

江浦路社区卫生服务中心党支部创新思维开展特色活动

打通联系服务群众“最后一公里”

■记者 陈玲 祖之

今年75岁的姜阿姨几年前患了一场大病,从此便成了医院的“常客”,经常需要住院治疗,这两年大部分时间都在江浦路社区卫生服务中心度过。对姜阿姨来说这里的生活充满了感动,因为不管是负责治疗的医生,还是负责照料的护士,再或是同病房的病友,彼此相处得很融洽,这里已成为她的“第二个家”。

“护士每天给我读报、搀扶我到花园散步,陪我聊天,还经常给我一个温暖的拥抱,大家还一起过生日,我觉得在这里比在家开心。”姜阿姨滔滔不绝地说着自己在医院的生活。

记者了解到,自党的群众路线教育实践活动开展以来,江浦路社区卫生服务中心党支部紧扣为民务实清廉主题,聚焦社区居民和病患提出的意见和建议,推出“黄腕带行动”、“拥抱三分钟”等活动。为缓解输液室病患的精神压力,还推出“沁神之旅”活动,带领全院医护人员打通联系服务群众的“最后一公里”。

小小黄腕带 浓浓“祖孙情”

近日,记者来到江浦路社区卫生服务中心,听姜阿姨讲述在医院的生活。9点刚过,姜阿姨就时不时往病房外张望,她告诉记者,每天这个时候,她的“孙女”就要来给她读报了。姜阿姨口中的孙女其实是护士周晨佳,自江浦路社区卫生服务中心开展“黄腕带行动”以来,周晨佳与姜阿姨就由简单的医患关系演变成了“祖孙”,结下了深厚的感情。

“姜奶奶,我来给您读报了,等了很久吧。”姜阿姨终于盼来了“孙女”周晨佳。这个看上去20岁出头的小

姑娘,来到姜阿姨病床前,一边热络地与“奶奶”打招呼,一边张开双臂给了姜阿姨一个拥抱。她告诉记者,每天上午这段时间是一天中最忙碌的时候,但只要一有空,她就会到病房看望与她结对的5名老人,姜奶奶就是其中的一位,“给她们读报、陪她们聊天也是我释放工作压力的方式。”周晨佳说。

据了解,“黄腕带行动”是针对老年特殊患者开展的关爱活动,只要是佩戴“黄腕带”的住院老人,就会得到特殊护理照顾。医护人员会像家人一样在点滴之处给老人关爱和温暖。包括饮食冷暖、行动起居、如厕更衣等各种生活细节,积极了解老人的健康状况、治疗用药以及康复训练等。闲暇时,护士们会为老人读报、陪老人听曲或组织一些小游戏,丰富他们的精神生活。

“老年人记忆力差,患病后性格也会有改变,面对医生护士,根本记不住谁是谁,更不会把心里话与他人倾诉。虽然上了年纪,但他们同样渴求知识、渴求获得信息。”江浦路社区卫生服务中心相关负责人表示,“黄腕带行动”起到了“连心桥”作用,通过结对式服务,让老人结对对医护人员不再陌生,通过结伴让老人不再孤独。

输液室里的“音乐之旅”

打点滴是件枯燥而漫长的事,74岁的潘老先生每周都要来医院输液,对此他深有体会,“每次输液都要耗费几个小时,坐在椅子上发呆,心情有些烦躁。”如今,潘老先生的烦恼没了,江浦路社区卫生服务中心的输液室回荡起了悦耳的乐曲,令人心旷神怡,为病患排解了因输液时间过长而带来的烦躁情绪。

江浦路社区卫生服务中心党支部



在开展党的群众路线教育实践活动中,了解到病患的这一感受,随即开展了“沁神之旅”活动,即在输液室播放柔和、轻松的音乐,使患者紧张情绪得到舒缓。选择曲调优美,节奏舒缓,让人身心放松的音乐,播放时音量以不影响正常治疗为准,并及时听取患者的意见,适时调整播放曲目,让患者不仅减轻身体上的病痛,更使患者平复紧张的情绪,缓解精神上的压力。

