

The Impact of Quality Websites to Attract Patients for Treatment in Private Hospitals in Jordan

Dr. Ghalib Mahmoud Sonjok

Department of Business Administration- Faculty of Economics and Administrative Sciences

Imam Muhammad Bin Saud Islamic University, KSA

Dr.ghalibsanjuq@hotmail.com

Received 30/9/2013

Accepted 8/7/2014

Abstract:

This study aims to shed light on the availability of quality standards of websites, dimensions (totalitarianism, aesthetic, updated information, accuracy, confidence and credibility, responsiveness) in health centers and hospitals in Jordan—and study its impact on attracting patients for treatment in Jordan, the study adopted the descriptive and analytical methods through questionnaires which have been prepared according to the variables of the study, and was distributed to a sample of non-Jordanian patients in Jordanian hospitals that have International certification (JCIA), namely, (Takhssosi , Isra , Istishari, Jordan, Husein center). The study concludes that hospitals' websites have significant quality in its services and information. Designs are characterized by comprehensiveness of services and information that they provide, but do not contain comprehensive information for all the questions of patients. Websites is accurate in their information provided to the visitor, trust and reliability and aesthetic, but they are not characterized by novelty of information provided by adequate. Study also demonstrated that the response of hospitals websites is limited and criticism. The results of the study pointed to the existence of a statistically significant effect for all of the variables of the study on attracting patients for treatment in Jordan except the aesthetic eremant.

Based on the concluding results, the study's recommends. The increase of the amount of information to include all aboutpatients questions and inquiries on the services and the costs of health service, delete obsolete information periodically and make sure to update information, and that rapid response is adequate.

أثر جودة المواقع الإلكترونية على استقطاب المرضى للعلاج في المستشفيات الخاصة في الأردن

د. غالب محمود سنجق
قسم إدارة الأعمال- كلية الاقتصاد والعلوم الإدارية
جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية-السعودية
dr.ghalibsanjuq@hotmail.com

تاريخ قبول البحث ٢٠١٤ / ٧ / ٨

تاريخ استلام البحث ٢٠١٣ / ٩ / ٣٠

ملخص

هدفت الدراسة إلى إلقاء الضوء على مدى توفر معايير جودة المواقع الإلكترونية بأبعادها (الشمولية، والجمالية، وحداثة المعلومات، ودقتها، والثقة والاعتمادية، والاستجابة) للمراكز الصحية، والمستشفيات في الأردن، ودراسة أثرها على استقطاب المرضى للعلاج في الأردن، واعتمدت الدراسة المنهج الوصفي التحليلي، والدراسة الميدانية من خلال استبانة تم إعدادها وفقاً لمتغيرات الدراسة، وتم توزيعها على عينة من المرضى غير الأردنيين في المستشفيات الأردنية الخاصة الحاصلة شهادة الاعتماد الدولية (JCIA) وهي: (التخصصي، والإسراء، والاستشاري، والأردن، ومركز الحسين للسرطان) وتوصلت الدراسة إلى نتائج كان من أهمها؛ تتسم المواقع الإلكترونية للمستشفيات بالجودة في خدماتها، ومعلوماتها، وتصاميمها، فهي تتصف بشمولية الخدمات والمعلومات التي تقدمها، إلا أنها لا تحوي معلومات شاملة لكافة تساؤلات المرضى، كما تتسم المواقع الإلكترونية بالدقة في معلوماتها التي توفرها للزائرين، والثقة، والاعتمادية، وتتسم بالجمالية والجاذبية، إلا أنها لا تتسم بحداثة المعلومات التي تقدمها بشكل كافٍ، كما بينت الدراسة أن استجابة المواقع الإلكترونية للمستشفيات محدودة ومكان انتقاد، وقد أشارت نتائج الدراسة إلى وجود أثر ذي دلالة إحصائية لكافة متغيرات الدراسة في المواقع الإلكترونية للمستشفيات على استقطاب المرضى للعلاج في الأردن عدى متغير الجمالية.

ومن خلال النتائج توصلت الدراسة إلى توصيات كان من أهمها؛ العمل على زيادة حجم المعلومات لتشمل كافة ما يتعلق بتساؤلات المرضى، واستفساراتهم حول الخدمات، وتكاليف الخدمة الصحية، وحذف المعلومات المتقدمة بشكل دوري، والتأكد من تحديث المعلومات، والاستجابة السريعة بشكل كافٍ وواضح يتناسب ومتطلبات العملاء.

مقدمة

التكنولوجيا الحديثة، والمتطورة في أغلب القطاعات الاقتصادية، ليشمل القطاع التجاري، وقطاعات الخدمات، والتبادلات، والمعاملات بشكل أصبحت فيه هذه التكنولوجيا تحول الأساليب، والممارسات، والطرق التي تستخدمها مؤسسات الأعمال بشكل جذري وشامل، وبدأت في تسويق خدماتها ومنتجاتها وعرضها إلكترونياً، فالتسويق الإلكتروني لا يقف عند حدود جغرافية، ولا يكلف وقتاً أو جهداً، كما أن زيادة الاستخدام الإلكتروني أدى إلى إيجاد سوق افتراضي مزدحم، مما فتح المجال أمام التنافس المحلي والدولي، فدأبت المنظمات والشركات في كافة القطاعات على إنشاء مواقع إلكترونية تتنافس في مواصفاتها، وجودة خدماتها، وتصاميمها، ومميزات الجمالية، لتجذب العدد الأكبر من العملاء والجمهور المستهدف، ذلك التنافس وتلك الأهمية حثت الباحثين على القيام بدراسات تهتم بمعايير جودة مختصة بالمواقع الإلكترونية من حيث الشمولية، والجمالية، حداثة المعلومات، ودقتها، الثقة والاعتمادية، والاستجابة (2010, Gorla) و (Lai, 2006). وقد جاءت الدراسة الحالية كمحاولة لتقييم المواقع الإلكترونية في المستشفيات الخاصة في الأردن ومعرفة دورها في استقطاب المرضى للعلاج في الأردن.

جاءت فكرة تأسيس المواقع الإلكترونية نتيجة الحاجة المتزايدة لمواكبة الوتيرة المتصاعدة للتواصل الاجتماعي، والمهني في العالم المتحضر الذي أصبح فيه الإنترنت، والمواقع الإلكترونية جزءاً رئيساً لا غنى عنه في إدارة أعمال المؤسسات، والجامعات لما يوفره من سرعة التواصل، وإنجاز الأعمال، والذي أصبح أحد مقاييس الكفاءة لأي مؤسسة في عالم اليوم. (الفراج، ٢٠٠٩)

دخلت الخدمات الإلكترونية على المنظمات الخاصة والحكومية في الأردن بشكل سريع، وشملت معظم بل كافة القطاعات، وأدى ذلك إلى سعي المنظمات إلى التطوير السريع، والكبير الذي لم يكن مقتصرًا على اتخاذ القرارات التصحيحية في جوانب معينة دون الأخرى بل كان لا بد من تبني أسلوب شامل، أو أنموذج يتمشى مع تكنولوجيا الاتصالات، والمعلومات الذي أصبحت فيه المسافات قريبة مهما بعدت؛ فلم يشهد تاريخ البشرية على مر العصور تغيرات في نمط التبادل والاتصال، والسرعة في أسلوب الحياة كما تشهدها مجتمعاتنا الحالية جراء التطور الكبير في التقنيات المتطورة، والحديثة للمعلومات، والاتصالات من الإنترنت وغيرها، هذا وقد دخلت هذه

مشكلة الدراسة:

تعد الأردن من أكثر بلدان المنطقة تطوراً في الناحية العلاجية، هذا بالإضافة إلى أسعار الخدمات الصحية والإقامة المنخفضة نسبياً عن مثيلاتها في البلدان المتطورة، وتشكل السياحة العلاجية مورداً هاماً من موارد الدولة الاقتصادية، حيث أن السياحة العلاجية تزداد ترفد البلاد بالعملة الصعبة وترفع مستوى الدخل العام (أبو سنيّة، ٢٠١٠).

