

/  
[miloutoumi@yahoo.fr](mailto:miloutoumi@yahoo.fr)

:

Economie de "

"la santé

## Résumé.

Avec l'économie de la santé, l'Hôpital n'est plus un endroit pour loger et prendre soin des malades, mais plutôt un organisme économique qui produit les différents services de santé. En cherchant à répondre aux besoins des patients, devenant de plus en plus conscient de la nécessité d'avoir accès à des services de santé bien adaptés en quantité, en qualité et en temps opportun, l'hôpital acquiert un statut particulier.

L'utilisation du marketing de la santé a pour objectif de satisfaire et de fidéliser le patient. Partant de cette logique, le présent article tente de jeter la lumière sur les mécanismes de mise en œuvre des différentes politiques de marketing dans les établissements de santé

/ /

:

( )

(OMC)

:

I

Marketing)

" : (Marketing de Patients)

(Hospitalier

" : 1"

2 "

:

/ /

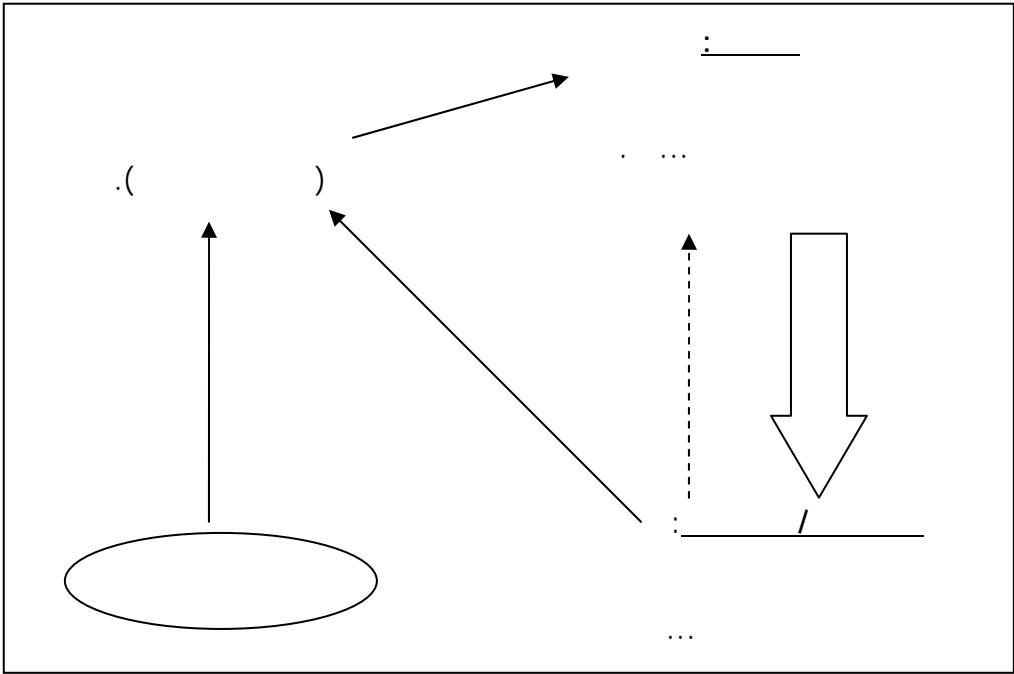
:

3

) :

( (...

:(01)



F.RIOU : Introduction a l'économie de la santé, PCEM1, faculté de médecine de Rennes

[http://www.med.univ\\_rennes1.fr/wkf/stock/rennes20070131123500Frioueco1\\_intro\\_2007.Pdf](http://www.med.univ_rennes1.fr/wkf/stock/rennes20070131123500Frioueco1_intro_2007.Pdf).(2007/4/18) .

/

4 .

:

5

( ) ( )

( )

II

:

" :

:

.

( )

6"

:

:

.1

7:

:

.2

\*

\*

.3

.4

---

8 .

.5

.6

:

:

( )

9 .

/ /

:

\*

( ) //

10.