江浦路社区卫生服务中心相关负责人表示,“沁神之旅”不仅可以缓解患者的紧张情绪,更让输液室的整体环境更具人性化,更温馨。之前,输液室环境相对嘈杂,患者、家属大声聊天,随意走动现象严重,破坏了整个输液室安静、和谐的环境,影响患者和医务人员的情绪。自“沁神之旅”细节服务开展以来,输液室嘈杂的场景慢慢消失了,补液病人的紧张

情绪更是得以舒缓。在柔和的音乐中,患者闭目养神,安静地聆听美妙的乐曲,大家沉浸在音乐带来的享受和愉悦中。

据悉,除了“黄腕带行动”、“沁神之旅”等特色服务,江浦路社区卫生服务中心还策划实施了“拥抱三分钟”行动,使患者真切感受到了医务人员的真诚关怀,体验到了就医的便捷和温馨服务。



丁美凤,女,1957年11月生,中共党员。现任上海泰晤士西餐有限责任公司总经理。曾获国家内贸部劳动模范、全国和市级三八红旗手、上海市优秀共产党员、上海市三学状元、上海市女职工标兵、杨浦区十大杰出青年、杨浦区第六批技术拔尖人才等称号。

她出生、成长的年代,是“知识越多越反动”的年代。当1986年,市场经济的大潮在饮食业掀起波澜时,杨浦长丰饮食店的经理丁美凤面对早出晚归,带头下工厂、里弄出摊,得到的却是企业亏损,职工收入低,面对江河日下的企业,她回头无力;沉重的压力,让她感到步履艰难;职工焦虑和期待的目光让她感到责无旁贷。

寻找市场,转换经营方式。一天,当她在报上读到一篇介绍市场营销书籍的文章时,她那忧郁的眼神顿时明亮起来。她赶紧找到那本书,仔细地阅读。市场预测、市场定位、目标市场等描述,让她找到了企业问题

自强自立闯新路

的症结,她大彻大悟。在计划经济和市场经济冲撞、交替时期,长丰饮食店要生存发展,职工要富裕起来,必须换一种经营方式。找市长,不如找市场。

丁美凤说干就干。她发动职工下工厂、里弄、学校搞市场调查。调查结果,令她和员工们感到意外。沪东地区,不缺老百姓欢迎的大饼油条四大金刚,缺的是那种让人看起来有点资产阶级情调的西餐。经营西餐,丁美凤和她的员工们谁也没有把握。她向书籍请教,书上介绍了一种德尔夫非法(即专家评审)的好处。于是她拿着调查报告,向商业研究所的专家请教。专家的意见:不行。她向饮食业的老法师们求教,得到的意见是沪东地区经营西餐没有先例,不可冒然行事。

面对一片反对声,该怎么办?杨浦区饮食公司的领导支持他们的行动,决心死马当作活马医,为集体饮食业在市场竞争中闯出一条改革之路。就在这时,一位上世纪30年代在上海颇有名气的西餐大师,愿意出资金、出技术和长丰饮食店的青年人合作。

泰晤士崭露头角。1987年仲夏季节,泰晤士西菜社就在沪东地区诞生了。历史给了长丰饮食店的青年人一个好机遇,但没有给他们一个好脸色。由于当时把经营目标对准了外籍专家、留学生。结果是连续3个月亏损。大师撤走资金和技术,泰晤士面临夭折。面对现实和很多人的不理

解,一时间,矛盾对准了丁美凤。她召集员工开会,查找失败的原因。面对众人焦虑、疑惑、惋惜、嘲讽的眼神,她能说什么呢。她将只有3岁的儿子交给父母后,为了泰晤士没日没夜地干,她不顾自己的心脏病,忙里忙外。她不顾家人、专家和行家的反对,在经营失败的当口,她唯一想法就是尽快让职工富裕,让企业发展。

