



جامعة غرداية

كلية علوم الاقتصادية وتجارية وعلوم تسيير

الميدان: علوم اقتصادية والتسيير وعلوم تجارية

قسم: علوم تجارية

شعبة: تسويق



تقرير تربص مقدم لاستكمال متطلبات شهادة الليسانس أكاديمية

تخصص: تسويق

بغنوان:

# سياسة التوزيع

دراسة حالة بالمؤسسة العمومية الاستشفائية 60 سرير بريان

تحت اشراف الأستاذ(ة):

د / فتيحة عبيدي

المؤطر في المؤسسة:

علي زميت

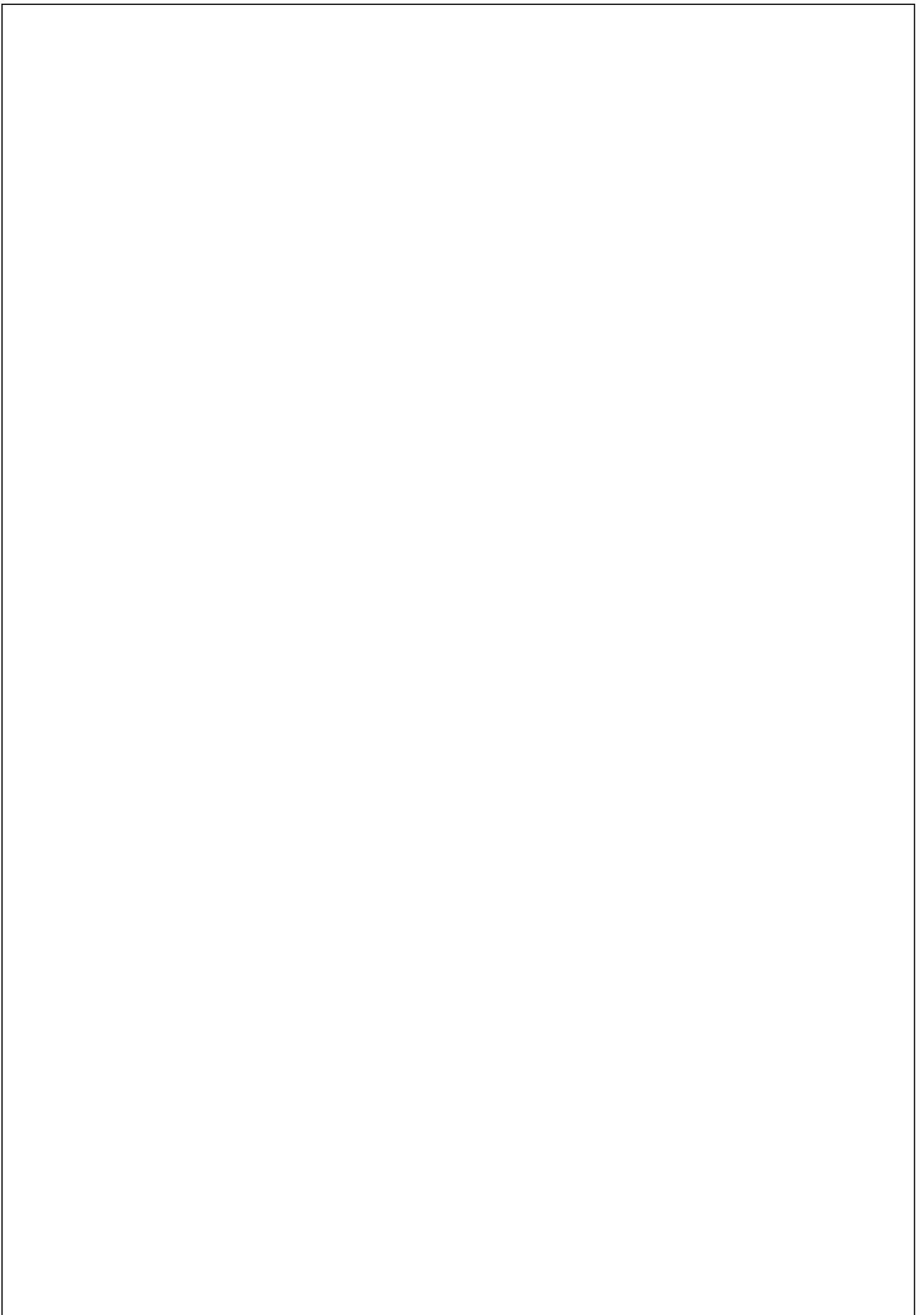
اعداد الطلبة:

● عبد الصمد أولاد الطاهر

● صفاء زميت

● وفاء بلعمري

السنة الجامعية 2024/2023





جامعة غرداية  
كلية علوم الاقتصادية وتجارية وعلوم تسيير  
الميدان: علوم اقتصادية والتسيير وعلوم تجارية  
قسم: علوم تجارية  
شعبة: تسويق

تقرير تربص مقدم لاستكمال متطلبات شهادة الليسانس أكاديمية

تخصص: تسويق

بعنوان:

# سياسة التوزيع

دراسة حالة بالمؤسسة العمومية الاستشفائية 60 سرير بريان

تحت اشراف الأستاذ(ة):

د / فتيحة عبيدي  
المؤطر في المؤسسة:  
علي زميت

اعداد الطلبة:

- عبد الصمد أولاد الطاهر
- صفاء زميت
- وفاء بلعمري

السنة الجامعية 2024/2023

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

## شكر و التقدير

الحمد لله الذي هدانا إلى الطريق الحق والصلاة والسلام على رسول الله

وعلى آله وصحبه وأتباعه إلى يوم النشر أما بعد:

ومنها فالشكر أولاً وأخيراً لله عز وجل وحده على نعمه التي لا تحصى

أن من علينا بإتمام هذا العمل، وأيضاً وفاء وتقديراً واعترافاً مني

بالجميل أتقدم بجزيل الشكر للدكتورة الفاضلة: فتيحة عبيدي

التي لم تبخل علينا بنصائحها وتوجيهاتها وإرشاداتها القيمة

والشكر موصول لعمال وعاملات المؤسسة الاستشفائية 60 سريبر بريان

كما نتوجه بالشكر إلى جميع الأساتذة الذين ساندونا في الوصول

إلى هذا المبتغى واشكر الإخوة والأخوات والأصدقاء الذين مددوا لنا يد

العون في إنجاز هذا العمل.

وأخيراً نشكر كل من شاركنا هذا العمل من قريب ومن بعيد



## اهداء

إلى مصدر الأمان الذي استمد منه قوتي إلى نور عيني وحظي الجيد وفوزي وفخري  
إلى من كانت الداعم الأول لتحقيق طموحي إلى من كانت ملجأ يدي اليمين في دراستي  
إلى من أبصرت بها طريق حياتي واعتزالي بذاتي إلى القلب الحنون إلى من كانت دعواتها تحيطني إلى من  
وضع المولى سبحانه وتعالى الجنة تحت قدميها وقرها في كتابه العزيز

أمي الحبيبة " غالية "

إلى الذي جد وكد وتعب من أجل راحتي وتحدي الصعاب من أجل سعادتي وكان لي نورا في حياتي  
وسيقى نورا طول حياتي إلى كله كياني ومصدر نجاحي إلى الذي علمني معنى الحياة وفضل الصلاة وكثر  
الدعاء إليك أبي الغالي "فاضل"

وإلى كل من رافقني طوال مسيرتي الدراسية إلى كل من حملتهم ذاكرتي ولم تحملهم مذكرتي

عبد الصمد

# اهداء

الحمد لله وكفى والصلاة والسلام على الحبيب المصطفى اما بعد الحمد لله الذي اعانني ووفقني لأتم هذه

الخطوة في مسيرتي الدراسية بإنجازي لمذكرة تخرجي التي تعتبر ثمرة الجهد والنجاح

ويأذنه تعالى فهي مهداة الى من كلله الله بالهيبة والوقار الى من علمني العطاء بدون انتظار الى كد وجد

حياته وجهده لكي يوصلني الى ما انا عليه الى من احمل اسمه بكل إفتخار الى ابي الغالي اطل الله في

عمره وابقاه تاجا وسترا لي

والى ملاكي في الحياة الى معنى الحب والحنان والتفاني الى بسمة حياتي وسر وجودي الى من كان

دعائها سر نجاحي الى من سهرت وربت وحملت في بطنها تسعة اشهر الى اغلى الحبايب امي الغالية

والى من اشارك معهم حياتي كلها بحلوها ومرها فرحها وقرحها الى اخوتي

وفاء

# اهداء

إلى من لا يمكن للكلمات

أن توفي حقهما

إلى من لا يمكن للأرقام

أن تحصي

فضائلهما

إلى والدي العزيزين أدامهما الله لي

إلى سندي في هذه الحياة إلى أخواتي حفظهم الله جميعا

إلى أهلي وأقربائي من كبير الى صغير

وإلى كل عائلة زميت

إلى الأصدقاء والزملاء

إلى كل من سقط من قلبي سهوا

أهدي ثمرة هذا العمل

صفاء

## فهرس المحتويات

شكر وتقدير .....	
اهداء .....	
فهرس المحتويات .....	
قائمة الأشكال .....	
الملخص .....	
أ.....	مقدمة
.....	الفصل الأول: سياسة التوزيع
4.....	تمهيد
5.....	المبحث الأول: ماهية التوزيع للخدمات الصحية:
5.....	المطلب الأول: تعريف توزيع الخدمات الصحية:
6.....	المطلب الثاني: القرارات المتعلقة بتوزيع الخدمات الصحية.
7.....	المبحث الثاني: وظائف توزيع الخدمات الصحية: الأهمية، العوامل المؤثرة،:
7.....	المطلب الأول: أهمية توزيع الخدمات الصحية:
8.....	المطلب الثاني: العوامل المؤثرة على توزيع الخدمات الصحية ووظائفها:
9.....	المبحث الثالث : عناصر التوزيع و بيئته:
9.....	المطلب الأول: بيئة التوزيع:
14.....	المطلب الثاني: منافذ التوزيع الصحية:
15.....	خاتمة الفصل:

.....	الفصل الثاني : دراسة حالة المؤسسة العمومية الاستشفائية 60 سرير بريان .....
17 .....	المبحث الأول: تقديم المؤسسة محل الدراسة .....
17 .....	المطلب الأول: التعريف والنشأة.....
18 .....	المطلب الثاني: الهيكل التنظيمي .....
21 .....	المبحث الثاني: إجراءات الدراسة الميدانية.....
21 .....	المطلب الأول: تعريف متغيرات الدراسة .....
22 .....	المطلب الثاني: تحليل أسئلة المقابلة واختبار الفرضيات .....
26 .....	خاتمة .....
27 .....	قائمة المصادر والمراجع.....
.....	الملاحق .....

