**أثر وسائل التسويق الرقمي في تحقيق أهداف الجمعيات الخيرية الصحية الأردنية**

**إعداد**

**مصعب "محمد زهير" زهدي الدويك**

**إشراف**

**المشرف الرئيس**

**الأستاذ الدكتور فؤاد الشيخ سالم**

**المشرف المشارك**

**الدكتور مطيع الشبلي**

**الملخص**

هدفت هذه الدراسة لبيان أثر استخدام وسائل التسويق الرقمي في تحقيق أهداف الجمعيات الخيرية الصحية الأردنية، وقد تم قياس وسائل التسويق الرقمي من خلال ( الموقع الالكتروني، وسائل التواصل الاجتماعي، الرسائل النصية القصيرة، مركز الاتصال، البريد الالكتروني). أما تحقيق الأهداف فقد تم قياسها من خلال ( هدف جمع التبرعات، هدف تقديم الخدمات للمنتفعين، هدف التوعية). واعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي التحليلي، ولجمع البيانات اللازمة لتحقيق هدف الدراسة تم استخدام استبانة خاصة وزعت على عينة والتي تكونت من (12) جمعية خيرية صحية في الأردن وبأسلوب العينة القصدية، وقد توصلت الدراسة الى عدد من النتائج كان من أبرزها وجود أثر إيجابي ذو دلالة إحصائية لوسائل التسويق الرقمي بأبعادها الآتية (وسائل التواصل الاجتماعي، مركز الاتصال، البريد الالكتروني) على تحقيق أهداف الجمعيات الخيرية الأردنية، وعدم وجود أثر ذو دلالة إحصائية لوسائل التسويق الرقمي المتمثلة في (الموقع الالكتروني، رسائل النصية القصيرة) على تحقيق أهداف الجمعيات محل البحث.

 وبناءاً على نتائج الدراسة أوصى الباحث الجمعيات الخيرية الصحية الأردنية ضرورة زيادة اهتمامها بالتسويق الرقمي وأدواته لما يحققه من أهدافها ويضمن لها الاستمرارية والبقاء والنمو.

**The Impact of Digital Marketing Means in Achieving the Objectives of Jordanian Health Charites**

**Prepared by**

**Mosab Mohammad Zuheir Zyhdi Al Dweik**

**Supervised by**

**Prof. Fuad AlShaikh Salem**

**Dr. Mutee ALShebli**

**Abstract**

This study aimed at to measuring the impact of the use of digital marketing means In achieving the objectives of Jordanian health charities. The means of digital marketing have been measured through (website, social media, SMS, call center, e-mail). The objective of the study was to use a questionnaire that was composed of (12) health charities in Jordan, adopting the sample method. The results of the study showed that statistical analysis showed that there is a statistically significant effect of the digital marketing means ( Social media ,Call Center, E-mail) on the objectives of Jordanian health charities. and the absence of a statistically significant impact of the means of digital marketing represented in (website, SMS) to achieve the objectives of the societies in question.

Based on the results of the study, the researcher recommended Jordanian health charities to concentrate on digital marketing tools to achieve its objectives, ensure its continuity, survival and growth.