

# 社区卫生站满意度研究

——以石景山雍景四季小区为例

肖 祎 王 冷 刘 璐 李 婧

(北方工业大学建筑与艺术学院 北京石景山 100144)

**【摘要】**社区卫生保障体系是我国城镇卫生保障体系的重要一环,更是落实全民医疗保障体系的重要节点。北京市作为中国的特大城市,人口多,看病难一直是北京市民的重要生活问题。为了缓解大多数居民看病难的问题,北京市推出了188家社区卫生服务站,用来满足不同居住社区就近看病和生活的需要,但是社区卫生服务站在使用上却似乎不能发挥基层卫生服务的功能。本调研以北京城市某社区卫生服务站为例,通过对该卫生服务站服务项目、工作时间、服务范围、使用者满意度、利用率等多方面的调研和数据分析,发现当前社区卫生服务站存在的问题,同时对未来社区卫生服务站的改进提出了策略和方法。

**【关键词】**社区卫生服务站;利用率;满意度;调查

本项目受北方工业大学大学生科技活动资助。

## 1. 引言

我国是世界人口大国,医疗卫生建设不容忽视。社区卫生服务机构,可以为居民提供低价、方便、快捷的医疗卫生服务,并能分流常见病、轻微病,进而实现有限医疗资源的最大化合理配置,解决居民看病难、看病贵的难题。这是社区卫生服务站的初衷,但实际运作情况是否能够真正达到这个目的及人们对社区卫生健康设施的满意度有待商榷。

为了缓解大医院看病难的问题,党的十七大对国家的医疗服务方面提出“人人享有基本医疗卫生服务”的目标,支持发展社区卫生服务,构建以社区卫生服务为基础、社区卫生服务机构与医院和预防保健机构分工合理、协作密切的新型城市卫生服务体系。社区卫生服务站服务机构的构建力争实现“小病在社区、大病到医院、康复回社区”的目标,旨在满足社区居民的医疗需求需求,但是收效似乎甚微。通过对样本小区居民的访谈与调查,获取社区卫生服务站的利用率及居民满意度的相关数据,并以此为基础,探讨社区卫生服务站的评价体系,为未来的居住区空间规划设计提供一定借鉴。

## 2. 现社区卫生站普遍存在的问题

### 2.1 社区医疗机构服务功能缺失

现社区医院、卫生站医疗设备短缺。目前,我国大多数社区医院、卫生站的医疗设备比较陈旧,难以为患者提供基本的

医疗服务,同时,患者对陈旧仪器的治疗信任度不高,直接导致对社区医院医疗水平的怀疑。社区医院、卫生站提供的服务项目比较少。

### 2.2 社区医疗机构缺乏有经验的医疗人才

社区医院、卫生站的医疗服务普遍质量不高。社区卫生服务一般不分科室,主要由全科医生提供服务。我国全科医生的紧缺和不足,造成了社区医院、卫生站人员素质偏低。根据国际标准,每名全科医生可以为2000—3000人提供医疗服务。按照国际最低标准测算,我国城市5亿人口至少需要16万名全科医生。但是,目前我国全科医生不足4000人,无法满足居民对于基本医疗服务的需求。

## 3. 案例分析

为了分析居民对北京社区卫生服务站的满意情况,通过对建设年份、地理位置及社区卫生站投入使用的时间进行筛选,最终选取北京石景山区雍景四季小区为调研对象。其地处北京西五环外,属石景山区,是09年开盘的新建小区,总占地面积11.27万平方米,总建筑面积38万平方米,总户数2012户(不算空户),总人口5635人。周边环境较差,服务设施尚不完备,社区卫生服务站从建设之初就融入在规划设计中,并已投入使用约三年,具有很强的代表性。

### 3.1 卫生站基本情况

卫生站独立设置于小区东入口附近,临近小区的社区服务中心。社区卫生服务站占地370平方米,其中囊括全科诊室、中医诊室、康复中医诊室、药房、化验室、卫生间、煎药室、治疗室、休息室、输液室、生育指导室、健康宣传教室。主要服务功能为预防、医疗、保健、康复、健康教育。共有医护人员7人。其中:中医医师1名,硕士学历;全科医师两名,本科学历;高级护士一名,在化验室;全科护士一名在全科诊室;还有药师和护士各一名。学历大多为本科及以上,只有一名化验室护士是专科学历。但是年龄层次最大的只有31岁,最小的24岁,普遍缺少经验丰富的老医师,实践经验不足。这样的人才配备会导致未来卫生站的发展不尽人意,无法形成老中青互相帮带的局面,工作局面也会造成个别有能力的医生想及早进入大医院,完善个人发展。医生的诊断水平及服务态度直接影响着居民对社区医疗机构的信任度和满意度。由于社区医疗机构在医疗系

统中所处的尴尬地位,很难吸引有经验且职业素质较高的医疗人才。

### 3.2 卫生站使用情况

调研按一周工作日(5天)为基本单位。调研结果表明:一周内看病总人数为105人,平均每天看病人数为21个人,其中老人和妇女占主要部分。一天之中,有9位老人前来就医,约占当天就诊人员的42.95%,妇女7人约占33.3%,青年人3人约占9.51%,少儿3人约占9.51%。

