



www.massira.jo

تسويق الخدمات الصحية

Marketing Health Services

منظور متكامل

الدكتور
مصطفى سعيد الشيخ

الدكتور
سمير حسين الوادي



رقم التصنيف : 658.804
المؤلف ومن هو في حكمه : سمير حسين الوادي/ مصطفى سعيد الشيخ
عنوان الكتاب : تسويق الخدمات الصحية (منظور متكامل)
رقم الإيداع : 2015/9/4338
الواصفات : التسويق / الخدمات الصحية
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 2016م - 1437هـ



شركة جمال أحمد محمد حيف وإخوانه

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

التصميم والاضراج بالدار - دائرة الانتاج

www.massira.jo

تسويق الخدمات الصحية

Marketing Health Services

منظور متكامل

الدكتور

مصطفى سعيد الشيخ

الدكتور

سمير حسين الوادي



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.....	معلومات 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

قائمة الأشكال

رقم الصفحة	عنوان الأشكال	رقم الشكل
33	أنواع المنافع الاقتصادية	1-1
41	سلسلة الخدمة	2-1
62	مفهوم التسويق الاجتماعي	1-2
77	المزيج التسويقي للخدمات الصحية	2-2
96	مستويات المنتج	1-3
97	مزيج المنتج الصحي	2-3
109	عملية توزيع الخدمات الصحية	3-3
118	عناصر عملية الاتصال	4-3
148	استراتيجية التسويق المركز	1-4
161	المرتكزات الأساسية للجودة الشاملة	1-5
223	عناصر المزيج التسويقي	1-7
226	سلم ماسلو لتدرج الحاجات الإنسانية	2-7
249	الأطراف المتعددة ذات العلاقة بالمسؤولية الاجتماعية	1-8
280	مراحل عملية التخطيط الإستراتيجي	1-9

قائمة الجداول

رقم الصفحة	عنوان الجدول	رقم الجدول
38	نسبة مساهمة قطاع الخدمات في الناتج القومي للدول	1-1
127	عناصر الداخلية والخارجية للبيئة المادية	1-3
146	المتغيرات الرئيسية المعتمدة في تجزئة السوق	1-4
192	مراحل عملية بناء نظام الاستخبارات التسويقية	1-6
195	المشكلات التسويقية التي يعالجها بحوث التسويق	2-6
219	أنواع الجماعات المرجعية	1-7
256	الأفعال المسؤولة اجتماعياً التي تقوم بها الشركات	1-8
273	مستويات التخطيط الاستراتيجي في المنظمات الصحية	1-9