

信息,制定针对性的护理计划,帮助照顾者减轻负担。同时工作人员在家访时,注意观察,定期进行筛查,及时发现虐待老年痴呆患者的行为倾向;与医疗设备机构合作,定期向照顾者宣传新开发的、针对老年痴呆患者的新型器具信息,如多功能座椅、特殊餐具等;还可通过减少虐待危险行为的发生,提高老年痴呆患者的生活质量。

4.3 减轻照顾负担 发扬中国尊敬老年人的传统美德,鼓励家庭其他成员参与分担照顾任务,使主要照顾者利用空闲时间休息,缓解疲劳,恢复体力和精力,调节身心。通过加大对老年人服务的长期护理项目开展力度,提供大量的日托照料和暂歇服务使照顾者不至终日的照料任务,以此缓解照顾者的生理、心理疲劳,达到减少老年痴呆患者受到虐待行为的目的。

4.4 给予广泛的社会支持 为痴呆老年人照顾者提供各种途径的社会资源,寻求国家与地方政府的福利政策,呼吁社会广泛关注痴呆老年人照顾者的身心健康。帮助建立社会的关怀体系,例如创建日托照顾网站、建立家庭成员照顾互助协会、开通痴呆患者服务援助热线、提供社区暂歇服务等方式。加强痴呆老年人家庭照顾者之间的合作交流,使照顾者之间共享信息、照料互助,即时与专家交流学习,及时地解决自身和被照顾者存在的问题,使照顾者社会支持水平得到有效提高。

4.5 提高自我价值感 要加强对照顾者的心理护理,并进行指导,使他们获得更多的关爱、理解和支持。应对照顾者加以鼓励,帮助他们树立信心。痴呆老年人照顾者的照顾任务十分繁重,帮助他们掌握特有的知识和技能,能在一定程度上减轻压力,提高照顾效果,增加成就感。以积极的心态面对现实,参与社会活动,促进自身发展。鼓励与其他照顾者交流,分享彼此成功经验,提升自我价值感。

总之,虐待老年人现象是一个世界性社会问题,家庭是最常发生虐待老年人的地方。我国老年痴呆患者大多在家庭被照顾,他们作为老年弱势群体中的弱势者,更容易遭到虐待。被虐待的原因主要由于照顾者缺乏对虐待行为的认识、缺乏疾

• 卫生管理 • doi:10.3969/j.issn.1671-8348.2015.30.043

病相关知识与技能、照顾负担过重、社会支持系统不完善、价值感低下等。需要关注身边的痴呆老年人及其照顾者,深入研究老年人受虐待的问题,提出一系列有效措施提高痴呆老年人及其照顾者的生活质量。

参考文献

- [1] Carney MT, Kahan FS, Paris B. Elder abuse: is every bruise a sign of abuse? [J]. Mt Sinai J Med, 2003, 70 (2):69-74.
- [2] Wolf RS. The nature and scope of elder abuse[J]. Generations, 2000, 36(3):12-20.
- [3] 赵瑛. 老年精神病学[M]. 上海:上海第二军医大学出版社, 2005:18-28.
- [4] 占建华, 蒋荣玲, 高赛男, 等. 对老年性痴呆者子女进行心理干预的效果观察[J]. 中华护理杂志, 2006, 41(2):136-138.
- [5] 李幸伟, 郭惠娟, 宁金凤. 家庭护理老年痴呆症患者应注意的事项体会[J]. 中国误诊学杂志, 2008, 8(2):338-339.
- [6] 杨丽娟, 刘少妮. 老年性痴呆患者照料者心理状况的调查研究[J]. 解放军护理杂志, 2008, 25(1B):26-27.
- [7] 杨萍萍, 沈军. 老年痴呆照顾者虐待倾向原因的质性分析[J]. 中国实用护理杂志, 2012, 29(1):27-30.
- [8] 陈美娟, 高哲石. 痴呆照料者的心理健康和应付行为[J]. 国外医学精神病学分册, 2002, 29(2):124-126.
- [9] 杨萍萍, 沈军. 老年痴呆照顾者虐待倾向及影响因素分析[J]. 中国老年学杂志, 2013, 33(3):642-644.
- [10] 狄红梅, 陆虹. 对老年痴呆患者的主要照顾者照顾性行为的现状调查[J]. 护理管理杂志, 2008, 8(1):7-9.

