

## The need to draw up a knowledge management strategy in patient relationship management (CRM): a proposed plan for the health sector

Dr. Nabil Abdullah Komosany

Information Science Dept. – King Abdulaziz University - KSA  
Nkomosany@kau.edu.sa

**Abstract:** The study dealt with drawing up a strategy for patient relationship management (CRM) based on knowledge services in the health sector. one of the main objectives of the study is prepare a strategy for patient relationship management based on knowledge management in the health sector, to identify the steps and procedures for the transformation of patient relationship management. The study used the descriptive approach, and a focus group was used for a group of doctoral students. In the end of the study presented a vision of what knowledge management should be, as well as an advanced model for patient services in health sector, processing, and making available knowledge in a modern and sophisticate manner. one of the most important recommendations of the study are the preparation of training programs for workers in the management of patient services related to behavioral aspects, creating digital content, and achieving integration between the health sector and patients.

**Keywords:** Internet dangers - Crimes - Digital Ethics - Data mining - Penetration traps

### الحاجة الى رسم استراتيجيية لإدارة المعرفة في إدارة علاقات المرضى :CRM

### خطة مقترحة على القطاع الصحي

د. نبيل عبدالله قمصاني

جامعة الملك عبدالعزيز

Nkomosany@kau.edu.sa

**المستخلص:** تناولت الدراسة رسم استراتيجيية لإدارة علاقات المرضى (CRM) المبني على خدمات المعرفة في القطاع الصحي. ومن أبرز اهداف الدراسة رسم استراتيجيية لإدارة علاقة المرضى المبني على إدارة المعرفة في القطاع الصحي، التعرف على خطوات وإجراءات التحول لإدارة علاقة المرضى. اعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي وكذلك تم استخدام مجموعة التركيز focus group لمجموعة من طلاب وطالبات الدكتوراه. وقدمت الدراسة في النهاية تصوراً

ما يجب ان تكون عليه إدارة المعرفة كما قدمت نموذجاً متطوراً لإدارة خدمات المرضى في تنظيم المعرفة ومعالجتها واتاحتها بشكل عصري ومتطور. ومن اهم توصيات الدراسة اعداد برامج تدريبية للعاملين في إدارة خدمات المرضى تختص بالجوانب السلوكية، صناعة محتوى رقمي، تحقيق التكامل بين القطاع الصحي والمرضى.

**الكلمات المفتاحية:** إدارة علاقات المرضى، خدمات المعرفة، القطاع الصحي.

## 1/ تمهيد:

أصبحت القطاعات والمؤسسات تعتمد بشكل رئيسي على المعرفة في تطوير أعمالها وأدواتها، كما أصبحت المعرفة صناعة يتم الاستثمار من خلالها حيث تدر أموال طائلة وارباح كثيرة ولعل الدول المتقدمة أصبحت تعتمد كثيراً على المعرفة وخصصت لها مبالغ طائلة في مخصصاتها وميزانياتها من اجل تحويل المعرفة العلمية الى تقنيات إنتاج. (بامفلح، فاتن 2016) وفي ظل التوجه نحو المعرفة حرصت العديد من الشركات والمؤسسات على تطوير ادواتها من خلال تطبيق المعرفة في كافة اعمالها ونشاطاتها واعتمدت بشكل رئيسي على التقنية التي تعتبر أحد سمات مجتمع المعرفة من خلال توفر البنى التقنية وتبادل ومشاركة المعرفة. يتطلب ذلك رسم استراتيجيات لهذا التحول من حيث تجميع المعرفة ومن ثم تنظيمها واتاحتها بشكل يعود على المؤسسة بانعكاسات إيجابية والنمو في استثماراتها.

ومن ضمن القطاعات الهامة داخل هذه المؤسسات قطاع إدارة علاقة العملاء CIM وهو أحد القطاعات الهامة وهمة وصل بين العميل والمؤسسة حيث ان إدارة علاقة العميل تلعب دوراً هاماً تجاه عمليات المؤسسة وكذلك زيادة مبيعاتها ورسم صورة ذهنية جيدة تعكس من خلالها رضا العميل إضافة الى خلق وتعزيز انتمائه.

وترتكز هذه الإدارة التعرف على اهتمام ورغبات العملاء من خلال تقييم احتياجاتهم وبناء علاقات دائمة ومستمرة معهم. الا انه من الملاحظ ان معظم القطاعات والشركات لا تقوم بالدور الأمثل تجاه العميل وخصوصاً في الدول العربية حيث يقتصر مهام إدارة علاقة العميل الرد على تساؤلات العميل والتوجيه لمن يلزم بخدمات ما بعد البيع فقط. ولعل غياب المعرفة واهميتها في مفهومها الأشمل ومدى الاستفادة من المعرفة وتطبيقاتها جعل هذه المؤسسات تعاني من الحفاظ على عملائها وتعزيز قدرات المؤسسة في زيادة ارباحها.

من هنا تأتي هذه الدراسة في رسم استراتيجية لإدارة المعرفة تساعد إدارات علاقات العملاء في التعرف على المتطلبات الأساسية واستثمار المعرفة الاستثمار الأمثل من اجل تحقيق رضا العميل وزيادة أرباح المؤسسة.

## 2/1 مشكلة الدراسة:

نظراً لما تمثله المعرفة من أهمية قصوى في كافة المجالات ومن خلال رؤية المملكة 2030 التي اشتملت على العديد من الخطط والرؤى الطموحة، حيث تعتبر المعرفة احد اهم الخطط والاستراتيجيات التي بنيت عليها الرؤية والتركيز على رأس المال البشري الذي يعتبر احد مرتكزات رؤية المملكة 2030، ونظراً لما تمثله المعرفة بنوعها الضمنية والظاهرة فأن الدراسة التي يقوم بها الباحث تعكس الدور الهام الذي تقوم به إدارة المعرفة في تطوير وتحسين إدارة علاقات العملاء

داخل القطاعات الصحية من خلال رسم استراتيجيات خاصة مبنية على إدارة المعرفة تمكنها من القيام بمهامها على أكمل وجه.