## قائمة الأشكال

الصفحة	العنوان	الرقم
06	قرارات التوزيع	01
18	الهيكل التنظيمي للمؤسسة	02

## الملخص

تهدف هذه الدراسة إلى تسليط الضوء على سياسة التوزيع الصحية حيث تعمل على توفير الخدمات الصحية بشكل عادل ومتساو لجميع المرضى، تتضمن هذه السياسة توزيع الموارد الصحية لتحقيق رضا المريض ودور التوزيع الصحي تحسين الخدمة الصحية داخل المستشفيات ولتحقيق أهداف هذه الدراسة قمنا بدراسة حالة المؤسسة العمومية الاستشفائية 60 سرير بريان حيث خلصت الدراسة على أن المؤسسة تنتهج سياسة توزيع صحية من أجل تحسين الخدمة وتوفير خدمة لائقة للمريض رغم الصعوبات التي تواجهها والتحديات إلا أنه يبقى رضا المرضى من أولويات العاملين بالمستشفى.

الكلمات المفتاحية: سياسة التوزيع الصحية - الخدمات الصحية - رضا المريض - تحسين الخدمة الصحية - توزيع الموارد الصحية

## abstract

This study aims to shed light on health distribution policy, which works to provide healthcare services fairly and equally to all patients. This policy includes distributing healthcare resources to achieve patient satisfaction, and the role of health distribution is to improve healthcare services within hospitals. To achieve the goals of this study, we examined the case of the 60-bed public hospital institution in Berriane. The study concluded that the institution adopts a health distribution policy to improve service and provide adequate care to patients despite the difficulties and challenges it faces. Patient satisfaction remains a priority for hospital staff.

Keywords: Health distribution policy - healthcare services - patient satisfaction - improving healthcare service - distribution of healthcare resources.

مَقَامَةٌ

## توطئة

تعيش المؤسسات الاقتصادية اليوم في بيئة تميزها التطور الاجتماعي، السياسي، الثقافي، والتكنولوجي، ولا بد لها من تبني سياسة توزيعية فعالة للتكيف مع هذا المحيط التنافسي والمتطور. يعتبر التسويق أحد الأسس الرئيسية لتحقيق رضا العملاء وزيادة إيرادات المؤسسة وأرباحها.

وظيفة التوزيع تأتي بأهمية بالغة حيث تنسق بين مختلف الأقسام داخل المؤسسة لتحقيق هدف أساسي وهو تلبية احتياجات العملاء ورغباتهم. ومن المهم جداً وجود وحدات تنظيمية توزيعية فعالة تستطيع توزيع منتجات المؤسسة بنجاح في الأسواق المختلفة، وتسهم وظيفة التوزيع أيضاً في تحقيق أهداف النمو والاستقرار الاقتصادي.

في الواقع، لا يكفي أن تكون السلع والخدمات ناجحة كيميائياً ونوعياً، بل يجب وجود نظام توزيعي فعال ومتقدم يساعد على تسويق وتصريف هذه السلع والخدمات بفعالية في الأسواق المحلية والإقليمية والدولية. لذلك فإن أهم القرارات التسويقية التي تواجه رجال التسويق هو قرار اختيار التوزيع الملائم للوصول إلى المستهلكين المستهدفين، وكون أهمية التوزيع تكمن في كونه يمثل الأداة والوسيلة التي تستخدمها مؤسسات الأعمال في خلق الطلب على سلعها وإشباعه وذلك عن جعل تلك السلع متاحة في السوق بالكمية المناسبة والمكان المناسب والتشكيلة المناسبة أيضاً.

**على ضوء هذا يمكن صياغة الإشكالية التالية :**

ما هو دور سياسة التوزيع في المؤسسة الاستشفائية 60 سرير بريان ؟

**وعلى هذا يمكن صياغة الأسئلة الفرعية التالية:**

- ما المقصود بالتوزيع ؟ وما أهداف سياسة التوزيع في المؤسسة ؟

- كيف يساهم التوزيع في تحقيق أهداف المؤسسة الاستشفائية 60 سرير بريان ؟

**وعلى ضوء هذا يمكن صياغة الفرضيات التالية:**

- التوزيع هو نقل البضائع من طرف المؤسسة لإيصالها إلى المستهلك.

- يساهم التوزيع في تحقيق أهداف المؤسسة من خلال توفير الخدمات الطبية المناسبة وتحسين تجربة المرضى وتعزيز الصحة العامة في المجتمعات التي تخدمها.

**مبررات اختيار الموضوع:**

من بين الأسباب التي أدت لاختيار الموضوع ما يلي:

**أسباب ذاتية:**

-الميل لمثل هذه المواضيع.

-الرغبة في الاطلاع على مثل هذه المواضيع الحيوية.

**أسباب موضوعية:**

- الموضوع تابع لتخصصنا التسويقي.
- حاجة المؤسسة لدراسة مثل هذه المواضيع.

**أهداف الموضوع:**

- توعية المؤسسات بضرورة الاهتمام بوظيفة التوزيع.
- التعرف على أهمية التوزيع ومدى مساهمته في تحقيق أهداف المؤسسة.
- التعرف على كيفية التوزيع في مؤسسة الاستشفائية 60 سرير بريان.

**أهمية الموضوع:**

- يتميز الموضوع بأهمية خاصة نوجزها فيما يلي:
- أهمية التوزيع باعتباره عنصر هام من عناصر المزيج التسويقي.
- أهمية ودور التوزيع في الوقت الذي ازدادت فيه توسع نطاق المؤسسات.
- توسيع المعرفة الشخصية في مجال التوزيع.

**حدود الدراسة:**

الحدود الزمانية : شهرين (من 25 فيفري إلى 26 أفريل )

**الحدود المكانية :**

مكان التريض المؤسسة الاستشفائية 60 سرير بريان

**المنهج المتبع:**

اعتمدنا في دراستنا لهذا الموضوع على منهجين:

المنهج الوصفي التحليلي في الفصل النظري لتقديم تعاريف ومفاهيم حول التوزيع، أما في الجانب التطبيقي فقد اعتمدنا على المنهج التحليلي، وذلك من أجل تبيان كيفية التوزيع في المؤسسة الاستشفائية 60 سرير بريان.

**تقسيمات البحث**

ولمعالجة هذا الموضوع حيث قسمنا بحثنا هذا إلى فصلين:

في الفصل الأول: تناولنا عموميات حول سياسية التوزيع من تعريف وأهمية أهداف، وظائف، عناصر التوزيع أما في الفصل الثاني فخصصناه لدراسة المؤسسة الاستشفائية 60 سرير بريان.

**صعوبات البحث**

- نقص المعلومات والمراجع الخاصة بموضوع الدراسة
- بعد المسافة بين مكان الإقامة ومكان التريض

# الفصل الاول: سياسة التوزيع

## تمهيد

إذا كان هناك شيء ساهم في أن يجعل تصريف السلع سهلاً و ميسراً ما بين أماكن إنتاجها إلى أماكن استهلاكها و بالأوضاع و الأوقات المناسبة فإن أول ما يتبادر للذهن للإجابة عن ذلك هو أن عملية التوزيع هي المسؤولة عن تحقيق ذلك و حتى لأبعد منه حيث أن التأثير الذي يخلقه هذا الأخير لا ينحصر في هذا المجال بل يمتد إلى أبعاد متعددة و متابعة في أحيان أخرى .

لذلك فإن من أهم القرارات التسويقية التي تواجه رجال التسويق هو قرار اختيار التوزيع الملائم للوصول إلى العملاء المستهدفين و كون أهمية التوزيع تكمن في كونه يمثل الأداة و الوسيلة التي تستخدمها منشآت الأعمال في خلق الطلب على منتجاتها و إشباعه و ذلك عن طريق جعل تلك المنتجات متاحة في السوق بالكمية المناسبة و المكان المناسب بتشكيلة المناسبة .

## المبحث الأول: ماهية التوزيع للخدمات الصحية:

عرف التوزيع في تطوره عدة مراحل مميزة ، مند أن عاش الإنسان في جماعات تخصصت كل منها في نشاط اقتصادي معين ، فمند نشأة الصناعات يدويا ، ثم تطورت لتصير آلية ، كان لزاما على المنتج أي يسعى لتصريف ما ينتجه من سلع أو ما يقدمه من خدمات. و قد أعطي لوظيفة التوزيع تعاريف عدة من قبل الباحثين في هذا المجال التسويقي.

