ürünlerin dağıtımı ile ilgilidir.
  - Genellikle tüm pazarlarda bu ürünleri görmek mümkündür.
    - Rekabetin yoğun,
    - Tüketici talebinin yüksek,
    - Sunum kolaylığı olan özellikle kolayda ürünlerde bu dağıtım etkilidir.
  - İlaçlar örnek gösterilebilir.



Yoğun (Yaygın)  
Dağıtım

# Dağıtımın yoğunluğu

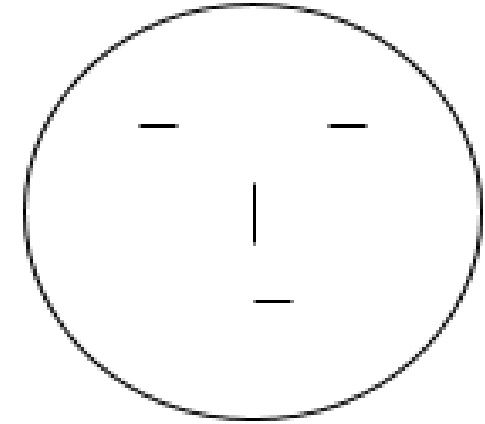
- Seçimli dağıtım
  - İki uç olan yoğun ve sınırlı dağıtım arasında yer alır
  - Çoğu kez beğenmeli malların dağıtımında kullanılır
  - Az sayıda aracının kullanması söz konusudur
  - Özel hizmetler gerektiğinde bu yöntem uygulanır
  - Hizmeti her aracı kurumda satışa sunmak saygınlığı zedeleyebilir
- Medikal mağazalarda sunulan ürünler örnek gösterilebilir.



Seçimli (Selektif)  
Dağıtım

# Dağıtımın yoğunluğu

- Sınırlı dağıtım
  - Belirli bir yörede bir malı satmak için bir ya da birkaç pazarlama İşletmesine sözleşme ile yetki vermektir.
  - Markaya bağlılık söz konusu ise tüketiciler malı bulmak için çaba harcarlar
  - Beğenmeli ve özelliği olan malların dağıtımında sınırlı dağıtım kullanılır.
  - Ürün yaşam döneminin giriş döneminde bu dağıtım yöntemi kullanılır
- Bölgelere hitap eden sağlık hizmet sunucuları
  - Ruh hastalıkları hastaneleri
  - Onkoloji hastaneleri
  - Dal hastaneleri (özellikle fizik tedavi)



Seçkin (Sınırlı -  
İmtiyazlı- Özel)  
Dağıtım