وفي عصرنا التكنولوجي تعد المواقع الإلكترونية واجهة المراكز الصحية، والمستشفيات فهي واحدة من مصادر المعلومات التي يطرقها المرضى، وذويهم للتعرف إلى تلك المستشفيات التي تفرض نفسها كنشاط تسويقي، فهي وسيلة لجمع معلومات شاملة بسهولة، ويسر، ودون تكاليف، كما تفتح الباب أمام زوارها للمقارنة، والتحري لاختيار البديل الأنسب لما يحتاجونه من خدمات صحية وطبية.

وتكمن مشكلة الدراسة في أن مواقع المراكز الصحية، والمستشفيات في الأردن لم تحظ بالاهتمام المتوافق مع أهميتها، فقد لاحظ الباحث أن كثيراً من تلك المواقع لا تحدث معلوماتها باستمرار، كما أن التعامل معها ليس باليسير، وتفتقد إلى الثقة، والاعتمادية، وشمولية المعلومات مقارنة مع المواقع المشابهة في الدول المتقدمة، مما قد يفقدها الزخم، ويضعف من مكانتها، وميزتها التنافسية.

تساؤلات الدراسة:

وبناءً عليه تتحدد مشكلة الدراسة من خلال التساؤلات الآتية:

١. ما مدى توافق المواقع الإلكترونية للمراكز الصحية، والمستشفيات في الأردن بمعايير جودة المواقع الإلكترونية من حيث (الشمولية، والجمالية، وحدثية المعلومات، ودقتها، والثقة، والاعتمادية، والاستجابة).

٢. ما أثر جودة المواقع الإلكترونية للمراكز الصحية، والمستشفيات في الأردن في استقطاب المرضى للعلاج .

أهداف الدراسة:

تسعى الدراسة إلى تحقيق الأهداف الآتية:

١. إلقاء الضوء على مدى توفر معايير جودة المواقع الإلكترونية للمراكز الصحية والمستشفيات في الأردن من خلال بيان مدى تحليلها بالشمولية، والجمالية، وحدثية المعلومات، ودقتها، والثقة، والاعتمادية، والاستجابة.

٢. دراسة أثر جودة الموقع الإلكتروني بأبعادها (الشمولية، والجمالية، وحدثية المعلومات، ودقتها، والثقة، والاعتمادية، والاستجابة) للمراكز الصحية والمستشفيات على استقطاب المرضى للعلاج في الأردن.

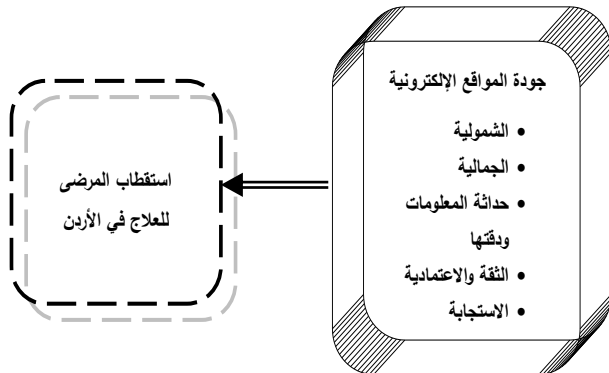
٣. التوصل إلى نتائج، وتوصيات من شأنها أن ترفع مستوى جودة المواقع الإلكترونية للمراكز الصحية، والمستشفيات في الأردن، ورفع مستوى استقطاب المرضى للعلاج في الأردن.

أهمية الدراسة:

تأتي أهمية الدراسة من أهمية القطاع الصحي والعلاجي الذي يتميز به الأردن كجاذب رئيس للمستفيدين من تلك الخدمات في المنطقة، كما تتبع أهميتها من النمو المطرد للتعامل الإلكتروني، والأهمية المتزايدة للمواقع الإلكترونية في التسويق للخدمات الصحية، وبالتالي تتحدد أهمية الدراسة في أنها تفيد قطاعاً هاماً من القطاعات الاقتصادية والخدمية، كما أنها تفيد طالبي الخدمات الصحية والعلاجية في تفصيلهم، وبحثهم عن المراكز الأفضل، والأكثر تناسلاً مع احتياجاتها بطريقة سهلة، وموثوقة وعملية، كما تتبع أهمية الدراسة من خلال ندرة الدراسات السابقة حول موضوع الدراسة على النطاقين المحلي والعربي (سنجق، ٢٠١٠).

أنموذج الدراسة:

شكل رقم (١-١)



الأنموذج من إعداد الباحث اعتماداً على دراسات (Gorla, 2010)، (Lai, 2006) .

تعريف المصطلحات :

الجودة:

تعرف الجودة (Quality) على أنها: "مدى مطابقة مجموعة من الصفات المميزة المتأصلة للمتطلبات" (ISO 9000:2005).

جودة الخدمة: هي وفاء الخدمة بمتطلبات العملاء، فهي درجة الرضا التي تُحققها الخدمة للزبون من خلال تلبية حاجاتهم، ورغبتهم، وتوقعاتهم (الطائي وقدارة، ٢٠٠٨، ص ٢٨).

المواقع الإلكترونية:

الموقع الإلكتروني هو مجموعة من صفحات الويب مترابطة مع بعض. الموقع الإلكتروني يحتوي على صفحة رئيسية على شبكة

للمستشفيات، والمراكز الصحية الخاصة في الأردن بشكل يضمن السرعة في خدمة العميل، وتحقيق مطالبه الفورية بدقة وشفافية.

الثقة والاعتمادية وتتمثل في المقدرة على أداء الخدمة وفقا للوعود المقدمة، وذلك على النحو الذي يمكن الاعتماد على تلك الخدمة بدقة (خالية من الأخطاء) (Aladwani & Palvia, 2002, p469).

حداثة المعلومات ودقتها وتعني القدرة على تزويد المعلومات بشكل مستقل، ودقيق، وتحديثها بشكل مستمر (Mich, L., Franch M, & L, G, 2003, p39).

الجماليات والمعايير الذوقية: ترتبط بمدى متعة النظر إلى التصميم، ومدى تنسيق الصفحة، وتناسق الألوان، والاستمتاع بالرسوم. (Quinn, James Brian, Thomas L. Doorley and Penny C. Paquette, 1990, pp58-67).

الشمولية: كفاية المعلومات والبيانات التي يحتاجها الزائر من حيث النوع والكم (McGillivray, 2008:296).

الأدبيات السابقة:

دراسة قام بها (Kassim & Abdullah , 2010)

هدفت إلى التحقق تجريبيا من العلاقة بين أبعاد الجودة المدركة، والخدمة، والرضا، والثقة، والولاء في إعدادات التجارة الإلكترونية على مستوى بناء الثقافتين - الماليزية والقطرية -، واستخدمت الدراسة منهج المسح، وأشارت النتائج إلى أن جودة الخدمة المدركة لها تأثير كبير على رضا العملاء. كما أن رضا العملاء له تأثير على ثقتهم بعمليات التسوق الإلكتروني. وأن الثقة والرضا لهما تأثير كبير على ولاء العميل.

