



جامعة قاصدي مرباح، ورقلة - الجزائر



كلية العلوم الاقتصادية والعلوم التجارية وعلوم التسيير

قسم العلوم التجارية

مذكرة مقدمة لاستكمال متطلبات شهادة الماستر أكاديمي

ميدان: العلوم الاقتصادية والعلوم التجارية وعلوم التسيير

تخصص: تسويق الخدمات

بعنوان:

أثر الكلمة المنطوقة على اختيار الخدمات الصحية من وجهة نظر المرضى

دراسة حالة: مستشفى الضياء (قسم النساء والتوليد) للفترة 2026

من إعداد: صياد تيمية

نوقشت وأجيزت علنا بتاريخ: 2026/ 05/21

أمام اللجنة المكونة من السادة:

أ/د. بن تفات عبد الحق أستاذ جامعة قاصدي مرباح ورقلة رئيسا

أ/د. غدير أحمد سليمة أستاذ محاضر أ جامعة قاصدي مرباح ورقلة مشرفا ومقررا

أ/د. السعيد السعيدة أستاذ جامعة قاصدي مرباح ورقلة مناقشا

السنة الجامعية: 2026/2025



جامعة قاصدي مرباح، ورقلة - الجزائر
كلية العلوم الاقتصادية والعلوم التجارية وعلوم التسيير
قسم العلوم التجارية



مذكرة مقدمة لاستكمال متطلبات شهادة الماستر أكاديمي
ميدان: العلوم الاقتصادية والعلوم التجارية وعلوم التسيير
تخصص: تسويق الخدمات

بعنوان:

أثر الكلمة المنطوقة على اختيار الخدمات الصحية من وجهة نظر المرضى
دراسة حالة: مستشفى الضياء (قسم النساء والتوليد) للفترة 2026

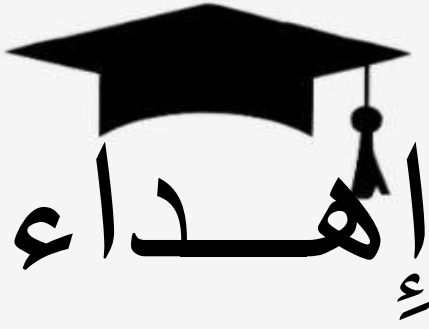
من إعداد: صياد تيمية

نوقشت وأجيزت علنا بتاريخ: 2026/ 05/21

أمام اللجنة المكونة من السادة:

أ/د. بن تفات عبد الحق	أستاذ	جامعة قاصدي مرباح ورقلة	رئيسا
أ/د. غدير أحمد سليمة	أستاذ محاضر	جامعة قاصدي مرباح ورقلة	مشرفا ومقررا
أ/د. السعيد السعيدية	أستاذ	جامعة قاصدي مرباح ورقلة	مناقشا

السنة الجامعية: 2026/2025



بعد مسيرة دراسية دامت سنوات حملت في طياتها الكثير من الصعوبات والمشقة والتعب،

ها انا اليوم أقف على عتبة تخرجي اقطف ثمار تعبي وارفع قبعتي بكل فخر،

فاللهم لك الحمد حتى ترضى ولك الحمد إذا رضيت ولك الحمد بعد الرضا،

لأنك وفقتني على إتمام هذا العمل وتحقيق حلمي ...

اهدي هذا النجاح الى نفسي

إلى من جعل الله الجنة تحت اقدامها واحتضني قلبها قبل يدها من كان دعائها سر قوتي ونجاحي،

إلى وهج حياتي "امي"

والى من شد الله بهم عضدي وكانوا خير معين "اخواني واختي"

لكل من كان عوناً وسنداً لي في هذا الطريق

اليوم اتممت اول ثمراته راجية من الله تعالى أن ينفعني بما علمني وأن يعلمني ما أجهل ويجعله حجة لي لا علي

تيمية

شكر و عرفان

" من لم يشكر الناس لم يشكر الله "

قبل كل شيء اشكر الله تعالى الذي بث فيا روح العمل والاجتهاد واعانني على إتمام هذا العمل المتواضع

اتقدم بجزيل الشكر والامتنان إلى الأستاذة المشرفة "غدير احمد سليمة"

لنصائحها وتوجيهاتها الى ما تخدم غاية البحث طوال المدة اللازمة فجزاها الله عني خير الجزاء

اشكر جميع أساتذة قسم العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير

واتقدم بشكر خاص إلى كل الطاقم الطبي لمستشفى الضياء على تعاونهم

الى كل من كان له بصمة أو كلمة أو دعوة

كما اتقدم بالشكر الخالص لأعضاء لجنة المناقشة مسبقا

شكرا جميعا

ملخص الدراسة

تهدف هذه الدراسة إلى تحليل أثر الكلمة المنطوقة (Word of Mouth) على اختيار الخدمات الصحية، من خلال دراسة حالة مستشفى الضياء بقسم النساء والتوليد. وقد اعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي التحليلي، حيث تم جمع البيانات من عينة مكونة من (60) مريضة باستخدام الاستبيان، مع التركيز على أبعاد الكلمة المنطوقة والمتمثلة في المصدر، المحتوى، الكثافة، والإيجابية والسلبية. وتوصلت الدراسة إلى وجود علاقة ارتباط ذات دلالة إحصائية بين الكلمة المنطوقة واختيار الخدمات الصحية، باستثناء بعد مصدر الكلمة المنطوقة الذي لم يظهر علاقة دالة إحصائية. كما بينت النتائج أن محتوى الكلمة المنطوقة وكثافتها وطابعها الإيجابي أو السلبي تؤثر بشكل مباشر على اختيار المريضات للخدمات الصحية، حيث تؤدي التجارب الإيجابية إلى زيادة الإقبال على المستشفى، بينما تدفع التجارب السلبية إلى العزوف عنه. كذلك أظهرت نتائج اختبار الفرضيات قبول الفرضية الرئيسية والفرضيات الفرعية المتعلقة بمحتوى الكلمة المنطوقة وكثافتها وإيجابيتها وسلبيتها، في حين لم يتم تأكيد العلاقة بالنسبة لبعد المصدر. كما تم قبول الفرضية المتعلقة بعدم وجود فروقات ذات دلالة إحصائية تعزى للمتغيرات الشخصية كالسن والحالة الاجتماعية والوضعية المهنية والمستوى التعليمي ومهنة الزوج. وأوصت الدراسة بضرورة اهتمام المؤسسات الصحية بتحسين جودة خدماتها وتعزيز تواصلها مع المرضى بما يساهم في نشر تجارب إيجابية تدعم سمعتها وتنافسيتها..

الكلمات المفتاحية: كلمة منطوقة، خدمات صحية، مستشفى الضياء،

Abstract:

This study aims to analyze the impact of Word of Mouth on the selection of health services, through a case study of El-Dhiya Hospital in the obstetrics and gynecology department. The study adopted the descriptive analytical approach, where data were collected from a sample of (60) patients using a questionnaire, focusing on the dimensions of word of mouth, namely source, content, intensity, and its positive and negative aspects.

The study found a statistically significant correlation between word of mouth and the selection of health services, except for the “source” dimension, which did not show a statistically significant relationship. The results also showed that the content, intensity, and positive or negative nature of word of mouth have a direct impact on patients’ choice of health services, where positive experiences increase the demand for the hospital, while negative experiences lead to avoidance. Furthermore, hypothesis testing results confirmed the acceptance of the main hypothesis and the sub-hypotheses related to content, intensity, and positivity/negativity of word of mouth, while the relationship regarding the source dimension was not confirmed. The hypothesis related to the absence of statistically significant differences according to personal variables such as age, marital status, professional status, educational level, and spouse’s occupation was also accepted. The study recommended that health institutions should focus on improving service quality and enhancing communication with patients in order to promote positive experiences that strengthen their reputation and competitiveness

Keywords: Word of Mouth, Health Services, El Dhiya Hospital.

القوائم

قائمة المحتويات

الصفحة	العنوان
I	اهداء
II	شكر وعرفان
III	ملخص
IV	قائمة المحتويات
VI	قائمة الاشكال البيانية
VII	قائمة الجداول
VIII	قائمة الرموز والاختصارات
IX	قائمة الملاحق
أ-د	مقدمة
الفصل الأول: الأدبيات النظرية والتطبيقية للكلمة المنطوقة واختيار الخدمات الصحية	
01	تمهيد
02	المبحث الأول: الأدبيات النظرية للكلمة المنطوقة واختيار الخدمات الصحية
13	المبحث الثاني: الدراسات السابقة
20	خلاصة الفصل
الفصل الثاني: الدراسة الميدانية	
22	تمهيد
23	المبحث الأول: الطريقة والأدوات المستخدمة في الدراسة
26	المبحث الثاني: عرض ومناقشة النتائج
51	خلاصة الفصل
53	خاتمة
57	المراجع والمصادر
62	الملاحق
71	الفهرس

قائمة الجداول

رقم الجدول	العنوان	الصفحة
1-1	أوجه التشابه والاختلاف بين الدراسات السابقة والدراسة الحالية	16
1-2	تقسيمات محاور وأبعاد الاستبيان	22
2-2	درجات الموافقة حسب مقياس ليكارت الخماسي	23
3-2	معامل ألفا كرونباخ لأداة الدراسة	24
4-2	توزيع عينة الدراسة حسب متغير السن	24
5-2	توزيع عينة الدراسة حسب المستوى التعليمي	25
6-2	توزيع عينة الدراسة حسب الحالة الاجتماعية	26
7-2	توزيع عينة الدراسة حسب الوضعية المهنية	27
8-2	توزيع عينة الدراسة حسب مهنة الزوج	28
9-2	نتائج تحليل إجابات أفراد العينة على عبارات البعد الأول " مصدر الكلمة المنطوقة "	29
10-2	نتائج تحليل إجابات أفراد العينة على عبارات البعد الثاني "محتوى الكلمة المنطوقة "	30
11-2	نتائج تحليل إجابات أفراد العينة على عبارات البعد الثالث "كثافة الكلمة المنطوقة"	31
12-2	نتائج تحليل إجابات أفراد العينة على عبارات البعد الرابع "إيجابية وسلبية الكلمة المنطوقة"	32
13-2	نتائج تحليل إجابات أفراد العينة على عبارات المحور الثاني " اختيار الخدمات الصحية"	33
14-2	اختبار التوزيع الطبيعي للبيانات	37
15-2	نتائج اختبار العلاقة بين متغيرات الدراسة (الفرضية الأولى)	40
16-2	نتائج اختبار الفرضيات الثانية الثالثة الرابعة الخامسة	41
17-2	نتائج اختبار الفرضية السادسة	42

قائمة الاشكال البيانية

الصفحة	العنوان	رقم الشكل
25	متغيرات الدراسة	1-2
26	التمثيل البياني لتوزيع عينة الدراسة حسب السن	2-2
27	التمثيل البياني لتوزيع عينة الدراسة حسب المستوى التعليمي	3-2
28	التمثيل البياني لتوزيع عينة الدراسة حسب الحالة الاجتماعية	4-2
29	التمثيل البياني لتوزيع عينة الدراسة حسب للوضعية المهنية	5-2
30	التمثيل البياني لتوزيع عينة الدراسة حسب مهنة الزوج	6-2

قائمة الملاحق

الصفحة	البيان	الملحق رقم
62	استمارة استبيان الدراسة	01
65	جدول يوضح قائمة الأساتذة المحكمين لاستمارة الاستبيان	02
65	قياس صدق وثبات أداة الدراسة (معامل ألفا كرونباخ)	03
66	نتائج توزيع عينة الدراسة	04
67	نتائج الاتجاه العام لإجابات عينة الدراسة	05
68	نتائج اختبار صحة الفرضيات	06

مقدمة

توطئة

يُعدّ قطاع الخدمات الصحية من أهم القطاعات الحيوية التي تمس حياة الأفراد بشكل مباشر، حيث يتطلب اتخاذ قرارات دقيقة وحذرة نظرًا لطبيعة هذه الخدمات التي ترتبط بصحة الإنسان وسلامته. وفي ظل تعدد المؤسسات الصحية وتنوع الخدمات المقدمة، أصبح المريض يواجه صعوبة في تقييم جودة الخدمة قبل الاستفادة منها، مما يدفعه إلى البحث عن مصادر معلومات تساعد في اتخاذ القرار المناسب.

وتبرز في هذا السياق الكلمة المنطوقة كأحد أهم مصادر المعلومات غير الرسمية التي يعتمد عليها الأفراد، سواء من خلال التجارب المباشرة للآخرين أو عبر التقييمات المنتشرة في البيئة الرقمية. حيث تلعب دورًا كبيرًا في تشكيل الانطباعات وتوجيه سلوك الأفراد نحو اختيار مؤسسة صحية معينة دون غيرها، خاصة في ظل ارتفاع مستوى المخاطرة المرتبط بالخدمات الصحية.

وبناءً على ذلك، تأتي هذه الدراسة لتسليط الضوء على تأثير الكلمة المنطوقة على اختيار الخدمات الصحية، من خلال دراسة ميدانية على مستوى مستشفى الضياء بورقلة - قسم النساء والتوليد، بهدف فهم مدى تأثير هذا المتغير في توجيه قرارات المرضى.

أ- طرح الإشكالية

في ظل التنافس المتزايد بين المؤسسات الصحية، وتعدد الخيارات أمام المرضى، أصبحت عملية اختيار الخدمات الصحية تعتمد على مجموعة من العوامل، من أبرزها الكلمة المنطوقة التي تُعد مصدرًا مهمًا للمعلومات والتجارب. غير أن التساؤل المطروح يتمثل في مدى تأثير هذه الكلمة على قرارات المرضى في اختيار المؤسسة الصحية، خاصة في بيئة محلية كالمستشفيات الجزائرية.

وعليه يمكن صياغة الإشكالية الرئيسية للدراسة كما يلي:

__ ما مدى أثر الكلمة المنطوقة على اختيار الخدمات الصحية من وجهة نظر المرضى لقسم النساء والتوليد في مستشفى الضياء؟

ب- الأسئلة الفرعية

- 1- هل توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين الكلمة المنطوقة واختيار الخدمات الصحية من وجهة نظر المرضى بقسم النساء والتوليد بمستشفى الضياء ورقلة؟
- 2- هل يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لمصدر الكلمة المنطوقة على اختيار الخدمات الصحية من وجهة نظر المرضى في مستشفى الضياء (قسم النساء والتوليد)؟
- 3- هل يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لمحتوى الكلمة المنطوقة على اختيار الخدمات الصحية من وجهة نظر المرضى في مستشفى الضياء (قسم النساء والتوليد)؟
- 4- هل يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لكثافة الكلمة المنطوقة على اختيار الخدمات الصحية من وجهة نظر المرضى في مستشفى الضياء (قسم النساء والتوليد)؟

- 5- هل يوجد اثر ذو دلالة احصائية لإيجابية وسلبية الكلمة المنطوقة على اختيار الخدمات الصحية من وجهة نظر المرضى في مستشفى الضياء (قسم النساء والتوليد) ؟
- 6- هل يوجد فروق ذات دلالة احصائية لإجابات أفراد العينة حول اثر الكلمة المنطوقة على اختيار الخدمات الصحية تعزى للمتغيرات الشخصية؟

ت- الفرضيات

من خلال الاشكاليات السابقة يمكننا طرح الفرضيات التالية:

- 1- توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين الكلمة المنطوقة واختيار الخدمات الصحية من وجهة نظر المرضى بقسم النساء والتوليد بمستشفى الضياء ورقلة؛
- 2- يوجد أثر ذو دلالة إحصائية بين مصدر الكلمة المنطوقة واختيار الخدمات الصحية من وجهة نظر المرضى بقسم النساء والتوليد بمستشفى الضياء ورقلة ؛
- 3- يوجد أثر ذو دلالة إحصائية بين محتوى الكلمة المنطوقة واختيار الخدمات الصحية من وجهة نظر المرضى بقسم النساء والتوليد بمستشفى الضياء ورقلة ؛
- 4- يوجد أثر ذو دلالة إحصائية بين كثافة الكلمة المنطوقة واختيار الخدمات الصحية من وجهة نظر المرضى بقسم النساء والتوليد بمستشفى الضياء ورقلة ؛
- 5- يوجد أثر ذو دلالة إحصائية بين إيجابية وسلبية الكلمة المنطوقة واختيار الخدمات الصحية من وجهة نظر المرضى بقسم النساء والتوليد بمستشفى الضياء ورقلة ؛
- 6- لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية في إجابات أفراد العينة حول أثر الكلمة المنطوقة على اختيار الخدمات الصحية تعزى للمتغيرات الشخصية (السن، المستوى التعليمي، الوضعية المهنية، الحالة الاجتماعية ، مهنة الزوج).

ث- أهمية وأهداف الدراسة

الأهمية العلمية

- تسليط الضوء على موضوع الكلمة المنطوقة باعتباره من المواضيع الحديثة ذات الأهمية في مجال التسويق الصحي؛
- إثراء الجانب النظري المتعلق بالعلاقة بين الكلمة المنطوقة واختيار الخدمات الصحية؛
- المساهمة في توضيح أبعاد الكلمة المنطوقة وتأثيرها على سلوك المرضى وقراراتهم الصحية؛
- توفير مرجع علمي يمكن الاستفادة منه في الدراسات المستقبلية المرتبطة بالتسويق الصحي وسلوك المستهلك الصحي؛
- دعم المكتبة الجامعية العربية بدراسة تجمع بين متغيري الكلمة المنطوقة والخدمات الصحية؛

الأهمية العملية

- مساعدة المؤسسات الصحية على فهم تأثير تجارب المرضى في تكوين السمعة والصورة الذهنية للمؤسسة الصحية .
- تمكين إدارات المؤسسات الصحية من تحسين جودة خدماتها بما يساهم في تعزيز الكلمة المنطوقة الإيجابية؛
- توجيه القائمين على المؤسسات الصحية إلى أهمية رضا المرضى في استقطاب مرضى جدد والمحافظة على المرضى الحاليين؛
- المساهمة في وضع استراتيجيات تسويقية فعالة تعتمد على تحسين تجربة المريض؛
- تقديم نتائج وتوصيات عملية يمكن الاستفادة منها في تطوير أداء المؤسسات الصحية وزيادة قدرتها التنافسية؛

أهداف الدراسة:

- معرفة الكلمة المنطوقة وأهميتها في المجال الصحي؛
- معرفة أثر مصدر الكلمة المنطوقة على اختيار الخدمات الصحية في مستشفى الضياء؛
- معرفة أثر محتوى الكلمة المنطوقة على اختيار الخدمات الصحية في مستشفى الضياء؛
- معرفة أثر كثافة الكلمة المنطوقة على اختيار الخدمات الصحية في مستشفى الضياء؛
- معرفة أثر إيجابية وسلبية الكلمة المنطوقة على اختيار الخدمات الصحية في مستشفى الضياء؛

ج- مبررات ودوافع اختيار الموضوع

- المبررات الموضوعية للدراسة:
- تزايد أهمية الكلمة المنطوقة كوسيلة مؤثرة في توجيه قرارات المرضى واختيارهم للمؤسسات الصحية؛
- اشتداد المنافسة بين المؤسسات الصحية مما يفرض ضرورة الاهتمام بآراء المرضى وتجاربهم؛
- أهمية تحسين جودة الخدمات الصحية لتحقيق رضا المرضى وتعزيز السمعة الإيجابية للمؤسسات الصحية؛
- قلة الدراسات العربية والمحلية التي تناولت العلاقة بين الكلمة المنطوقة واختيار الخدمات الصحية؛
- حاجة المؤسسات الصحية إلى نتائج علمية تساعد على وضع استراتيجيات فعالة لتحسين خدماتها وكسب ثقة المرضى .

المبررات الذاتية للدراسة:

- اهتمام الباحثة بموضوع الكلمة المنطوقة ودورها في التأثير على سلوك الأفراد واختياراتهم الصحية؛
- الرغبة في التعمق في مجال التسويق الصحي باعتباره من المجالات الحديثة والمهمة؛
- ملاحظة الباحثة لاعتماد الكثير من المرضى على آراء وتجارب الآخرين عند اختيار الخدمات الصحية؛
- الميل الشخصي لدراسة المواضيع المرتبطة بجودة الخدمات الصحية وتحسين تجربة المريض؛
- السعي إلى اكتساب معرفة علمية ومنهجية في مجال البحث العلمي والتسويق الصحي .

ح- حدود الدراسة

- الحدود المكانية: مستشفى الضياء بورقلة – قسم النساء والتوليد
- الحدود الزمانية: الفترة الزمنية الممتدة من 19 افريل الى 3 ماي 2026
- الحدود الموضوعية: دراسة تأثير الكلمة المنطوقة على اختيار الخدمات الصحية
- الحدود البشرية: تمت الدراسة على عينة من المريضات بقسم النساء والتوليد بمستشفى الضياء،

خ- منهج الدراسة

اعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي التحليلي، حيث تم وصف متغيرات الدراسة وتحليل العلاقة بينها، مع استخدام أداة الاستبيان لجمع البيانات من عينة الدراسة، وتحليلها باستخدام الأساليب الإحصائية المناسبة.

كما تم الاعتماد على استمارة الاستبيان وبرنامج التحليل الاحصائي SPSS كأدوات للدراسة

د- صعوبات الدراسة

- صعوبة الحصول على عدد كافٍ من المشاركين في الاستبيان؛
- محدودية الوقت المخصص لإنجاز الدراسة؛
- نقص المراجع المتخصصة في البيئة المحلية؛
- صعوبة التحكم في صدق إجابات بعض المبحوثين

ر- تقسيمات الدراسة

تم تقسيم الدراسة الى جانبين؛ الفصل الاول للجانب النظري والفصل الثاني للجانب التطبيقي وفق الخطة التالية:

للـ الفصل الأول: الأدبيات النظرية والتطبيقية للكلمة المنطوقة واختيار الخدمات الصحية

➤ المبحث الأول: الأدبيات النظرية للكلمة المنطوقة واختيار الخدمات الصحية

➤ المبحث الثاني: الدراسات السابقة

للـ الفصل الثاني: الدراسة الميدانية

➤ المبحث الأول: الطريقة والأدوات المستخدمة في الدراسة

➤ المبحث الثاني: عرض ومناقشة النتائج

الفصل الاول: الأدبيات النظرية والتطبيقية للكلمة
المنطوقة واختيار الخدمات الصحية.

تمهيد:

يتناول هذا الفصل الأدبيات النظرية المتعلقة بمتغيري الكلمة المنطوقة واختيار الخدمات الصحية، من خلال التطرق إلى أهم المفاهيم والأسس النظرية المرتبطة بهما، إضافة إلى عرض وتحليل مجموعة من الدراسات السابقة ذات الصلة بموضوع الدراسة، قصد الاستفادة منها في بناء الإطار النظري وتحديد أوجه التشابه والاختلاف مع الدراسة الحالية؛ حيث تم تقسيمه إلى مبحثين:

المبحث الأول: الأدبيات النظرية للكلمة المنطوقة واختيار الخدمات الصحية؛

المبحث الثاني: الدراسات السابقة.

المبحث الأول: الأدبيات النظرية للكلمة المنطوقة واختيار الخدمات الصحية

يُعنى هذا المبحث بتقديم الأسس النظرية لمتغيري الدراسة، حيث يتم التطرق إلى المفاهيم الأساسية للكلمة المنطوقة والعوامل المؤثرة فيها، إضافة إلى مفهوم اختيار الخدمات الصحية ومحدداته، مع إبراز العلاقة التي تربط بين هذين المتغيرين في سياق الخدمات الصحية.

المطلب الأول: الإطار النظري للكلمة المنطوقة (Word of Mouth)

يتناول هذا المطلب المفاهيم الأساسية المرتبطة بالكلمة المنطوقة، من خلال تعريفها وبيان خصائصها وأنواعها، إضافة إلى إبراز أهميتها خاصة في قطاع الخدمات الصحية، باعتبارها من أهم وسائل التأثير على سلوك الأفراد.

الفرع الأول: مفهوم الكلمة المنطوقة

1. تعريف الكلمة المنطوقة لغةً واصطلاحاً

تُعرّف الكلمة المنطوقة لغةً بأنها كل ما يُتلفظ به الإنسان من ألفاظ وتعبيرات شفوية بقصد التواصل مع الآخرين ونقل الأفكار أو المشاعر. فهي ترتبط أساساً بعملية النطق والإفصاح عن المعاني بواسطة الكلام المباشر.

أما اصطلاحاً، فالكلمة المنطوقة تشير إلى تبادل الآراء والمعلومات بين الأفراد بشكل شفهي وغير رسمي، وغالباً ما يكون هذا التبادل عفويّاً وغير مدفوع، ويعكس تجارب شخصية أو انطباعات ذاتية تجاه موضوع معين، سواء كان منتجاً أو خدمة أو مؤسسة¹

2. تعريف الكلمة المنطوقة في المجال التسويقي والخدمي

في المجال التسويقي، تُعرّف الكلمة المنطوقة (Word of Mouth) بأنها عملية نقل المعلومات والتجارب المتعلقة بمنتج أو خدمة من مستهلك إلى آخر، بشكل غير رسمي، دون تدخل مباشر من المؤسسة. وتُعد من أكثر أدوات التأثير فعالية، نظراً لارتفاع مستوى المصداقية والثقة بين الأفراد².