### 3/1 أهمية الدراسة:

تأتي أهمية الدراسة التي يقوم بها الباحث ان دراسات إدارة علاقة العملاء المبنية على خدمات المعرفة من الدراسات العربية القليلة التي تناولت الموضوع، حيث تفتقر المكتبة العربية للعديد من الدراسات في هذا الجانب وبالتالي فهي إضافة علمية. هذا من جانب اما الجانب الاخر فتعتبر الدراسة هذه خارطة طريق للقطاعات الصحية التي ترغب في تحسين أدائها واعمالها من خلال التحول من الدور النمطي التي تقوم به إدارة علاقة المرضى الى نموذج متطور يركز على مفاهيم ورؤى جديدة تعتمد على المعرفة وادواتها وتطبيقاتها وتكون صوره مشرفة لهذه القطاعات تزيد من خلالها وتكسب رضا وولاء المرضى

### 4/1 أهداف الدراسة:

تهدف الدراسة بشكل عام الى رسم استراتيجية للتحويل في إدارات علاقات المرضى من خلال تقديم خدمات متطورة تعكس الصورة الذهنية الجيدة للمؤسسة والتي تساعد في تطوير أدائها وزيادة عملائها وارباحتها، ويمكن تحديد الأهداف التفصيلية فيما يأتي:

- 1- اعداد استراتيجيات لإدارات علاقة المرضى المبني على إدارة المعرفة في القطاع الصحي.
- 2- التعرف على العلاقة بين إدارة المعرفة وإدارة علاقة المرضى
- 3- التعرف على خطوات وإجراءات التحويل لإدارة علاقة المرضى من الشكل التقليدي الى نموذج متطور.

### 5/1 تساؤلات الدراسة:

- 1- ماهي متطلبات اعداد استراتيجيات لإدارة علاقة المرضى المبنية على إدارة المعرفة في القطاع الصحي؟
- 2- ماهي العلاقة بين إدارة المعرفة وإدارة علاقة المرضى؟
- 3- ماهي خطوات وإجراءات التحويل لإدارة علاقة المرضى من الشكل التقليدي الى نموذج متطور؟

### 6/1 مصطلحات الدراسة:

- إدارة علاقات العملاء CRM: هي إدارة تعمل على جسر تواصل بين العميل والقطاع من اجل الاحتفاظ بالعميل وتحسين العلاقة معهم وتنمية ولائه لهذا القطاع.
- خدمات المعرفة: خدمات تقدم في مؤسسات وقطاعات الاعمال تعتمد فيه بشكل اساسي على المعرفة ومصادرها وادواتها من خلال تبادل ومشاركة المعرفة وإستثمار المعرفة الضمنية والظاهرة الإستثمار الأمثل.

### 7/1 منهج الدراسة:

تعتمد الدراسة في تجميع بياناتها لتحقيق اهداف الدراسة على ثلاث طرق:

- مراجعة الإنتاج الفكري – مجال الدراسة –
- المنهج الوصفي: تم من خلاله مراجعة وتحليل الإنتاج الفكري – مجال الدراسة –
- مجموعة التركيز focus group من خلال تدريس الباحث لطلاب وطالبات مرحلة الدكتوراه -مادة مصادر وخدمات المعرفة. تم عرض عناصر الاستراتيجية وعلى مدار فصل دراسي كامل في نماذج مختلفة من القطاع الصحي، المصري، الاتصالات، الطيران والتعليم. حيث تم شرح عناصر الاستراتيجية لكل طالب وطالبة وتم عرضها عليهم وفق القطاع الذي تم اختياره وتم شرح كل الخطوات اللازمة ومن ثم مناقشتها وتم إضافة بعض العناصر في الاستراتيجية كما تم تعديل وحذف عناصر أخرى وفي نهاية الفصل الدراسي تم اعتماد الاستراتيجية وفق ما تم الاتفاق عليه من الجميع.

## 1/2 الدراسات السابقة:

### ● الدراسات العربية:

دراسة إبراهيم محمد عبد الحميد (عبد الحميد، إبراهيم 2019) بعنوان: اثر ابعاد إدارة معرفة العميل على ثقة العميل دراسة تطبيقية على البنوك التجارية السعودية تتناول الدراسة ابعاد إدارة المعرفة على ثقة العميل. ومن أبرز اهداف الدراسة التعرف على ثقة العميل في بنوك – مجال الدراسة – وما مدى تأثير حجم البنوك بتطبيق إدارة المعرفة. والعلاقة بين حجم البنك ومستوى ثقة العميل. وقد استخدم الباحث في هذه الدراسة المنهج الوصفي ومن أبرز النتائج التي توصلت اليها الدراسة انه لا توجد فروقات جوهرية بين مستويات ثقة العميل بالبنوك التجارية، لا يوجد تأثير جوهري لأبعاد إدارة المعرفة على ثقة العميل. وقد خلصت الدراسة الى عدة توصيات منها توجيه الدعوة الى عملاء البنك المتميزين لحضور لقاءات واجتماعات البنك من اجل الاستماع لهم، العمل على تحقيق التكامل بين مصادر المعرفة ذات العلاقة بالعميل، تنقية قاعدة بيانات المعرفة الخاصة بالعملاء.

ثمّة دراسة أخرى قامت بها سلمى البلادي (البلادي، سلمى 2019) بعنوان إدارة معرفة العملاء في القطاع الصحي. تناولت الدراسة ثلاث محاور: رأس مال العميل، إدارة معرفة العملاء، القطاع الصحي. كما قامت بعرض نموذج متكامل لعمليات إدارة المعرفة تناولت من خلاله مشاركة معرفة العملاء، اكتساب وتطبيق إدارة المعرفة على عملاء القطاع الصحي. ومن خلال الدراسة قامت الباحثة بالتطرق الى إدارة معرفة العملاء في القطاع الصحي، وتوصلت في نهاية الدراسة الى عدة نتائج منها: إدارة المعرفة من أحدث المداخل الإدارية التي تساعد المنظمات البقاء في المنافسة، إضفاء الطابع المؤسسي على إدارة المعرفة يكسبها رأس مال أوسع. ومن أبرز توصيات الدراسة الاهتمام بوضع سياسات واضحة للعلاقة بين القطاع الصحي والمرضى، ضرورة الوعي بأهمية المعرفة.

