



تسويق الخدمات الصحية

Marketing Health Services

منظور متكامل

الدكتور

مصطفى سعيد الشيخ

الدكتور

سمير حسين الوادي



مركز الدراسات والبحوث
الطبية والصيدلانية 2014

الفهرس

17.....	تقديم
19.....	المقدمة

الفصل الأول

مقدمة في التسويق وتسويق الخدمات

25.....	المقدمة
26.....	مفهوم التسويق
27.....	أهمية التسويق
28.....	أهداف التسويق
29.....	المرتكزات الأساسية للتسويق
30.....	العناصر المكونة للمفهوم الحديث للتسويق
31.....	مفاهيم التسويق الأساسية
31.....	المنافع الاقتصادية التي يؤديها التسويق
33.....	الخدمات التسويقية
34.....	مفهوم الخدمة
36.....	تصميم الخدمة
36.....	أهمية الخدمات في الاقتصاد الوطني للدول
38.....	خصائص الخدمات التسويقية
41.....	تصنيف الخدمات
43.....	أنواع تسويق الخدمات

46	 الخلاصة
49	 أسئلة الفصل الأول
51	 مراجع الفصل الأول

الفصل الثاني

تسويق الخدمات الصحية

55	 المقدمة
56	 مفهوم الخدمات الصحية
57	 التطور التاريخي للتسويق الصحي
59	 التطور الفكري للتسويق الصحي
63	 أثر التطور التكنولوجي على تسويق الخدمات الصحية
65	 العوامل التي ساهمت في تطوير الخدمات الصحية في الأردن
66	 حاجة المستشفيات للتسويق
68	 أهمية وأهداف تسويق الخدمات الصحية
71	 خصائص التسويق الصحي
74	 أنواع الخدمات الصحية
75	 تقسيم سوق الخدمات الصحية
76	 مزيج الخدمات الصحية
78	 مشكلات المستشفيات
80	 اقتراحات لحلول بعض المشكلات التي تواجه المستشفيات
81	 الانتقادات والعوائق في تنفيذ التسويق الصحي
84	 الخلاصة
87	 أسئلة الفصل الثاني
89	 مراجع الفصل الثاني

الفصل الثالث

المزيج التسويقي الصحي

93	المقدمة.....
94	المنتج الصحي.....
94	الأهمية التسويقية لمنتج الخدمة الصحية.....
95	مستويات المنتج الصحي.....
96	مزيج المنتج الصحي.....
98	المنتجات الصحية.....
100	تخطيط وتطوير المنتجات الصحية.....
102	التسعير الصحي.....
102	العوامل المؤثرة على تسعير الخدمات الصحية.....
104	أهداف تسعير الخدمات الصحية.....
105	استراتيجيات التسعير.....
108	توزيع الخدمات الصحية (المكان).....
110	الخيارات المتعلقة بتوزيع الخدمات الصحية.....
113	أهداف التوزيع في المنظمات الصحية.....
114	الترويج.....
116	نظام الاتصالات في المستشفى.....
118	أهمية الترويج الصحي.....
119	أهداف الترويج في المجال الصحي.....
120	المزيج الترويجي للخدمات الصحية.....
122	العوامل المؤثرة على ترويج الخدمات الصحية.....
123	الأفراد.....

125	العمليات
126	البيئة المادية
128	الخلاصة
131	أسئلة الفصل الثالث
134	مراجع الفصل الثالث

الفصل الرابع

تجزئة السوق الصحي واختيار السوق المستهدف

139	مقدمة
140	السوق
141	مزايا تجزئة السوق الصحي
142	شروط تجزئة السوق
143	أساليب تجزئة السوق الصحي
147	تجزئة السوق الصحي حسب الحالة المرضية
148	السوق الصحي المستهدف
151	الخلاصة
153	أسئلة الفصل الرابع
155	مراجع الفصل الرابع

الفصل الخامس

جودة الخدمات الصحية

159	مقدمة
161	تعريف الجودة في الخدمات الصحية
164	التطور الفكري للجودة في المنظمات الصحية