أما في المجال الخدمي، فتأخذ الكلمة المنطوقة أهمية أكبر، نظراً لعدم ملموسية الخدمات، حيث يعتمد المستهلك بدرجة كبيرة على تجارب الآخرين لتقييم جودة الخدمة قبل اتخاذ القرار. وبالتالي، فإن الكلمة المنطوقة تُساهم في تشكيل الصورة الذهنية للمؤسسة وتعزيز أو إضعاف نية الشراء لدى العملاء³.

3. الفرق بين الكلمة المنطوقة التقليدية والإلكترونية

يمكن التمييز بين الكلمة المنطوقة التقليدية والإلكترونية من خلال عدة جوانب:

• من حيث الوسيلة:

الكلمة المنطوقة التقليدية تتم وجهاً لوجه أو عبر الاتصال المباشر، بينما الإلكترونية تتم عبر الإنترنت ومنصات التواصل الاجتماعي .

¹ ابن منظور، لسان العرب، دار صادر، بيروت، (د.ت)، ص 512 .

² Philip Kotler & Kevin Keller, *Marketing Management*, Pearson Education, 15th Edition, 2016, p. 645.

³ Lovelock, Christopher & Wirtz, Jochen, *Services Marketing*, Pearson, 7th Edition, 2011, p. 230.

• من حيث الانتشار:

التقليدية محدودة النطاق وتنتقل بين عدد قليل من الأفراد، في حين أن الإلكترونية واسعة الانتشار ويمكن أن تصل إلى جمهور كبير في وقت قصير .

• من حيث السرعة:

التقليدية بطيئة نسبياً، أما الإلكترونية فهي سريعة الانتشار والتداول .

• من حيث التأثير:

التقليدية تعتمد على العلاقات الشخصية القوية، بينما الإلكترونية تعتمد على حجم التفاعل وعدد المستخدمين، وقد تكون أكثر تأثيراً بسبب انتشارها الكبير.⁴

الفرع الثاني: أهمية الكلمة المنطوقة في قطاع الخدمات الصحية

تكتسب الكلمة المنطوقة أهمية خاصة في قطاع الخدمات الصحية، نظراً لطبيعة هذه الخدمات التي تتسم بالحساسية وصعوبة التقييم المسبق، حيث يعتمد المرضى بشكل كبير على تجارب وآراء الآخرين قبل اتخاذ قرار اختيار المؤسسة الصحية المناسبة.⁵

وتبرز أهمية الكلمة المنطوقة في كونها وسيلة فعالة لبناء الثقة بين المرضى والمؤسسات الصحية، إذ يميل الأفراد إلى تصديق توصيات الأقارب والأصدقاء أكثر من الرسائل الإعلانية، خاصة عندما يتعلق الأمر بصحتهم وسلامتهم، مما يجعلها عنصراً حاسماً في تشكيل القرارات الصحية.⁶

كما تساهم الكلمة المنطوقة في تكوين صورة ذهنية عن المؤسسة الصحية، سواء كانت هذه الصورة إيجابية أو سلبية، حيث تؤثر التجارب المتناقلة بين الأفراد على سمعة المستشفى أو العيادة، وهو ما ينعكس مباشرة على مستوى الإقبال عليها.⁷

وتلعب أيضاً دوراً مهماً في تقليل المخاطر المدركة لدى المرضى، حيث يشعر الفرد بدرجة أكبر من الاطمئنان عندما يعتمد في قراره على تجارب سابقة لأشخاص آخرين، مما يساعده على تجاوز حالة القلق المرتبطة باختيار الخدمة الصحية.⁸

وفي ظل التطور التكنولوجي، ازدادت أهمية الكلمة المنطوقة من خلال الوسائط الإلكترونية، حيث أصبح المرضى يعتمدون على تقييمات وآراء المستخدمين عبر الإنترنت، مما يوسع من دائرة التأثير ويجعل سمعة المؤسسات الصحية أكثر عرضة للتشكل السريع، سواء بالإيجاب أو السلب.⁹

⁴ Chaffey, Dave et al., *Digital Marketing*, Pearson, 6th Edition, 2016, p. 189.

⁵ فيليب كوتلر، سلوك المستهلك، دار المسيرة للنشر، الأردن، 2006، ص 260

⁶ ليون شيفمان، إدارة العلامة التجارية، دار وائل للنشر، الأردن، 2012، ص 235

⁷ كيفن كيلر، إدارة العلامة التجارية، دار وائل للنشر، الأردن، 2010، ص 190

⁸ وليم ستانتون، مبادئ التسويق، دار النهضة العربية، مصر، 2004، ص 320

⁹ ديف شافي، التسويق الإلكتروني، دار الفاروق للنشر، مصر، 2015، ص 118

الفرع الثالث: أنواع الكلمة المنطوقة وابعادها

1- أنواع الكلمة المنطوقة

تتنوع الكلمة المنطوقة حسب طبيعة الرسائل المنقولة ومضمونها، حيث يمكن تصنيفها إلى عدة أنواع رئيسية، لكل منها تأثير مختلف على سلوك المستهلك وقراراته، خاصة في مجال الخدمات.

يُعدّ النوع الأول هو **الكلمة المنطوقة الإيجابية**، والتي تتمثل في نقل تجارب وآراء إيجابية حول خدمة أو مؤسسة معينة، حيث يقوم الأفراد بالتوصية بها للآخرين نتيجة رضاهم عن مستوى الخدمة المقدمة، مما يساهم في تحسين صورة المؤسسة وزيادة الإقبال عليها¹⁰

أما **الكلمة المنطوقة السلبية**، فهي تشير إلى نقل تجارب غير مرضية أو انطباعات سلبية عن خدمة معينة، وتُعد من أخطر أنواع الكلمة المنطوقة، نظرًا لتأثيرها الكبير في تثبيط رغبة الآخرين في التعامل مع المؤسسة، حيث يميل الأفراد إلى إعطاء أهمية أكبر للتجارب السلبية مقارنة بالإيجابية¹¹.

ويُضاف إلى ذلك **الكلمة المنطوقة المحايدة**، والتي تتضمن نقل معلومات أو تجارب دون إبداء رأي واضح بالإيجاب أو السلب، حيث يقتصر دورها على تزويد الآخرين بالمعطيات، دون التأثير المباشر على قراراتهم، إلا أنها قد تساهم بشكل غير مباشر في تكوين صورة عامة عن الخدمة¹².

وفي ظل التطور التكنولوجي، ظهر نوع حديث يُعرف بـ **الكلمة المنطوقة الإلكترونية (E-WOM)**، والتي تتم عبر الوسائط الرقمية مثل مواقع التواصل الاجتماعي ومنصات التقييم، حيث يقوم المستخدمون بمشاركة تجاربهم وآرائهم على نطاق واسع، مما يزيد من سرعة انتشار المعلومات ويضعف من تأثيرها مقارنة بالكلمة المنطوقة التقليدية¹³.

كما يمكن التمييز بين **الكلمة المنطوقة المباشرة**، التي تتم من خلال الاتصال الشخصي وجهًا لوجه، و**الكلمة المنطوقة غير المباشرة** التي تنتقل عبر وسائط مختلفة كالهاتف أو الإنترنت، حيث تختلف درجة التأثير بينهما تبعًا لطبيعة العلاقة بين الأطراف ووسيلة الاتصال المستخدمة¹⁴.

2- ابعاد الكلمة المنطوقة

● مصدر الكلمة المنطوقة

يقصد بمصدر الكلمة المنطوقة الجهة أو الشخص الذي يقوم بنقل المعلومة أو التجربة إلى الآخرين. ويُعد هذا البعد من أكثر العوامل تأثيراً، حيث تزداد مصداقية الكلمة المنطوقة عندما يكون مصدرها شخصاً موثقاً مثل الأصدقاء أو العائلة أو ذوي الخبرة.

¹⁰ فيليب كوتلر، مرجع سابق، 2006، ص 252

¹¹ ليون شيفمان، مرجع سابق، 2012، ص 230

¹² وليم ستانتون، مبادئ التسويق، دار النهضة العربية، مصر، 2004، ص 318

¹³ ديف شافي، التسويق الإلكتروني، دار الفاروق للنشر، مصر، 2015، ص 110

¹⁴ كيفن كيلر، مرجع سابق، 2010، ص 185

كما أن مصدر المعلومات يلعب دوراً في تحديد مدى قبول الرسالة، فالمستهلك يميل إلى تصديق المعلومات الصادرة عن مصادر محايدة أو ذات خبرة مقارنة بالمصادر التجارية.¹⁵

● محتوى الكلمة المنطوقة

يشير محتوى الكلمة المنطوقة إلى طبيعة المعلومات أو الرسالة التي يتم تداولها بين الأفراد، سواء كانت معلومات عن جودة المنتج، السعر، التجربة الشخصية، أو مستوى الخدمة. ويُعد المحتوى عاملاً أساسياً في التأثير على القرار الشرائي، حيث كلما كان المحتوى واضحاً ومفصلاً ويعكس تجربة حقيقية، زادت قدرته على الإقناع والتأثير في المتلقي.¹⁶

● كثافة الكلمة المنطوقة

تعني كثافة الكلمة المنطوقة عدد المرات التي يتم فيها تداول المعلومات حول منتج أو خدمة معينة، وكذلك عدد الأفراد الذين يتبادلون هذه المعلومات.

فكلما زادت كثافة الكلمة المنطوقة، زاد انتشارها وتعاظم تأثيرها على المستهلكين، خاصة إذا تكررت الرسالة من مصادر متعددة، مما يعزز من مصداقيتها ويؤدي إلى ترسيخها في أذهان المستهلكين.¹⁷

● إيجابية وسلبية الكلمة المنطوقة

تأخذ الكلمة المنطوقة اتجاهين أساسيين:

الكلمة المنطوقة الإيجابية:

تتمثل في نقل تجارب جيدة وانطباعات إيجابية حول منتج أو خدمة، مما يساهم في تحسين صورة المؤسسة وزيادة الطلب عليها .

الكلمة المنطوقة السلبية:

تعكس تجارب غير مرضية أو شكاوى من المنتج أو الخدمة، وقد يكون لها تأثير أكبر من الإيجابية، نظراً لسرعة انتشارها وقوة تأثيرها في تقليل الثقة لدى المستهلكين .

ويُعد هذا البعد من أخطر الأبعاد، حيث يمكن للكلمة المنطوقة السلبية أن تؤثر بشكل كبير على سمعة المؤسسة وأدائها في السوق.¹⁸

¹⁵ Kotler, Philip & Keller, Kevin Lane, *Marketing Management*, Pearson Education, 15th Edition, 2016, p. 646.

¹⁶ Solomon, Michael R., *Consumer Behavior: Buying, Having, and Being*, Pearson, 12th Edition, 2017, p. 385.

¹⁷ East, Robert et al., *Word of Mouth Marketing*, Oxford University Press, 2008, p. 42.

¹⁸ Buttle, Francis A., "Word of Mouth: Understanding and Managing Referral Marketing", *Journal of Strategic Marketing*, Vol. 6, 1998, p. 245.

الفرع الرابع: العوامل المؤثرة في الكلمة المنطوقة

يركز هذا المطلب على تحليل أهم العوامل التي تساهم في تكوين الكلمة المنطوقة، مثل جودة الخدمة الصحية، رضا المرضى، الثقة، وتجربة المريض، والتي تلعب دوراً مهماً في تحديد طبيعة المعلومات المتداولة بين الأفراد.

1: جودة الخدمة الصحية

تُعد جودة الخدمة الصحية من أهم العوامل المؤثرة في تشكيل الكلمة المنطوقة، حيث تلعب دوراً أساسياً في تحديد مدى رضا المرضى واستعدادهم لنقل تجاربهم إلى الآخرين، سواء بشكل إيجابي أو سلبي، فكلما ارتفع مستوى جودة الخدمة، زادت احتمالية انتشار الكلمة المنطوقة الإيجابية¹⁹.

وتُعرف جودة الخدمة الصحية بأنها قدرة المؤسسة الصحية على تقديم خدمات تلبي احتياجات المرضى وتوقعاتهم، من خلال توفير رعاية صحية آمنة وفعالة وفي الوقت المناسب، وهو ما ينعكس مباشرة على تقييم المرضى للخدمة المقدمة²⁰.

وتتجلى جودة الخدمة الصحية من خلال عدة أبعاد أساسية، من بينها البعد الملموس الذي يشمل التجهيزات الطبية والنظافة، وبعد الاعتمادية الذي يعكس قدرة المؤسسة على تقديم الخدمة بدقة وثبات، بالإضافة إلى بعد الاستجابة الذي يتعلق بسرعة تقديم الخدمة، وبعد الأمان الذي يعبر عن ثقة المرضى في الكفاءة الطبية، وأخيراً بعد التعاطف الذي يعكس اهتمام الطاقم الطبي بالمريض²¹.

وتؤثر هذه الأبعاد بشكل مباشر على سلوك المرضى، حيث تؤدي الجودة المرتفعة إلى خلق تجارب إيجابية تدفع المرضى إلى مشاركة آرائهم الجيدة مع الآخرين، مما يعزز من سمعة المؤسسة الصحية، في حين أن تدني الجودة يؤدي إلى نشر تجارب سلبية قد تضر بصورة المؤسسة²².

كما أن جودة الخدمة الصحية تساهم في بناء علاقات طويلة الأمد مع المرضى، حيث يشعر المريض بالثقة والرضا، مما يجعله أكثر ولاءً للمؤسسة وأكثر ميلاً للتوصية بها للآخرين، وهو ما يعزز من قوة الكلمة المنطوقة الإيجابية²³.

2: رضا المرضى

يُعد رضا المرضى من أهم العوامل المؤثرة في الكلمة المنطوقة، حيث يعكس مدى تطابق أداء الخدمة الصحية مع توقعات المرضى، ويؤدي دوراً حاسماً في تحديد طبيعة الرسائل التي ينقلونها إلى الآخرين، سواء كانت إيجابية أو سلبية²⁴.

¹⁹ فيليب كوتلر، مرجع سابق، 2006، ص 265

²⁰ دونايديان، تقييم جودة الرعاية الصحية، جامعة هارفارد، الولايات المتحدة الأمريكية، 1988، ص 174

²¹ باراسورامان وزملاؤه، نموذج SERVQUAL لقياس جودة الخدمة، مجلة أبحاث التسويق، الولايات المتحدة الأمريكية، 1985، ص 45

²² ليون شيفمان، مرجع سابق، 2012، ص 240

²³ كيفن كيلر، إدارة العلامة التجارية، دار وائل للنشر، الأردن، 2010، ص 195

²⁴ فيليب كوتلر، مرجع سابق، 2006، ص 270

ويُعرّف رضا المرضى بأنه الحالة النفسية التي يشعر بها المريض نتيجة مقارنة توقعاته المسبقة عن الخدمة الصحية بالأداء الفعلي الذي تلقاه، فإذا فاق الأداء توقعاته تحقق الرضا، أما إذا كان أقل من المتوقع فإن ذلك يؤدي إلى عدم الرضا²⁵.

ويعتبر رضا المرضى عنصراً أساسياً في تقييم جودة الخدمات الصحية، حيث يعتمد المرضى في أحكامهم على عدة جوانب مثل كفاءة الطاقم الطبي، أسلوب التعامل، مدة الانتظار، ومستوى الرعاية المقدمة، وكلها عوامل تؤثر في تكوين تجربتهم الكلية²⁶.

كما يرتبط رضا المرضى ارتباطاً وثيقاً بالكلمة المنطوقة، حيث يميل المرضى الراضون إلى مشاركة تجاربهم الإيجابية والتوصية بالمؤسسة الصحية للآخرين، مما يساهم في تعزيز سمعتها وزيادة الإقبال عليها، في حين أن المرضى غير الراضين غالباً ما ينقلون تجاربهم السلبية بشكل أوسع، مما قد يؤثر سلباً على صورة المؤسسة²⁷.

وتكمن أهمية رضا المرضى أيضاً في كونه يعزز من ولاء المريض للمؤسسة الصحية، حيث يصبح أكثر ميلاً للعودة إليها في المستقبل، بالإضافة إلى استعداده للدفاع عنها والتوصية بها، وهو ما يقوي من تأثير الكلمة المنطوقة الإيجابية²⁸.

وفي ظل المنافسة المتزايدة في قطاع الخدمات الصحية، تسعى المؤسسات إلى تحقيق مستويات عالية من رضا المرضى، لما لذلك من دور في تحسين أدائها وتعزيز صورتها الذهنية، من خلال تشجيع المرضى على نقل تجارب إيجابية تساهم في جذب مرضى جدد²⁹.

3: الثقة في المؤسسة الصحية

تُعدّ الثقة في المؤسسة الصحية من العوامل الأساسية التي تؤثر في تكوين الكلمة المنطوقة، حيث تمثل الأساس الذي يبنى عليه المريض قراراته المتعلقة باختيار الخدمات الصحية، خاصة في ظل ارتفاع درجة عدم التأكد المرتبطة بهذا النوع من الخدمات³⁰.

وتُعرف الثقة في المؤسسة الصحية بأنها اعتقاد المريض بقدرة المؤسسة على تقديم خدمات صحية ذات جودة عالية، مع الالتزام بالمعايير المهنية والأخلاقية، بما يضمن سلامته وراحته، وهو ما يجعلها عنصراً حاسماً في العلاقة بين المريض ومقدم الخدمة الصحية

31

وتتبع أهمية الثقة من كونها تقلل من الشعور بالمخاطر لدى المرضى، حيث إن الخدمات الصحية تتسم بعدم الملموسية وصعوبة التقييم قبل الاستهلاك، مما يدفع المرضى إلى الاعتماد على مستوى الثقة المتوفر لديهم في المؤسسة الصحية لاتخاذ قراراتهم³².

²⁵ أوليفر، رضا المستهلك، دار ماكغرو هيل للنشر، الولايات المتحدة الأمريكية، 1997، ص 13

²⁶ دونايديان، تقييم جودة الرعاية الصحية، جامعة هارفارد، الولايات المتحدة الأمريكية، 1988، ص 180

²⁷ ليون شيفمان، مرجع سابق، 2012، ص 245

²⁸ كيفن كيلر، إدارة العلامة التجارية، دار وائل للنشر، الأردن، 2010، ص 198

²⁹ ديف شافي، التسويق الإلكتروني، دار الفاروق للنشر، مصر، 2015، ص 125

³⁰ فيليب كوتلر، مرجع سابق، 2006، ص 275

³¹ مورغان وهانت، نظرية الالتزام والثقة في التسويق، مجلة التسويق، الولايات المتحدة الأمريكية، 1994، ص 23

³² ليون شيفمان، مرجع سابق، 2012، ص 250

كما تلعب الثقة دوراً مهماً في تعزيز الكلمة المنطوقة الإيجابية، حيث يميل المرضى الذين يثقون في المؤسسة الصحية إلى نقل تجاربهم الجيدة والتوصية بها للآخرين، في حين أن ضعف الثقة قد يؤدي إلى نشر تجارب سلبية تؤثر على سمعة المؤسسة³³.

وتتأثر الثقة بعدة عوامل، من بينها كفاءة الطاقم الطبي، شفافية التعامل، احترام أخلاقيات المهنة، وجودة التواصل مع المرضى، حيث تساهم هذه العناصر في بناء صورة إيجابية عن المؤسسة وتعزيز مصداقيتها لدى المتعاملين معها³⁴.

وفي ظل التطور التكنولوجي، أصبحت الثقة تمتد أيضاً إلى الفضاء الرقمي، حيث يعتمد المرضى على تقييمات وآراء الآخرين عبر الإنترنت لتكوين انطباعاتهم عن المؤسسات الصحية، مما يزيد من أهمية الحفاظ على سمعة جيدة سواء في الواقع أو عبر الوسائط الإلكترونية³⁵.

4: تجربة المريض

تُعدّ تجربة المريض من أهم العوامل التي تؤثر بشكل مباشر في تكوين الكلمة المنطوقة، حيث تمثل مجموع الانطباعات والمشاعر التي يكتسبها المريض خلال مختلف مراحل تفاعله مع المؤسسة الصحية، بدءاً من الاستقبال وصولاً إلى تقديم الخدمة والمتابعة بعد العلاج³⁶.

وتُعرف تجربة المريض بأنها الإدراك الشامل الذي يكونه الفرد نتيجة تفاعله مع جميع مكونات الخدمة الصحية، بما في ذلك البيئة المادية، سلوك الطاقم الطبي، جودة التواصل، وسهولة الإجراءات الإدارية، حيث تساهم هذه العناصر مجتمعة في تشكيل تقييمه النهائي للخدمة³⁷.

وتؤثر تجربة المريض بشكل كبير على الكلمة المنطوقة، إذ إن التجارب الإيجابية تدفع المرضى إلى مشاركة آرائهم الجيدة والتوصية بالمؤسسة الصحية، بينما تؤدي التجارب السلبية إلى نشر انتقادات قد تضر بسمعة المؤسسة وتقلل من الإقبال عليها³⁸.

كما أن تجربة المريض لا تقتصر فقط على الجانب الطبي، بل تشمل أيضاً الجوانب النفسية والاجتماعية، مثل مدى الاهتمام بالمريض، الاحترام، حسن الاستقبال، والقدرة على التفاعل الإنساني، حيث تلعب هذه الجوانب دوراً مهماً في تعزيز رضا المريض وولائه³⁹.

وتُعتبر تجربة المريض الإيجابية عاملاً محفزاً لنشر الكلمة المنطوقة الإيجابية، خاصة عندما يشعر المريض بأن احتياجاته قد تم تلبيتها بشكل كامل، مما يدفعه إلى مشاركة تجربته مع محيطه الاجتماعي أو عبر الوسائط الرقمية⁴⁰.

³³ كيفن كيلر، إدارة العلامة التجارية، دار وائل للنشر، الأردن، 2010، ص 200

³⁴ دونايديان، تقييم جودة الرعاية الصحية، جامعة هارفارد، الولايات المتحدة الأمريكية، 1988، ص 185

³⁵ ديف شافي، التسويق الإلكتروني، دار الفاروق للنشر، مصر، 2015، ص 130

³⁶ فيليب كوتلر، مرجع سابق، 2006، ص 280

³⁷ ليون شيفمان، مرجع سابق، 2012، ص 255

³⁸ كيفن كيلر، إدارة العلامة التجارية، دار وائل للنشر، الأردن، 2010، ص 205

³⁹ دونايديان، تقييم جودة الرعاية الصحية، جامعة هارفارد، الولايات المتحدة الأمريكية، 1988، ص 190

⁴⁰ ديف شافي، التسويق الإلكتروني، دار الفاروق للنشر، مصر، 2015، ص 135

المطلب الثاني: الإطار المفاهيمي لاختيار الخدمات الصحية

يهدف هذا المطلب إلى توضيح مفهوم اختيار الخدمات الصحية وخصائصها، مع تسليط الضوء على أهم العوامل التي تؤثر في قرارات المرضى، وذلك لفهم كيفية اتخاذ القرار في هذا النوع من الخدمات.

الفرع الأول: مفهوم اختيار الخدمات الصحية

يُعدّ اختيار الخدمات الصحية من القرارات المهمة التي يتخذها الفرد، نظرًا لطبيعة هذه الخدمات المرتبطة بصحة الإنسان وحياته، حيث يتم هذا الاختيار بناءً على مجموعة من المعايير والعوامل التي تساعد المريض على المفاضلة بين البدائل المتاحة واختيار المؤسسة الصحية الأنسب⁴¹.

ويُقصد باختيار الخدمات الصحية العملية التي يقوم من خلالها الفرد بتحديد مؤسسة صحية معينة أو طبيب معين لتلقي العلاج أو الاستشارة الطبية، وذلك بعد تقييم مجموعة من الخيارات المتاحة اعتمادًا على معلومات سابقة أو توصيات من الآخرين أو تجارب شخصية⁴².

ويتميز اختيار الخدمات الصحية بكونه قرارًا معقدًا نسبيًا، نظرًا لارتباطه بعوامل متعددة مثل جودة الخدمة، سمعة المؤسسة، خبرة الطاقم الطبي، بالإضافة إلى الظروف الصحية للمريض، مما يجعل عملية الاختيار تعتمد بشكل كبير على الثقة والمعلومات المتاحة⁴³.

كما أن اختيار الخدمات الصحية يختلف عن غيره من القرارات الاستهلاكية، حيث يتسم بدرجة عالية من المخاطرة المدركة، نتيجة صعوبة تقييم النتائج مسبقًا، وهو ما يدفع المرضى إلى الاعتماد على الكلمة المنطوقة والتجارب السابقة للآخرين لتقليل حالة عدم التأكد⁴⁴.