دراسة (2010, Gorla , Somers, Wong)

هدفت هذه الدراسة إلى بيان الأثر التنظيمي لجودة النظام والمعلومات والخدمات، وأشارت إلى أن جودة الخدمة هو المتغير الأكثر تأثيرا في الأداء التنظيمي، تليها نوعية المعلومات ثم جودة النظام. كما أشارت إلى أن بناء نظام جودة يصمم تصميمًا جيدًا، وتحقيق جودة المعلومات من حيث المضمون على مستوى عالٍ من الدقة، وذات شمولية تحقق أهداف النظام التنظيمي.

كما أشارت الدراسة إلى أن جودة الخدمة تتوقف على مدى النجاح في تقديم الخدمات لمختلف المستخدمين بما يتفق مع ما توقعوه، أو زاد عنه.

دراسة: (Leu, 2009)

هدفت هذه الدراسة إلى دراسة جودة خدمات المواقع الإلكترونية وعلاقته في ولاء الزبائن. وتوصلت الدراسة إلى أن هناك علاقة بين

الإنترنت، ويعرض الموقع في العادة معلومات حول الغرض الخاص بالموقع والمحتوى. (Shelly, 2009, 2).

كما عرف الموقع الإلكتروني بأنه مجموعة من صفحات الويب المترابطة مع بعضها ارتباطا تشعبيا لتغطية موضوع متكامل معين، أو تمثيل أنشطة الشركة، ومنتجاتها، وخدماتها بطريقة تضمن تحقيق أهدافها من الحضور الإلكتروني (Kelly & Vidgen, 2005, p 41).

وتهدف المواقع الإلكترونية إلى تلبية احتياجات الزائرين من خلال محتوى يتضمن معظم الخدمات والمنتجات التي تنتجها المنظمة (Yoo & Jin, 2004, p46).

معايير جودة الموقع الإلكترونية:

أشارت عدة دراسات إلى معايير الجودة الإلكترونية حيث أشارت دراسة هوفمان إلى معايير تضمنت: الحضور على الإنترنت بوسائط متعددة، وشمولية المحتوى، والتنوع، وحوافز الموقع، ومحرك البحث (Hoffman, D.L. and T.P. Novak, 1997).

أما دراسة زيثامل فأشارت إلى: الكفاءة، والثقة، والاعتمادية، والأداء، والخصوصية، والاستجابة، والشمولية، والاتصال، والأمن، والتزويد (Ziethaml et al, 2002).

كما أشارت دراسة جون وكاي إلى معايير أخرى ومنها: جمالية الموقع، والمعلومات، وسهولة الاستعمال، وإذن الوصول، والاحترام، والاستجابة، والثقة، والاعتمادية (Jun & Cai, 2001).

وشملت دراسة سانتوس الإشارة إلى: سهولة الاستعمال، والمظهر، والصلات، والهيكل، والمحتوى، والكفاءة، والثقة، والاعتمادية، والاتصالات، والأمن، وحوافز، ودعم الزبون (Santos, 2003).

أما دراسة يونج فحددت جودة الموقع ب: الثقة، والاعتمادية، والاستجابة، والجدارة، وسهولة الاستعمال، والأمن، والشمولية (Yang, Zhilin and Xiang Fang, 2004).

الأبعاد المختارة لجودة المواقع الإلكترونية للمستشفيات:

جودة الموقع الإلكتروني هي تلبية الموقع الإلكتروني للمستشفيات الخاصة لرغبات المرضى وحاجياتهم بسهولة، وبشكل كافٍ وموثوق، ودقيق، وتحلي تلك المواقع بالجمالية في التصميم، وفي الدراسة الحالية تم اقتراح الأبعاد الآتية لجودة المواقع الإلكترونية للمستشفيات:

الاستجابة: هي استجابة مقدم الخدمة الإلكترونية لطلبات العملاء بدقة، وشفافية كما يتوقع، والرد على ملاحظات العملاء واستفساراتهم بالسرعة المقبولة التي يتوقعها العميل (أحمد، ٢٠٠٩، ص ٩٥)، فهي تعني إدارة الموقع الإلكتروني

(JCIA) وهي (التخصصي، والإسراء، والاستشاري، والأردن، ومركز الحسين للسرطان)، والبالغ عددهم ٤٠٢ من المرضى^١، حيث تم اعتماد المجتمع كاملاً لإجراء الدراسة.

ووزعت أداة الدراسة على ٤٠٢ من المرضى (مجتمع الدراسة) و استردت الدراسة ٣٨٥ استبانة، بنسبة بلغت (٨٥,٥٢%)، وبعد تدقيق الاستبانات المرتجعة، وجد الباحث أن ١٩٠ فرداً من العينة لم يزوروا الموقع الإلكتروني للمستشفى ولذلك أهملناها، كذلك أهملنا ٤٢ استبانة منها لأسباب متعددة أهمها عدم اكتمال الإجابات، بالتالي بلغ العدد النهائي للاستبانات الصالحة للإجراء والتحليل (١٥٣) استبانة

أدوات الدراسة:

اعتمدنا على الاستبانة كأداة للدراسة وقمنا بإعدادها وفقاً لخطوات البحث العلمي المتعارف عليها، ووزعت على أفراد عينة الدراسة.

اختبار صدق الأداة:

لغرض قياس صدق أداة الدراسة قام الباحث بعرض الاستبانة على مجموعة محكمين من ذوي الاختصاص من أعضاء هيئة التدريس في مجالات الأعمال الإلكترونية، والتسويق، وإدارة الأعمال، حيث حددوا مجموعة من الملاحظات اللغوية، والمفاهيمية، والشكلية أخذت بعين الاعتبار.

اختبار ثبات أداة الدراسة:

استخدمت الدراسة اختبار (كرونباخ ألفا) لقياس مدى اعتمادية أداة القياس حيث بلغت قيمة ألفا=٩٦,١% لكافة فقرات الاستبانة البالغة (٢٢) فقرة تمثل أبعاد الدراسة، وهي نسبة جيدة، وتشير إلى الاعتمادية، والصدق جيد، كونها أعلى من النسبة المقبولة ٦٠%، وذلك لكافة مجالات الدراسة.

ويشير الجدول رقم (١) إلى اختبار (كرونباخ ألفا) لمتغيرات الدراسة:

الجدول رقم (١) اختبار (كرونباخ ألفا) لمتغيرات الدراسة

المتغير	عدد الفقرات	معامل الاتساق (كرونباخ ألفا)
الشمولية	٤	٨٩,٣%
حدائث المعلومات	٣	٨٩,٧%
الجمالية	٣	٩١%
دقة المعلومات	٣	٧٩,٢%
الثقة والاعتمادية	٣	٨٧,٩%
الاستجابة	٣	٨٨,٨%
استقطاب المرضى	٣	٨٩,٦%

خصائص عينة الدراسة: ويوضح الجدول (٢) توزيع أفراد عينة الدراسة حسب الخصائص الديموغرافية:

^١مقابلات شخصية مع القائمين على المستشفيات عينة الدراسة.

جودة الخدمة وولاء الزبون. كما أظهرت النتائج إلى عدم وجود علاقة بين ما يتوقعه الزبون من الخدمات ورضا الزبون، إضافة إلى أن البحث قد وجد دوراً للجنس كلاعب أساسي في الخصوصية، والوفاء، وعناصر جودة الخدمة، كما بينت الدراسة أن تحليل الأبعاد ينتج عنه عوامل مهمة لقياس جودة الخدمات المقدمة من المواقع الإلكترونية.

دراسة (Lai, 2006)

هدفت هذه الدراسة إلى بيان ما إذا كان استخدام فجوة جودة الخدمة SERVQUAL يمثل مقياساً في تحسين خدمة الأعمال الإلكترونية، كما هدفت الدراسة إلى معرفة مدى رضا المستخدمين للتطبيقات المؤسسية وصلته بجودة الخدمة الإلكترونية، من خلال أبعاد شملت (الثقة والاعتمادية، والاستجابة، وضمان، والتفهم) من وجهة نظر الموظفين.

