

تسويق الخدمات الصحية عبر التطبيقات الالكترونية في ظل جائحة كورونا - المملكة العربية  
السعودية نموذجا -

**Marketing health services through electronic applications in light of the  
Corona pandemic - The Kingdom of Saudi Arabia as a model -**

مولود حواس\*، أستاذ التعليم العالي، جامعة الجزائر 3، الجزائر.

houas.md@univ-alger3.dz

طاهير نادية، أستاذة محاضرة -أ-، جامعة الجزائر 3، الجزائر.

taher.nadia@univ-alger3.dz

تاريخ الاستلام: 2022/11/25 : تاريخ القبول: 2022/12/31

**مستخلص:**

تهدف هذه الورقة البحثية إلى تحديد أهمية تسويق الخدمات الصحية عبر التطبيقات الإلكترونية في مجابهة جائحة كورونا، حيث أدركت العديد من الدول اليوم، بما فيها المملكة العربية السعودية قدرة وفعالية الوسائط الإلكترونية في تعزيز الوعي الصحي وتثقيف المرضى وتشخيص إصابتهم ومعالجتهم. وعلى هذا الأساس قامت هذه الأخيرة بإطلاق مجموعة كبيرة من التطبيقات الصحية الإلكترونية كركيزة أساسية في التقيد بالإجراءات الاحترازية والحد من انتشار فيروس كورونا من جهة، وتوفير تجربة رعاية صحية ذكية وسهلة لمواطنيها من جهة أخرى. الكلمات المفتاحية: التسويق الإلكتروني؛ الخدمات الصحية الإلكترونية؛ التطبيقات الصحية الإلكترونية؛ جائحة كورونا؛ المملكة العربية السعودية.

تصنيف JEL: H51؛ I18؛ L81؛ M31.

**Abstract:**

This research paper aims to determine the importance of marketing health services through electronic applications in the fight against coronavirus, as many countries today, including the Kingdom of Saudi Arabia, have realized the ability and effectiveness of electronic media in promoting health awareness, educating patients, diagnosing and treating their injuries. On this basis, the latter launched a wide range of electronic health applications as a basic pillar in adhering to precautionary measures and limiting the spread of the Corona virus on the one hand, and providing a smart and easy health care experience for its citizens on the other hand.

**Keywords:** e-marketing; e-health services; e-health applications; corona pandemic; Saudi Arabia.

**Jel Classification Codes:** H51; I18; L81; M31.

## مقدمة:

لقد أصبحت الممارسات الطبية عن بُعد في ظل جائحة كورونا واقع ملموس بفضل إنشاء فضاءات إلكترونية مناسبة لخصوصية الأفراد واحتياجاتهم الوقائية، تسمح للمريض بتوفير معلومات عن موقع الطبيب واسمه وتخصصه والوقت الذي يمكنه من تحديد موعد الاستشارة حسب أجدته الرقمية، وفي نفس الوقت، تُمكن الأطباء من تتبع مرضاهم عن بعد وإفادتهم بنوعية الأدوية التي يستهلكونها أو حتى الأعراض الجانبية التي قد يتعرضون لها.

وتعتبر المملكة العربية السعودية من أكثر الدول قدرة في التعامل مع جائحة كورونا، ذلك من خلال الاستخدامات الكفؤة والفعالة لتكنولوجيات المعلومات والاتصال في المجال الصحي، على غرار التطبيقات الإلكترونية التي تم إطلاقها، والتي توفر كمّاً هائلاً من المعلومات والاستشارات الطبية، وتضمن التواصل المستمر بين المريض والطبيب، لتكون بلا شك إحدى أهم الأدوات الناجعة لمواجهة الأزمة وتخفيف تداعياتها على الصعيد الصحي.

وعليه، فإنّ الإشكالية التي يمكن طرحها في هذا الإطار هي:

" كيف يمكن للتطبيقات الصحية الإلكترونية المساهمة في مجابهة جائحة كورونا ؟ وما واقع ذلك في المملكة العربية السعودية ؟ "

## أهمية الدراسة:

تستمد هذه الدراسة أهميتها من أهمية الدور الذي تلعبه الوسائط الإلكترونية ممثلة في التطبيقات الصحية الإلكترونية في مجابهة جائحة كورونا، سواءً بالنسبة للمستخدم أو الجهات المعنية بالرعاية الصحية، خاصة وأنّ انتشار الأزمة الصحية شكّل تحدياً عالمياً لفت الانتباه لضرورة تعزيز التوجه نحو الخدمات الصحية عن بُعد من جهة، وتعزيز التواصل الصحي الإلكتروني بين المرضى والأطباء من جهة أخرى، للمحافظة على التباعد الاجتماعي والحد من انتشار فيروس كورونا.

## أهداف الدراسة:

يمكن تحديد أهداف الدراسة في النقاط الآتية:

- التعرف على أهمية استخدام التطبيقات الإلكترونية في المجال الصحي، كأسلوب حديث ومحفز لتقديم خدمات صحية سهلة وسريعة؛
- إبراز دور التطبيقات الصحية الإلكترونية في مواجهة جائحة كورونا، مع الإشارة إلى حالة المملكة العربية السعودية؛
- مساعدة القائمين على برامج الرعاية الصحية في تحسين وتطوير التطبيقات الإلكترونية المستخدمة؛

- الاستفادة من نتائج هذه الدراسة في وضع التصورات الداعمة لتحقيق الاستخدام الأمثل، ورفع مستوى جودة التطبيقات الإلكترونية في تقديم الرعاية الصحية في بلدنا الجزائر.

#### منهج الدراسة:

بالنظر إلى طبيعة الموضوع محل الدراسة، ومن أجل الإجابة على الإشكالية المطروحة، تم الاعتماد على المنهج الوصفي، كونه يهتم بوصف الظاهرة المدروسة وصفاً دقيقاً، والقيام بتحليلها والتعبير عنها تعبيراً كيفياً وكمياً.

#### هيكل الدراسة:

في سبيل إجلاء الغموض عن عناصر الموضوع وإبراز أهم مسائله، تم تقسيم هذه الورقة البحثية إلى المحاور التالية:

- التعريف بالإطار العام لجائحة كورونا؛
- تسليط الضوء على المفاهيم المتعلقة بالتسويق الإلكتروني للخدمات الصحية؛
- عرض بعض النماذج لتطبيقات الصحة الإلكترونية في المملكة العربية السعودية ودورها في مجابهة جائحة كورونا.

#### أولاً- الإطار العام لجائحة كورونا:

نستعرض في هذا المحور الإطار العام لجائحة كورونا، وذلك من خلال التطرق إلى مفهوم وطرق انتشار جائحة كورونا، وكذا القيود الاحترازية للحد من انتشارها.