وتتأثر عملية اختيار الخدمات الصحية بعدة اعتبارات، من بينها القرب الجغرافي للمؤسسة الصحية، التكلفة، توفر التخصصات الطبية، بالإضافة إلى مدى توفر توصيات إيجابية من أفراد موثوقين، مما يجعل القرار النهائي نتيجة لتفاعل مجموعة من العوامل الشخصية والاجتماعية⁴⁵.

⁴¹ فيليب كوتلر، مرجع سابق، 2006، ص 285

⁴² ليون شيفمان، مرجع سابق، 2012، ص 260

⁴³ كيفن كيلر، إدارة العلامة التجارية، دار وائل للنشر، الأردن، 2010، ص 210

⁴⁴ وليم ستانتون، مبادئ التسويق، دار النهضة العربية، مصر، 2004، ص 325

⁴⁵ ديف شافي، التسويق الإلكتروني، دار الفاروق للنشر، مصر، 2015، ص 140

الفرع الثاني: خصائص الخدمات الصحية

تتميز الخدمات الصحية بمجموعة من الخصائص التي تميزها عن السلع المادية، وتجعل عملية تقييمها واختيارها أكثر تعقيداً، حيث تؤثر هذه الخصائص بشكل مباشر على سلوك المرضى وقراراتهم عند اختيار المؤسسة الصحية المناسبة⁴⁶.

ومن أبرز هذه الخصائص **عدم الملموسية**، حيث لا يمكن للمريض معاينة الخدمة الصحية أو تجربتها قبل الحصول عليها، مما يجعله يعتمد على مؤشرات غير مباشرة مثل السمعة والتوصيات لتقييمها⁴⁷.

كما تتميز الخدمات الصحية **بالتلازم بين الإنتاج والاستهلاك**، إذ يتم تقديم الخدمة واستهلاكها في نفس الوقت، وغالباً ما يتطلب ذلك وجود المريض والطبيب معاً، مما يجعل جودة الخدمة مرتبطة بشكل مباشر بأداء مقدميها⁴⁸.

وتتسم أيضاً **بعدم التجانس**، حيث تختلف جودة الخدمة الصحية من حالة إلى أخرى ومن مقدم خدمة إلى آخر، نظراً لاختلاف الخبرات والمهارات البشرية، مما يؤدي إلى تباين في مستوى الخدمة المقدمة⁴⁹.

ومن الخصائص المهمة كذلك **الطبيعة غير القابلة للتخزين**، حيث لا يمكن تخزين الخدمات الصحية لاستخدامها لاحقاً، بل يجب تقديمها فور الحاجة إليها، مما يتطلب توفر الموارد البشرية والمادية بشكل دائم⁵⁰.

كما تتسم الخدمات الصحية **بالحساسية والخطورة العالية**، نظراً لارتباطها المباشر بصحة الإنسان وحياته، مما يجعل قرار اختيارها قراراً ذا أهمية كبيرة ويتطلب قدراً عالياً من الثقة والدقة⁵¹.

الفرع الثالث: العوامل المؤثرة في اختيار الخدمات الصحية

تتأثر عملية اختيار الخدمات الصحية بمجموعة من العوامل المتداخلة التي تختلف من فرد إلى آخر، حيث تلعب هذه العوامل دوراً مهماً في توجيه قرار المريض نحو اختيار مؤسسة صحية دون أخرى، خاصة في ظل تعدد البدائل المتاحة⁵².

ومن أبرز هذه العوامل **العوامل الشخصية**، والتي تشمل خصائص الفرد مثل العمر، الحالة الصحية، المستوى التعليمي، والدخل، حيث تؤثر هذه الخصائص في تحديد احتياجات المريض وقدرته على الوصول إلى الخدمات الصحية المناسبة⁵³.

⁴⁶ فيليب كوتلر، مرجع سابق، 2006، ص 290

⁴⁷ ليون شيفمان، مرجع سابق، 2012، ص 265

⁴⁸ كيفن كيلر، إدارة العلامة التجارية، دار وائل للنشر، الأردن، 2010، ص 215

⁴⁹ وليم ستانتون، مبادئ التسويق، دار النهضة العربية، مصر، 2004، ص 330

⁵⁰ دونايديان، تقييم جودة الرعاية الصحية، جامعة هارفارد، الولايات المتحدة الأمريكية، 1988، ص 195

⁵¹ ديف شاني، التسويق الإلكتروني، دار الفاروق للنشر، مصر، 2015، ص 145

⁵² فيليب كوتلر، مرجع سابق، 2006، ص 295

⁵³ ليون شيفمان، مرجع سابق، 2012، ص 270

كما تلعب العوامل الاجتماعية دورًا مهمًا في اختيار الخدمات الصحية، حيث يتأثر الفرد بآراء وتوصيات الأسرة والأصدقاء المحيط الاجتماعي، مما يجعل الكلمة المنطوقة عنصرًا مؤثرًا في توجيه قراراته الصحية⁵⁴.

وتؤثر أيضًا العوامل النفسية في عملية الاختيار، مثل الدوافع، الإدراك، والخبرات السابقة، حيث يسعى المريض إلى تقليل القلق والخوف المرتبطين بالعلاج من خلال اختيار مؤسسة يشعر تجاهها بالثقة والاطمئنان⁵⁵.

إضافة إلى ذلك، توجد العوامل الاقتصادية التي تتمثل في القدرة المالية للمريض وتكاليف العلاج، حيث تؤثر هذه العوامل في تحديد إمكانية الوصول إلى خدمات صحية معينة، خاصة في ظل اختلاف أسعار الخدمات بين المؤسسات الصحية⁵⁶.

كما تُعتبر عوامل الجودة والسمعة من المحددات الأساسية في اختيار الخدمات الصحية، حيث يميل المرضى إلى اختيار المؤسسات ذات السمعة الجيدة والتقييمات الإيجابية، والتي غالبًا ما تنتج عن تجارب سابقة ناجحة تم نقلها عبر الكلمة المنطوقة⁵⁷.

المطلب الثالث: العلاقة بين الكلمة المنطوقة واختيار الخدمات الصحية

يتناول هذا المطلب العلاقة بين الكلمة المنطوقة واختيار الخدمات الصحية، من خلال إبراز تأثيرها على سلوك المرضى، وعرض النماذج المفسرة لهذه العلاقة، إضافة إلى توضيح دورها في توجيه قرارات اختيار المؤسسات الصحية.

الفرع الأول: تأثير الكلمة المنطوقة على سلوك المريض

تؤثر الكلمة المنطوقة بشكل كبير في سلوك المريض وقراراته المتعلقة باختيار الخدمات الصحية، حيث يعتمد الأفراد بدرجة عالية على توصيات وتجارب الآخرين نظرًا لصعوبة تقييم الخدمة الصحية قبل الاستفادة منها، مما يجعل الكلمة المنطوقة مصدرًا رئيسيًا للمعلومات⁵⁸.

وتساهم الكلمة المنطوقة في توجيه سلوك المريض من خلال نقل تجارب حقيقية من أفراد موثوقين، وهو ما يعزز من مستوى الثقة ويقلل من حالة عدم التأكد المرتبطة باتخاذ القرار الصحي، خاصة في الحالات التي تتطلب اختيار مستشفى أو طبيب معين⁵⁹.

كما تعمل الكلمة المنطوقة على التأثير في إدراك المريض لجودة الخدمات الصحية، حيث تشكل الانطباعات المتداولة بين الأفراد صورة ذهنية عن المؤسسة الصحية، سواء كانت إيجابية أو سلبية، مما ينعكس على توجهات المريض نحو اختيارها أو تجنبها⁶⁰.

وتلعب الكلمة المنطوقة دورًا مهمًا في تقليل المخاطر المدركة لدى المرضى، إذ يشعر الفرد بالاطمئنان عندما يستند في قراره إلى تجارب سابقة لأشخاص آخرين، مما يساعده على اتخاذ قرار أكثر ثقة وأقل ترددًا⁶¹.

⁵⁴ كيفن كيلر، إدارة العلامة التجارية، دار وائل للنشر، الأردن، 2010، ص 220

⁵⁵ وليم ستانتون، مبادئ التسويق، دار النهضة العربية، مصر، 2004، ص 335

⁵⁶ ديف شافي، التسويق الإلكتروني، دار الفاروق للنشر، مصر، 2015، ص 150

⁵⁷ دونايديان، تقييم جودة الرعاية الصحية، جامعة هارفارد، الولايات المتحدة الأمريكية، 1988، ص 200

⁵⁸

⁵⁹ ليون شيفمان، مرجع سابق، 2012، ص 275

⁶⁰ كيفن كيلر، إدارة العلامة التجارية، دار وائل للنشر، الأردن، 2010، ص 225

⁶¹ وليم ستانتون، مبادئ التسويق، دار النهضة العربية، مصر، 2004، ص 340

وفي ظل التطور التكنولوجي، أصبح تأثير الكلمة المنطوقة أكثر اتساعاً من خلال المنصات الرقمية ووسائل التواصل الاجتماعي، حيث يمكن لمراجعات وتقييمات المستخدمين أن تصل إلى عدد كبير من الأفراد في وقت قصير، مما يزيد من تأثيرها على سلوك المرضى وقراراتهم⁶².

الفرع الثاني: نماذج تفسير العلاقة بين الكلمة المنطوقة واختيار الخدمات الصحية

يمكن تفسير العلاقة بين الكلمة المنطوقة واختيار الخدمات الصحية من خلال مجموعة من النماذج النظرية التي تشرح كيفية تأثير المعلومات المتبادلة بين الأفراد على قراراتهم الاستهلاكية، خاصة في بيئة تتسم بعدم التأكد مثل القطاع الصحي⁶³.

من بين هذه النماذج نموذج السلوك الاستهلاكي، الذي يوضح أن قرار المستهلك يمر بعدة مراحل تبدأ بالإدراك ثم البحث عن المعلومات فالتقييم فالقرار، حيث تلعب الكلمة المنطوقة دوراً مهماً في مرحلة البحث عن المعلومات، إذ يعتمد الفرد على تجارب الآخرين لتكوين صورة أوضح عن البدائل المتاحة⁶⁴.

كما يفسر نموذج اتخاذ القرار عملية الاختيار على أنها عملية عقلانية نسبياً، يقوم فيها الفرد بمقارنة البدائل المتاحة بناءً على مجموعة من المعايير، وتعد الكلمة المنطوقة أحد أهم مصادر المعلومات الخارجية التي تساعد على تقييم هذه البدائل وتقليل الغموض المرتبط بها⁶⁵.

ويظهر نموذج المخاطر المدركة أن المستهلك يسعى إلى تقليل مستوى المخاطر المرتبطة بالقرار من خلال الاعتماد على مصادر موثوقة، وتعد الكلمة المنطوقة من أبرز هذه المصادر، نظراً لما تتمتع به من مصداقية نابعة من تجارب شخصية لأفراد آخرين⁶⁶.

كما يساهم نموذج انتشار الابتكار في تفسير كيفية انتقال المعلومات والتجارب بين الأفراد، حيث تنتشر الكلمة المنطوقة عبر الشبكات الاجتماعية، مما يؤدي إلى تبني سلوكيات أو اختيارات معينة بناءً على تأثير المحيط الاجتماعي⁶⁷.

⁶² ديف شافي، التسويق الإلكتروني، دار الفاروق للنشر، مصر، 2015، ص 155

⁶³ فيليب كوتلر، مرجع سابق، 2006، ص 305

⁶⁴ ليون شيفمان، مرجع سابق، 2012، ص 280

⁶⁵ كيفن كيلر، إدارة العلامة التجارية، دار وائل للنشر، الأردن، 2010، ص 230

⁶⁶ وليم ستانتون، مبادئ التسويق، دار النهضة العربية، مصر، 2004، ص 345

⁶⁷ ديف شافي، التسويق الإلكتروني، دار الفاروق للنشر، مصر، 2015، ص 160

الفرع الثالث: دور الكلمة المنطوقة في اختيار الخدمات الصحية

تلعب الكلمة المنطوقة دورًا محوريًا في توجيه قرارات المرضى عند اختيار الخدمات الصحية، خاصة في ظل الطبيعة غير الملموسة لهذه الخدمات وصعوبة تقييمها قبل الاستفادة منها، مما يدفع الأفراد إلى الاعتماد على تجارب وآراء الآخرين لتقليل حالة عدم التأكد⁶⁸.

وتبرز أهمية الكلمة المنطوقة في كونها مصدرًا موثوقًا للمعلومات، حيث يميل المرضى إلى تصديق توصيات الأصدقاء وأفراد العائلة والأشخاص ذوي التجربة السابقة، مما يجعلها تؤثر بشكل مباشر في اختيار المؤسسة الصحية أو الطبيب المناسب⁶⁹.

كما تساهم الكلمة المنطوقة في تشكيل الصورة الذهنية للمؤسسات الصحية، إذ تؤدي التجارب المتبادلة بين الأفراد إلى بناء انطباعات مسبقة حول جودة الخدمات المقدمة، مما قد يشجع المريض على اختيار مؤسسة معينة أو العزوف عنها⁷⁰.

وفيما يتعلق بالخدمات الصحية، يزداد تأثير الكلمة المنطوقة نظرًا لحساسية هذا القطاع، حيث يسعى المرضى إلى تقليل المخاطر المرتبطة بالعلاج من خلال الاعتماد على تجارب الآخرين، مما يجعل التوصيات الشخصية عاملاً حاسماً في اتخاذ القرار.

كما أصبح للكلمة المنطوقة دور متزايد في ظل التطور الرقمي، حيث توفر المنصات الإلكترونية ومواقع التواصل الاجتماعي فضاءً واسعاً لتبادل الآراء والتقييمات حول المؤسسات الصحية، مما يضاعف من تأثيرها ويوسع نطاق انتشارها⁷¹.

الفرع الرابع: تطبيقات الكلمة المنطوقة في المؤسسات الصحية

تسعى المؤسسات الصحية إلى الاستفادة من الكلمة المنطوقة كأداة تسويقية فعالة لتعزيز صورتها وتحسين جاذبيتها لدى المرضى، حيث تعمل على توجيه تجارب المرضى بشكل إيجابي بما يساهم في نشر توصيات جيدة حول خدماتها⁷².

ومن أهم تطبيقات الكلمة المنطوقة في المؤسسات الصحية العمل على تحسين جودة الخدمات المقدمة، إذ يؤدي رفع مستوى الرعاية الصحية والاهتمام بالمرضى إلى خلق تجارب إيجابية تدفع المرضى إلى مشاركة آرائهم والتوصية بالمؤسسة للآخرين.

كما تعتمد المؤسسات الصحية على إدارة تجربة المريض بشكل فعال، من خلال تحسين جميع نقاط الاتصال مع المريض، بدءاً من الاستقبال مروراً بالتشخيص والعلاج وانتهاءً بمرحلة المتابعة، حيث يساهم ذلك في تعزيز رضا المرضى وبالتالي تحفيز الكلمة المنطوقة الإيجابية⁷³.

وتشمل التطبيقات أيضاً استخدام وسائل التواصل الاجتماعي والمنصات الرقمية للتفاعل مع المرضى، حيث يمكن للمؤسسات الصحية متابعة آراء وتقييمات المرضى والرد عليها، مما يساعد في بناء علاقة ثقة وتحسين السمعة الإلكترونية للمؤسسة⁷⁴.

⁶⁸ فيليب كوتلر، مرجع سابق، 2006، ص 310

⁶⁹ ليون شيفمان، مرجع سابق، 2012، ص 285

⁷⁰ ليون شيفمان، نفس المرجع السابق، 2012، ص 290

⁷¹ ديف شافي، التسويق الإلكتروني، دار الفاروق للنشر، مصر، 2015، ص 165

⁷² فيليب كوتلر، مرجع سابق، 2006، ص 315

⁷³ كيفن كيلر، إدارة العلامة التجارية، دار وائل للنشر، الأردن، 2010، ص 240

⁷⁴ ديف شافي، التسويق الإلكتروني، دار الفاروق للنشر، مصر، 2015، ص 170

كما تعمل المؤسسات الصحية على تشجيع المرضى الراضين على التعبير عن تجاربهم الإيجابية، سواء بشكل مباشر أو عبر المنصات الرقمية، من خلال خلق بيئة تحفز على المشاركة وتبادل الآراء، وهو ما يعزز انتشار الكلمة المنطوقة الإيجابية⁷⁵.

⁷⁵ وليم ستانتون، مبادئ التسويق، دار النهضة العربية، مصر، 2004، ص 350

المبحث الثاني: الدراسات السابقة

يستعرض هذا المبحث مجموعة من الدراسات السابقة المرتبطة بموضوع البحث، سواء العربية أو الأجنبية، بهدف التعرف على أهم النتائج التي توصلت إليها، وتحليلها ومقارنتها، بما يساعد على تحديد موقع الدراسة الحالية ضمنها.

المطلب الأول: عرض الدراسات السابقة العربية

شهدت الدراسات العربية في مجال التسويق الصحي وسلوك المستهلك تطوراً ملحوظاً، حيث ركزت العديد من الأبحاث على دور جودة الخدمات الصحية، رضا المرضى، والثقة في توليد الكلمة المنطوقة، وتأثيرها على اختيار المؤسسات الصحية. كما اهتمت هذه الدراسات بتحليل سلوك المرضى في البيئة العربية، خاصة في ظل التحول الرقمي وانتشار وسائل التواصل الاجتماعي.

1 دراسة لـ "حارك أسامة ومعمّر زكرياء" بعنوان "أثر جودة الخدمات الصحية في توليد الكلمة المنطوقة الإيجابية"⁷⁶

هدفت هذه الدراسة إلى تحليل تأثير جودة الخدمات الصحية بأبعادها المختلفة على توليد الكلمة المنطوقة الإيجابية داخل المؤسسات الاستشفائية، حيث اعتمدت على المنهج الوصفي التحليلي باستخدام استبيان موجه لعينة من المرضى. وتوصلت إلى أن جودة الخدمة، خاصة بعدي التعاطف والاعتمادية، تلعب دوراً أساسياً في تعزيز الكلمة المنطوقة الإيجابية. كما بينت أن تحسين مستوى الخدمات الصحية يؤدي إلى زيادة رضا المرضى، مما يدفعهم إلى مشاركة تجاربهم الإيجابية مع الآخرين، وبالتالي تحسين صورة المؤسسة الصحية وزيادة الإقبال عليها.

2 دراسة لـ "نزيهة زمورة" بعنوان "واقع جودة الخدمات الصحية في الجزائر بين الإنجازات والتحديات"⁷⁷

سعت هذه الدراسة إلى تقييم واقع الخدمات الصحية في الجزائر من خلال تحليل مستوى الجودة المقدمة في المؤسسات الصحية، مع التركيز على أبرز التحديات التي تواجه هذا القطاع. واعتمدت على المنهج الوصفي التحليلي، حيث توصلت إلى أن جودة الخدمات الصحية لا تزال مرتبطة بمدى توفر الإمكانيات البشرية والمادية. كما أظهرت النتائج أن انخفاض جودة الخدمة يؤدي إلى تراجع رضا المرضى، وهو ما ينعكس مباشرة على آرائهم المتداولة، وبالتالي على الكلمة المنطوقة التي تؤثر بدورها على اختيار المؤسسات الصحية.

3 دراسة لـ "حمّازة خليصة ووالي عمار" بعنوان "تأثير الكلمة المنطوقة على اختيار المريض للمؤسسة الصحية"⁷⁸

هدفت هذه الدراسة إلى معرفة تأثير الكلمة المنطوقة على اختيار المرضى للمؤسسات الصحية، من خلال دراسة ميدانية على عينة من المرضى. واعتمدت على استبيان تم توزيعه وتحليله باستخدام برنامج SPSS. وتوصلت إلى أن الكلمة المنطوقة تُعد من أهم العوامل المؤثرة في اتخاذ القرار الصحي، نظراً لما تتميز به من مصداقية وانتشار واسع بين الأفراد. كما أظهرت النتائج أن الآراء الإيجابية تشجع المرضى على اختيار المؤسسة الصحية، بينما تؤدي الآراء السلبية إلى العزوف عنها.

⁷⁶ سنة 2022 جامعة المركز الجامعي عبد الحفيظ بوصوف ميله

⁷⁷ سنة 2022 جامعة باتنة

⁷⁸ سنة 2021 جامعة العربي بن مهيدي أم البواقي

4 دراسة لـ "حسن عيد لبيب" بعنوان "تحليل العلاقة بين جودة الخدمة الصحية ورضا العملاء"⁷⁹

هدفت هذه الدراسة إلى تحليل العلاقة بين جودة الخدمات الصحية ورضا المرضى داخل المؤسسات الصحية، حيث اعتمدت على المنهج التحليلي باستخدام استبيانات موجهة للمرضى. وأظهرت النتائج وجود علاقة قوية بين جودة الخدمة ورضا المرضى، حيث يؤدي تحسين جودة الخدمات إلى زيادة مستوى الرضا. كما بينت الدراسة أن رضا المرضى يُعد عاملاً أساسياً في تكوين الكلمة المنطوقة، حيث يميل المرضى الراضون إلى نقل تجاربهم الإيجابية، مما يؤثر على قرارات الآخرين في اختيار الخدمات الصحية.

5 دراسة لـ "أحمد رضوان" بعنوان "الاتصال الصحي وقت الأزمات عبر وسائل التواصل الاجتماعي"⁸⁰

ركزت هذه الدراسة على تحليل دور وسائل التواصل الاجتماعي في نقل المعلومات الصحية، خاصة خلال الأزمات الصحية مثل جائحة كورونا، حيث اعتمدت على تحليل المحتوى الرقمي. وتوصلت إلى أن الكلمة المنطوقة الإلكترونية أصبحت مصدراً رئيسياً للمعلومات الصحية لدى الأفراد. كما أظهرت أن التفاعل مع المحتوى الصحي عبر الإنترنت يؤثر بشكل كبير على اتجاهات الأفراد وقراراتهم، مما يعزز من دور الكلمة المنطوقة في اختيار الخدمات الصحية.

6 دراسة لـ "بختة بطاهر" بعنوان "الاتصال التسويقي للخدمات الصحية في المؤسسات الجزائرية"⁸¹

هدفت هذه الدراسة إلى تحليل دور الاتصال التسويقي في تحسين أداء المؤسسات الصحية، حيث ركزت على مختلف أدوات الاتصال المستخدمة في هذا المجال. واعتمدت على المنهج الوصفي، وتوصلت إلى أن الاتصال الفعال يساهم في تحسين صورة المؤسسة الصحية وتعزيز ثقة المرضى. كما أظهرت النتائج أن نقل تجارب المرضى عبر الاتصال غير الرسمي (الكلمة المنطوقة) يلعب دوراً مهماً في التأثير على سلوك المرضى واختيارهم للمؤسسات الصحية.

الفرع الثاني: عرض الدراسات السابقة الأجنبية

1 دراسة لـ "Zhu & Piercy" بعنوان "Impact of Online Patient Reviews on Hospital and Physician Choice"⁸²

هدفت هذه الدراسة إلى تحليل تأثير تقييمات المرضى عبر الإنترنت على اختيار المستشفيات والأطباء، حيث اعتمدت على تجارب اختيارية (conjoint experiments) شملت أكثر من 1000 مشارك. وأظهرت النتائج أن تقييمات المرضى تلعب دوراً حاسماً في توجيه قرارات الأفراد، حيث يميل المرضى إلى اختيار مقدمي الخدمة ذوي التقييمات المرتفعة. كما بينت أن الكلمة المنطوقة الإلكترونية أصبحت مصدراً رئيسياً للمعلومات الصحية، خاصة في ظل تزايد الاعتماد على المنصات الرقمية، مما يعزز من تأثيرها المباشر على اختيار الخدمات الصحية.

⁷⁹ سنة 2021 جامعة مصر

⁸⁰ سنة 2020 جامعة القاهرة

⁸¹ سنة 2018 جامعة جزائرية

⁸² سنة 2024 جامعة University of Kansas

2 دراسة لـ "Jin & Ryu" بعنوان "Sustainable Healthcare and Electronic Word of Mouth" ⁸³ "Mouth"

سعت هذه الدراسة إلى تحليل العلاقة بين رضا المستخدمين، نية إعادة الاستخدام، والكلمة المنطوقة الإلكترونية في منصات الخدمات الصحية الرقمية. واعتمدت على تحليل بيانات المستخدمين في بيئة رقمية. وتوصلت إلى أن رضا المرضى يؤثر بشكل مباشر على نيتهم في نشر آراء إيجابية عبر الإنترنت، كما أن الكلمة المنطوقة الإلكترونية تلعب دورًا مهمًا في جذب مستخدمين جدد. وأكدت النتائج أن تحسين تجربة المستخدم يعزز انتشار الكلمة المنطوقة ويؤثر على اختيار الخدمات الصحية.

3 دراسة لـ "Shan et al". بعنوان "The Impact of Electronic Word of Mouth on Patients' Choices in Online Health Communities" ⁸⁴

هدفت هذه الدراسة إلى تحليل تأثير الكلمة المنطوقة الإلكترونية على اختيار المرضى للأطباء عبر المنصات الصحية الرقمية، حيث اعتمدت على بيانات ضخمة شملت آلاف الأطباء. وتوصلت إلى أن جودة وكمية التقييمات تؤثر بشكل إيجابي على قرارات المرضى، كما أن المعلومات المتداولة عبر وسائل التواصل الاجتماعي تعزز من هذا التأثير. وأظهرت النتائج أن المرضى يعتمدون بشكل كبير على آراء الآخرين لتقليل عدم اليقين عند اختيار الخدمات الصحية.