وتوصلت نتائج هذه الدراسة إلى أن الثقة والاعتمادية لها تأثير كبير على جودة الخدمة، ورضا المستخدمين وسهولة الاستخدام، وهي من أهم عوامل رضا المستخدمين مما يساهم في نجاح خدمة الموظفين.

ما يميز الدراسة الحالية عن الدراسات السابقة:

ما يميز الدراسة الحالية عن الدراسات السابقة متغيراتها المتمثلة بجودة المواقع الإلكترونية، واستقطاب المرضى، وفي مجتمعها وعينتها (المستشفيات الخاصة في الأردن)، فهي من الدراسات العربية النادرة في موضوعها ومتغيراتها -على حد علم الباحث- فمن الملاحظ أن الدراسات السابقة ركزت على موضوع الجودة ضمن متغيرات لم تشملها أي من الدراسات السابقة على المستشفيات بشكل عام، و المستشفيات العربية أو الأردنية بشكل خاص. كما تتميز الدراسة الحالية من خلال الدراسة الميدانية التي اعتمدت على آراء المرضى القادمين للعلاج.

منهجية الدراسة:

تم استخدام منهجين من مناهج البحث العلمي:

١. المنهج الوصفي التحليلي: استخدمته الدراسة لاستعراض أهم الأدبيات ذات العلاقة بموضوعها مع إجراء بعض التحليل، والمقارنات كلما أمكن ذلك، وذلك لتغطية الجانب النظري.
٢. منهج الدراسة الميدانية: و استخدمته الدراسة لتغطية الجانب التطبيقي منها، و من خلاله يتحقق اختبار صحة الفرضيات والإجابة على تساؤلاتها، وذلك من خلال استبانة أعدت وفقاً لمتغيرات الدراسة.

مجتمع الدراسة وعينتها:

يتكون مجتمع الدراسة من المرضى غير الأردنيين في المستشفيات الأردنية الخاصة الحاصلة على شهادة الاعتماد الدولية

الجدول (٣) المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لفقرات الاستبانة المتعلقة بالشمولية، ورتبت ترتيبها تنازلياً حسب درجة الأهمية

الرقم	الفقرة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الأهمية
٤	تتسم المعلومات المتوفرة في الموقع الإلكتروني للمستشفى بشمولها على التفاصيل الدقيقة.	3.710	0.961	عالية
١	يلتزم المستشفى بنشر الأخبار التي تهم المرضى بالوقت المناسب في موقع المستشفى الإلكتروني	3.663	1.026	عالية
٢	يساهم الموقع الإلكتروني للمستشفى في اتخاذ قرار المرضى بسبب شموله لمعلومات وافية حول الخدمات، وتكاليفها.	3.611	1.041	عالية
٣	يحتوي الموقع الإلكتروني على معلومات شاملة لكافة التساؤلات التي تجول بخاطر المريض.	3.488	1.050	متوسطة
	المتوسط الحسابي العام لشمولية المواقع الإلكترونية للمستشفيات	3.618	1.0195	عالية

يظهر الجدول (٣) أن المتوسط الحسابي لشمولية المواقع الإلكترونية للمستشفيات بلغ (٣,٦١٨) ويشير ذلك إلى أن المواقع الإلكترونية تتسم بشمولية الخدمات والمعلومات التي يقدمها، إلا أنه من الملاحظ أن المواقع الإلكترونية للمستشفيات لا تحتوي على معلومات شاملة لكافة التساؤلات التي تجول بخاطر كافة المرضى، حيث بلغ المتوسط الحسابي للفقرة الدالة على ذلك قيمة متوسطة بلغت (٣,٤٨٨)، ويرى الباحث أن تلك النتيجة هي نتيجة طبيعية فلا يمكن لأي موقع أن يشمل كافة تساؤلات زائريه خاصة في مواقع الخدمات الصحية، فالحالات المرضية متعددة وبعضها يتطلب تشخيصاً معقداً.

ثانياً حادثة المعلومات:

يشير الجدول (٤) إلى آراء عينة الدراسة لجودة الموقع الإلكتروني للمستشفيات حسب حادثة المعلومات.

الجدول (٤) المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لفقرات الاستبانة المتعلقة بحدثة المعلومات، وجاء ترتيبها تنازلياً حسب درجة الأهمية

الرقم	الفقرة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الأهمية
٣	يوفر موقع المستشفى الإلكتروني المعلومات الحديثة من أخبار، وقرارات، وتطوير.	3.701	1.06	عالية
١	تتسم المعلومات المتوفرة في الموقع الإلكتروني للمستشفى بالحدثة بشكل دائم.	3.512	1.13	عالية
٢	تحذف المعلومات المتقادمة بشكل دوري في الموقع الإلكتروني للمستشفى.	3.233	1.12	متوسطة
	المتوسط الحسابي العام لحدثة المعلومات في المواقع الإلكترونية للمستشفيات	3.482	1.10	متوسطة

يظهر الجدول (٤) أن المتوسط الحسابي لحدثة المعلومات في المواقع الإلكترونية للمستشفيات بلغ (3.482) ويشير ذلك إلى أن المواقع الإلكترونية تتسم بحدثة المعلومات التي تقدمها

جدول (٢) توزيع عينة الدراسة حسب العوامل الديموغرافية

الجنس	التكرار	النسبة %
ذكر	٨٩	٥٨%
أنثى	٦٤	٤٢%
المجموع	١٥٣	١٠٠%
العمر	التكرار	النسبة %
أقل من ٢٥	١	٠,٦%
٢٦-٣٥	٢	١,٣%
٣٦-٤٥	١٢	٧,٨%
أكثر من ٤٥	١٣٨	٩٠,٣%
المجموع	١٥٣	١٠٠,٠%
الجنسية	التكرار	النسبة %
دول الخليج العربي بما فيها العراق	٨٥	٥٥,٦%
شمال أفريقيا (مصر، تونس، الجزائر، ليبيا، المغرب، السودان...)	٥٦	٣٦,٦%
بلاد الشام (سوريا، لبنان، فلسطين) والعراق	١٢	٧,٨%
المجموع	١٥٣	١٠٠,٠%

يوضح الجدول (٢) أن نسبة الذكور كانت النسبة الغالبة بنسبة بلغت ٥٨%، أما نسبة الإناث فبلغت ٤٢%، أما العمر فنلاحظ أن توزيع عينة الدراسة حسب العمر كانت لصالح الفئة العمرية (٤٥ فأكثر) حيث كانت أعلى فئة، واستحوذت على نسبة بلغت (٩٠,٣%) من مجموع عينة الدراسة، تلتها الفئة العمرية (٣٥-٤٥)، ثم (٢٥-٣٥)، ثم الفئة (أقل من ٢٥) بنسبة بلغت (٨,٧%)، لكافة تلك الفئات، وتعبّر هذه النتيجة عن واقع الفئات العمرية من المرضى الذين يتلقون علاجهم في الأردن، وتشير تلك النتيجة إلى كبر عمر أولئك المرضى بشكل عام، أما بالنسبة إلى توزيع أفراد عينة الدراسة حسب الجنسية فيشير الجدول رقم (٢) إلى أن أكثر من نصف المرضى الذين يتلقون علاجهم في الأردن من دول الخليج العربي بنسبة بلغت (٥٥,٦%)، تلتها نسبة المرضى من دول شمال أفريقيا (مصر، تونس، الجزائر، ليبيا، المغرب، السودان....) بنسبة بلغت (٣٦,٦%)، ثم المرضى من بلاد الشام (سوريا، لبنان، فلسطين) والعراق بنسبة بلغت (٧,٨%) من مجموع أفراد عينة الدراسة، ولم تحتو العينة التي اخترناها عشوائياً على مرضى من دول أخرى.