و سنورد هذه العناصر من خلال المطالب التالية:

## المطلب الأول: تعريف توزيع الخدمات الصحية:

التوزيع بشكل عام يمثل مجموعة من الأنشطة التي تهدف من خلالها المنظمات إلى تدفق وانسياب السلع والخدمات، وجعلها في متناول يد المستهلكين أو المستفيدين منها بهدف تحقيق الأهداف المحددة والوصول إلى النقاط الجغرافية التي رسمتها المنظمة، وتحقيق الانتشار المطلوب للسلعة والخدمة بما ينسجم مع حاجات السوق واستراتيجيات التسويقية للمنظمة.

ومع ذلك، عندما نتحدث عن توزيع الخدمات بشكل عام، وتوزيع الخدمات الصحية بشكل خاص، فإن المنظمات الصحية لا تستطيع أن توظف جميع عناصر ومكونات التوزيع المادي، وذلك لعدم إمكانية خزن ونقل الخدمة، لذلك تعتمد بشكل عام على التوزيع المباشر، وأن المستفيد من الخدمات الصحية يسعى إلى الحصول على هذه الخدمة في أماكن تقديمها، ولا يمكن نقلها.

من عوامل المزيج التسويقي التي يجب نوليها اهتمامًا خاصًا في توزيع السلعة أو الخدمة، هو تحديد الموقع الملائم، فليس لمزود الخدمة الخيار في اختيار أي موقع يشاء، لأن اختيار الموقع المناسب سوف يساعد كثيرًا ويسهل عملية تسويقها<sup>1</sup>.

تحديد الموقع الملائم يشكل جزءًا أساسيًا من استراتيجية التوزيع، فهو يؤثر بشكل كبير على إمكانية الوصول إلى الجمهور المستهدف وتلبية احتياجاتهم بشكل فعال. يتوجب على مقدمي الخدمات الصحية اختيار المواقع التي تتوافق مع احتياجات ومتطلبات السوق المحلية، بما في ذلك عوامل مثل الوصول إلى المرافق الطبية الأخرى، وكثافة السكان، والطبيعة الديموغرافية للمنطقة.

بالإضافة إلى ذلك، يجب أيضًا مراعاة العوامل الاقتصادية والاجتماعية، مثل الدخل المتوسط للسكان وقدرتهم على دفع تكاليف الخدمات الصحية، والتوزيع الجغرافي للسكان بالمنطقة المحيطة بالموقع المختار.

باختيار المواقع بعناية وتحديد الموقع الملائم، يمكن لمقدمي الخدمات الصحية تعظيم فعالية عمليات التسويق والتوزيع، وبالتالي تلبية احتياجات المجتمع وتحسين مستوى الخدمات الصحية المقدمة<sup>2</sup>.

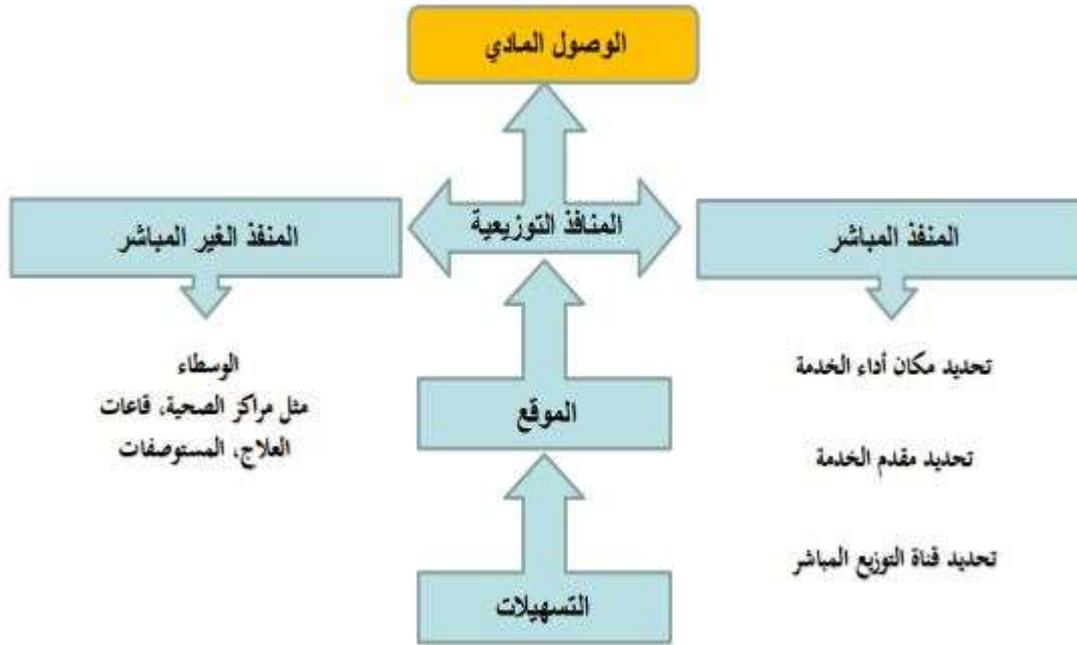
<sup>1</sup> عبد العزيز ابو نبعة ، تسويق الخدمات المتخصصة ، الوراق للنشر، عمان ، 2005، ص29

<sup>2</sup> محمد ابراهيم عبيدات، التسويق الصحي والدوائي، دار وائل للنشر والتوزيع، الأردن، 2006، ص25

المطلب الثاني: القرارات المتعلقة بتوزيع الخدمات الصحية

تكون المنظمة أمام ثلاثة خيارات تتعلق بقرار توزيع الخدمة الصحية وهي<sup>1</sup>:

الشكل رقم 01: قرارات التوزيع



المصدر: ثامر البكري "تسويق الخدمات الصحية" دار اليازوري للنشر، ط1، 2005، ص296

الوصول المادي : كي تتحقق الهدف من وصول الخدمة الصحية المناسبة إلى المريض فان الأمر يستوجب تكامل المضامين الرئيسية التالية :

-المنافذ التوزيعية (مباشرة أو غير مباشرة ) ،

-الموقع : وجود موقع جغرافي .

الوصول الزمني :ويتكون من ثلاثة متغيرات (عدد السعات الكافية لتجهيز الخدمة، طول فترة الانتظار ، الفترة الزمنية التي يستغرقها المريض للحصول على موعد)

الوصول المعلوماتي :وهنا يمكن استعمال إستراتيجيتين للتعامل مع إيصال المعلومات :

-إستراتيجية الدفع :و هي تلك الاستراتيجية التي تعتمد على استخدام وسيط و تقديم معلومات الى الطرف التالي في القنوات التوزيعية

<sup>1</sup> ثامر ياسر البكري ، تسويق الخدمات الصحية ، دار اليازوري للنشر و التوزيع ، عمان ، 2005، ص296

- استراتيجية السحب: تقوم على اساس الاتصال المباشر بين منتج الخدمة الصحية و المريض .  
و- التوزيع الالكتروني للخدمات الصحية :

تعمل المنظمات الصحية على استخدام التوزيع الالكتروني وذلك من خلال :

الاتصال بالمجهزين وتحديد الصفات

تقليل تكاليف الرعاية الصحية

إقناع الأفراد بالاستمرار بالاتصال على الانترنت بهدف الاطلاع على المعلومات والبرامج الصحية لزيادة وعيهم الصحي

المبحث الثاني: وظائف توزيع الخدمات الصحية: الأهمية، العوامل المؤثرة،:

المطلب الأول: أهمية توزيع الخدمات الصحية :

إن إدراك المنظمات لأهمية التوزيع يعتبر مفتاح نجاحها لأن التوزيع يساعد على<sup>1</sup>:

1. تحقيق الاتصال المستمر: يساعد التوزيع على إقامة وتعزيز الاتصال بين المنتج والمستهلك للسلع الصحية، وبين المنتج والمستهفيد من الخدمة. يعتبر العنصر البشري أساسياً في هذه العملية من خلال التواصل المباشر مع المستفيد.
  2. بناء الثقة والاستقرار: يؤدي التوزيع الفعال إلى استمرارية وجود السلعة أو الخدمة في السوق، مما يولد الثقة والاستقرار النفسي لدى المستهلكين، ويسهم في الحفاظ على الصلة مع المنتجات أو الخدمات المقدمة.
  3. تحقيق الإشباع والرضا: يعمل التوزيع الجيد على تلبية احتياجات المستفيدين وتحقيق رضاهم، مما يسهم في تعزيز مستوى الرضا والإشباع لديهم.
  4. المحافظة على الحصة السوقية: يسهم التوزيع الفعال في المحافظة على حصة السوق للمنظمة، ويساعد في مواجهة التحديات التنافسية وزيادة حصتها في السوق.
  5. تحقيق الوصول إلى الجمهور المستهدف: يعمل التوزيع الفعال على توفير وصول ملائم للمنتجات أو الخدمات إلى الجمهور المستهدف في الأماكن والأوقات المناسبة. هذا يسهم في زيادة فرص البيع وتعزيز قاعدة العملاء.
  6. تقليل التكاليف وزيادة الكفاءة: من خلال تنظيم عمليات التوزيع بشكل فعال، يمكن تقليل التكاليف وتحسين الكفاءة في إيصال المنتجات أو الخدمات إلى العملاء. وهذا يساعد في زيادة الأرباح وتعزيز تنافسية المنظمة.
  7. تحسين تجربة المستهلك: يسهم التوزيع الجيد في تحسين تجربة المستهلك من خلال توفير الوصول السلس والسهولة في الحصول على المنتجات أو الخدمات، مما يزيد من رضاهم وولاءهم للعلامة التجارية.
- يمثل التوزيع عنصراً حيوياً في استراتيجية التسويق للمنظمات، حيث يساهم في تحقيق الأهداف المحددة وزيادة القيمة المضافة للعملاء والمنظمة على حد سواء.