4 دراسة لـ "Zhang et al". بعنوان "The Impact of Narrative Reviews on Patient Choice in Online Health Communities" ⁸⁵

ركزت هذه الدراسة على تحليل تأثير التعليقات السردية للمرضى على اختيار الأطباء عبر المنصات الرقمية، حيث اعتمدت على تحليل محتوى المراجعات الإلكترونية. وتوصلت إلى أن المراجعات التفصيلية ذات الطابع السردى لها تأثير أكبر مقارنة بالتقييمات الرقمية فقط، لأنها توفر معلومات أعمق وأكثر إقناعًا. كما أظهرت أن المرضى يتأثرون بشكل كبير بالتجارب الواقعية المنقولة، مما يعزز من دور الكلمة المنطوقة الإلكترونية في اتخاذ القرار الصحي.

5 دراسة لـ "Pauli & Martin & Greiling" بعنوان "The Current State of Research of Word of Mouth in Healthcare" ⁸⁶

هدفت هذه الدراسة إلى مراجعة وتحليل الأبحاث المتعلقة بالكلمة المنطوقة في القطاع الصحي، حيث اعتمدت على منهج مراجعة أدبية شاملة. وتوصلت إلى أن الكلمة المنطوقة تُعد من أهم مصادر المعلومات التي يعتمد عليها المرضى عند اتخاذ قراراتهم الصحية، خاصة بسبب صعوبة تقييم الخدمات الطبية مسبقًا. كما أكدت أن المرضى أصبحوا أكثر اعتمادًا على المعلومات المتداولة بين الأفراد، مما يعزز من أهمية هذا المتغير في اختيار الخدمات الصحية.

⁸³ سنة 2024 جامعة Konkuk

⁸⁴ سنة 2023 جامعة Beihang

⁸⁵ سنة 2023 جامعة Tianjin

⁸⁶ سنة 2022 جامعة Johannes Kepler

6 دراسة لـ "Lin & Lin" بعنوان "Demand for Online Platforms for Medical Word" of Mouth⁸⁷

هدفت هذه الدراسة إلى استكشاف مدى اعتماد الأفراد على المنصات الإلكترونية للحصول على الكلمة المنطوقة في المجال الصحي، حيث اعتمدت على استبيان موجه لعينة من المستخدمين. وتوصلت إلى أن نسبة كبيرة من الأفراد تعتمد على التقييمات الإلكترونية عند اختيار الأطباء، كما أظهرت وجود حاجة متزايدة لمثل هذه المنصات. وبينت النتائج أن الكلمة المنطوقة الإلكترونية تؤثر بشكل مباشر على قرارات المرضى، رغم وجود بعض الشكوك حول مصداقيتها

المطلب الثاني: أوجه التشابه وأوجه الاختلاف بين الدراسة الحالية والدراسات السابقة

يهدف هذا المطلب إلى تحليل أوجه التشابه والاختلاف بين الدراسة الحالية والدراسات السابقة، من خلال مقارنة الأهداف والمنهجيات والنتائج، وذلك من أجل إبراز ما يميز الدراسة الحالية عن غيرها وتحديد مدى توافقها أو اختلافها مع ما توصلت إليه الدراسات السابقة.

الجدول رقم 1-1: يوضح أوجه التشابه والاختلاف بين الدراسة الحالية والدراسات السابقة

من حيث	الدراسات السابقة	الدراسة الحالية
الزمان والمكان	أغلب الدراسات كانت في الفترة الممتدة من 2018 إلى 2022، وقد أُنجزت في عدة دول عربية من بينها الجزائر ومصر.	قمنا بدراسة ميدانية خلال السنة الجامعية 2026/2025، وذلك خلال الفترة الممتدة من 10 إلى 26 ماي 2026، بمستشفى الضياء (قسم النساء والتوليد) بورقلة.
العينة	اختلفت عينات الدراسات السابقة، حيث شملت المرضى بالمؤسسات الصحية، ومستخدمي الخدمات الصحية.	تمثلت عينة الدراسة في مريضات قسم النساء والتوليد بمستشفى الضياء.
أداة الدراسة	استخدمت معظم الدراسات الاستبيان، كما اعتمدت بعض الدراسات على تحليل المحتوى أو برامج التحليل الإحصائي.	اعتمدت دراستنا على الاستبيان كأداة رئيسية لجمع البيانات، مع استخدام برنامج SPSS للتحليل الإحصائي.
المنهج المتبع	اعتمدت كل الدراسات على المنهج الوصفي التحليلي.	اعتمدت دراستنا على المنهج الوصفي التحليلي.
المتغير المستقل	جودة الخدمات الصحية، الاتصال الصحي، الكلمة المنطوقة الإلكترونية.	الكلمة المنطوقة.
المتغير التابع	الكلمة المنطوقة، رضا المرضى، اختيار المؤسسة الصحية.	اختيار الخدمات الصحية.
نوع القطاع	شملت الدراسات السابقة القطاع الصحي بشقيه العام والخاص.	القطاع الصحي الخاص (مستشفى).

أهداف الدراسة	تنوعت أهداف الدراسات بين دراسة جودة الخدمات الصحية، ورضا المرضى، ودور الاتصال والكلمة المنطوقة.	تهدف الدراسة إلى معرفة أثر الكلمة المنطوقة على اختيار الخدمات الصحية.
---------------	---	---

المطلب الثالث: موقع الدراسة الحالية ضمن الدراسات السابقة

تتضح مكانة الدراسة الحالية من خلال النقاط التالية التي تبين أوجه تميزها مقارنة بالدراسات السابقة:

- تندرج الدراسة الحالية ضمن الدراسات التي تناولت موضوع الكلمة المنطوقة وتأثيرها على سلوك المستهلك في القطاع الصحي، حيث تتقاطع مع أغلب الدراسات السابقة في التركيز على هذا المتغير كعامل مؤثر في اتخاذ القرار؛
- تتميز الدراسة الحالية بتركيزها المباشر على العلاقة بين الكلمة المنطوقة واختيار الخدمات الصحية، في حين أن بعض الدراسات السابقة تناولت الكلمة المنطوقة بشكل غير مباشر من خلال متغيرات وسيطة مثل رضا المرضى وجودة الخدمة؛
- تختلف هذه الدراسة عن العديد من الدراسات السابقة الأجنبية التي ركزت بشكل أساسي على الكلمة المنطوقة الإلكترونية، حيث تسعى الدراسة الحالية إلى دراسة الكلمة المنطوقة بمختلف أشكالها في بيئة واقعية؛
- تنفرد الدراسة الحالية بكونها دراسة ميدانية تطبيقية على مستوى مؤسسة صحية محددة (مستشفى الضياء بورقلة - قسم النساء والتوليد)، بينما اعتمدت العديد من الدراسات السابقة على عينات عامة أو منصات رقمية؛
- تساهم هذه الدراسة في سد جزء من النقص في الدراسات العربية، خاصة في البيئة الجزائرية، التي لا تزال بحاجة إلى مزيد من الأبحاث التي تربط بين الكلمة المنطوقة واختيار الخدمات الصحية في سياق تطبيقي؛
- تقدم الدراسة الحالية إضافة علمية من خلال التركيز على فئة وخدمة محددة داخل المؤسسة الصحية (قسم النساء والتوليد)، مما يميزها عن الدراسات السابقة التي تناولت المؤسسات الصحية بشكل عام دون تخصيص؛

خلاصة الفصل

تناول هذا الفصل الإطار النظري لمتغيري الدراسة، حيث تم التطرق إلى مفهوم الكلمة المنطوقة وخصائصها وأنواعها، إضافة إلى أهم العوامل المؤثرة فيها، مثل جودة الخدمة الصحية، رضا المرضى، الثقة، وتجربة المريض. كما تم عرض مفهوم اختيار الخدمات الصحية وخصائصه والعوامل التي تؤثر في قرارات المرضى.

كما تم إبراز العلاقة بين الكلمة المنطوقة واختيار الخدمات الصحية، من خلال توضيح دورها في التأثير على سلوك المرضى وتوجيه قراراتهم. وفي المبحث الثاني، تم استعراض مجموعة من الدراسات السابقة العربية والأجنبية، مما ساعد في فهم الموضوع بشكل أعمق وتحديد موقع الدراسة الحالية ضمنها.

وعليه، يُعد هذا الفصل قاعدة نظرية مهمة تمهد للجانب التطبيقي، الذي سيتم من خلاله اختبار العلاقة بين متغيرات الدراسة في الواقع الميداني.

الفصل الثاني: الدراسة الميدانية

تمهيد

بعد تطرقنا لمختلف الجوانب النظرية كل من للرقابة الداخلية كمتغير مستقل للدراسة وإدارة المخاطر كمتغير تابع للدراسة سنحاول من خلال هذا الفصل ان نبين مدى تأثير الرقابة الداخلية بأبعاده على إدارة المخاطر بدراسة حالة مؤسسة سونلغاز بتقوت، وذلك من خلال تحليل البيانات المجمعة عن طريق الاستبيان واختبار فرضيات الدراسة لنصل في الأخير لمجموعة من النتائج. وعليه سيتم التطرق في هذا الفصل إلى :

➤ المبحث الأول: الطريقة والأدوات المستخدمة في الدراسة

➤ المبحث الثاني: عرض ومناقشة نتائج الدراسة

المبحث الأول: الطريقة والأدوات المستخدمة في الدراسة

قصد الإجابة على إشكالية الدراسة واختبار صحة الفرضيات، نتناول في هذا الجزء أدوات جمع البيانات وأهم الأساليب الإحصائية المستخدمة في الدراسة بالإضافة إلى صدق وثبات الاستبيان من خلال المطالب التالية .

المطلب الأول: الطريقة المعتمدة في الدراسة

سنتعرف في هذا المطلب إلى عينة محل الدراسة وأداة جمع البيانات من خلال عرض تصميمها وطريقة توزيعها

الفرع الأول: منهج الدراسة

يوضح المنهج الخطوات التي يعتمد عليها الباحث في دراسته للوصول إلى النتائج الموضوعية، ويمثل المنهج الطريقة التي يتبعها الباحث لدراسة ظاهرة ما، أو موضوع معين بهدف التعرف على أسبابها وتقديم حليل لها من أجل تحقيق الأهداف المرجوة في بحثنا سوف نعلم على ما يلي :

1- المنهج الوصفي التحليلي

من أجل تحقيق أهداف الدراسة استخدمنا المنهج الوصفي التحليلي، لتحليل البيانات والمعلومات المحصل عليها ومن ثم تحديد النتائج المتوصل إليها، حيث هدفت هذه الدراسة إلى معرفة أثر الكلمة المتطوقة على اختيار الخدمات الصحية "دراسة حالة مستشفى الضياء" بالاعتماد على الاستبيان لجمع المعلومات، وقد تم توزيع استمارات تتعلق بمحصر وتجميع المعلومات اللازمة في موضوع الدراسة، ومن ثم تفرغها وتحليلها باستخدام برنامج الاختبارات الإحصائية Portable IBM SPSS SPSS Statistics v 25 بهدف الوصول لدلالات ذات قيمة ومؤشرات ترجمت إلى نتائج واقتراحات تدعم موضوع الدراسة وتساهم في حل مشكلتها .

2- مصادر جمع البيانات

الذي بدوره يمكننا من اختبار صحة الفرضيات باستعمال الأساليب والأدوات الإحصائية في تحليل البيانات، ولمعرفة اثر الكلمة المنطوقة على اختيار الخدمات الصحية "مستشفى الضياء" ومن خلال مصدرين هما :

- مصادر أولية: والتي تمثلت في الاستبيان الذي صمم ووزع على عينة من المرضى
- مصادر ثانوية: والتي تمثلت في المراجع العربية والأجنبية، المقالات وكذا الأبحاث والدراسات السابقة .

الفرع الثاني: الطريقة المتبعة في الدراسة

سنتعرف من خلال هذا الفرع لمجتمع وعينة الدراسة وأهم متغيرات الدراسة

1- مجتمع الدراسة: يمثل مستشفى الضياء بولاية ورقلة مجتمع الدراسة في هذا البحث، حيث يُعد من المؤسسات الصحية

التي تقدم خدمات طبية متعددة لفائدة المرضى في مختلف التخصصات، مع التركيز بشكل خاص على خدمات الاستشارة والعلاج والرعاية الصحية. ويستقطب المستشفى عدداً من المرضى من داخل الولاية وخارجها، نظراً لتوفره على طاقم طبي وشبه طبي يسعى إلى ضمان التكفل الجيد بالمرضى وتحسين جودة الخدمات الصحية المقدمة. كما يساهم هذا المستشفى في دعم المنظومة الصحية المحلية من خلال تخفيف الضغط على المؤسسات العمومية، مما يجعله

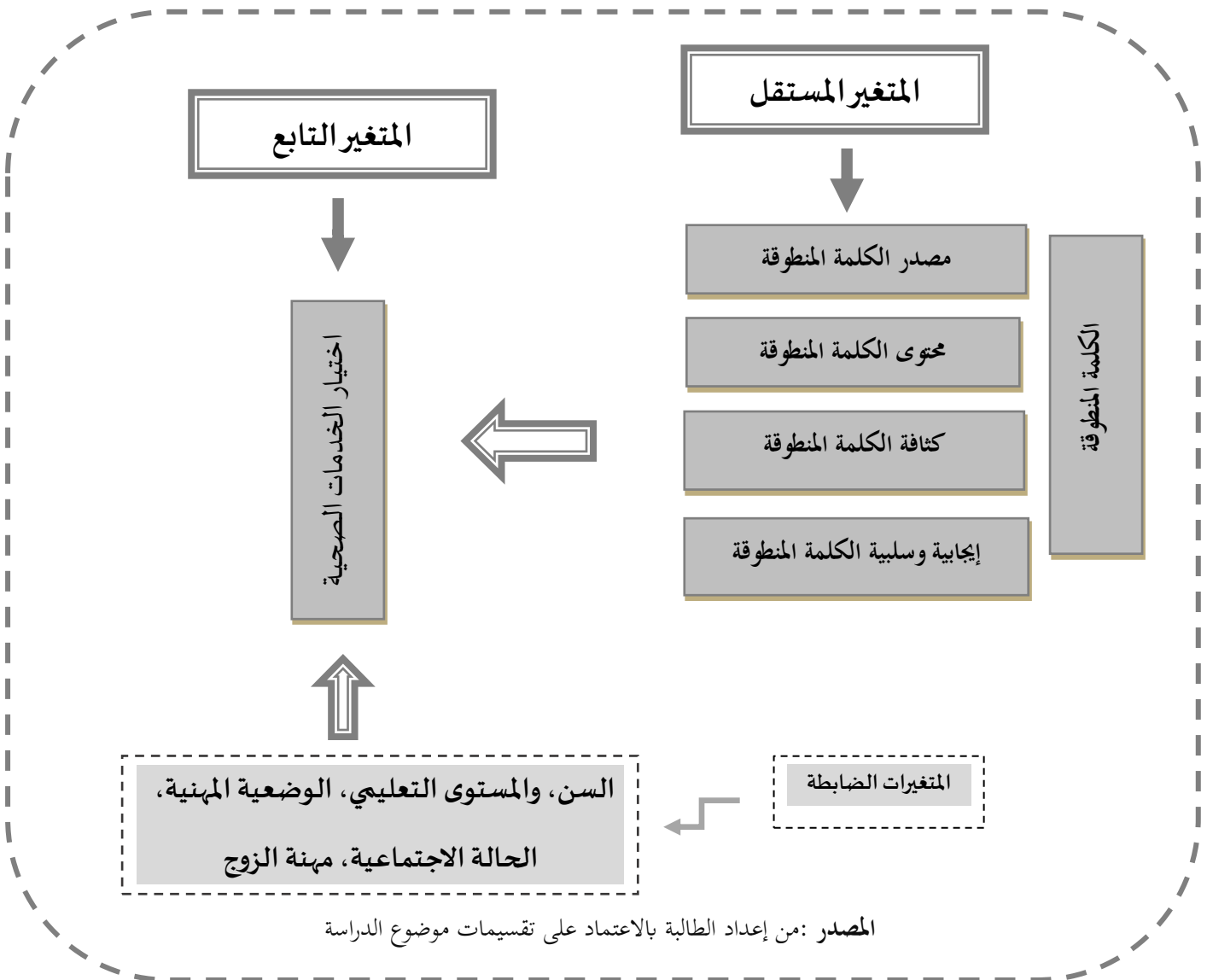
بيئة مناسبة لدراسة سلوك المرضى وعلاقتهم بالخدمات الصحية المقدمة، خاصة في ما يتعلق بتأثير الكلمة المنطوقة على اختيارهم لهذه الخدمات.

2- عينة الدراسة: عينة قصدية مكونة من 60 مريضة استفدنا من الخدمات الصحية بمستشفى الضياء وقد تم تحليل البيانات من خلال البرنامج الاحصائي spss2022 .

الفرع الثالث: متغيرات الدراسة

سنستطرق من خلال هذا الجزء لمتغيرات الدراسة كل من الكلمة المنطوقة كمتغير مستقل اختيار الخدمات الصحية كمتغير تابع

الشكل رقم (1-2) متغيرات الدراسة



المطلب الثاني: الأدوات المستخدمة في الدراسة

سنتعرف من خلال هذا المطلب لمختلف الأساليب الإحصائية المستخدمة في المعالجة الإحصائية بالإضافة إلى تقديم صدق وثبات الاستبيان من خلال معامل ألفا كرونباخ وصدق الاتساق الداخلي لكل محور من محاور الدراسة .

الفرع الأول: الأساليب الإحصائية المستخدمة في الدراسة

من أجل تحقيق أهداف البحث وتحليل البيانات التي تم تجميعها اعتمدنا على برنامج الإعلام الآلي المسمى بالحزمة الإحصائية للعلوم الاجتماعية SPSS : *Statistical Package for the Social Sciences* حيث استخدمنا إصدار الخامس والعشرون الذي ساعدنا على التعامل بسهولة مع مجموعة من الأساليب الإحصائية المناسبة لأهداف الدراسة، والتي يمكن أن نبرز أهمها من خلال الآتي :

- **معامل الثبات ألفا كرونباخ (α) (Cronbach's Alpha)** : يستخدم هذا المقياس لتقدير ثبات الدراسة؛ حيث يأخذ هذا المعامل قيمة تتراوح بين الصفر والواحد، فهذا يعني ثباتا أكبر للدراسة وذلك من خلال قاعدة عامة للتعامل مع هذا المعامل عند 0.6
- **معامل الارتباط لبيرسون (Pearson Correlation Coefficient)** : يستخدم لقياس قوة واتجاه العلاقات بين متغيرات الدراسة لمعرفة مدى الاتساق الداخلي لمحاور الدراسة، أي مدى وجود علاقة ارتباط بين هذه المحاور؛
- **التكرارات والنسب المئوية** : تم الاعتماد عليها في محور البيانات العامة من الجزء الأول للاستبيان، من أجل وصف خصائص عينة الدراسة
- **المتوسط الحسابي (Mean)** : تم استعماله لمعرفة متوسط إجابات المبحوثين حول عبارات ومحاور الاستبيان، ومن ثم معرفة ارتفاع أو انخفاض استجابات أفراد الدراسة عن محاور الدراسة .
- **الانحراف المعياري (Std. Deviation)** : للتعرف على مدى انحراف استجابات أفراد الدراسة لكل عبارة من عبارات متغيرات الدراسة، لكل محور من المحاور الرئيسية عن متوسطها الحسابي، والانحراف المعياري يوضح التشتت في استجابات أفراد عينة الدراسة لكل عبارة من عبارات متغيرات الدراسة .
- **اختبار (T) (One-Sample-T-test)** : للعينة الواحدة لمقارنة المتوسط العام للإجابات المتوسط الإجمالي لفقرات محاور الدراسة مع المتوسط الفرضي 2 عند مستوى دلالة 0.05
- **معامل الانحدار البسيط (Simple Regression Analysis)** : واختبار تأثير كل متغير مستقل على حده على المتغير التابع

الفرع الثاني: أدوات جمع البيانات "الاستبيان"

سنتعرف من خلال هذا الفرع على تقسيمات استبيان الدراسة والمقياس المستخدم في الدراسة

1- تقسيمات الاستبيان الدراسة

قصد جمع المعلومات اللازمة لهذه الدراسة وتحقيق أهدافها، تم استخدام الاستبانة كأداة أساسية للدراسة، لنعرف " اثر الكلمة المنطوقة على اختيار الخدمات الصحية دراسة حالة مستشفى الضياء " ولقد تم تطوير الاستبيان بناء على ما جاء في الجانب النظري والدراسات السابقة ذات الصلة، حيث تم الاطلاع على عدد من الاستبيانات التي استخدمت حول موضوع الدراسة. تكون الاستبيان الكلية من 34 خيارا يوضح الأداة في صورتها النهائية، تضمنت الاستبانة الأجزاء على النحو التالي: الجزء الأول: تضمن الفقرات المتعلقة بالمعلومات الشخصية لعينة الدراسة تمثلت في: السن، الحالة الاجتماعية، الوضعية المهنية، المستوى التعليمي، مهنة الزوج

الجزء الثاني: يتعلق بمحاور الدراسة

الجدول رقم(1-2): تقسيمات محاور وأبعاد الاستبيان

محاور الدراسة	أبعاد الدراسة	ترقيم العبارات
الكلمة المنطوقة	أولاً: مصدر الكلمة المنطوقة	من 1 إلى 5
	ثانياً: محتوى الكلمة المنطوقة	من 6 إلى 10
	ثالثاً: كثافة الكلمة المنطوقة	من 11 إلى 15
	رابعاً: إيجابية وسلبية الكلمة المنطوقة	من 16 إلى 20
المحور الأول: الكلمة المنطوقة		
اختيار الخدمات الصحية		من 1 إلى 14
المحور الثاني: اختيار الخدمات الصحية		
الاستبيان ككل (محاور الدراسة)		
		34

المصدر: من إعداد الطالبة بالاعتماد على تقسيمات استبيان الدراسة

2- مقياس ليكارت المستخدم في الاستبيان

تم استخدام مقياس ليكارت الخماسي وهو من أكثر المقاييس شيوعاً بالنسبة لنوع الدراسة، ويقوم على إعطاء مفردات العينة امكانية التعبير على موافقتهم من عدمها على أساس سلم متدرج من غير موافق بشدة (1) إلى موافق بشدة (5)، على أن يتم إسناد لكل خيار من مختلف هذه الخيارات أوزان متباعدة تعكس التدرج في مستوياتها، ويوضح الجدول الموالي درجات الموافقة حسب مقياس ليكارت الخماسي.

الجدول رقم: (2-2) درجات الموافقة حسب مقياس ليكارت الخماسي

درجة الموافقة	البيانات	الاتجاه العام	مجال المتوسط المرجح
غير موافق بشدة	1	منخفض جدا	[1.00-1.80]
غير موافق	2	منخفض	[1.81-2.60]
محايد	3	متوسط	[2.61-3.40]
موافق	4	مرتفع	[3.41-4.20]
موافق بشدة	5	مرتفع جدا	[4.21-5.00]

المصدر: من إعداد الطلبة بالاعتماد على المرجع: محفوظ جودة، التحليل الإحصائي الأساسي باستخدام SPSS، دار وائل للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2008، ص. 23.

نلاحظ من خلال الجدول أعلاه أن مقياس ليكارت الخماسي قسمت الخمسة مجالات المجال الأول من-1.00 [1.80] الذي يمثل درجة موافقة " غير موافق بشدة"، يليه مجال من [1.81-2.60] الذي يمثل درجة موافقة " غير موافق " في حين المجال من [2.61-3.40] الذي يمثل درجة موافقة " محايد " أما المجال من [3.41-4.20] يمثل درجة موافقة " موافق " في حين المجال من [4.21-5.00] يمثل درجة موافقة " موافق بشدة "

الفرع الثالث: صدق وثبات الاستبيان

سنتعرف من خلال هذا المطلب الخصائص السيكومترية للاستبيان لتبيان مدى الاعتماد على الاستبيان في الدراسة الإحصائية وذلك بالصدق الظاهري للاستبيان صدق المحكمين وثبات ألفا كرو نباخ وصدق الاتساق الداخلي لأبعاد ومحاور الاستبيان كما يلي .

