

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ





مؤسسه کار و مائتین اجتماعی

۲۸۰

# خدمات پزشکی (درمان در منزل)

۱۳۹۰

خدمات پزشکی (درمان در منزل) / تدوین و تنظیم سازمان همیاری اشتغال  
دانش آموختگان (جهاد دانشگاهی)

تهران: مؤسسه کار و تأمین اجتماعی، ۱۳۹۰  
۷۳ص. م‌صو(رنگی)

موسسه کار و تأمین اجتماعی؛ ۲۸۰  
ریال: ۷-۰۳۶-۰۲۴۲-۰۶۰۰-۹۷۸

فیبا

کسب و کار خانگی - ایران -- مراقبت های خانگی  
سازمان همیاری اشتغال دانش آموختگان  
مؤسسه کار و تأمین اجتماعی

HD ۶۲/۳۸/خ/۳۷ ۱۳۹۰

۲۳۶۴۱۷۲

۶۵۸/۷۸۲



عنوان کتاب: خدمات پزشکی (درمان در منزل)

تدوین و تنظیم: سازمان همیاری اشتغال دانش آموختگان (جهاد دانشگاهی)

صاحب امتیاز: مؤسسه کار و تأمین اجتماعی

تیراژ: ۲۰۰۰ نسخه

لیتوگرافی چاپ و صحافی: سازمان چاپ و انتشارات

نوبت چاپ: اول - ۱۳۹۰

[www.Lssi.ir](http://www.Lssi.ir)

سایت مؤسسه کار و تأمین اجتماعی:

هرگونه بهره‌برداری و نقل قول مطالب، منوط به اجازه کتبی از مؤسسه کار و تأمین اجتماعی می‌باشد.

موسسه کار و تأمین اجتماعی: تهران، خیابان پاسداران، ابتدای اختیاریه جنوبی، کوچه آزاده، پلاک ۵

دورنگار: ۲۲۵۸۹۸۹۱

تلفن: ۲۲۵۶۲۷۳۳

---

---

## فهرست مطالب

---

---

پیشگفتار .....	۱
مقدمه .....	۵
فرایند ارائه خدمات .....	۲۱
امکانات و تجهیزات مورد نیاز .....	۲۳
نیروی انسانی مورد نیاز .....	۲۴
سرمایه مورد نیاز .....	۲۶
تخصص و مهارت‌های مورد نیاز .....	۲۸
وضعیت بازار خدمات .....	۲۸
شیوه بازاریابی و معرفی خدمات .....	۳۰
مخاطرات و آفت‌های این شغل و نحوه پیشگیری آنها .....	۴۸
توصیه‌هایی برای بهبود و توسعه شغلی .....	۵۱
سازمان‌ها و مراکزی که با این شغل مرتبط هستند .....	۵۲
معرفی مشاغل مرتبط و مکمل .....	۵۲
معرفی منابع آموزشی و تخصصی مورد نیاز .....	۵۳



## پیشگفتار

در دنیای امروز که توسعه پایدار و کاهش فقر و محرومیت، دغدغهٔ کلیه دولت‌هاست نقش سیاست‌های اقتصادی در توسعه اشتغال پرنرگتر می‌نماید. چرا که اشتغال و بیکاری به عنوان شاخصی مهم برای ارزیابی سیاست‌های کلان کشورها محسوب می‌شود. از این رو دولت‌ها می‌کوشند تا به طرق مختلف نرخ بیکاری را کاهش دهند. یکی از این راهها توسعه مشاغل کوچک و متوسط به طور عام و توسعه مشاغل خانگی به طور خاص است که افزایش درآمد و ثروت جامعه را بدنبال دارد. زیرا هر قدر سطح اقتصاد خانوار در جریان اقتصادی کشور بهبود یابد، به همان میزان اقتصاد جامعه نیز رشد پیدا می‌کند، از سوی دیگر خویش‌فرمایی و یا کار در محیط خانه یکی از الگوهای اشتغال در هزاره سوم است که به مدد نرم‌افزارها و شبکه‌های ارتباطی و اطلاعاتی، شرایطی را فراهم آورده که می‌توان قرن حاضر را قرن توسعه و رونق مشاغل خانگی دانست.

کسب و کار خانگی هم اکنون با بهره‌برداری از امتیازاتی چون توسعه دانش و گسترش فناوری ارتباطات و اطلاعات، حیطه گسترده‌ای را در اکثر حوزه‌های اقتصادی به خود اختصاص داده و در زمره یکی از حیاتی‌ترین و ضروری‌ترین بخش‌های اقتصادی جوامع به شمار می‌رود. در کشور ما ایران نیز، کاهش نرخ بیکاری و ایجاد اشتغال از جمله اهداف و تکالیف تصریح شده در سند چشم‌انداز و قوانین پنج ساله توسعه کشور محسوب شده و به این منظور، رویکرد توسعه

مشاغل خانگی به دلیل برخورداری از پیامدهای مثبت و متعدد در حوزه‌های اقتصادی، فرهنگی و اجتماعی مورد توجه مسئولین امر قرار گرفته است. مطابق قانون ساماندهی و حمایت از مشاغل خانگی، منظور از مشاغل یا کسب و کار خانگی، آن دسته از فعالیت‌هایی است که با تصویب ستاد سازماندهی و حمایت از مشاغل خانگی، توسط عضو یا اعضای خانواده در فضای مسکونی در قالب یک طرح کسب و کار بدون مزاحمت و ایجاد اختلال در آرامش واحدهای مسکونی شکل می‌گیرد و منجر به تولید خدمت و یا کالای قابل عرضه به بازار خارج از محیط مسکونی می‌گردد. اما علیرغم تجربه‌های مثبت و موفقیت‌های چشمگیر سایر کشورها چنین طرح‌هایی مستلزم زمینه‌ها و بسترهای لازم است تا منابع و سرمایه‌های کشور هدر نرود و بتواند برای افراد اشتغال و برای کشور آبادانی به همراه آورد. تحقق سیاست توسعه مشاغل خانگی در ایران در شکل صحیح آن، علاوه بر کارکردهای عمومی که همانند دیگر جوامع بر متغیرهای اقتصادی چون اشتغال و تولید داخلی و درآمد سرانه خواهد داشت در حوزه‌هایی همچون احیای فرهنگ کار در خانواده‌ها، جلب مشارکت مردم، تقویت ویژگی‌های کارآفرینی، ارتقاء شاخص‌های اقتصادی در سطوح خرد و کلان جامعه، اصلاح نظام تربیتی، بسترسازی حقوقی مناسب و تأثیر روانشناختی بر اعضای جامعه به ویژه زنان و کودکان نیز منشأ تأثیرات مثبت و قابل ملاحظه‌ای خواهد بود.

مشاغل خانگی، طیف وسیعی از مشاغل سنتی تا نوظهور را در بر می‌گیرد و راه‌اندازی یک کسب و کار خانگی علاوه بر مهارت خاص هر شغل، نیازمند برخورداری از مجموعه‌ای از مهارت‌های اساسی و پایه‌ای همچون مدیریت



منابع، مدیریت زمان، سازماندهی، مدیریت فردی و مهمتر از همه مهارت‌های بازاریابی می‌باشد و فراهم آوردن پیش شرط‌های اطلاعاتی، مهارتی و تجربه عملی، منجر به حصول بهره‌وری بیشتر و توسعه سرمایه‌های انسانی و اجتماعی خواهد بود. لذا توسعه فرصت‌های شغلی در این زمینه مستلزم همکاری بخش‌های مختلف می‌باشد.

در این راستا، مؤسسه کار و تأمین اجتماعی با همکاری صمیمانه سازمان همیاری اشتغال دانش‌آموختگان جهاد دانشگاهی اقدام به تهیه، تدوین و معرفی ۱۵۰ شغل خانگی نموده است.

هدف از این مهم، شناسایی و معرفی مشاغل خانگی به علاقمندان می‌باشد به گونه‌ای که مخاطبان با فرایند ارائه خدمات، نیروی انسانی، وضعیت بازار، مشاغل مرتبط و منابع آموزشی مورد نیاز بیش از پیش آشنا شوند. امید است تلاش‌های صورت گرفته، گامی مؤثر در جهت تشکیل بانک اطلاعاتی مشاغل خانگی محسوب شده و با الگوسازی مناسب، زمینه اشتغال جوانان میهن اسلامی را فراهم نماید.

**دکتر محمدرضا سپهری**

**رئیس مؤسسه کار و تأمین اجتماعی**



## مقدمه

خدمات پزشکی (درمان در منزل)، عبارت است از خدمتی در عرصه کسب و کار خانگی که به ارائه خدماتی چون (ویزیت، تزریقات و...) به متقاضیان می‌پردازد. پزشک در این کسب و کار بنا به ضرورت ممکن است از بیمار بخواهد به منزل مسکونی محل استقرار او مراجعه کند و یا این که خود پزشک به منزل مسکونی فرد بیمار مراجعه کرده و یا این که مسئله به گونه‌ای باشد که کافی باشد بیمار به سایت پزشک مراجعه کرده و اطلاعات مورد نیاز خود را کسب کند. آن چه مسلم است این است که شما به عنوان پزشکی که در عرصه کسب و کار خانگی به درمان بیمار می‌پردازید مناسب است موارد زیر را مد نظر قرار دهید.

- بیمار حق دارد در اسرع وقت درمان و مراقبت مطلوب، مؤثر و همراه با احترام کامل را بدون توجه به عوامل نژادی، فرهنگی و مذهبی از شما انتظار داشته باشد.

- بیمار حق دارد در خصوص مراحل تشخیص، درمان و سیر پیشرفت بیماری، اطلاعات ضروری را شخصاً و یا در صورت تمایل از طریق یکی

- از بستگان، از شما درخواست نماید، به طوری که در فوریت‌های پزشکی، این امر نباید منجر به تأخیر در درمان و یا تهدید جانی بیمار شود.
- بیمار حق دارد قبل از معاینات و یا اجرای درمان، اطلاعات ضروری و در خصوص عوارض احتمالی و یا کاربرد سایر روش‌ها را در حد درک خود از شما دریافت و در انتخاب شیوه نهایی درمان، مشارکت کند.
- بیمار حق دارد در صورت تمایل شخصی و عدم تهدید سلامتی آحاد جامعه طبق موازین قانونی، رضایت شخصی خود را از خاتمه درمان اعلام و یا به دیگر کسب و کارهای خانگی ارائه دهنده خدمات پزشکی مراجعه کند.
- بیمار حق دارد جهت حفظ حریم شخصی خود از محرمانه ماندن محتوای پرونده پزشکی، نتایج معاینات و مشاوره‌های بالینی جز در مواردی که بر اساس وظایف قانونی از گروه معالج استعلام صورت می‌گیرد، اطمینان حاصل کند.
- بیمار حق دارد از رازداری شما و احیاناً دیگر اعضای اصلی تیم معالج برخوردار باشد، لذا حضور بالینی افرادی که مستقیماً در روند درمان شرکت ندارند موقوف به کسب اجازه از بیمار است.
- بیمار حق دارد با کسب اطلاع کامل از نوع فعالیت‌های آموزشی و پژوهشی شما که بر روند سلامتی و درمان او مؤثرند، تمایل و رضایت

شخصی خود به مشارکت در درمان، اعلام و یا در مراحل مختلف پژوهش از ادامه همکاری خودداری کند.

### آداب طبابت و وظایف طیب از منظر اسلام

حرفه پزشکی، از آن رو که با جان، ناموس و اسرار زندگی مردم سر و کار دارد، علاوه بر رعایت مقررات اسلامی، دارای آداب و احکام ویژه‌ای است که رعایت آن برای هر پزشک مسلمان، لازم و ضروری است. در این جا اشاره‌ای کوتاه به مهمترین آداب آن خواهیم کرد.