هناك دراسة أخرى قامت بها ريمّة قرارة (قرارة، ريمّة 2018) بعنوان اثر إدارة معرفة العملاء على الأداء التسويقي: دراسة تحليلية لشركة اتصالات الجزائر – موبيلس – قامت الدراسة بالتعرف على إدارة المعرفة ودورها الهام في الأداء التسويقي لشركة الاتصال الجزائري موبيلس ومن أبرز اهداف الدراسة التعرف على اثر إدارة معرفة العملاء على نمو الحصة التسويقية، التعرف على اثر إدارة معرفة العملاء على ربحية الشركة، واستخدمت الباحثة في هذه الدراسة المنهج الوصفي

وقامت بتجميع البيانات عن طريق استبانة اشتملت على محاور متعددة وقامت بقياس إجابات عينة الدراسة عن طريق قياس ليكرت الخماسي المتدرج. وقد خلصت الدراسة بعدة نتائج أهمها ان شركة الاتصال الجزائرية تتمتع بمستوى متوسط من إدارة المعرفة، كذلك تتمتع شركة اتصالات موبليس بمستوى عالي في الأداء التسويقي. ومن اهم توصيات الدراسة ضرورة اهتمام شركة اتصال موبليس بإدارة المعرفة، ضرورة اهتمام شركة موبليس بإدارة معرفة العملاء، وتقليل الفجوة المعرفية بين العميل والشركة.

### • الدراسات الأجنبية:

الدراسة التي قام بها (2012, Shu, Mei) تناولت الدراسة مستوى رضا العملاء. وتم قياس ذلك من خلال تحسين صورة الخدمة وتطرت الدراسة الى كيفية اكتساب المؤسسات العملاء والمحافظة عليهم. ومن اهداف الدراسة التعرف على قضايا التصميم التي يمكن للمؤسسة من المحافظة على العملاء. وتم خلال الدراسة اعداد استبانة كما استعان الباحثون بتقنيات إحصائية مكثفة في اكتشاف تأثير إدارة علاقات العملاء على جودة الخدمة. ومن اهم نتائج الدراسة معرفة العميل لها تأثير إيجابي على جودة الخدمة كذلك اشارت الدراسة في نتائجها ان المتغير بين معرفة العميل وجودة الخدمة تعزز إدارة علاقات العملاء. وخلصت الدراسة الى عدد من التوصيات أهمها: اجراء دراسات متعددة في إدارة علاقات العملاء، اكساب إدارة علاقات العملاء تقنيات تكنولوجيا متطورة.

وفي دراسة اخرى قام بها (2012, Fan, Yi) تناولت الدراسة تحديد كيفية تأثير مشاركة المعرفة بين موظفي الشركات الربحية من خلال التعاون بينهم من حيث مشاركة المنتجات والخدمات والأساليب والطرق. وقام الباحث في هذه الدراسة بصياغة نموذج CRM وتم تصميم استبيان تم توزيعه على مكاتب وكلاء السفريات في تاوان وتم ارسال 1200 استبيان لأفراد العينة. خلصت الدراسة بحجم وطبيعة التعقيدات المرتبطة بمشاركة المعرفة في مجال صناعة السفر. وفي نهاية الدراسة أوصى الباحث ضرورة تعاون وكلاء مكاتب السفر فيما بينهم من خلال استراتيجية مناسبة لمشاركة المعرفة من اجل زيادة الربحية.

أما دراسة (2009, Edward, CS) فقد تطرقت الى تحالفات شركات الطيران من اجل دعم استراتيجيات هذه الشركات من اجل تحسين الخدمة. وأشارت الدراسة ان زيادة التكلفة في هذا القطاع نتاج المنافسة الشرسية في عصر التجارة الالكترونية وأكدت الدراسة العلاقة بين شركات الطيران ووكلاء السفر تغيرت مما يجعل كافة الأطراف تقدم حلول متكاملة لاحتياجات عملائهم مع التأكيد على أهمية تبادل ومشاركة المعرفة. وقام الباحثان بأعداد استبانة لعينة عشوائية من وكالات السفر بتاوان عددهم (336) وكالة من اجل التعرف على كيفية مشاركة المعرفة بين الوكالات. وخلصت الدراسة بان مشاركة المعرفة لها أثر ايجابي على زيادة الأرباح، وان العلاقة الجيدة بين وكالات السفر تعمل على تحسين الأداء وزيادة الإنتاجية. واوصت الدراسة بتقديم حلول متكاملة لاحتياجات العملاء وكذلك كسب ولائهم ورضاهم.

### 1/3 مراحل رسم استراتيجية إدارة المعرفة في إدارة علاقات المرضى في القطاع الصحي.

#### 2/3: الرؤية والرسالة والاهداف والقيم المقترحة

- الرؤية: ان تكون إدارة علاقات المرضى إدارة محورية قياسية تقدم خدمات المعرفة لكافة المرضى وشؤونهم.

- الرسالة: تقديم خدمات المعرفة بأشكالها المتعددة للمرضى بفئاتهم المختلفة.
- الأهداف:

- زيادة مستوى رضا المريض
- التطوير والتحسين في خدمات المعرفة المقدمة للمرضى
- تسخير الخدمات التقنية لخدمة المرضى
- كسب ثقة المرضى
- تقديم خدمات مميزة

- القيم:

- خلق الولاء والانتماء بين المرضى والقطاع الصحي
- تعزيز الالفة
- المرونة والاستجابة للمتغيرات
- الجودة
- التميز

3/3 تحديد المتطلبات الأساسية

يتطلب لرسم استراتيجية خاصة لخدمات المعرفة في إدارة علاقات المرضى ما يأتي: -

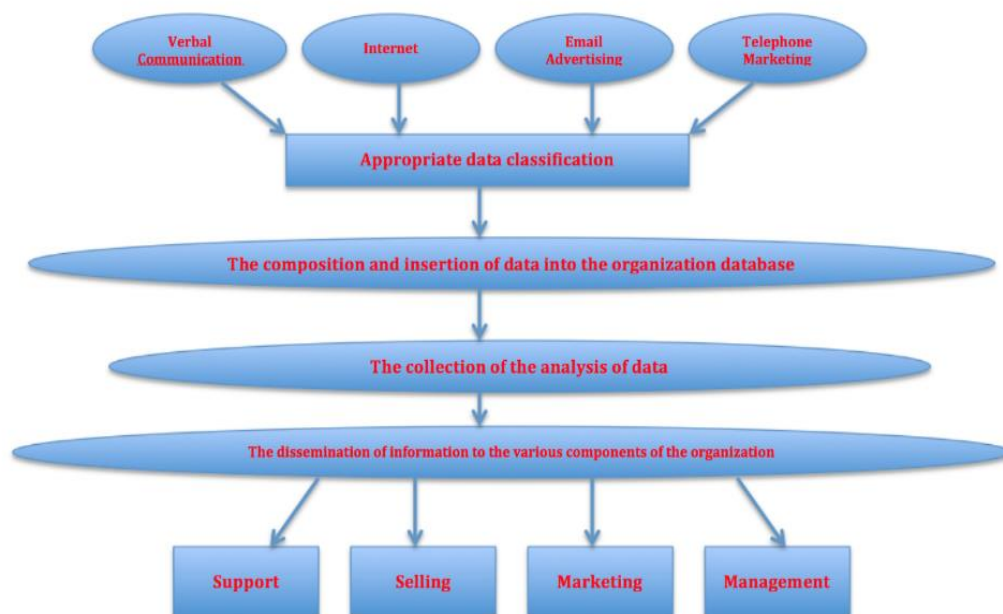
- الهيكل التنظيمي
- تنظيم المعرفة
- تطبيقات المعرفة
- الوظائف المقترحة
- الخطة الاستراتيجية
- معايير المعرفة
- مؤشرات القياس