(收稿日期:2015-03-19 修回日期:2015-06-16)

深化医改背景下重庆市某民营专科医院品牌战略研究

张黎, 杨纲[△]

(重庆医科大学思想政治教育学院 400016)

[中图分类号] R197.3

[文献标识码] B

[文章编号] 1671-8348(2015)30-4296-03

随着我国医疗体制改革的深入,民营医院面临更多的机遇,同时也面临一系列前所未有的挑战。在这种背景下,如何增强核心竞争力,打造特色品牌,并增强品牌影响力,对民营医院显得尤为关键。本文结合医院品牌相关理论,调查了重庆市某民营专科医院品牌战略现状,并对其优势和存在的问题进行了分析,希望对类似民营专科医院品牌建设均有一定的参考价值。

1 深化医改给民营专科医院带来的机遇与挑战

1.1 利好政策与竞争并存 近年来国家出台了一系列扶持民营医院发展的政策,明确提出了将社会办医纳入区域卫生规划统筹考虑;优先支持社会资本举办非营利性医疗机构,加快形成以非营利性医疗机构为主体、营利性医疗机构为补充的社会

办医体系;持续提高社会办医的管理和质量水平,引导非公立医疗机构向规模化、多层次方向发展,实现公立和非公立医疗机构分工协作、共同发展。

深化医改给民营医院带来的机遇主要包括:国家对民营医院的扶持力度加大,放开社会办医的条件,鼓励了民营医疗机构的发展;其次,国家提出加快公立医院体制改革,创造医疗市场公平环境,进一步优化我国医疗卫生资源配置,给民营医院发展带来更多机会。

深化医改使民营医院面临新的挑战:(1)一些地区有利于民营医院发展的政策尚未全面落实到位,与公立医院相比,仍有一定差距;(2)新一轮深化医改政策,在建立公平医疗环境的同时,也非常注重医院的规范化经营,给一些民营医院形成了

压力;(3)新的市场环境对医院的技术、服务、管理等有了更高的要求,也使这些方面比较薄弱的民营医院面临更加激烈的竞争。

据国家卫生与计划生育委员会公布的数据显示,截至 2014 年 9 月底,全国共有公立医院 13 341 个,民营医院 11 963 个,与 2013 年 9 月底比较,公立医院减少 86 个,民营医院增加 1 168 个;从医疗服务情况上看,2014 年第 3 季度全国公立医院诊疗 6.6 亿人次,同比提高 7.9%;民营医院 0.8 亿人次,同比提高 12.5%;2014 年第 3 季度全国公立医院出院人数为 3 283.8 万人,同比提高 9.3%;民营医院 453.7 万人,同比提高 17.6%。由此可见,目前尽管我国医疗市场绝大部分市场份额被公立医院占据,但是民营医院增长速度高于公立医院,加上目前国家的政策利好,民营医院将在我国的医疗市场上占据越来越重要的地位。

1.2 重庆市民营医院发展概况 2011 年 12 月重庆市政府出台了《关于进一步鼓励和引导社会资本举办医疗机构的实施意见》,2014 年 9 月市政府又印发了《关于加快发展社会办医通知》,提出了进一步鼓励和支持社会资本办医的相关措施。在一系列政策的支持下,重庆市民营医院出现良好发展势头。截至 2014 年底,重庆市民营医院由 2011 年的 176 个增加到 288 个,占医院总数的 50.8%,诊疗人次同比增长 27.52%,共有床位数 25 254 张,出院人数 39.39 万人次。