#### ۱- احساس مسئولیت

احساس مسئولیت، از مهمترین و اصلی‌ترین آداب پزشکی است؛ زیرا این احساس است که پزشک را به رعایت وظایف اخلاقی، قانونی و شرعی خود در مورد درمان بیمار، وادار می‌سازد.

امام صادق (علیه السلام)، سخنی سخت تکان دهنده درباره مسئولیت پزشک از حضرت مسیح (علیه السلام) نقل فرموده است:

مسیح (علیه السلام) می‌گفت: «ان التارک شفاء المجرع من جرعه شریک لجارحه لا محاله...»

«آن که درمان کردن زخم زخم‌دیده‌ای را واگذارد، ناگزیر، شریک کسی است که زخم را بر بدن وی نشانده است.»

این سخن، متکی بر منطق روشنی است که نه تنها پیروان اسلام و مسیحیت، بلکه هیچ پزشک با وجدانی نمی‌تواند آن را انکار کند. از این رو، شایسته است همه پزشکان، آن را قاب کنند و در مطب خویش بیاویزند. بر اساس این منطق، کوتاهی پزشک در درمان بیمار، به معنای سهیم بودن او در بیماری و گاه، هلاکت بیمار است. لذا پزشک، مسئول است با همه توان برای درمان بیمار، تلاش کند و با هیچ بهانه‌ای نمی‌تواند از زیر بار مسئولیت، شانه خالی نماید.

## ۲- تقوای پزشکی

تقوا در هر حرفه‌ای به معنای رعایت قوانین الهی در انجام دادن آن است. بنابراین، تقوای پزشکی، شامل همه آداب و احکام اسلامی در مورد این حرفه است؛ لیکن در تقوای پزشکی، دو نکته اهمیت فوق‌العاده‌ای برخوردار است: یکی خیرخواهی برای بیمار، و دیگری تلاش برای درمان او. از این رو، امام علی (علیه السلام)، پس از توصیه پزشکان به تقوا، بلافاصله به این دو مصداق بارز تقوای پزشکی اشاره می‌فرماید:

«من تطب فلیتق الله ولینصح ولیجتهد».

«هر کس طبابت پیشه کند، باید که از خدا پروا بدارد و خیرخواهی و

جدیت به خرج دهد».

((نصح)) که در این سخن بدان اشاره شد، به معنای خیرخواهی، و ((اجتهاد)) به معنای به کارگیری همه توان است. بنابراین، تقوای پزشکی بدین معناست که پزشک برای حسن انجام وظیفه، اولاً باید سود بیمار را در نظر بگیرد نه سود خود را. ثانیاً باید از همه توان فکری و عملی خود برای درمان وی استفاده کند و پزشک با تقوا، کسی است که در صرف وقت برای تشخیص بیماری، در تجویز دارو، در چگونگی درمان و...، به چیزی جز سود بیمار نیندیشد.

### ۳- پاک دامنی

یکی از مصادیق مهم تقوای پزشکی، عفت جنسی و پاک دامنی است. پزشک با تقوا، به خود اجازه نمی‌دهد از بیمار، سوء استفاده جنسی کند و حتی در نگاه کردن برای معاینه، حدود اسلامی را رعایت می‌نماید، بدین معنا که اگر از طریقی بجز نگاه کردن به موضعی که نگاه کردن به آن در اسلام ممنوع است، بتواند بیماری را تشخیص دهد، مبادرت به نگاه نامشروع نمی‌ورزد و در صورت نیاز به این کار نیز، به اندازه ضرورت، اکتفا می‌کند.

### ۴- اهتمام به تشخیص بیماری

یکی از نکات آداب پزشکی که در احادیث اسلامی بر آن تاکید شده، اهمیت دادن به تشخیص بیماری است. پیامبر اسلام (صلی‌الله علیه و آله و سلم) به یکی از پزشکان معاصر خود، چنین توصیه می‌فرماید:

«لا تداوا احدًا حتى تعرف داءه».

«هیچ کس را درمان مکن، مگر آن گاه که بیماری او را بشناسی».

مکرر شنیده می‌شود که به دلیل تشخیص نادرست طیب و داروی نامناسب، بیماری تشدید شده و گاه بیمار، هلاک شده است. رعایت این ادب، اقتضا می‌کند که پزشک همه توان خود را برای تشخیص بیماری به کار گیرد و پیش از تشخیص آن، اقدام به تجویز دارو نکند و اگر فرصت لازم برای تشخیص ندارد یا خسته است و یا به هر دلیل دیگر آمادگی لازم را برای اظهار نظر ندارد، از معاینه بیمار و تجویز دارو، به طور جدی خودداری کند.

#### ۵- تلاش برای شناخت داروهای طبیعی

همه بیماری‌ها به استثنای مرگ، در نظام آفرینش، دارو دارند و قابل درمان‌اند. برخی تصریح می‌کنند که خداوند برای همه بیماری‌ها دارو نازل کرده است.

ظاهر این دو تعبیر این است که داروی همه بیماری‌ها در طبیعت وجود دارد. بی تردید، داروهای طبیعی، زیان کمتر و سود بیشتری برای درمان دارند. با عنایت به این واقعیت است که گیاه درمانی، به تدریج در کشورهای پیشرفته رایج می‌گردد.

بنابراین، یکی از مسئولیت‌های مراکز علمی - پزشکی، تلاش برای

کشف داروهای طبیعی و آشنا کردن جامعه پزشکی با این داروهاست.



۶- رعایت ضرورت در تجویز دارو

در روایات فراوانی از اهل بیت (علیهم السلام) تاکید شده است که تا آن جا که بدن، قدرت تحمل بیماری را دارد، بیمار نباید به پزشک مراجعه کند؛ زیرا مصرف دارو بدون ضرورت برای سلامت انسان، زیانبار است.

امام علی (علیه السلام) می‌فرماید:

«امش بدائک ما مشی بک».

«با درد خویش تا آن هنگام که با تو مدارا می‌کند، مدارا کن».

و از امام کاظم (علیه السلام) روایت شده است:

«ادفعوا معالجه الاطباء ما اندفع الداء عنکم؛ فانه بمنزله البناء قلیله یجر

الی کثیره».

«تا زمانی که بیماری به جد با شما درگیر نشده است، درگیر معالجه

طبییان نشوید، که درمان، به مانند ساختمان است که مقدار کمی از آن،

شخص را به مقدار فراوانش می‌کشانند».

متعهد بودن ارائه دهندگان این خدمات پزشکی در منزل، نقش اساسی

در حیات این گونه کسب و کارهای خانگی دارد. با این وجود خدمات پزشکی

همانند سایر کارهای خدماتی می‌تواند، دارای برخی خدمات منحصر به فرد

باشد.

خدمات پزشکی (درمان در منزل) می‌تواند به گونه‌ای باشد که استفاده‌کنندگان از این خدمات آن را به دیگران پیشنهاد کنند و این امر سبب پایداری ارائه این خدمات توسط یک کسب و کار خانگی شود.

در واقع این نوع کسب و کار قادر است جوابگوی نیازها و کارکردهای مختلف متقاضیان آن باشد. در عین حال و در صورت نیاز، ارائه‌دهندگان این خدمت می‌توانند فرصت‌هایی را فراهم آورند که در تعامل با متقاضیان مختلف، خواسته‌های منحصر به فرد آنان را در نظر گرفته و خدمتی مطابق خواست قلبی مشتریان خود، به آنها ارائه کنند و ارتباطی موثر و پایا با مشتریان خود ایجاد کنند. از طرفی ارائه‌کنندگان این خدمت در منزل قادرند مشتریان خود را مجاب کنند تا در بازه‌های زمانی مشخص، برای کنترل و پایش سلامتی بدن، وقت بگیرند.



اما همانطور که ارائه خدمات در کشورمان به خاطر مانایی حضور در عرصه رقابت، متنوع‌تر شده و روز به روز مشتری مدارتر می‌شوند، خدمات پزشکی نیز پیوسته در حال تخصصی‌تر شدن در جهت ارائه خدماتی مناسب‌تر و مشتری پسندتر پیش می‌رود.

متولیان این نوع کسب و کار خانگی بایستی از نظر صلاحیت، تجربه و ایجاد ارتباط موثر در حد خوبی باشند و قادر به بهبود وضعیت هزینه‌های ریالی و زمانی مشتریان خود در این زمینه باشند.

### پیشینه خدمات

ایرانیان در پایه‌گذاری و پیشرفت و توسعه و تکامل بسیاری از علوم و فنون نقش مهم و برجسته‌ای داشته‌اند. از جمله علمی که ایرانیان در آن پیشگام به شمار می‌روند. علم پزشکی است. طب در ایران باستان دارای مقامی ارزنده بوده است. پیشینه پزشکی در ایران به دوران پیش از اسلام بازمی‌گردد و نخستین مرکز آموزش پزشکی در ایران، در دوره ساسانیان، در سده سوم میلادی در جندی شاپور نزدیک اهواز کنونی برپا شد. در مدرسه پزشکی جندی شاپور دانشمندان یونانی طب بقراطی را تدریس می‌کردند. اوج شکوفایی طب در ایران، سده نهم تا چهاردهم میلادی بوده است که آن را «دوره زرین پزشکی ایران» نامیده‌اند. در همین دوران بود که شخصیت‌های برجسته تاریخ طب

ایران درخشیدند. افرادی مثل «علی بن ربن طبری» مولف «فردوس الحکمه»، «ابوبکر محمدبن زکریای رازی» صاحب کتاب معروف «الحاوی»، علی بن عباس مجوسی اهوازی نویسنده اثری به نام «کامل الصناعه الطیبه الملکی»، ابن سینا مولف کتاب «قانون» در طب و بالاخره «اسماعیل شرف‌الدین جرجانی» که کتاب «ذخیره خوارزمشاهی» را تالیف کرد.

محمدبن زکریای رازی که در قرن چهارم هجری می‌زیسته دارای آثار زیادی در زمینه طب می‌باشد که از مهمترین آنها می‌توان کتاب الحاوی را نام برد. این کتاب که شامل یک دوره کامل طب تا دوران رازی می‌باشد در سال ۱۲۷۹ میلادی با عنوان Continens به زبان لاتین ترجمه شد و بالغ بر ۵۴۰ سال در دانشگاه سوربون فرانسه در رشته پزشکی تدریس می‌شد.

ابن سینا یا ابوعلی سینا بزرگترین دانشمند ایران و مقدم حکما و اطبا در ادوار اسلامی و از متفکران و دانشمندان عالی قدر دنیاست. وی که متعلق به قرن پنجم هجری است به مانند رازی صاحب آثار و مؤلفات بسیاری در زمینه پزشکی است. از میان تالیفات ابن سینا، کتاب قانون در پزشکی شهرتی جهانی یافته است. این کتاب شامل مطالبی درباره قوانین کلی طب، داروهای ترکیبی و غیر ترکیبی و امراض مختلف می‌باشد. کتاب قانون در قرن دوازدهم میلادی همراه با آغاز نهضت ترجمه به زبان‌های لاتین ترجمه شد و تا امروز به زبان‌های انگلیسی، فرانسه و آلمانی نیز برگردانده شده است.

کتاب قانون که مجموعه مدونی از کل دانش طبی باستانی و اسلامی است، به عنوان متن درسی پزشکی در دانشگاه‌های اروپایی مورد استفاده قرار می‌گرفت و تا سال ۱۶۵۰ میلادی در کنار آثار جالینوس و موندینو در دانشگاه‌های لوون و مون پلپه تدریس می‌شد.

