

最近認真研讀過的一本書—科特勒談政府如何做行銷

耳科主治醫師杜宗陽

作者教授是國際知名的行銷學大師，被譽為現代行銷學之父。他認為現代的政府行銷必需以民眾的利益為優先考量，由政府施政來促進人民的幸福，並由增加國際競爭力的思考角度來為民眾謀福利。行銷學就是在政府跟民眾－也就是政府組織實質的消費者間，建立一個雙向溝通的平台以及意見交換的模式，將民眾的需要向政府傳達，政府施政的方針及公共政策，也藉由行銷學來讓國民了解政府目前工作重點及施政上的實質表現。有助於改善民眾的觀感，增加政府組織本身施政的能力，及強化民眾與政府雙邊的實質溝通和意見交流。

在沒有閱讀這本書之前，對行銷的認知局限於行銷是一種商業推銷的方法，目的在經由廣告增加產品銷

售，吸引民眾目光來促銷產品，但是研讀科特勒教授這本著作後，了解每種工作都需要行銷的制度和想法。就政府與人民的關係而言，行銷學就是在政府組織架構下，人民需求完整且充分表達，政府根據人民需求將資源做最合理的分配，以最合乎效益的執政模式來滿足民眾的需要。所以行銷也是一個能夠讓政府聽到人民的意見，讓人民能夠了解政府為民眾所做努力的雙向溝通管道。本書讓讀者能夠很快了解行銷學在政府與人民雙方溝通上所扮演的重要角色。內容深入淺出，舉的例子十分淺顯易懂，從問題的分析到實例的解決，還有成效的評估，都有非常清楚的導引。而且編排按部就班，讓讀者能夠隨著這兩位作者的說明及指導，建立一個行銷學粗略但是完整的概念。尤其是本書收集了很多先進國家的政府推廣政務實例，不論成功或失敗的經驗，都值得我們參考借鏡。我們在建立自己的政府行銷方法時，參考這些先進國家建立的前例，除了學習先進國家的優點之外，也可免除重蹈這些先進國家失敗的覆轍。

面對國際貿易商品的全球化及國家與國家激烈競爭的白熱化，負責管理及合理分配國家預算的政府要能夠快速學習政府組織行銷概念，把施政方向及分配資源的方法與優先順序公開，讓人民能夠完全理解政府在國家社會安定及進步所扮演的積極角色，使民眾能夠得到更多的幸福，而且讓國家能在全球化競爭中脫穎而出。

研讀這本著作可以有效且快速了解政府組織行銷的原則及步驟，而且不限於國家及政府等公權力機構的行銷，甚至在個人工作方面，行銷概念也非常重要，研讀科特勒教授著作，體會到書中所提到的行銷概念也適用於醫療服務事業。而且行銷學不只適用於私營企業，也適用於政府部門。商業行銷目的在銷售商品跟服務。政府的行銷則是公共政策的推行，以及了解人民對政府的期待和需求。醫療事業的行銷和一般商業及政府行銷仍有一些不同處，商業行銷的重心是在公司得到商業利益，政府的行銷是關心公共利益或政策的推行。而醫療機構的行銷，則是讓醫院、醫療人員、病患及家屬間能夠密切合作，快速了解可能的醫

療方式和效果，改善醫院和醫療人員的服務績效，增進民眾就醫的滿意度。