<sup>1</sup> ردينة عثمان يوسف "التسويق الصحي والاجتماعي"، دار المنهاج للنشر و التوزيع عمان الأردن، 2008، ص114

المطلب الثاني: العوامل المؤثرة على توزيع الخدمات الصحية ووظائفها:

### أولاً- العوامل المؤثرة

إن العوامل المؤثرة على توزيع الخدمة الصحي يمكن إيجازها فيما يلي<sup>1</sup>:

- أ/ العامل الجغرافي: تؤثر العوارض الجغرافية ولاسيما في المناطق الريفية أو خارج حدود المدن على تقديم الخدمة الصحية بحيث تصبح عمليات الاتصال غير مجدية في بعض الحالات .
- ب/ الكثافة السكانية : تمتاز الخدمات بصورة عامة بكونها تنتج عند الطلب عليها لكونها لا تخزن أساسا لدى فان ارتفاع شدة الطلب بما يفوق الطاقات التصميمية لإنتاج الخدمة يصبح أمرا صعبا. لذلك فان الوحدات الصحية تواجه صعوبة كبيرة من حيث تمكّنها من الاستجابة بشكل دقيق للطلبات غير المتوقعة من جراء ارتفاع الكثافة السكانية في منطقة عملها خلال فترة زمنية معينة .
- ج/ التباعد و النقل : يؤثر مكان أو موقع المنظمة بشكل كبير على سهولة تقديم الخدمة الصحية للمحتاجين لها وانسجاما مع ما تم عرضه في الوصول المعلوماتي واستراتيجي السحب و الدفع فان المريض يسعى للحصول على الخدمة الصحية في المنظمة الصحية حسب الحالة التي هو فيها .
- د/ الاتجاهات الثقافية: تلعب الأعراف و التقاليد دورا مؤثرا في التعامل مع الخدمات المقدمة للمرضى ، و خاصة في المجتمعات الأقل تطورا اجتماعيا أو ثقافيا في جدية المريض لتلقي العلاج بالشكل الذي لا يحدث له أضرار . وقد يرجع هذا الأمر إلى جهله بالمخاطر المحتملة من جراء الامتناع عن العلاج ، كما تلعب المعتقدات الدينية دورا بارزا في هذا المجال و خاصة في تعامل الأطباء الذكور مع النساء
- هـ - الطاقم الطبي : يتمثل ذلك في الأعداد المتاحة من الأطباء الدائمين أو المتعاقدين المختصين أو العاملين في تقديم الخدمة كالصحية ، سواء كان ذلك داخل المنظمة الصحية أو خارجها.
- و/ الوسطاء : على الرغم من التأكد المسبق من قبل إدارة المنظمة الصحية في الاتفاق مع الوسيط على تقديم الخدمات الصحية الأولية للمرضى، إلا أن ذلك لا يمنع من حصول انحراف عن مسار العمل و لأسباب مختلفة وهذا من شأنه أن يضعف من كفاءة الخدمة الصحية المقدمة مما يؤثر مستقبلا على استمرار هذا المنفذ في توزيع الخدمة من قبل المنظمة الصحية.

### ثانيا- وظائف التوزيع:

بصفة عامة للتوزيع ثلاث وظائف أساسية و هي<sup>2</sup> :

<sup>1</sup> ثامر ياسر البكري، تسويق الخدمات الصحية، مرجع سابق، ص302-304

<sup>2</sup> فريد سليم الخطيب و محمد سليمان العواد ، مبادئ التسويق ، الطبعة الأولى، دار الفكر للطباعة و النشر و التوزيع ، الأردن ، 2000، ص126

1- وظيفة الشراء : فهي من وظائف التوزيع حيث تقوم بتسهيل البيع ، إذ أنه لا يتم تحويل الكميات المنتجة إلى كميات مباعة دون وظيفة الشراء ، و هذه الأخيرة تتطلب من الموزع عرض منتجات جديدة من مختلف متطلبات الزبائن .

2- وظيفة البيع : تعتبر ثاني وظيفة أساسية في التوزيع ، فهي بمثابة العمود الفقري للمؤسسة لأن نجاحها على حصول هذه الأخيرة على السوق المناسب .

3- وظيفة النقل : ليس من المعقول أن تترك المخزونات داخل المؤسسة ، و كذلك لجوء الزبائن إلى الوحدة الإنتاجية للمؤسسة بغية الحصول عليها ، و إنما تستعمل نقل مناسب لنقل المنتجات إلى المستهلك و سنتطرق لهذه الوظيفة بالتفصيل في مجال التوزيع المادي .

### المبحث الثالث : عناصر التوزيع و بيئته :

يعد التوزيع المادي عنصر من أبرز عناصر التوزيع ، حيث هو الذي يساهم في توفير المنتجات في الوقت والمكان المناسبين للاستهلاك ، و هو بذلك يعتبر وظيفة مهمة بالنسبة للمنتج و المستهلك في آن واحد ، و لهذا سنتطرق إليه بدقة من خلال المطلب الأول من هذا المبحث .

### المطلب الأول : بيئة التوزيع :

إن التعقيد البيئي الذي تعيش في ظله جميع المنظمات الاقتصادية، يترك الأثر الواضح على قدرات هذه المنظمات و هي تدير النشاطات المختلفة و المصممة لتحقيق أهدافها. و النشاط التوزيعي لا يشد على تلك الأنشطة ، فهو يتأثر إلى حد كبير بتلك التعقيدات البيئية و التغيرات الاقتصادية التي يعيشها العالم و تعيشها الدول منفردة ، تركت و تترك الأثر الواضح على توجهات المنظمات نحو النشاط التوزيعي .

لهذا تعتبر بيئة التوزيع عبارة عن مجموعة القوى و المتغيرات التي تؤثر على أداء الأنشطة التوزيعية، ولا يمكن إغفالها و فيما يلي تفصيل لهذه القوى و المتغيرات البيئية<sup>1</sup> :

### أولاً : البيئة القانونية و السياسية :

كثيراً ما يتأثر هيكل التوزيع و سلوكه بمتغيرات البيئة القانونية والسياسية، لأن طبيعة النشاط التوزيعي يتداخل مع تلك القوانين و التعليمات التي تبرزها الجهات الرسمية ذات العلاقة كمثل ذلك: القوانين الحكومية في مجال حماية البيئة و المستهلكين ، النقابات العمالية وغيرها... الخ فعلى سبيل المثال النقابات العمالية دائماً تحاول توفير الأجر المناسب و الاستقرار و المكان الصحي للعاملين في مختلف النشاطات و التي منها النشاط التوزيعي والحقيقة أن المجتمعات الغربية في هذا المجال أسبق من المجتمعات النامية نظراً لتعقيدات العمل في مجال التجزئة ونشاطات الجملة و غيرها من القنوات التوزيعية ، لذلك فإن الكثير من الكتابات المتاحة في هذا المجال تعكس التجربة في

<sup>1</sup> أحمد عادل راشد، مبادئ التسويق و إدارة المبيعات، دار النهضة العربية للطباعة و النشر، بيروت، لبنان، 1980، ص 359

الدول المتقدمة ، و القليل منها يعالج الأمور في الدول النامية ألا في مجالات ضيقة مثل السلامة والتأمين في بيئة العمل و الأسعار المكتوبة على السلع المعروضة .

ثانياً: البيئة الاقتصادية:

ابتداءً من عام 1973- على الأقل - والكثير من المتغيرات الاقتصادية تتفاعل لتؤثر بشكل واضح على المؤسسات الاقتصادية و الخدمية و حتى الاقتصادية في الدول بشكل عام، و النشاط التوزيعي لا يسفر عن هذا الوضع، فهو يمارس من خلال مؤسسات توزيعية تقع في إطار المؤسسات الاقتصادية و الخدمية ، و بالتالي لا بد وأن تأثر هذه المؤسسات التوزيعية بتلك المتغيرات الاقتصادية تأثيراً إيجابياً أو سلبياً .

ولنتعرف ابتداءً على المتغيرات الاقتصادية ذات التأثير على العمل ك : الزيادة في معدل البطالة، التضخم ارتفاع تكاليف الطاقة ، النقص في الموارد ، ارتفاع الأسعار ، انخفاض الطلب ، زيادة المنافسة محلياً ودولياً... هذه المتغيرات أثرت بشكل كبير على قدرات النشاط التوزيعي للتخطيط وإدارة العمل فيها بشكل سهل ، كما صعب من مهمة هذا النشاط في التعامل مع الآثار داخل السوق المستهدفة لهذه المنظمات . و فيما يلي شرح لبعض هذه المتغيرات و أثرها على سلوك النشاط التوزيعي القائم<sup>1</sup>:

#### 1-التضخم:

فالتضخم مؤشر على خلل في العلاقة بين الأسعار و الأجور، و هو مؤشر يدل على انخفاض القوى الشرائية للعميل ، و مؤشر يدل على تراجع الطلب بسبب ارتفاع الأسعار بشكل لا يتناسب مع الزيادة في الأجور . كثيراً من تجار الجملة و التجزئة يتوجهون لشراء احتياجاتهم بكميات تسمح لهم بالاستفادة من الخصومات حتى يتمكنوا من البيع بأسعار منخفضة لعملائهم .

كذلك العمل على فتح محلات تعمل على أسلوب الخدمة الذاتية أو البيع الآلي... بهذه التكتيكات تستطيع هذه المحلات تخفيض تكاليف العمل فيها و بالتالي تستطيع البيع بأسعار تتناسب مع الوضع التضخمي السائد .

#### 2-الكساد:

في ظل حالة الكساد الاقتصادي المتصف بتراجع الطلب و تحفظ العملاء ، يتجه المنتجون و تجار الجملة و التجزئة إلى التعامل مع تكتيكات يحاولون من خلالها حث هذا الطلب و رفع مستواه للإبقاء على الحركة داخل السوق كمثال عن ذلك تحمل المنتجون تكاليف النقل... و تجار الجملة من خلال شروط دفع معينة و تحمل تكاليف خدمات معينة ...

