

增强治病信心,针对上述心理,护士每 15~30 分钟巡视病房 1 次,适当让患者和家属了解疾病知识,使患者产生安全感,鼓励患者树立战胜疾病的信心,并保持良好的精神状态。通过上述心理疏导,患者能坦然面对疾病,并积极配合治疗和护理。

2.5 皮肤黏膜的护理 此类患者大多极度消瘦,不能下床活动,大小便失禁,全身受压处皮肤极易破损。护士要做到勤更换、勤擦洗、勤翻身、勤整理,动作轻柔,患者穿着衣服应柔软舒适,加强臀部护理,大、小便后及时更换尿布,保持全身皮肤清洁干燥,避免局部长期受压。

2.6 药物疗效观察 准确执行医嘱,应根据情况给予颈外静脉留置针并保护好血管,保证静脉输液通畅,及时、准确给予抗感染药、静脉高价营养等对症支持疗法,观察用药过程中及用药后的反应及效果,及时记录和反馈药物疗效。

3 讨 论

3.1 老年 MOFE 护理难点 老年 MOFE 的发生率高,多起病隐袭,病程迁延漫长,这是由于增龄导致高龄老人生理功能减退多在 50% 以上,甚至达到 70%,各器官储备功能较正常平均降低约 1/2,甚至更多^[2]。老年人在慢性疾病的基础上,或两个以上器官功能呈亚临床状态下,即 MOFE I 期(衰竭前期)、II 期(衰竭代偿期)^[1],若在各种诱因下,尤其是肺部感染,一旦进展到 III 期(衰竭失代偿期)^[1],病死率几乎 100%。从本科室病例的观察结果发现,在各种诱因中,感染尤其是肺部感染仍高居首位,可能由于:(1)肺为最易受损器官;(2)肺感染的介导促进老年 MOFE 发生、发展,如肺组织损伤可启动凝血系统引起微血栓形成,加重老年 MOFE;(3)肺损伤导致细胞内缺氧,后者是形成老年 MOFE 的最终途径^[3]。因此护理难点是肺部感染,加强预防和控制肺部感染的护理措施尤为重要。

3.2 老年 MOFE 预后特点 老年 MOFE 的发生率主要与重要器官慢性疾病的严重程度、器官受损程度密切相关,与器官的慢性疾病的数目并不完全一致。因此,高龄患者慢性疾患数目多的脏器并不一定最容易衰竭,最容易衰竭的仍然是人体的重要脏器,如肺、心、脑、肾、肝等。衰竭器官数越多,死亡率越高,本科室所观察的患者中,衰竭器官 4 个以上者全部死亡。

3.3 老年 MOFE 的年龄特点 老年 MOFE 的严重程度及器官衰竭数目与年龄的关系并不十分密切。可能由于存活至高龄的患者大多生活方式、器官保护相对较好,在基础疾病的治疗方面用药依从性多良好,对慢性基础疾病的治疗重视,干预

系统正规。

3.4 老年 MOFE 的预防护理,目前尚缺乏特殊的方法,保护重要脏器的护理可提高老年 MOFE 的生存率。因此,对于老年 MOFE 患者应做到以下几点:(1)以预防为主,要高度重视对原患慢性疾病的治疗,加强护理,加强支持疗法,定期监测各器官功能指标。同时,由于患者长期应用多种药物,因此,应密切监测各种药物对患者的影响。(2)积极控制老年 MOFE 的诱因,及时有效地控制感染,尤其是呼吸系统感染等。(3)针对病因采取综合治疗护理策略。如重点保护心肺功能、监测周围循环状态、血液动力学变化等;对消化道出血者应及时止血、输血,应用 H₂ 受体阻滞剂,对肾功能不全者可行透析治疗。(4)维持营养代谢平衡。由于老年 MOFE 并发高代谢状态,可迅速引起营养和代谢紊乱,必须适当地给患者输血、脂肪乳、清蛋白、水溶性维生素、复合氨基酸等,同时予以氧疗,维持水、电解质平衡。