مخرجات الدراسة

تم اعتماد المعيار الآتي لأغراض التحليل الوصفي لنتائج فقرات مقياس الدراسة.

(١- ٢,٤٩) تقابل درجة متدنية من الأهمية.

(٢,٥- ٣,٤٩) تقابل درجة متوسطة من الأهمية.

(٣,٥ - ٥) تقابل درجة عالية من الأهمية.

التحليل الوصفي لمتغيرات الدراسة:

أولاً: الشمولية:

ويشير الجدول (٣) إلى آراء عينة الدراسة لجودة الموقع الإلكتروني للمستشفيات الأردنية الخاصة حسب الشمولية.

يظهر الجدول (٦) أن المتوسط الحسابي لدقة المعلومات في المواقع الإلكترونية للمستشفيات بلغ (٣,٩٢) ويشير ذلك إلى أن المواقع الإلكترونية تتسم بالدقة في معلوماتها التي توفرها للزائرين، فهي تتطابق مع ما هو موجود فعلياً على أرض الواقع، كما تحتوي على تفاصيل دقيقة، وذات مصداقية عالية.

خامساً: الثقة والاعتمادية

يشير الجدول (٧) إلى آراء عينة الدراسة لجودة الموقع الإلكتروني للمستشفيات فيما يتعلق بالثقة والاعتمادية.

الجدول (٧) المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لفقرات الاستبانة المتعلقة بالثقة والاعتمادية، وجاء ترتيبها تنازلياً حسب درجة الأهمية

الرقم	الفقرة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الأهمية
١	يتعامل الموقع الإلكتروني للمستشفى مع المعلومات الخاصة بي بسرية.	3.778	0.931	عالية
٢	أشعر بالأمان في تقديم معلومات خاصة بي في الموقع الإلكتروني للمستشفى.	3.710	0.932	عالية
٣	أشعر بأن القائمين على الخدمات في الموقع الإلكتروني للمستشفى يفهمون طلبي بسهولة.	3.698	0.955	عالية
	المتوسط الحسابي العام للثقة والاعتمادية في المواقع الإلكترونية للمستشفيات	3.729	0.939	عالية

يظهر الجدول (٧) أن المتوسط الحسابي للثقة والاعتمادية في المواقع الإلكترونية للمستشفيات بلغ (٣,٧٢٩) ويشير ذلك إلى أن المواقع الإلكترونية تتسم بالمحافظة على سرية الحالات التي تراجعها، وهناك شعور بالاطمئنان، والأمان لدى الزائرين كما يفهم القائمون على الخدمات في الموقع الإلكتروني للمستشفى طلبات المرضى بسهولة.

سادساً: الاستجابة:

يشير الجدول (٨) إلى آراء عينة الدراسة لجودة الموقع الإلكتروني للمستشفيات فيما يتعلق بالاستجابة.

الجدول (٨) المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لفقرات الاستبانة المتعلقة بالاستجابة، وجاء ترتيبها تنازلياً حسب درجة الأهمية

الرقم	الفقرة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الأهمية
١	إن الموقع الإلكتروني للمستشفى يستجيب بشكل واضح لتساؤلات المرضى حول المستشفى.	3.480	1.004	متوسطة
٢	يمكن الاعتماد على الموقع الإلكتروني للمستشفى لمعرفة كل الإجراءات، والتكاليف حسب حالتي الصحية.	3.452	1.061	متوسطة
٣	يتمتع الموقع الإلكتروني للمستشفى بالقدرة على الرد بشكل سريع عن أي استفسار، أو سؤال حول كافة الأمور الخاصة والعامّة.	2.968	1.201	متوسطة
	المتوسط الحسابي العام للاستجابة في المواقع الإلكترونية للمستشفيات	3.300	1.088	متوسطة

بشكل متوسط، فمن الملاحظ أن المواقع الإلكترونية للمستشفيات لا تقوم بحذف المعلومات المتقادمة بشكل دوري في الموقع الإلكتروني للمستشفى، حيث بلغ المتوسط الحسابي للفقرة الدالة على ذلك قيمة متوسطة وبلغت (٣,٢٣٣)، مما يشير إلى وجود بعض المعلومات المتقادمة في الموقع الإلكتروني، ولا يتم حذفها في الوقت المناسب.

ثالثاً الجمالية:

يشير الجدول (٥) إلى آراء عينة الدراسة لجودة الموقع الإلكتروني للمستشفيات حسب الجمالية.

الجدول (٥) المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لفقرات الاستبانة المتعلقة بالجمالية، وجاء ترتيبها تنازلياً حسب درجة الأهمية

الرقم	الفقرة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الأهمية
٣	يتسم الموقع الإلكتروني بجمالية عالية، وجاذبية مميزة في تصميمه	3.82	1.07	عالية
١	تتسم ألوان الموقع الإلكتروني للمستشفى بالتنسيق والوضوح والتناسب.	3.75	0.96	عالية
٢	تتسم تصاميم الموقع الإلكتروني للمستشفى بجمالية الوصلات وتناسقها.	3.59	1.08	عالية
	المتوسط الحسابي العام لجمالية المواقع الإلكترونية للمستشفيات	3.72	1.036667	عالية

يظهر الجدول (٥) أن المتوسط الحسابي لجمالية المواقع الإلكترونية للمستشفيات بلغ (٣,٧٢) ويشير ذلك إلى أن المواقع الإلكترونية تتسم بجمالية وجاذبية، كما أنها تتسم بألوان متناسقة، ومتناسبة مع طبيعة الموقع، وتحتوي على وصلات ذات تصميم عملي جميل.

رابعاً: دقة المعلومات:

يشير الجدول (٦) إلى آراء عينة الدراسة لجودة الموقع الإلكتروني للمستشفيات من حيث دقة المعلومات المتوفرة فيه.

الجدول (٦) المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لفقرات الاستبانة المتعلقة بدقة المعلومات، وجاء ترتيبها تنازلياً حسب درجة الأهمية

الرقم	الفقرة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الأهمية
١	تتسم المعلومات المتوفرة في الموقع الإلكتروني للمستشفى بالدقة.	4.01	1.08	عالية
٢	المعلومات المتوفرة في الموقع الإلكتروني للمستشفى تتطابق مع ما يوجد على أرض الواقع بشكل كامل.	3.90	1.13	عالية
٣	تتسم المعلومات المتوفرة في الموقع الإلكتروني للمستشفى باحتوائها على تفاصيل دقيقة، وذات مصداقية عالية.	3.84	1.18	عالية
	المتوسط الحسابي العام لدقة المعلومات في المواقع الإلكترونية للمستشفيات	3.92	1.13	عالية

الجدول (١٠) المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لفقرات الاستبانة المتعلقة باستقطاب المرضى، وجاء ترتيبها تنازلياً حسب درجة الأهمية

الرقم	الفقرة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الأهمية
١	ما جذبني للعلاج في المستشفى هو موقعه الإلكتروني.	3.623	0.956	عالية
٢	ما جذبني للعلاج في المستشفى هو خدماته المتوفرة عبر موقعه الإلكتروني من حيث تزويدي بالخدمات والأسعار.	3.528	1	عالية
٣	ما جذبني للعلاج في المستشفى هو تحلي موقعه الإلكتروني بمواصفات جذابة.	3.369	1.036	متوسطة
	المتوسط الحسابي العام لاستقطاب المرضى	3.507	0.997	عالية

