

信息时代基层医院文化建设的思考

重庆市铜梁县人民医院 刘娅 402560

决定医院发展的基层核心竞争力，是医院文化核心竞争力来自于优秀的医学人才和先进的医疗但以二者的管理与开发则靠的是医院文化。没有先进的医院文化，就谈不上医院的核心竞争力。医院文化对形成医院核心竞争力有以下作用^[1]。

1 医院文化是信息时代医院竞争的核心竞争力

1.1 凝聚作用 医院文化注重的是人的因素，如何把员工的个人目标统一到医院的整体目标上来，是医院文化的重要功能。医院文化像一根纽带，把员工的利益与追求紧紧地联系在一起，使每个员工产生稳定的归属感，形成员工对医院的忠诚感。医院文化的这种凝聚作用，对医院的长远发展起巨大的作用。

1.2 激励作用 由于医院管理中传统的动员手段的局限性，促使管理者另辟蹊径。医院文化从心理学角度，强调尊重人、关心人，鼓励人充分发挥内在的动力，朝着期望的目标采取积极行动。这种文化激励作用能量大限度地调动员工的积极性。

1.3 协调作用 要使医院达到更高的目标，必须具有协调的团队精神，必须具有广大员工以很多问题趋于一致的认识和看法。优秀的医院文化支配着员工的团队行为和对医院长远目标的追求，使员工对医院的各项工作在认识上更加统一，在行动上更加协调。

1.4 规范作用 医院文化对员工的行为具有无形的约束力，这种无形的约束力并非来自有形的规章制度，他往往是自然而然约定俗成的行为准则，经过潜移默化形成的一种群体道德规范。医院文化的规范

性深刻影响着医院第一件事，大至决策，小至员工的行为举止。正是这一非技术、非经济因素，可能导致医院的兴衰。

2 医院文化是信息时代基层医院发展的巨大推动力

我国医院以往的发展实践表明，冷酷无凝是医院发展中最重要推动力，在工业代时代，医院一般靠物质资源来建立自身发展优势，主要以扩大医院规范和增加设备投入创造经济效益增长。随着信息时代的来临，这种以扩大外延为主的发展方式不再是医院最好的发展模式。

在信息时代，物质资本虽然是经济发展的重要推动力，但已不是最重要的推动力。知识与文化担起了这一重任。因此，信息时代基层医院发展推动一个决定性的因素是“知本”或称之为“文化力”。

“文化力”是一种强大的、内在驱动力，是靠医院长期培植、塑造和不断创新得来的。目前，国际范围内著名企业普遍采用的企业形象战略和企业文化建设的实践，都是以文化力推动经济发展的积极尝试。这些尝试已取得了引人瞩目的成果，证明了文化力是获得经济增长的有效手段，是取之不尽，用之不竭的财富和智慧之源。因此，医院未来的成功与旧越在于不断创造知识，不断创造新文化。

3 创新思维，建立优秀的医院精神

医院精神作为医院内部员工群体心理定势的主导意识，是医院办院理念、宗旨、价值准则、管理信念的集中体现。它有仅能动性地反映与医疗实践活动密切相关的本质特征。而且鲜明地展示医院的宗旨和发展方向，给人以理想、信念、鼓励、约束，医院精神集中反映了医院管理者的事业追求以及员工积极性的基本指导思想，常常以各种形式在医院管理过程中得到全方位、强有力的贯彻。于是，医院精神

又常常成为调节系统的精神动力。

医院精神一旦在医院形成群体心理定势，既可通过明确的意识支配员工行为，也可通过潜意识支配员工行为。其信念化的结果，会大大提高员工主动承担责任和修正个人行为的自觉性，从而主动关注医院的前途、维护医院的声誉，为医院贡献自己的全部力量。因此，创造新文化，要建立优秀的医院精神。

4 塑造形象，夯实医院文化建设的基础

随着科技发展、经济的快速增长及社会的全面进步，人们的物质文化生活水平日益提高，随之对医疗保健的需求也不断提高，这就对作为医疗保健市场供应方的医院提出了更高的要求，这就对作为医疗保健市场供应方的医院提出了更高的要求，使塑造医院形象显得更为必要，塑造良好的医院形象，可以提高医院对患者和社会公众的吸引力和向心力。从而迸发出巨大的工作积极性、主动性和创造性。因此，良好的医院形象必然促进医院物质文明和精神文明协调发展，使医院取得良好的社会效益和经济效益。

5 打造品牌，丰富医院文化建设的内涵

随着市场经济体制的导入，在医药卫生体制改革进入攻坚阶段的今天，医院如何进一步提高自己的竞争力，在激烈的医疗市场竞争中成为优胜者，不只是单纯看经济效益，而是看谁拥有自己的“品牌”。通过塑造品牌，挖掘蕴藏在医疗活动中、管理中，通过塑造品牌，丰富医院文化建设内涵，激励员工爱岗敬业，推进医院的发展。

5.1 实现管理创新和科技创新，打造医院的“硬品牌”实现管理创新，深化改革，建立干部任用的“赛马”机制和全员末位淘汰机制。推动劳动人事代理制，实行专业技术职务评聘分开，以岗位管理代替

身份管理；进行结构调整，按照疾病和市场需求设置临床和医技科室，优化了资源配置，建立后勤服务中心，实现后勤服务社会化；根据人才不同需求层次及特点，发挥“表彰、奖励、职称、职务、住房”杠杆作用，对有突出贡献者给予重奖。同时，突出“专科特色”，推出病人舒适状况系列医疗服务，设立方便门诊、特色门诊、专科门诊为社区群众提供方便、快捷、高效、低廉的医疗服务。对新病房进行宾馆化改造，设置VIP病房，满足不同患者的就医需求；为患者创造良好的就医环境。

5.2 增强服务意识和文化意识、营造医院的“软品牌”医院仅仅依靠“硬品牌”是远远不够的，必须刚柔相济才能无坚不摧。因此，我院把强化服务意识，营造一个健康的医院文化氛围看作医院发展的重点。

6 对策

加强医院文化建设的同时应加强医院管理，管理干部素质能力的优劣直接影响着医院建设发展水平的高低。因此，如何培养一批真正掌握信息进代的现代化管理人才是我们面前的当务之急。[2]

6.1 区分不同类型的管理人员，实施目标化培训。

6.2 建设与技术职称相对应的管理职称系列。

6.3 采取走出去，请进来的方式提高管理人员的整体素质；引入竞争机制，完善管理干部任免制度。

参考文献：

[1]翟晓艳，信息时代医院文化建设中国卫生产业 2008.4047-103-104.

[2]关却加浅谈医院管理干部的现状对策，中国医药学刊 2007，

5C777, 26.