总之,老年 MOFE 患者病情复杂,治疗护理难度大,在治疗过程中也常遇到多种矛盾,如肺衰竭时机械通气与血压下降、器官低灌注的矛盾;胃肠道衰竭消化道出血时止血药物的应用与诱发心脑血管闭塞性病变的矛盾;肾衰血透、血滤等净化治疗时肝素应用与凝血障碍的矛盾;纠正低血容量与心衰、心律失常的矛盾;使用抗生素控制感染与肠道菌群失调的矛盾;使用激素与胃肠道出血的矛盾;广谱抗生素应用与肝肾功能不全的矛盾等,情况极其复杂。因此,护士应小心谨慎,严密观察病情,及时发现病情变化,妥善处理,防止顾此失彼,以进一步提高老年人患者的生存质量。

参考文献

- [1] 王士雯,王今达,陈可冀,等.老年多器官功能不全综合征(MODSE)诊断标准(试行草案,2003)[J].中国危重病急救医学,2004,16(1):1.
- [2] 潘天鹏,石津生.现代系统老年医学[M].北京:科学技术出版社,1998:12.
- [3] 王士雯,韩亚玲,钱小顺,等.1 605 例老年多器官功能衰竭的临床分析[J].中华老年多器官疾病杂志,2002,24(6):7-10.

(收稿日期:2010-04-22)

营销理论在护理工作中的应用

徐小萍(重庆医科大学附属第一医院呼吸内科 400016)

【摘要】 目的 探讨营销理论在护理工作中的应用方法,分析营销理论应用的重要性。**方法** 在呼吸内科护理工作中应用营销理论的方法,具体为建立营销理念,与患者建立和谐护患关系,树立良好形象,推行特色服务,优势技术的推广应用等。**结果** 营销理论在护理工作中应用以后,患者满意度提高,医院社会效益显著提高。**结论** 营销理论在护理工作中的应用,可密切护患关系,减少医疗纠纷;促进护理质量提高,促进医院发展。

【关键词】 营销理论; 护理工作; 应用

DOI:10.3969/j.issn.1672-9455.2010.18.056

中图分类号:R471

文献标志码:B

文章编号:1672-9455(2010)18-2015-02

随着经济的发展,医疗市场的发展也突飞猛进,医院之间的竞争更加激烈。如何在竞争的环境中生存、发展,已成为医

疗行业共同关心的话题^[1]。医院要在竞争中求得生存和发展,不仅仅取决于医疗水平的优劣及服务质量的高低,还取决于医

院营销水平的高低。医院营销学是辨别和满足患者与社会大众对疾病治疗、预防的需要,通过与社会大众建立医疗服务价值倾向的关系,可盈利地或不盈利地(根据医院资源而定)满足患者对治疗和预防的需求^[2]。通过医院营销,在增进患者健康的同时,也促进医院自身的发展。作为一线的护理人员对营销理论的掌握应用水平与医院的发展密切相关。2009年本科室护士在护理工作中应用营销理论,取得满意效果。

1 方 法

1.1 建立营销理念,培养营销队伍 通过专家培训营销相关知识、服务礼仪、沟通技巧等,让护士提高自身素质,认识营销的重要性,掌握营销理论,正确应用营销策略使医院营销变为全科护士的自觉行动。

1.2 注重沟通,与患者建立和谐护患关系 树立“以患者为中心”的服务意识,多用换位思维,经常与患者沟通。护士长定期巡视病房,每月召开两次患者座谈会,每月发放住院患者及出院患者满意度调查表等,了解患者的需求,真正做到急患者所急,想患者所想,为患者提供个性化的服务。建立护患之间互相信任、互相尊重、互相理解、互相帮助的和谐关系。

1.3 树立良好形象,推行特色服务 整洁舒适的环境,护士统一的着装,微笑服务,本院特色服务五心(接待热心、诊疗细心、护理精心、解释耐心、征求意见虚心)护理服务的应用,在患者心目中树立了良好的社会形象,增强了患者对医院的好感和信任,而良好的社会形象是医院的精神财富和可持续发展的内动力。

1.4 优势技术的推广应用 专职健康教育护士通过一对一讲解、患者座谈会、看录像等为患者介绍本科优势技术,如超选择性微导管支气管动脉介入术、经纤维支气管镜氩气刀治疗肺癌、无痛纤支镜检查、心电定位引导下 PICC 穿刺等,让接受相关检查治疗的患者现身说法,患者间互相交流,促进优势技术的推广应用。