كما و أنه في ظل الكساد تظهر المحلات التي تباع أو تستطيع البيع بأسعار منخفضة ، مثال عن ذلك محلات الخصم الحجم الكبير في الشراء ، لأنه حتى و في ظل ظروف الكساد يظهر العديد من المنتجين الذين يستطيعون الإنتاج بتكاليف أقل كما هو الحال في دول جنوب شرق آسيا التي يسير الإنتاج فيها على مبدأ الحجم الكبير.

<sup>1</sup> محمد ابراهيم عبيدات ، مبادئ التسويق ، الجامعة الأردنية ، 1992 ، ص225

ثالثا: البيئة التنافسية:

يواجه المنتجون و تجار الجملة و تجار التجزئة منافسة حادة سواء من بعضهم البعض على نفس المستوى التوزيعي لنفس العلامة التجارية ، أو على صعيد مستويات توزيعية مختلفة لنفس السلعة أو الخدمة و لكن بعلامات تجارية مختلفة .

و هنا نحاول التعرف على التغيرات في البيئة التنافسية التي تؤثر على قناة التوزيع و ذلك من خلال مناقشة النقاط التالية:

### 1-زيادة المنافسة بين الأنواع المتداخلة من المنافذ التوزيعية:

و المقصود بها المنافسة بين لنفس الأنواع من منافذ التوزيع و على نفس المستوى التوزيعي مثل سوبر ماركة "س" مقابل سوبر ماركة "ص" .

نلاحظ اليوم أن هناك اتجاهًا متزايدًا لتسويق المنتجات من خلال منافذ توزيعية مختلفة هذه الظاهرة يطلق عليها اسم "المنافسة بين الأنواع المتداخلة من المنافذ التوزيعية" و مثال على ذلك: شخص يريد تغيير و استبدال زيت محرك سيارته ، هذا الشخص لديه حرية الاختيار بين المحطات الموجودة لشراء هذه الخدمة ، أي يستطيع الحصول عليها من المحطة "س" أو من المحطة "ص" و هذه المحطات موجودة في نفس المنطقة الجغرافية . هذا المثال يوضح تداخل الأنواع التوزيعية و المنافسة بينها ، فالمستهلك لديه حرية الاختيار للتعامل مع هذه المحلات و هو يريد و يسعى لشراء احتياجاته . و هذه المنافسة هي بين نفس النوع من المنافذ التوزيعية<sup>1</sup> .

كذلك عندما يريد المستهلك شراء ملابس يجد في نفس الشارع العديد من المحلات التي تعرض الملابس وكذلك توجد الكثير من السوبر ماركة التي تعرض هذه الحاجة... و هذه المنافذ هي ليست من نفس النوع .

### 2- نمو أنظمة التكامل التوزيعي العمودي:

نظرا للمنافسة الشديدة داخل النظام التوزيعي ، و التعقيد البيئي الذي يؤثر على هذا النظام . اتجه الكثير من المنتجين و تجار الجملة و تجار التجزئة كبرى الحجم إلى تنسيق مختلف نشاطاتهم المنفصلة عن بعضها البعض لمواجهة هذا الوضع ، ضمن آلية تحقق لهم فوائد هذا التنسيق . و كلما أصبح التكامل العمودي مسيطرا داخل القنوات التوزيعية كلما كان ذلك تحد خطر مؤسسات التوزيع الصغيرة الحجم .

و لمواجهة هذا التحدي اتجهت بعض مؤسسات التوزيع الصغيرة الحجم إلى تبني وسائل دفاعية منها ظهور "السلاسل التطوعية" التي تدير مجموعة من المحلات الصغيرة ذات الانتشار في مواقع مختلفة ، و اتخذت هذه المحلات الموقع و الانتشار السريع بين العملاء وسيلة دفاعية لتواجه بها المحلات الكبيرة التي تتميز بقلّة المرونة في

<sup>1</sup> محمد ابراهيم عبيدات ، مرجع سابق، ص 226

الموقع و الانتشار مثال عن ذلك نجد بعض المطاعم لخدمة السوق الصغيرة ، حيث لا تستطيع المطاعم الكبيرة خدمة هذه السوق و تلبية رغباته و حاجاته .

رابعا: البيئة التكنولوجية:

عندما نتحدث عن البيئة التكنولوجية سنتذكر المقولة السائدة: إننا نعيش عصر التكنولوجيا بمعناه الحقيقي فهناك نمو متزايد لاستخدام التكنولوجيا في كل المجالات و من طرف الكثير من الأشخاص . ففي اليابان مثلا: استطاعت بعض محلات التجزئة البيع لزبائنها عن طريق الكمبيوتر المتلفز دونما الحاجة للتعامل مباشرة مع الزبون حيث بعد اختيار البضاعة من طرف الزبون يقوم صاحب المحل بتجهيز الطلبية و ارسالها إلى المعني بسيارة المحل مع عنوانه أينما كان .

و البنوك اليوم تستطيع باستخدام الأدوات التكنولوجية تقديم خدماتها المصرفية لعملائها بشكل يوفر عليهم الكثير من الجهد و الوقت...

و من هنا نلاحظ الآثار التي تركتها التكنولوجيا بأدواتها المختلفة على نشاطات مؤسسات التوزيع المختلفة و من بينها ما يلي<sup>1</sup>:

- انتهاج أساليب بيعية جديدة: البيع الآلي ، عن طريق الهاتف ، الكمبيوتر المتلفز... الخ .
- البيع عن طريق البطاقات الائتمانية: تستطيع اقتناء احتياجاتك من محل التجزئة و في نفس اللحظة و عن طريق هذه البطاقة الائتمانية تدفع ثمن هذه البضاعة لأن هناك ربط آلي عن طريق الكمبيوتر بين محل التجزئة و البنك الذي تتعامل معه .

خامسا: البيئة الديمغرافية:

البيئة الديمغرافية تمثل مجموعة المتغيرات السكانية مثل: تركيبة العمر ، الجنس ، الأسر التوزيع الجغرافي للسكان ، التعليم... الخ . هذه العوامل تؤثر بشكل واضح على استراتيجية التوزيع التي يعمل المنتج أو البائع على تطويرها و تنفيذها لخدمة السوق المستهدفة لمنتجاته فالعمر يؤثر إلى حد ما على نوعية المنتجات ففي البلدان التي فيها نسبة الشباب مرتفعة يجد المنتجون للسلع و الخدمات الخاصة لكبار السن مشاكل تؤثر على أرباحهم و مبيعاتهم و استراتيجياتهم التوزيعية ، لأن كبار السن يعتبرون سوقا ضيقا ، لذا يكون التوسع في مخاطبة الفئات الأصغر بالسلع و الخدمات المعروضة ، مثال عن ذلك خدمات التعليم ، الملابس البنوك... الخ . أما بالنسبة للأسر فهي من العوامل الديمغرافية ذات الحساسية للتسويق بشكل عام و توزيع المنتجات بشكل خاص فمثلا في البلدان التي فيها حالات الزواج كثيرة و عدد الأفراد المشكلة للأسرة كبير ، و زيادة معدل عمل المرأة... الخ كل هذه المتغيرات ساعدت على زيادة الطلب على خدمات مؤسسات التوزيع العاملة في مجال التجزئة خاصة المحلات المتوسطة الحجم.

<sup>1</sup> محمد ابراهيم عبيدات ، مرجع سابق، ص 226

أما بالنسبة للتوزيع الجغرافي و المهجرات الداخلية فقد أثرت بشكل واضح على بيئة التوزيع بشكل خاص ، كميل الناس للسكن في الأماكن البعيدة عن الضوضاء ، و ميل الناس لتترك البوادي و الأرياف ، ميل الناس للسكن في الأماكن الراقية (العاصمة)... جميع هذه المتغيرات أنشأت طلبا على عرض هذه المؤسسات ، فعدد المحلات زاد و عدد السلع المعروضة زاد... الخ .

كذلك بالنسبة لمستوى التعليم له تأثيره على نوعية و جودة السلع و الخدمات المعروضة لأن معايير المستهلك تطورت نتيجة ارتفاع مستوى التعليم ، مما انعكس ذلك على نوعية المؤسسات التوزيعية التي ظهرت في السوق .  
سادسا: موارد المستهلكين و تغييرها:

التغيرات التي حدثت على موارد المستهلكين أثرت تأثيرا واضحا على أنماط الشراء و عادات التسوق و التي أثرت بدورها على هيكل التوزيع ، و من بين موارد المستهلكين المقصودة: الدخل الحقيقي ، التعليم ، الوقت ، هل الفرد يملك بيت أو سيارة... الخ و سنوضح ذلك:

• الوقت: هذا المورد يعتبر حساس لنشاطات التجزئة ، فمثلا توفر وقت للتسوق لدى ربوات البيوت جعل هناك إقبال على إنشاء محلات التجزئة كبيرة الحجم ، و ضيق الوقت جعل هناك إمكانية لظهور محلات البيع الذاتية أو البيع للمنازل مباشرة أو البيع الآلي .

• الدخل الحقيقي: الدخل الحقيقي مقصود به القوة الشرائية للنقود في ضوء التضخم السائد فكلما كان الدخل الحقيقي في تناقص كلما كان المستهلك أكثر حذرًا في الشراء إذ يميل المستهلك لانتهاج أسلوب الشراء المقارن بين المحلات التي تعرض نفس الاحتياجات .