#### 1. مفهوم جائحة كورونا:

عاشت البشرية هلع كبير من فيروس كورونا المستجد (كوفيد 19)، كونه يعد جائحة يختلف نمط انتشارها عن سابقتها من الفيروسات التاجية التي تصيب الجهاز التنفسي. وقد ظهر الفيروس لأول مرة في مدينة "ووهان" الصينية خلال شهر ديسمبر 2019، ثم انتشر إلى المقاطعات الصينية الأخرى في أوائل شهر يناير 2020 بسبب احتفالات أعياد السنة الجديدة، وواصل زحفه نحو البلدان الأخرى بسبب السفر الدولي كالتالي: تايلاند (13 جانفي)، اليابان (15 جانفي)، كوريا الجنوبية (20 جانفي)، تاوان والولايات المتحدة الأمريكية (21 جانفي)، هونغ كونغ وماكاو (22 جانفي)، سنغافورة (23 جانفي)، فرنسا ونيبال وفيتنام (24 جانفي).

واعتباراً من 29 جانفي اكتشفت أكثر من 75775 حالة مؤكدة في جميع أنحاء العالم، معظمها في الصين، و2130 حالة وفاة بسبب الفيروس التاجي، وتشير النماذج التقديرية إلى أن الرقم الحقيقي قدّر أنذاك ما بين 25000 إلى 35000 حالة، ثم انتشر بشكل مرعب حول العالم (ملاك و زايد، 2020، صفحة 101).

ويمثل فيروس كورونا فصيلة كبيرة من الفيروسات التي تسبب أمراض متنوعة للإنسان، كالزكام، نزلات البرد العادية، ومتلازمة كورونا الشرق الأوسط التنفسي (SARS-COV)، ويعد فيروس كورونا المستجد (SARS-COV-2) سلالة جديدة لم يسبق تحديدها وإصابتها للبشر من قبل (ملكاوي، 2020، صفحة 16).

وقد أعلنت اللجنة الدولية لتصنيف الفيروسات تسمية "فيروس كورونا2 المسبب لمتلازمة الالتهاب الرئوي الحاد الوخيم (SARS-COV-2)" اسماً رسمياً للفيروس الجديد في 11 فبراير 2020، واختير هذا الاسم لارتباط الفيروس جينياً بفيروس كورونا، الذي سبب فاشية متلازمة الالتهاب الرئوي الحاد الوخيم (سارس) في عام 2003، وأعلنت منظمة الصحة الدولية، كوفيد19 "COVID19"، هو الاسم الرسمي لهذا المرض، حيث أن "CO" هما أول حرفين من كلمة كورونا "Corona"، أما حرفا "VI" فهما اشتقاق لأول حرفين من كلمة فيروس "Virus"، وحرف "D" هو أول حرف من كلمة مرض بالإنجليزية "Diseas"، أما 19، فلأنه ظهر سنة 2019 (بوروية، 2021، صفحة 197).

وقد أعلنت منظمة الصحة العالمية في 11 مارس 2020 أنّ فيروس كورونا أو مرض كوفيد 19، يشكل جائحة، وبالتالي يختلف عن الوباء، فالوباء قد يكون انتشاره محصوراً في دولة واحدة أو عدد قليل من الدول، أما الجائحة فتعني انتشاراً عالمياً للمرض، وعليه اختلفت وجهات النظر والآراء حول طبيعة الفيروس ومصدره، إذ اعتبره البعض بأنه حالة مرضية تطورت بفعل عوامل طبيعية حصلت في سلالة عائلة معينة من الفيروسات، باعتبار أنّ لها القدرة على التطور الطبيعي والتكيف مع المتغيرات البيئية، لكي تستمر بالنشاط والتأثير، بينما ذهب اتجاه آخر وهو الأكثر تداولاً، أنّه تم تطويره في مختبرات بيولوجية، وانتشر بفعل غير مقصود، واعتباره سلاحاً بيولوجياً استحدث لأسباب وغايات اقتصادية وسياسية. (النوري، 2020).

## 2. طرق انتشار الفيروس:

أظهرت الدراسات والأبحاث أنّ فيروس كورونا سريع الانتشار وهنا تكمن خطورته، فبينما احتاج هذا الفيروس ثلاثة أشهر لإصابة أول مئة ألف شخص حول العالم، فقد احتاج إلى 12 يوم فقط لإصابة مئة ألف أخرى، وهو ما جعل العديد من الدول تتخذ إجراءات غير مسبوقه كإغلاق الحدود والمطارات، وكذا فرض حظر التجول في بعض البلدان، وذلك في محاولة للحد من انتشار هذا الفيروس.

وينتشر المرض بشكل أساسي من شخص مصاب أو حامل للفيروس إلى شخص آخر عن طريق جزيئات الرذاذ الصغيرة التي تنتشر من أنفه أو فمه عندما يسعل أو يعطس أو يتكلم.

ويمكن أن يلقط الأشخاص مرض كوفيد-19 إذا تنفسوا هذه الجزيئات من شخص مصاب بعدوى الفيروس. لذلك من المهم الحفاظ على مسافة تباعد متر ونصف على الأقل بين الأشخاص. وقد تسقط جزيئات هذا الرذاذ على الأسطح المحيطة، مثل الطاولات ومقابض الأبواب والسلالم. وقد يصاب الناس بالعدوى عند ملامستهم هذه الأشياء أو الأسطح ثم لمس أعينهم أو أنفهم أو فمهم، وقد تظهر علامات وأعراض كوفيد-19 بعد يومين إلى 15 يوماً من التعرض للفيروس، ويمكن أن يسبب المرض مضاعفات طبية شديدة ويؤدي إلى الوفاة بالنسبة لبعض الأشخاص (اليونيسف، 2021).

وتشمل الأعراض لمرض كوفيد 19، الحمى والإرهاق والسعال الجاف، وقد يصاب بعض المرضى باحتقان الأنف والصداع والتهاب الملتحمة، وألم الحلق والإسهال وفقدان حاسة الذوق والشم، وظهور طفح جلدي أو تغير لون أصابع اليدين أو القدمين، وعادة ما تكون هذه الأعراض خفيفة وتبدأ بشكل تدريجي، ويتعافى معظم الناس من المرض دون الحاجة إلى علاج خاص، ولكن الأعراض قد تنتشر عند بعض الأشخاص المصابين بمرض كوفيد 19 فيعانون من صعوبة في التنفس، وتزداد مخاطر الإصابة بمضاعفات وخيمة بين المسنين والأشخاص المصابين بمشاكل صحية أخرى، مثل السكري، ارتفاع ضغط الدم، أمراض القلب والرئة، أو السرطان.

### 3. إجراءات الحد من انتشار الجائحة:

كان للحجر الصحي دور كبير في التصدي للعديد من الأمراض التي حصدت أرواح الملايين على مر التاريخ، لذا اتجهت معظم الدول إلى فرض الإجراءات التقييدية، مثل العزل والتباعد الاجتماعي والحجر الصحي، للحفاظ على الصحة العامة، وكشفت الدراسات أنّ الحجر الصحي يؤدي دوراً حيوياً في التحكم في انتشار مرض كوفيد 19، مقارنة بأي تدابير وقائية أخرى تطبق من دونه، إذ أدى إلى انخفاض معدل العدوى بنسبة تتراوح بين 44% و81%، ومعدل الوفيات بنسبة تتراوح بين 31% و63%. كما كان للجمع بين إجراءات الحجر الصحي والتدابير الوقائية الأخرى، مثل غلق المدارس ومنع السفر والالتزام بالتباعد الاجتماعي تأثيراً أكبر على الحد من أعداد الحالات التي تتطلب رعاية حرجة وكذلك أعداد الوفيات، مقارنة بتطبيق إجراءات الحجر الصحي وحدها (أشرف، 2020).