" :

:

11.

) ( )

( )

(

//

12.

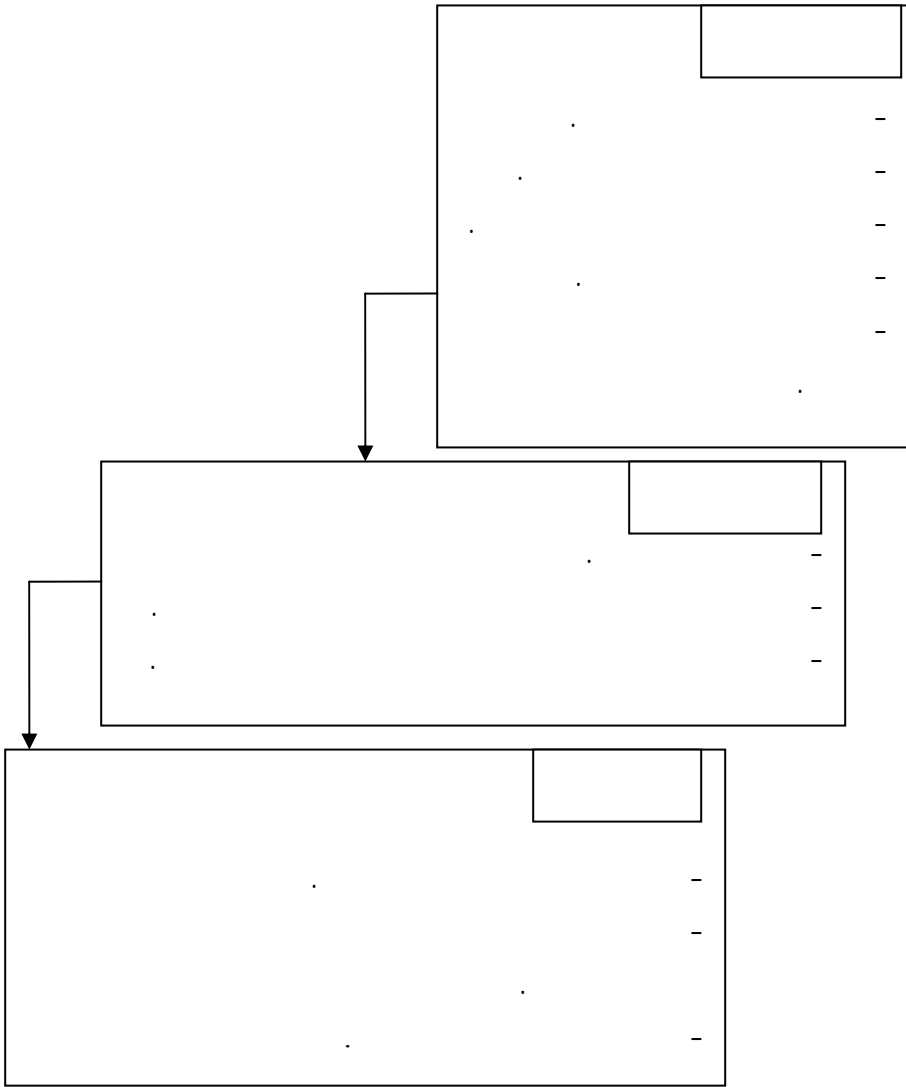
//

-  
-  
-

:

:

(02):



:"  
" 27  
" 2005 2  
": .122 :

13

14.

( )

: \*

: \*

: \*

: \*

....

":

:

15

:

( )

:

( )

...

:

(

)



---

( )

:

16:

:( )

" :

17"

(Visuel)

:( )

Le patient- )

:

(usager- client

:

" : (Co- producteur)

-\*

"PROSUMER"

(1980)" Toffler

(CONSUMER PRODUCER )

18

Co- )

/ /  
ressources- ) (constructeur  
19.(matière première

: : -\*

(un bénéficiaire actif)

(un utilisateur assujetti)

(Coprestataire)

(Coproducteur)

20

-\*

Le support )

:

" : (physique

21"

(... )

:

/ /

)

.1

.( ...

