

## 浅谈护理服务的商品性及特殊性

文/文安华

护理服务是基于人类生存需要而产生的。护理服务作为卫生服务的重要组成部分，属于第三产业的范畴，是为满足广大人民群众的健康需求而向社会提供的技术劳务性服务。这种劳动所生产的护理服务产品同物质产品一样，具有商品的属性，但又不能等同于一般商品，是一种特殊商品。

### 一、护理服务的商品性

护理服务之所以成为商品，是因为它具有商品必须具备的条件。

#### 1. 有用性，能满足全体人群的需要

护理服务的核心是为人类健康提供服务，它能满足全体人群（包括病人和健康人）对医疗、预防、保健、康复、健康教育等需要。随着社会的发展，人们不但希望患病时能获得及时有效地治疗，还希望医护人员能提供各种相关的预防保健知识，健康信息和健康指导以保持自身生理和心理上的良好状态。

#### 2. 是护理人员付出劳动的产品

护理服务劳动是护理人员，使用护理资源对护理对象进行有目的的活动，以提高人民的健康水平。护理服务作为投入参加健康生产，为护理对象提供服务，其产出是健康人，并使他们进入社会生产系统，产生价值，其中部分价值属于医务劳动，部分属于护理劳动。护理服务劳动是生产性劳动，它的“生产”就是护理服务，它的“产品”就是健康劳动力。

#### 3. 必须是满足他人或社会消费需要

护理服务作为一种大众消费品，全体人群成了消费者。护理对象接受护理服务后能帮助患者保持生命，减轻痛苦，恢复健康；帮助健康人保持健康、增进健康，实施预防保健服务；帮助残疾人提高自强意识，发挥身体潜能。护理服务不是用于医务人员自己消费。

#### 4. 护理服务通过市场交换转到使用它的人手里

护理劳务商品是通过市场交换形成的。商品与市场，两者相互依存。哪里有市场，哪里就有商品。护理劳务作为一种消费品进入市场，换取与付出劳动和成本消耗相应的经济利益，符合社会主义等价交换原则。医疗市场是由以下5个因素构成的：（1）具有可供交换的以服务形式出现的商品（即医疗服务）；（2）具有可作交换媒介的货币；（3）要有医疗服务的生产者和经营者，他们是形成这一市场的供方（卖方）；（4）有医疗服务的消费者，他们形成这一市场的需方（买方）；（5）具有交换双方均可接受的价格（即医疗收费标准）。医院和社区提供护理服务，供需双方以货币为媒介发生服务商品交换关系，在这种交换中，医疗收费有着特定的标准和要求。

#### 5. 护理服务价值是使用价值和价值的统一

作为商品，它必然具有使用价值和价值两种属性。商品的生产者和提供者（卖方）的目的是为了实现商品的价值；商品消费者和获得者（买方）的目的是为了获得商品的使用价值。护理服务是一种特殊劳动，它在提供使用价值的同时，也创造了价值。护理人员通过护理服务劳动，创造了防病治病、保障人民健康的使用价值；护理服务同样耗费了护理劳动者的一般劳动，即体力和脑力耗费，这种无差别的人类一般劳动凝结为护理服务的价值。

### 二、护理服务的特殊性

护理服务虽具有商品的一般属性，但同时又有其自身的特殊性。

#### 1. 护理服务不能等同于物质产品

在经济领域，商品经济越发达，越要遵循等价交换的原则，而医疗服务领域就不能完全遵循这一原则。护理服务商品是一种特殊商品，它具有公益性同时也具有劳务性质。公益性决定了医疗服务市场不能以营利为目的，必须以提高社会效益为前提，把整个民族的健康素质放在首位。护理服务是具有商品属性的特殊产品，需要根据市场价值规律，采用商品交换的方式，使医疗服务过程中所耗费的活劳动和物化劳动得到价值补偿。医院只有自身价值得到补偿，才能使医院工作正常运转，使自身在市场竞争中得以生存和发展，才能满足和保障人民群众日益增长的医疗保健需求。

#### 2. 护理服务具有生产、消费同一性的特点

护理服务商品是一种劳务商品。劳务商品与一般商品的不同之处在于，一般商品是具有物质形态的，是有形商品，其生产和消费是两个过程。而劳务商品是无形商品，其生产和消费的过程合二为一，护理人员替护理对象服务的过程，同时也就是护理对象消费的过程。

护理服务的生产、消费在空间上同时并存，在时间上同时发生同时结束，护理服务的使用价值与价值同时实现。由于护理服务生产、消费的统一性，对护理服务产品质量提出了更高的要求。一般商

品如有质量问题，可以退还，而护理服务一旦提供，如出现差错，其造成的损失却无法挽回，这就要求我们提供优质服务，确保护理质量。

### 3. 护理服务凝聚着护理人员知识、技术与经验的创造健康价值的劳动

护理服务是一种知识密集性劳动，由于护理人员从事的是复杂劳动，因而会创造出比简单劳动更多的价值，价值中的一部分用于补偿医务人员这种“劳动力”的生产和再生产，一部分或用于积累，或以福利形式返还社会。

### 4. 供需双方拥有的信息不对称

护理服务不同于一般商品的一个主要特征在于，供需双方拥有的信息不对称。医疗服务的专业性和技术性很强，由于消费者缺乏医学知识而使护患间信息不对称，因此在原有的护理服务市场中，护患之间存在着不平等的交换关系。但随着社会的发展，特别是人们对自身健康的关心程度的增强，以及护理服务以人的健康为中心目标的实现，使需求方对护理服务的种类、价格、质量有了较明确的认识（作者单位：井冈山学院护理学院）

## 相关链接

[施工企业如何利用工程量清单计价进行投标报价](#)

[浅谈护理服务的商品性及特殊性](#)

[企业核心能力培育中的财务运作](#)

[论商务会议的有效组织与安排](#)

[由限额设计引发的思考](#)

[基于组织学习知识库获取知识](#)

[产品成本是应诉反倾销的基石](#)

[环境问题给企业带来的约束及对策](#)

[建筑工程招标投标在实践中的几点思索](#)

本网站为集团经济研究杂志社唯一网站，所刊登的集团经济研究各种新闻、信息和各种专题专栏资料，均为集团经济研究版权所有。

地址：北京市朝阳区关东店甲1号106室 邮编：100020 电话/传真：（010）65015547/ 65015546

制作单位：集团经济研究网络中心