卫生站现有有6项基础服务项目和相应设备,各类服务项目均有人使用且设备状况良好。现有的仪器大多为较常规化的设备,比如血压计、听诊器、心电仪、体重秤、血糖仪等,药房的使用比较频繁。作为主要的社区服务取药点,卫生站的药房发挥重要作用。同时设备使用大部分是免费,心电图和血糖需要单独付费,价格也低于大医院。

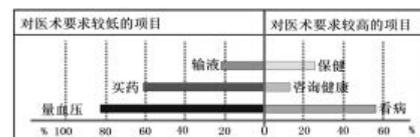
卫生站共有13种功能房间,合计建筑面积320m<sup>2</sup>。其中10种投入使用,3种属于停滞状态。投入使用的是治疗室、中医诊室、挂号、化验、输液等常规使用,停滞使用的是计划生育指导、煎药室、休息室等。其中使用率最高的是预防保健,这也充分体现了社区卫生站服务大众,重在保健预防的实际作用。使用率最低的计划生育房间,也体现了使用人群大多为老年人和小孩,中青年由于上班工作原因,使用率很低。

### 3.3 社区卫生服务站的满意度分析

#### 对卫生站看病类型的满意度评价

调研将该小区社区卫生服务站服务项目分为对医术要求较低医疗项目(量血压、买药、输液)与对其要求较高的医疗项目(保健、健康咨询、看病),调研问卷显示,对于医术要求较低的项目,居民会选择去社区卫生服务站并且对其服务质量反馈为满意,相反,居民表示该卫生站内对医术要求较高的项目满意度较低(见表1)。

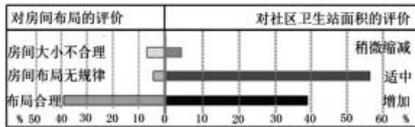
表1 居民对卫生站服务项目的满意度评价  
对卫生站空间利用的满意度评价



对卫生站空间的评价分为对房间布局的评价和对面积的评价两项评价指标。经调研数据分析,居民对社区卫生服务站各功能用房布局以及社区卫生服务站面积总

体上比较满意,但部分居民认为应扩大社区卫生服务站面积,用以增加医疗设备和增加医疗项目(见表2)。

表2 居民对卫生站空间利用的满意度评价  
对卫生站价格满意度评价



调研结果表明90%以上居民对社区卫生服务站收费表示满意。除外出就诊费用较贵外,社区医疗服务的收费较为便宜,并且社区卫生站可以满足社保、医保的报销,因此在价格方面,居民基本满意(见表3)。

表3 居民对卫生站空间利用的满意度评价

名称	类型	收费	名称	类型	收费
门诊常规输液观察费	人次	10¥	放置胃、肠管	人次	8¥
上门服务费(主任医师)	人次	40¥	ABO血型正定性	份	5¥

上门服务费(副主任医师)	人次	30¥	粪便常规	份	6¥
上门服务费(主治)	人次	20¥	尿仪器检查	份	2.5¥
上门服务费(医师、护士、肌肉)	人次	10¥	血糖	项	4¥
皮下、肌肉注射	人次	0.5¥	血糖快速定量	项	8¥
静脉注射	人次	1¥	甘油三酯	项	6¥
静脉抽血	人次	1¥	总胆固醇	项	5¥
静脉输液	人次	2¥	高密度脂蛋白胆固醇	项	9¥
换药(中)	人次	5¥	低密度脂蛋白胆固醇	项	10¥
导尿	人次	5¥	家庭病床建床费	床	10¥
氧气吸入(氧瓶)	小时	2.5¥	家庭病床查床费	次	10¥

氧气吸入(袋氧)	袋	1.5¥	心电图检查		
人次	8¥				

#### 4. 结语

本文通过对石景山区雍景四季小区社区卫生站的案例分析得知,从规划的角度出发,未来的社区医院、卫生站的配置应注意布置适宜的规模,并充分利用内部空间合理布局诊室,避免浪费面积布置闲置设备仪器;从医疗服务的角度,应提供更多符合居民需求的医疗服务项目、努力提升医疗人员的职业素养。在方便居民就医的过程中实现有序的服务秩序。

#### 参考文献

- [1] 刘钧相琼. 中央财经大学学报. 我国社区卫生发展的现状、问题和对策[J]. 2007. 8. 21-25
- [2] 孟群. 我国全科医生不足4000人缺口巨大[J/OL]. 新华网. 2006-4-18

(上接第494页)告设计过程中,为了给用户更多的视觉效果,则可以采用美术字进行广告设计,美术字的字体一般都比较生动形象,可以满足消费者的审美需求,同时可以注重整体性和和谐相处。在对艺术字体进行利用时,应该要考虑到不同的字体的风格是否与产品的属性相符,要注意各种字体风格的区别,选择合适的字体。