در ایران، تا قبل از قرن ۱۲ هجری شمسی، در بهداشت جامعه و کنترل بیماری‌ها، مرکزیت مشخص و مسئولیت‌های واضحی وجود نداشت. در نیمه قرن ۱۲ هیات صحیه یا مجلس صحت که عهده دار حفظ سلامت داخلی مملکت بود تشکیل گردید. این مجلس جای خود را به شورای بهداشتی ایران و نهایتاً به وزارت صحیه و خیریه داد. از آن زمان تا زمان انقلاب اسلامی نهادهای دولتی که امر بهداشت و درمان را به عهده داشتند عبارت بودند از: سازمان صحتی، اداره کل صحیح مملکتی، اداره کل بهداری، وزارت بهداری، وزارت بهداری و بهزیستی و وزارت بهداشت، درمان و آموزش پزشکی. در سال ۱۲۲۷ میرزاتقی‌خان امیرکبیر، صدر اعظم کشور، دارالفنون را راه‌اندازی کرد. دارالفنون یک آموزشگاه دولتی بود که دارای رشته‌های پیاده نظام، سواره نظام، توپخانه، مهندسی، پزشکی، داروسازی و معدن‌شناسی بود. استادان خارجی در رشته پزشکی، طب اروپایی و استادان ایرانی، اصول طب ابن‌سینا را تدریس می‌کردند. رشته پزشکی دارالفنون تا قبل از تأسیس دانشگاه تهران تنها مرکز آموزش پزشکی و داروسازی کشور بود که دیپلم

طبابت می‌داد. با ایجاد مراکزی که به آموزش پزشکی می‌پرداختند؛ پزشکانی تربیت شدند که بتوانند خدمات پزشکی را ارائه کنند. امروزه نیز با توجه به تعداد زیاد فارغ‌التحصیلان این رشته کم کم به سمتی حرکت کرده این که این خدمت به عنوان یک کسب و کار خانگی مطرح شده است و این جای خرسندی دارد که کشور ما چنین زمانی را در حال تجربه کردن است. این امر به هیچ عنوان از قداست پزشکی کم نمی‌کند بلکه بدان نیز می‌افزاید.



### انواع خدمات پزشکی (کلینیک پزشکی) در منزل

برخی از خدمات قابل ارائه توسط ارائه کنندگان خدمات پزشکی در منزل

می‌تواند به شرح ذیل باشد:

- ویزیت و معاینه
- سونوگرافی
- چکاب

- اعمال جراحی کوچک و سرپایی
- تزریقات و واکسیناسیون
- مشاوره پزشکی آن لاین
- ...

### راهبردهایی برای ارائه خلاقانه خدمات پزشکی در منزل

- ایجاد بخش فوریت‌های پزشکی (اورژانس) در خانه

بخش فوریت‌های پزشکی، ارائه دهنده خدمات پزشکی در تمام ساعت‌های شبانه روز و حتی در روزهای تعطیل می‌باشد. شخص با مراجعه به منزل و محل کسب و کار خانگی شما می‌تواند از این خدمت در اسرع وقت استفاده کند. البته شما نیز می‌توانید به منزل شخص رفته و خدمات اورژانسی مورد نیاز را به او بدهید. از طرفی شما می‌توانید از طریق مشاوره اینترنتی چند پیشنهاد به متقاضی خود داده تا به او کمک کنید تا قبل از دیدار شما بخشی از مشکل را مرتفع کند.

در ضمن شما می‌توانید اعلام کنید که متقاضیان خدمت شما در صورت تماس با شماره اورژانس کسب و کار خانگی شما می‌توانند از خدمات پزشکی این بخش در تمام ساعت‌های شبانه روز در محل کلینیک بهره‌مند شوند.

– ارائه مشاوره پزشکی

شما می‌توانید به مراجعان خود مشاوره دهید؛ این مشاوره‌ها می‌تواند به صورت حضوری، اینترنتی و یا از طریق بروشور و... باشد.

### **اصولی که در خدمات پزشکی باید در نظر گرفت عبارتند از:**

یکی از مهمترین اصولی که بایستی در این کسب و کار خانگی مورد توجه قرار بگیرد، فرهنگ ارائه خدمت است. در حوزه پزشکی با توجه به حساسیت‌هایی که این حرفه دارد، مسأله‌ای به نام اخلاق پزشکی هم در آن معنا پیدا کرده است. اخلاق پزشکی به عنوان یک علم میان رشته‌ای موضوعات اخلاقی در حوزه علوم پزشکی را مورد بحث قرار می‌دهد. رویکردهای نوین و حرفه‌ای در امور پزشکی، ضرورت بازنگری و پرداختن به اصول اخلاق حرفه‌ای را بیش از گذشته مورد تأکید قرار می‌دهد. هرچند موضوع سقط جنین، رابطه پزشک و بیمار، پژوهش‌های پزشکی و... از گذشته نیز مورد توجه قرار داشته‌اند ولی مواجهه با مباحثی همچون پیوند اعضا، به کارگیری سلول‌های بنیادی، جایگاه بیمار در تصمیم‌گیری‌های بالینی، سلامت جامعه، شبیه‌سازی انسان، کسب رضایت آگاهانه و...، ضرورت توجه و رعایت اصول اخلاق حرفه‌ای را در جامعه پزشکی روشن می‌سازد. بدیهی است افزایش قابل توجه اطلاعات عمومی درخصوص سلامت و



دسترسی مردم به منابع و دانش پزشکی از طریق اینترنت، در کنار رفاه‌طلبی و نفع‌پرستی آدمی، نکات تازه‌ای را در ارتباط اخلاقی پزشک با بیمار ایجاد می‌نماید.

رعایت شش اصل مهم اخلاقی در حرفه پزشکی: الف) حقوق انسانی، ب) عدالت، ج) راستگویی، د) رازداری، هـ) ارائه مناسب خدمات درمانی، و) پیشگیری از عوارض، مورد توافق همه قرار گرفته و این اصول مبتنی بر اعطای چهار حق مهم برای بیمار یعنی الف) خودمختاری فرد، ب) سودمند بودن اقدامات تشخیصی درمانی، ج) عدم زیانباری اقدامات و د) رعایت عدالت، بنیان نهاده شده‌اند.

پزشک مسلمان با تکیه بر اعتقادات و مبانی مذهبی بیمار و با لحاظ نمودن نظارت الهی بر عملکرد خود قادر خواهد بود جایگاه معنوی و والای طبابت را به نحو مطلوب‌تر و ایده‌آل‌تری به ظهور برساند و قطعاً هر یک از اصول اخلاقی فوق‌الذکر با بنیان‌های دینی و فکری اسلامی همخوانی داشته



و لذا رعایت اصول اخلاق حرفه‌ای پزشکی در جوامع اسلامی نمود و هویتی عینی‌تر به خود خواهد گرفت.

در عصر حاضر، اندیشه‌ها و تدابیر گذشته، جوابگوی نیازهای پزشکان و بیماران در ارتباط با تعهدات حرفه‌ای و اخلاق پزشکی نخواهد بود و اخلاق پزشکی حرفه‌ای نیز صرفاً با گفتار و آموزش شفاهی و بدون کاربری عملی جدی بالینی در تمام دوره‌های آموزشی شاغلین گروه پزشکی، مشکل‌گشای همه مسائل نخواهد بود. بر این اساس طراحی اصول و چارچوب‌های راهنمایی‌کننده و توجه جدی و عمیق به برنامه‌های آموزشی بیمارستانی، راهگشای مسائل حرفه‌ای اخلاق پزشکی در کشور خواهد بود و این مهم بدون توجه به اعتقادات مذهبی و قداست جایگاه بیمار و پزشک محقق نخواهد گردید و لذا در این میان جایگاه سازمان پزشکی قانونی کشور، به دلیل مواجهه با پرونده‌های قصور پزشکی و کارشناسی تخصصی و حقوقی آنها، با نشان دادن علل، راه‌های پیشگیری از خطا و اجرای تحقیقات میدانی و برنامه‌های آموزشی جهت جامعه پزشکی، در تبیین اهمیت رعایت اصول اخلاق حرفه‌ای در پزشکی، به صورت ویژه مورد اهمیت و تأکید قرار می‌گیرد.

### اهمیت و ضرورت این کسب و کار

بیماری جزو لاینفک وجود آدمی است از این رهگذر بسیار پیش می‌آید که بیمار، نیاز دارد پزشک به بالین او بیاید و یا اینکه بتواند از خدمات پزشکی در کمترین زمان ممکن استفاده کند که در این حالت پزشکانی که در منزل

خود خدمات ارائه می‌دهند برای این بیماران در اولویت هستند. به خصوص این که منزلی که این پزشکان در آن به ارائه خدمات مشغول هستند در بافت با تراکم و در محلی بسیار نزدیک به مجتمع‌های مسکونی باشد.

در بسیاری از موارد هم مشاوره‌های اینترنتی جایگاه مهمی را ایفا می‌کنند. که با توجه به مطالبی که عنوان شد در هر سه حالت اهمیت و ضرورت این کسب و کار واضح است.

### فرآیند ارائه خدمات

این خدمات یا در منزلی که پزشک مشخص کرده و یا در منزل شخص بیمار قابل ارائه می‌باشد. با مراجعه بیمار به پزشک مورد نظر و یا بالعکس با مراجعه پزشک به منزل بیمار مورد نظر و ویزیت ایشان، در صورتی که بیمار احتیاج به درمان و یا واکسیناسیون داشت این اقدامات انجام گرفته و مطابق تعرفه از بیمار وجه مورد نظر دریافت می‌گردد.

خدمات قابل ارائه عبارتند از:

- خدمات اورژانسی
- خدمات آزمایشگاهی ساده
- خدمات جراحی‌های سرپایی و کوچک
- خدمات واکسیناسیون و تزریقات



#### خدمات اورژانسی

این قسمت شامل ارائه پزشکی در تمام ساعات‌های شبانه روز و حتی در روزهای تعطیل می‌باشد.

#### خدمات آزمایشگاهی

این خدمات شامل خدمات آزمایشگاهی ساده مانند اندازه‌گیری قند خون و... می‌باشد. ضمناً در صورت نیاز به سایر خدمات آزمایشگاهی، نمونه مورد نظر از بیمار دریافت گردیده و به آزمایشگاه‌های طرف قرارداد با شما ارسال می‌شود.

#### خدمات جراحی‌های سرپایی و کوچک

شما می‌توانید خدمات جراحی سرپایی و کوچک ذیل را ارائه دهید:

- بخیه
- ختنه
- و...

خدمات واکسیناسیون و تزریقات

شامل خدمات واکسیناسیون کودکان، تزریقات، سرم و... می‌باشد.

### امکانات و تجهیزات مورد نیاز

حداقل فضای لازم برای راه‌اندازی این کسب و کار خانگی، یک اتاق ۱۲

متری می‌باشد. برای راه‌اندازی این کسب و کار به امکانات و ذیل نیاز دارید.

ردیف	تجهیزات	مبلغ (ریال)
۱	ابزار معاینه	۲۳۰۰۰۰۰
۲	ست معاینه	۳۰۰۰۰۰۰
۳	دستگاه الکتروکاردیوگراف	۱۳۵۰۰۰۰۰
۴	فاکس	۱۵۰۰۰۰۰
۵	خط تلفن	۵۰۰۰۰۰
۶	میز و صندلی	۱۵۰۰۰۰۰
۷	کامپیوتر	۶۰۰۰۰۰۰
۸	اینترنت پرسرعت (هزینه یکسال)	۴۰۰۰۰۰۰
۹	سایر لوازم مورد نیاز	۱۰۰۰۰۰۰
	<b>مجموع</b>	<b>۳۳۳۰۰۰۰۰</b>

## نیروی انسانی مورد نیاز

کسب و کار ارائه خدمات پزشکی در منزل نیاز به یک فرد دارد و با توجه به حجم تقاضا برای دریافت این خدمات و همچنین نوع خدمات قابل ارائه، خودش به تنهایی و یا با استخدام افراد دیگر، دیگران را به کار گمارد و بر کار آنها نظارت مستمر داشته باشد.

