

أثر التسويق الإلكتروني في تحقيق الميزة التنافسية في القطاع الصحي من وجهة نظر الإدارة

إعداد

حمزة يحيى عبدالرحمن الجراح

إشراف

الأستاذ الدكتور حميد عبد النبي الطائي

الملخص

هدفت هذه الدراسة الكشف عن أثر التسويق الإلكتروني في تحقيق الميزة التنافسية في القطاع الصحي من وجهة نظر الإدارة. ولانجاز الدراسة فقد إعتمدت على المنهج الوصفي لغرض وصف متغيرات الدراسة، كما تم الإعتداد على المنهج التحليلي لتحليل بيانات الدراسة. وقد توصلت الدراسة إلى أن درجة ممارسة التسويق الإلكتروني والميزة التنافسية في المستشفيات الخاصة في إقليم الشمال من وجهة نظر الإدارة كانت بدرجة عالية، وتبين وجود أثر ذو دلالة إحصائية لثلاثة من أبعاد التسويق الإلكتروني تمثلت بـ(البنية التحتية والموقع الإلكتروني، وتوفر قواعد البيانات والترويج الإلكتروني).

وخلصت الدراسة الى أن المستشفيات الخاصة في إقليم الشمال تسعى إلى تطوير خدماتها وتسويقها بما يضمن المنافسة مع مثيلاتها في القطاع الصحي وبما ينعكس على العمل في القطاع الصحي لما تقدمه للعملاء.

الكلمات المفتاحية: التسويق الإلكتروني، الميزة التنافسية، القطاع الصحي، إقليم الشمال.