1- صدق المحكمين (تحكيم أداة الاستبيان)

بعد إعداد الأسئلة أداة الاستبيان في صورتها الأولية من أجل أخذها بعين الاعتبار وتأكيد مصداقيتها ومدى شموليتها لموضوع الدراسة فإنها تعرض على مجموعة من الأساتذة في التخصص، أو ما يعرف بصدق المحكمين يقصد به " المظهر العام للاستبيان من حيث المفردات وكيفية صياغتها، ودقتها وموضوعاتها ومدى مناسبة الأداة للغرض الذي وضع لأجله " (أنظر الملحق رقم 02)

2- ثبات الاستبيان

يقصد بثبات الاستبيان أن يعطي نفس النتيجة لو تم إعادة توزيعه لأكثر من مرة تحت نفس الظروف والشروط، بمعنى الاستقرار في نتائج استبيان الدراسة، وعدم تغيرها بشكل كبير فيما لو تم إعادة توزيعه على فئة الدراسة عدة مرات خلال فترات زمنية مختلفة .ومن أجل اختبار ثبات الاستبيان تم الاعتماد على معامل الثبات .

الجدول رقم: (3-2) معامل ألفا كرونباخ لأداة الدراسة

معامل ألفا كرونباخ	عبارات الاستبيان	
،668	20	المحور الأول: الكلمة المنطوقة
،720	14	المحور الثاني إختيار الخدمات الصحية
0.752	34	الاستبيان ككل

المصدر: من إعداد الطالبة بالاعتماد على spss 2022

يتبين لنا من خلال الجدول أعلاه أن معامل الثبات (Cronbach's alpha) للمحور الأول الكلمة المنطوقة قدر بـ 0.668، أما المحور الثاني إختيار الخدمات الصحية قدر بـ 0.720 في حين معامل ألفا كرونباخ لبيانات الاستبيان ككل قدر بـ 0.752 ، وهو أكبر من المعامل 0.60 مما يدل على ثبات أداة الدراسة هذا يعني أن هناك صدق وثبات في المحاور وبالتالي يمكن القول أن الاستبيان يتمتع بالثبات.

3- عرض نتائج اختبار التوزيع الطبيعي

بهدف التحقق من موضوعية نتائج الدراسة، تم الاعتماد على اختبار التوزيع ألعادالي للبيانات، هذا الأخير الذي يستخدم لمعرفة ما إذا كانت البيانات تخضع للتوزيع الطبيعي أم لا، وقد اعتمدنا على التوزيع الطبيعي لمحاور الدراسة وفق اختبار (Kolmogorov-Smirnova) :

H_0 : بيانات العينة المدروسة لا تتبع التوزيع الطبيعي .

H_1 : بيانات العينة المدروسة تتبع التوزيع الطبيعي .

والجدول الموالي يلخص أهم النتائج التي تم التوصل لها في اختبار التوزيع الطبيعي للبيانات

الجدول رقم: (14-2) اختبار التوزيع الطبيعي للبيانات

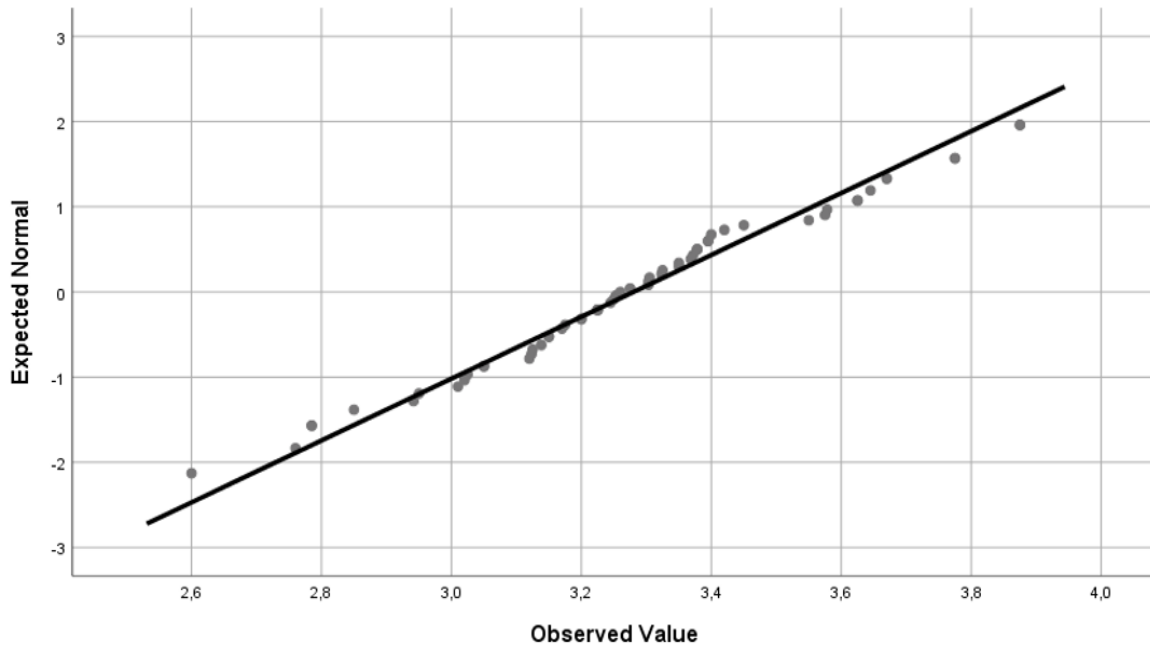
Kolmogorov-Smirnova		المحور العام للدراسة
Sig	قيمة Z	
0.200	0.095	محاور الدراسة

المصدر: من إعداد الطالبة بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS.V22

يبين الجدول أعلاه نتائج التوزيع الطبيعي لمحاور الدراسة وفق اختبار (Kolmogorov-Smirnova) حيث قدر مستوى المعنوية للبيانات ككل قدر بـ 0.200 وهي أكبر من مستوى المعنوية 0.05، وبالتالي نرفض الفرضية الصفرية ونقبل الفرضية البديلة أي أن بيانات العينة المدروسة تتبع التوزيع الطبيعي .

ومنه نستنتج أن بيانات جميع محاور الاستبيان تتوزع طبيعياً، وبالتالي يمكن إجراء الاختبارات المعلمية عليها، ما يستوجب الاعتماد على الاختبارات المعلمية للإجابة على الفرضيات الموضوعية . كما هو مبين في الشكل التالي

الشكل رقم (8-2) التمثيل البياني لنتائج التوزيع الطبيعي



المصدر: من إعداد الطالبة بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS.V22

المبحث الثاني: عرض ومناقشة نتائج الدراسة

من خلال هذا المبحث سنعرض ونناقش نتائج الدراسة من خلال عرض وتحليل البيانات الشخصية لعينة الدراسة، وتحديد الاتجاه العام لإجابات عينة الدراسة بحساب المتوسط الحسابي والانحراف المعياري، لنخلص في الأخير لنتائج اختبار فرضيات الدراسة ومناقشتها

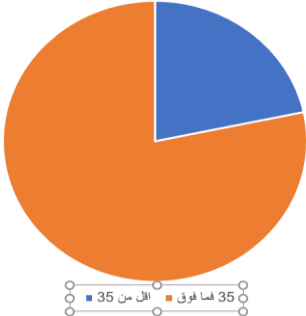
المطلب الأول: عرض وتحليل نتائج الدراسة

سنقدم من خلال هذا المطلب عرض وتحليل البيانات الشخصية لعينة الدراسة بالإضافة الى عرض وتحليل لكل محور من محاور الدراسة

الفرع الأول: توزيع أفراد عينة الدراسة حسب المتغيرات الشخصية

سنحاول من خلال هذا المطلب عرض الخصائص الشخصية والوظيفية لعينة الدراسة

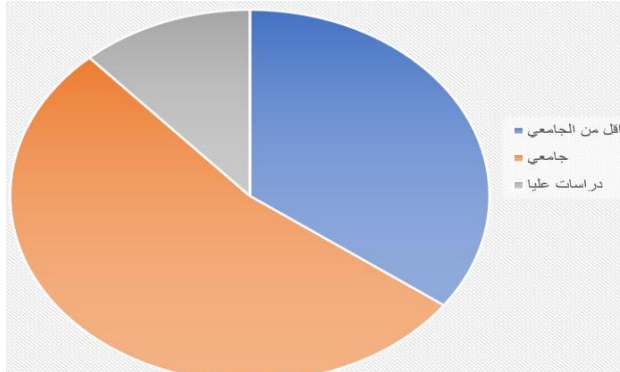
توزيع عينة الدراسة حسب متغير السن: يمثل الجدول التالي توزيع عينة الدراسة حسب متغير السن
المصدر: من إعداد الطالبة بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS.V22

الجدول رقم: (2-4) توزيع عينة الدراسة حسب متغير السن	الشكل رقم: (2-2) التمثيل البياني لتوزيع عينة الدراسة حسب السن		
	الجنس	التكرار	النسبة %
	أقل من 35	13	21.66%
	35 فما أكثر	47	78.34%
	المجموع	60	100%

يُبين الجدول رقم (2-4) توزيع عينة الدراسة حسب متغير السن، حيث بلغ حجم العينة 60 مفردة، وتوزعت كما يلي: تصدرت فئة 35 سنة فأكثر المرتبة الأولى بتكرار (47) ونسبة 78.34%، وهي نسبة مرتفعة جداً، مما يدل على أن غالبية أفراد العينة ينتمون إلى الفئة العمرية الناضجة، والتي غالباً ما تكون أكثر استقراراً وخبرة في التعامل مع الخدمات الصحية، وبالتالي أكثر قدرة على تقييمها واتخاذ قرارات مبنية على الخبرة والتجربة. في المقابل، جاءت فئة أقل من 35 سنة في المرتبة الثانية بتكرار (13) ونسبة 21.66%، وهي نسبة أقل نسبياً، مما يشير إلى تمثيل محدود للفئة الشابة داخل العينة.

وبصفة عامة، يُظهر توزيع العينة هيمنة الفئة العمرية الأكبر من 35 سنة، وهو ما قد ينعكس على طبيعة النتائج، حيث تميل هذه الفئة غالباً إلى الاعتماد على التجارب السابقة والكلمة المنطوقة بدرجة أكبر عند اختيار الخدمات الصحية، مقارنة بالفئات الأصغر سناً.

1- توزيع عينة الدراسة حسب متغير المستوى التعليمي: يمثل الجدول التالي توزيع عينة الدراسة حسب متغير المستوى التعليمي

الجدول رقم: (2-5) توزيع عينة الدراسة حسب المستوى التعليمي	الشكل رقم: (2-3) التمثيل البياني لتوزيع عينة الدراسة حسب المستوى التعليمي		
	السن	التكرار	النسبة %
	أقل من جامعي	21	35.0
	جامعي	32	53.33
	دراسات عليا	7	11.67
	المجموع	60	100%

المصدر: من إعداد الطالبة بالاعتماد على مخرجات SPSS V22

يُبين الجدول رقم (2-5) توزيع عينة الدراسة حسب المستوى التعليمي، حيث بلغ حجم العينة 60 مفردة، وتوزعت كما يلي:

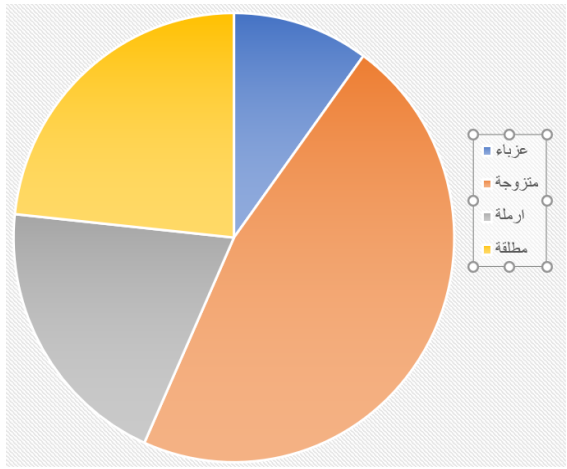
تصدّر فئة المستوى الجامعي المرتبة الأولى بتكرار (32) ونسبة 53.33%، مما يدل على أن أكثر من نصف أفراد العينة يتمتعون بمستوى تعليمي جامعي، وهو ما قد يعكس قدرة أعلى على فهم وتحليل المعلومات المتعلقة بالخدمات الصحية واتخاذ قرارات أكثر وعياً.

تليها فئة أقل من جامعي بتكرار (21) ونسبة 35.0%، وهي نسبة معتبرة تشير إلى وجود شريحة ليست قليلة ذات مستوى تعليمي متوسط أو دون الجامعي، مما قد يجعلها أكثر اعتماداً على الكلمة المنطوقة والتجارب الشخصية في اختيار الخدمات الصحية.

أما فئة الدراسات العليا فجاءت في المرتبة الأخيرة بتكرار (7) ونسبة 11.67%، وهي أقل تمثيلاً في العينة، ما يعكس محدودية أصحاب المستويات التعليمية العليا ضمن أفراد الدراسة.

وبصفة عامة، يُظهر توزيع العينة أن الغالبية ذات مستوى تعليمي جامعي، مما قد يساهم في زيادة الوعي وجودة تقييم المعلومات الصحية، مع استمرار تأثير الكلمة المنطوقة بشكل متفاوت حسب مستوى التعليم.

1- توزيع عينة الدراسة حسب متغير الحالة الاجتماعية: يمثل الجدول التالي توزيع عينة الدراسة حسب متغير الحالة الاجتماعية

الشكل رقم: (2-5) التمثيل البياني لتوزيع عينة الدراسة الحالة الاجتماعية	الجدول رقم: (2-6) توزيع عينة الدراسة حسب الحالة الاجتماعية		
	النسبة %	التكرار	الخبرة
	10.0	6	عزباء
	46.67	28	متزوجة
	20	12	ارملة
	23.33	14	مطلقة
	%100	60	المجموع

المصدر: من إعداد الطالبة بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS.V22

يُبين الجدول رقم (2-6) توزيع عينة الدراسة حسب الحالة الاجتماعية، حيث بلغ إجمالي العينة 60 مفردة، وتوزعت كما يلي:

تصدّرت فئة المتزوجات المرتبة الأولى بتكرار (28) ونسبة 46.67%، ما يشير إلى أن غالبية أفراد العينة ينتمين إلى هذه الفئة، وهو أمر منطقي خاصة في سياق الخدمات الصحية المرتبطة بالنساء والتوليد، حيث تزداد الحاجة والمتابعة الصحية لدى المتزوجات.

تليها فئة المطلقات بتكرار (14) ونسبة 23.33%، ثم فئة الأرمال بتكرار (12) بنسبة 20%، ما يعكس وجود نسبة معتبرة من النساء اللواتي قد يتحملن مسؤولية اتخاذ القرار الصحي بشكل مستقل.

أما فئة العازبات فجاءت في المرتبة الأخيرة بتكرار (6) ونسبة 10%، وهي نسبة ضعيفة نسبياً، مما يدل على محدودية تمثيل هذه الفئة في العينة.

وبصفة عامة، يُظهر هذا التوزيع أن العينة يغلب عليها الطابع الأسري (المتزوجات)، مع وجود تنوع في الحالات الاجتماعية، وهو ما قد يؤثر على سلوك اختيار الخدمات الصحية، خاصة من حيث درجة الاعتماد على التجارب السابقة والكلمة المنطوقة، ومستوى الاستقلالية في اتخاذ القرار.

4- توزيع عينة الدراسة حسب متغير الوضعية المهنية: يمثل الجدول التالي توزيع عينة الدراسة حسب متغير

الوضعية المهنية

الجدول رقم: (2-7) توزيع عينة الدراسة حسب الوضعية المهنية		الشكل رقم: (2-6) التمثيل البياني لتوزيع عينة الدراسة الوضعية المهنية	
المؤهل العلمي	التكرار	النسبة %	
عاملة	22	36.66	
مأكثة	25	41.67	
طالبة	13	21.67	
المجموع	60	100%	

المصدر: من إعداد الطالبة بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS.V22

يُبين الجدول رقم (2-7) توزيع عينة الدراسة حسب الوضعية المهنية، حيث بلغ إجمالي العينة 60 مفردة، وتوزعت كما يلي: تصدّرت فئة الماكثات في البيت المرتبة الأولى بتكرار (25) ونسبة 41.67%، مما يدل على أن نسبة معتبرة من أفراد العينة لا تمارس نشاطاً مهنياً خارج المنزل، وهو ما قد يؤثر على طبيعة قراراتهن، خاصة من حيث الاعتماد على آراء الآخرين في اختيار الخدمات الصحية.

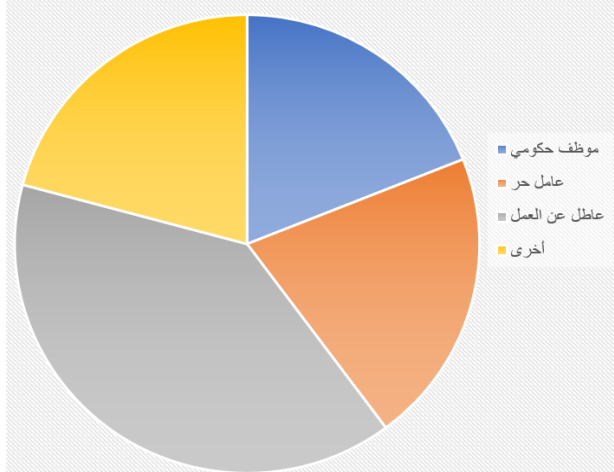
تليها فئة العاملات بتكرار (22) ونسبة 36.66%، وهي نسبة قريبة من الفئة الأولى، مما يعكس حضوراً مهماً للمرأة العاملة داخل العينة، وقد تكون أكثر استقلالية في اتخاذ القرار نظراً لامتلاكها دخلاً خاصاً.

أما فئة الطالبات فقد جاءت في المرتبة الأخيرة بتكرار (13) ونسبة 21.67%، وهي نسبة أقل نسبياً، ما يشير إلى تمثيل محدود لهذه الفئة مقارنة بباقي الفئات.

وبصفة عامة، يُظهر توزيع العينة وجود تباين في الوضعيات المهنية، مع غلبة فئة الماكثات في البيت، وهو ما قد يكون له تأثير على سلوك اختيار الخدمات الصحية، خاصة من حيث مستوى الاعتماد على الكلمة المنطوقة والظروف الاقتصادية المرتبطة بكل فئة.

5- توزيع عينة الدراسة حسب متغير مهنة الزوج

يمثل الجدول التالي توزيع عينة الدراسة حسب متغير مهنة الزوج

الشكل رقم: (2-7) التمثيل البياني لتوزيع عينة الدراسة مهنة الزوج	الجدول رقم: (2-8) توزيع عينة الدراسة حسب مهنة الزوج		
	النسبة %	التكرار	المنصب الوظيفي
	41.67	25	موظف حكومي
	15	9	عامل حر
	28.33	17	عاطل عن العمل
	15	9	اخرى
	100%	60	المجموع

المصدر: من إعداد الطالب بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS.V22

يُبين الجدول رقم (2-8) توزيع عينة الدراسة حسب مهنة الزوج، حيث بلغ حجم العينة 60 مفردة، وتوزعت كما يلي:

تصدّر فئة الموظفين الحكوميين المرتبة الأولى بتكرار (25) ونسبة 41.67%، ما يدل على أن أغلب أفراد العينة ينتمون إلى أسر ذات دخل ثابت نسبياً، وهو ما قد ينعكس على قدرتهم في اختيار الخدمات الصحية.

في المرتبة الثانية جاءت فئة العاطلين عن العمل بتكرار (17) بنسبة 28.33%، وهي نسبة معتبرة تشير إلى وجود شريحة تواجه قيوداً مالية محتملة، قد تؤثر على قراراتها الصحية.

أما فئة العمل الحر وأخرى فقد سجلتا نفس التكرار (9) لكل منهما بنسبة 15%، مما يعكس تنوعاً في الأنشطة المهنية داخل العينة، لكن بتمثيل أقل مقارنة بالفئات الأخرى.

وبصفة عامة، يتضح أن العينة تميل نحو فئة الموظفين الحكوميين، مع وجود نسب ملحوظة من العاطلين وأصحاب الأعمال الحرة، وهو ما يعكس تبايناً في الأوضاع الاقتصادية والاجتماعية، الأمر الذي قد يكون له تأثير على سلوك الأفراد في اختيار الخدمات الصحية، خاصة من حيث القدرة على تحمل التكاليف وتفضيلات الجودة.

الفرع الثاني: عرض وتحليل إجابات عينة الدراسة للمحور الأول "الكلمة المنطوقة"

سنحاول هنا تحليل كل عبارة من عبارات المحور الأول من خلال تحديد الاتجاه العام لإجابات عينة الدراسة من خلال حساب المتوسط الحسابي والانحراف المعياري وتحديد الاتجاه العام لإجابات عينة الدراسة كما هو مبين في الجداول التالية.

1- عرض وتحليل نتائج البعد الأول مصدر الكلمة المنطوقة

نتائج الاتجاه العام لإجابات عينة الدراسة اتجاه البعد الأول: مصدر الكلمة المنطوقة

الجدول رقم: (9-2) نتائج تحليل إجابات أفراد العينة على عبارات البعد الأول "مصدر الكلمة المنطوقة"

العبارة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الدرجة	الاتجاه العام للعينة
1- أعتد على آراء الأصدقاء عند اختيار الخدمات الصحية	3.1	1.003	5	متوسط
2- أثق في تجارب أفراد العائلة المتعلقة بالمؤسسات الصحية	3.37	0.82	3	متوسط
3- أعتبر توصيات الأطباء مصدرًا مهمًا للمعلومات	3.22	0.94	4	متوسط
4- أستفيد من آراء المرضى السابقين في اتخاذ قرار	3.48	0.81	1	مرتفع
5- أميز بين مصادر المعلومات الموثوقة وغير الموثوقة	3.48	0.77	2	مرتفع
البعد الأول: مصدر الكلمة المنطوقة	2.87	0.93		متوسط

المصدر: من إعداد الطلبة بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS.V22

تشير نتائج الجدول أعلاه الذي يتضمن عبارات البعد الأول: مصدر الكلمة المنطوقة حسب وجهة نظر أفراد العينة إلى أن المتوسط الحسابي العام بلغ (2.87) بانحراف معياري (0.93)، وهو ما يعكس درجة موافقة متوسطة، حيث يقع ضمن المجال (2.61-3.40). وهذا يدل على أن مصادر الكلمة المنطوقة تؤثر بدرجة متوسطة في اختيار الخدمات الصحية.

كما يتضح أن المتوسطات الحسابية لعبارة البعد تراوحت بين (3.10 و 3.48)، حيث جاءت العبارة رقم (4) "أستفيد من آراء المرضى السابقين في اتخاذ قرار" في المرتبة الأولى بمتوسط 3.48 وبدرجة موافقة مرتفعة، مما يدل على أهمية تجارب المرضى السابقين كمصدر للمعلومة. تليها العبارة رقم (5) "أميز بين مصادر المعلومات الموثوقة وغير الموثوقة" بنفس المتوسط 3.48 وبدرجة مرتفعة، وهو ما يعكس وعي أفراد العينة بمصدقية مصادر المعلومات.

أما باقي العبارات فجاءت بدرجة موافقة متوسطة، حيث احتلت العبارة رقم (2) "أثق في تجارب أفراد العائلة المتعلقة بالمؤسسات الصحية" المرتبة الثالثة بمتوسط 3.37، تليها العبارة رقم (3) "أعتبر توصيات الأطباء مصدرًا مهمًا للمعلومات" بمتوسط 3.22، ثم العبارة رقم (1) "أعتد على آراء الأصدقاء عند اختيار الخدمات الصحية" بمتوسط 3.10.

وبصفة عامة، يمكن استنتاج أن مصادر الكلمة المنطوقة، خاصة تجارب المرضى السابقين، تلعب دورًا مهمًا في توجيه قرارات الأفراد، إلا أن تأثيرها يبقى في المستوى المتوسط مقارنة بباقي الأبعاد، مما يعكس تنوع مصادر المعلومات واعتماد الأفراد على أكثر من مصدر عند اختيار المؤسسة الصحية.

1- عرض وتحليل نتائج البعد الثاني محتوى الكلمة المنطوقة

نتائج الاتجاه العام لإجابات عينة الدراسة اتجاه البعد الثاني محتوى الكلمة المنطوقة

الجدول رقم (10-2) نتائج تحليل إجابات أفراد العينة على عبارات البعد الثاني "محتوى الكلمة المنطوقة"

الاتجاه العام للعينة	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	العبارات
متوسط	1.04	3.28	6-أهتم بتفاصيل التجارب التي يشاركها الآخرون
مرتفع	0.59	3.76	7-أركز على المعلومات المتعلقة بجودة الخدمة الصحية
مرتفع	0.90	3.83	8- تؤثر المعلومات المتعلقة بسلوك الطاقم الطبي على قراري
متوسط	1.08	3.33	9- أهتم بالمعلومات المتعلقة بسرعة تقديم الخدمة
متوسط	0.95	3.25	10-أقيم محتوى المعلومات قبل الاعتماد عليها
مرتفع	0.93	3.43	البعد الثاني :محتوى الكلمة المنطوقة

المصدر :من إعداد الطالبة بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS.V22

تشير نتائج الجدول أعلاه الذي يتضمن عبارات البعد الثاني: محتوى الكلمة المنطوقة حسب وجهة نظر أفراد العينة إلى أن المتوسط الحسابي العام بلغ (3.43) بانحراف معياري (0.93)، وهو ما يعكس درجة موافقة مرتفعة، حيث يقع ضمن المجال (3.41-4.20). وهذا يدل على أن محتوى الكلمة المنطوقة يُعد عاملاً مؤثراً بشكل كبير في اختيار الخدمات الصحية.