• التعليم: المستهلك يتعلم بقصد التطور في أساليب الحياة ففي مجال الشراء يتعلم المستهلك ليحافظ على موارده المتاحة و يكون أكثر حذرا في اتخاذ قراراته الشرائية فمثلا المستهلك المتعلم ساهم في إنشاء و وجود محلات الخدمة الذاتية و كذلك الحال بالنسبة لمحلات التجزئة، و في حالت ارتفاع الأسعار تحاول الشراء من تجار الجملة أو المنتجين بكميات كبيرة حتى تصل إلى تخفيض في التكاليف و بالتالي البيع بأسعار تتناسب مع وضع العملاء لها .  
سابعا: البيئة الحضارية و الاجتماعية:

يحاول المستهلكون جمع المعلومات ، و اختيار المحلات الملائمة و اختيار المنتجات الملائمة و ذلك حسب منطلق اتجاهاتهم و مواقعهم و نمط حياتهم ، هذه العناصر المشكلة للسلوك الاستهلاكي لها تأثير واضح على هيكل و إدارة التوزيع ، لهذا فإن اتجاهات المستهلكين و أسلوب حياتهم من أكبر العوامل المؤثرة على قنوات التوزيع .

ففي الوقت الحاضر نجد أن المستهلكين أكثر ميلا للمحافظة على الموارد المتاحة فهم يتعاملون مع المؤسسات الاقتصادية التي تحاول تأكيد هذا الميل لديهم و إحدى هذه الطرق هي إعادة الاستخدام ، فمثلا محلات التجزئة التي تتعامل مع المشروبات الباردة تحاول أن تساهم إلى حد ما في إعادة الاستخدام للعبوات المستخدمة ، و ذلك

مساهمة منها في المحافظة على الموارد المتاحة . مثل هذا العمل يكون لدى العملاء و اتجاهات و مواقف إيجابية اتجه هذه المحلات التي تقوم بذلك العمل .

**المطلب الثاني: منافذ التوزيع الصحية:**

يعرف منفذ التوزيع على أنه: "مجموعة من الأفراد والمؤسسات التي يتم عن طريقها نقل السلع والخدمات من مصدر إنتاجها إلى المستهلك الأخير، والتي يتم بفضلها خلق المنافع المكانية والزمانية ومنفعة الحياة" وتأخذ منافذ توزيع الخدمات الصحية الأشكال التالية:

I. المنفذ المباشر:

معظم الخدمات الصحية يتم تقديمها من مقدمها الطبيب إلى المستفيد المريض، وذلك لصفة التلازم التي تحدث بينهما أثناء التشخيص أو العلاج أو التوعية والإرشاد<sup>1</sup>.

II. المنفذ غير المباشر:

ويتمثل في قيام الطبيب بدور الوسيط بين المريض والمستشفى، كما هو الحال في إحالة طبيب - في حالة تختص في عملية الفحص فقط - المرضى المعالجين لديه على مستشفى لاستكمال العلاج هناك. فالطبيب هنا يعد من جهة المؤدي المباشر للخدمة الصحية للمريض، ومن جهة أخرى هو الوسيط الذي يختار المستشفى المناسب للعلاج. لهذا نجد المستشفيات تتنافس على جذب أمهر وأفضل الأطباء في مختلف التخصصات الموجودة لديهم.

<sup>1</sup> DiClemente, R. J., Crosby, R. A., & Kegler, M. C. (Eds.). (2009). Emerging theories in health promotion practice and research. John Wiley & Sons , p23.

## خاتمة الفصل:

تعتبر وظيفة التوزيع وظيفية جد مهمة لأنها تهدف إلى تخزين السلع و نقلها إلى أماكن الاستهلاك ، وفي الوقت المناسب حيث أنها تساهم في إشباع حاجات و رغبات المستهلكين من خلال المنافع التي ينشئها و نظراً لأهمية التوزيع فقد عملت معظم الدول على تطويره و تحسينه و وضع أنظمة هادفة و فعالة لنجاحه ، لأنه مكمل لعملية الإنتاج و هدف سياسة التوزيع هو إرضاء المستهلكين و تلبية حاجاتهم و متطلباتهم . كما أنها تساهم في تسهيل مهمة الحصول على الخدمة و سرعة نقل السلع ، كما أنها تحتوي على أنظمة تساعد على تصريف المنتجات و وظائف تقوم بها ، كما أن القرارات التوزيعية ترتبط بكيفية العمل على توفير و توصيل تلك السلع والخدمات بكفاءة إلى العملاء (المستهلكين) .

و لا يتم تحقيق ذلك إلا عبر منافذ التوزيع و الحاجة الملحة إليها خصوصاً بسبب التغيير المستمر في منشآت التسويق و كذلك التغيير في الأسواق... و هذا ما سنتطرق إليه بالفصل الموالي .

## الفصل الثاني:

دراسة حالة المؤسسة العمومية الاستشفائية 60 سريبر بريان

المبحث الأول: تقديم المؤسسة محل الدراسة

المطلب الأول: التعريف والنشأة

المؤسسة العمومية الاستشفائية " 60 سرير بريان " هي مؤسسة عمومية ذات طابع إداري تتمتع بالشخصية المعنوية والاستقلال المالي ، وتوضع تحت وصاية الوالي، وتتكون من هيكل للتشخيص والعلاج والاستشفاء وإعادة التأهيل الطبي. عبارة عن مرفق عمومي يقدم خدمات صحية للمواطنين ويضمن المداومة والمساواة تم إنشاؤها واعتمادها من طرف وزارة الصحة والسكان وإصلاح المستشفيات في ديسمبر 2023.

اسم المؤسسة: المؤسسة العمومية الاستشفائية 60 سرير بريان

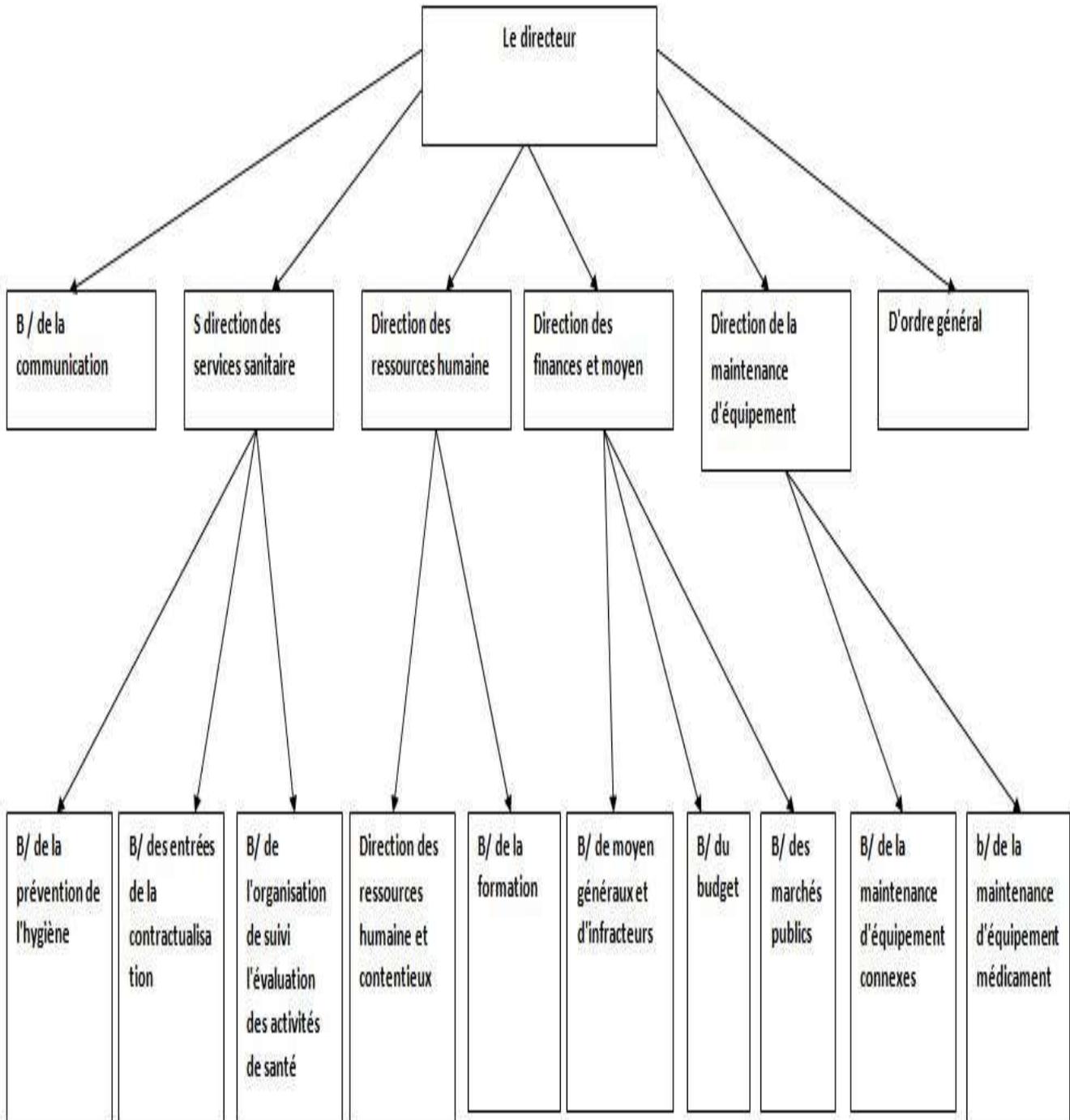
عنوان المؤسسة: واد السودان بريان

الرمز: 47

رقم مرسوم التأسيس: 07-140

رمز النشاط الرئيسي: 8610

### ORGANIGRAMME EPSP BERRIANE



الشكل رقم 02 الهيكل التنظيمي للمؤسسة العمومية الاستشفائية 60 بريان

## مهام كل مصلحة

وتتمثل مهام كل مصلحة في ما يلي:

## أولاً: المديرية العامة

- المديرية العامة يترأسها مدير العام حيث يتم تعيينه بقرار وزاري من طرف الوزارة الوصية وتنتهي مهامه بنفس الطريقة ، وتكون مسؤوليته تسيير المؤسسة وتمثل مهامه في ما يلي :
- يمثل المؤسسة أمام العدالة وفي جميع أعمال الحياة المدنية.
  - هو الأمر بالصرف في ما يخص نفقات المؤسسة.
  - يعد المشاريع الميزانية التقديرية
  - يقوم بتنفيذ مداورات مجلس الإدارة.
  - يضع التقرير السنوي للنشاطات ويرسله إلى السلطة الوصية بعد موافقة مجلس الإدارة.
  - إبرام جميع العقود والصفقات والاتفاقيات في إطار الوصية بعد موافقة مجلس الإدارة.