يظهر الجدول (١٠) أن المتوسط الحسابي لاستقطاب العاملين عن طريق المواقع الإلكترونية للمستشفيات بلغ (٣,٥٠٧) ويشير ذلك إلى أن المواقع الإلكترونية تشكل عاملاً هاماً في جذب المرضى. استخدمت الدراسة اختبار (One Sample T test) وفق الوسط الفرضي (٣,٥٠٠) لمعرفة إن كانت المراكز الصحية والمستشفيات في الأردن تلتزم بمعايير الجودة (الشمولية، والجمالية، وحداثة المعلومات، ودقتها، والثقة والاعتمادية، والاستجابة) على مستوى الدلالة الإحصائية ($\alpha \geq 0,05$) وبين الجدول رقم (١١) ذلك. الجدول رقم (١١) اختبار (One-Sample T Test)

المتوسط الحسابي	T المحسوبة	T الجدولية	درجات الحرية	مستوى الدلالة
٣,٧٨٣٥	٤,١٨٣	١,٦٥٣	١٥٢	٠,٠٠٠

يشير الجدول أعلاه إلى أن المراكز الصحية والمستشفيات في الأردن تلتزم بمعايير الجودة (الشمولية، والجمالية، وحداثة المعلومات، ودقتها، والثقة والاعتمادية، والاستجابة) على مستوى دلالة إحصائية ($\alpha \geq 0,05$)، حيث بلغت قيمة الاختبار (T) (٤,١٨٣) وعلى مستوى الدلالة الإحصائية (٠,٠٠٠) وهي أقل من القيمة المحددة (α) ($\alpha \geq 0,05$).

كما استخدمنا اختبار الانحدار المتعدد لمتوسطات آراء عينة الدراسة لمدى وجود أثر ذي دلالة إحصائية عند مستوى دلالة ($\alpha \geq 0.05$) لمعايير جودة المواقع الإلكترونية على استقطاب المرضى للعلاج في الأردن، والجدول (١٣) يبين نتائج الاختبار.

الجدول رقم (١٣) تحليل التباين للانحدار لأثر جودة المواقع الإلكترونية على استقطاب المرضى للعلاج في الأردن.

مصدر التغير	مجموع المربعات	DF (درجات الحرية)	متوسط مجموع المربعات	R (الارتباطية)	R2 (معامل التحديد)	F المحسوبة	مستوى الدلالة
مجموع المربعات بسبب الانحدار SSR	٢٨,٨٢٦	٦	٤,٨٠٤	٠,٧٤٦	٠,٥٥٧	٢٦,١٨٠	٠,٠٠٠
مجموع مربعات الانحرافات عن الانحدار (البواقي) SSE	٢٢,٩٣٩	١٢٥	٠,١٨٤				
مجموع المربعات الكلي SST	٥١,٧٦٥	١٣١					

والاستجابة) على استقطاب المرضى للعلاج في الأردن، إذ أظهرت نتائج التحليل الإحصائي وجود أثر دال إحصائياً، فقد بلغ مجموع

يظهر الجدول (٨) أن المتوسط الحسابي للاستجابة في المواقع الإلكترونية للمستشفيات بلغ (٣,٣٠٠) وهي متوسطة الأهمية، ويشير ذلك إلى أن المواقع الإلكترونية لا تستجيب بشكل كافٍ، وواضح فيما يطلبه الزائر، كما أن استجابتها غير كافية حول الإجراءات، والتكاليف حسب الحالة الصحية، كما أنها لا تقوم بالرد بشكل سريع عن استفسار المرضى حول كافة الأمور الخاصة والعامة.

جودة المواقع الإلكترونية للمستشفيات الخاصة في الأردن:

يشير الجدول (٩) إلى آراء عينة الدراسة لجودة الموقع الإلكتروني للمستشفيات الخاصة.

الجدول (٩) المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لمتغيرات جودة المواقع

الإلكترونية للمستشفيات الخاصة، وجاء ترتيبها تنازلياً حسب درجة الأهمية

الرتبة	الفقرة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الأهمية
١	دقة المعلومات	3.92	1.13	عالية
٢	الثقة والاعتمادية	3.729	0.939	عالية
٣	جمالية المواقع الإلكترونية	3.72	1.037	عالية
٤	الشمولية	3.618	1.0195	عالية
٥	حداثة المعلومات	3.482	1.10	متوسطة
٦	الاستجابة	3.300	1.088	متوسطة
	المتوسط الحسابي لجودة المواقع الإلكترونية للمستشفيات	3.628	1.052	عالية

يظهر الجدول (٩) أن المتوسط الحسابي لجودة المواقع الإلكترونية بلغ (٣,٦٢٨) وهو على مستوى عالٍ من الأهمية، ويشير ذلك إلى أن مستوى الجودة في المواقع الإلكترونية جيد ومقبول، وتشير النتائج إلى وجود مستوى عالٍ من الأهمية لكل من الأبعاد (دقة المعلومات، والثقة والاعتمادية، وجمالية المواقع الإلكترونية، والشمولية) ومستوى متوسط للأبعاد (حداثة المعلومات، والاستجابة).

استقطاب المرضى:

يشير الجدول (١٠) إلى آراء عينة الدراسة حول استقطاب المرضى للعلاج فيها.

يشير الجدول (١٣) إلى أثر جودة المواقع الإلكترونية (الشمولية، والجمالية، وحداثة المعلومات، ودقتها، والثقة والاعتمادية،

دلالة ($0.05 \geq \alpha$) لمعايير جودة المواقع الإلكترونية (الشمولية، والجمالية، وحداثة المعلومات، ودقتها، والثقة والاعتمادية، والاستجابة) على استقطاب المرضى للعلاج في الأردن.

ولبيان أثر كل متغير من متغيرات جودة الموقع الإلكتروني (الشمولية، والجمالية، وحداثة المعلومات، ودقتها، والثقة والاعتمادية، والاستجابة)، على استقطاب المرضى للعلاج في الأردن أجرينا اختبار الانحدار المتعدد، ويشير الجدول رقم (14) إلى ذلك الأثر.

الجدول رقم (14) أثر متغيرات جودة المواقع الإلكترونية (الشمولية، والجمالية، وحداثة المعلومات، ودقتها، والثقة والاعتمادية، والاستجابة) على استقطاب المرضى للعلاج في الأردن

النموذج	المتغير التابع	t الجدولية	t	B	BETA	VIF	مستوى الدلالة
الشمولية	استقطاب المرضى للعلاج في الأردن	١,٦٥٣	2.513	0.204	0.229	٢,٣٢٣	0.013
الجمالية		١,٦٥٣	0.999	0.142	0.143	٣,٧٩١	0.320
حداثة المعلومات		١,٦٥٣	2.930	0.326	0.333	٣,٦١٠	0.004
دقة المعلومات		١,٦٥٣	2.223	0.315	0.299	٣,٦١٠	0.028
الثقة		١,٦٥٣	1.990	0.201	0.214	٣,٢٥٦	0.049
الاعتمادية		١,٦٥٣	4.348	0.358	0.454	٤,٠٢٠	0.000
الاستجابة		2.165	2.165	0.227	0.267	٤,٠٢٠	0.032

كانت الاستجابة محدودة ومكان انتقاد للمواقع الإلكترونية للمستشفيات فهي لا تستجيب بشكل كافٍ، وواضح لما يطلبه الزائر، كما أن استجابتها غير كافية حول الإجراءات، والتكاليف حسب الحالة الصحية، وهي لا تقوم بالرد بشكل سريع عن استفسار المرضى.