ويُذكر أنّ الحجر الصحي هو عزل الأشخاص المخالطين لحالات مؤكدة أو لحالات يُحتمل إصابتها بالمرض لفترة زمنية تحدد وفقاً لفترة حضانة المرض - الفترة ما بين حدوث العدوى وظهور الأعراض - وقد قدرت بـ 14 يوماً في حالة كوفيد 19، أمّا العزل فيعرّف بأنه التزام الشخص المصاب بأعراض هذا المرض بيته وامتناعه عن الخروج، لاسيما للأماكن العامة، ويمكن أن يحدث هذا

العزل بشكل طوعي أو بالاستناد إلى توصية من طرف مقدم الرعاية الصحية. ويوصف التباعد الاجتماعي بأنه الحفاظ على مسافة - متر واحد على الأقل - بين الأفراد الأصحاء. وبالإضافة إلى الإجراءات الوقائية المذكورة، توصي منظمة الصحة العالمية باتباع التوصيات الآتية (منظمة الصحة العالمية، 2020):

- وضع الكمامة عند مقابلة الآخرين، والتأكد من أنها تغطي الأنف والفم والذقن، وعند خلعها، توضع في كيس بلاستيكي نظيف، والحرص يومياً على غسلها إذا كانت كمامة قماشية، أو التخلص منها إذا كانت كمامة طبية؛
- مقابلة الناس في الخارج، حيث تعد التجمعات في الهواء الطلق أكثر مأمونية من الأماكن المغلقة، خاصة تلك التي لا يتم تهويتها؛
- تنظيف اليدين جيداً بانتظام بالماء والصابون، أو باستخدام مطهر اليدين الكحولي لإزالة الجراثيم، بما في ذلك الفيروسات التي قد توجد على اليدين؛
- تجنب لمس العينين، الأنف والفم، حيث تلمس اليدين العديد من الأسطح، ويمكنها أن تلتقط الفيروسات ونقلها إلى العين، الأنف، أو الفم، التي تعتبر منافذ يمكن للفيروس أن يدخل منها للجسم؛
- تغطية الفم والأنف بثني المرفق أو بمنديل ورقي عند السعال أو العطس، ثم التخلص منه على الفور في القمامة؛
- تنظيف الأسطح وتطهيرها بشكل متكرر، لاسيما تلك التي تلمس بانتظام، مثل مقابض الأبواب والحنفيات وشاشات الهاتف.

#### ثانيا- أساسيات التسويق الإلكتروني:

يناقش هذا المحور أساسيات التسويق الإلكتروني، فيتطرق إلى تعريف وخصائص التسويق الإلكتروني، وكذا مستويات هذا الأخير.

#### 1. تعريف التسويق الإلكتروني:

التسويق الإلكتروني هو: "وصف للجهود التي تبذلها المنظمة لإبلاغ المشتريين، والتواصل وترويج وبيع منتجاتها على شبكة الإنترنت" (Kotler, Keller, & Manceau, 2015, p. 493). كما يعرف على أنه: "الاستخدام الأمثل للتقنيات الرقمية، بما في ذلك تقنيات المعلومات والاتصالات لتفعيل إنتاجية التسويق وعملياته، المتمثلة في الوظائف التنظيمية والعمليات والنشاطات الموجهة لتحديد حاجات الأسواق المستهدفة وتقديم السلع والخدمات إلى العملاء وأصحاب المصلحة في المنظمة" (الطائي، الصميدعي، العلق، و القرم، 2007، الصفحات 338-339). أي

بمعنى آخر، هو: "عملية استخدام شبكة الإنترنت والتكنولوجيا الرقمية لتحقيق الأهداف التسويقية للمنظمات وتدعيم المفهوم التسويقي الحديث" (أبو قحف، الغرابوي، و عباس، 2006، صفحة 427).

ويعرف أيضاً على أنه: "ممارسة كل الأعمال والأنشطة المتكاملة التي تقوم بها إدارة متخصصة في المنظمات المعاصرة، والتي تهدف أساساً إلى توفير المنتجات للعملاء والمستهلكين، وذلك بالكمية المناسبة، وفي المكان والزمان المناسبين، وبما يتلاءم مع أذواق ورغبات واحتياجات هؤلاء العملاء والمستهلكين بأيسر الطرق وأسهلها وأقل التكاليف، عن طريق استخدام شبكات الإتصالات الإلكترونية المتقدمة" (غنيم، 2008، الصفحات 14-15).

من خلال ما سبق، يمكن القول بأنّ التسويق الإلكتروني هو:

- تمكين استخدام شبكة الإنترنت والتكنولوجيا الرقمية لتحقيق الأهداف التسويقية للمؤسسات؛
- تكنولوجيا التغيير، وذلك لما حدث من تحولات جوهرية في مسار وفلسفة وتطبيقات التسويق؛
- هو محاولة الاستفادة من الخبرة والخبراء في مجال التسويق في تطوير إستراتيجيات جديدة ناجحة وفورية تمكّن من تحقيق الأهداف والغايات الحالية بشكل أسرع من التسويق التقليدي، بالإضافة إلى توسع ونمو الأعمال بدرجة كبيرة في وقت قصير، وباستثمار أقل رأس مال.

## 2. خصائص التسويق الإلكتروني:

للتسويق الإلكتروني عدّة خصائص تجعله يتميّز عن التسويق التقليدي، نذكر منها ما يلي (Laudon & Laudon, 2003, pp. 108-111): (الطائي و العبادي، 2008، صفحة 86)؛ (البكري، 2006، الصفحات 266-270)؛ (طایل، 2006، صفحة 13):

- إنّ المعايير المستخدمة لتقييم أداء الأنشطة التسويقية أصبحت تحتل مكانة أعلى في عصر الإنترنت، حيث أنّ العملاء من خلال المواقع الإلكترونية يبحثون عن منتجات ذات جودة عالية وبأسعار مناسبة وخدمات أسرع وأفضل؛
- التفاعلية، وهي المخاطبة المتاحة في التسويق الإلكتروني التي تمنح الزبائن حرية تحديد حاجاتهم ورغباتهم بشكل مباشر مع المتجر الافتراضي على الشبكة، وإنّ تحقيق الاستجابة من قبل هذا المتجر وفق الاتصالات التسويقية لها؛
- تكلفة منخفضة ومنافسة شديدة تجعل الأسعار تنخفض؛

