

رقم التصنيف : 658.8
المؤلف ومن هو في حكمه : فريد توفيق نصيرات
عنوان الكتاب : تسويق خدمات الرعاية الاستشفائية والطبية
رقم الإيداع : 2013/7/2380
الخواصفات : التسويق/ الرعاية الطبية/ الخدمات الصحية/ الإدارة
بيانات النشر : عمان - دار المسيرة للنشر والتوزيع

تم إعداد بيانات الفهرسة والتصنيف الأولية من قبل دائرة المكتبة الوطنية

حقوق الطبع محفوظة للناشر

جميع حقوق الملكية الأدبية والفنية محفوظة لدار المسيرة للنشر والتوزيع عمان - الأردن
ويحظر طبع أو تصوير أو ترجمة أو إعادة تنضيد الكتاب كاملاً أو مجزأً أو تسجيله على اشرطة
كاسيت أو إدخاله على الكمبيوتر أو برمجته على إسطوانات ضوئية إلا بموافقة الناشر خطياً

Copyright © All rights reserved

No part of this publication may be translated,
reproduced, distributed in any form or by any means, or stored in a data base
or retrieval system, without the prior written permission of the publisher

الطبعة الأولى 2014م - 1435هـ



عنوان الدار

الرئيسي : عمان - العبدلي - مقابل البنك العربي هاتف : 962 6 5627049 فاكس : 962 6 5627059
الفرع : عمان - ساحة المسجد الحسيني - سوق البتراء هاتف : 962 6 4640950 فاكس : 962 6 4617640
صندوق بريد 7218 عمان - 11118 الأردن

E-mail: Info@massira.jo . Website: www.massira.jo

www.massira.jo

تسويق خدمات الرعاية الإستشفائية والطبية

MARKETING OF HOSPITAL & MEDICAL CARE SERVICES

الأستاذ الدكتور
فريد توفيق نصيرات
كلية الأعمال - الجامعة الأردنية



الفهرس

17..... المقدمة

الفصل الأول

الاتجاهات والواقع التسويقي في مستشفيات القطاع الخاص في الأردن

23..... أهداف الفصل التعليمية

24..... مقدمة

25..... ماهية ومفهوم التسوق

26..... تطور فلسفة إدارة التسويق

26..... The service concept مفهوم الخدمة

27..... The selling concept مفهوم البيع

27..... The marketing concept مفهوم التسويق

28..... أهمية ودور التسويق في المؤسسات الاستشفائية

29..... الموازنة بين العرض والطلب

30..... التسويق يخلق المنافع

30..... دعم التخصص

30..... إشباع الحاجات والرغبات الحالية والمتوقعة للمستفيدين

57..... الملخص

الفصل الثاني

الملامح العامة للصناعة الاستشفائية في الأردن وخصوصية الصحة والخدمة الصحية

63..... أهداف الفصل التعليمية
64..... مقدمة
64..... أولاً: الملامح العامة للصناعة الاستشفائية الأردنية
71..... ثانياً: خصوصية واختلاف الخدمة الصحية عن السلع والخدمات الأخرى
81..... الملخص

الفصل الثالث

استعمالية الخدمات الصحية والاستشفائية

89..... أهداف الفصل التعليمية
90..... مقدمة
90..... مفاهيم أساسية مرتبطة باستعمالية الخدمات وسلوكيات المستهلك
90..... مفهوم الحاجة والرغبة
91..... مفهوم الطلب على الخدمة الصحية واستعماليتها
93..... مفهوم الشكوى Illness والمرض Disease
94..... مفهوم الحاجة للخدمة الصحية
95..... مراحل استعمالية الخدمات الصحية

95.....	Volition Stage	مرحلة الإرادة والاختيار
96.....	Entrapment Stage	مرحلة المصيدة
98.....		العوامل غير الطبية المؤثرة على الاستعمالية
101.....		استراتيجيات ضبط استعمالية الخدمات الصحية
		استراتيجيات الحد من العرض عن طريق التشريعات الحكومية
102.....		الناظمة والضابطة لقرارات الاستثمار في القطاع الصحي
103.....		استراتيجيات الحد من الطلب
105.....		استراتيجيات بديلة للأنماط التقليدية لتقديم الخدمات
106.....		الملخص

الفصل الرابع

التخطيط والتسويق الاستراتيجي

للعناية الاستشفائية

111.....		أهداف الفصل التعليمية
112.....		طبيعة وأهمية التخطيط الاستراتيجي
113.....		خصائص التخطيط الاستراتيجي
114.....		عملية التخطيط الاستراتيجي
114.....		تحليل البيئة الخارجية
114.....		تحليل البيئة الداخلية
115.....		تحديد السوق المستهدف
115.....		تحديد الأهداف

116.....	توفير مستلزمات تنفيذ الخطة
116.....	المتابعة والرقابة وتقييم العمليات
117.....	مخرجات التخطيط الاستراتيجي
117.....	رسالة المستشفى
117.....	الأهداف
118.....	الاستراتيجيات وخطط العمل
119.....	تقييم البيئة
120.....	تسويق الرعاية الاستشفائية: الماهية والمفهوم
122.....	أهمية دور التسويق في الصناعة الاستشفائية
124.....	تطوير خطة التسويق
124.....	تحليل الموقف التسويقي Marketing situation
126.....	الأهداف التسويقية
127.....	إستراتيجية التسويق
127.....	عناصر المزيج التسويقي
128.....	العوامل المسؤولة عن فشل برامج التسويق
129.....	الملخص