كما يتضح أن المتوسطات الحسابية لعبارات البعد تراوحت بين (3.25 و 3.83)، حيث جاءت العبارة رقم (8) "تؤثر المعلومات المتعلقة بسلوك الطاقم الطبي على قراري" في المرتبة الأولى بمتوسط 3.83 وبدرجة موافقة مرتفعة، مما يعكس أهمية الجوانب السلوكية في تقييم المؤسسة الصحية. تليها العبارة رقم (7) "أركز على المعلومات المتعلقة بجودة الخدمة الصحية" بمتوسط 3.76 وبدرجة مرتفعة، وهو ما يؤكد تركيز المستفيدين على جودة الخدمة كمحتوى أساسي في الكلمة المنطوقة. أما باقي العبارات فجاءت بدرجة موافقة متوسطة، حيث احتلت العبارة رقم (9) "أهتم بالمعلومات المتعلقة بسرعة تقديم الخدمة" المرتبة الثالثة بمتوسط 3.33، تليها العبارة رقم (6) "أهتم بتفاصيل التجارب التي يشاركها الآخرون" بمتوسط 3.28، ثم العبارة رقم (10) "أقيم محتوى المعلومات قبل الاعتماد عليها" بمتوسط 3.25. وبصفة عامة، يمكن استنتاج أن محتوى الكلمة المنطوقة، خاصة ما يتعلق بسلوك الطاقم وجودة الخدمة، له تأثير قوي في توجيه قرارات الأفراد، في حين أن باقي الجوانب مثل سرعة الخدمة وتفاصيل التجارب تبقى ذات تأثير متوسط، وهو ما يبرز أهمية تحسين جودة التفاعل والخدمة المقدمة لتعزيز الصورة الإيجابية لدى المستفيدين.

2- عرض وتحليل نتائج البعد الثالث كثافة الكلمة المنطوقة

نتائج الاتجاه العام لإجابات عينة الدراسة اتجاه البعد الثالث كثافة الكلمة المنطوقة

الجدول رقم (11-2) نتائج تحليل إجابات أفراد العينة على عبارات البعد الثالث " كثافة الكلمة المنطوقة

"

الاتجاه العام للعينة	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	العبارات
متوسط	0.96	2.96	11-أعرض لعدد كبير من الآراء حول المؤسسات الصحية
مرتفع	0.67	3.68	12-تتكرر توصيات الآخرين حول نفس المؤسسة الصحية
منخفض	0.85	2.56	13-أسمع كثيراً عن تجارب المرضى مع الخدمات الصحية
متوسط	1.007	3.03	14- تؤثر كثرة الآراء في اختياري للمؤسسة الصحية
متوسط	0.74	3.12	15- أميل إلى اختيار المؤسسات الصحية التي يكثر الحديث عنها
متوسط	0.80	3.18	البعد الثالث : كثافة الكلمة المنطوقة

المصدر : من إعداد الطالبة بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS.V22

تشير نتائج الجدول أعلاه الذي يتضمن عبارات البعد الثالث: كثافة الكلمة المنطوقة حسب وجهة نظر أفراد العينة إلى أن المتوسط الحسابي العام بلغ (3.18) بانحراف معياري (0.80)، وهو ما يعكس درجة موافقة متوسطة، حيث يقع ضمن المجال (2.61-3.40). وهذا يدل على أن كثافة تداول الآراء حول المؤسسات الصحية تؤثر بدرجة متوسطة في قرارات الاختيار. كما يتضح أن المتوسطات الحسابية لعبارات البعد تراوحت بين (2.56 و 3.68)، حيث جاءت العبارة رقم (12) "تتكرر توصيات الآخرين حول نفس المؤسسة الصحية" في المرتبة الأولى بمتوسط 3.68 وبدرجة موافقة مرتفعة، مما يشير إلى وجود تكرار ملحوظ في التوصيات المتعلقة ببعض المؤسسات الصحية. تليها العبارة رقم (15) "أميل إلى اختيار المؤسسات الصحية التي يكثر الحديث عنها" بمتوسط 3.12، ثم العبارة رقم (14) "تؤثر كثرة الآراء في اختياري للمؤسسة الصحية" بمتوسط 3.03، وكلها بدرجة متوسطة.

كما جاءت العبارة رقم (11) "أعرض لعدد كبير من الآراء حول المؤسسات الصحية" بمتوسط 2.96 بدرجة متوسطة، في حين سجلت العبارة رقم (13) "أسمع كثيراً عن تجارب المرضى مع الخدمات الصحية" أدنى متوسط 2.56 وبدرجة موافقة منخفضة، مما يدل على محدودية انتشار هذا النوع من المعلومات لدى بعض أفراد العينة.

وبصفة عامة، يمكن استنتاج أن كثافة الكلمة المنطوقة لها تأثير متوسط على اختيار الخدمات الصحية، حيث إن تكرار التوصيات يلعب دوراً مهماً، إلا أن حجم التعرض العام للآراء والتجارب لا يزال متفاوتاً، وهو ما يفسر بقاء التأثير في المستوى المتوسط.

3- عرض وتحليل نتائج البعد الرابع إيجابية وسلبية الكلمة المنطوقة

نتائج الاتجاه العام لإجابات عينة الدراسة اتجاه البعد الرابع إيجابية وسلبية الكلمة المنطوقة

الجدول رقم (12-2) نتائج تحليل إجابات أفراد العينة على عبارات البعد الرابع " إيجابية وسلبية الكلمة المنطوقة"

الاتجاه العام للعينة	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	العبارات
متوسط	2	3.28	16- تؤثر الآراء الإيجابية على اختياري للمؤسسة الصحية
متوسط	3	3.26	17- أتجنب المؤسسات التي سمعت عنها آراء سلبية
متوسط	4	2.91	18- أميل لاختيار المؤسسات التي يمدحها الآخرون
مرتفع	1	3.76	19- تؤثر التجارب السلبية للآخرين على قراري
متوسط	5	2.9	20- أقارن بين الآراء الإيجابية والسلبية قبل اتخاذ القرار
متوسط	1.08	3.22	البعد الرابع: إيجابية وسلبية الكلمة المنطوقة

المصدر: من إعداد الطالبة بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS.V22

تشير نتائج الجدول أعلاه الذي يتضمن عبارات البعد الرابع: إيجابية وسلبية الكلمة المنطوقة حسب وجهة نظر أفراد العينة إلى أن المتوسط الحسابي العام بلغ (3.22) بانحراف معياري (1.08)، وهو ما يعكس درجة موافقة متوسطة، حيث يقع ضمن المجال (2.61-3.40). وهذا يدل على أن الكلمة المنطوقة تؤثر بدرجة متوسطة في اختيار المؤسسة الصحية. كما يتضح أن المتوسطات الحسابية لعبارات البعد تراوحت بين (2.90 و 3.76)، حيث جاءت العبارة رقم (19) "تؤثر التجارب السلبية للآخرين على قراري" في المرتبة الأولى بمتوسط 3.76 وبدرجة موافقة مرتفعة، مما يدل على أن الآراء السلبية لها تأثير قوي على قرارات الأفراد. تليها في المرتبة الثانية العبارة رقم (16) "تؤثر الآراء الإيجابية على اختياري للمؤسسة الصحية" بمتوسط 3.28 وبدرجة متوسطة، ثم العبارة رقم (17) "أتجنب المؤسسات التي سمعت عنها آراء سلبية" بمتوسط 3.26. أما في المرتبة الرابعة فجاءت العبارة رقم (18) "أميل لاختيار المؤسسات التي يمدحها الآخرون" بمتوسط 2.91، وأخيراً العبارة رقم (20) "أقارن بين الآراء الإيجابية والسلبية قبل اتخاذ القرار" بمتوسط 2.90، وكلها بدرجة موافقة متوسطة. وبناءً على ما سبق، يمكن استنتاج أن الكلمة المنطوقة السلبية لها تأثير أقوى من الإيجابية في توجيه قرارات أفراد العينة، حيث يميل الأفراد أكثر إلى تجنب المؤسسات ذات السمعة السلبية مقارنة بالجاذبهم نحو المؤسسات التي تحظى بآراء إيجابية، وهو ما يعكس حساسية المستفيدين تجاه المخاطر المحتملة في الخدمات الصحية.

الفرع الثالث: عرض وتحليل إجابات عينة الدراسة للمحور الثاني "اختيار الخدمات الصحية"

سنحاول هنا تحليل كل عبارة من عبارات المحور الثاني من خلال تحديد الاتجاه العام لإجابات عينة الدراسة للمحور الثاني من خلال حساب المتوسط الحسابي والانحراف المعياري وتحديد الاتجاه العام لإجابات عينة الدراسة كما هو مبين في الجداول التالية:

نتائج الاتجاه العام لإجابات عينة الدراسة اتجاه المحور الثاني

الجدول رقم: (13-2) نتائج تحليل إجابات أفراد العينة على عبارات المحور الثاني

العبارات	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الترتيب	الاتجاه العام للعينة
1. أختار المؤسسة الصحية التي تقدم خدمات طبية ذات جودة عالية	3.81	0.91	1	مرتفع
2. تؤثر كفاءة الأطباء في اختياري للمؤسسة الصحية	3.53	0.87	4	مرتفع
3. أفضل المؤسسات التي تستخدم تجهيزات طبية حديثة	3.00	1.17	11	متوسط
4. جودة الرعاية الصحية تؤثر بشكل مباشر على قراري	3.60	0.88	3	مرتفع
5. أبحث عن مؤسسات تقدم خدمات دقيقة وموثوقة	3.55	0.90	5	مرتفع
6. أختار المؤسسة الصحية ذات السمعة الجيدة	3.62	0.85	2	مرتفع
7. تؤثر آراء المرضى السابقين في قراري	3.40	0.95	7	مرتفع
8. أفضل المؤسسات التي تحظى بتقييمات إيجابية	3.38	0.97	8	مرتفع
9. مستوى رضا المرضى يعكس جودة المؤسسة الصحية	3.45	0.92	6	مرتفع
10. أعتمد على تجارب الآخرين في اختيار المؤسسة الصحية	3.30	1.00	9	متوسط
11. تؤثر تكلفة العلاج في اختياري للمؤسسة الصحية	3.20	1.05	10	متوسط
12. أختار المؤسسة الصحية القريبة من مكان إقامتي	3.10	1.10	13	متوسط
13. سهولة الوصول إلى المؤسسة عامل مهم في قراري	3.05	1.12	13	متوسط
14. أراعي مدة الانتظار عند اختيار المؤسسة الصحية	2.9	1.13	14	متوسط
المحور الثاني: اختيار الخدمات الصحية	3.434	0.926		مرتفع

المصدر: من إعداد الطلبة بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS.V22

تشير نتائج الجدول أعلاه الذي يتضمن عبارات المحور الثاني: اختيار الخدمات الصحية حسب وجهة نظر أفراد العينة إلى أن المتوسط الحسابي العام بلغ (3.434) بانحراف معياري (0.926)، وهو ما يعكس درجة موافقة مرتفعة، حيث يقع ضمن مجال (3.41-4.20). وهذا يدل على أن أفراد العينة يولون أهمية كبيرة لمختلف العوامل المؤثرة في اختيار المؤسسة الصحية.

كما يتضح أن المتوسطات الحسابية لعبارات المحور تراوحت بين (2.90 و 3.81)، حيث جاءت العبارة رقم (1) في المرتبة الأولى بمتوسط 3.81 وبدرجة موافقة مرتفعة، مما يدل على أن جودة الخدمات الطبية تُعد العامل الأكثر تأثيراً في الاختيار.

تليها العبارة رقم (6) المتعلقة بالسمعة الجيدة للمؤسسة بمتوسط 3.62، ثم العبارة رقم (4) الخاصة بجودة الرعاية الصحية بمتوسط 3.60، وكلها بدرجة موافقة مرتفعة، مما يعكس أهمية الثقة والجودة في اتخاذ القرار.

في المقابل، جاءت بعض العبارات بدرجة متوسطة، مثل العبارة رقم (3) الخاصة بالتجهيزات الطبية الحديثة بمتوسط 3.00، والعبارة رقم (14) المتعلقة بمدة الانتظار بمتوسط 2.90، وهي الأدنى، مما يدل على أن هذه العوامل أقل تأثيراً مقارنة بعوامل الجودة والكفاءة.

وبصفة عامة، يُستنتج أن أفراد العينة يعتمدون بشكل أكبر على جودة الخدمات الصحية وكفاءة الأطباء وسمعة المؤسسة عند اتخاذ قرار الاختيار، في حين تبقى العوامل الأخرى مثل التكلفة والقرب الجغرافي ومدة الانتظار ذات تأثير ثانوي.

الفرع الرابع: عرض وتحليل نتائج اختبار فرضيات الدراسة

سنتعرف من خلال هذا المطلب مدى قبول أو رفض فرضيات الدراسة من خلال اختبارها واستخلاص النتائج المتوصل لها

أولاً: عرض وتحليل نتائج اختبار فرضيات الدراسة

سنتعرف من خلال هذا الجزء عرض وتحليل نتائج فرضيات الدراسة

1- نتائج اختبار الفرضية الأولى

نص الفرضية: توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين الكلمة المنطوقة واختيار الخدمات الصحية من وجهة نظر المرضى بقسم النساء والتوليد بمستشفى الضياء ورقلة؛

لاختبار العلاقة بين الكلمة المنطوقة وأبعادها كمتغير مستقل للدراسة واختيار الخدمات الصحية كمتغير تابع سنستخدم على معامل الارتباط بيرسون (Pearson Correlation) :

H₀ : لا توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين الكلمة المنطوقة واختيار الخدمات الصحية من وجهة نظر المرضى بقسم النساء والتوليد بمستشفى الضياء ورقلة؛

H₁ : توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين الكلمة المنطوقة واختيار الخدمات الصحية من وجهة نظر المرضى بقسم النساء والتوليد بمستشفى الضياء ورقلة؛

والنتائج مبينة في الجدول التالي :

الجدول رقم : (15-2) نتائج اختبار العلاقة بين متغيرات الدراسة (الفرضية الاولى)

العلاقة	مصدر الكلمة المنطوقة /اختيار الخدمات الصحية	محتوى الكلمة المنطوقة /اختيار الخدمات الصحية	كثافة الكلمة المنطوقة /اختيار الخدمات الصحية	إيجابية وسلبية الكلمة المنطوق / اختيار الخدمات الصحية
معامل الارتباط r	0.176	0.463	0.307	0.60
مستوى الدلالة (sig)	0.178	0.00	0.017	0.00
حجم العينة	60	60	60	60

المصدر : من إعداد الطالبة بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS.V22

نلاحظ من خلال نتائج الجدول أعلاه أن معامل الارتباط بين كل بعد من أبعاد الكلمة المنطوقة واختيار الخدمات الصحية دال إحصائياً عند مستوى معنوية 0.05، ما عدا بعد مصدر الكلمة المنطوقة. حيث بلغ معامل الارتباط بين محتوى الكلمة المنطوقة واختيار الخدمات الصحية ($r = -0.463$)، وهي قيمة سالبة، مما يدل على وجود علاقة عكسية متوسطة بين محتوى الكلمة المنطوقة واختيار الخدمات الصحية. كما بلغ معامل الارتباط بين كثافة الكلمة المنطوقة واختيار الخدمات الصحية ($r = -0.307$)، وهي أيضاً قيمة سالبة، مما يشير إلى وجود علاقة عكسية ضعيفة بين كثافة الكلمة المنطوقة واختيار الخدمات الصحية. في حين بلغ معامل الارتباط بين بعد إيجابية وسلبية الكلمة المنطوقة واختيار الخدمات الصحية ($r = 0.60$)، وهي قيمة موجبة، مما يدل على وجود علاقة طردية قوية نسبياً بين إيجابية وسلبية الكلمة المنطوقة واختيار الخدمات الصحية. أما معامل الارتباط بين مصدر الكلمة المنطوقة واختيار الخدمات الصحية فقد بلغ ($r = 0.176$)، وهي قيمة موجبة تدل على وجود علاقة طردية ضعيفة، إلا أنها غير دالة إحصائياً لأن مستوى الدلالة بلغ (0.178) وهو أكبر من مستوى المعنوية المعتمد (0.05). ومنه فإن الأبعاد الثلاثة الأولى دالة إحصائياً عند مستوى معنوية 0.05، وبالتالي نقبل الفرضية البديلة ونرفض الفرضية الصفرية.

- وعليه نرفض نص الفرضية الاولى :يوجد علاقة ارتباط ذات دلالة إحصائية بين الكلمة المنطوقة بأبعادها واختيار الخدمات الصحية في مستشفى الضياء، باستثناء بعد مصدر الكلمة المنطوقة الذي لم يظهر علاقة دالة إحصائية مع اختيار الخدمات الصحية.

2- عرض وتحليل نتائج اختبار الفرضية الثانية:

نص الفرضية الثانية: يوجد أثر ذو دلالة إحصائية بين مصدر الكلمة المنطوقة واختيار الخدمات الصحية من وجهة نظر المرضى بقسم النساء والتوليد بمستشفى الضياء ورقلة؛

سنقدم من خلال هذا الجزء نتائج اختبار الفرضية الثانية، وذلك بتحديد أثر مصدر الكلمة المنطوقة على اختيار الخدمات الصحية في المؤسسة محل الدراسة، من أجل اختبار هذه الفرضية سنعتمد على الانحدار المتعدد التدريجي (Stepwise)

H_0 : لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية بين مصدر الكلمة المنطوقة واختيار الخدمات الصحية من وجهة نظر المرضى بقسم النساء والتوليد بمستشفى الضياء ورقلة ؛

H_1 : يوجد أثر ذو دلالة إحصائية بين مصدر الكلمة المنطوقة واختيار الخدمات الصحية من وجهة نظر المرضى بقسم النساء والتوليد بمستشفى الضياء ورقلة ؛

ونتائج الفرضية وفق الجدول التالي .

الجدول رقم: (2-16) نتائج اختبار الفرضيات

متغيرات الدراسة	معامل الانحدار (B)	معامل الارتباط R	معامل التفسير R^2	قيمة F المحسوبة	مستوى المعنوية (Sig)
أولا: مصدر الكلمة المنطوقة	0.10	0.176	0.031	1.861	0.178

المصدر: من إعداد الطالبة بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS.V22

نلاحظ من الجدول أعلاه أن معامل الارتباط بيرسون بلغت قيمته ($r = 0.176$)، وهو موجب ويدل على أن اتجاه العلاقة بين المتغيرين طردي، أي أن مصدر الكلمة المنطوقة تؤثر إيجاباً على اختيار الخدمات الصحية في المؤسسة، من خلال قيمة معامل التفسير المقدرة بـ ($R^2 = 0.031$)، يتضح أن مصدر الكلمة المنطوقة يؤثر بنسبة 3.1% على اختيار الخدمات الصحية في المؤسسة.

ونفسر قيمة التأثير (معامل الانحدار B) بين المتغيرين: تشير قيمة معامل الانحدار المذكورة في الجدول أعلاه والمقدرة بـ ($B = 0.10$) إلى أنه كلما زادت مستويات مصدر الكلمة المنطوقة بوحدة واحدة، يعقبها زيادة في درجات التحكم فيفي اختيار الخدمات الصحية للمؤسسة بقيمة 0.10 وحدة.

من الجدول أعلاه، نلاحظ أن قيمة اختبار فيشر لدراسة تأثير مصدر الكلمة المنطوقة على اختيار الخدمات الصحية قد بلغت (1.861)، ولكنها غير دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ($\alpha \leq 0.05$) نظراً لأن مستوى دلالتها ($\text{sig} = 0.178$) وهو أعلى من 0.05.

نستنتج قرار اختبار الفرضية بالنسبة لمصدر الكلمة المنطوقة: نقبل الفرضية الصفرية ونرفض الفرضية البديلة أي أنه: لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لمصدر الكلمة المنطوقة على اختيار الخدمات الصحية في المؤسسة محل الدراسة ومنه نرفض نص الفرضية: لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية بين مصدر الكلمة المنطوقة واختيار الخدمات الصحية من وجهة نظر المرضى بقسم النساء والتوليد بمستشفى الضياء ورقلة .

3- عرض وتحليل نتائج اختبار الفرضية الثالثة:

نص الفرضية الثالثة: يوجد أثر ذو دلالة إحصائية بين محتوى الكلمة المنطوقة واختيار الخدمات الصحية من وجهة نظر المرضى بقسم النساء والتوليد بمستشفى الضياء ورقلة؛

سنقدم من خلال هذا الجزء نتائج اختبار الفرضية الثانية، وذلك بتحديد أثر محتوى الكلمة المنطوقة على اختيار الخدمات الصحية في المؤسسة محل الدراسة، من أجل اختبار هذه الفرضية سنعتمد على الانحدار المتعدد التدريجي (Stepwise)

H_0 : لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية بين محتوى الكلمة المنطوقة واختيار الخدمات الصحية من وجهة نظر المرضى بقسم النساء والتوليد بمستشفى الضياء ورقلة ؛

H_1 : يوجد أثر ذو دلالة إحصائية بين محتوى الكلمة المنطوقة واختيار الخدمات الصحية من وجهة نظر المرضى بقسم النساء والتوليد بمستشفى الضياء ورقلة ؛

ونتائج الفرضية وفق الجدول التالي .

الجدول رقم: (2-17) نتائج اختبار الفرضيات

متغيرات الدراسة	معامل الانحدار (B)	معامل الارتباط R	معامل التفسير R^2	قيمة F المحسوبة	مستوى المعنوية (Sig)
ثانيا :محتوى الكلمة المنطوقة	0.273	0.463	0.214	15.802	0.00

المصدر: من إعداد الطالبة بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS.V22

نلاحظ من الجدول أعلاه أن معامل الارتباط بيرسون بلغت قيمته ($r = 0.463$)، وهو موجب ويدل على أن اتجاه العلاقة بين المتغيرين طردية، أي أن محتوى الكلمة المنطوقة تؤثر إيجاباً على اختيار الخدمات الصحية في المؤسسة،

من خلال قيمة معامل التفسير المقدرة بـ ($R^2 = 0.214$)، يتضح أن محتوى الكلمة المنطوقة تؤثر بنسبة 21.4% على اختيار الخدمات الصحية في المؤسسة.

ونفسر قيمة التأثير (معامل الانحدار B) بين المتغيرين: تشير قيمة معامل الانحدار المذكورة في الجدول أعلاه والمقدرة بـ ($B = 0.237$) إلى أنه كلما زادت مستويات محتوى الكلمة المنطوقة بوحدة واحدة، يعقبها زيادة في درجات التحكم في اختيار الخدمات الصحية في المؤسسة بقيمة 0.237 وحدة.

من الجدول أعلاه، نلاحظ أن قيمة اختبار فيشر لدراسة تأثير محتوى الكلمة المنطوقة على اختيار الخدمات الصحية قد بلغت (15.802)، وهي ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ($\alpha \leq 0.05$) نظراً لأن مستوى دلالتها ($\text{sig} = 0.017$).

$$Y = 2.521 + (0.237) x_1$$

معادلة الانحدار الخطي البسيط:

نستنتج قرار اختبار الفرضية بالنسبة لمحتوى الكلمة المنطوقة: نرفض نص الفرضية الصفرية ونقبل نص الفرضية البديلة أي أ ه يوجد أثر ذو دلالة إحصائية للكلمة المنطوقة من خلال محتوى الكلمة المنطوقة على اختيار الخدمات الصحية لمؤسسة محل الدراسة

ومنه نقبل الفرضية: توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين محتوى الكلمة المنطوقة واختيار الخدمات الصحية في مستشفى الضياء (قسم النساء والتوليد)؛

1- عرض وتحليل نتائج اختبار الفرضية الرابعة:

نص الفرضية الرابعة: يوجد أثر ذو دلالة إحصائية بين كفاءة الكلمة المنطوقة واختيار الخدمات الصحية من وجهة نظر المرضى بقسم النساء والتوليد بمستشفى الضياء ورقلة؛

سنقدم من خلال هذا الجزء نتائج اختبار الفرضية الثانية، وذلك بتحديد أثر كثافة الكلمة المنطوقة على اختيار الخدمات الصحية في المؤسسة محل الدراسة، من أجل اختبار هذه الفرضية سنعتمد على الانحدار المتعدد التدريجي (Stepwise)

H_0 : لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية بين كثافة الكلمة المنطوقة واختيار الخدمات الصحية من وجهة نظر المرضى بقسم النساء والتوليد بمستشفى الضياء ورقلة؛

H_1 : يوجد أثر ذو دلالة إحصائية بين مصدر الكلمة المنطوقة واختيار الخدمات الصحية من وجهة نظر المرضى بقسم النساء والتوليد بمستشفى الضياء ورقلة؛

ونتائج الفرضية وفق الجدول التالي .