- الرقمية، وهي القدرة التعبيرية عن المنتج أو على الأقل عن منافعه بمستوى رقمي من المعلومات، والرقمية هنا تعني أنه بالإمكان استخدام الإنترنت في التوزيع والترويج والبيع بهذه الخصائص والمميزات بعيداً عن الأشياء المادية للمنتج ذاته، أي بعبارة أخرى هو القدرة التأثيرية التي يخلفها الموقع في الشبكة على الزبائن لقبول الخصائص المميزة للمنتج عبر نتائجه الرقمية؛
- لم تعد التبادلات التسويقية تدور حول عملية تبادل منفردة، بل أصبح المسوقون في عصر الإنترنت يعملون باتجاه إشباع الحاجات والرغبات من خلال تقديم حزم سلعية وخدمية متنوّعة ذات قيمة مضافة يدركها ويقدرها العملاء؛
- التعامل مع العملاء على أساس فردي بدل التعامل مع السوق، والتفاعل اللحظي معهم والحصول على ردود أفعالهم الفورية إزاء العروض التسويقية المقدمة بدل الاعتماد على بحوث التسويق؛
- الاعتماد على الإنترنت كوسيلة اتصال سريعة، سهلة وأقل تكلفة، بدل وسائل الاتصال التقليدية؛
- إنّ عملية التبادل التقليدية تبدأ بالمسوقين وتنتهي بهم، حيث يسيطرون على كل الأمور، أما في عصر الإنترنت أصبح العملاء يحددون المعلومات التي يحتاجونها، والعروض التي تستجيب لحاجاتهم ورغباتهم، والأسعار التي تلائمهم، لذا أطلق على التسويق الإلكتروني مصطلح "التسويق المعكوس (Reverse marketing)";
- أوتوماتيكية الوظائف التسويقية، وخاصة في الوظائف التي تتصف بالتكرار والقابلية للقياس الكمي، مثل بحوث التسويق وتصميم المنتجات والمبيعات، وإدارة المخزون؛
- التحرر من قيود الوقت والمكان، فالإنترنت تعمل 24 / 24 ساعة، وعلى مدار الأسبوع، والمستهلك يمكنه التسوّق والاختيار بين منتجات المنظمات العالمية المختلفة وهو جالس في بيته أو مكتبه؛
- التكامل بين الوظائف التسويقية بعضها البعض ومع الجهات المعنية بالمحافظة على العملاء، والذي يطلق عليه منهج إدارة العلاقات بالعملاء، والذي طور إلى ما يعرف بالتسويق التفاعلي، وقد ارتبط بهاتين الخاصيتين مدخلان للتسويق الإلكتروني، هما: مدخل المسوّق الصامت، مدخل المشاركة الفعّالة؛
- وضوح طريقة الدفع وإمكانية إلغاء الصفقة، مع وضع شروط دقيقة يمكن الرجوع إليها مباشرة عند إعادة الطلب.



## 3. مستويات التسويق الإلكتروني:

للتسويق الإلكتروني عدّة مستويات، هي (الصميدعي و عثمان، 2004، صفحة 288):  
:(Kavisekera & Abeysekera, 2016, p. 202)؛ (Lamarre, Galarneau, & Boeck, 2012, p. 1):

## أ. التسويق الشبكي:

حيث يربط الشركاء مواقعهم الإلكترونية بعضها ببعض، ويدعون الزبائن لزيارات مشتركة من خلال الإعلانات والروابط الإلكترونية.

## ب. التسويق بالعرض الإلكتروني:

وهو يشبه عرض السلع في واجهات العرض بالمتاجر، ولكن هنا تعرض إلكترونياً على شاشات الكمبيوتر.

## ج. التسويق عبر البريد الإلكتروني:

يعد شكل من أشكال التسويق المباشر الذي يستخدم الوسائل الإلكترونية لإيصال الرسائل التجارية أمام الجمهور، وهو أقدم وأكثر قوة كأسلوب من أساليب التسويق الإلكتروني، حيث يلعب دوراً كبيراً في قدرة المؤسسات الوصول إلى عملائها، وتزويدهم بالمعلومات المتعلقة بالعروض والخدمات المختلفة التي تقدمها.

## د. التسويق عبر محركات البحث:

وفيه يبحث المتسوّق عما يريد باستخدام محركات البحث، ويظهر له نتائج البحث على هيئة عناوين لمواقع إلكترونية يقترحها محرك البحث.

## هـ. التسويق عبر مواقع التواصل الاجتماعي:

وهو مجموعة من الأنشطة والتطبيقات المستندة على تكنولوجيات الإعلام والاتصال، وعلى ما يعرف بـ ويب 2.0، حيث تقوم المؤسسة باستخدام منصات التواصل الاجتماعي لإقناع المستهلكين بأن منتجاتها جديرة بالاهتمام.

## و. التسويق عبر الهاتف المحمول:

وهو مجموعة من الممارسات التي تسمح للمؤسسات بالاتصال والالتزام مع جمهورها بطريقة تفاعلية عبر الهاتف المحمول. فهو القناة الشخصية القادرة على إجراء اتصالات تلقائية ومباشرة وتفاعلية ومستهدفة في أي وقت وفي أي مكان.

## ن. التسويق باستخدام التطبيقات الذكية:

يعتبر شكلاً من أشكال التسويق الحديثة، وهو وسيلة فعّالة جداً وقادرة على إعطاء نتائج سريعة ومذهلة من حيث نتائج التسويق النهائية، عدا عن أنّها وسيلة غير مكلفة في حين تم مقارنتها

مع طرائق التسويق الأخرى، حيث يتم القيام ببرمجة تطبيق لموقع المؤسسة يمكن تحميله من قبل مستخدمي الموقع على هواتفهم الذكية حتى يقوموا بالتوصل إلى كل جديد عن المنتج الذي تسوق له المؤسسة، وهنا تختلف وظائف التطبيق حسب طبيعة ونشاط الموقع، فمثلاً إذا كان لدى المؤسسة موقع للتسويق لمنتجاتها، فيمكنها عرض المنتج ومواصفاته ومميزاته داخل التطبيق، وأيضاً بإمكانها وضع أزار للشراء أو التواصل معها وغيرها من الأمور.

### ثالثاً- الخدمات الصحية الإلكترونية:

يتناول هذا المحور مفهوم الخدمات الصحية الإلكترونية، أهدافها، وأشكالها على الترتيب.

#### 1. مفهوم الخدمات الصحية الإلكترونية:

الخدمات الصحية الإلكترونية هي استخدام تقنيات المعلومات والاتصالات الرقمية للوصول إلى خدمات الرعاية الصحية عن بُعد. ومن هذه التقنيات أجهزة الكمبيوتر والأجهزة المحمولة، مثل الأجهزة اللوحية والهواتف الذكية؛ وهي من الوسائل التقنية التي يمكنك استخدامها في المنزل. يمكن أيضاً أن يقدم اختصاصي رعاية صحية آخر خدمات الرعاية الصحية الإلكترونية من عيادة طبية أو عربة متنقلة، مثل ما يحدث في المناطق الريفية. وقد تكون أيضاً تقنيات يستخدمها الطبيب لتحسين الخدمات الصحية الإلكترونية أو دعمها (مايوكلينيك، 2022).

#### 2. أهداف الخدمات الصحية الإلكترونية:

تشمل أهداف الخدمات الصحية الإلكترونية - التي تُعرف أحياناً بالخدمات الصحية عن بُعد أو الخدمات الصحية المتنقلة - ما يلي (مايوكلينيك، 2022):

- تيسير حصول الأشخاص الذين يعيشون في المجتمعات الريفية أو المناطق النائية على الخدمات الصحية؛
- الحفاظ على سلامة الأشخاص في حالة الإصابة بمرض مُعدٍ، مثل كورونا؛
- تقديم الرعاية الأولية للعديد من الحالات؛
- تيسير تقديم الخدمات وزيادة توفرها للأشخاص ذوي القدرة المحدودة على الحركة أو ممن لديهم وقت محدود أو وسائل نقل محدودة؛
- إتاحة الوصول إلى الأطباء المتخصصين؛
- تحسين التواصل وتنسيق الرعاية بين أفراد فريق الرعاية الصحية والفرد الذي يتلقى الرعاية؛
- تقديم المشورة بشأن الإدارة الذاتية للرعاية الصحية.