نماذج تنظيم المعرفة

- أولاً: التاكسونومي

أشار محمد فتحي عبدالهادي (عبدالهادي، محمد، 2009) ان التاكسونومي هو تقسيم الأشياء الى اقسام والاقسام تنفرع الى اقسام فرعية والفروع تنقسم الى فروع ادق -وقد تم استخدام التاكسونومي في الكائنات الحية في مجال علم الاحياء- بينما أشار طلال الزهيري (الزهيري، طلال، 2016) ان التاكسونومي هو العناصر المتشابهة شكلياً وسلوكياً حيث صنف الكائن الحي الى ثلاث تصنيفات أولاً المجال وثانياً تقسيم الكائن الحي الى خمس ممالك هي الحيوانات، النباتات، الفطريات، البكتيريا، والمتعضيات اما التصنيف الثالث تحديد الشعبة والتي تنقسم الى الفطريات أو المفصليات، الرخويات، الحلقيات.

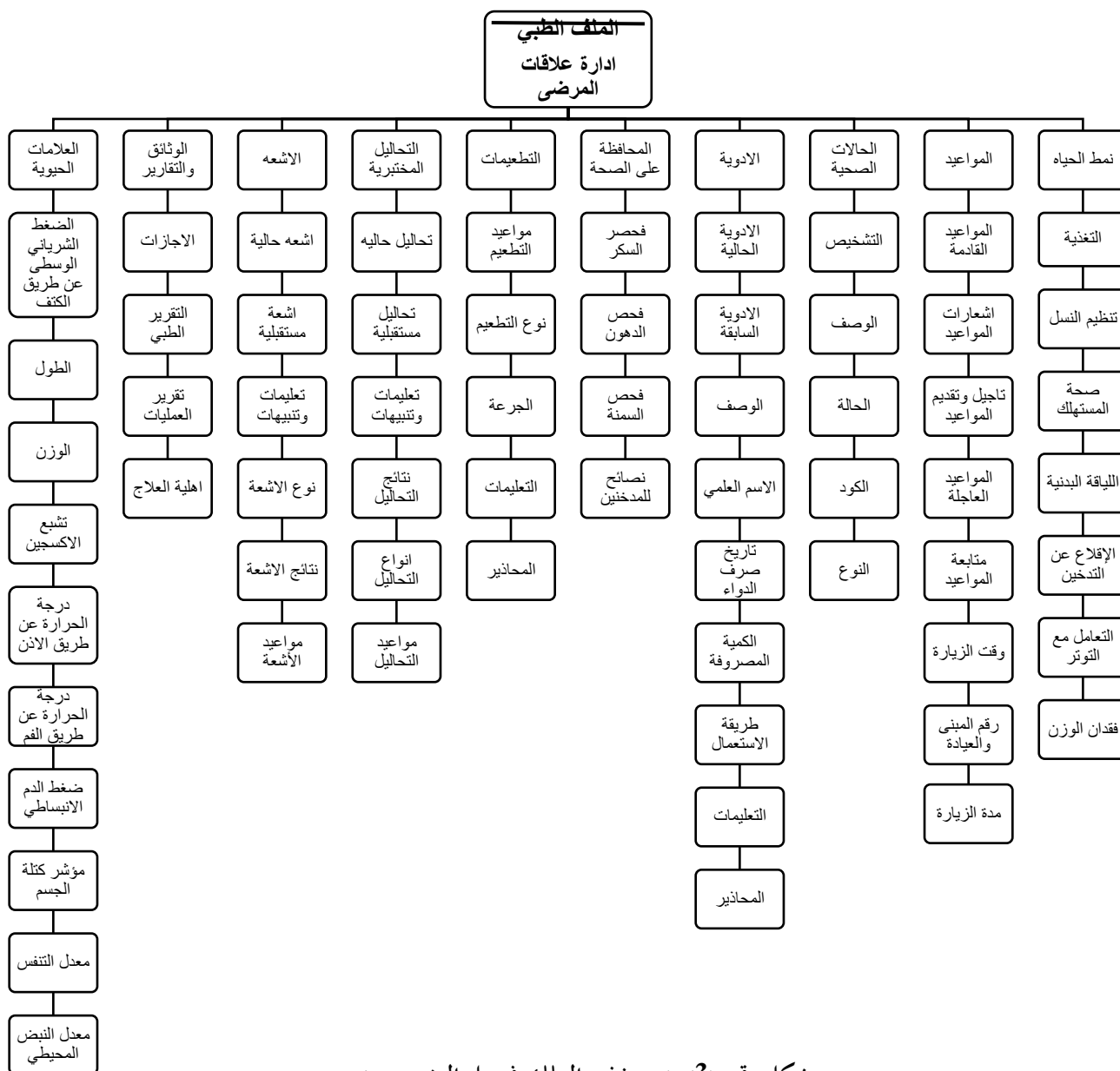
من هنا يمكن توضيح التاكسونمي على انه تصنيف العناصر والاشياء المبني على العلاقات والصفات وستقدم الدراسة نموذجاً للتاكسونمي وكيف يمكن استثماره في تنظيم المعرفة ذات العلاقة بإدارة علاقات المرضى