الجدول رقم: (2-18) نتائج اختبار الفرضيات

متغيرات الدراسة	معامل الانحدار (B)	معامل الارتباط R	معامل التفسير R^2	قيمة F المحسوبة	مستوى المعنوية (Sig)
ثالثا: كثافة الكلمة المنطوقة	0.224	0.307	0.094	6.32	0.017

المصدر: من إعداد الطالبة بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS.V22

نلاحظ من الجدول أعلاه أن معامل الارتباط بيرسون بلغت قيمته ($r = 0.307$)، وهو موجب ويدل على أن اتجاه العلاقة بين المتغيرين طردي، أي أن كثافة الكلمة المنطوقة تؤثر إيجاباً على اختيار الخدمات الصحية في المؤسسة، حيث كلما زادت كثافة الكلمة المنطوقة في المؤسسة، أدى ذلك إلى تحسين التحكم في اختيار الخدمات الصحية بالمؤسسة محل الدراسة.

من خلال قيمة معامل التفسير المقدرة بـ ($R^2 = 0.094$)، يتضح أن كثافة الكلمة المنطوقة تؤثر بنسبة 9.4% على اختيار الخدمات الصحية في المؤسسة.

ونفسر قيمة التأثير (معامل الانحدار B) بين المتغيرين: تشير قيمة معامل الانحدار المذكورة في الجدول أعلاه والمقدرة بـ ($B = 0.224$) إلى أنه كلما زادت كثافة الكلمة المنطوقة بوحدة واحدة، أدى ذلك إلى زيادة في درجات التحكم في اختيار الخدمات الصحية في المؤسسة بقيمة 0.224 وحدة.

من الجدول أعلاه، نلاحظ أن قيمة اختبار فيشر لدراسة تأثير كثافة الكلمة المنطوقة على اختيار الخدمات الصحية قد بلغت (6.32)، وهي ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ($\alpha \leq 0.05$) نظراً لأن مستوى دلالتها ($\text{sig} = 0.00$).

$$Y = 2.746 + (0.224) x_1$$

معادلة الانحدار الخطي البسيط :

نستنتج قرار اختبار الفرضية بالنسبة كثافة الكلمة المنطوقة: نرفض نص الفرضية الصفرية ونقبل نص الفرضية البديلة أنه : يوجد أثر ذو دلالة إحصائية للكلمة المنطوقة من خلال كثافة الكلمة المنطوقة على اختيار الخدمات الصحية للمؤسسة محل الدراسة

ومنه نقبل الفرضية: توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين كثافة الكلمة المنطوقة واختيار الخدمات الصحية في مستشفى الضياء (قسم النساء والتوليد)؛

1- عرض وتحليل نتائج اختبار الفرضية الخامسة:

نص الفرضية الخامسة: يوجد أثر ذو دلالة إحصائية بين إيجابية وسلبية المنطوقة واختيار الخدمات الصحية من وجهة نظر المرضى بقسم النساء والتوليد بمستشفى الضياء ورقلة؛

سنقدم من خلال هذا الجزء نتائج اختبار الفرضية الثانية، وذلك بتحديد أثر إيجابية وسلبية الكلمة المنطوقة على اختيار الخدمات الصحية في المؤسسة محل الدراسة، من أجل اختبار هذه الفرضية سنعتمد على الانحدار المتعدد التدريجي (Stepwise)

H_0 : لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية بين إيجابية وسلبية الكلمة المنطوقة واختيار الخدمات الصحية من وجهة نظر المرضى بقسم النساء والتوليد بمستشفى الضياء ورقلة ؛

H_1 : يوجد أثر ذو دلالة إحصائية بين إيجابية وسلبية الكلمة المنطوقة واختيار الخدمات الصحية من وجهة نظر المرضى بقسم النساء والتوليد بمستشفى الضياء ورقلة ؛

وننتج الفرضية وفق الجدول التالي .

الجدول رقم: (2-19) نتائج اختبار الفرضيات

متغيرات الدراسة	معامل الانحدار (B)	معامل الارتباط R	معامل التفسير R^2	قيمة F المحسوبة	مستوى المعنوية (Sig)
رابعا: إيجابية وسلبية الكلمة المنطوقة	0.314	0.60	0.361	32.07	0.00

المصدر: من إعداد الطالبة بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS.V22

يتبين لنا من الجدول أعلاه أن معامل الارتباط بيرسون بلغت قيمته ($r = 0.60$)، وهو موجب، ويدل ذلك على أن اتجاه العلاقة بين المتغيرين طردي، أي أن إيجابية وسلبية الكلمة المنطوقة يؤثران إيجاباً على اختيار الخدمات الصحية في المؤسسة.

أما من خلال قيمة معامل التفسير المقدرة بـ ($R^2 = 0.361$)، فيتضح أن إيجابية وسلبية الكلمة المنطوقة يؤثران بنسبة 36.1% على اختيار الخدمات الصحية في المؤسسة.

ونفسر قيمة التأثير (معامل الانحدار B) بين المتغيرين: تشير قيمة معامل الانحدار المذكورة في الجدول أعلاه والمقدرة بـ ($B = 0.314$) إلى أنه كلما زادت مستويات إيجابية وسلبية الكلمة المنطوقة بوحدة واحدة، أدى ذلك إلى زيادة في درجات التحكم في اختبار الخدمات الصحية في المؤسسة بقيمة 0.314 وحدة.

من الجدول أعلاه، نلاحظ أن قيمة اختبار فيشر لدراسة تأثير إيجابية وسلبية الكلمة المنطوقة على اختيار الخدمات الصحية قد بلغت (32.07)، وهي ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ($\alpha \leq 0.05$) نظرًا لأن مستوى دلالتها. (sig = 0.004)

$$Y=2.44+(0.314) x_1$$

معادلة الانحدار الخطي البسيط :

نستنتج قرار اختبار الفرضية بالنسبة إيجابية وسلبية الكلمة المنطوقة: نرفض نص الفرضية الصفرية ونقبل نص الفرضية البديلة أي أنه: يوجد أثر ذو دلالة إحصائية للكلمة المنطوقة من خلال إيجابية وسلبية الكلمة المنطوقة على اختيار الخدمات الصحية في المؤسسة محل الدراسة

ومنه نقبل الفرضية: توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين إيجابية وسلبية الكلمة المنطوقة واختيار الخدمات الصحية في مستشفى الضياء (قسم النساء والتوليد)؛

2- عرض وتحليل نتائج اختبار الفرضية السادسة

الفرضية: لا توجد فروقات ذات دلالة إحصائية بين متوسطات إجابات أفراد العينة حول الكلمة المنطوقة في المديرية مستشفى الضياء تعزى إلى المتغيرات الشخصية (السن، الحالة الاجتماعية، الوضعية المهنية، المستوى التعليمي، مهنة الزوج)

تم استخدام اختبار **T لعينتين مستقلتين (Independent Samples T-test)** ، باعتبار أن متغير الجنس والحالة الاجتماعية يتكونان من فئتين.

H_0 : لا توجد فروقات ذات دلالة إحصائية بين متوسطات إجابات أفراد العينة حول الكلمة المنطوقة في المديرية مستشفى الضياء تعزى إلى المتغيرات الشخصية (السن، الحالة الاجتماعية، الوضعية المهنية، المستوى التعليمي، مهنة الزوج)؛
 H_1 : توجد فروقات ذات دلالة إحصائية بين متوسطات إجابات أفراد العينة حول الكلمة المنطوقة في المديرية مستشفى الضياء تعزى إلى المتغيرات الشخصية (السن، الحالة الاجتماعية، الوضعية المهنية، المستوى التعليمي، مهنة الزوج)؛

1- بالنسبة لمتغير السن والحالة الاجتماعية حول المحور الثاني " اختيار الخدمات الصحية "

نص الفرضية: لا توجد فروقات ذات دلالة إحصائية عند مستوى المعنوية 0.05 بين متوسطات إجابات أفراد العينة حول اختيار الخدمات الصحية في مستشفى الضياء ورقة تعزى لمتغير السن والحالة الاجتماعية
 للتعرف على ما إذا كانت هناك فروق ذات دلالة إحصائية في إجابات أفراد الدراسة حول طبقا لاختلاف متغير السن، تم استخدام (Independent-Samples T-test) وذلك لأن عامل متغير السن يحتوي على فئتين هما: أقل من 35، 35 فما فوق ويستخدم هذا الاختبار إذا كانت البيانات تحت كل فئة من فئتي السن تتبع التوزيع الطبيعي، وجاءت النتائج كما يوضحها الجدول التالي:

الجدول رقم (20-2): نتائج اختبار فرق المتوسطين لآراء المبحوثين تجاه المحور الأول

الجنس	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	قيمة (F) المحسوبة	مستوى المعنوية (Sig)
متغير السن	اقل من 35	3.62	0.546	0.463
	35 فما فوق	3.76		
الحالة الاجتماعية	عزباء	3.67	0.305	0.583
	متزوجة	3.73		

المصدر: من إعداد الطالبة بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS.V25

نستنتج من الجدول أعلاه أنه لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى معنوية (0.05) فأقل في اتجاهات أفراد الدراسة حول اختيار الخدمات الصحية بحيث تعزى هذه الفروق الى متغيرات: السن وذلك استنادا إلى أن قيمة الاختبار (0.546) وقيمة مستوى المعنوية بلغت (0.463) أكبر من مستوى المعنوية المفروض (0.05).

وهذه النتيجة تبرز أن أفراد عينة الدراسة في المؤسسة محل الدراسة، لا تختلف آرائهم باختلاف السن أي أنه لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية في تصور أفراد عينة الدراسة اختيار الخدمات الصحية تعزى لمتغير السن. كما بينت نتائج الدراسة أنه لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى معنوية (0.05) فأقل في اتجاهات أفراد الدراسة حول اختيار الخدمات الصحية بحيث تعزى هذه الفروق الى متغيرات: الحالة الاجتماعية وذلك استنادا إلى أن قيمة الاختبار (0.305) وقيمة مستوى المعنوية بلغت (0.583) أكبر من مستوى المعنوية المفروض (0.05).

وهذه النتيجة تبرز أن أفراد عينة الدراسة في المؤسسة محل الدراسة، لا تختلف آرائهم باختلاف حالتهم الاجتماعية أي أنه لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية في تصور أفراد عينة الدراسة اختيار الخدمات الصحية تعزى لمتغير الحالة الاجتماعية.

- عليه نتائج اختبار الفرضية بالنسبة لمتغير السن: نقبل الفرضية الصفرية ونرفض الفرضية البديلة أي تثبت صحة نص الفرضية: لا توجد فروقات ذات دلالة إحصائية عند مستوى المعنوية 0.05 بين متوسطات إجابات أفراد العينة حول اختيار الخدمات الصحية في مستشفى الضياء ورقلة تعزى إلى لمتغير السن والحالة الاجتماعية.

2- بالنسبة لمتغيرات، المستوى التعليمي، الوضعية المهنية، مهنة الزوج " اختيار الخدمات الصحية"

للتعرف على ما إذا كانت هناك فروق ذات دلالة إحصائية في إجابات أفراد الدراسة طبقا لاختلاف متغيرات (المستوى التعليمي، الوضعية المهنية، مهنة الزوج) تم استخدام تحليل التباين الأحادي (One-way ANOVA) لتوضيح دلالة الفروق في إجابات عينة أفراد عينة الدراسة، النتائج كما يوضحها الجدول التالي:

الجدول (20-2): نتائج تحليل التباين الأحادي لمتوسطات تقديرات أفراد عينة الدراسة حسب متغيرات ، ، المستوى التعليمي، الوضعية المهنية، مهنة الزوج للمحور " اختيار الخدمات الصحية"

المتغير	المصدر	مجموع المربعات	قيمة F	مستوى المعنوي Sig
المستوى التعليمي	بين المجموعات	0.992	2.332	0.106
	خلال المجموعات	11.912		
الوضعية المهنية	بين المجموعات	1.021	2.405	0.099
	خلال المجموعات	11.883		
مهنة الزوج	بين المجموعات	1.221	1.917	0.138
	خلال المجموعات	11.682		

المصدر: من إعداد الطالبة بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS.V25

يتبين لنا من الجدول أعلاه أن قيم مستوى المعنوية المصاحبة لإحصائية F، جاءت أكبر من 0.05 بالنسبة لمتغير، المستوى التعليمي، الوضعية المهنية، مهنة الزوج أي لا توجد فروق معنوية في متوسطات إجابات أفراد العينة وبهذا نقبل نص الفرضية عند مستوى دلالة 0.05 فيما يتعلق عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى دلالة (0.05) بين أراء أفراد عينة الدراسة المستجيبين لهذه الدراسة حول اختيار الخدمات الصحية حسب إجابات عينة الدراسة

نتائج اختبار الفرضية الفروق بالنسبة لمحور اختيار الخدمات الصحية: نقبل نص الفرضية الصفريّة ونرفض الفرضية البديلة أي انه: لا توجد فروقات ذات دلالة إحصائية عند مستوى المعنوية 0.05 بين متوسطات إجابات أفراد العينة حول اختيار الخدمات الصحية في مستشفى الضياء تعزى إلى المتغيرات الشخصية (المستوى التعليمي، الوضعية المهنية، مهنة الزوج)

المطلب الثاني: مناقشة نتائج الدراسة

بعد تحليل الإستبيان واختبار الفرضيات الدراسة بالأساليب الإحصائية المناسبة، من أجل تحليل بعض المتغيرات تم التوصل إلى النتائج التالية:

✎ اختبار صحة الفرضية الاولى التي تنص على :هناك علاقة ارتباط ذات دلالة إحصائية بين الكلمة المنطوقة وأبعادها واختيار الخدمات الصحية في مستشفى الضياء.

لاختبار العلاقة بين الكلمة المنطوقة وأبعادها كمتغير مستقل للدراسة واختيار الخدمات الصحية كمتغير تابع سنعتمد على معامل الارتباط بيرسون . (Pearson Correlation)

تم اختبار صحة هذه الفرضية من خلال حساب مصفوفة (معاملات الارتباط (Pearson(r) بين المتغير المستقل الكلمة المنطوقة بأبعاده والمتغير التابع اختيار الخدمات الصحية.

أثبتت الدراسة أن جميع العلاقات الارتباطية دالة إحصائيا وعند مستويات إيجابية بين المتغير المستقل الكلمة المنطوقة بأبعاده مصدر الكلمة المنطوقة؛ محتوى الكلمة المنطوقة؛ كثافة للكلمة المنطوقة؛ ايجابية وسلبية الكلمة المنطوقة (والمتغير التابع) اختيار

الخدمات الصحية فكانت النسب على التوالي (17.6%، 46.3%، 30.7%، 60%)، حيث كان بعد إيجابية وسلبية الكلمة المنطوقة أكبر بعد بلغ معاملته 60%.

وهي قيمة إيجابية تؤكد وجود علاقة طردية قوية بين الكلمة المنطوقة بأبعادها واختيار الخدمات الصحية لدى مستشفى الضياء بورقلة، وهذا يدل على أن الكلمة المنطوقة لها أهمية في اختيار الخدمات الصحية في المؤسسة محل الدراسة .

مما يؤدي الى قبول الفرضية التي تنص على انه هناك علاقة ارتباط ذات دلالة إحصائية بين الكلمة المنطوقة وأبعادها واختيار الخدمات الصحية في مستشفى الضياء، باستثناء بعد مصدر الكلمة المنطوقة الذي لم يظهر علاقة دالة إحصائية مع اختيار الخدمات الصحية

حيث تتشابه مع نتيجة دراسة كل من:

✓ دراسة لـ "نزيهة زمورة" ⁸⁸

✓ دراسة لـ "حسن عيد ليبب" ⁸⁹

✓ دراسة لـ "أحمد رضوان" ⁹⁰

اختبار صحة الفرضيات، الثانية، الثالثة، الرابعة، الخامسة التي تنص على انه

توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين مصدر الكلمة المنطوقة واختيار الخدمات الصحية في مستشفى الضياء (قسم النساء والتوليد)؛

توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين محتوى الكلمة المنطوقة واختيار الخدمات الصحية في مستشفى الضياء (قسم النساء والتوليد)؛

توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين كثافة الكلمة المنطوقة واختيار الخدمات الصحية في مستشفى الضياء (قسم النساء والتوليد)؛

توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين إيجابية وسلبية الكلمة المنطوقة واختيار الخدمات الصحية في مستشفى الضياء (قسم النساء والتوليد)؛.

- أثبتت الدراسة أن هناك أثر بين الكلمة المنطوقة واختيار الخدمات الصحية في المؤسسة محل الدراسة، حيث تبين لنا وجود دلالة إحصائية لتأثير الكلمة المنطوقة على اختيار الخدمات الصحية في المؤسسة محل الدراسة عند مستوى المعنوية حيث فسرت أبعاد الكلمة المنطوقة ما مقداره (3.1%؛ 21.4%؛ 9.4%؛ 36.1%) على التوالي من اختيار الخدمات الصحية اعتمادا على قيمة معامل التفسير، والباقي يرجع إلى عوامل أخرى .

وبناء على النتائج المتحصل عليها توصلنا إلى معادلات خط الانحدار التالية:

$$Y=2.127+(0.10) x_1$$

$$Y= 2.521+ (0.237) x_1$$

$$Y=2.746+(0.224) x_1$$

$$Y=2.44+(0.314) x_1$$

حيث يمثل Y اختيار الخدمات الصحية، X يمثل الكلمة المنطوقة، والعلاقة بينهما علاقة طردية قوية أي أنه كلما زادت الكلمة المنطوقة كما زاد التحكم في اختيار الخدمات الصحية الوظيفي

⁸⁸ بعنوان "واقع جودة الخدمات الصحية في الجزائر بين الإنجازات والتحديات" سنة 2022 جامعة باتنة

⁸⁹ بعنوان "تحليل العلاقة بين جودة الخدمة الصحية ورضا العملاء" سنة 2021 جامعة مصر

⁹⁰ بعنوان "الاتصال الصحي وقت الأزمات عبر وسائل التواصل الاجتماعي" سنة 2020 جامعة القاهرة

مما يؤدي إلى قبول صحة الفرضيات الأربع التي تنص على انه :

للم توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين مصدر الكلمة المنطوقة واختيار الخدمات الصحية في مستشفى الضياء (قسم النساء والتوليد)؛

للم توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين محتوى الكلمة المنطوقة واختيار الخدمات الصحية في مستشفى الضياء (قسم النساء والتوليد)؛

للم توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين كثافة الكلمة المنطوقة واختيار الخدمات الصحية في مستشفى الضياء (قسم النساء والتوليد)؛

للم توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين إيجابية وسلبية الكلمة المنطوقة واختيار الخدمات الصحية في مستشفى الضياء (قسم النساء والتوليد)؛.

وهذا ما يتشابه مع دراسة كل من:

- دراسة لـ "حارك أسامة ومعمّر زكرياء" ⁹¹
- دراسة لـ "بختة بطاهر" ⁹²
- دراسة لـ "Zhu & Piercy" ⁹³
- دراسة لـ "Jin & Ryu" ⁹⁴
- دراسة لـ "Shan et al." ⁹⁵

- اختبار صحة الفرضية الخامسة التي تنص على: لا توجد فروقات ذات دلالة إحصائية عند مستوى المعنوية 0.05 بين متوسطات إجابات أفراد العينة حول اختيار الخدمات الصحية في مستشفى الضياء ورقلة تعزى إلى المتغيرات الشخصية (السن، الحالة الاجتماعية، الوضعية المهنية، المستوى التعليمي، مهنة الزوج) تم اختبار صحة الفرضية بإستعمال اختبار Anova و Test T أثبتت الدراسة انه لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية حول الأداء التنظيمي تعزى للمتغيرات الشخصية (السن، الحالة الاجتماعية، الوضعية المهنية، المستوى التعليمي، مهنة الزوج) نجد أن مستوى الدلالة لديهم كانت على التوالي (0.048، 0.106، 0.099، 0.138) واغلبهم أكبر من مستوى الدلالة 0.05، أي لا تختلف الخدمات الصحية لدى افراض العينة باختلاف المتغيرات الشخصية.

للم مما يؤدي إلى قبول صحة الفرضية الخامسة: التي تنص على لا توجد فروقات ذات دلالة إحصائية عند مستوى المعنوية 0.05 بين متوسطات إجابات أفراد العينة حول اختيار الخدمات الصحية في مستشفى الضياء ورقلة تعزى إلى المتغيرات الشخصية (السن، الحالة الاجتماعية، الوضعية المهنية، المستوى التعليمي، مهنة الزوج)

⁹¹ بعنوان "أثر جودة الخدمات الصحية في توليد الكلمة المنطوقة الإيجابية" سنة 2022 جامعة المركز الجامعي عبد الحفيظ بوالصوف ميله

⁹² بعنوان "الاتصال التسويقي للخدمات الصحية في المؤسسات الجزائرية" سنة 2018 جامعة جزائرية

⁹³ بعنوان "Impact of Online Patient Reviews on Hospital and Physician Choice" سنة 2024 جامعة University of Kansas

⁹⁴ بعنوان "Sustainable Healthcare and Electronic Word of Mouth" سنة 2024 جامعة Konkuk University

⁹⁵ بعنوان "The Impact of Electronic Word of Mouth on Patients' Choices in Online Health Communities" سنة 2023 جامعة Beihang University

وهذا ما يتشابه مع دراسة كل من:

- دراسة لـ "أحمد رضوان" ⁹⁶
- دراسة لـ "Jin & Ryu" ⁹⁷
- دراسة لـ "Shan et al." ⁹⁸
- دراسة لـ "Zhang et al." ⁹⁹

⁹⁶ بعنوان "الاتصال الصحي وقت الأزمات عبر وسائل التواصل الاجتماعي" سنة 2020 جامعة القاهرة

⁹⁷ بعنوان "Sustainable Healthcare and Electronic Word of Mouth" سنة 2024 جامعة Konkuk University

⁹⁸ بعنوان "The Impact of Electronic Word of Mouth on Patients' Choices in Online Health Communities" سنة

2023 جامعة Beihang University

⁹⁹ بعنوان "The Impact of Narrative Reviews on Patient Choice in Online Health Communities" سنة 2023 جامعة

Tianjin University

خلاصة الفصل:

حاولنا من خلال هذا الفصل ان نبين أثر الكلمة المنطوقة على اختيار الخدمات الصحية" دراسة حالة مستشفى الضياء بورقلة"، واعتمدنا في هذه الدراسة على الاستمارة التي تم توزيعها بشكل ورقي، وعند استرجاع الاستمارة تم تفريغها وتحليل بياناتها بالاعتماد على برنامج " SPSS" ثم الاعتماد على الاختبارات الإحصائية اللازمة للإجابة على إشكالية الدراسة، ومن خلال تحليل إجابات افراد العينة وتفسيرها توصلنا إلى الإجابة على فرضيات الدراسة توصلت النتائج إلى أنه يوجد أثر ذو دلالة إحصائية للكلمة المنطوقة على اختيار الخدمات الصحية للمؤسسة محل الدراسة من خلال كل من مصدر الكلمة المنطوقة، ومحتوى الكلمة المنطوقة، كثافة للكلمة المنطوقة، ايجابية وسلبية الكلمة المنطوقة، حسب وجهة نظر عينة الدراسة

خاتمة

خاتمة:

في ختام هذه الدراسة الموسومة بـ **أثر الكلمة المنطوقة على اختيار الخدمات الصحية - دراسة حالة: مستشفى الضياء (قسم النساء والتوليد)**، التي تهدف إلى تحليل تأثير الكلمة المنطوقة بأبعادها المختلفة على اختيار الخدمات الصحية، يمكن التأكيد على أن الكلمة المنطوقة تُعد من أهم العوامل المؤثرة في توجيه سلوك المرضى واختياراتهم، خاصة في القطاع الصحي الذي يتميز بحساسية عالية وارتباط وثيق بعنصري الثقة والتجربة الشخصية. فاختيار المؤسسة الصحية لا يعتمد فقط على جودة الخدمات والتجهيزات، بل يتأثر بشكل كبير بتجارب الآخرين المنقولة، والتي تسهم في تكوين صورة ذهنية مسبقة لدى المرضى.

وقد تناولت الدراسة مختلف أبعاد الكلمة المنطوقة من خلال الجمع بين الجانب النظري المعتمد على الأدبيات والدراسات السابقة، والجانب التطبيقي القائم على دراسة ميدانية بمستشفى الضياء، مما أتاح فهماً أوضح للعلاقة بين الكلمة المنطوقة وسلوك المريض، وأبرز دور تجارب المرضى في التأثير على قرارات الآخرين.

كما خلصت الدراسة إلى أن الكلمة المنطوقة تُعد أداة تأثير قوية يمكن أن تعزز أو تضعف سمعة المؤسسة الصحية حسب طبيعة التجارب المتداولة، مما يجعل تحسين جودة الخدمات الصحية والاهتمام بالمرضى أساساً ضرورياً لتوليد كلمة منطوقة إيجابية تعزز ثقة المرضى وتجذبهم.