系列利好政策在加速民营医院的发展的同时,也加剧了民营医院的竞争,这种竞争不仅是与公立医院竞争,还有民营医院之间的竞争。数据显示,2014 年重庆市公立医院和民营医院 1~11 月诊疗人数分别为 4 414.10 万人次和 526.94 万人次,民营医院的诊疗人数只占了 10.67%。此外,目前重庆市大多的民营医院都是向“大专科、小综合”或者是专科、专病方向发展。据重庆市卫计委统计数据,民营专科医院约为民营医院总数的 1/5,其中眼科、妇产科、骨科这三类医院占了重庆民营专科医院总数的一半以上,民营医院之间的竞争也十分激烈。

由此可见,目前重庆市民营医院不仅面临着公立医院带来的巨大压力,同时更面临着民营医院行业医疗资源分布不均带来的考验。

1.3 民营医院实施品牌战略的必要性 在深化医改背景下,面临日趋激烈的医疗市场竞争,民营专科医院要想赢得生存和发展,就必须结合自身实际,打造特色专科医院品牌,实施医院品牌战略,增强核心竞争力^[1]。民营专科医院实施品牌战略的必要性主要体现在:(1)实施医院品牌战略是适应市场竞争的需要;(2)实施医院品牌战略是实现医院差异化发展的需要;(3)实施医院品牌是与公立医院形成互补,以更好地满足患者需求,共同服务社会的需要^[2]。

2 重庆市某民营专科医院的品牌现状

重庆市某民营专科医院是一家以服务女性健康为主的医院,由北京某投资集团注资打造,并与国内外多家医学院校、科研机构和医疗服务机构建立了战略合作关系。该医院开设了以妇产科为主的七大特色科室,特设微创诊疗中心、少女意外怀孕援助中心、女性健康门诊、小月子服务、月子公寓、产后康复、女性抗衰老等特色项目,获得过“老百姓信得过医院”、“重庆知名品牌妇产医院”等荣誉。

笔者结合资料查询、专家访谈、实地走访及患者问卷调查等方式对该院的品牌创建情况及品牌影响力进行调查,分析其创建品牌的方法和存在的问题。

2.1 重庆市某民营专科医院品牌创建的探索

2.1.1 注重市场宣传、开发与推广 在广告宣传方面,该院品牌创建具有以下特点:(1)该院市场开拓面广,广告宣传投入大。市场拓展期广告投入费用一度达到营业收入的 40%,稳定发展时期的广告宣传投入仍占该院营业收入的 18%左右;(2)该院诉求对象定位指定女性,所有宣传直接针对目标群;(3)各类节假日加大广告宣传力度,特别注重妇女节、劳动节、国庆节及学生寒暑假等的广告投入;(4)宣传形式多样。从线上来看,该院网站制作精美、温馨,访问流畅,而在线下,该院的外观、病房及走道,都非常注重营造符合女性审美和追求价值的文化氛围;(5)在名人代言、媒体选择和运营等方面也比较合理;此外,该院还定期举行妇女专科讲座,组织女性参观医院,建设温馨母婴产房及设置 VIP 病房等,均起到了很好的宣传效应。在市场推广方面,该院注重市场多层次及深度开发,包括深入社区、乡村开展妇女免费体检、送发免费宣传画册、妇女健康读物、日常生活用品等,拓展了潜在消费群体。

2.1.2 重视维护客户关系 在我们调查走访中得知,该院建立了客户关系维护体系,并定期开展客户回馈活动,包括有奖竞猜、趣味讲座等。通过这一系列的举措,该院提高了患者满意度,也赢得了良好的社会口碑。此外,通过客户关系维护体系,该院也成功维护了部分有高端及私人订制医疗服务需求的患者群体,特色专科品牌正日益成熟。

2.1.3 注重服务质量 该院为提升服务质量,为前来就诊的患者提供更好的就医体验,开展了“微笑服务”,拉近与患者的距离;优化就医流程,为患者节约时间,74%的患者觉得该院的就医流程比较便捷;若有需要,还可以专人全程陪同。从该院内部组织患者满意度调查结果来看,9 成以上患者对该院的服务质量表示满意,这表明该院服务品牌创建较为成功。