شكل (1) الهيكل التنظيمي المقترح لإدارة علاقات المرضى (ويكيبيديا)

| الاستراتيجية الترميزية Codification Strategy                                                                                          | الاستراتيجية التنافسية   | استراتيجية الملكية الشخصية Personalization Strategy                                                                                    |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| تقديم خدمات عالية الجودة موثوقة وتطبيق سريع لنظم المعلومات، من خلال إعادة استخدام المعرفة المكننة.                                    |                          | توفير وتقديم المشورة الإبداعية، والدقيقة التحليل للمشاكل الاستراتيجية من خلال توجيه الخبرة الفردية.                                    |
| إعادة الاقتصاد: الاستثمار مرة واحدة في أصول المعرفة؛ وإعادة استخدامها مرات عديدة. استخدام فريق كبير مع حصة عالية من الشركاء المقربين. | النموذج الاقتصادي        | خبراء اقتصاد: تتقاضى رسوما عالية لحلول مخصصة للغاية لمشاكل فريدة من نوعها. استخدام فريق صغير مع حصة منخفضة من الشركات الزميلة للشركاء. |
| التركيز على توليد الإيرادات العامة الكبيرة.                                                                                           |                          | التركيز على المحافظة على هوامش ربح عالية.                                                                                              |
| من الناس إلى الوثائق                                                                                                                  | استراتيجية إدارة المعرفة | من شخص إلى شخص                                                                                                                         |
| تطوير نظام الوثائق الإلكترونية الذي يعتمد التقنين والتخزين، ويسمح بنشر وإعادة استخدام المعرفة.                                        |                          | تطوير شبكات للربط بين الناس بحيث يمكن تقاسم المعرفة الضمنية.                                                                           |
| إستراتيجيات بكثافة في مجال تقنية المعلومات، والهدف من ذلك هو ربط الناس مع المعرفة المكننة التي يعاد استخدامها.                        | تقنية المعلومات          | إستراتيجيات متوسطة في مجال تقنية المعلومات، والهدف من ذلك هو تسهيل معادلات وتبادل المعرفة الضمنية.                                     |
| توظيف خريجي الجامعات الجدد القادرين على إعادة استخدام المعرفة وتنفيذ الحلول.                                                          | الموارد البشرية          | توظيف حملة ماجستير إدارة الأعمال الذين يساهمون جيداً.                                                                                  |
| تدريب الناس في مجموعات والتعلم عن بعد من خلال القائم على الكمبيوتر.                                                                   |                          | المشاكل ويمكن أن يحتملوا الغموض. التدريب والتوجيه one-on-one.                                                                          |
| مكافأة الناس لاستخدام والمساهمة في توثيق قواعد البيانات.                                                                              |                          | مكافأة الناس لتبادل المعرفة المباشرة مع الآخرين.                                                                                       |
| Bain & Company, McKinsey & Company                                                                                                    | أمثلة                    | Ernst & Young, Andersen Consulting                                                                                                     |

كل (2) استراتيجيات المعرفة الحايك، (هيام 2014)



شكل رقم (3) (مستشفى الملك فيصل التخصصي)

اما فيما يتعلق بالفاكسنومي فالنموذج التالي يوضح العلاقات بين بعضها وهو نموذج يمكن من خلاله عمل نماذج متعددة للفاكسنومي

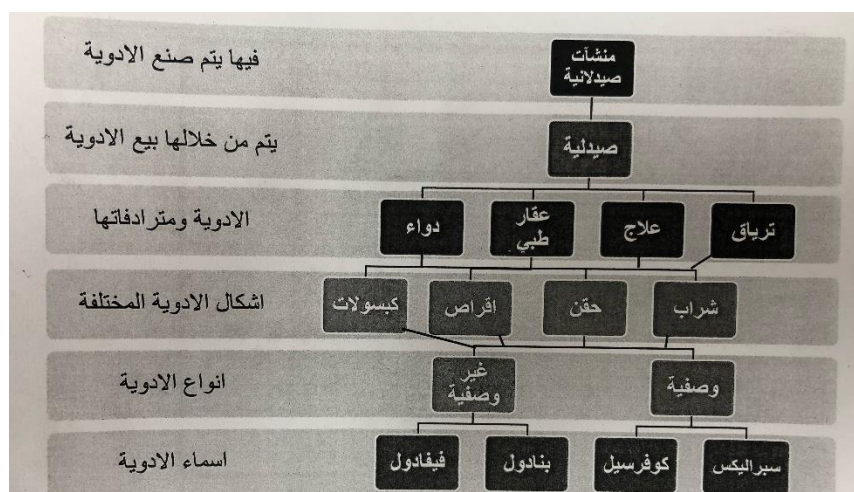




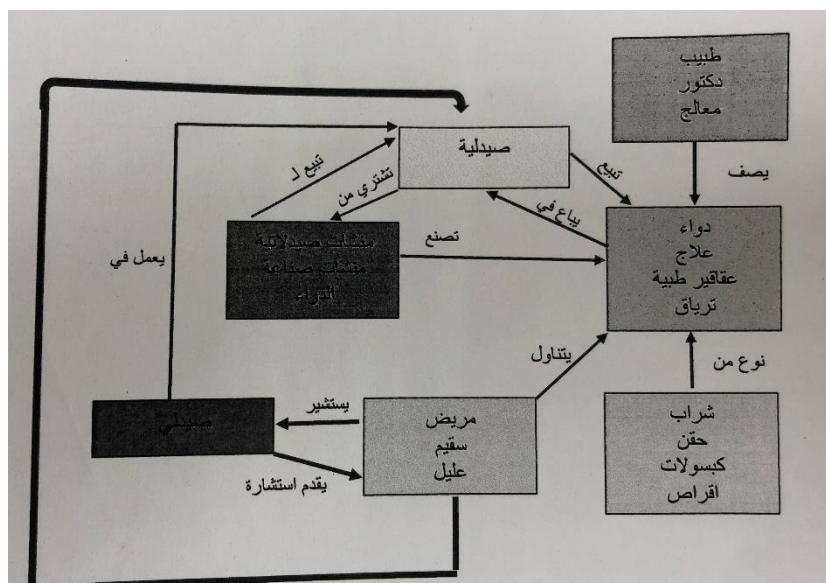
شكل رقم (4) يوضح العلاقات المترابطة عسيري، إيمان (2019)

#### الأنطولوجيا:

نوع اخر من أنواع تنظيم المعرفة يتكون من عدة مستويات رئيسية كل مستوى له مترادفات ومفاهيم تقع في المستوى نفسه مرتبطة بعضها البعض بطريقة تبادلية والشكل (5) (6) يوضح العلاقات التبادلية عسيري، إيمان (2019)



شكل رقم (5) يوضح مستويات الأنطولوجيا



شكل رقم (6) يوضح العلاقات والمفاهيم

الجدير بالذكر ان أدوات تنظيم المعرفة التي أشرنا اليها هي أدوات تساعد في الاسترجاع الموضوعي بأقل جهد ووقت ويتطلب لتفعيلها معادلات رياضية وخوارزميات وبرمجة ولعل تطبيقات الذكاء الاصطناعي أحد أهم التطبيقات التي يُبنى عليها تنظيم المعرفة وتسهيل الوصول اليها وتبادلها ومشاركتها.