## شبکه همکاران

در مورد شبکه همکاران به طور کلی می‌توان گفت: شبکه همکاران همه افراد یا مشاغلی را تشکیل می‌دهد که به طور مستقل در حال فعالیت بوده و شما برای راه‌اندازی یا اداره کسب و کار خود به عنوان ارائه دهنده خدمات پزشکی در منزل با آنها همکاری می‌کنید. این افراد یا مشاغل، بر اساس توافق فی‌مابین، فعالیتی را در ارتباط با خدمات موسسه شما انجام داده و دستمزدی را دریافت می‌کنند. مزیت چنین رویکردی در راه‌اندازی و اداره یک کسب و کار آن است که شما فقط زمانی به آنها دستمزد پرداخت می‌کنید که فعالیت مورد نظر انجام شده باشد. بنابراین در هنگام شروع کسب و کار که حجم فعالیت‌های شما کم و یا نامعلوم است، شما از این طریق کمترین هزینه ممکن را متحمل می‌شوید. مزیت دیگر این نحوه همکاری آن است که شما به محل خاصی برای انجام فعالیت نیاز ندارید و چون تنها

شاغل تمام وقت در کسب و کار خودتان هستید، می‌توانید این کسب و کار را از منزل شخصی‌تان اداره کرده و نیازی به پرداخت هزینه اجاره محل نخواهید داشت.

البته در صورتی که بتوانید کارتان را گسترش دهید، می‌توانید نسبت به استخدام افراد دیگری هم اقدام کنید.

در این حرفه شما ممکن است با توجه به درخواست مشتریان خود نیاز به همکاری با افراد یا مشاغل ذیل داشته باشید:

- پرستاران
- فروشگاه‌های اقلام مورد نیاز حرفه پزشکی

و کلیه فروشگاه‌هایی که با توجه به مشکل بیمار و درخواست مشتری خود بایستی به آنها مراجعه کرده و اقلام مورد درخواست خود را تهیه نمایید. مشاغلی که به نوعی با امر توزیع اقلام پزشکی سروکار دارند مرتبط و مکمل این حرفه می‌باشند چرا که این حرفه اگر بخواهد به شکل نوآورانه‌ای ارائه شود می‌تواند با مشاغل مختلف که به نوعی با حوزه پزشکی ارتباط دارند، همکاری داشته باشد.

## سرمایه مورد نیاز

این کسب و کار به سرمایه بسیار کمی نیاز دارد. شما می‌توانید آن را با پس‌انداز شخصی خود نیز تامین کنید.

ریال	شرح سرمایه	نوع سرمایه
۳۳۳۰۰۰۰۰	هزینه تجهیزات	سرمایه ثابت
۲۰۰۰۰۰۰	راه‌اندازی سایت (میزبان و دامنه)	
۲۰۰۰۰۰۰	طراحی سایت	
۲۰۰۰۰۰۰	هزینه تبلیغات	سرمایه در گردش (شش ماه)
۶۰۰۰۰۰۰	هزینه نیروی انسانی	
۴۰۰۰۰۰۰	هزینه اداری (مکالمات تلفنی، کاغذ و قلم و...)	
۱۰۰۰۰۰۰	هزینه‌های پیش‌بینی نشده	
۱۴۹,۳۰۰,۰۰۰	مجموع	

برآورد سرمایه مورد نیاز برای راه‌اندازی این کسب و کار خانگی مربوط به سال ۱۳۸۹ می‌باشد. برای اطلاع از سرمایه مورد نیاز به روز شده، به سایت موسسه کار و تأمین اجتماعی ([www.lssi.ir](http://www.lssi.ir)) مراجعه فرمایید.

برای راه‌اندازی هر کسب و کاری به سرمایه ثابت برای خرید تجهیزات نیاز دارید که نوعی سرمایه‌گذاری محسوب می‌شود و در واقع دارایی شما از



حالت نقدی به صورت غیر نقدی تبدیل می‌شود و امکان کسب درآمد را برای شما فراهم می‌کند. سرمایه در گردش شامل مجموع هزینه‌هایی است که شما در یک دوره کاری باید بپردازید تا درآمدی حاصل شود و بعد از آن درآمد حاصله بخشی به صورت سود کسب و کار و بخشی جایگزین هزینه‌های انجام شده می‌شود و این چرخه همواره ادامه دارد. به یاد داشته باشید این محاسبات به صورت کلی و عمومی انجام شده و شما می‌توانید با توجه به شرایط خاص خود تا حدودی آن را تعدیل و تغییر دهید. مثلاً اگر خودتان بتوانید خدمات پزشکی را ارائه کنید، ممکن است بتوانید به میزان زیادی هزینه‌های پرسنلی خود را کاهش دهید و این سبب می‌شود تا هزینه شما در این مورد کاهش یابد. همچنین هزینه نیروی انسانی در واقع هزینه‌ای که شما برای معیشت خود باید پرداخت کنید تا درآمد شما به حد مطلوبی برسد.

## تخصص و مهارت‌های مورد نیاز

میزان تسلط بر مهارت			مهارت مورد نیاز	
پیشرفته	متوسط	مقدماتی		
	*		ICDL	مهارت‌های عمومی
		*	توانایی ایجاد ارتباط موثر	
*			مهارت‌های حوزه پزشکی	مهارت‌های تخصصی
	*		بازاریابی	مهارت‌های ویژه
*			توانایی تشخیص سریع بیماری	
سخت کوش و بردبار، معاشرتی و خوش برخورد، دارای خلاقیت و نوآوری			ویژگی‌های فردی	
تحصیلات دانشگاهی در مقطع دکتری پزشکی			تحصیلات	

## وضعیت بازار خدمات

برخلاف تصور عامه، تعداد مشتریان متقاضی خدمات پزشکی در منزل، بسیار بیشتر از حد تصور است، در این راستا شاید دلیل اصلی ناشناخته ماندن این حرفه به عنوان یک کسب و کار موفق آن هم در عرصه کسب و کارهای خانگی موفق آن است که بسیاری از کسانی که این خدمت را ارائه می‌کنند مشتریانی اختصاصی یافته‌اند که لزومی به تبلیغاتی گسترده را احساس

نمی‌کنند، با این وجود بسیاری از ارائه دهندگان خدمات پزشکی، از این راه درآمد بسیار بالایی کسب می‌کنند که البته مکان استقرار این افراد بسیار مهم بوده است.

هر کسب و کار موفق با شناخت بازار آغاز می‌شود و با یک برنامه بازاریابی درست به موفقیت می‌رسد. در این حرفه هم باید فعالیت خود را با شناخت صحیح از بازار آغاز کنید. برای شناخت بازار باید بدانید که:

- چه کسانی به خدمات پزشکی نیاز دارند؟
- این مشتریان چه ویژگی‌هایی دارند؟
- این مشتریان چه شباهت‌ها و تفاوت‌هایی باهم دارند؟
- چه طبقه‌بندی‌هایی بین مشتریان احتمالی کسب و کار شما وجود دارد؟
- چه نوع خدمات و با چه مشخصاتی نیاز دارند؟
- چه افراد یا کلینیک‌هایی در حال حاضر نیاز آنها را برآورده می‌کنند؟  
(رقبا کیستند؟)
- نقاط قوت و ضعف آنها چیست؟

برای پاسخ دادن به این سوالات لازم است مجموعه فعالیت‌هایی را که اصطلاحاً تحقیقات بازار گفته می‌شود، آغاز کنید. تحقیقات بازار کمک می‌کند خدمات خود را به نحوی تعریف کنید که مطابق خواسته واقعی مشتریان بوده و در نتیجه فروش کسب و کارتان افزایش یابد. در یک بررسی کلی و اجمالی

واقعیت‌های زیر، خواهید دید که بازار قابل قبولی برای این کسب و کار وجود دارد:

### فرصت‌های بازار

۱. با تبلیغات مناسب در مکان‌های عمومی، مشتریان بالقوه و همین‌طور مشتریان بالفعل شما از وجود چنین خدماتی مطلع شده و امکان ارائه خدمات در این حوزه روز به روز افزایش می‌یابد.
۲. تعدادی از برنامه‌های تلویزیونی نیز نمونه‌های از ارائه خدمات پزشکی در منزل را به نمایش گذاشته و در نتیجه به افزایش علاقه مخاطبان به استفاده از این شکل خدمات برای درمان بیمارانشان کمک کرده‌اند.
۳. فضای اینترنتی زمینه بسیار مستعدی را برای گسترش این نوع خدمات فراهم نموده است که می‌توانید از آن برای معرفی توانمندی‌های خود استفاده کنید. بطور مثال ارائه خدمات پزشکی روی خطی (آن‌لاین)، مدتهاست که در کشورهای غربی ارائه می‌شود.

### شیوه بازاریابی و معرفی خدمات

برای موفقیت در ارائه خدمات خود لازم است یک برنامه بازاریابی طراحی کنید. برنامه بازاریابی ابزاری است که شما را به مشتریان می‌رساند و

امکان فروش خدمات تان را فراهم می‌کند. در واقع برنامه بازاریابی مشخص می‌کند که باید:

- ۱- چه خدماتی را ارائه کنید (Product)
- ۲- به چه قیمتی و به چه نحوی آن را دریافت کنید (Price)
- ۳- از چه فنونی برای افزایش فروش استفاده کنید (Promotion)
- ۴- چگونه خدمات خود را در دسترس مشتری قرار دهید (Place)

بطور کلی فرآیند تدوین برنامه بازاریابی شامل مراحل زیر است:

#### ۱- شناخت بازار (بازارشناسی)

جهت اطلاع از نحوه شناخت بازار می‌توانید به بخش بررسی وضعیت بازار مراجعه کنید.

#### ۲- تقسیم‌بندی بازار و انتخاب بازار هدف

در طی بازارشناسی در می‌یابیم که مخاطبان مختلفی در بازار وجود دارند که اگر چه نیاز آنها مشابه است اما خواسته‌هایشان متفاوت است:

- برخی بدنبال خدمات ارزانتر هستند.
- برخی خدمات اختصاصی می‌خواهند.
- برخی بدنبال خدمات متمایز هستند.
- برخی قبلاً این نوع خدمات را از به شکل دیگر دریافت کرده‌اند.
- برخی تا به حال چنین خدماتی بدین شکل دریافت نکرده‌اند.

این گروه‌ها بخش‌های مختلف بازار را تشکیل می‌دهند که خواسته‌های مشابه ولی متفاوتی دارند. در نتیجه شما نمی‌توانید با همه آنها رفتار یکسانی داشته باشید و یک نوع خدمات را ارائه کنید. بنابراین باید بازار را به بخش‌های مختلف تقسیم کرده و بخش‌هایی را که خواسته‌های آنها با خدمات شما متناسب‌تر است، به عنوان بازار هدف انتخاب کنید. این مرحله از تدوین برنامه بازاریابی بسیار مهم است چرا که گام‌های بعدی صرفاً برای برآوردن نیازهای بازار هدف بوده و به خواسته‌های بخش‌های دیگر توجهی نمی‌شود. دلیل این امر، محدود بودن توانایی شما و بالابودن شدت رقابت است که مانع از حضور شما در تمام بخش‌های بازار هدف می‌گردد. به یاد داشته باشید، مهمترین درس بازاریابی برای شرکت‌های کوچک این است که برای رسیدن به مشتری‌های هدف باید به تعدادی از مشتری‌های متفرقه «نه» بگویید در غیر اینصورت قادر به تأمین رضایت مشتریان خود نبوده و در نتیجه مشتری‌های ناراضی مانند سمی خطرناک فضای بازار شما را آلوده می‌کنند و باعث از دست رفتن بازار خواهند شد.