## 3. أشكال الخدمات الصحية الإلكترونية:

تُقدم الخدمات الصحية الإلكترونية في عدّة أشكال، نذكر منها ما يلي (مايوكلينيك، 2022):

## أ. الزيارات الافتراضية:

قد تستعين بعض العيادات بالتطبيب عن بُعد لتقديم الخدمات الصحية المطلوبة للمرضى. فمثلاً يمكن أن تقدم العيادات زيارات افتراضية، حيث تتيح هذه الزيارات العرض على طبيب أو استشاري صحة نفسية أو ممرض من خلال مكالمات الفيديو عبر الإنترنت أو الهاتف. ويمكن الاستعانة بالزيارات الافتراضية لتقديم الرعاية في كثير من الأمراض، مثل الصداع النصفي وأمراض الجلد والسكري والاكْتئاب والقلق ونزلات الزكام والسعال وكورونا. كما تتيح للمريض هذه الزيارات الحصول على الرعاية من طبيب عندما لا يستطيع زيارة الطبيب بنفسه أو لا يحتاج إلى ذلك.

وفي هذه الحالة لا يحتاج المريض سوى إلى هاتف ذكي أو جهاز لوحي أو كمبيوتر متصل بالإنترنت، للانضمام إلى الزيارة الافتراضية. ومن المفضّل أن يجد المريض لنفسه مكاناً مريحاً وهادئاً ومحاطاً بالخصوصية للجلوس به أثناء تلك الزيارة، ويجتمع به الطبيب من مكان يتمتع بالخصوصية أيضاً.

## ب. الخيارات الأخرى:

قد يستخدم بعض الأشخاص خدمات الويب أو الخدمات الهاتفية للحصول على الرعاية أو المشورة الطبية. عند تسجيل الدخول إلى خدمة ويب أو الاتصال بخدمة تقديم رعاية أولية أو عاجلة، سيتلقى المريض الإرشادات اللازمة عن طريق طرح الكثير من الأسئلة عليه. ويمكن للطبيب أو الممرض الممارس وصف الأدوية المناسبة لحالته. أو قد يقترحان عليه نصائح للرعاية في المنزل أو طلب رعاية طبية أكبر.

وعلى الرغم من مزايا هذه الخدمات، فإنّ لها عيوباً، مثل:

- قد لا يمكن تنسيق العلاج مع طبيبه المعتاد؛
- قد لا يُنظر في تفاصيل مهمة من تاريخك الطبي؛
- قد لا يكون النموذج القائم على الكمبيوتر المستخدم في اتخاذ القرارات هو الأنسب لك إذا كان لديك تاريخ طبي معقد؛
- لا تسمح للمريض الخدمة باتخاذ قرارات مع طبيبه بشأن العلاجات بسهولة.

### ج. المراقبة عن بعد:

- تتوفر تقنيات كثيرة تتيح للطبيب أو فريق الرعاية الصحية فحص حالة المريض الصحية عن بُعد. وتتضمن هذه التقنيات ما يلي:
- تطبيقات الويب أو الأجهزة المحمولة الخاصة بتحميل معلومات المريض إلى الطبيب أو فريق الرعاية الصحية. فمثلاً إذا كان المريض مصاباً بداء السكري، فيمكنه تحميل سجلات الأطعمة ومستويات السكر في الدم والأدوية التي يتناولها، كي يفحصها أحد أعوان التمريض؛
  - الأجهزة التي تقيس ضغط الدم أو السكر في الدم أو مستويات الأكسجين مثلاً، وتنقل البيانات لاسلكياً؛
  - الأجهزة التي يمكن ارتداؤها، وتسجل البيانات وترسلها تلقائياً. فعلى سبيل المثال، يمكن أن تسجل الأجهزة بيانات مثل سرعة القلب أو مستوى السكر في الدم أو طريقة مشي المريض أو وضعية الجسم أو الرعشات أو النشاط البدني أو نمط نوم المريض؛
  - أجهزة المراقبة المنزلية لكبار السن أو المصابين بالخرف، التي تستطيع اكتشاف التغيير في الأنشطة اليومية، مثل السقوط؛
  - الأجهزة التي ترسل إشعارات لتذكير المريض بممارسة الرياضة أو أخذ الأدوية.
- د. تواصل الأطباء مع بعضهم:

يمكن أن يستعين الأطباء أيضاً بالتكنولوجيا لتقديم خدمات صحية أفضل لمن يحتاجها. على سبيل المثال، خلال استشارة افتراضية، يستطيع أطباء الرعاية الأولية الحصول على معلومات من اختصاصيين في أماكن أخرى، عندما تكون لديهم أسئلة بشأن تشخيص حالة مريض أو علاجها، حيث يرسل مزود الرعاية الأولية ملاحظات الفحص أو التاريخ المرضي أو نتائج الاختبارات أو الأشعة السينية أو اختبارات التصوير الأخرى، إلى الاختصاصي لمراجعتها. ويمكن للاختصاصي الرد عليها عبر البريد الإلكتروني أو قد يُجرون زيارة افتراضية مع المريض في عيادة الطبيب، كما قد يطلبون مقابلته شخصياً.

في بعض الحالات، قد يستعين ممرض أو غيره من متخصصي الرعاية الصحية بالتكنولوجيا لتقديم الرعاية من مقر مركز طبي أو عيادة أو شاحنة متنقلة في منطقة ريفية. ويمكنه الاتصال باختصاصي أو طبيب موجود في عيادة طبية لاستشارته عن بُعد.

بفضل هذه الاستشارات الافتراضية، يمكن الاستغناء عن الإحالات الشخصية غير الضرورية إلى الاختصاصي. وبذلك يمكن خفض أوقات الانتظار اللازمة لعرض المريض على أحد الاختصاصيين، كما يمكنه أن توفر عليك عناء السفر إلى الاختصاصي.

## هـ. بوابة المريض:

قد توفر عيادة الرعاية الأولية التي تتابع حالة المريض بوابة للمرضى عبر الإنترنت. وتتيح هذه البوابات طريقة أكثر أماناً من البريد الإلكتروني للتواصل مع الطبيب، وتوفر البوابة وسيلة آمنة عبر الإنترنت للقيام بما يلي:

- إرسال رسالة إلى الطبيب أو أحد طاقم التمريض؛
  - طلب عيوات إضافية من الوصفة الطبية؛
  - مراجعة نتائج الاختبار وملخصات الزيارات السابقة؛
  - تحديد مواعيد الزيارات أو طلب تذكيرات بمواعيد الرعاية الوقائية.
- إذا كان الطبيب جزءاً من منظومة رعاية صحية كبيرة، فقد توفر البوابة أيضاً نقطة اتصال واحدة لأي اختصاصيين يمكنك عرض حالة المريض عليهم.