#### 1/4 نماذج تطبيقات تخدم إدارة علاقات المرضى عبدالهادي، محمد (2019)

| الاستخدام                                       | تطبيق المعرفة                                         | الفائدة المرجوة                                           |
|-------------------------------------------------|-------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------|
| تحويل الوثائق الى نظم اليه                      | - النظم الهندسية<br>- التكنولوجيات<br>- الانطولوجيا   | تقليل الجهد والوقت في الاسترجاع                           |
| مشاركة وتبادل المعرفة داخل القطاعي الصحي        | - مواقع الويب الدلالي<br>- النظم المعتمدة على المعرفة | تحسين وتوحيد الاعمال من خلال نشر المعرفة                  |
| تكامل قواعد البيانات                            | - مواقع الويب<br>- قواعد البيانات الداخلية            | سهولة التفاعل والتعامل في الحصول على المعرفة              |
| الوصول السهل لقواعد البيانات الداخلية والخارجية | - الويب الدلالي<br>- الانطولوجيات                     | فلتر المعلومات وتنقيتها من اجل تقديمها واثاحتها بشكل مفيد |
| تجميع قواعد البيانات من خلال محرك بحث واحد      | - الويب<br>- قواعد البيانات الداخلية                  | تسهيل عمليات البحث والاسترجاع                             |

|                  |                                                                          |                                                                         |
|------------------|--------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------|
| تنقيب البيانات   | - الويب<br>- قواعد البيانات الداخلية والخارجية                           | فترة وتحليل البيانات قبل ايصالها للمستخدم                               |
| الحوسبة السحابية | قواعد البيانات الداخلية                                                  | تخزين وصيانة البيانات بسعة تخزينية عالية                                |
| البيانات الضخمة  | - وسائل التواصل الاجتماعي<br>- الويب<br>- محركات البحث المحلية والعالمية | استثمار البيانات بشكل مفيد                                              |
| الوكلاء الاذكياء | - أجهزة برمجية<br>- نظام حاسوبي                                          | البحث عن المعلومات بصورة متطورة وسريعة ودقيقة مقارنة بالأنظمة التقليدية |

## 1/5 الوظائف المقترحة:

من خلال بناء نموذج جيد لإدارة علاقات المرضى CRM في القطاع الصحي وحتى تكتمل منظومة البنية التحتية لتشغيل هذه الإدارة واستثمار كافة المتطلبات بشكل جيد كان من الواجب اختيار كفاءات بشريه تدير الإدارة بشكل يتماشى مع التجهيزات الأخرى ولعل أبرز المسميات التي تقترح الدراسة استقطابها للعمل في إدارة علاقات المرضى ما يأتي:

- 1- مطور تطبيقات
- 2- مقاولون معرفة
- 3- مستشار المعرفة
- 4- مدير المعرفة
- 5- احصائي مواقع التواصل الاجتماعي
- 6- محلل ضمان جودة
- 7- متعهد معرفة
- 8- مسوق الكتروني
- 9- محلل امن معلومات

## 1/6 الخطة الاستراتيجية لإدارة علاقات المرضى CRM

لبناء خطة استراتيجية علمية وموضوعية لابد ان تعكس الخطة الاستراتيجية الأهداف العامة للقطاع الصحي. وتعتمد بشكل أساسي على الأهداف ومن خلال الأهداف يمكن صياغة البرامج والمشاريع والمبادرات إضافة الى تصميم أدوات قياس تساعد القائمون على إدارة خدمات المرضى التعرف على سير العمل وما هي الاعمال التي يجب إعادة النظر فيها من خلال مؤشرات القياس KPIs.

| اسم البرنامج                    | المشاريع المنبثقة من البرنامج                                                                                                                                                                                                                                                    | اهداف البرنامج                                                                                                                                                                                 | مدة التنفيذ | مؤشرات القياس                                                                                                          | المستهدفون        | مؤهل التنفيذ            |
|---------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------|-------------------------|
| ولاء المرضى<br>Customer Loyalty | <ul style="list-style-type: none"> <li>- تحسين جودة الخدمة</li> <li>- اطلاع المرضى على اخبار المستشفى</li> <li>- برنامج استراتيجيات ولاء المرضى</li> <li>- الخدمات المجتمعية</li> <li>- بناء الثقة المتكاملة</li> <li>- التواصل العاطفي</li> <li>- تقديم برامج توعوية</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>- بناء جسور الفقة بين القطاع الصحي والمرضى.</li> <li>- تلبية احتياجات المرضى ورغباتهم.</li> <li>- سرعة حصول المرضى على ما يحتاجوه من بيانات.</li> </ul> | 6 أشهر      | <ul style="list-style-type: none"> <li>- قياس رضا المرضى عن طريق مسوحات.</li> <li>- عدد المتابعين من المرضى</li> </ul> | المراجعون والمرضى | مدير إدارة خدمة المرضى. |