2.2 重庆市某民营专科医院品牌建设中存在的问题 患者满意度是一所医院品牌影响力的重要体现,反映了医院品牌在吸引患者,争取市场份额中的竞争力,也在一定程度上标志着医院品牌创建的成功与否^[3]。因此,笔者对重庆市某民营专科医院开展了患者满意度调查,通过其反映的问题来分析目前该民营专科医院品牌创建情况,现将结果分析如下。

本次调查共发放问卷 200 份,均为现场下发并收回,其中 196 份有效,有效回收率为 98%。

调查结果,如表 1 所示。总体而言,患者对该院的环境表示满意,约占 88.78%,表明该院环境建设方面得到了患者的认可;在就医流程便捷度的调查中,约 73.98%受访者表示满意;受访者对医护人员服务态度的满意度高达 90.82%,表明该院服务质量高;在医院诊治技术和效果的调查中,38.78%受访者表示满意,另有约 33.16%患者表示效果一般,另外 28.06%表示不满意,说明该院医疗技术有待进一步提高;在医疗费用的调查中,约 46.94%的患者表示医疗费用偏高;在对该院宣传的真实性调查中,约 45.92%的患者表示不怎么真实,28.06%的患者表示不真实,并且在调查过程中大多数患者提到该院在网络宣传的降价套餐均与医院收费有所偏差。此外,在对医院公益性调查中,近 8 成受访者表示民营医院“不具有公益性质”,这也成为收费不合理的原因之一。笔者对该民营专科医院品牌建设中存在的问题做出分析。

2.2.1 对医院品牌的认识有误差 医院品牌创建是一个内在品质提升与外在形象结合的过程,医院品牌应以技术为基础、服务为载体、文化为核心,三管齐下,打造集技术品牌、服务品牌、文化品牌于一体的独具特色的医院品牌^[4]。但是该院并没

有将医院品牌内涵的建设,技术提升和人才建设作为医院发展的根本,而是过分依赖广告宣传,在患者满意度调查中反映为诊疗技术和效果的满意度偏低,大部分患者对医院的过度宣传并不信任,这对于医院的品牌建设来说是极为不利的。

表 1 重庆市某民营专科医院患者满意度调查结果统计表

项目	样本(n)	构成比(%)
你对医院环境满意吗		
满意	174	88.78
一般	16	8.16
不满意	6	3.06
你对当前就医流程满意吗		
满意	145	73.98
一般	39	19.90
不满意	12	6.12
你对医院服务态度满意吗		
满意	178	90.82
一般	14	7.14
不满意	4	2.04
你觉得医院诊疗技术和效果怎么样		
好	76	38.78
一般	65	33.16
较差	55	28.06
你对医疗费用满意吗		
满意	24	12.24
一般	80	40.82
不满意	92	46.94
你觉得医院宣传真实吗		
真实	51	26.02
一般	90	45.92
不真实	55	28.06
你对医院的位置和交通还满意吗		
满意	92	46.94
一般	77	39.29
不满意	27	13.77

2.2.2 市场行为不够规范 不规范的市场行为主要体现在:首先,为了招揽患者,不切实际地进行低价宣传,实际收费并无优惠甚至更高;其次,由于医患双方医学知识及信息的不对称,医院夸大患者病情,数据显示近 9 成到该院体检的妇女被查出宫颈类疾病;最后,医院为部分患者提供三餐,通过患者低住院费用套用医保。在调查中发现,约 73.98% 的人都对该医院的广告的真实性存有疑惑,这是部分民营医院较为普遍的问题,通过对重庆市工商局 2013 年第 4 期医疗机构自办网站广告监测结果显示,30 家民营医院自办网站存在违规,其中不乏知名的民营医院^[5]。

