

办人民满意的医院

——北京协和医院加强党的建设工作纪实

本报记者 白剑峰

在很多患者心中,北京协和医院是诊治疑难重症的“终点站”,其诊断结论堪称医学界的“金标准”。在复旦大学医院管理研究所发布的“中国最佳医院排行榜”上,北京协和医院连续8年蝉联榜首。

“严谨、求精、勤奋、奉献”,这是几代人用心血和汗水积淀而成的协和精神。党的十八大以来,北京协和医院以党建促学术,将党的建设与医院中心工作深度融合,切实履行党和人民赋予的光荣使命,使协和百年品牌更加闪亮。

一切以病人为中心,持续改善服务质量

北京协和医院党委认为,加强医院党建工作,必须贯彻落实党中央全心全意为人民服务的根本宗旨,牢固树立一切以病人为中心的办院方向,着力解决“病人最不满意、员工最为关心、影响医院发展最为关键”的问题。

到协和看病,挂号难、排队长、候诊长……针对患者反映强烈的突出问题,党委组织开展了“做一天患者体验活动”。党员干部们亲身体验之后,觉得老百姓看病很不容易,于是在全院掀起了这场就诊流程优化行动。

经过努力,全院上百个流程得到改善:自动发药机上线,从“人等药”变成了“药等人”;患者留取标本室紧挨着检验科窗口,避免了来回走动的尴尬;70%以上的检查项目实现了自动预约,相近诊疗功能集中布置,患者就诊半径进一步缩短;创立“导诊单制度”,医生在开具化验单时,必须就患者所做的检查项目和地点

画钩,患者交费同时拿到一份打印的“导诊单”,清晰地标明检查项目在几楼、何时做检查、何时出结果。

从病人需求出发,持续改进医疗流程,已经成为协和医院管理的常态。近年来,医院先后推出银行卡、手机APP、官方微信、多功能一体化自助机等创新服务,持续为患者提供更高水平、更好品质、更有温度的服务。以手机APP预约挂号为例,该APP不但有预约挂号功能,还支持全国各个省份的初诊患者无卡预约、在线建档、在线精确查找专科专家、在线查看检验报告单,极大地方便了患者就医。

坚持公益性不动摇,切实维护患者利益

一位患者挂了一个协和医院外科的普通号,看上了病,住进了院,本以为没找熟人,只能轮到普通医生做手术。没想到,上台为她主刀的竟是北京协和医学院外科学系主任、泌尿外科老主任。原来,协和外科实行严格的手术风险分级管理和分级授权,具备相应资质和能力的医生匹配相应难度的手术。对于高难度和高风险的手术,资深专家亲自主刀;对于难度稍小一点的手术,资深专家也会给予指导。

这位患者在病房里做了一个小调查,结果发现很多患者都是辗转全国各地多家医院才到协和的。大家共同的感受是,协和没有重复检查,没有过度治疗,看病费用甚至比很多地方医院都低。

党委强调,必须坚持公立医院公益性,确保医院改革发展方

向正确。协和不以经济效益为目的,一切从病人利益出发。协和每年都要根据医改进展趋势和医院工作重点,对绩效考核指标及权重加以动态调整。对业务科室更加侧重医疗质量与安全及病人满意度指标,对职能部门侧重工作业绩、临床科室满意度及成本节约率等指标。其中,党委办公室负责各临床医技科室对职能部门的满意度调查。

想病人之所想,急病人之所急,把病人需要当成“指挥棒”,党委要求以实际行动践行“待病人如亲人”的办院理念,得到了广大患者的认可。目前,协和组建了胰腺、胸病、垂体、肠病、脑转移癌等16个疑难病会诊中心,探索创新“一站式”多学科会诊模式,从机制上保证多学科协作诊疗的常态化,不仅提高了疑难复杂疾病的诊疗质量与效率,而且推动了医院医疗水平的整体提升。

加强医德医风建设,传承协和人文精神

协和医院党委始终把党建工作融入医学人文精神培育中,加强医德医风建设,通过一代一代协和人的言传身教,使协和精神永不褪色。

大师远去,风范长存。协和医院党委通过组织举办纪念林巧稚、张孝骞、曾宪九教授等医学大家百年诞辰系列活动、已故知名老专家事迹展、做白求恩式的医务工作者座谈会、“心术”读书报告会等活动,在全院营造修医德、重品行的良好氛围,引导党员干部坚定理想信念,增强全心全意为病人服务的宗旨意

识。党委还通过开展“两优一先”“协和杰出贡献奖”“协和杰出青年奖”等评选表彰活动,选树身边典型,使协和人学有榜样、行有楷模。在浓厚的人文氛围熏陶下,一大批具有人文情怀的医学新秀迅速成长。

一位中年女性因发热、血三系减少、凝血异常等症来急诊就诊。首诊医生很有经验,迅速做了血涂片送检。然而,当这位医生下班后,另一位青年医生突然接到骨髓室电话,说这个病人很可能患的是急性早幼粒细胞白血病。该病在起病初期往往异常凶险,但此时病人早已离开不知去向。这位值班医生急忙从医嘱系统里查询到该病人的电话号码,不断打电话找人。无数次铃声挂断后,电话终于被病人的先生接起,但却漫不经心,反应冷淡。这位青年医生不厌其烦地强调病情的凶险,催促其就诊,终于引起了对方的重视。后来,病人很快被收入院,治疗效果良好。

协和医院党委把立德树人作为思想政治工作的中心环节,用人文精神感召人,用核心价值观凝聚人,引导医务人员弘扬和践行敬佑生命、救死扶伤、甘于奉献、大爱无疆的崇高职业精神。