#### 2. 图形的设计

图形是平面广告设计中的重要组成部分,具有引人注目的作用,在注意度上,图形明显强于文字,因此,在一个设计作品中,图形设计的成败至关重要。平面广告设计中的图形内容广泛,有人物、动物、风景等等,从图形的表现形式上看,可分为具象和抽象两种。具象图形也叫做写实图形,是客观对象的具体塑造形态,在平面广告设计中一般采用摄影、绘画等形式,或电脑合成等方法予以表现。由抽象图形构成平面广告视觉效果的主要语言,是现代平面广告设计的一种流行趋势。在图形设计过程中最重要的一个内容就是商标,因此在设计时应该要将商标的图形防止在广告醒目的位置,在商标图形的设计过程中,要体现企业的文化遗迹背景,使得消费者可以体会图形传递的各种信息,达到突出的视觉效果。

#### 3. 色彩的设计

色彩在任何一个设计中都占据十分重要的地位,因为色彩是调动人们视觉积极性的重要方面,色彩的选择是否合理,决定了平面广告设计的效果。平面广告的色彩应该与整个平面广告的构图和设计思想紧密相连,要做到匀整化。色彩的配置应该以人们对色彩的联想和习惯作为依据,当今的平面广告设计中,越来越多的是进行变色的平面广告以及较为夸张的一种艺术,当然,平面广告设计的色彩也受到平面广告的工艺、材料等限制。在进行色彩的运用的过程中,一个最基本的原则就是

要醒目,即让消费者能够对广告的内容产生比较深刻的印象,因此在色彩的运用过程中要做到强烈的对比,使得消费者对平面广告进行浏览时能够迅速地基础产品的基本属性,从而不断吸引消费者的目光,提高竞争力,帮助产品的促销。当然,不同类型的产品,平面广告色彩也是不一样的。例如,食品类的平面广告上色彩一般是很丰富的,并且是以暖色调为主,主要是为了突出食品的特性。而药品类的平面广告色彩则比较单一,而且多是以冷色调为主,再比如在对化妆品进行广告设计时,其颜色的选择一般都比较偏向于暖色调,给人一种很适中的感觉,不会太刺眼也不会太低调。因此,设计平面广告的色彩时,一个首要的因素是考虑产品的特性,根据产品的特性进行色彩选择。不同的商品特点和属性都是不相同的,设计者也要根据消费者的习惯进行色彩选择,并且还要考虑到当前社会主流下色彩选择的变化趋势,如根据今年的流行色彩进行平面广告设计,是提高平面广告设计质量的重要前提。

#### (三) 广告设计要真实有效

广告设计的基本原则是真实,一个广告想要反映的是商品的本质,对于商品而言,广告设计只是一种承载方式,对于产品的特性进行充分的展示,并且是利用一种生动形象的方式进行展示,以刺激消费者的购买欲。在广告设计过程中要把握一个基本原则就是做到真实反映,即对产品的特性进行真实的展示,切忌不能出现广告夸大的问题,以免消费者在进行购买时发现与广告设计内容相差太多,出现不必要的纠纷。为了加强广告设计的真实性和有效性,要结合产品的实际内容进行设计,防止出现实物与广告相差很多的情况的出现。

#### 四、结语

广告是产品宣传的重要载体,是对产品属性进行反映的一种方式,在广告设计

过程中应该要掌握一定的原则,对广告设计中的各种元素都进行合理的编排与设计,从而不断提高产品的宣传效果,使得产品可以占据更多的市场份额,提高消费者的购买力。在广告设计时,为了提高宣传效果,可以对广告内容进行处理,但需要保持一个原则,即真实有效,无论采用何种设计风格,都应该要以真实的产品为主。

#### 参考文献

- [1] 郭昱峰. 探究平面广告设计中的视觉冲击力[J]. 大众文艺, 2014 (18)
- [2] 陈丽. 浅谈平面广告设计中的视觉要素[J]. 牡丹江教育学院学报, 2008 (02)
- [3] 戴颖. 平面广告设计的图形表现要素探究[J]. 大众文艺, 2010 (02)
- [4] 范琳. 试谈平面广告中广告主体的市场分析与设计创意的实现[D]. 山东大学, 2009
- [5] 易建华. -平面广告设计的创意技巧分析[J]. 大众文艺: 学术版, 2012 (12)
- [6] 徐红娇. 论平面广告设计表现要素与视觉效果优化[J]. 今日科苑, 2009 (10)
- [7] 于才晟. 平面广告设计的特点分析商业[J]. 文化月刊, 2012 (06)
- [8] 杨蕾蕾. 平面广告设计中色彩的应用分析[J]. 文艺生活·文海艺苑, 2014 (02)
- [9] 《平面广告新思维》, 李巍编著, 重庆出版社, 2014
- [10] 《广告设计学》翟治平樊志育杨智文化事业股份有限公司 2002
- [11] 《广告设计学》翟治平樊志育杨智文化事业股份有限公司 2002
- [12] 《当代设计广告学》威廉·F·阿伦斯[美]翻译: 丁俊杰、程坪、苑菲、张溪华夏出版社 2000 出版
- [13] 《广告策划创意学》余明阳, 陈先红主编复旦大学出版社, 1999