)

.2

.(...

" :

(Processus)

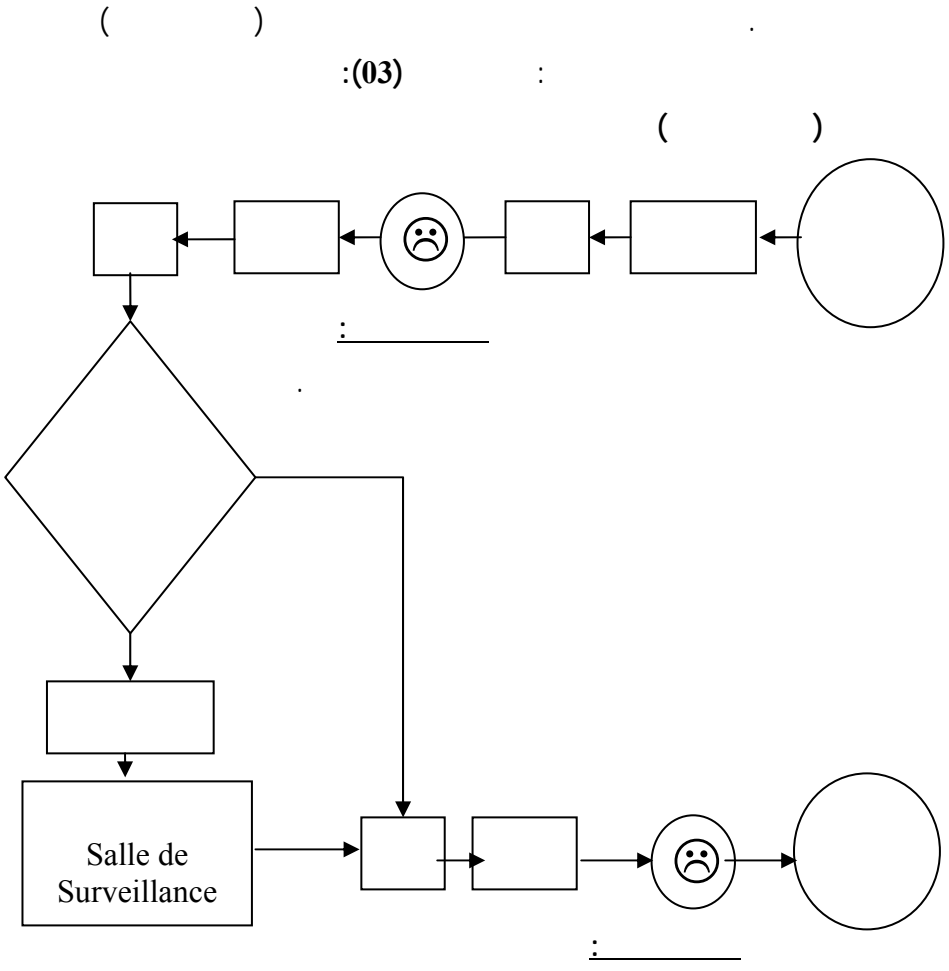
:

22"

...

:

.



G .MAGUERRE et Y .DERENNE, « **Programme d’amélioration de la qualité dans un établissement de santé : principes méthodologiques** », Agence nationale d’accréditation et d’évaluation en santé, ANDEM, Paris, 1996, P19.

Loupp & Roodenbeck

:(Plateaux de service)

23

:(La relation Client- Fournisseur)



...

:

:

24. \*

•

•

25. \*

•

•

•

26.

( )

•

•

•

•

:

:

:

:

\*

•

...

•

•

:

:

\*

•

•

:

:

\*

•

27.

---

(Livres d'accueil)  
(Dépliants)

(Fiches)

- 
- 
- 
- 

:

:

:( )

.\*

(... )

:

●

●

●

:( )

.\*

:

(La publicité sur lieu de vente)

28 . ...