### ۳- جایگاه‌یابی در بازار هدف

منظور از جایگاه‌یابی در بازار هدف این است که مشخص کنید می‌خواهید چه سهمی از بازار هدف را به دست آورید: آیا دنبال بیشترین سهم بازار هستید و می‌خواهید رهبر بازار باشید؟ یا اینکه می‌خواهید رتبه

دوم را داشته و بدنبال رهبر بازار در حرکت باشید؟ و یا به سهمی کوچک و جزیی از بازار راضی هستید. همچنین باید مشخص کنید که مایلید در ذهن مخاطب چه جایگاهی داشته باشید. این موارد مشخص کننده استراتژی و برنامه مناسب شما برای رسیدن به اهدافتان است.

#### ۴- انتخاب استراتژی بازاریابی

بطور کلی سه استراتژی برای رسیدن به جایگاه مورد نظر در بازار هدف وجود دارد (استراتژی‌های عمومی مایکل پورتر). شما می‌توانید یکی از این استراتژی‌ها را با توجه به اهداف بازاریابی خود انتخاب کنید:

#### الف- استراتژی رهبری قیمت (رهبری هزینه)

در این استراتژی برای خدمات خود کمترین قیمت را در بازار تعیین می‌کنید. در واقع قیمت شما از قیمت تمام رقبا به میزان قابل توجهی پایین‌تر است. شما وقتی می‌توانید این استراتژی را اجرا کنید که قادر باشید هزینه‌های تمام شده خود را به نحوی کاهش دهید که بدون گذاشتن تأثیر منفی بر کیفیت خدمات شما، از قیمت تمام شده رقبا کمتر باشد. برای این منظور باید روش و تکنولوژی مورد استفاده‌تان با آنچه رقبا در پیش گرفته‌اند، متفاوت باشد. در این صورت می‌توانید هزینه‌ها را طوری کاهش دهید که رقبا نتوانند به آن برسند. این استراتژی در آن دسته از بخش‌های بازار هدف موثر است که اصطلاحاً ترجیح قیمتی دارند.

ب- استراتژی متمایزسازی

در این استراتژی به خدمات خود ابعاد دیگری اضافه کرده و با این کار آن را از خدمات مشابه متمایز می‌سازید بطوریکه در نوع خود منحصر به فرد باشد. در این استراتژی قیمت خدمات معمولاً بیشتر از قیمت رقبا بوده و خدمات کاملاً متمایز است.

ج- استراتژی تمرکزگرایی (اختصاصی‌سازی)

در این استراتژی شما خدمات خود را بطور اختصاصی به بخش‌های خاصی از بازار ارائه می‌کنید به عنوان مثال فقط در حوزه پزشکی اطفال فعالیت می‌کنید.

۵- تدوین آمیخته بازاریابی

آخرین مرحله از تدوین برنامه بازاریابی، تدوین آمیخته یا ترکیب بازاریابی یا Marketing Mix (4P) است. در این مرحله با توجه به بازار هدف و استراتژی بازاریابی هر یک از اجزای آمیخته بازاریابی تعیین می‌شوند. اجزای آمیخته بازاریابی عبارتند از:

- محصول یا خدمات (Product)
- قیمت (Price)
- پیشبرد فروش (Promotion)
- توزیع (Place)



با توجه به اهمیت آمیخته بازاریابی، هر یک از اجزای آن را به تفصیل

بررسی می‌کنیم:

### محصول (Product)

با توجه به توانمندی‌های خود و نیاز بازار مشخص کنید چه نوع خدماتی

را می‌توانید و می‌خواهید ارائه کنید. خدمات شما می‌تواند شامل موارد ذیل

باشد:

- خدمات اورژانسی
- خدمات آزمایشگاهی
- خدمات جراحی سر پای و کوچک
- خدمات واکسیناسیون و تزریقات
- خدمات پزشکی عمومی

توجه داشته باشید در ارائه خدمات پزشکی در منزل، مهمترین رکن،

برنامه بازاریابی است. چنانچه خدمات شما از نظر نوع خدمات و یا کیفیت

ارائه خدمات متناسب با خواست مشتریان نباشد، برنامه بازاریابی شکست

خواهد خورد. پس در ابتدا تحقیقات خود را به طور کامل انجام دهید و دقیقاً

خواست مشتریان را تعیین کنید. برای این کار در انجمن‌ها و تالارهای

گفتگو شرکت کنید و با افراد مختلف صحبت کنید. سعی کنید با مشتریان

احتمالی مکاتبه کرده و یا به صورت حضوری آنها را ملاقات کنید.

به خاطر داشته باشید که معمولاً ایده اولیه یا تصور نخستین شما از بازار صحیح نبوده و لذا لازم است که در طی یک فرآیند تحقیق و جستجو، به نتایج دقیق دست پیدا کنید.



### قیمت (Price)

قیمت یکی از مهمترین ارکان برنامه بازاریابی است که تاثیر مستقیم روی فروش می‌گذارد. برای تعیین قیمت خدمات خود ابتدا باید در نظر داشته باشید که قیمت باید آن قدر پایین باشد که مشتری را جذب کرده و در عین حال آنقدر بالا باشد که سود مناسبی برای شما ایجاد کند. به عبارت دیگر، مشتری همواره بدنبال حداقل قیمت و کارفرما بدنبال حداکثر قیمت است. تعادل این دو خواست توسط عامل رقابت تعیین می‌شود.

بنابراین برای تضمین قیمت خدمات خود دو عامل را در نظر بگیرید:

۱- قیمت تمام شده

۲- قیمت رقبا

قیمت تمام شده با محاسبه مجموع هزینه‌ها (متغیر و ثابت) و تقسیم آن بر واحد خدمات عرضه شده بدست می‌آید. قیمت رقبا در بازار را نیز می‌توانید با مراجعه به شرکت‌های رقیب تعیین کنید.

در این حالت شما ۳ گزینه پیش رو دارید:

۱- هزینه ارائه خدمت را کمی کمتر از قیمت رقبا پیشنهاد کنید. در این صورت مشتریان بیشتری جذب خواهید کرد. اما بخاطر داشته باشید که کاهش قیمت همیشه به نفع شما نیست چون ممکن است رقیب دیگری هم پیدا شود و قیمت پایین‌تری ارائه کرده، مشتریان شما را جذب کند. باید در نظر داشته باشید، مشتریانی که بدنبال قیمت پایین‌تر هستند کمترین وفاداری را از خود نشان می‌دهند یعنی به محض اینکه کسب و کار دیگری که این خدمات را ارائه می‌کند با قیمت پایین‌تری ارائه کند، دیگر به شما مراجعه نخواهد کرد. بنابراین باید همواره مراقب اوضاع باشید و از بروز جنگ قیمتی پرهیز کنید. جنگ قیمتی همواره به ضرر کارآفرین است چرا که وی را مجبور می‌کند قیمت‌های خود را شکسته و از سود خود کم کند.

۲- گزینه دوم این است که قیمت خود را همانند قیمت رقبا تعیین کنید. با این کار از جنگ قیمتی جلوگیری کرده و چنانچه بازار مناسب و تعداد رقبا محدود باشد، می‌توانید با رقبایتان پیمان‌های همکاری تجاری بسته و سود حداکثری حاصل کنید.

۳- گزینه سوم این است که قیمتی بالاتر از قیمت رقبا ارائه کنید. این تصمیم وقتی عملی است که شما به ازای قیمت بیشتر ارزش خدمات خود را افزایش دهید یعنی اینکه خدمات بیشتر و متمایزتری نسبت به رقبا ارائه کنید.

### **پیشبرد فروش (promotion)**

پیشبرد فروش مجموع فعالیت‌هایی است که برای افزایش سطح فروش انجام می‌دهید. به همین منظور، می‌توان از تکنیک‌های زیر استفاده کرد:

۱. تبلیغات و ایجاد نام تجاری
۲. بازاریابی مستقیم
۳. مشوق‌های فروش (اعمال تخفیف و دادن جایزه)
۴. روابط عمومی

## ۱. تبلیغات و ایجاد نام تجاری (برندینگ)

تبلیغات و ایجاد نام تجاری شامل فعالیت‌هایی می‌شود که موجب خوش نامی یا حسن شهرت شما می‌شود. برای ایجاد شهرت، باید زمینه کاری خود را تبلیغ کنید.

تبلیغات، پیام‌های بازرگانی را شامل می‌شود که از طریق رسانه‌ها (اینترنت، چاپی و صوتی و تصویری) به مخاطب منتقل می‌کنید. بعنوان مثال شما می‌توانید آگهی تبلیغاتی خود را از طریق وب سایت‌های پربیننده و خبری به اطلاع مشتریان رسانه و یا با چاپ آگهی در روزنامه و نشریات، خود را معرفی کنید؛ همچنین می‌توانید از طریق چاپ تیزرهای تبلیغاتی رادیو و تلویزیون خدماتتان را معرفی کنید. تبلیغات از طریق تلویزیون بسیار پرهزینه بوده و کسب و کارهای کوچک از عهده آن بر نمی‌آیند. تبلیغات در روزنامه‌ها و رادیو نیز نسبتاً گران است و تنها در صورت اطمینان از اثر بخشی آن، می‌توان مورد استفاده قرار داد. با اینحال امروزه تبلیغات از طریق اینترنت بسیار مناسب است. زیرا:

۱- در حال حاضر در ایران بیش از ۳۲ میلیون کاربر اینترنتی وجود دارد.

۲- هزینه آن از سایر تبلیغات کمتر و کاملاً قابل ردیابی است؛ یعنی وقتی هزینه تبلیغ را پرداخت می‌کنید که بر روی بنر شما در سایت نمایش دهنده تبلیغات کلیک شده و از سایت‌تان بازدید بعمل آید.

### ایجاد نام تجاری (برندینگ)

مهمترین هدف از تبلیغات، برندینگ یا ایجاد نام تجاری است. منظور از نام تجاری، نشان یا لوگوی تجاری یا ارسال پیام تبلیغاتی شرکت نیست. نام تجاری منعکس کننده احساس و نگرش مصرف کننده نسبت به محصولات یا خدمات شرکت است. هیچ کلمه دیگری غنا و پیچیدگی مفهوم نام تجاری (brand) را ندارد. تنها واژه نزدیک به این کلمه، واژه شهرت است. شهرت خوب یا بد شما مانند نام تجاری شرکت، خارج از اراده خودتان است. شهرت براساس خواست شما یا آنچه درباره خودتان می‌گویید، شکل نمی‌گیرد بلکه بیشتر حاصل نگرش دیگران درباره شماست. در این میان تنها کاری می‌توان انجام داد، تأثیر گذاشتن بر نظرات و قضاوت‌های مشتریان است.

آنچه که باعث شکل‌گیری نام تجاری می‌شوید، ایجاد یک تمایز قابل توجه در مقایسه با دیگران است.

به خاطر داشته باشید عامل کلیدی برای گسترش نام تجاری، رضایت مشتری است. اگر مشتریان خدمات‌تان را همانگونه که شما معرفی کرده‌اید ارزیابی کرده و هنگام استفاده از آن لذت برده و رضایت پیدا کنند، مطمئناً آن را به دیگران هم معرفی نموده و همان چیزی را درباره شما می‌گویند که انتظار شنیدنش را دارید. به این ترتیب شما به شهرتی عالی در کسب و کار خود دست پیدا خواهید کرد.