## و. تطبيقات الصحة الشخصية:

صُممت العديد من التطبيقات للمساعدة في تنظيم المعلومات الطبية بشكل أفضل في مكان واحد آمن، ويمكن لهذه الأدوات الرقمية أن تساعد المريض فيما يلي:

- تخزين المعلومات الصحية الشخصية؛
- تسجيل المؤشرات الحيوية؛
- حساب السعرات الحرارية وتسجيلها؛
- جدولة رسائل التذكير بتناول الأدوية؛
- تسجيل الأنشطة البدنية، مثل عدد الخطوات اليومية.

## ن. السجلات الصحية الشخصية:

نظام السجلات الصحية الشخصية الإلكترونية (نظام PHR) هو مجموعة من المعلومات المتعلقة بصحة المريض يمكنه التحكم فيها والاحتفاظ بها، كما يمكنه الوصول إلى تطبيق السجلات الصحية الشخصية في أي وقت عبر جهاز متصل بالإنترنت، مثل جهاز الكمبيوتر المكتبي أو الكمبيوتر المحمول أو الجهاز اللوحي أو الهاتف الذكي. ويُتيح له هذا التطبيق أيضاً مراجعة نتائج المختبر وصور الأشعة السينية وملاحظات الطبيب، وقد يتيح الطبيب هذه الصلاحية لأطباء آخرين بعد موافقة المريض. وتوفر السجلات الصحية الشخصية في حالات الطوارئ معلومات حيوية لموظفي الطوارئ بسرعة. فعلى سبيل المثال، يمكن أن تعرض حالة المريض الحالية والأدوية والحساسية للأدوية وبيانات الاتصال بطبيبه الخاص.

رابعاً. التطبيقات الصحية الإلكترونية في المملكة العربية السعودية خلال جائحة كورونا: استمرراً للجهود والخطوات الاستباقية منذ ظهور جائحة كورونا، وتنفيذاً لتوجهات قيادة المملكة، تم إطلاق عدّة خدمات وتطبيقات إلكترونية تهتم بالرعاية الصحية، أسهمت في احتواء الأزمة وتخفيف تداعياتها على الصعيد الصحي، نذكر منها ما يلي (الجنيدل، 2022):

### 1. تطبيق "صحة":

يقدم خدمة الاستشارات الطبية من خلال أطباء معتمدين ومتقنين بعناية تحت إشراف وزارة الصحة، ويمكن من خلاله استشارة الطبيب عن طريق المحادثات النصية أو الصوتية أو الفيديو، وبإمكان المريض تقييم التجربة بعد الانتهاء من الاستشارة الطبية.

### 2. تطبيق "موعد":

استكمالاً للخدمات الإلكترونية التي يقدمها "تطبيق صحي"، يأتي "تطبيق موعد" الذي أطلقته وزارة الصحة لتمكين المستفيدين من حجز مواعيدهم في مراكز الرعاية الصحية الأولية، وإدارتها بتعديلها أو إلغائها، وكذلك إدارة مواعيدهم الأخرى في أي مستشفيات تتم إحالتهم إليها. وقدّم "تطبيق موعد" (خدمة كورونا)، وهي استبيان يوضح للمستفيد بناءً على معطياته المدخلة حالته الصحية، ويزوده بالمعلومات والتعليمات التوعوية التي يجب عليه تطبيقها، وأسهمت الخدمة في تصحيح كثير من المعلومات وفندت الشائعات المتداولة الخاصة بالجائحة أو اللقاحات المستخدمة، إضافة إلى مساهمتها في اكتشاف أكثر من 70 ألف حالة ومواقع تفشي المرض، واستفاد من التطبيق 25 مليون مستفيد، بإجمالي 100 مليون موعد.

### 3. تطبيق "تطمن":

وحرصاً على تقديم الحماية والرعاية الصحية للمواطنين والمقيمين المحليين إلى العزل المنزلي، وتعزيز إجراءات تعافهم، أطلقت وزارة الصحة "تطبيق تطمن" الذي يحتوي على أيقونة للخدمات تضم مكتبة المحتوى التثقيفي، ونتائج الفحوص، وتحديث بيانات المخالطين، والمتابعة اليومية للحالة الصحية، وارتباطات دعم التقصي الوبائي، ومؤشر العدد التنازلي للعزل الصحي، والتنبيه بالإشعارات والمكالمات الآلية، كما يتضمن أيقونة المستفيدين وهم: "القادمون من السفر، والمخالطون لحالات مصابة". ويتيح التطبيق للمعزولين الاتصال المباشر مع الأطباء في وزارة الصحة، وطلب المساعدة من خلال أيقونة للاستفسار المستمر حول أوضاعهم، ومراقبة تطور حالاتهم. ويمكن التطبيق المشتبه بإصابته بالفيروس من الاطلاع على نتائج الفحوص التي أجريت له من قبل الجهات الصحية.

وانطلاقاً من حرص وزارة الصحة على التسهيل على جميع المواطنين والمقيمين، وسرعة الحصول على الخدمات الصحية، دمجت الوزارة مطلع هذا العام 2022 تطبيقاتها "صحة، موعد، تطمّن"، لتصبح في التطبيق الموحد "صحتي"، وبشعار "كل الصحة في صحتي".

#### 4. تطبيق "صحتي":

بادرت وزارة الصحة منذ بدء انتشار الجائحة إلى الارتكاز على الرقمنة للتعامل مع الأزمة، واستطاعت عبر "تطبيق صحتي" الذي استفاد منه أكثر من 24 مليون شخص، تقديم خدمات إلكترونية واستشارية فورية بواسطة أطباء معتمدين من الوزارة، عبر المحادثات المرئية والصوتية والنصية بسهولة ويسر، وتقديم خدمة المواعيد والعيادات الافتراضية والإجازات المرضية. ويقدم "تطبيق صحتي" خدمة البحث عن الدواء، ومتابعة وقراءة المؤشرات الحيوية، وحجز مواعيد لإجراء فحوصات وأخذ لقاحات كورونا، ومحفظة صحتي، والتطعيمات عموماً، ويعكف المسؤولون في وزارة الصحة على إضافة خدمات إلكترونية جديدة ضمن الخطط المستقبلية تبعاً لحاجة المستفيدين.

وبناءً على بيانات وزارة الصحة، تمكّن التطبيق من حجز ما يزيد على 3.8 ملايين موعد، وتقديم 1.5 مليون استشارة طبية، وإصدار أكثر من 9.5 مليون تقرير وإجازة مرضية، وتجاوزت الجرعات المعطاة 59 مليوناً.