| اسم البرنامج                                    | المشاريع المنبثقة من البرنامج                                                                                                                                                                                                                             | اهداف البرنامج                                                                                                                                                                                                                      | مدة التنفيذ | مؤشرات القياس                                                                       | المستهدفون                                                                                                                      | مؤهل التنفيذ                                                                                                                 |
|-------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------|-------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| ترويج الخدمات الصحية<br>Promote health services | <ul style="list-style-type: none"> <li>- البرامج الدعائية والاعلانية</li> <li>- تسويق الخدمات الصحية</li> <li>- برامج الوعي الصحي</li> </ul>                                                                                                              | <ul style="list-style-type: none"> <li>- اعداد المرضى بالمعلومات المتعلقة بالخدمات الصحية.</li> <li>- خلق القناعة لدى المرضى بأهمية الخدمات الصحية.</li> <li>- تغير الصورة الذهنية للمرضى في التعامل مع القطاعات الصحية.</li> </ul> | 12 شهر      | <ul style="list-style-type: none"> <li>قياس رضا المرضى عن طريق المسوحات.</li> </ul> | المرضى والمراجعون                                                                                                               | <ul style="list-style-type: none"> <li>- مدير إدارة خدمة المرضى.</li> <li>- مدير العلاقات العامة</li> </ul>                  |
| الخدمات التفاعلية<br>Interactive Services       | <ul style="list-style-type: none"> <li>- متابعة الحالات الطارئة.</li> <li>- استقبال شكاوى المرضى.</li> <li>- الحملات التوعوية.</li> <li>- الارشادات الصحية.</li> <li>- خدمات الزائرون.</li> <li>- الخريطة التفاعلية.</li> <li>- التثقيف الصحي.</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>- نشر المفاهيم الصحية.</li> <li>- تمكين المجتمع من تحديد مشاكلهم.</li> <li>- بناء الاتجاهات العلمية السوية.</li> <li>- تحسين جودة الحياة.</li> </ul>                                         | 12 شهر      | <ul style="list-style-type: none"> <li>أرقام واحصائيات مسوحات</li> </ul>            | المرضى + المجتمع                                                                                                                | <ul style="list-style-type: none"> <li>- مدير إدارة علاقات المرضى العامة</li> <li>- مدير إدارة الطوارئ</li> </ul>            |
| تحليل البيانات<br>Data analysis                 | <ul style="list-style-type: none"> <li>- تحليل بيانات الرعاية الصحية.</li> <li>- تحليل البيانات الضخمة.</li> <li>- مشاركة وتبادل البيانات.</li> <li>- جودة البيانات</li> </ul>                                                                            | <ul style="list-style-type: none"> <li>- تقديم وسهولة الوصول الى المعلومة.</li> <li>- تكامل المعلومة بين المرضى والأطباء ومقدمي الرعاية الطبية.</li> </ul>                                                                          | 24 شهر      | <ul style="list-style-type: none"> <li>أرقام واحصائيات</li> </ul>                   | <ul style="list-style-type: none"> <li>- الكادر الطبي</li> <li>- المرضى</li> <li>- الرعاية الصحية</li> <li>- المجتمع</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>- مدراء المستشفيات</li> <li>- المرضى</li> <li>- مدراء خدمات وعلاقات المرضى</li> </ul> |
| الخدمات الالكترونية<br>e-services               | <ul style="list-style-type: none"> <li>- منصة توكلنا</li> <li>- تطبيق صحي</li> <li>- الصيدلية الذكية</li> </ul>                                                                                                                                           | <ul style="list-style-type: none"> <li>- تسهيل الوصول الى المعلومة</li> </ul>                                                                                                                                                       | 36 شهر      | <ul style="list-style-type: none"> <li>- عدد زوار الخدمات الالكترونية</li> </ul>    | <ul style="list-style-type: none"> <li>- الكادر الطبي</li> <li>- المرضى</li> </ul>                                              | <ul style="list-style-type: none"> <li>- مدراء المستشفيات</li> <li>- المرضى</li> </ul>                                       |

|                              |                  |                                                                                                                         |        |                                                                                                                                  |                                                                                                                                                               |                                         |
|------------------------------|------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------|
| - مدراء خدمات وعلاقات المرضى | - الرعاية الصحية | - عدد مستخدمي الخدمات الالكترونية<br>- احصائيات وتقارير                                                                 |        | - تقديم الخدمات الطبية عن بعد<br>- الشفافية بين المرضى والقطاع الطبي                                                             | - الملف الطبي الالكتروني                                                                                                                                      |                                         |
| مدير خدمة علاقات المرضى      | المرضى           | - عدد المكالمات<br>- عدد مرات الدخول لموقع القطاع الصحي<br>- عدد الخدمات المقدمة داخلياً وخارجياً<br>- احصائيات وتقارير | 36 شهر | - المحافظة على السمعة الجيدة<br>- التميز في تقديم الخدمات الطبية<br>- تعزيز مستوى رضا المرضى<br>- الربط بين المرضى والقطاع الصحي | - تطوير الخدمات الهاتفية<br>- خدمة المرضى عن طريق الانترنت<br>- خدمة المرضى داخل المستشفى<br>- خدمة المرضى خارج المستشفى<br>- تطبيقات وسائل التواصل الاجتماعي | خدمات الاتصال<br>Communication Services |

#### 1/7 معايير تحقيق مجتمع معرفي في القطاع الصحي حميشي، ناريمان (2019)

\* **المعيار الاقتصادي:** أصبحت المعرفة سلعة تجارية ومن ينتج المعرفة الآن هو القادر على المنافسة. والقطاع الطبي شأنه شأن القطاعات الأخرى فهو قطاع هام وتلعب المعرفة دوراً هاماً في هذا القطاع من خلال بناء جسور معرفية من خلال المساهمة الفعالة. ولعل بناء الاقتصاد المعرفي يتجسد في النقاط الآتية:

- الاعتماد على التقنية بشكل يستوعب كافة المستجدات الإبداعية
- استثمار رأس المال الفكري الاستثمار الأمثل
- تعزيز الابتكار
- رفع الوعي الرقمي
- تطوير كافة البنى التحتية والتقنية من اجل تقديم خدمات أفضل

#### \* المعيار التكنولوجي:

- توفير الوصول الى الخدمات الرقمية
- ردم الفجوة الرقمية
- تلبية احتياجات المرضى المتزايد
- تطوير تطبيقات الذكاء الاصطناعي
- تقديم الحلول والابتكارات في مجال التقنية والرقمنة.

**\* المعيار الاجتماعي:**

- زيادة الوعي بتكنولوجيا المعلومات
- دعم عمليات الإبداع والابتكار
- تعزيز الولاء بين القطاع الصحي والمرضى
- دعم عمليات التواصل بين المرضى والقطاع الصحي
- إتاحة كافة أنواع التواصل

**\* المعيار الثقافي:**

- إطلاق حملات توعوية
- احترام حقوق وواجبات المرضى
- تعزيز الشفافية
- دعم موانئ المهنة وحماية حقوق الممارسين الصحيين
- توعية المرضى بالحفاظ على المعلومات الطبية
- عقد اللقاءات والبرامج الصحية

**1/8 مؤشرات قياس المعرفة KPIs المطيري، إيمان (2019)**

هي مجموعة من أدوات القياس وكذلك القيم التي يمكن من خلالها تقييم الأداء في كل الجوانب المتعلقة بخدمات المرضى سواء في الموارد البشرية، أو التجهيزات، أو السياسات، والتشريعات والموارد المالية والتقنية. وتكمن أهمية مؤشرات القياس في الآتي:

- 1- الرقابة والمتابعة المستمرة
- 2- تقييم الأداء
- 3- هندرة الاعمال
- 4- التأكد من تحقيق الأهداف
- 5- تحسين الأداء والإنتاجية

وتشمل مؤشرات القياس داخل القطاع الصحي على التالي:

- 1- مؤشرات المعرفة
  - معدل تطوير وتحسين الأداء

■ معدل الاعتماد على التقنية

■ معدلات الإبداع والابتكار

■ عدد منصات المعرفة المفعلة

## 2- مؤشرات تقنيات المعلومات

■ نسبة الجاهزية للبنى التحتية

■ معدلات الإنفاق على التقنية

■ نسبة المستخدمين

■ معدلات استخدام تطبيقات التقنية

## 3- مؤشرات الابتكار والإبداع

■ معدلات البرامج التسويقية

■ نسبة التنوع في تقديم الخدمات

■ نسبة الخدمات المضافة

## 4- مؤشرات الرعاية الصحية

■ نسبة البرامج التوعوية

■ معدلات تقديم الخدمات الإضافية

■ معدل التشخيص الصحي

■ معدل توعية المرضى

■ نسبة معالجة المقترحات والشكاوى

## الخاتمة:

قدمت الدراسة تصوراً واستراتيجية ما يجب ان تكون عليه إدارة علاقة المرضى الناجحة في القطاع الصحي والمبنى على إدارة المعرفة من خلال استعراض بعض الدراسات العلمية في هذا الجانب تعكس تجارب علمية متعددة وفي مناطق جغرافية مختلفة. بعدها تم استعراض بعض الاستراتيجيات التي تساعد في التحول الى إدارة نوعية في إدارة علاقات المرضى. كما قدمت الدراسة نموذجاً متطوراً لإدارة خدمات المرضى CIM اشتمل على وسائل وأدوات تنظيم المعرفة كذلك مؤشرات قياس يمكن تطبيقها على إدارة خدمات المرضى للتعرف على مدى نجاح العمل داخل الإدارة. كذلك تناولت الدراسة أطر عامة لمعايير مجتمع المعرفة. ومما سبق يمكن الخروج بعدة توصيات:

■ إعداد برامج تدريبية للعاملين في إدارة خدمات المرضى CIM تختص بالجوانب السلوكية والتعامل مع الآخرين واللباقة في التعامل

■ توصيل سياسة خدمات المرضى بشكل واضح وسلس

■ تخصيص مكافآت تحفيزية لتشجيع المتميزين في خدمة المرضى على جميع المستويات

■ التعرف على المعايير الرئيسية لقياس رضى العملاء

- الاعتماد على التقنيات الحديثة والتكنولوجيا المتقدمة في تقديم كافة الخدمات وشؤون المرضى
- إنشاء بنية معلوماتية جيدة تمكن من خدمة المرضى وفق أسلوب عصري متطور
- صناعة محتوى رقمي يحقق التكامل بين القطاع الصحي والمرضى.

#### المراجع :

بامفلح، فانتن سعيد، إدارة المعرفة وتقنياتها: الأسس والتطبيقات، مكتبة الملك عبدالعزيز العامة، الرياض، 2016، ص17.

عبدالحاميد، إبراهيم محمد، أثر ابعاد إدارة معرفة العميل على ثقة العميل: دراسة تطبيقية على البنوك التجارية السعودية، مجلة البحوث التجارية المعاصرة، جامعة سوهاج، مج33، ع4، 2019، ص35.

البلاوي، سلمى، إدارة معرفة العملاء في القطاع الصحي، مجلة دراسات المعلومات، جمعية المكتبات السعودية، المملكة العربية السعودية، ع22، 2019، ص ص143-170.

قرارة، ريم، أثر إدارة معرفة العملاء على الأداء التسويقي: دراسة تحليلية لشركة اتصالات الجزائر موبيليس، مجلة الدراسات المالية والحاسبية، الجزائر، ع9، 2018، ص ص518-538.

This Journal is available at:

<https://www.emerald.com/insight/content/doi/10.1108/IJQSS-08-2012-0014/full/html>

Yi-Wen Fan and Edward KU, Customer focus, service process fit and customer relationship management profitability: the effect of knowledge sharing, The Service Industries Journal, Vol.30, No2, 2010 - pp203-223.

Edward CS Ku, Yi Wen Fan, Knowledge sharing and customer relationship management in the travel service alliances, Total Quality Management, vol.20, No12, 2009, pp1407-142.

Wikipedia <https://ar.wikipedia.org>

حايك، هيام، إدارة تنظيم المعرفة، استراتيجيات الحفاظ والانتقال بين الأجيال، مدونة نسـيـج، 2014 <http://blog.naseej.com/2014/02/20/managing-organizational-knowledge>

مرجع سابق، هيام حايك، 2014.

عبدالهادي، محمد فتحي، الاتجاهات الحديثة في التحليل الموضوعي للمعلومات وموقف قطاع المعلومات العربي منه، مؤتمر الاتحاد العربي للمكتبات والمعلومات، الدار البيضاء، 2009، ص683.



الزهيري، طلال، أدوات تصنيف وتنظيم المحتوى الرقمي في بيئة الانترنت التاكسونومي، المجلة العراقية لتكنولوجيا المعلومات، العراق، 2016، ص61.

مستشفى الملك فيصل التخصصي، تطبيق صحي

عسيري، إيمان، مشروع إدارة خدمات العملاء في الهيئة العامة للغذاء والدواء، جامعة الملك عبدالعزيز، كلية الآداب والعلوم الإنسانية، علم المعلومات، 2019، ص23. (بحث غير منشور)

مرجع سابق إيمان عسيري، ص30-31.

عبدالمهدي، محمد فتحي، علم المعرفة من منظور معلوماتي، الدار المصرية اللبنانية، القاهرة، 2019، ص209.

حميشي، ناريمان، مشروع إدارة خدمات العملاء في شركة الاتصالات السعودية، جامعة الملك عبدالعزيز، كلية الآداب والعلوم الإنسانية، علم المعلومات، المملكة العربية السعودية، 2019، ص ص 60-63 (بحث غير منشور)

المطيري وإيمان، مشروع إدارة خدمات العملاء في مصرف الراجحي جامعة الملك عبدالعزيز و كلية الآداب والعلوم الإنسانية، علم المعلومات، المملكة العربية السعودية 2019، ص ص 57-61. (بحث غير منشور)