أشارت نتائج الدراسة إلى وجود أثر ذي دلالة إحصائية لكافة متغيرات الدراسة في المواقع الإلكترونية للمستشفيات على استقطاب المرضى للعلاج في الأردن عدى متغير الجمالية، حيث أشارت النتائج إلى وجود أثر ضعيف للجمالية على استقطاب المرضى للعلاج، ويرى الباحث أن جمالية التصميم تعمل على جذب المرضى للموقع الذي تتوفر فيه المعلومات المطلوبة لجذبهم إلى العلاج في المستشفى.

ثانياً التوصيات:

من خلال النتائج توصلت الدراسة إلى التوصيات الآتية:
ضرورة العمل على زيادة حجم المعلومات لتشمل كل ما يتعلق بتساؤلات المرضى، واستفساراتهم حول الخدمات وتكاليف الخدمة الصحية، و فيما يتعلق بالفنادق والشقق الفندقية القريبة من المستشفى أيضاً.

ضرورة أن يقوم العاملون على المواقع الإلكترونية بتحديث المعلومات بشكل دوري، والتأكد من حذف المعلومات المتقادمة، وإضافة كل ما هو جديد، ويخدم المرضى.

ضرورة العمل على تأهيل العاملين على المواقع الإلكترونية للمستشفيات بمهارات فنية تمكنهم من الاستجابة السريعة بشكل كافٍ، وواضح تلبي ما يطلبه الزائر، عن طريق توفير قاعدة بيانات تحتوي على كافة المعلومات التي تهم المريض، خاصة فيما يتعلق بالتساؤلات الطبية، والإجراءات المتبعة، والتكاليف حسب الحالة الصحية.

المربعات بسبب الانحدار SSR (٢٨,٨٢٦) عند مستوى دلالة إحصائية ($0.05 \geq \alpha$)، أما معامل التحديد R² فقد بلغ (٠,٥٥٧) أي أن ما نسبته (٥٥,٧%) من التغيرات في استقطاب المرضى ناجمة عن التغيرات في الموقع الإلكتروني وهو أثر ذو معنوية حيث بلغت قيمة f المحسوبة (٢٦,١٨٠) وهي أعلى من قيمتها الجدولية (٣,٩٥٠)، وعلى مستوى دلالة إحصائية بلغت (٠,٠٠٠) وهي أقل من القيمة المحددة ٠,٠٥، وبالتالي يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى

يشير الجدول (14) إلى وجود أثر ذي دلالة إحصائية لكافة متغيرات جودة المواقع الإلكترونية للمستشفيات على استقطاب المرضى للعلاج في الأردن عدى متغير الجمالية، فالمرضى تستقطبهم جودة المعلومات والخدمات في المواقع الإلكترونية، ولا تستقطبهم جماليات التصميم.

النتائج والتوصيات:

أولاً: النتائج:

توصلت الدراسة إلى النتائج الآتية:

تنتم المواقع الإلكترونية للمستشفيات بشمولية الخدمات والمعلومات التي تقدمها، إلا أن النتائج أظهرت أن تلك المواقع لا تحتوي معلومات شاملة لكافة تساؤلات المرضى.

لا تنتم المواقع الإلكترونية للمستشفيات بحداثة المعلومات التي تقدمها بشكل كافٍ، فقد أشارت النتائج أن المواقع الإلكترونية لا تقوم بحذف المعلومات المتقادمة بشكل دوري، مما يظهر بعض المعلومات القديمة.

تنتم المواقع الإلكترونية بجمالية وجاذبية، كما أنها تنتم بألوان متناسقة، ومتناسبة مع طبيعة الموقع، وتحتوي على وصلات ذات تصميم عملي جميل.

إن المواقع الإلكترونية تنتم بالدقة في معلوماتها التي توفرها للزائرين، فهي تتطابق مع ما هو موجود فعلياً على أرض الواقع.

كما أشارت النتائج إلى وجود ثقة واعتمادية للمواقع الإلكترونية للمستشفيات، فهي تنتم بالمحافظة على سرية الحالات التي تراجعها، وهناك شعور بالاطمئنان، والأمان لدى الزائرين لفهم الموقع لما يريدونه بسهولة؛ مما ولد المزيد من الثقة لدى المرضى.

- ISO 9000:2005, Quality Management Systems-Fundamentals and vocabulary, International Organization for Standardization, Geneva, Switzerland.
- Kotler, P. & Armstrong, G., 2007. Marketing: an introduction. 8 th ed. New Jersey: Pearson. Prentice Hall.
- Shelly G.B. , Napier H.A. & River O. (2009) Web design: Introductory Concepts and Techniques,(3th Ed.)
- Kelly, B. and Vidgen, B.(2005): A Quality Framework for Website Quality User Satisfaction and Quality Assurance, Available: (www.ukoln.ac.uk).
- Yoo S. and Jin J.,(2004),Evaluation of the Home Page of the Top 100 University Web Sites, Academy of Information and Management Sciences,Vol. 8,No. 2, pp. 57-69.
- Hoffman, D.L. and T.P. Novak (1997), A New Marketing Paradigm for Electronic Commerce, the information society, 13, p43-54.
- Zeithaml, Valarie A., Parasuraman, A., Malhotra, Arvind, (2002), Service Quality Delivery Through Web Sites: A Critical Review of Extant Knowledge, Journal of the Academy of Marketing Science, Volume 30, No. 4, pages 358-371.
- Jun, M. & Cai, S. (2001). Consumers' perceptions of online banking service quality: Key dimensions. The Proceedings of 32nd Annual National Meeting of Decision Sciences.
- Santos, Jessica, (2003), E-service quality: a model of virtual service quality dimensions", Managing Service Quality, Vol. 13 Iss: 3, pp.233 - 246.
- Yang, Zhilin and Xiang Fang (2004), "Online Service Quality Dimensions and Their Relationships with Satisfaction: A Content

ضرورة عمل المزيد من الأبحاث حول عوامل استقطاب المرضى، والتواصل الفني الدقيق بين احتياجات المرضى، وأطباء الاختصاص عبر المواقع الإلكترونية في المستشفيات الخاصة في الأردن.

العمل على نشر نتائج البحث وتوصياته على المستشفيات الخاصة الأردنية لما لها من أثر على استقطاب المرضى للعلاج في الأردن، وزيادة الحصة السوقية للمستشفيات الأردنية من السياحة العلاجية؛ مما يسهم في زيادة العائد المادي، وتأثيره على الاقتصاد الأردني بشكل عام، وعلى القطاع الصحي بشكل خاص.

المراجع:

- أحمد، محمد سمير، (٢٠٠٩)، التسويق الإلكتروني، ط١، دار المسيرة للنشر والتوزيع.
- سنجد، غالب محمود (٢٠١٠)، "معايير اللجنة المتحدة الدولية لاعتماد المستشفيات بين النظرية والتطبيق"، دار الإعلام للنشر، عمان، الأردن .
- أبو سنيّة ، هاشم "محمد رشيد " ٢٠١٠مأثر تطبيق معايير اللجنة المشتركة الدولية للاعتماد على جودة الخدمات المقدمة في المستشفيات الخاصة في عمان-الأردن ، رسالة دكتوراه مقدمة للأكاديمية العربية للعلوم المالية والمصرفية ، عمان ، الأردن .
- الطائي ، رعد عبد الله و قدارة ، عيسى ، ٢٠٠٨ ، إدارة الجودة الشاملة ، عمان ، الأردن .
- العزاوي، محمد عبد الوهاب ، ٢٠٠٢، أنظمة إدارة الجودة والبيئة، ISO 9000 & ISO 14000، الطبعة الأولى ، عمان ، دار وائل للطباعة.
- الفراج، أسامة (٢٠٠٩م). "تقييم جودة خدمات الرعاية الصحية في مستشفيات التعليم العالي في سورية من وجهة نظر المرضى: نموذج لقياس رضا المرضى"، مجلة جامعة دمشق للعلوم الاقتصادية والقانونية، المجلد الخامس والعشرين، العدد الثاني، دمشق، الجمهورية العربية السورية.
- Lai, J.Yu,(2006) ,Assessment of employees' perceptions of service quality and satisfaction with e-business, International Journal Human-Computer Studies, Vol.64,No.5, pp.926-938.
- Gorla, N., Somers,T.M.,Wong,B.,(2010), Organizational impact of system quality, information quality, and service quality,Journal of Strategic Information Systems Vol.19, No.3,pp. 207-228.