## ۲. بازاریابی مستقیم

شما می‌توانید نامه تبلیغاتی مناسبی را آماده کرده و آن را برای آدرس‌هایی که مایل به دریافت این نوع خدمات هستند، ارسال کنید. بهتر است این نامه در قالب ایمیل باشد.

توجه داشته باشید از آن جا که مشتریان اصلی شما بیماران و خانواده آنها هستند، ممکن است این ایمیل‌ها به دست کسانی برسد که حتی مشتریان بالقوه شما هم نیستند اما این اطلاع‌رسانی شما بستری را فراهم می‌کند که این افراد به کسانی که می‌شناسند و مشتریان بالقوه شما هستند این ایمیل را ارسال نموده و مشتریان بالقوه شما از طریق دوستان خود، ایمیل شما را دریافت می‌نمایند. برای نگارش نامه یا ایمیل، این توصیه‌ها را در نظر بگیرید:

۱. خط موضوع نامه از اهمیت کلیدی برخوردار است. به جرأت می‌توان گفت که بیش از ۵۰ درصد قضیه، نوشتن یک موضوع جذاب و تحریک کننده است. به یاد داشته باشید، تا زمانی که افراد روی ایمیل شما کلیک نکنند نمی‌توانند محتوای آن را مطالعه کنند، پس ترغیب افراد برای کلیک کردن، هنر محسوب می‌شود. توجه داشته باشید:

۲. از نوشتن موضوع‌های طولانی و خسته کننده شدیداً خودداری کنید. موضوع باید کوتاه و مختصر بوده و نظر خواننده را جلب کند.

۳. موضوع نباید شباهتی به نامه‌های تبلیغاتی داشته باشد. مردم روزانه توسط صدها آگهی تبلیغاتی بمباران می‌شوند و این موضوع آنها را خسته و بی‌حوصله می‌کند. کافی است خوانندگان ایمیل شما فکر کنند که این یک آگهی تبلیغاتی است تا به راحتی آن را نادیده بگیرند.

۴. روی متن خود تمرکز کنید. از توضیحات طولانی و خسته کننده پرهیز کنید. سعی کنید در چند خط یا حداکثر چند پاراگراف کوتاه مهمترین قسمت پیام خود را به مخاطبین انتقال دهید. در صورتی که وب سایت دارید، می‌توانید از خوانندگان دعوت کنید ادامه مطالب را در سایت تان پیگیری کنند و سپس آدرس سایت خود را در متن پیام قرار دهید.

۵. از مخاطبین خود بخواهید کاری انجام دهند؛ به عنوان مثال از آنها بخواهید از سایت تان بازدید کرده و یا با شماره تلفن شما تماس بگیرند.

۶. ایمیل خود را سنگین نکنید؛ به عنوان مثال اگر قرار است بروشور خدمات خود را برای مخاطبین بفرستید، سعی کنید در چند خط به معرفی کسب و کار و خدمات تان پرداخته و سپس لینک بروشورها را به ایمیل خود ضمیمه کرده (Attachment)، از کاربر بخواهید آنها را دانلود و مطالعه کند. فراموش نکنید که بهترین حالت، قرار دادن بروشورها بر روی سایت و درخواست از کاربران برای مراجعه به سایت و دانلود اطلاعات است. سپس آدرس مستقیم صفحه‌ای را که بروشور در آن قرار دارد به نامه اضافه کنید.



### ۳. مشوق‌های فروش و اعطای تخفیف

یکی از ابزارهایی که می‌تواند مشتریان مردد را به مشتری‌های مصمم تبدیل کرده و آنها را برای گرفتن تصمیم به دریافت خدمات از شما ترغیب کند، ارائه جوایز و تخفیف‌های ویژه است. در این روش شما جوایز قابل توجه و یا تخفیف‌های ویژه‌ای را تبلیغ می‌کنید که به قید قرعه به تعدادی از مشتریان که زودتر و یا بیشتر از خدمات شما استفاده کرده‌اند، اهدا می‌گردد.



### ۴. بازاریابی از طریق روابط عمومی

تبلیغات از طریق روابط عمومی شامل روش‌ها و تکنیک‌هایی است که زمینه گسترش شهرت و اعتبار شما را بطور غیرمستقیم فراهم کرده و هزینه آن هم بسیار پایین‌تر از روش‌های دیگر است. این نوع بازاریابی برای

تاثیرگذاری به زمان بیشتری لازم داشته و میزان فروش ناشی از آن به کندی افزایش می‌یابد اما تاثیرگذاری پایدارتری نیز دارد. تکنیک‌های زیر از جمله روش‌های بازاریابی از طریق روابط عمومی است:

### **تهیه و ارسال یک خبرنامه الکترونیکی با موضوع خدمات شما**

در این روش شما یک خبرنامه یا نشریه الکترونیکی حاوی مطالب آموزنده و نکات کلیدی و کاربردی از موضوع فعالیت تان تهیه کرده و آن را برای افراد مرتبط ارسال می‌کنید. این تکنیک باعث می‌شود مشتریان، شما را به عنوان یک فرد مطلع و کارشناسی قابل اعتماد پذیرفته و چنانچه قصد استفاده از این خدمت را داشته باشند، ابتدا به شما مراجعه کنند. از آنجا که موضوع فعالیت شما خدمات پزشکی است، شما می‌توانید در حوزه‌های مرتبط اطلاعات مفیدی را ارائه کنید.

### **نگارش مقاله و انتشار آن در نشریات با عنوان شخصی یا براساس نام**

#### **موسسه تان**

شما می‌توانید در حوزه کاری خودتان مطالبی نوشته و آنها را بصورت مقاله برای مجلات یا نشریات مرتبط ارسال کنید تا بدون هزینه منتشر شوند. برای نوشتن این مقالات شما می‌توانید از افراد خانواده، دوستان، آشنایان یا فامیل خود که در حوزه نگارش، سررشته دارند کمک بخواهید، این کار باعث

شناخته شدن شما در میان مخاطبان می‌شود زیرا مشتریان اغلب برای خرید یک محصول یا استفاده از یک خدمت، به سراغ کسانی می‌روند که از قبل می‌شناسند.

### برگزاری سمینارهای کاربردی

شما می‌توانید یکسری سمینارهای کاربردی در زمینه کاری خود برگزار نموده و از علاقمندان دعوت کنید به طور رایگان یا در ازای پرداخت هزینه‌ای کم در آن حضور یابند. سعی کنید در این سمینارها مستقیماً درباره حرفه خود سخنرانی نکنید، بلکه به تاثیرات خدمات پزشکی در منزل جهت ایجاد سلامت، آرامش و امنیت بپردازید.

حضور در سمینارها، کنفرانس‌ها، همایش‌ها و...

### توزیع یا دسترسی (Place)

تصمیم‌گیری درباره این که مخاطبان چگونه به خدمات شما دسترسی پیدا کنند، رکن چهارم برنامه بازاریابی است.

شما می‌توانید بدون نیاز به اجاره مطب در سطح شهر امکان دسترسی مشتریان را فراهم کنید: بدین صورت که سایتی را راه‌اندازی کرده و با بازدید کاربران از آن، شرایطی فراهم کنید که آنها بتوانند خدمات مورد نظرشان را مشخص نمایند، برای این منظور باید:

۱- نام مناسبی به عنوان دامنه و آدرس اینترنتی خود مشخص کنید:  
www.yourname.ir یا www.name.com این دامنه باید دارای دو  
ویژگی داشته باشد:

الف- حتی الامکان معرف فعالیت‌های شما بوده و متمایز باشد؛

ب- کوتاه و مختصر باشد تا براحتی تایپ شده یا در خاطر بماند.

۲- میزبان (Host) و خدمات دهنده (server) مناسب سایت‌تان را با توجه  
به نوع خدماتی که می‌خواهید ارائه دهید، تهیه کنید.

۳- سایت خود را راه‌اندازی کنید (می‌توانید از گروه‌های طراحی سایت کمک  
بگیرید)

۴- برای سایت‌تان بازاریابی کنید تا بازدیدکنندگان بیشتری آن را مشاهده کنند.

۵- سایت را مدیریت کرده و تراکنش‌های خود با مشتریان را پیگیری و  
دنبال کنید.

اما شاید در ابتدای امر بهتر باشد شما در منزل خود جایی را طراحی کنید  
که امکان پاسخگویی تلفنی به مشتریان به صورت تمام وقت و یا پاره وقت



در زمان‌های مشخص وجود داشته باشد زیرا در  
نهایت برای ارائه خدمت بایستی به صورت حضوری  
بیمار را ویزیت کنید.

## رضایت مشتری

به خاطر داشته باشید که عامل کلیدی در گسترش نام تجاری، جلب رضایت مشتری است. اگر مشتریان خدمات شما را همانطور که خودتان معرفی کرده‌اید، ارزیابی نموده و با استفاده از آن نیازشان را برآورد کرده و رضایت‌شان تأمین گردد، مطمئناً این خدمات را به دیگران هم معرفی کرده و درباره شما همان چیزهایی را می‌گویند که انتظار دارید. به این ترتیب شما به شهرت خوبی در کسب و کارتان دست پیدا می‌کنید. در عوض، مشتریان ناراضی درباره شما تبلیغ منفی کرده و دیگران را از دریافت خدمات از شما منصرف می‌کنند. براساس تحقیقات بعمل آمده، تأثیر مشتریان ناراضی به مراتب بیشتر است. به طور معمول یک مشتری ناراضی می‌تواند بیش از ده نفر را از دریافت خدمات شما بازدارد؛ این در حالی است که مشتریان راضی حدود سه نفر را به دریافت خدمات از شما تشویق می‌کند. این امر نشان دهنده اهمیت جلب رضایت مشتری و دلیل اثرگذاری شدید نگرش منفی آنها بر روی کسب و کار است. به همین دلیل است که همواره باید بدنبال جلب رضایت مشتری باشید.

## مخاطرات و آفت‌های این شغل و نحوه پیشگیری آنها

یکی از جنبه‌های کار کلینیکی پزشکی حضور پزشک بر بالین بیمار و درمان او می‌باشد. این جنبه در پزشکی از دو جهت می‌تواند مسأله‌ساز باشد:

(۱) بعد مسافت و پراکندگی منازل بیماران

(۲) مشکلات موجود در انتقال بیمار به کلینیک

لذا اولین تهدیدی که برای کلینیک‌های پزشکی مطرح می‌شود طراحی واحد سیاری است که امکانات کلینیکی و پاراکلینیکی مورد نیاز را در خود داشته باشد.

- از آنجا که طراحی یک واحد سیار در هر منطقه با توجه به امکانات موجود، قوانین و مقررات راهنمایی و رانندگی و نیازهای دریافت‌کنندگان خدمات پزشکی شکل می‌گیرد، این خدمات مسلماً با شناسایی و ارزیابی امکانات و شرایط جغرافیایی موجود در ایران، واحدی سیار به شکل کاروان خواهد بود؛ تا بتوانند پاسخگوی نیاز پزشکی بیماران باشد. علیرغم اینکه این روش محدودیت‌ها و مشکلات اقتصادی در راه‌اندازی کلینیک‌های ثابت را مرتفع کرده و برای تعداد بیشتری از فارغ‌التحصیلان ایجاد اشتغال می‌نماید ولی معمولاً برای واحدهای بزرگ مناسب‌تر است و از این رهگذر باز هم کلینیک‌های خانگی پزشکی می‌توانند نسبت به آینده فعالیت خود مطمئن باشند.