夜,静悄悄。她一个人坐在店堂里。她在安静地思考失败的原因。泰晤士经营西餐的第一次尝试失败了,但从中却展露沪东地区经营西餐的希望。这时,上级公司经理室决定加大投资,让泰晤士的青年人自己经营西餐,公司经理室作他们的后盾。这是信任、支持、更是一种鼓舞的力量。丁美凤感到从此以后,她不能气馁,不能认输,更不能止步不前。深夜,在她那狭小的斗室里,又捧起了那本营销书。理论,实践,她找到了第一次实践失败的根源,目标的错位。茫茫沪东大地,过去没有西餐文化的基础。如今座落工人新村,居住的是工薪族大众。在改革开放的年代,他们对新生事物有一种尝试和探索的好奇。

这是一个广阔的市场,这是泰晤士应该瞄准的目标市场。她决定调整经营策略,制定了面向工薪族大众的价格、产品策略,组合营销策略。上世纪80年代末,泰晤士的价格体系吸引了众多消费者,最低的价格0.50元,最高的价格几百元。所有人都能在泰晤

士宽松的价格体系中找到自己的消费座标。泰晤士的店堂内,人气旺了,经营走上了轨道。后来,在上级公司的支持帮助下,在全体员工努力下,他们走上了企业兼并发展之路,建立了沪东地区西餐业西菜、西点、饮料全面发展的合理框架,同时,他们输出技术,输出管理,同具有资金实力的企业组建联合体,让泰晤士向浦东、向周边幅射,占领市场。

上世纪90年代,泰晤士成为沪上社会西餐业中第一个组建西餐公司的企业。营业额从几万元,升到了几百万元。时至今日,泰晤士在上海,在全国小有名气。

泰晤士独秀于上海西餐业。上世纪90年代初,上海的外西餐业发生了大地震。骤然间,上海的社会西餐店家,不足20家。泰晤士面临着严峻的考验。也许是特殊的经历,炼就了丁美凤的高度敏感性。也许是命运之神被她那创业的勇气,不屈不挠的意志所折服,就在一次她向上海的五星级酒店西餐厨师请教西点有关问题时,无意中听到上海西餐业,将由鲜奶蛋糕产品替代传统的奶油蛋糕。人们的餐饮观念从高脂肪向低脂肪、低糖发生转变。说者无意,听者有心。丁美凤敏感地意识到,也许是泰晤士走出西餐业低谷,穿越黑洞的机遇。于是她请来老师,成立新产品攻关组,制作鲜奶蛋糕。

鲜奶蛋糕是新产品,许多星级酒店、知名西菜社实行高价格策略。

而泰晤士走的是一条市民化、大众化的西餐发展之路,实行的是中档价格策略。

消息不胫而走。人们从市区的四面八方涌向泰晤士,骑摩托车,乘出租车前来购买。一时间,泰晤士人丁兴旺,生意兴隆,出现了上海西餐业泰晤士一枝独秀的景象。

为了企业更好生存,丁美凤建立了自己的西餐业信息网络。网络的成员经常交流信息,探讨研究市场出现的问题。每当推出一新品种,她要附上一份意见征询单,倾听消费者的意见,从中找出新产品的市场卖点。

有一年,上海的中餐业大刮火锅风,四川火锅红透上海,有消费者在品尝了泰晤士西式火锅司盖阿盖后,建议改进火锅调料,独创一种风味。根据消费者的意见,泰晤士成立攻关组,研制司盖阿盖调料。经反复改进试验,研制成独特的西餐火锅调料。后来,许多人成了这西式火锅的忠实消费者,信息让丁美凤走出了狭小的思维空间,信息让泰晤士进了上海西餐业强者的行列,信息让泰晤士的产品不断改良,不断更新,培养了消费者,吸引了消费者,让泰晤士的产品市场占有率不断提高,成为上海西餐业的一个崭新品牌。