## ثانياً : نيابة مديرية للنشاطات الصحية

حيث تتمثل معظم مهامها في مجال النشاطات الصحية من تنظيم عمليات العلاج وتنظيم عمليات الاستقبال والإعلام، وكذا التنسيق بين جميع العمليات الصحية تسييرها وتنظيمها على أكمل وجه من أجل الوصول إلى الخدمة المرغوب فيها.

## ثالثاً: نيابة مديرية المصالح الإقتصادية والمنشآت

وهي الجهة المسؤولة عن إدارة المصالح الإقتصادية و المنشآت والتزويد بالتجهيزات اللازمة والضرورية وصيانة الأجهزة الطبية وتحتوي نيابة مديرية المصالح الإقتصادية والمنشآت على ثلاث مكاتب: مكتب المصالح المقتصدية.

1- مكتب المنشآت والتجهيز والصيانة.

2- مكتب المصالح الصحية.

## رابعاً : نيابة مديرية المستخدمين والتكوين

تقوم بتنظيم عمل المكاتب والتأكد من تأهيل العاملين والظروف الخاصة بهم ، وتسجيل العمليات المالية والمحاسبية وإعداد الميزانيات الخاصة بالمستشفى وهي بدورها تحتوي علي ثلاث مكاتب

1- مكتب تسير الموارد البشرية

2- مكتب الميزانية والمحاسبة

3- مكتب التكاليف الصحية

ويمكن التعرف على مختلف أقسام المؤسسة

## مصلحة الاستعجالات:

هي مصلحة أنشأت من بداية عمل المؤسسة الاستشفائية ويتمثل نشاطها في المتابعة والسهر على استقبال المرضى والذين هم في حالة استعجاليه والذين هم في حالة استعجاليه ( حوادث المرور ؛ حريق ؛ كوارث طبيعية ؛ المرضى (.....) وتتكون هذه المصلحة من حوالي 15 سرير والعلاج متواصل 24/24 سا.

## مصلحة تصفية الدم

هي مصلحة أنشأت منذ وقت قريب وذلك لكف المعاناة على المرضى المصابين بالقصر الكلي وسيقتصر عملها علي تصفية الدم للمرضي المصابين بالقصور الكلوي ( وتتكون هذه المصلحة من حوالي 10 اسرة والعلاج متواصل بها إلى غاية 19 سا مساء ويشرف عليها طبيبين عامين وتعد هذه المصلحة من أهم المصالح في المؤسسة من حيث التعامل مع المرضى وكيفية معالجتهم ورفع المعاناة عنهم وتوجد بهذه المصلحة سيارة إسعاف خاصة تقوم بإيصال المرضى إلي مقر سكنهم وهذه لرفع المعاناة عنهم بعد عملية التصفية وكذلك كل مريض لديه وجبة غذائية خاصة به بعد عملية لهذا اعتبرت من أهم المصالح الموجودة بالمؤسسة

## مصلحة الإنعاش

هي مصلحة تقوم بتقديم الخدمات الأولية بعد خروج المريض من مصلحة الجراحة (أي بعد عملية جراحية).

المبحث الثاني: إجراءات الدراسة الميدانية

المطلب الأول: تعريف متغيرات الدراسة

يعبر نموذج الدراسة المقترح عن المتغيرات المستقلة المتمثلة في سياسة التوزيع الصحي والمتغير التابع المتمثل في رضا المريض.

### أدوات جمع البيانات

وتعرف الأدوات المنهجية بأنها وسائل جمع البيانات حول الظاهرة المدروسة، فاستعمال منهج معين في أي بحث يتطلب من الباحث الاستعانة بأدوات ووسائل مساعدة ومناسبة تمكنه من الوصول إلى المعلومات اللازمة والتي يستطيع بواسطتها معرفة واقع أو ميدان الدراسة.

ولقد اعتمدنا في موضوعنا على الأدوات المنهجية الآتية لجمع البيانات:

#### الملاحظة:

هي أداة لجمع البيانات بما ينفذ المنهج الوصفي تعمل على توجيه الانتباه والادراك إلى ظاهرة أو حادثة معينة أو لشيء ما، بهدف الكشف عن أساليب الظاهرة وخصائصها.

إذ تعاملنا مع العاملين بالمؤسسة الصحية العمومية 60 سرير بريان بمختلف تخصصاتهم، ورتبهم المهنية مستفسرين عن جوانب سياسة التوزيع الصحي داخل المؤسسة.

#### المقابلة:

تعرف على أنها عملية تواصل تتم بين شخصين أو أكثر بهدف جمع المعلومات أو تبادل الأفكار والآراء. حيث تعد المقابلة من الأدوات المستخدمة لجمع المعلومات الخاصة بالبحوث التي لا يمكن الحصول عليها باستخدام أدوات أخرى وهي أيضا عبارة عن حوار لفظي بين الباحث والمبحوث في موقف مواجهة من أجل تحقيق هدف محدد.

يتم استعمالها بصورة جلية كأداة لجمع البيانات وتحتاج مهارات متقنة للحصول على معلومات دقيقة وشاملة وتشمل هذه المهارات القدرة على صياغة الأسئلة بشكل مناسب، والاستماع الفعال وتوجيه الحوار بشكل مهني وتحليل الإجابات بشكل منطقي، تم إجراء هذه المقابلة مع عمال المؤسسة العمومية الاستشفائية 60

سيرير بريان للاستفسار عن بعض الأمور الخاصة بموضوع سياسة التوزيع الصحي ومدى رضا المريض عند الخدمات المقدمة داخلها.

المطلب الثاني: تحليل أسئلة المقابلة واختبار الفرضيات

أولاً- تحليل الأسئلة

س1- هل تحاول المؤسسة تحقيق رضا المريض ؟

تعتبر رضا المريض أحد الأهداف الرئيسية لأي نظام صحي جيد، ويتضمن ذلك توفير رعاية طبية عالية الجودة، والاهتمام بمتطلبات المريض وتوفير بيئة مريحة وداعمة للمرضى وأفراد عائلاتهم، تعتمد جودة الخدمة الصحية في النهاية على قدرة المؤسسات الصحية على فهم احتياجات المرضى وتلبيتها بشكل فعال ومتميز.

س2- هل يحرص عمال المستشفى على تقديم خدمات ذات مستوى وجودة عالية ؟

يعمل الموظفون بجد لتقديم الرعاية الطبية المناسبة وفقاً لأحدث المعايير والممارسات الطبية الموجودة والمتوفرة بالمؤسسة كما يسعون إلى تحقيق رضا المريض وتلبية احتياجاته بكفاءة حيث يتلقى العاملون في المستشفى تدريباً لتحسين مهاراتهم والبقاء على اطلاع دائم على التطورات الطبية الجديدة، وهذا يساعدهم في تقديم خدمات ذات جودة عالية للمرضى.

س3- هل هناك التزام بدقة تقديم الخدمة وعدم حدوث الأخطاء؟

هناك التزام شديد من طرف عمال المستشفى بتقديم الخدمة بدقة وتجنب حدوث الأخطاء حيث أنهم يدركون تماماً أهمية الحفاظ على سلامة المرضى وضرورة توفير رعاية صحية آمنة وفعالة، لذا يعملون بجد وتركيز لتجنب الأخطاء الطبية ويتبعون إجراءات وقوانين السلامة والجودة المعتمدة وفي حال حدوث أي خطأ يتم التعامل معه بشكل فوري وفعال لتقديم العلاج اللازم وتجنب حدوث ضرر للمريض.

## س04- هل الخدمة المقدمة للمريض تتناسب مع توقعاته ؟

غالباً ما تتناسب الخدمة المقدمة للمريض داخل المستشفى مع توقعاته، حيث تسعى المؤسسات الصحية لتحقيق رضا المريض وتلبية احتياجاته بشكل شامل ومع ذلك قد تحدث بعض الاختلافات في التجربة الشخصية بناءً على عدة عوامل مثل حالة المرض، ونوعية الرعاية المطلوبة، واختلاف التوقيت، وغيرها، لكن بشكل عام يسعى العاملون في المستشفى لضمان أن يشعر المريض بالاهتمام والراحة والدعم خلال فترة تواجده في المستشفى.

## س05- كيف يتم توزيع الأكل على المرضى؟

فيما يخص أكل المرضى يقدم حسب طلب الطبيب المعالج لكل مصلحة حيث يتم تحديد نوعية وكمية الطعام وفقاً لحالة كل مريض واحتياجاته الغذائية ويتم توزيعها وفق جدول زمني محدد يراعي احتياجات المرضى يهدف هذا النهج إلى ضمان توفير التغذية المناسبة للمرضى وتلبية احتياجاتهم الغذائية بشكل ملائم خلال فترة إقامتهم في المستشفى.

