



您的位置：首页 - 文章选登

浅析推广医疗责任险的主要障碍及对策(康琪璋、戴李凯; 2004年6月22日)

文章作者：康琪璋 戴李凯

推广医疗责任险的社会意义

虽然现代医疗技术在飞速发展、诊断设备日趋完善,以及生物药制品琳琅满目,但是医疗行业的高风险仍然是难以避免的,由此产生医疗纠纷更是主医疗机构欲罢不能。为了预防和转移这一风险,在西方发达国家,各个医疗机构除了采取提高医疗水平、加强医务人员责任心,以及严格执行医疗护理常规等手段之外,几乎都投保了医疗责任险。

从国外的经验和我国的相关实践来看,推广医疗责任险具有以下重要意义:

1. 维护社会稳定。据中国医师协会对114家医院进行调查,近三年平均每家医院发生医疗纠纷66起,发生打砸医院的事件5.42件,打伤医师5人。这些纠纷严重干扰了医院的正常秩序,造成社会不安定因素,其中有些案件(比如湖南中医院知名教授被杀案)还在全国范围内存在恶劣影响。究其原因,是因为医患双方在赔偿责任和额度上的重大分歧而导致的。而在普及了医疗责任险的国家,保险公司作为第三者介入医疗纠纷的处理过程中,有效避免了当事双方的直接接触,并能最大限度地维护医患双方的利益,从而大大减少了调解过程中的过激行为。在医疗责任险普及的美国,每年医患纠纷的发生率仅为7%左右,而由医疗纠纷而导致的伤人案更是微乎其微。

2. 有利于促进医学事业的发展。医疗行业的高风险是国际公认的,如果没有健全的保障体系做依托,在这样一个行业中创新所面临的压力之大,是可想而知的。重压之下医务人员更多的是保守疗法,而一个行业没有创新就不可能有发展。普及医疗责任险作为医疗行业极为关键的保障手段,则可提高医疗纠纷的处理效率,使一大批医疗专家从繁杂的纠纷中解脱出来,有更多的时间来专心进行医疗创新、加强医院管理以及提高医院运营效率。所有这些都对推动医学发展有重要作用。

3. 有利于深化医疗体制改革。目前我国正在逐步推进医疗体制改革,而医疗责任险的推广和医疗体制改革的深化相辅相成。从单位福利转向社会医疗保障,从非赢利医院逐步转向市场化的赢利性医院运作模式,都意味着人们看病的成本增加,因而会增加人们对体制改革的不安全感。尤其当人们支出较高医疗成本却发生医疗事故时,如果责任方无力赔偿或扯皮拖延,就会使人们将不满发泄到医疗体制改革上,因而不利于改革的深化。从这角度上看,在全社会推广医疗责任险可以起到为我国医疗体制的深化改革保驾护航的作用。

推广医疗责任险的主要障碍

从中国人民保险公司2000年首次推出医疗责任险以来,国内各家产险公司也纷纷借助《医疗事故处理条例》出台的有利时机推出了各自的医疗责任险产品。虽历经几年的推广后,整个医疗责任险的承保面在全国范围内仍然还比较低。以湖南省株洲市为例,2003年,株洲市共有医院976家(含乡镇卫生院,厂矿医院),而投保医疗责任险的医院只有26家,仅占全市医院总数的2.6%。这其中当然有国民保险意识相对薄弱的问题,但从推广医疗责任险的实践来看,关键的障碍还在于以下几方面:

第一,医疗责任险“首尾不顾”的期内索赔式,使医疗机构的进入成本很高。我国的医疗责任险产品基本上都是采取期内索赔式,并且投保第一年没有追溯期,因而只有在医疗责任险生效期间发生并提出索赔的案件才能获得保险公司的赔偿。而现实中,医疗风险具有潜伏期长、存在期长的特点。这意味着医疗机构可能需要投保若干年后才能真正获得保险保障。如此以来,医疗机构将不得不面临一方面不停地为首次投保以前发生的医疗事故支付赔款,另一方面年复一年将大笔保险费交给保险公司而不能发挥作用的尴尬局面。正是这过高的进入成本让相当一部分医疗机构望而生畏。

第二,医疗纠纷处理的现实规则与医疗责任险的赔偿原则有些格格不入。现行的医疗责任险基本上只对医疗事故或医疗意外承担赔偿责任。而现实中,由于医疗事故不但影响年终考核和评级,而且会损害它的社会声誉,因而大多数医疗机构倾向于息事宁人,对大量未定性为医疗事故意外的纠纷做出了赔偿。这就不可避免地造成保险契约的“承诺”与大量医疗纠纷索赔难以对上号的尴尬局面。

第三,保险公司不能有效协调医患关系,使医疗机构最迫切的需要未能得到满足。一直以来,医疗纠纷不但耗时耗力而且易对医院造成不良社会影响,各家医疗机构急切地想要从中彻底解脱出来。而国内众多保险公司都没有一支熟悉所有医学领域的专家队伍,而且绝大多数医疗纠纷的责任最终还是落在医疗机构身上。如此以来,医疗机构投保医疗责任险的积极性大大降低。

推广医疗责任险的相关策略

根据上面的有关分析,我们可以清晰地发现,影响医疗责任险推广的因素贯穿于保险产品销售的两个关键环节:产品供给和售后服务。理顺了这两个环节,就可以有效消除推广的阻力。为此,我们可以综合运用以下策略:

首先是产品策略。保险产品能否贴近目标市场风险发生的实际状况,决定着该产品的市场吸引力。而现有医疗责任险产品最大的缺陷是期内索赔式过于严格。这与医疗风险的发生特点存在脱节,无形中使医疗机构的进入成本增加,从而形成了较高的进入障碍。因而在推广医疗责任险时,首要的工作应是改进现有的期内索赔式,在首次投保时增设一定的前溯期,使产品更贴近市场的需要。

其次是渠道策略。在专业性较强的行业中,销售渠道的专业程度成为产品成功推广的关键所在。而医疗行业的专业性极强,因此在推广医疗责任险时,构建一条专业性强的渠道非常重要。根据我国医疗行业的现实情况,以及保险中介机构的有关管理规定,笔者认为,借助卫生行政管理部门的专业性和权威性,将其庞大的专家网络和保险公司的直销渠道有机融合(比如共同组建推广委员会等),可以大大提高推广效率。

最后是服务策略。在医疗责任险的售后服务中,医疗机构最关注的是保险公司的快速理赔和有效协调医患关系。保险公司提高这两方面

的服务质量，可以吸引医疗技术好、管理水平高和医疗事故少的医院投保医疗责任险，从而减少医疗机构逆选择行为，使医疗责任险的发展步入良性循环。而提高理赔效率和协调医患关系都需要一支熟悉所有医学领域的专家队伍，而可以广泛借助社会力量，成立由公安人员、卫生行政管理部门和部分专家共同组成的兼职医疗纠纷处理机构。这样一来，一旦出现医疗事故或医疗意外，保险公司根据实际情况，选择纠纷处理人员最佳组合，以最小的成本提供最佳的售后服务。

文章出处：《中国保险报》

[\[推荐朋友\]](#) [\[关闭窗口\]](#) [\[回到顶部\]](#)

转载务经授权并请刊出本网站名

IFB
中国博士论坛

中国社会科学院
保险与经济研究中心

IFB
IFB外商投资中心

IFB
IFB基金研究与评价中心



地址：北京市东城区建国门内大街5号 邮编：100732 电话：010-65136039 传真：010-65138307
版权所有：中国社会科学院金融研究所