- McGilvray,D. ,(2008), Executing Data Quality Projects:Ten Steps to Quality Data and Trusted Information,(first Ed),Elsvier.
- Kassim Norizan, Abdullah, Nor Asiah (2010) "The effect of perceived service quality dimensions on customer satisfaction, trust, and loyalty in e-commerce settings: A cross cultural analysis", Asia Pacific Journal of Marketing and Logistics, Vol. 22 Iss: 3, pp.351 – 371.
 - Leu,Wan-Jin,D.B.A.,(2009) The relationship between web-based service quality and customer loyalty,Submitted to H. Wayne Huzenga School of Business and Entrepreneurship Nova Southeastern University.
 - Analysis of Customer Reviews of Securities Brokerage Services," International Journal of Service Industry Management, 15 (3), 302–326.
 - Aladwani, A. M., & Palvia, P. C.,(2002), Developing and validating an instrumentmeasuring user-perceived web quality. Information and Management, Vol.39, No.6, pp.467–476.
 - Mich, L., Franch M, & L, G. (2003), Evaluating and designing the quality of Web sites. Journal IEEE Multimedia, Vol. 10, No.1, pp, 34–43.
 - Quinn, James Brian, Thomas L. Doorley and Penny C. Paquette,(1990): Beyond Product: Service-based Strategy, HBR, Vol. (68), No.(2),pp58–67.

استبانة

السيد الفاضل:

تحية طيبة

أعدت هذه الاستبانة لغايات البحث العلمي، الذي يهدف إلى دراسة أثر الموقع الإلكتروني للمستشفيات الخاصة على استقطاب المرضى للعلاج في الأردن، وإنني إذ أضع بين أيديكم استبانة الدراسة لأرجو منكم الإجابة على فقراتها بدقة، وأؤكد لكم أن البيانات المقدمة منكم ستعامل بسرية، ولأغراض البحث العلمي فقط.

أولاً : البيانات الشخصية والوظيفية .

١-الجنس: ☐ ذكر ☐ أنثى

٢- العمر :

☐ أقل من ٢٥ سنة ☐ ٢٥ سنة إلى أقل من ٣٥ سنة
☐ ٣٥ سنة إلى أقل من ٤٥ سنة ☐ ٤٥ سنة فأكثر

٣- الجنسية

☐ دول الخليج العربي بما فيها العراق
☐ شمال أفريقيا (مصر، تونس، الجزائر، ليبيا، المغرب، الصومال....)
☐ بلاد الشام (سوريا، لبنان، فلسطين)
☐ أوروبي.
☐ آسيوي
☐ أمريكي
☐ روسي.

٤- هل دخلت الموقع الإلكتروني للمستشفى قبل قدومك للعلاج فيها؟

☐ نعم ☐ لا

الجزء الثاني : أرجو التكرم بوضع إشارة (√) أمام الإجابة التي تراها مناسبة

الرقم	العبارة	موافق بشدة	موافق	محايد	غير موافق	غير موافق بشدة
الشمولية						
١	يحتوي موقع المستشفى الإلكتروني على كافة شهادات المستشفى من اعتمادية دولية، وشهادات جودة وغيرها من الأمور التي تهم المرضى.					
٢	يحتوي الموقع الإلكتروني للمستشفى على تساؤلات المرضى التي تتكرر وإجاباتها.					
٣	يحتوي الموقع الإلكتروني على معلومات شاملة لكافة التساؤلات التي تجول بخاطر المريض.					
٤	تنتم المعلومات المتوفرة في الموقع الإلكتروني للمستشفى بشمولها على التفاصيل الدقيقة.					

الرقم	العبارة	موافق بشدة	موافق	محايد	غير موافق	غير موافق بشدة
حدائث المعلومات						
٥	تنتم المعلومات المتوفرة في الموقع الإلكتروني للمستشفى بالحدائث بشكل دائم.					
٦	يتم حذف المعلومات المتقدمة بشكل دوري في الموقع الإلكتروني للمستشفى.					
٧	يوفر موقع المستشفى الإلكتروني المعلومات الحديثة من أخبار وقرارات وتطوير.					

الرقم	العبارة	موافق بشدة	موافق	محايد	غير موافق	غير موافق بشدة
الجمالية						
٨	يتسم الموقع الإلكتروني بجمالية، وجاذبية مميزة في تصميمه					
٩	تنتم ألوان الموقع الإلكتروني للمستشفى بالتنسيق، والوضوح والتناسب.					
١٠	تنتم تصاميم الموقع الإلكتروني للمستشفى بجمالية الوصلات وتناسقها.					

دقة المعلومات						
الرقم	العبارة	موافق بشدة	موافق	محايد	غير موافق	غير موافق بشدة
١١	تتسم المعلومات المتوفرة في الموقع الإلكتروني للمستشفى بالدقة.					
١٢	المعلومات المتوفرة في الموقع الإلكتروني للمستشفى تتطابق مع ما يوجد على أرض الواقع بشكل كامل.					
١٣	تتسم المعلومات المتوفرة في الموقع الإلكتروني للمستشفى باحتوائها على تفاصيل دقيقة، وذات مصداقية عالية.					
الموثوقية						
١٤	يتعامل الموقع الإلكتروني للمستشفى مع المعلومات الخاصة بي بسرية					
١٥	أشعر بالأمان في تقديم معلومات خاصة بي على الموقع الإلكتروني للمستشفى					
١٦	أشعر بأن القائمين على الخدمات في الموقع الإلكتروني للمستشفى يفهمون طلبي بسهولة					
الاستجابة						
١٧	إن الموقع الإلكتروني للمستشفى يستجيب بشكل واضح لتساؤلات المرضى حول المستشفى.					
١٨	يمكن الاعتماد على الموقع الإلكتروني للمستشفى لمعرفة كل الإجراءات، والتكاليف حسب حالتني الصحية.					
١٩	يتمتع الموقع الإلكتروني للمستشفى بالقدرة على الرد بشكل سريع عن أي استفسار، أو سؤال حول كافة الأمور الخاصة والعامة.					
استقطاب المرضى						
٢٠	من الأمور التي تجذبني للعلاج في المستشفى هو موقعه الإلكتروني.					
٢١	من الأمور التي تجذبني للعلاج في المستشفى هو خدماته المتوفرة عبر موقعه الإلكتروني من حيث تزويدي بالخدمات والأسعار.					
٢٢	من الأمور التي تجذبني للعلاج في المستشفى هو تحلي موقعه الإلكتروني بمواصفات جذابة.					

الرقم	العبارة	موافق بشدة	موافق	محايد	غير موافق	غير موافق بشدة
ثالثاً : الرضا						
١٩	أشعر بالرضا عن الخدمات المقدمة في موقع المستشفى الإلكتروني					
٢٠	أشعر أن الموقع الإلكتروني للمستشفى يوفر خدمات تفوق عن الخدمات التقليدية المقدمة في الجامعات .					
٢١	أشعر بالرضا بسبب الإشباع المتحقق من المعلومات المتاحة في الموقع الإلكتروني					
٢٢	أشعر بالرضا عن خدمة التسجيل الإلكترونية في المستشفى.					