## س06- كيف يتم توزيع الأدوية على المصالح وعلى المريض ؟

يتم توزيع الأدوية في المستشفى عادةً بواسطة فريق مخصص من الصيادلة والتقنيين الصيدليين. يتم تقديم الوصفات الطبية من قبل الأطباء المعالجين، وترتيب الأدوية المناسبة وفقاً لها يتم تحضير الأدوية في صيدلية المستشفى وفقاً للوصفات الطبية المحددة وتسليمها للمرضى بواسطة الفريق الطبي المسؤول عن رعايتهم. يتم توزيع الأدوية وفقاً لجدول زمني محدد يراعي التعليمات الطبية وحاجة المريض للعلاج، هذه العملية تضمن توافر العلاج الصحيح للمرضى وتسهيل العملية العلاجية بشكل فعال داخل المستشفى.

## س07- هل هناك تحديات تواجهها المؤسسة في تقديم الخدمة الصحية ؟

هناك عدة تحديات قد تواجه المؤسسات الصحية في تقديم الخدمة الصحية بشكل فعال، ومن هذه التحديات:

1. نقص الموارد : تواجه المستشفى نقصاً في الموارد المالية والبشرية والمواد الطبية، مما يؤثر على قدرتها على توفير الرعاية الصحية بجودة عالية.

2. زيادة الطلب: مع زيادة السكان وزيادة معدلات الإصابة والأمراض، تواجه المؤسسة ضغطاً متزايداً على الخدمات الصحية التي تقدمها.

3. التكنولوجيا: يمكن أن تكون تكنولوجيا المعلومات الصحية والتطورات التكنولوجية الأخرى تحدياً حيث يتطلب تبني التكنولوجيا الجديدة استثمارات كبيرة وتدريب موظفين جدد على استخدامها.

تلك هي بعض التحديات الشائعة التي قد تواجه المؤسسة الصحية في تقديم الخدمة الصحية، وتتطلب التغلب عليها استراتيجيات وحلول مبتكرة لضمان توفير الرعاية الصحية الجيدة للمرضى.

### س08- من هم الأشخاص المكلفين بتحسين خدمة التوزيع الصحية في المؤسسة؟

الأشخاص المكلفين بتحسين خدمة التوزيع الصحية في المؤسسة عادة ما يشملون:

- مدير المؤسسة حيث يسهر على إعطاء كل التعليمات والأوامر بتقديم الخدمات على أكمل وجه وتطبيقها على كل المرضى
- طبيب رئيس متخصص: حيث يقوم بتوزيع الأطباء كل حسب تخصصه
- رئيس مصلحة الصيدلة: يقوم بتوزيع الأدوية وتقديمها للمصالح في أوقاتها وتوفيرها.
- رئيس مصلحة الشبه الطبي: يقوم بتوزيع المرضى على كافة المصالح داخل المؤسسة

### س09- ما هي الوسائل المستخدمة في سياسة التوزيع الصحي داخل المؤسسة؟

تتضمن الوسائل المستخدمة في سياسة التوزيع الصحي داخل المؤسسة الصحية عدة عناصر، منها:

1. تخطيط القوائم الغذائية: يتم تحديد الوجبات والمأكولات التي يتناولها المرضى بناءً على احتياجاتهم الغذائية وتوجيهات الطبيب، مع مراعاة العوامل الصحية.
2. إدارة المخزون: يتم تتبع المخزون الخاص بالأدوية والمواد الطبية بدقة، وضمان توفرها في الوقت المناسب وبالكمية المناسبة لتلبية احتياجات المرضى.
3. نظام إدارة البيانات الصحية: يستخدم نظام معلوماتي لتسجيل وتتبع بيانات المرضى وتوزيع الأدوية والمواد الطبية، مما يسهل عملية التوزيع ويحسن الفعالية والدقة.

خاتمة

تعد الصحة ركيزة أساسية من ركائز تحقيق التنمية بمختلف مجالاتها في المجتمعات، لذلك يسعى جميع مقدمي الخدمات إلى التركيز على تحسين الخدمات الصحية المقدمة للأفراد من حيث جودتها، فهي الأساس الذي يقوم عليه وجود الخدمات الصحية، من هذا المنطلق جاءت هذه الدراسة لتجيب على الإشكالية المطروحة ولأهمية المشكلة المطروحة قمنا بدراسة دور سياسة التوزيع الصحية في المؤسسة العمومية الاستشفائية 60 سرير بريان ومن خلال الدراسة الميدانية والاستبيان توصلنا إلى جملة من النتائج من بينها:

- هناك الكثير من العوامل التي تؤثر في جودة الخدمات الصحية وهي: تحليل توقعات الزبون، تحديد جودة الخدمة الصحية، أداء العاملين، إدارة توقعات الخدمة.
- توجد علاقة كبيرة ووطيدة بين جودة الخدمات الصحية وتحقيق رضا الزبون.
- نقص الكوادر الطبية في بعض التخصصات مما يؤثر على مدى الاستجابة لاحتياجات المرضى.
- أغلب المرضى غير راضين عن جودة الخدمة المقدمة.
- نقص في المواد المستخدمة في التحاليل الطبية مما يؤدي إلى اتجاه المريض إلى مؤسسات أخرى لإجراء التحاليل.

### التوصيات

- معرفة تقييم المنتفعين من الخدمات الصحية للنواحي وأبعاد الجودة وذلك باستخدام البحوث واستطلاع الآراء.
- الاستمرار في تطوير الخدمات الصحية وتحسينها؛
- تعزيز دور الأفراد الذين يقومون بتقديم الخدمات الصحية في المؤسسة وذلك من خلال إقامة دورات تكوينية وتدريبية من أجل تنمية مهاراتهم حول فن المعاملة الحسنة مع المرضى؛

### آفاق الدراسة

- في الأخير يرى الباحثان أن هذه الدراسة وجب الأخذ بها في هذا الموضوع ومن عدة جوانب من بينها معالجة المواضيع التالية:
- جودة الخدمات الصحية من وجهة نظر الزبائن في المؤسسات الاستشفائية.
  - دور سياسية التوزيع الصحية ومدى رضا الزبون عن الخدمات المقدمة.

1. عبد العزيز ابو نبعة ، تسويق الخدمات المتخصصة ، الوراق للنشر، عمان ، 2005.
2. محمد ابراهيم عبيدات، التسويق الصحي والدوائي، دار وائل للنشر والتوزيع، الأردن، 2006.
3. ثامر ياسر البكري ، تسويق الخدمات الصحية ، دار اليازوري للنشر و التوزيع ، عمان، 2005.
4. ردينة عثمان يوسف "التسويق الصحي و الاجتماعي"، دار المنهاج للنشر و التوزيع عمان الأردن، 2008.
5. فريد سليم الخطيب و محمد سليمان العواد ، مبادئ التسويق ، الطبعة الأولى، دار الفكر للطباعة والنشر و التوزيع ، الأردن ، 2000.
6. أحمد عادل راشد، مبادئ التسويق و إدارة المبيعات، دار النهضة العربية للطباعة و النشر، بيروت، لبنان، 1980.
7. محمد ابراهيم عبيدات ، مبادئ التسويق ، الجامعة الأردنية ، 1992.

مذكرات وأطروحات

8. صاوي مراد، تطور بلال، جودة الخدمة الصحية في المستشفيات العمومية لتحقيق رضا الزبون (المريض)، مداخلة للمشاركة في الملتقى الوطني الأول حول الصحة وتحسين الخدمات الصحية في الجزائر بين إشكاليات التسيير ورهانات التمويل: المستشفيات نموذجاً.
9. صبري مراح، لطفى زايد، جودة الخدمة الصحية ودورها في تحقيق رضا الزبون دراسة حالة المؤسسة العمومية للصحة الجوارية منتوري بشير تبسة، مذكرة مقدمة لاستكمال متطلبات شهادة ماستر أكاديمي تخصص تسويق خدمي، كلية العلوم الاقتصادية والعلوم التجارية وعلوم التسيير، جامعة العربي التبسي، تبسة، 2017-2018.

المراجع باللغة الأجنبية

10. DiClemente, R. J., Crosby, R. A., & Kegler, M. C. (Eds.). (2009). Emerging theories in health promotion practice and research. John Wiley & Sons.

الملاحق

طبيب المعايين Médicin Consultant Mahdi Dr. BENZINE EI Mahdi Service de Médecine	المؤسسة العمومية الإستشفائية بريان - غرداية ETABLISSEMENT PUBLIC HOSPITALIER BERRIANE - GHARDAIA بريان في: 25/10/2015
العمر: 30 ans Age	اسم ولقب المريض: B. U. Agence Nom et Prénom du Malade
الجنس: Sexe	العنوان: Adresse
<b>ORDONNANCE N°: 0001515</b> وصفة رقم:	
PDF	
- 02 Marque wryga enfants	
- 02 Ampoule Lidocaïne injectable 4%	
	
الخطوة الأولى الأساس للصحة	



**ETABLISSEMENT PUBLIC DE SANTE DE PROXIMITE DE BERRIANE**

Unité de soins de : .....

Médecin chef de service : ..... **MAT** .....

COMMANDE de : ..... **22/02/2024** .....

DESIGNATION DES PRODUITS	Restant en stock	QUANTITES	
		Commandées	livrées
- Alcool chirurgical	0,5L	3L	1L
- file de suture N°1/0/100/00/20/00	36/36/36	36	19
- Masque adulte N°1/0/100/00/20/00	20/20/20	20	20
- huile de paraffine pure	00	10	00
- Dakin	00	05	00
- les gants propre	04	12	09
- Seringue 5.c.c.	50	100	100
- coton carolé	00	06	00
- tube EDTA	10	50	50
- SG 5% 500	00	60	60
- Draps jetable	20	30	20
- gel hygiène alcoolique	00	04	04
- Saux au lipide	00	04	00

قابلية ردسية  
 ودسية  
 2024  
 Livré conforme le  
 Le Pharmacien  
 2024