الفصل الخامس

الخدمة الاستشفائية / المنتج

135.....	أهداف الفصل التعليمية
----------	-----------------------

136.....	مقدمة
136.....	مفهوم المنتج / الخدمة
137.....	تعريف المنتج / الخدمة الاستشفائية
137.....	الخدمة/ المنتج الاستشفائي
137.....	المنتج
137.....	المنتج / الخدمة
138.....	الخدمات/ المنتجات الجديدة
140.....	فكرة الخدمات الجديدة
142.....	تطوير المنتج / الخدمة الجديدة
144.....	أسباب فشل الخدمة/ المنتج الجديد
145.....	جودة الخدمة الاستشفائية كمنتج
145.....	تعريف جودة الخدمة الاستشفائية
149.....	الملخص

الفصل السادس

سعر الخدمة الاستشفائية / العوض

153.....	أهداف الفصل التعليمية
154.....	مقدمة
155.....	أهداف التسعير
155.....	تحقيق الفائض أو الربح

156.....	تعظيم الإيراد الصافي من خدمات المرضى
156.....	استرجاع الكلفة (Cost recovery)
156.....	تعظيم استعمالية الخدمات والموارد
157.....	تهيئة استعمالية بعض الخدمات والمنتجات
157.....	تدعيم صورة المستشفى والعلاقات العامة مع المجتمع
	التدعيم والإعانة المالية بين الخدمات والأقسام (Cross-)
158.....	(subsidization)
158.....	استراتيجيات التسعير
158.....	التسعير المرتكز على كلفة المدخلات
159.....	الطريقة المرتكزة على الطلب
160.....	الطريقة المرتكزة على المنافسة
162.....	الطريقة المرتكزة على الحد الأعلى للتعويض
162.....	طريقة الدفع المحدد مسبقاً
163.....	العلاقة بين السعر والطلب في الصناعة الصحية
166.....	الأخطاء الشائعة في ممارسات التسعير
168.....	الملخص

الفصل السابع

الوصول للخدمة وسهولة منالها

الخدمة / التوزيع

173.....	أهداف الفصل التعليمية
----------	-----------------------

174.....	مقدمة
175.....	اختلاف مفهوم التوزيع في الصناعة الصحية عن السلع الاقتصادية
176.....	سهولة المنال المادية
180.....	الوقت المتاح للوصول إلى الخدمة Time access
182.....	سهولة المنال المعلوماتية والترويجية
184.....	سهولة المنال المالية
186.....	الملخص

الفصل الثامن

الترويج

191.....	أهداف الفصل التعليمية
192.....	مقدمة
195.....	الإعلان
197.....	أهداف الإعلان
197.....	كلفة الإعلان
198.....	الرسائل الشفوية
200.....	العلاقات العامة
202.....	المادة المكتوبة
205.....	الوسائل السمعية البصرية
203.....	هوية المستشفى

204.....	أخبار المستشفى
205.....	الأحداث الهامة Events
205.....	الخطب والأحاديث
205.....	خطوط هاتف المعلومات والخطوط الساخنة
206.....	العلاقة مع وسائل الإعلام
207.....	حاجات وسائل الإعلام
208.....	الترويج الصحي
208.....	المعارض الصحية المتنقلة
210.....	برامج الكشف المبكر عن سرطان الثدي
210.....	برامج الصحة الجيدة
211.....	الملخص

الفصل التاسع

الاتجاهات المستقبلية لإنتاج وتقديم

وتسويق الخدمات الاستشفائية

217.....	أهداف الفصل التعليمية
218.....	مقدمة
219.....	السكان
219.....	التكنولوجيا
220.....	التوقعات المجتمعية
221.....	الموارد البشرية

223.....	التمويل
224.....	خدمات المرضى
225.....	المنافسة والترويج
226.....	الوصول للخدمة وسهولة منالها (قنوات التوزيع)
227.....	المسؤولية الاجتماعية والمسائلة القانونية
229.....	الملخص
231.....	المصادر والمراجع

قائمة النماذج أو الأشكال

رقم الصفحة	عنوان الشكل	رقم الشكل
71	الدورة التضخمية لتكلفة الصناعة الاستشفائية	1
99	العلاقة بين العمر والاستعمالية	2
101	العلاقة بين التأمين والاستعمالية	3
124	عملية التسويق الصحي	4
148	هرمية حاجات المرضى	5
202	عملية العلاقات العامة	6

قائمة الجدول

رقم الصفحة	عنوان الجدول	رقم الجدول
33	اتجاهات المديرين نحو مفهوم التسويق الحديث	1
36	مدى وجود قسم وحدة مستقلة للقيام بمهام التسويق	2
37	التوزيع النسبي لسياسة السوق المستهدف	3
40	التوزيع النسبي لسياسة تطوير الخدمة الصحية	4
44	التوزيع النسبي للبحوث ودراسات التسويق	5
49	التوزيع النسبي لسياسة الترويج	6
53	التوزيع النسبي لسياسة التوزيع	7
56	التوزيع النسبي لسياسة التسعير	8