#### 5. تطبيق "توكلنا":

يقدم هذا التطبيق مجموعة من الخدمات التي تساعد المستخدمين على تقييم حالتهم الصحية وإدارة التصاريح، ويتيح حجز مواعيد لأخذ لقاحات وفحوص كورونا، والإجابة عن الأسئلة الصحية والتبليغ عن حالات الاشتباه، واستعراض آخر الأخبار والإحصائيات الرسمية، وإصدار الجواز الصحي للفرد وعائلته، حيث أصدر التطبيق أكثر من 24 مليون جواز صحي. ويقدم "تطبيق توكلنا" تصاريح متنوعة تغطي الجوانب الخدمية والصحية المهمة، وهي تصاريح المواعيد الطبية والحالات الطارئة، والحالات الإنسانية، والتموين داخل الحي، والتموين الطارئ، والحج والعمرة، والعمل، ورياضة المشي، والتصاريح المؤقتة لقائدي المركبات، ويتميز التطبيق بتقديم خدمات إضافية تساعد على اكتشاف المصابين واحتواء المخالطين، والتحذير عند الاقتراب منهم، ويمكن من العزل المنزلي بدلاً من الحجر الصحي، والكشف الذاتي لمن ظهرت عليه علامات اشتباه الإصابة بالفيروس، والإبلاغ عن حالات كسر منع التجول، وعرض المخالفات، وهذه الخدمات قدمت بالشراكة مع 40 جهة حكومية، بمعدل يومي للعمليات يصل إلى 500 مليون عملية يومية.

## 6. تطبيق "تباعد":

يأتي "تطبيق تباعد" أحد مكونات منظومة توكلنا، ليستكمل الجهود التقنية ويتمشى مع جهود المملكة لاحتواء الجائحة والمساعدة على التعايش مع خطر الفيروس والعودة تدريجياً إلى الحياة الطبيعية، حيث تم تصنيفه الأول عالمياً في تطبيق برتوكولات الاختلاط من "أبل" و"جوجل" و"هواوي"، ويستخدم أحدث تقنيات تتبع المخالطين، ويحافظ على سرية بيانات المستخدمين وخصوصيتهم، ويرسل بيانات معرفات مموهة للجوال الذكية المستخدمة للتطبيق نفسه التي تم تسجيلها خلال فترة الاختلاط بأحد المصابين.

ويستخدم التطبيق تقنية البلوتوث وتقنيات حديثة للمحافظة على خصوصية بيانات المستخدمين، وفي حال تم الإبلاغ عن الإصابة بالفيروس من خلال التطبيق، يتم إرسال إشعارات لجميع من خالط المصاب خلال ال 14 يوماً الماضية، وإرشادهم إلى طلب الدعم الصحي من وزارة الصحة، ويعزز من إشراك المجتمع في احتواء الأزمة ومساندة الجهات المعنية في رفع الإجراءات الاحترازية، بدعمه لـ 22 لغة في التطبيق.

## 7. تطبيق "مؤشر كوفيد-19 السعودي":

استمراراً للجهود والخطوات الاستباقية منذ بداية الجائحة، وتنفيذاً لتوجيهات قيادة المملكة، وفي تناغم وتوافق ديناميكي بين الجهات الحكومية لمواجهة هذه الجائحة العالمية، وتخفيف تداعياتها على الصعيد الصحي؛ أطلقت الهيئة السعودية للبيانات والذكاء الاصطناعي "سدايا" مبادرات وخدمات إلكترونية، أسهمت في احتواء الأزمة؛ وتخفيف أضرارها صحياً، ومنها: "مؤشر كوفيد - 19 السعودي"، الذي يهدف إلى تحليل واستشراف انتشار فيروس كورونا المستجد باستخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي والتحليلات الإحصائية المتقدمة، حيث ساعد على اكتشاف أول إصابة بكورونا في المملكة.

ويهدف "مؤشر كوفيد - 19 السعودي" إلى دعم متخذي القرار عن طريق استباق الأحداث وتكوين نظرة مستقبلية دقيقة عن تطور الجائحة وانتشارها في المدن والمحافظات، ودراسة القدرات الاستيعابية للقطاع الصحي وتوقع الاحتياجات المستقبلية للموارد الصحية على المديين القريب والبعيد.

## 8. تطبيق "أناة":

يعد منصة للممارسين الصحيين في المملكة العربية السعودية، تهدف إلى توفير قنوات تواصل بين الممارسين الصحيين بمختلف تخصصاتهم، وتقديم خدمات تسهل من عملهم، وترفع من مستوى الخدمات المقدمة للمرضى (موقع وزارة الصحة السعودية ، 2022).



## خاتمة:

على الرغم من أنّ جائحة كورونا (كوفيد-19) أُلقت بظلالها على كل مناحي الحياة في عالمنا المعاصر، وجعلت دول العالم تعيش تحت وطأة المعاناة والخسائر البشرية والمادية، والمملكة العربية السعودية لم تكن بمنأى ومعزل عن هذا العالم، إلا أنّها استطاعت إضافة مفاهيم مبتكرة في إدارة الأزمات، وطوّعت أحدث الوسائل التقنية في سبيل احتواء الجائحة، مقدمة للعالم نموذجاً فريداً في التعامل مع الأزمة العالمية. وفيما يلي استعراض لأهم النتائج المتوصّل إليها في هذه الورقة البحثية:

- يهدف النظام الصحي في المملكة العربية السعودية إلى ضمان توفير الرعاية الصحية الشاملة لجميع السكان بطريقة عادلة وميسرة، وتعمل الدولة ممثلة بوزارة الصحة على توفير شبكة متكاملة من خدمات الرعاية الصحية تغطي جميع مناطق المملكة. وتعدّ الصحة الإلكترونية من أولويات وزارة الصحة السعودية، ذلك من خلال التوسع في تطبيق التكنولوجيا، من أجل تقديم خدمات رعاية صحية أكثر أماناً وكفاءة للمجتمع السعودي؛
- توفر التطبيقات الصحية الإلكترونية مثلها مثل كل الأنظمة القائمة على تكنولوجيا المعلومات والاتصال عدّة مزايا لمستخدميها، مثل الحفاظ على التباعد الاجتماعي، تخفيض التكاليف، اختصار الجهد والوقت، تعزيز الأداء، وضمان التواصل بين المريض والطبيب، لتتحول تكنولوجيا الصحة الإلكترونية من مفهوم يرتكز على التقنية إلى ظاهرة لها أبعادها الاجتماعية والانصالية، وأكثر من ذلك ركيزة أساسية في صحة الفرد والمجتمع؛
- حققت المملكة العربية السعودية خلال جائحة كورونا العديد من الإنجازات، منها إطلاق العديد من التطبيقات الإلكترونية لتعزيز كفاءة وجودة الخدمات الصحية ورفع مستوى رضا المستفيدين، وتطوير خدمات إضافية في التطبيقات الإلكترونية، مثل إمكانية الحصول على تشخيص عن الأمراض من خلال التقييم الذاتي عبر تطبيق "موعد"، وقدمت الملايين من الاستشارات الطبية عن بعد من خلال تطبيق "صحة"، كما حسّنت من وقت الاستجابة لمكالمات الطوارئ عبر تطبيقات المسعفين؛
- عملت الدولة بكافة قطاعاتها على مواجهة فيروس كورونا لحماية المواطنين من الأضرار المترتبة عليه، ذلك بمنع التجوال لمدة 24 ساعة يومياً في المدن التي شهدت ارتفاعاً في عدد الإصابات، واستثنت الخروج في إطار محدود لقضاء الاحتياجات الضرورية. ولمساعدة الأفراد في قضاء حوائجهم بشكل يضمن سلامة الجميع عملت الدولة على تنظيم هذه العملية من خلال تطبيق "توكلنا" وهو تطبيق يمنح التصاريح الإلكترونية بالتعاون مع وزارة

