

# رؤية مستقبلية من منظور طريقة تنظيم المجتمع لتحقيق المعرفة التسويقية بالجمعيات الأهلية

منشور في مجلة مستقبل العلوم الاجتماعية - الجمعية العربية للتنمية البشرية والبيئية -  
العدد الثامن - يناير 2022

إعداد د/ مروه جمعه عبد الغني بسيوني  
المدرس بقسم طرق الخدمة الاجتماعية - كلية الخدمة الاجتماعية - جامعة الفيوم

نعيش اليوم في عصر المعرفة والتي تكون مفتاحًا أساسيًا لتحقيق ميزة تنافسية مستدامة داخل المنظمات المختلفة. لذا، هدفت الدراسة الحالية إلى اقتراح رؤية مستقبلية من منظور طريقة تنظيم المجتمع لتحقيق المعرفة التسويقية بالجمعيات الأهلية بمحافظة الفيوم، واعتمدت الدراسة الحالية على منهج المسح الاجتماعي بأسلوب العينة لأعضاء مجالس الإدارات ومسؤولي الأنشطة بالجمعيات الأهلية بمحافظة الفيوم، وطورت استمارة قياس الباحثة للوقوف على مستوى ابعاد المعرفة التسويقية في الجمعيات الأهلية، وتم التحقق من ثبات وصدق أداة القياس والتي تمتعت بثبات وصدق جيد، وتكونت العينة الأساسية للدراسة من 153 فرداً. وتوصلت نتائج الدراسة إلى: بالرغم من امتلاك أعضاء مجالس الإدارات ومسؤولي الأنشطة بالجمعيات الأهلية بمحافظة الفيوم معرفة التسويقية جيدة (المعرفة بالعملية التسويقية، المعرفة بالمنافسين والسوق، المعرفة بالخدمة، المعرفة بالمستفيد، المعرفة بالتكنولوجيا)، لكنهم في حاجة شديدة وضرورية لتنمية المعرفة التسويقية بأبعادها المختلفة لتحديد احتياجاتها من مشروعات وخدمات مستقبلية ولكسب مزيداً من ثقة المستفيدين والإدارة العليا، واقترحت الدراسة الحالية رؤية مستقبلية من منظور طريقة تنظيم المجتمع لتحقيق المعرفة التسويقية بالجمعيات الأهلية.

الكلمات الدالة: المعرفة التسويقية - الجمعيات الأهلية - طريقة تنظيم المجتمع.