1.5 多途径宣传科室,提高知名度 发放宣传手册,定期开展各种免费讲座、义诊、报纸报道,网络宣传等,让患者了解科室的新技术、危重患者救治水平、服务态度、专家信息等,扩大医疗市场。

1.6 加强出院随访 对出院后须随访的患者进行信息登记,按时电话随访,进行健康教育指导、复诊提醒等,体现医院对患者的全程服务,增加复诊率。

1.7 降低成本,合理收费 根据患者情况制订出有顺序的、有时间性的和最适当的临床服务计划,如预约住院、预约检查、检查陪护等,为患者提供方便快捷的服务,以加快患者的康复,缩短住院日,减少资源浪费。张贴国家收费标准,严格按照收费标准合理收费,做好相关解释。

2 结 果

2.1 患者满意度提高 住院期间及出院患者问卷调查,患者的满意度由 88% 提高到 94% 以上,较去年显著提高。全年无投诉。

2.2 患者总量增加,医疗市场扩大 1 年来门诊患者数量较去年增长 15%,住院患者数量增长 25%。

2.3 社会效益提高 护理工作中应用营销理论,科室及医院知名度提高,社会影响扩大,竞争能力提高。

3 讨 论

3.1 营销理论的应用,密切了护患关系,减少了医疗纠纷 维护与患者的关系是医疗行业营销运作的重心^[3]。本科室通过良好的医德医风,精湛的医疗技术为基础,在为患者服务中对患者多一点爱心、多一点尊重、多一点理解,努力为患者提供高品质的护理服务,与患者建立良好的护患关系,创造和谐的就医环境,让患者相信护士、相信医院,使患者对医护人员的忠诚度和满意度提高,减少医疗纠纷。

3.2 营销理论的应用,促进护理质量提高 随着经济的发展,人们生活水平提高及健康意识增强,对医疗服务提出了更高的需求标准。护士只有自己不断提高服务水平,才能满足患者的需求。医院营销一定要建立在良好的技术和优质服务基础之上^[4]。本科室坚持“以患者为中心”,认真落实五心护理服务,工作中用换位思维考虑患者的需求,即注意人文关怀,注意细节服务。主动与患者沟通,使患者对本科室的工作更加理解并积极配合。一方面患者满意度提高,另一方面本科室的护理质量也大大提高,达到护患双赢。

3.3 营销理论的应用,促进医院发展 医院实施市场营销,参与市场竞争,提高服务质量,不论对于满足广大群众对医疗服务的需求,还是对于促进医院的发展与进步都是十分重要的。护理工作中应用营销理论宣传医院,使患者、社会更深刻地认识医院、了解医院,发现医院的优势和特色,不断提高医院知名度,扩大医院业务量,促进医院快速发展。

市场经济要求在护理服务中必须注重医院营销,好的技术、好的服务、好的推广策略,才能使医院具有良好的品牌形象,这就是护理工作中应用营销理论的最终目的。医院借助营销队伍,将使医院在新的历史时期更富有创新的思想 and 活力。它对医院的发展、谋求充足的病源、扩大医疗业务等方面有着极其重要的意义。营销理论不仅可在护理工作中应用,还可以在医院其他领域广泛应用。全院职工都应该建立营销意识,加快市场营销理论的学习与运用进程,用系统、科学的营销理论指导医疗服务工作。群策群力,增强医院竞争力,创建一流品牌医院。

参 考 文 献

- [1] 刘逸文,李继平,陶秋吉. 顾客期望层次论在护理服务中的应用[J]. 中国护理管理, 2006, 6(12): 27-29.
- [2] 陈放. 现代医院市场营销[M]. 北京: 蓝天出版社, 2005: 1.
- [3] 梁万年. 卫生服务市场营销管理[M]. 北京: 人民卫生出版社, 2005: 1.
- [4] 付凤环,尹世全. 关系营销理论对公立专科医院营销管理的启示[J]. 中国肿瘤, 2008, 17(6): 466-468.

(收稿日期: 2010-05-28)