۱. ناشناخته بودن خدمات پزشکی در قالب یک کسب و کار خانگی با توجه به این که خدمات پزشکی در قالب یک کسب و کار خانگی همچنان جزو خدمات جدید و نوظهور شناخته می‌شود، برای جامعه کاملاً شناخته شده نبوده و پیش‌بینی می‌شود که در اوایل کار با دشواری‌هایی مواجه شده و با استقبال قابل توجهی از سوی مشتریان روبرو نشود.  
برای حل این مشکل اقدامات زیر توصیه می‌شود:
  - سعی کنید مقالاتی را در درباره مزایای خدمات پزشکی در منزل و به عنوان یک کسب و کار خانگی موفق نوشته و در نشریات، سایت‌ها و وبلاگ‌های پربیننده منتشر کنید.
  - می‌توانید این خدمات را در ابتدا برای اعضای فامیل، دوستان و آشنایان انجام دهید و با معرفی از سوی آنها، مشتری‌یابی کنید.

- سعی کنید با قرار دادن مطالب جدید در وب سایت خود تعداد بازدیدکنندگان را افزایش داده و محبوبیت خدماتتان را بالا ببرید.

## ۲. رقابت با ارائه دهندگان خدمات کلینیکی پزشکی

یکی از مخاطرات این شغل رقابت با کلینیک‌های کهنه کار خدمات پزشکی است که توانسته‌اند سهم خوبی از بازار تقاضا برای این خدمات ایجاد کنند و طیف گسترده‌ای از مشتریان این خدمات را پوشش دهند لذا کسب و کار شما را رقیب خود می‌دانند. برای پیشگیری از این موضوع سعی کنید با تعدادی از آنها ارتباط برقرار نموده و توضیح دهید که فعالیتتان به هیچ وجه رقیب حرفه آنها نبوده، بلکه مکمل آن محسوب می‌شود. همچنین به آنها بگویید که می‌توانید متقاضیان را برای دریافت این خدمات و یا سایر خدماتیکه شما قادر به ارائه آن نیستید به آنها هدایت کنید. این موضوع در دراز مدت برای هر دو طرف سود آور خواهد بود.





## توصیه‌هایی برای بهبود و توسعه شغلی

- به کارگیری نکات زیر می‌تواند در توسعه و بهبود شغلی شما موثر باشد:
- برای معرفی خدمات خود سایت بزنید و سایت خود را توسعه دهید و سعی کنید با توجه به نکات ذیل تعداد بازدیدکنندگان را افزایش دهید:
- ✦ تا می‌توانید مطالب جدید و کاربردی در سایت خود قرار دهید.
- ✦ اخبار و مطالب مرتبط با فعالیت‌هایتان را در سایت قرار دهید.
- ✦ به مطالب مربوط به تاثیرات خدمات پزشکی در منزل و آرامش خاطر و سلامتی و شادابی آنها اشاره کنید.
- ✦ فضایی برای دریافت و انتشار نظرات بازدیدکنندگان اختصاص داده و بازدیدکنندگان را برای نظردهی تشویق کنید.
- ✦ قسمتی را جهت فروش محصولات و تجهیزات پزشکی قرار دهید.
- ✦ با سایت‌ها و وبلاگ‌های مرتبط تبادل لینک کنید.
- ✦ سعی کنید به مطالبی از قبیل مهارت‌هایتان در زمینه خدمات پزشکی و همین‌طور دستگاه‌هایی که استفاده می‌کنید، اشاره کنید.
- ✦ اقدام به تشکیل انجمن ارائه دهندگان خدمات پزشکی در منزل کنید.

## سازمان‌ها و مراکزی که با این شغل مرتبط هستند

- ✦ سازمان نظام پزشکی
- ✦ وزارت بهداشت و آموزش پزشکی
- ✦ بیمارستان‌ها
- ✦ درمانگاه‌ها
- ✦ پاراکلینیک‌ها
- ✦ بانک‌ها و موسسات مالی و اعتباری

## معرفی مشاغل مرتبط و مکمل

- ✦ فروشندگان لوازم و تجهیزات پزشکی
- ✦ داروخانه‌ها
- ✦ پرستاران و کارشناسان مامایی
- ✦ آمبولانس‌های خصوصی
- ✦ آزمایشگاه‌های تشخیص طبی

## معرفی منابع آموزشی و تخصصی مورد نیاز

- ۱- پزشکی، مولف: رابین کرود، مترجم مجید عمیق، ناشر: افق، ۱۳۸۷
- ۲- اخلاق پزشکی، مولف: کامران احمدی، ناشر: فرهنگ فردا، ۱۳۸۷
- ۳- اسرار پزشکی، مولف: نجم‌الدین حاجی سیدحسینی، ناشر: لوح محفوظ، ۱۳۸۸
- ۴- کلیات پزشکی، مولف: محمدرضا شهرستانی، ناشر: بیهق، ۱۳۸۷
- ۵- امداد پزشکی، مولف: دیوید ورنر، مترجم: محمدرضا یاوری ناشر: تلاش، ۱۳۸۶.
- ۶- فوریت‌های پزشکی مولفان: محمد فتحی، سیامک نعیمی، صفیه رستم‌خانی ناشر: زکات علم ۱۳۸۱
- ۷- چراهای پزشکی، مولف: علی سالک، ناشر: استاد احمد مطهری - ۱۳۸۲
- ۸- تجارت از طریق اینترنت، مولفان: جیل الزورث، الس الزورث، مترجم: محمد ابراهیم گوهریان، لیدا نوری، ناشر: امیرکبیر، ۱۳۸۵.
- ۹- چگونه یک سایت اینترنت بسازیم؟ مولف: رضا ریاضی، ناشر: ناقوس، ۱۳۸۵.
- ۱۰- اصول مهندسی اینترنت، مولف: احسان ملکیان، ناشر: نص، ۱۳۸۴.

۱۱- مدیریت و تجارت الکتریکی، مولفان: مهران آقایی، افسانه حاجیان،

ناشر: سفیر، ۱۳۸۸.

۱۲- مدیریت بازاریابی؛ تجزیه و تحلیل «بخش ۱»، فیلیپ کاتلر.

## پیوست

برخی از بیماری‌های شایع:

نام بیماری به انگلیسی	نام بیماری به فارسی
tennis elbow	آرنج تنیس‌بازان
sun poisoning	آفتاب‌زدگی (حساسیت به نور آفتاب)
sporotrichosis	اسپوروتریکوز
spondylitis ankylosing	اسپوندیلیت آنکیلوزان (بیماری ماری - استرامپل؛ AS)
hyperemesis gravidarum	استفراغ شدید حاملگی
stomatitis	استوماتیت
thyroiditis	التهاب تیروئید (تیروئیدیت) تیروئیدیت
tongue inflammation	التهاب زبان (گلوستیت)
iritis	التهاب عنبیه
keratitis	التهاب قرنیه (کراتیت)
strabismus	انحراف چشم
glaucoma primary angle closure	آب سیاه چشم، نوع زاویه بسته اولیه
glaucoma chronic open angle	آب سیاه چشم، نوع مزمن زاویه باز

cataract	آب مروارید
anorectal abscess	آبسه آنورکتال یا آبسه مقعد
breast abscess	آبسه پستان
lung abscess	آبسه ریه
brain or epidural abscess	آبسه مغزی یا اپی دورال
chickenpox	آبله مرغان
appendicitis	آپاندیسیت
atherosclerosis	آترواسکلروز (تصلب شرایین)
atelectasis	آتلکتازی
arthritis juvenile rheumatoid	آرتریت روماتوئید جوانان یا کودکان
arthritis infectious	آرتریت عفونی (چرکی)
psoriatic arthritis	آرتریت مرتبط با پسوریازیس
arthritis rheumatoid	آرتریت روماتوئید
asbestosis	آزبستوز
asthma	آسم
barotitis media	آسیب به گوش میانی در اثر تغییرات فشاری
canker sores	آفت دهان

sunburn	آفتاب سوختگی
acne	آکنه (جوش‌های غرور)
acne rosacea	آکنه روزاسه
allergy food	آلرژی غذایی
pulmonary embolism	آمبولی ریه
empyema	آمپیسم
emphysema	آمفیسم
amenorrhea secondary	آمنوره (قطع قاعدگی) ثانویه
amenorrhea primary	آمنوره اولیه
amebiasis	آمیبیاز (اسهال خونی آمیبی)
amyotrophic lateral sclerosis	آمیوتروفیک لاترال اسکلروز
anaphylaxis	آنافیلاکسی (شوک آلرژیک)
endocarditis	آندوکاردیت
endometriosis	آندومتریوز
angina pectoris	آنژین صدری
encephalitis viral	آنسفالیت ویروسی
influenza	آنفلوانزا

aneurysm	آنوریسم
epiglottitis	ایپی گلوئیت
epididymitis	اپیدیدیمیت
otosclerosis	اتواسکلروز
post traumatic stress disorder (ptsd)	اختلال تنش‌زای پس از حادثه
seasonal affective disorder (sad)	اختلال خلقی فصلی
bipolar disorder	اختلال دوقطبی
failure to thrive	اختلال رشد بچه
attention deficit hyperactivity disorder	اختلال کم توجهی - بیش فعالی
panic disorder	اختلال هراس
obsessive compulsive disorder	اختلال وسواسی - جبری
fluid and electrolyte disorders	اختلالات آب و الکترولیت
adjustment disorders	اختلالات سازگاری
personality disorders	اختلالات شخصیت
pulmonary edema	ادم ریه
erytheerythema nodosum.	اریتم گرهی
erythema multiforme	اریتم مولتی‌فرم



cervical spondylosis	اسپوندیلوز گردن
osteoarthritis	استئوآرتریت
osteomyelitis	استئومیلیت
stress	استرس
scleroderma	اسکلرودرمی
multiple sclerosis (MS)	اسکلروز متعدد (ام. ایس)
scoliosis	اسکولیوز
schizophrenic disorders	اسکیزوفرنی
diarrhea acute	اسهال حاد
dysentery bacillary	اسهال خونی باکتریایی (شیگلوز)
diarrhea chronic non specific of childhood	اسهال مزمن غیراختصاصی دوران کودکی
anxiety	اضطراب
depression	افسردگی
postpartum depression	افسردگی پس از زایمان
dysthymia	افسردگی خفیف (دیس‌تایمی)
ectropion	اکتروپیون
eczema	اگزما

conjunctivitis	التهاب ملتحمه
alcoholism	الکلیسم
entropion	انتروپسیون
pseudomembranous enterocolitis	انتروکولیت با غشای کاذب
nasal septum deviated	انحراف تیغه بینی
disseminated intravascular coagulation	انعقاد داخل عروق منتشر
urethritis	اورتریت
mumps	اوریون
hiv and aids	ایدز
cardiac arrest	ایست قلبی
vitiligo	برجس - لک و پیس (ویتیلیگو)
thrush	برفک (کاندیدیاز دهانی)
heart block	بلوک قلبی
hemorrhoids	هواسیر
incontinence stress	بی‌اختیاری ادرار استرسی
iccontinence urge	بی‌اختیاری ادرار فوریتی
uterine prolapse	بیرون‌زدگی رحم

tay sachs disease	بیماری تای ساکس
heart valve disease	بیماری دریچه‌ای قلب
immunodeficiency diseases	بیماری‌های نقص ایمنی
hyperparathyroidism	پرکاری پاراتیروئید
hyperthyroidism	پرکاری تیروئید
testicle torsion	پیچ‌خوردگی بیضه
sprains and strains	پیچ‌خوردگی و کشیدگی عضلات و مفاصل
tendinitis and tenosynovitis	تاندونیت و تنوسینوویت
valley fever	تب دره (کوکسیدیومیمایکوز)
herpes genital	تب‌خال ناحیه تناسلی
thrombosis deep vein	ترومبوز ورید عمقی
thrombocytopenia	ترومبوسیتوپنی
thrombophlebitis superficial	ترومبوفلبیت
trichinosis	تریشینوز
hyperhidrosis	تعریق بیش از اندازه
heartbeat rapid	تند شدن غیرطبیعی ضربان قلب (تندضربانی)
hyperventilation	تنفس سریع (در اثر اضطراب زیاد)