:

.\*

:

.\*

...

:

.\*

.

:

.\*

:

.\*

29 .

L'Amélioration continue de )

:

(la qualité

:" PDCA "

("Act"

"Check"

"Do"

"Plan" )

:

30



---

:(01)

	-	(Plan)
	-	
	-	
	-	
	-	(Do)
	-	(Check)
	-	(Act)

Claude VILCOT et Hervé LECLET, Op. Cit. P21. :

)

(

The Centers for Disease Control and ) 1

: (CDC) Prevention

Jay.M.BENHARDT, **Improving health through health marketing**, Centers for disease control and prevention, Volume 3, N03, Atlanta, USA, July 2006. [http://www.cdc.gov/pcd/issues/2006/Jul/pdf/05\\_0238](http://www.cdc.gov/pcd/issues/2006/Jul/pdf/05_0238). 2007/6/4

<sup>2</sup> Jean-Claude ANDREANI et autres, **Tendances du marketing des services et implication pour les secteurs de santé**, 5<sup>ème</sup> congrès des tendances du marketing en Europe, Venise, France, 20-21/1/ 2006.

<http://www.exp-eap.net/conferences/marketing/2006>. (2007/6/ 15).

3

.278 -276 2004

<sup>4</sup> M. LAOUISSET, **L'hôpital ce grand malade**, 1<sup>er</sup> colloque international d'économie de la santé, Faculté de droit et des sciences économique, université de Bejaia, Bejaia, (13, 14 et 15 novembre 2006).

<sup>5</sup> Fatima Zohra OUFRIHA et collaborateurs, **De reforme en reforme : un système de santé a la croisée des chemins**, Dély –Ibrahim, Alger, 2006, P49.

2005

6

.168

.198 1998

7

.38 1998

8

<sup>9</sup> A .BERESNIAK et G .DURU, **Economie de la santé**, 5<sup>e</sup> édition, Masson, Paris, 2001, P72.

.101ص 2006

2

10

.215

11

<sup>12</sup> Bernard HONORE, **l'hôpital et son projet d'entreprise**, Edition Privat, Toulouse, 1990, P180.

.294 .

13

.295 -294

14

.207 2001

15

.201 -200 2006 -2005

16

<sup>17</sup> Eric VOGLER, **Management stratégique des services**, DUNOD, Paris, 2004, P 81.

( )

18

.44 2002/2001

<sup>19</sup> Nathalie S.TEISSIER et Isabelle SAUVIAT, **Les évolutions du positionnement des acteurs du système hospitalier : le cas de la situation**

---

**du patient-usager-client**, séminaire de recherche du RECEMAP, université de Rouen, (26 et 27 octobre 2001), P10.

[http://www.unice.fr/recemap/contenurevue/articles/revue\\_recemap5.SAMPIE\\_RISAUVIAT.pdf](http://www.unice.fr/recemap/contenurevue/articles/revue_recemap5.SAMPIE_RISAUVIAT.pdf) 31/5/2007

<sup>20</sup> Ibid, P9.

<sup>21</sup> Eric VOGLER, Op., Cit, P96.

.32

22

<sup>23</sup> Bernard HONORE, OP., Cit, P 177.

.255 254

24

.282-281

25

<sup>26</sup> عبد العزيز أبو نبعة، دراسات في تسويق الخدمات المتخصصة (منهج تطبيقي)، الوراق للنشر والتوزيع، عمان، 2005، ص ص 233- 234.

<sup>27</sup> Herve LETEURTRE et autres, **La qualité hospitalière**, Berger- Levrault, Paris, 1999, P-P, 160-161.

<sup>28</sup> Eric VOGLER, Op., Cit, P106.

)

29

: (

.171 2002

<sup>30</sup> Claude VILCOT et Hervé LECLET, **Indicateurs qualité en santé (certification et évaluation des pratiques professionnelles)**, 2<sup>e</sup> édition, AFNOR, 2006, P21.