为了肩负起公立医院的社会责任,党委号召广大党员干部发挥带头作用,勇挑重担,帮扶少数民族和偏远地区发展医疗事业。2015年,第一批“组团式”援藏医疗队赴藏工作,共产党员占到60%。如今,协和总计派出三批“组团式”援藏医疗队,全面参与西藏自治区人民医院的学科建设、人才培养、医院管理与文化建设,为维护藏区人民群众健康做出贡献。

自2010年开始,中国农业大学人文与发展学院叶敬忠教授的研究团队发起“小农扶贫”模式探索,8年的实践证明,基于小农户生产、直接对接城市固定消费者的扶贫方式,可以成为贫困小农户增收脱贫的突破口。

为贫困小农户和城市消费者“搭桥”

中国农业大学人文与发展学院院长叶敬忠认为,鉴于产业扶贫遭遇的一些瓶颈,扶贫工作需尝试突破常规思维,基于零散地块的小农家庭生产应是生产扶贫的立足点。

2010年起,该学院研究团队与河北保定易县扶贫办合作,在该县坡仓乡桑岗村发起扶贫实践,后又扩展至附近的宝石村,具体做法如下:

——发掘资源优势,组织贫困农户。研究团队与桑岗村村委会合作,在充分调研摸底的基础上,动员20个贫困户作为第一批生产农户,组成生产小组,由3位村民代表领头管理。目前该村有76个参与户,其中46个贫困小农户(该村建档立卡贫困户共53户)。2016年宝石村加入后,成立了包括12个贫困小农户在内的生产小组。

——依托社会网络,发展消费者群体。研究团队从邀请亲朋好友、同事或其他熟人加入开始,依托社会关系网络,并借助新媒体平台,逐渐发展消费者群体。截至2017年底,桑岗村的消费者已超过400个家庭。宝石村也发展起约100个家庭的消费者群体。

——启动城乡对接,开展产品配送。自2012年起,桑岗村生产小组独立负责协调生产、质量监督、组织配送、与消费者交流互动等全部工作。产品信息、下单、支付和沟通等均通过新媒体平台完成。截至2017年底,桑岗村在北京建立了8个固定配送点,在保定市建立1个固定配送点。宝石村在北京建立了3个固定配送点。

——利用“线上线下”,进行城乡互动。除了产品配送交接的当面交往外,微信群、公众号、微博等,已成为生产小组和城市消费者的日常互动平台。很多消费者还带着孩子和亲朋好友访问村庄和对接农户,带动乡村旅游。

——去除中间环节,实现价格共赢。一方面,农户可以获得比当地市场更高(至少高出30%以上)的出售价格,且销路稳定。另一方面,相比城市市场上以“有机”“绿色”“生态”为标签的产品,城市消费者可以用更平民化的价格获得健康农产品,中低收入的城市也能承受。

对接城市消费 助力农户脱贫

对中国农业大学探索“小农扶贫”模式的调研

本报记者 郭牧龙

小农户脱贫增收,村庄生态改善

中国农业大学副教授贺志志表示,这种小农扶贫方式产生了良好的效果。

首先,以生计资源为基础,贫困户参与很普遍,可对接产品种类丰富,提供的产品达30余种。桑岗村几乎所有具备生产空间和劳动能力的贫困农户都参与了这一项目,包括6个政策兜底的贫困户。

其次,以固定的消费者和较高的产品价格为保障,贫困户收入稳定且持续。贫困小农户每年通过产品对接获得的收入,少则千元,多则万元。产品价格稳定,交易可全年进行,脱贫效果显著。

第三,以充分的互动和信任为基础,拉近城乡关系。70%的消费者表示,参与对接是基于对农户的信任。除了持续购买农户产品之外,不少消费者自发为村庄捐赠衣物、儿童玩具和图书;有的消费者还为到北京看病的农民提供帮助,体现了和谐的城乡关系和协调的发展理念。

第四,以整体性修复为补充,乡村建设兼顾生态与文化。桑岗村80%以上的农户已减少农药、化肥和除草剂的使用,在蔬菜种植和养殖过程中则很少或完全不使用化学添加剂。生产小组还开展垃圾治理和文化活动,提升了村庄组织能力。

小农扶贫方式宜推广、易推广

专家认为,小农扶贫方式具有高度的可行性和稳定性,可弥补当前产业扶贫难以覆盖的空白区域,建议在更大范围推广。

小农扶贫方式的可行性,在于所利用的是贫困小农户现有生计资源:小块土地、庭院、山场、多年种植和饲养的品种、家庭劳动力,以及按照小农方式进行农业生产和乡土食品加工的知识和技能等。小农扶贫方式的稳定性,在于农村生产者与城市消费者建立起的相互信任。近年来,很多城市居民对这些产品和食品有较大需求,且愿意以适当价格与贫困户对接购买。把贫困户的乡土产品与城市消费者的需求对接,是贫困小农户增收脱贫的有效途径。

专家表示,县城(或县城以上城市)范围内的任何一个社区、政府部门或企事业单位,均可与贫困村庄实现对接,且产品运输和配送更为容易。同时,每个村庄都有驻村工作队,他们是建立对接的最佳组织者和“搭桥”者。另外,农村社工、大学生村官、村干部等也可承担起组织者和发动者的角色。

ROBAM老板
精湛科技 轻松烹饪

老板电器
吸油烟机
连续三年
全球销量领先

数据来源:市场调查机构欧睿国际(Euromonitor International)发布的2015年—2017年全球自有品牌吸油烟机调查数据。