

ملخص دراسة بعنوان

دور التسويق الالكتروني في تحسين جودة الخدمات الصحية في المملكة
العربية السعودية
"دراسة تطبيقية"

اعداد الطالب / فارس المزيني

مقرر: قضايا بحثية

الفصل الدراسي

العام الدراسي ١٤٤٦ - ٢٠٢٤

أولاً: الأهداف : هدفت الدراسة إلى تحديد مستوى توافر ممارسات التسويق الإلكتروني في قطاعات وزارة الصحة بمدينة الطائف السعودية، مع قياس درجة جودة الخدمة الصحية، بالإضافة إلى قياس الاختلاف بين آراء العاملين بقطاعات وزارة الصحة بمدينة الطائف السعودية حول التسويق الإلكتروني وجودة الخدمة الصحية ، و تحديد المقترحات التي تؤدي إلى تحسين جودة الخدمات الصحية باستخدام التسويق الإلكتروني في قطاعات وزارة الصحة بمدينة الطائف السعودية.

ثانياً: مشكلة الدراسة: تحددت مشكلة الدراسة في التساؤل الرئيسي : ما هو دور التسويق الإلكتروني في تحسين جودة الخدمات الصحية بقطاعات وزارة الصحة بمدينة الطائف السعودية؟

ثالثاً: أسئلة الدراسة: تتمثل أسئلة الدراسة في التساؤل الرئيسي السابق ، وما تفرع عنه من الأسئلة التالية :

- ما هو مستوى ممارسات التسويق الإلكتروني في قطاعات وزارة الصحة بمدينة الطائف السعودية؟
- ما هي درجة جودة الخدمة الصحية في قطاعات وزارة الصحة بمدينة الطائف السعودية؟
- هل يوجد اختلاف بين آراء العاملين بقطاعات وزارة الصحة بمدينة الطائف السعودية حول التسويق الإلكتروني وجودة الخدمة الصحية؟

رابعاً: فرضيات الدراسة: تتمثل فروض الدراسة في الفروض التالية:

- توجد علاقة معنوية بين التسويق الإلكتروني والاعتمادية في قطاعات وزارة الصحة بمدينة الطائف السعودية.
- توجد علاقة معنوية بين التسويق الإلكتروني والاستجابة في قطاعات وزارة الصحة بمدينة الطائف السعودية.
- توجد علاقة معنوية بين التسويق الإلكتروني والضمان في قطاعات وزارة الصحة بمدينة الطائف السعودية.
- توجد علاقة معنوية بين التسويق الإلكتروني والجوانب الملموسة في قطاعات وزارة الصحة بمدينة الطائف السعودية.

خامساً : أهمية الدراسة: تتبع الأهمية العلمية للدراسة في ندرة الأبحاث والدراسات العربية المتعلقة بالتسويق الإلكتروني وجودة الخدمة الصحية ، الأمر الذي يتطلب معه مزيد من جهد الباحثين في هذا

المجال، بينما تستمد الدراسة أهميته العملية في كونها تساعد في توضيح أبعاد التسويق الإلكتروني في النظام الصحي وانعكاسه على الخدمات الصحية المقدمة في القطاع الصحي السعودي.

سادسا : منهج الدراسة : اعتمد الباحث على المنهج الوصفي التحليلي، الذي يقوم على تفسير الوضع الراهن للظاهرة محل الدراسة ، وتحديد الأبعاد وظروف الظاهرة، بالإضافة الى إجراء تحليل وتفسير البيانات الخاصة بالظاهرة.

سابعا: مجتمع الدراسة والعينة: يتكون مجتمع الدراسة من العاملين بقطاعات وزارة الصحة بمدينة الطائف من المدراء ورؤساء الأقسام ومسؤولي التسويق والبالغ عددهم (١٢٣٠) مفردة ، واقتصرت العينة على اختيار عينة طبقية من العاملين بلغت (٣٧٩) ،تم تحديدها في ضوء معامل ثقة ٩٥%، ومستوى معنوية ٥% .

ثامنا: أدوات الدراسة: تم الاعتماد على(الاستبانة)أداة لجمع البيانات المطلوبة، والتي تناولت مدى توافر أبعاد التسويق الإلكتروني وجودة الخدمات الصحية.

تاسعا: نتائج الدراسة: - توصلت الدراسة إلى البحث إلى وجود علاقة معنوية بين التسويق الإلكتروني وكلا من (الاعتمادية ، الاستجابة، الضمان ، التعاطف، والجوانب الملموسة) في قطاعات وزارة الصحة بمدينة الطائف السعودية ، مع وجود فروق معنوية بين آراء العاملين بقطاعات وزارة الصحة بمدينة الطائف السعودية حول دور التسويق الإلكتروني في تحسين جودة الخدمات الصحية تعزى للمتغيرات الديمغرافية (النوع، العمر، المؤهل)، وأخيرا لا توجد فروق معنوية بين آراء المترددين / المرضى على قطاعات وزارة الصحة بمدينة الطائف السعودية حول جودة الخدمة الصحية.

عاشرا: التوصيات: وبناء على النتائج السابقة أوصت الدراسة بضرورة السعي الى تطوير وسائل التسويق الإلكترونية وتطوير برامج الإنترنت، و ربط الخطط التدريبية بنتائج التسويق الإلكتروني بالمستشفيات، وتصميم برامج تدريبية تعزز القدرات التسويقية للعاملين .