الصحة وعدد من الجهات الحكومية. كما يمكن من خلال التطبيق الإبلاغ عن الأفراد والتجمعات المخالفة للإجراءات الاحترازية المعمول بها، إلى جانب الإبلاغ عن حركة الدخول إلى الأحياء الممنوعة، والتي عزلت بناء على تقدير الجهات المعنية؛

- لقد حرصت المملكة على تقديم الحماية والرعاية الصحية للمواطنين والمقيمين المحليين على العزل المنزلي، بما يضمن سلامتهم، ويعزز من إجراءات تعافهم من خلال تطبيق "تطمّن". وللحد من انتشار فيروس كورونا المستجد، أطلقت الهيئة السعودية للبيانات والذكاء الاصطناعي "سدايا" تطبيق "تباعد"، وسيلة لإشعار المخالطين للمصابين بفيروس كورونا المستجد، يمكن المستخدم من الحصول على الإشعارات المباشرة والاستباقية حال اكتشاف أي إصابة مسجلة؛

- تدرك المملكة الأثر النفسي الذي ينتج عن تفشي الأمراض والأوبئة، وتحرص على الحفاظ على سلامة مواطنيها والمقيمين فيها من الناحية النفسية بنفس قدر اهتمامها بالناحية الجسدية. فقامت بإعداد الرسائل التوعوية لدعم الصحة العقلية والنفسية لعامة سكان المملكة خلال هذه الفترة، كما وفرت إمكانية الحصول على المساعدة عبر تطبيق الاستشارات النفسية "قريبون" التابع للمركز الوطني لتعزيز الصحة النفسية.

وبناء على ما تقدّم، يمكن تقديم بعض الاقتراحات والتوصيات للحكومة الجزائرية للاستفادة من التجربة السعودية في مجال التطبيقات الصحية الإلكترونية، كما يلي:

- مواكبة التقنيات الحديثة في البرمجيات التي تحقق أهداف المستخدمين؛
- سن القوانين الصارمة التي تضمن كافة الحقوق للمستخدمين والمؤسسات وتقليل المخاطر التي تواجه التطبيقات الذكية؛
- استخدام وسائل التواصل الاجتماعي والإذاعة والتلفاز للدعاية لمثل هذه التطبيقات.

#### قائمة المراجع:

1. Kavisekera, S., & Abeysekera, N. (2016). Effect Of Social Media Marketing On Brand Equity Of Online Companies. *Management and Marketing Journal*, 14(2): 201-216.
2. Kotler, P., Keller, K., & Manceau, D. (2015). *Marketing Management* (éd. 15). Paris: Pearson Education.
3. Lamarre, A., Galarneau, S., & Boeck, H. (2012). Mobile Marketing and Consumer Behavior Current Research Trends. *International Journal of Latest Trends in Computing*, 3(1): 1-9.

4. Laudon, J., & Laudon, K. (2003). *Essentials of Management Information Systems*. New Jersey: Prentice Hall.
5. أبو قحف, ع., الغرباوي, ع. & عباس, ن. (2006). *التسويق*. الإسكندرية: المكتب الجامعي الحديث.
6. أشرف, س. (2020). *ما مدى فاعلية الحجر الصحي والتدابير الوقائية في مواجهة جائحة كورونا ؟*: <https://www.scientificamerican.com/arabic/articles/news/how-effective-is-quarantine-and-preventive-measures-in-face-of-coronavirus-pandemic/>. تاريخ التصفح: 22 سبتمبر 2022.
7. البكري, ث. (2006). *التسويق: أسس ومفاهيم معاصرة*. عمان: دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع.
8. بوروبة, ك. (2021). *الأثار الاقتصادية والاجتماعية لجائحة كورونا: الإجراءات المتخذة والتدابير المقترحة - حالة الجزائر*. مجلة تنمية الموارد البشرية. 16 (01): 194-216.
9. الجنيدل, س. (2022). *من التطبيقات الرقمية بالمملكة.. وسيلة ناجعة لتخفيف وطأة جائحة كورونا*: <https://www.spa.gov.sa/2329200>. تاريخ التصفح: 22 سبتمبر 2022.
10. الصميدعي, م. & عثمان, ر. (2004). *تكنولوجيا التسويق*. عمان: دار المناهج.
11. طایل, م. (2006). *توظيف التسويق الإلكتروني كأداة للتميز بمنظمات الأعمال، ندوة التجارة الإلكترونية*. المملكة العربية السعودية: جامعة الملك خالد.
12. الطائي, ح., الصميدعي, م., العلق, ب. & القرم, إ. (2007). *الأسس العلمية للتسويق الحديث: مدخل شامل*. عمان: دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع.
13. الطائي, ي. & العبادي, ه. (2008). *التسويق الإلكتروني*. عمان: دار الوراق للنشر والتوزيع.
14. طمار, م. & رتيبي, أ. (2021). *دور الثقافة التنظيمية في إدارة أزمة جائحة فيروس كورونا*. مجلة تنمية الموارد البشرية. 16 (01): 354-378.
15. غنيم, أ. (2008). *التسويق والتجارة الإلكترونية*. القاهرة: المكتبة العصرية للنشر والتوزيع.

16. مايوكلينيك. (18 جوان، 2022). الرعاية الصحية عن بُعد: التكنولوجيا تلبي مطالب الرعاية الصحية: <https://www.mayoclinic.org/ar/healthy-lifestyle/consumer-health/in-depth/telehealth/art-20044878>. تاريخ التصفح: 22 سبتمبر 2022.
17. ملاك، س & زايد، ر. (2021). واقع تطبيق نظام الصيرفة الاسلامية في الجزائر في ظل جائحة كورونا. مجلة تنمية الموارد البشرية. 12 (01): 99-122.
18. ملكاوي، ح. (2020). تداعيات جائحة فيروس كورونا المستجد على الأمن الصحي العربي. نشرية الألكسندرية العلمية (02): <http://www.alecso.org/nsite/images/pdf/nachria-corona-2020.pdf>. تاريخ التصفح: 22 سبتمبر 2022.
19. منظمة لصحة العالمية. (2020). من نصائح للجمهور بشأن مرض فيروس كورونا (كوفيد-19): <https://www.who.int/ar/emergencies/diseases/novel-coronavirus-2019/advice-for-public?cvid=19>. تاريخ التصفح: 22 جوان 2021.
20. موقع وزارة الصحة السعودية. (2022): <https://www.moh.gov.sa/Support/Pages/MobileApp.aspx>. تاريخ التصفح: 23 سبتمبر 2022.
21. النوري، د، س. (2020). كورونا المستجد (كوفيد-19) بين مفهوم الجائحة والحرب البيولوجية وتداعياتها على الأمن الدولي: <https://www.turkpress.co/node/70683>. تاريخ التصفح: 15 جوان 2021.
22. اليونيسف. (2021). كوفيد-19: أسئلة متداولة (نصائح وتوجهات لحماية أسرنا خلال جائحة كوفيد-19): <https://www.unicef.org/ar/فيروس-كورونا>. تاريخ التصفح: 23 جوان 2021.