وعليه، فإن هذه الدراسة لا تكتفي بتأكيد أهمية الكلمة المنطوقة، بل تفتح المجال أمام المؤسسات الصحية لإعادة النظر في استراتيجياتها الاتصالية والخدمية، بما يضمن تحقيق رضا المرضى وبناء صورة ذهنية إيجابية ومستدامة، وهو ما يعزز من تنافسيتها في بيئة صحية تتسم بتزايد الوعي والاختيار لدى المرضى.

أولاً: نتائج الدراسة

1- النتائج النظرية

- أكدت الدراسة أن الكلمة المنطوقة تمثل أحد أهم أدوات الاتصال غير الرسمي تأثيراً على سلوك المستهلك الصحي؛
- تبين أن أبعاد الكلمة المنطوقة (المصدر، المحتوى، الكثافة، الإيجابية والسلبية) تلعب أدواراً متفاوتة في التأثير على قرارات الأفراد؛
- أظهرت الأدبيات وجود علاقة وثيقة بين جودة الخدمات الصحية، رضا المرضى، وانتشار الكلمة المنطوقة؛
- تم التأكيد على أن الثقة والمصادقية عنصران أساسيان في فعالية الكلمة المنطوقة؛

2- النتائج التطبيقية

- وجود علاقة ارتباط ذات دلالة إحصائية بين الكلمة المنطوقة وأبعادها واختيار الخدمات الصحية في مستشفى الضياء، باستثناء بعد مصدر الكلمة المنطوقة الذي لم يظهر علاقة دالة إحصائية؛

- ثبت أن محتوى الكلمة المنطوقة وكثافتها وطابعها (إيجابي/سليبي) تؤثر بشكل مباشر على اختيار المريض للخدمات الصحية؛
- بينت النتائج أن التجارب الإيجابية ترفع من الإقبال على المستشفى، بينما تؤدي التجارب السلبية إلى العزوف عنه؛

3- نتائج اختبار الفرضيات

- ✓ تم قبول الفرضية الرئيسية بوجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين الكلمة المنطوقة واختيار الخدمات الصحية؛
- ✓ تم قبول الفرضيات الفرعية المتعلقة بـ:
- ✓ وجود علاقة بين محتوى الكلمة المنطوقة واختيار الخدمات الصحية؛
- ✓ وجود علاقة بين كثافة الكلمة المنطوقة واختيار الخدمات الصحية؛
- ✓ وجود علاقة بين إيجابية وسلبية الكلمة المنطوقة واختيار الخدمات الصحية؛
- ✓ في المقابل، لم يتم تأكيد العلاقة بالنسبة لبعد مصدر الكلمة المنطوقة رغم قبوله ضمن الفرضيات؛
- ✓ تم قبول الفرضية الخامسة التي تنص على عدم وجود فروقات ذات دلالة إحصائية عند مستوى (0.05) تعزى للمتغيرات الشخصية (السن، الحالة الاجتماعية، الوضعية المهنية، المستوى التعليمي، مهنة الزوج)؛

ثانياً: اقتراحات

- تحسين جودة الخدمات الصحية المقدمة بما يعزز التجارب الإيجابية للمرضى؛
- الاهتمام بحسن معاملة الطاقم الطبي وشبه الطبي لما له من تأثير مباشر على الكلمة المنطوقة؛
- تعزيز قنوات التواصل مع المرضى والاستماع لانشغالاتهم وشكاواهم؛
- استثمار الكلمة المنطوقة الإلكترونية عبر وسائل التواصل الاجتماعي بطريقة احترافية؛
- القيام بدورات تدريبية للطاقم الصحي حول مهارات الاتصال والتعامل مع المرضى؛

ثالثاً: آفاق الدراسة

- إجراء دراسات مستقبلية تشمل مؤسسات صحية أخرى للمقارنة بين النتائج؛
- دراسة أثر الكلمة المنطوقة الإلكترونية (E-WOM) بشكل أعمق في القطاع الصحي؛
- توسيع نموذج الدراسة ليشمل متغيرات جديدة مثل جودة الحياة الصحية أو ولاء المرضى؛
- استخدام مناهج بحثية مختلفة (تجريبية أو نوعية) لتعميق الفهم؛

المصادر والمراجع

أولاً: المراجع العربية

1. ابن منظور، لسان العرب، دار صادر، بيروت، (د.ت).
2. أوليفر، ريتشارد، رضا المستهلك، دار ماكغرو هيل للنشر، الولايات المتحدة الأمريكية، 1997.
3. باراسورامان، وزملاؤه، نموذج *SERVQUAL* لقياس جودة الخدمة، مجلة أبحاث التسويق، الولايات المتحدة الأمريكية، 1985.
4. دونايديان، أفيديس، تقييم جودة الرعاية الصحية، جامعة هارفارد، الولايات المتحدة الأمريكية، 1988.
5. شافي، ديف، التسويق الإلكتروني، دار الفاروق للنشر، مصر، 2015.
6. شيفمان، ليون، سلوك المستهلك، دار المسيرة للنشر، الأردن، 2012.
7. كيلر، كيفن، إدارة العلامة التجارية، دار وائل للنشر، الأردن، 2010.
8. كوتلر، فيليب، إدارة التسويق، دار المريخ للنشر، المملكة العربية السعودية، 2006.
9. ستانتون، وليم، مبادئ التسويق، دار النهضة العربية، مصر، 2004.
10. مورغان، روبرت، وهانت، شيلي، نظرية الالتزام والثقة في التسويق، مجلة التسويق، الولايات المتحدة الأمريكية، 1994.

ثانياً: المراجع الأجنبية

11. Buttle, Francis A., "Word of Mouth: Understanding and Managing Referral Marketing", *Journal of Strategic Marketing*, 1998.
12. Chaffey, Dave et al., *Digital Marketing*, Pearson, 6th Edition, 2016.
13. East, Robert et al., *Word of Mouth Marketing*, Oxford University Press, 2008.
14. Kotler, Philip & Keller, Kevin Lane, *Marketing Management*, Pearson Education, 15th Edition, 2016.

15. Lovelock, Christopher & Wirtz, Jochen, *Services Marketing*, Pearson, 7th Edition, 2011.
16. Solomon, Michael R., *Consumer Behavior: Buying, Having, and Being*, Pearson, 12th Edition, 2017.

ثالثًا: الرسائل الجامعية والدراسات

17. أثر جودة الخدمات الصحية في توليد الكلمة المنطوقة الإيجابية، جامعة المركز الجامعي عبد الحفيظ بوالصوف، ميله، 2022 .
18. الاتصال الصحي وقت الأزمات عبر وسائل التواصل الاجتماعي، جامعة القاهرة، 2020 .
19. الاتصال التسويقي للخدمات الصحية في المؤسسات الجزائرية، جامعة جزائرية، 2018 .
20. تأثير الكلمة المنطوقة على اختيار المريض للمؤسسة الصحية، جامعة العربي بن مهيدي، أم البواقي، 2021 .
21. تحليل العلاقة بين جودة الخدمة الصحية ورضا العملاء، جامعة مصر، 2021 .
22. واقع جودة الخدمات الصحية في الجزائر بين الإنجازات والتحديات، جامعة باتنة، 2022 .

رابعًا: الدراسات الأجنبية الحديثة

23. *Demand for Online Platforms for Medical Word of Mouth*, National Taiwan University, 2018.
24. *Impact of Online Patient Reviews on Hospital and Physician Choice*, University of Kansas, 2024.
25. *Sustainable Healthcare and Electronic Word of Mouth*, Konkuk University, 2024.

26. *The Current State of Research of Word of Mouth in Healthcare*, Johannes Kepler University, 2022.
27. *The Impact of Electronic Word of Mouth on Patients' Choices in Online Health Communities*, Beihang University, 2023.
28. *The Impact of Narrative Reviews on Patient Choice in Online Health Communities*, Tianjin University, 2023.

خامسًا: مقال علمي

29. مقال محكم لبن عوالي الجيلالي، “تأثير الكلمة المنطوقة على اختيار المريض للمؤسسة الصحية” مجلة اقتصاد المال والأعمال، المجلد 06، العدد 01، جامعة الشهيد حمه لخضر الوادي، الجزائر، 2021.

الملاحق

الملحق رقم (01): استمارة استبيان الدراسة



الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية
وزارة التعليم العالي والبحث العلمي
جامعة قاصدي مرباح ورقلة
كلية العلوم الاقتصادية والعلوم التجارية وعلوم التسيير
قسم العلوم التجارية



التخصص: تسويق الخدمات

المستوى: سنة ثانية ماستر

استمارة استبيان

تحية طيبة وبعد.....

يسعدني ان اضع بين يديك هذا الاستبيان في إطار دراسة علمية تهدف إلى التعرف على مدى تأثير الكلمة المنطوقة، اي توصيات واء وتجارب الاخرين، في اختيار الخدمات الصحية الخاصة بقسم النساء لمستشفى الضياء احيطك علما بأن ما تدلين بيه من معلومات سيتم التعامل معها في إطار البحث العلمي وتحظي بسرية تامة ، وعليه ارجو من سيادتكم التكرم بالإجابة على أسئلة هذا الاستبيان
تدخل هذه الدراسة ضمن استكمال شهادة الماستر في تسويق الخدمات

شكرا على تعاونك، تقبلي مني فائق الاحترام والتقدير.

ملاحظة: يرجى منكم وضع علامة (x) في الخانة المناسبة

المحور الأول: البيانات العامة

السن:

☐ أقل من 35 ☐ 35 فما أكثر

المستوى التعليمي: ☐ اقل من جامعي ☐ جامعي ☐ دراسات عليا

الوضعية المهنية: ☐ عاملة ☐ مأكثة في البيت ☐ طالبة

الحالة الاجتماعية: ☐ عزباء ☐ متزوجة ☐ ارملة ☐ مطلقة

مهنة الزوج: ☐ موظف حكومي ☐ عامل حر ☐ عاطل عن العمل ☐ أخرى

الخيار	غير موافق بشدة	غير موافق	محايد	موافق	موافق بشدة
المحور الأول: الكلمة المنطوقة (Word of Mouth)					
البعد الأول: مصدر الكلمة المنطوقة					
1. أعتد على آراء الأصدقاء عند اختيار الخدمات الصحية					
2. أثق في تجارب أفراد العائلة المتعلقة بالمؤسسات الصحية					
3. أعتبر توصيات الأطباء مصدرًا مهمًا للمعلومات					
4. أستفيد من آراء المرضى السابقين في اتخاذ قراري					
5. أميز بين مصادر المعلومات الموثوقة وغير الموثوقة					
البعد الثاني: محتوى الكلمة المنطوقة					
6. أهتم بتفاصيل التجارب التي يشاركها الآخرون					
7. أركز على المعلومات المتعلقة بجودة الخدمة الصحية					
8. تؤثر المعلومات المتعلقة بسلوك الطاقم الطبي على قراري					
9. أهتم بالمعلومات المتعلقة بسرعة تقديم الخدمة					
10. أقيم محتوى المعلومات قبل الاعتماد عليها					
البعد الثالث: كثافة الكلمة المنطوقة					
11. أتعرض لعدد كبير من الآراء حول المؤسسات الصحية					
12. تتكرر توصيات الآخرين حول نفس المؤسسة الصحية					
13. أسمع كثيرًا عن تجارب المرضى مع الخدمات الصحية					
14. تؤثر كثرة الآراء في اختياري للمؤسسة الصحية					
15. أميل إلى اختيار المؤسسات الصحية التي يكثر الحديث عنها					
البعد الرابع: إيجابية وسلبية الكلمة المنطوقة					
16. تؤثر الآراء الإيجابية على اختياري للمؤسسة الصحية					
17. أتجنب المؤسسات التي سمعت عنها آراء سلبية					

					18. أميل لاختيار المؤسسات التي يمدحها الآخرون
					19. تؤثر التجارب السلبية للآخرين على قراري
					20. أقارن بين الآراء الإيجابية والسلبية قبل اتخاذ القرار
المحور الثاني: اختيار الخدمات الصحية					
					1. أختار المؤسسة الصحية التي تقدم خدمات طبية ذات جودة عالية
					2. تؤثر كفاءة الأطباء في اختياري للمؤسسة الصحية
					3. أفضل المؤسسات التي تستخدم تجهيزات طبية حديثة
					4. جودة الرعاية الصحية تؤثر بشكل مباشر على قراري
					5. أبحث عن مؤسسات تقدم خدمات دقيقة وموثوقة
					6. أختار المؤسسة الصحية ذات السمعة الجيدة
					7. تؤثر آراء المرضى السابقين في قراري
					8. أفضل المؤسسات التي تحظى بتقييمات إيجابية
					9. مستوى رضا المرضى يعكس جودة المؤسسة الصحية
					10. أعتد على تجارب الآخرين في اختيار المؤسسة الصحية
					11. تؤثر تكلفة العلاج في اختياري للمؤسسة الصحية
					12. أختار المؤسسة الصحية القريبة من مكان إقامتي
					13. سهولة الوصول إلى المؤسسة عامل مهم في قراري
					14. أراعي مدة الانتظار عند اختيار المؤسسة الصحية

نشكركم على حسن تعاونكم

الملحق رقم (02): جدول يوضح قائمة الأساتذة المحكمين لاستمارة الاستبيان

الجامعة	درجة العلمية	الأستاذ المحكم
جامعة ورقلة	أستاذ التعليم العالي	بن تقات عبد الحق
جامعة ورقلة	أستاذ التعليم العالي	عراة الحاج
جامعة ورقلة	أستاذ التعليم العالي	مناصرية رشيد
جامعة ورقلة	أستاذ التعليم العالي	بن جروة حكيم

المصدر: من إعداد الطالبة وفق قائمة الأساتذة المحكمين للاستبيان

الملحق رقم (03): معامل الفا كرونباخ

Scale: ALL VARIABLES

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	60	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	60	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.752	45

Scale: ALL VARIABLES

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	60	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	60	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.720	28

Scale: ALL VARIABLES

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	60	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	60	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.668	17

الملحق رقم (04): نتائج توزيع عينة الدراسة

Frequencies

		Statistics				
		السن	المستوى	الوضعية م	الحالة إ	مهنة ز
N	Valid	60	60	60	60	60
	Missing	0	0	0	0	0

Frequency Table

		السن			Cumulative Percent
		Frequency	Percent	Valid Percent	
Valid	لقب من 35	13	21.7	21.7	21.7
	35 قما اكثر	47	78.3	78.3	100.0
	Total	60	100.0	100.0	

		المستوى			Cumulative Percent
		Frequency	Percent	Valid Percent	
Valid	اقل من جامعي	21	35.0	35.0	35.0
	جامعي	32	53.33	53.33	88.33
	دراسات عليا	7	11.67	11.67	100.0
	Total	60	100.0	100.0	

		الحالة الاجتماعية			Cumulative Percent
		Frequency	Percent	Valid Percent	
Valid	عزباء	6	10.0	10.0	10.0
	متزوجة	28	46.67	46.67	56.67
	ارملة	12	20	20	76.67
	مطلقة	14	23.33	23.33	100.0
	Total	60	100.0	100.0	

		الوضعية المهنية			Cumulative Percent
		Frequency	Percent	Valid Percent	
Valid	عاملة	22	36.66	36.66	36.66

ماكئة	25	41.67	41.67	78.33
طالبة	13	21.67	21.67	100.0
Total	60	100.0	100.0	

مهنة الزوج

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid موظف حكومي	25	41.67	41.67	41.67
عامل حر	9	15	15	56.67
عاطل عن العمل	17	28.33	28.33	85
اخرى	9	15	15	100.0
Total	60	100.0	100.0	

الملحق رقم (05): نتائج الاتجاه العام لإجابات عينة الدراسة

Descriptives

Descriptive Statistics

	N	Mean	Std. Deviation
أختار المؤسسة الصحية التي تقدم خدمات طبية ذات جودة عالية	60	3.1000	1.00338
تؤثر كفاءة الأطباء في اختياري للمؤسسة الصحية	60	3.3667	.82270
أفضل المؤسسات التي تستخدم تجهيزات طبية حديثة	60	3.2167	.94046
جودة الرعاية الصحية تؤثر بشكل مباشر على قراري	60	3.4833	.81286
أبحث عن مؤسسات تقدم خدمات دقيقة وموثوقة	60	3.4833	.77002
أختار المؤسسة الصحية ذات السمعة الجيدة	60	3.0833	1.44142
تؤثر آراء المرضى السابقين في قراري	60	2.8667	.92913
أفضل المؤسسات التي تحظى بتقييمات إيجابية	60	3.9167	.80867
مستوى رضا المرضى يعكس جودة المؤسسة الصحية	60	3.2833	1.04300
أعتمد على تجارب الآخرين في اختيار المؤسسة الصحية	60	3.7667	.59280
تؤثر تكلفة العلاج في اختياري للمؤسسة الصحية	60	3.8333	.90510

أختار المؤسسة الصحية القريبة من مكان إقامتي	60	3.3333	1.08404
سهولة الوصول إلى المؤسسة	60	3.2500	.95002
عامل مهم في قراري أراعي مدة الانتظار عند اختيار المؤسسة الصحية	60	2.8000	.95314
أختار المؤسسة الصحية التي تقدم خدمات طبية ذات جودة عالية تؤثر كفاءة الأطباء في اختياري للمؤسسة الصحية	60	3.2167	1.09066
أفضل المؤسسات التي تستخدم تجهيزات طبية حديثة	60	3.9667	.84305
جودة الرعاية الصحية تؤثر بشكل مباشر على قراري أبحث عن مؤسسات تقدم خدمات دقيقة وموثوقة	60	2.9667	.95610
أختار المؤسسة الصحية ذات السمعة الجيدة	60	3.6833	.67627
تؤثر آراء المرضى السابقين في قراري أفضل المؤسسات التي تحظى بتقييمات إيجابية	60	2.5667	.85105
مستوى رضا المرضى يعكس جودة المؤسسة الصحية	60	3.0333	1.00788
أعتمد على تجارب الآخرين في اختيار المؤسسة الصحية	60	3.1167	.73857
تؤثر تكلفة العلاج في اختياري للمؤسسة الصحية	60	3.2000	.68396
أختار المؤسسة الصحية القريبة من مكان إقامتي	60	3.6833	.70089
سهولة الوصول إلى المؤسسة	60	3.2833	1.30308
عامل مهم في قراري أراعي مدة الانتظار عند اختيار المؤسسة الصحية	60	3.2667	.77824
أختار المؤسسة الصحية التي تقدم خدمات طبية ذات جودة عالية تؤثر كفاءة الأطباء في اختياري للمؤسسة الصحية	60	2.9167	1.22532
أفضل المؤسسات التي تستخدم تجهيزات طبية حديثة	59	3.8644	.99060
جودة الرعاية الصحية تؤثر بشكل مباشر على قراري أبحث عن مؤسسات تقدم خدمات دقيقة وموثوقة	60	2.8667	1.08091
أختار المؤسسة الصحية التي تقدم خدمات طبية ذات جودة عالية تؤثر كفاءة الأطباء في اختياري للمؤسسة الصحية	60	3.5833	.86928
أفضل المؤسسات التي تستخدم تجهيزات طبية حديثة	60	3.5333	.87269
جودة الرعاية الصحية تؤثر بشكل مباشر على قراري أبحث عن مؤسسات تقدم خدمات دقيقة وموثوقة	60	3.0000	1.17891
أختار المؤسسة الصحية التي تقدم خدمات طبية ذات جودة عالية تؤثر كفاءة الأطباء في اختياري للمؤسسة الصحية	60	3.0167	1.12734
أفضل المؤسسات التي تستخدم تجهيزات طبية حديثة	60	2.5500	1.47780

الاقدمية	60	3.1333	1.33362
المستوى	60	2.4500	1.22716
المنصب	60	3.5333	1.48970
Valid N (listwise)	59		

الملحق رقم (06): اختبار صدق وثبات الفرضيات

→ Descriptives

Descriptive Statistics

	N	Mean	Std. Deviation
T1	60	3.3146	.48027
T2	60	3.4312	.46053
T3	60	3.1786	.37255
T4	60	3.2267	.52006
T5	60	3.4578	.27186
Valid N (listwise)	60		

→ Correlations

Correlations

		T1	T2	T3	T4	T5
T1	Pearson Correlation	1	.528**	.379**	.259*	.176
	Sig. (2-tailed)		.000	.003	.045	.178
	N	60	60	60	60	60
T2	Pearson Correlation	.528**	1	.207	.225	.463**
	Sig. (2-tailed)	.000		.113	.083	.000
	N	60	60	60	60	60
T3	Pearson Correlation	.379**	.207	1	.577**	.307*
	Sig. (2-tailed)	.003	.113		.000	.017
	N	60	60	60	60	60
T4	Pearson Correlation	.259*	.225	.577**	1	.600**
	Sig. (2-tailed)	.045	.083	.000		.000
	N	60	60	60	60	60
T5	Pearson Correlation	.176	.463**	.307*	.600**	1
	Sig. (2-tailed)	.178	.000	.017	.000	
	N	60	60	60	60	60

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Change Statistics				
					R Square Change	F Change	df1	df2	Sig. F Change
1	.463 ^a	.214	.201	.24307	.214	15.802	1	58	.000

a. Predictors: (Constant), T2

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	.934	1	.934	15.802	.000 ^b
	Residual	3.427	58	.059		
	Total	4.360	59			

a. Dependent Variable: T5

b. Predictors: (Constant), T2

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	2.521	.238		10.597	.000
	T2	.273	.069	.463	3.975	.000

a. Dependent Variable: T5

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Change Statistics				
					R Square Change	F Change	df1	df2	Sig. F Change
1	.176 ^a	.031	.014	.26990	.031	1.861	1	58	.178

a. Predictors: (Constant), T1

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	.136	1	.136	1.861	.178 ^b
	Residual	4.225	58	.073		
	Total	4.360	59			

a. Dependent Variable: T5

b. Predictors: (Constant), T1

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	3.127	.245		12.764	.000
	T1	.100	.073	.176	1.364	.178

a. Dependent Variable: T5

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Change Statistics				
					R Square Change	F Change	df1	df2	Sig. F Change
1	.307 ^a	.094	.079	.26096	.094	6.032	1	58	.017

a. Predictors: (Constant), T3

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	.411	1	.411	6.032	.017 ^b
	Residual	3.950	58	.068		
	Total	4.360	59			

a. Dependent Variable: T5

b. Predictors: (Constant), T3

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	2.746	.292		9.410	.000
	T3	.224	.091	.307	2.456	.017

a. Dependent Variable: T5

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Change Statistics				
					R Square Change	F Change	df1	df2	Sig. F Change
1	.600 ^a	.361	.350	.21926	.361	32.700	1	58	.000

a. Predictors: (Constant), T4

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1.572	1	1.572	32.700	.000 ^b
	Residual	2.788	58	.048		
	Total	4.360	59			

a. Dependent Variable: T5

b. Predictors: (Constant), T4

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	2.445	.179		13.633	.000
	T4	.314	.055	.600	5.718	.000

a. Dependent Variable: T5

الفهرس

المحتويات

III	الإهداء.....
IV	شكر وعرفان.....
I	ملخص الدراسة.....
V	قائمة المحتويات.....
VI	قائمة الجداول.....
VII	قائمة الاشكال البيانية.....
VII	متغيرات الدراسة
VIII	قائمة الملاحق.....
IX	مقدمة.....
ب	توطئة
ب	أ- طرح الإشكالية
ب	ب- الأسئلة الفرعية
ج	ت- الفرضيات
ج	ث- أهمية و أهداف الدراسة
د	ج- مبررات ودوافع اختيار الموضوع
د	ح- حدود الدراسة
هـ	خ- منهج الدراسة
هـ	د- صعوبات الدراسة
6	الفصل الأول: الأدبيات النظرية والتطبيقية للكلمة المنطوقة واختيار الخدمات الصحية.....
2	تمهيد:
2	المبحث الأول: الأدبيات النظرية للكلمة المنطوقة واختيار الخدمات الصحية
2	المطلب الأول: الإطار النظري للكلمة المنطوقة (Word of Mouth)
9	المطلب الثاني: الإطار المفاهيمي لاختيار الخدمات الصحية
15	المبحث الثاني: الدراسات السابقة
15	المطلب الأول: عرض الدراسات السابقة العربية
18	المطلب الثاني: أوجه التشابه وأوجه الاختلاف بين الدراسة الحالية والدراسات السابقة
19	المطلب الثالث: موقع الدراسة الحالية ضمن الدراسات السابقة
20	خلاصة الفصل
17	الفصل الثاني: الدراسة الميدانية.....

22	تمهيد
23	المبحث الأول: الطريقة والأدوات المستخدمة في الدراسة
23	المطلب الأول: الطريقة المعتمدة في الدراسة
25	المطلب الثاني: الأدوات المستخدمة في الدراسة
29	المبحث الثاني: عرض ومناقشة نتائج الدراسة
29	المطلب الأول: عرض وتحليل نتائج الدراسة
47	المطلب الثاني: مناقشة نتائج الدراسة
51	خلاصة الفصل:
52	خاتمة
Error! Bookmark not defined.	قائمة المراجع
53	الملاحق
54	الفهرس