164.....	فوائد تطبيق الجودة
165.....	توقعات المرضى
166.....	العوامل المؤثرة على توقعات المرضى
167.....	خصائص الجودة
168.....	أبعاد الجودة في قطاع المستشفيات
170.....	تقييم جودة الخدمات الصحية
172.....	الجودة الشاملة ومواصفات الأيزو في المستشفيات الأردنية
174.....	الخلاصة
177.....	أسئلة الفصل الخامس
179.....	مراجع الفصل الخامس

الفصل السادس

نظم المعلومات الصحية

183.....	مقدمة
184.....	مفهوم نظم المعلومات الصحية
184.....	أهمية نظم المعلومات الصحية
185.....	العوامل التي ساعدت على تطبيق نظم المعلومات في المستشفيات
185.....	خصائص نظام المعلومات الصحية
186.....	جودة المعلومات الصحية
186.....	عناصر نظام المعلومات الصحية
189.....	مكونات نظام المعلومات الصحية
189.....	نظام السجلات الداخلية
190.....	نظام الاستخبارات التسويقية
191.....	نظام دعم القرارات التسويقية

192	نظام بحوث التسويق
201	معوقات نظم المعلومات الصحية
202	الخلاصة
204	أسئلة الفصل السادس
206	مراجع الفصل السادس

الفصل السابع

سلوك المستهلك الشرائي الصحي

211	المقدمة
212	مفهوم سلوك المستهلك والسلوك الشرائي
214	أنواع السلوك الشرائي
215	العوامل المؤثرة لسلوك الشرائي للمستهلك
220	المزيج التسويقي وسلوك المستهلك الشرائي
223	خصائص المشتري (المكونات النفسية) وأثرها على القرار الشرائي
229	مراحل وإجراءات اتخاذ القرار الشرائي للخدمات الصحية
231	الأدوار المحتملة في عملية الشراء
233	الخلاصة
234	أسئلة الفصل السابع
236	مراجع الفصل السابع

الفصل الثامن

المسؤولية الاجتماعية للمنظمات الصحية

241	المقدمة
242	تاريخ نشأة المسؤولية الاجتماعية

243	مفهوم المسؤولية الاجتماعية
244	أبعاد المسؤولية الاجتماعية للمستشفيات
248	اتجاهات المسؤولية الاجتماعية
252	المسؤولية الاجتماعية ما بين مؤيد ومعارض
254	استراتيجيات التعامل مع المسؤولية الاجتماعية
255	حركات حماية المستهلك
257	الخلاصة
259	أسئلة الفصل الثامن
260	مراجع الفصل الثامن

الفصل التاسع

التخطيط الإستراتيجي في المنظمات الصحية

265	المقدمة
266	مفهوم التخطيط الاستراتيجي في المنظمات الصحية
268	خصائص التخطيط الاستراتيجي في المنظمات الصحية
269	مزايا وأهداف التخطيط الاستراتيجي في المنظمات الصحية
270	مبررات التخطيط الاستراتيجي في المنظمات الصحية
271	مبادئ التخطيط الاستراتيجي في المنظمات الصحية
273	الأبعاد الزمنية للتخطيط الصحي
274	مراحل التخطيط الاستراتيجي في المنظمات الصحية
281	تحديد البدائل الإستراتيجية
282	تنفيذ الخطة الإستراتيجية
283	الرقابة والتغذية الراجعة

283	معوقات التخطيط الاستراتيجي في المنظمات الصحية
285	الخلاصة
287	أسئلة الفصل التاسع
289	مراجع الفصل التاسع

الفصل العاشر

حالات دراسية

293	الحالة الدراسية الأولى: مستشفى الأردن
294	الحالة الدراسية الثانية: المستشفى التخصصي
295	الحالة الدراسية الثالثة: المستشفى الإسلامي
296	الحالة الدراسية الرابعة: مستشفى ابن الهيثم
297	الحالة الدراسية الخامسة: التخطيط الاستراتيجي للمستشفيات الأردنية
298	الحالة الدراسية السادسة: وزارة الصحة الأردنية
302	مراجع الفصل العاشر
303	مسرد المصطلحات باللغة الإنجليزية