

## الإجابة النموذجية لامتحان الدورة العادية في مقياس التسويق الصحي

السنة الثانية ماستر تسويق الخدمات

(2024)

### السؤال الأول: (2 نقاط)

أجب بصحيح أو خطأ على العبارات التالية:

- التغيير في طبيعة العلاقة بين المريض والطبيب من أسباب حاجة المستشفيات للتسويق. (صحيح)
- مقولة Kotler نحن نعلم أفضل منك فيما هو الأفضل تعود لمرحلة التوجه نحو الإنتاج. (خطأ)
- الاستثمار الأفضل للموارد لا يتحقق الا من خلال التوجه بالمنتوج. (خطأ)
- التفضيلات المنتشرة اثناء تجرئة السوق الصحي تعني ان جميع المرضى لهم تفضيلات مشتركة ومتشابهة. (خطأ)

### السؤال الثاني: (4 نقاط)

صحح الخطأ فيما يلي:

- الاتساع هو مؤشر دقيق لحالة التوافق أو الانسجام الحاصل ما بين الخدمات الصحية المقدمة.
- الاتساع يتمثل بعدد خطوط الخدمات الصحية في داخل مزيج المنتج الذي تقدمه المستشفى.
- لا تختلف الجودة المدركة والجودة الفعلية للخدمة الصحية بالنسبة للمريض.
- الجودة المدركة هي إدراك المريض لجودة الخدمة الصحية المقدمة له من قبل المستشفى بينما الجودة الفعلية هي تلك الدرجة من الجودة التي اعتاد المستشفى تقديمها للمرضى.
- نظرا لخصوصية الخدمة الصحية يعتبر الاعلان اهم عناصر المزيج الترويجي الصحي.
- نظرا لخصوصية الخدمة الصحية ومدى تأثيرها على حياة الفرد لا يمكن اعتبار أحد مكونات المزيج الترويجي الصحي ذو أهمية تفوق المكونات الأخرى، لان كل مكون يضيف ويؤكد معلومات ومعطيات لجوانب مختلفة من الخدمة الصحية للمستهلك.
- يشكل بعد الاستجابة اعلى نسبة في الأهمية النسبية لجودة الخدمة الصحية.
- يمثل بعد الاستجابة 22 بالمئة كأهمية نسبية في الجودة قياسا بالأبعاد الأخرى، بينما بعد الاعتمادية هو من له اعلى نسبة عند قياس جودة الخدمة وذلك ب (32%).

### السؤال الثالث: (2 نقطة)

اكمل العبارات التالية بالمصطلح المناسب:

- تكلفة الوقت الذي ينفقه المريض في سبيل الحصول على الخدمة هو تكلفة الفرصة البديلة
- صورة ومكانة المستشفى من بين المجالات الرئيسية في بحوث التسويق
- عملية دمج منتج الخدمة الصحية ومستهلكها عبر استخدام مختلف الوسائط يعرف ب الاحالة
- في سلوك ما بعد شراء الخدمة الصحية قد يشعر المريض أنه قام بشراء خدمة معينة مع توافر خدمات قد تكون أفضل وكان من الممكن له شراءها، وهو ما يسمى ب التناقض المعرفي

#### السؤال الرابع: (4 نقاط)

كيف تصنف خصائص السوق والخدمة للتمييز بين بعض نماذج السوق الصحي المستهدف؟

السوق الصحي المستهدف	خصائص السوق	خصائص الخدمة
جزء من السوق	جزء سوقي واحد	خدمة واحدة
اختيار تخصصي	أكثر من جزء سوقي متخصص	خدمة واحدة أو أكثر لكل جزء سوقي
تخصيصية الخدمة	أسواق مختلفة	خدمة طبية متخصصة
تخصيصية السوق	سوق واحد متخصص	خدمات متعددة

#### السؤال الخامس: (6 نقاط)

اجب على ما يلي:

أ- لماذا تعتبر المتغيرات السلوكية هي نقطة البدء في تجزئة السوق الصحي؟ (3 نقاط)؟

لان تحديد طبيعة الحالة الصحية التي يكون بها الفرد مؤشرا مهما في تحديد مدى ضرورة هذه الخدمة، فالمقارنة بين الأفراد المصابون بداء الشك والخوف من المرض، والأفراد غير المباليين بحالتهم الصحية تبين مدى الاختلاف في الشراء للخدمة الصحية. بالإضافة إلى البحث عن المنافع حيث وجد بان العديد من الأسواق يمكن تجزئتها لتحقيق عدة منافع هي:

- جودة الخدمة الصحية بأقل سعر ممكن

- تقديم الخدمة بشكل ملائم

- القيمة وذلك بالمقارنة بين ما يدفعه من نقد وما يتوقعه من استجابة من المستشفى.

ب- اذكر باختصار اهم المشاكل الرئيسية في مجال الخدمة الصحية التي يكون الاظهار المادي حلا لها؟ (3 نقاط)

- مشكلة الالاموسية للخدمة

- مشكلة صعوبة إدراك الخدمة من طرف المستفيد من الخدمة

- بالإضافة إلى مشكلة نقل وتحويل الخدمات.

بالتوفيق