

جامعة الفيوم
كلية الخدمة الاجتماعية
قسم مجالات الخدمة الاجتماعية

آليات التسويق الاجتماعي لخدمات الرعاية الاجتماعية
المقدمة للمرأة المعيلة بالجمعيات الأهلية
*Techniques of social marketing welfare services for female
headed house holds in NGOS*

ضمن متطلبات الحصول على درجة الماجستير في الخدمة الاجتماعية

إعداد

أسماء أحمد جنيدي جنيدي
معيدة بقسم مجالات الخدمة الاجتماعية
كلية الخدمة الاجتماعية – جامعة الفيوم

إشراف

أ. د. / محمد جمال الدين عبد العزيز
أستاذ بقسم مجالات الخدمة الاجتماعية
عميد كلية الخدمة الاجتماعية – جامعة الفيوم

٢٠١٥م

أولاً : ملخص الدارسة باللغة العربية.

أولاً : مشكلة الدراسة:

تعد قضية التنمية هي محور الاهتمام في عالمنا المعاصر والشغل الشاغل للدول النامية باعتبارها أحد المناهج التي يجب أن تنتهجها تلك الدول للخروج من دائرة التخلف وتحقيق مستوى المعيشة الجيد وتحقيق التقدم المنشود.

وتواجه المرأة في ظل تحولات العولمة العديد من التحديات العالمية والإقليمية والمحلية التي تستلزم اتخاذ جميع الإجراءات التي من شأنها مساندة المرأة.

وتواجه المرأة المعيلة العديد من المشكلات الاجتماعية والاقتصادية، وحتى تجد المرأة المعيلة طريقة إلى الخروج من دائرة الفقر هي وأسرته لا بد من وجود آليات حديثة وفعالة تساعدها على مكافحة فقرها وزيادة مشاركتها في تنمية المجتمع .

ونظرا لأن كل دولة لا تستطيع أن تواجه الفقر والمشكلات المترتبة عليه بمفردها فكان من الضروري اشترك منظمات المجتمع المدني والجمعيات الأهلية فهي الأقرب إلى أفراد المجتمع والأكثر اهتماما باحتياجاتهم ومشكلاتهم.

وفي مصر فإن للجمعيات الأهلية باع طويل في مساعدة الفقراء والمحتاجين وتقديم يد العون لهم

وهذا ما استدعى إلى تقديم أطروحات ورؤى إصلاحية وتبني مفاهيم جديدة كمحاولة لمساعدة هذا القطاع للتغلب على المشكلات والعقبات التي تعوق مسيرته في دفع عجلة التنمية البشرية ومن ضمن هذه القضايا المتناولة قضية التسويق الاجتماعي.

ثانياً : أهداف الدراسة:

تسعي الدراسة إلي تحقيق الهدف الرئيسي للدراسة في تحديد آليات التسويق الاجتماعي لخدمات الرعاية الاجتماعية المقدمة للمرأة المعيلة .

- وينبثق من هذا الهدف الأهداف الفرعية التالية:

- ١- تحديد مفهوم التسويق الاجتماعي لخدمات الرعاية الاجتماعية المقدمة للمرأة المعيلة.
- ٢- تحديد آليات التسويق الاجتماعي المستخدمة في مجال تقديم خدمات الرعاية الاجتماعية للمرأة المعيلة :-
 - أ- الخدمات الاجتماعية
 - ب- الخدمات الاقتصادية
 - ج- الخدمات الصحية
 - د- الخدمات التعليمية

٣- تحديد الصعوبات التي تحول دون تفعيل آليات التسويق الاجتماعي في تقديم الخدمات المقدمة للمرأة المعيلة .

٤- التوصل إلى تصور مقترح لتفعيل آليات التسويق الاجتماعي في تقديم الخدمات المقدمة للمرأة المعيلة بالجمعيات الأهلية .

ثالثاً : تساؤلات الدراسة:

تتعلق الدراسة من التساؤل الرئيسي (ما آليات التسويق الاجتماعي لخدمات الرعاية الاجتماعية المقدمة للمرأة المعيلة بالجمعيات الأهلية؟

ويمكن الإجابة علي هذا التساؤل من خلال التساؤلات الفرعية التالية.

١- ما مفهوم التسويق الاجتماعي لخدمات الرعاية الاجتماعية المقدمة للمرأة المعيلة؟

٢- ما آليات التسويق الاجتماعي المستخدمة في تقديم خدمات الرعاية الاجتماعية للمرأة المعيلة ؟

أ- الخدمات الاجتماعية

ب- الخدمات الاقتصادية

ج- الخدمات الصحية

د- الخدمات التعليمية

٣- ما الصعوبات التي تحول دون تفعيل آليات التسويق الاجتماعي في تقديم الخدمات المقدمة للمرأة المعيلة بالجمعيات الأهلية؟

٤- ما المقترحات اللازمة لتفعيل آليات التسويق الاجتماعي في تقديم الخدمات المقدمة للمرأة المعيلة بالجمعيات الأهلية؟

رابعاً : مفاهيم الدراسة:

١- آليات التسويق الاجتماعي.