2.2.3 急于追求经济回报,忽视社会效益 由于民营医院的市场化,投资者为了急于回收成本,追求短期效益,往往更重视医院的经济效益,忽视医院的社会效益,医院的急功近利行为,在一定程度上影响了医院的社会形象。调查中笔者发现,受访者普遍对于民营医院公益性表示怀疑,并且对民营医院过度追求短期效益的行为表示反感。这种状况既影响医院的可持续发展,这也成为民营医院品牌创建的重大障碍。

3 深化医改背景下民营专科医院品牌创建对策

3.1 注重医院本质,科学构建医院品牌战略 医院实施品牌

战略的目的是为了增强医院的核心竞争力,赢得患者的认同,争取更多的市场份额^[6]。患者更看重的是能够体现救助生命、维护健康,体现医院本质的医疗机构,是技术过硬、服务周全、践行人道主义的医院。对医院品牌的误解,割裂医院品牌要素都是对医院本质的扭曲。因此,实施医院品牌战略的关键,应该建立在科学认识和理解的基础上,建立在增强医院诊疗技术,提高医疗服务质量,构建医院人文精神基础上^[7]。

3.2 注重内容与形式的统一 医院的外在形象应该是建立在提升自身品质基础上,实事求是地展示自己的形象,任何名不副实和夸大其词损害的不仅是患者的利益,也破坏了自己在患者心目中的形象。医院的广告宣传应该与提供的服务保持一致性,它不仅是宣传项目和实际内容的一致,也是宣传优惠与实际价格的一致性,让利于患者本来的营销手段在医院的品牌塑造中确实具有一定的效果,然而,令人难以置信的优惠却难以得到患者的信任。保持宣传形式与实际内容的统一性,才是医院赢得患者的在重要策略。

3.3 注重医院社会效益 医院的社会职能是医院本质规定性的体现。不能否认非营利性民营医院追求经济利益的动机和目的,更不能忽视医院应当承担的社会责任。其实,医院的社会责任感往往是赢得社会认同感的最好途径,也是医院展示品牌形象的最好方式。面对激烈的市场竞争,医院赢取的不仅仅是患者的数量,更重要的是患者的认同感,杀鸡取卵只能是在市场不够完善状况下的短期行为,只有先善其身、利其器,不断完善自身,才能赢得患者的认同,才能保持医院的可持续发展^[8]。

综上所述,深化医改的背景下,民营专科医院面临机遇的同时,也面临着前所未有的挑战,在这样特殊的环境下,民营专科医院惟有正确认识医院品牌战略的内涵,根据自身实际创建特色医院品牌,诚信经营,才能吸引更多患者,在激烈的竞争中求得生存与发展。

参考文献

- [1] 李梦云. 温州民营医院发展现状的调查与思考[J]. 医学与社会, 2006, 19(4): 63-65.
- [2] 吕玉波, 庄一强, 刘军, 等. 转型期的医院品牌战略研究[J]. 中国医院, 2007, 11(8): 5-8.
- [3] 李华, 赵晓光. 医院品牌建设对患者满意度的影响研究[J]. 中国现代医学杂志, 2007, 17(22): 2811-2813.
- [4] 罗瑞, 杨纲. 重庆市医院品牌战略发展现状与思考[J]. 重庆医学, 2012, 41(11): 1396-1398.
- [5] 重庆市工商行政管理局. 重庆市工商行政管理局医疗机构自办网站广告监测警示公告[EB/OL]. [2013-06-21] <http://www.cqgs.gov.cn/gzfw/ggfbjc/34487.htm>.
- [6] 杨家兴, 杨纲. 二甲医院品牌战略定位分析[J]. 重庆医学, 2011, 41(34): 69-70.
- [7] 马怀业, 刘新刚. 医院品牌的创建研究[J]. 现代医院管理, 2010, 7(5): 29-32.
- [8] 肖俊辉, 杨云滨, 刘瑞明, 等. 新医改背景下广东省民营医院现状分析与发展对策研究[J]. 中国医院, 2012, 16(5): 77-80.