torticollis	تورتیکولی (کجی گردن)
toxoplasmosis	توکسوپلاسموز
spinal cord tumor	تومور طناب نخاعی
wilms tumor	تومور ویلمز
balanitis	بالانیت
diaper rash	بثورات ناشی از بستن پوشک
bronchiectasis.	برونشکتازی
bronchitis acute	برونشیت حاد
bronchitis chronic	برونشیت مزمن
bronchiolitis	برونشیولیت
earwax blockage	بسته شدن مجرای گوش توسط موم گوش
blastomycosis	بلاستومیکوز
blepharitis	بلفاریت
calcium imbalance	به هم خوردن تعادل کلسیم خون
botulism	بوتولیسم
bursitis	بورسیت
bulimia	بولیمی (پر خوری روانی)

bunion	بونبون (کج شدن شست پا به سمت انگشتان دیگر پا)
encopresis	بی‌اختیاری اجابت مزاج در کودکان
incontinence functional	بی‌اختیاری ادرار
anorexia nervosa	بی‌اشتهایی عصبی
insomnia	بی‌خوابی
hand footandmouth disease	بیماری دست، پا و دهان
addison's disease	بیماری آدیسون
alzheimer's disease	بیماری آلزایمر
alopecia areata	طاسی منطقه‌ای (آلوپسی آره‌آتا)
osgood schlater disease	بیماری اسگود - شلاتر
chronic obstructive pulmonary disease (COPD)	بیماری انسداد ریوی مزمن
buerger's disease	بیماری برگر
parkinson's disease	بیماری پارکینسون
paget's disease (of bone)	بیماری پاژه استخوان
motion sickness	بیماری حرکت
diverticular disease	بیماری دیورتیکولی
cor pulmonale	بیماری سرخرگ‌های قلب

celiac disease	بیماری سلپاک
fibrocystic breast disease	بیماری فیبروکیستیک پستان
corneal abrasion and ulcer	بیماری قلب ناشی از مشکل ریه
crohn's disease	بیماری کرون
lyme disease	بیماری لایم
legg calve perthes disease	بیماری لگ - کالو - پرتس
menier's disease	بیماری منیر
radiation sickness	بیماری ناشی از تابش اشعه
decompression sickness	بیماری ناشی از کاهش ناگهانی فشار
thrombosis and embolus arterial	ترومبوز آمبولی شریانی
	تیفوس کنه‌ای
tonsillitis	تونسیلیت
hayfever (allergic rhinitis)	تب یونجه (رینیت آلرژیک)
typhoid fever	حصبه (تب روده‌ای)
transient ischemic attack (tia)	حمله ایسکمیک گذرا (TIA)
heart attack (myocardial infarction)	حمله قلبی (انفارکتوس عضله قلب)
heel spur	خار پاشنه پا

winter itch	خارش زمستانی (اگزمای خشک)
hypochondriasis	خودبیمارانگاری
uterine bleeding postmenopausal	خونریزی رحم پس از یائسگی
uterine bleeding dysfunctional	خونریزی رحم در اثر اختلال کارکرد (خونریزی غیرطبیعی قبل از یائسگی از رحم)
subconjunctival hemorrhage	خونریزی زیر ملتحمه
subarachnoid hemorrhage	خونریزی زیرعنکبوتیه
subdural hemorrhage and hematoma	خونریزی و هماتوم زیرسخت‌شامه
ear infection outer	پارگی پرده گوش
disk ruptured	پارگی و بیرون‌زدگی دیسک بین مهره‌ای
paronychia	پارونیشیا (التهاب چین‌های بافتی اطراف ناخن)
pancreatitis	پانکراتیت
diabetes feet and skin problems	پای دیابتی و مشکلات پوستی
athlete's foot	پای ورزشکاران
raynaud's disease and phenomenon	پدیده و بیماری رینود
preeclampsia and eclampsia	پره‌اکلامپسی و اکلامپسی
proctitis	پروکتیت

mitral valve prolapse	پرولاپس دریچه میترال
peritonitis	پریتونیت
pericarditis acute	پریکاردیت حاد
periodontitis	پریودنتیت (التهاب لثه)
psoriasis	پسوریازیس
psittacosis	پسیتاکوز
pleurisy	پلورزی (پلوریت؛ پلورو دینی)
polyarteritis nodosa	پلی آرتریت گرهی
polycythemia	پلی سیمی
polymyalgia rheumatica or temporal arteritis	پلی میالژی روماتیکا یا آرتریت گیجگاهی
polymyositis and dermatomyositis	پلی میوزیت و درماتومیوزیت
pneumothorax	پنوموتوراکس
pneumoconiosis	پنوموکنیوز
pneumonia mycoplasmal	پنومونی مایکوپلاسمایی
pneumonia bacterial	پنومونی باکتریایی
pneumonia pneumocystis carinii	پنومونی پنوموسیستیس کارینی
pneumonia viral	پنومونی ویروسی



purpura allergic	پورپورای آلرژیک
porphyriapotassium imbalance	پورفیری
osteoporosis	پوکی استخوان
nasal polyps	پولیپ بینی
large intestine polyp	پولیپ روده بزرگ
cervical polyps	پولیپ گردن رحم
pityriasis alba.	پیتیریازیس آلبا
pityriasis rosea	پیتیریازیس روزه‌آ
pica	پیکا
teething	دندان در آوردن
tooth grinding	دندان قروچه
ulcer peptic	زخم پپتیک (زخم دوازدهه، زخم معده)
impetigo	زرد زخم
warts venereal	زگیل‌های مقاربتی (زگیل‌های تناسلی، زگیل‌های مرطوب)
fever of unknown origin	تب با منشأ نامشخص
rh incompatibility	تب روماتیسمی
brucellosis	تب مالت

cold sore	تبخال (تبخال)
phobias	ترس مرضی
convulsion febrile	تشنج ناشی از تب
cervical erosion	تغییر بافت پوششی گردن رحم
pyloric stenosis congenital	تنگی مادرزادی پیلور
esophageal stricture or corrosive esophagitis	تنگی مری یا ازوفاژیت خورنده
bladder tumor	تومور مثانه
brain tumor	تومور مغزی
mouth or tongue tumor benign	تومورهای خوش خیم دهان و زبان
salivary gland tumor	تومورهای غدد بزاقی
fibroid tumors of the uterus	تومورهای فیبروئید رحم
pituitary tumor	تومورهای هیپوفیز
rocky mountain spotted fever	تیفوس کنه‌ای
trench mouth	دهان خندقی (ژنژیویت زخمی نکروز دهنده، بیماری ونسان)
warts	زگیل (وروکا ولگاریس)
herpes zoster	زونا (هرپس زوستر)
Kaposi sarcoma	سارکوم کاپوسی

headach tension vascular	سر درد تنشی یا عروقی
testicular cancer	سرطان بیضه
uterine cancer	سرطان رحم
hepatoma	سرطان کبد (هپاتوما)
cancer of vagina or vulva	سرطان مهبل یا وولو
hiccup	سکسکه
tuberculosis (tb)	سل (توبرکولوز)
substance abuse addiction	سوء مصرف و اعتیاد به موادمخدر
indigestion	سوءهاضمه
heartburn	سوزش سر دل
heartburn during pregnancy	سوزش سر دل به هنگام حاملگی
interstitial cystitis	سیستیت بینابینی
hip fracture	شکستگی سر استخوان ران
headachecluster	سر درد خوشه‌ای
stomach cancer	سرطان معده
stroke	سکته مغزی
whooping cough	سیاه سرفه

syphilis	سیفلیس
headinjury	ضربه و آسیب سر
trigeminal neuralgia	درد عصب سه قلو (نورالژی تری ژمینال)
testes undescended	عدم نزول بیضه
surgical wound infection	عفونت زخم جراحی
tear duct infection or blockage	عفونت یا انسداد مجرای اشکی
abruptio placentea	جدا شدن جفت قبل از زایمان
retinal detachment	جداشدگی شبکیه
eye foreign body in	جسم خارجی در چشم
shouler frozen	جمود مفصل شانه (کپسولیت چسبنده)
hiatal hernia	فتق نافی
toenail ingrown	فرو رفتن ناخن پا در گوشت
hypertension	فشار خون بالا
hypernephroma	کارسینوم کلیه
tinea versicolor	کچلی تغییردهنده رنگ (تینا ورسیکالر)
tinea cruris	کچلی کشاله ران (تیناکروریس)
tapeworm	کرم نواری

tetanus	کزاز
whiplash	کشیدگی گردن
Keloids	کلویید
hypothermia	کم شدن دمای بدن
hypoparathyroidism	کم کاری پاراتیروئید
hypothyroidism	کم کاری تیروئید
heatstroke or heat exhaustion	گرم‌زدگی یا خستگی گرمایی
thyroid nodule	گرهک تیروئیدی
vocal cord nodules	گرهک‌های طناب صوتی («گرهک‌های خوانندگان»)
insect bites and stings	گزش و نیش حشرات
stye	گل مژه
strep throat	گلودرد استرپتوکوکی
toxemia of pregnancy`	مسمومیت حاملگی (پره‌اکلامپسی و اکلامپسی)
thumb sucking	مکیدن شست
obesity	چاقی
hernia	فتق

keratoses seborrheic	کراتوز سبورئیک
zinc deficiency	کمبود روی
hives	کهیر
hearing impairment or loss	ناشنوایی و اختلال در شنوایی
heart rhythm irregularity (arrhythmia)	نامنظمی ضرباهنگ قلب (آریتمی)
thoracic outlet obstruction syndrome	نشانگان انسداد خروجی قفسه سینه (نشانگان دنده گردنی)
irritable bowel syndrome	نشانگان روده تحریک‌پذیر
toxic shock syndrome (tss)	نشانگان شوک سمی (توکسیک)
temporomandibular joint (tmj) syndrome	نشانگان مفصل گیجگاهی - فک تحتانی
hepatitis viral	هپاتیت ویروسی
hemophilia	هموفیلی
hyperlipidemia	هیپرلیپیدمی
hypoglycemia functional	هیپوگلیسمی عملکردی
hidradenitis suppurativa	هیدرآدنیت چرکی
histoplasmosis	هیستوپلاسموز
vaginitis bacterial	واژینیت باکتریایی (واژینیت گاردنر لایی؛ واژینیت غیر اختصاصی)

vaginitis trichomonal	واژینیت تریکومونایی (تریکومونیا)
vaginitis candidal	واژینیت کاندیدیانی (عفونت قارچی مهبل)
vaginitis monial	واژینیت مونیلیایی (عفونت قارچی مهبل)
vaginitis postmenopausal	واژینیت یائسگی (واژینیت آتروفیک)
vaginismus	واژینیسموس
id reaction	واکنش پوستی آلرژیک به عفونت پوست
vibrio cholerae	وبا - التور - اسهال وبایی
varicose veins	وریدهای واریسی
tinnitus	وزوز گوش
vulvovaginitis before puberty	وولوواژینیت قبل از بلوغ
hodgkins disease	بیماری هوچکین
ectopic pregnancy	حاملگی خارج رحمی
impotence male sexual	ناتوانی جنسی در مردان
gulillain barre syndrome	نشانگان گیلن باره
herpangina	هرپانژین
hyperaldosteronism	هیپرآلدوسترونیزم
hirsutism	هیپر سوتیزم