٢- خدمات الرعاية الاجتماعية

٣- المراه المعيلة.

٤- الجمعيات الأهلية.

خامساً : منهجية الدراسة:

١- نوع الدراسة : تنتمي هذه الدراسة إلي نمط الدراسات الوصفية، والتي تسعى إلى وصف خصائص ظاهرة معينة أو موقف محدد أو قضايا اجتماعية، أي تهتم بتحديد الخصائص الاجتماعية والاقتصادية في مجتمع ما وهذا ما تسعى إليه الدراسة الراهنة من خلال تحديد آليات التسويق الاجتماعي لخدمات الرعاية الاجتماعية المقدمة للمرأة المعيلة بالجمعيات الأهلية.

٢- منهج الدراسة : اعتمدت الدراسة علي المنهج العلمي باستخدام.

- ١- المسح الاجتماعي الشامل لأعضاء مجالس الإدارات والعاملين بالجمعيات الأهلية.
- ٢- المسح الاجتماعي بطريقة العينة للمرأة المعيلة المستفيدة من الخدمات التي تقدمها الجمعيات الأهلية.
- ٣- المسح الاجتماعي بالعينة للخبراء المهتمين بمجال التسويق الاجتماعي
- ٣- أدوات الدراسة: اعتمدت الدراسة علي عدد من الأدوات هي:

١- استمارة استبيان آليات التسويق الاجتماعي لخدمات الرعاية الاجتماعية المقدمة للمرأة المعيلة بالجمعيات الأهلية المطبق علي مقدمي الخدمة أعضاء مجلس إدارة الجمعيات الأهلية.

٢- استمارة استبيان آليات التسويق الاجتماعي لخدمات الرعاية الاجتماعية المقدمة للمرأة المعيلة بالجمعيات الأهلية المطبق على المستفيدات

٣- دليل مقابلة للخبراء المهتمين بمجال التسويق الاجتماعي

٤- مجالات الدراسة:

- (أ) **المجال المكاني:** تم تطبيق الدراسة علي الجمعيات الأهلية بمدينة بني سويف وقد بلغ عددهم: ٥ وهم :-
- ١- جمعية رسالة
 - ٢- جمعية الأورمان
 - ٣- مؤسسة مصر الخير
 - ٤- جمعية أسرتي لحماية البيئة والتنمية البشرية
 - ٥- مؤسسة السيدة حورية.

(ب) **المجال البشري:** تم تطبيق الدراسة الراهنة علي عينة قوامها (٥٣) من أعضاء مجلس الإدارة والعاملين بالجمعيات الأهلية.

بالإضافة إلى ٣٠٠ امرأة معيلة المستفيدات من الخدمات التي تقدمها الجمعيات الأهلية وهي عينة بنسبة (٢٠%) من إجمالي المترددات علي الجمعيات الأهلية.

أي أن إجمالي الـ (٢٠%) من جميع المترددات علي الجمعيات بلغ (٤٠٥) مترددة.

(ج) **المجال الزمني:**

تم جمع البيانات من الميدان سواء من المستفيدات وأعضاء مجلس الإدارة العاملين في الجمعيات الأهلية وهي فترة التطبيق الميداني خلال الفترة من ٦-١-٢٠١٥ إلى ٢١/٣/٢٠١٥.

٦ أشهر لإعداد الجزء الميداني وتحليل واستخلاص النتائج والتوصيات من ٦/١٢/٢٠١٤ :
٢٠١٥/٥/٣١ .

سابعاً : نتائج الدراسة:

توصلت الدراسة إلي مجموعة من النتائج كالتالي:-

- أثبتت الدراسة الراهنة وجود آليات للتسويق الاجتماعي لخدمات الرعاية الاجتماعية المقدمة للمرأة المعيلة بالجمعيات الأهلية.
- بينت الدراسة وجود بعض الصعوبات والمعوقات التي تحول دون تفعيل آليات التسويق الاجتماعي لخدمات الرعاية الاجتماعية المقدمة للمرأة المعيلة بالجمعيات الأهلية
- أكدت الدراسة وجود بعض المقترحات اللازمة لتفعيل آليات التسويق الاجتماعي لخدمات الرعاية الاجتماعية المقدمة للمرأة المعيلة بالجمعيات الأهلية.