

ملخص بحث

آليات تفعيل التسويق الإبتكاري في المنظمات غير الحكومية العاملة في مجال المرأة: دراسة من منظور طريقة تنظيم المجتمع

منشور في مجلة كلية الخدمة الاجتماعية للدراسات والبحوث الاجتماعية- جامعة الفيوم- العدد الواحد والعشرون- أكتوبر ٢٠٢٠

إعداد

د. بسمة عبد اللطيف أمين عبد الوهاب

مدرس بقسم طرق الخدمة الاجتماعية- كلية الخدمة الاجتماعية- جامعة الفيوم

هدفت الدراسة الحالية إلى: تقديم آليات إجرائية مقترحة لتفعيل التسويق الإبتكاري في المنظمات غير الحكومية العاملة في مجال المرأة من منظور طريقة تنظيم المجتمع، وتنتمي هذه الدراسة إلى نمط الدراسات الوصفية التحليلية، وتم استخدام منهج المسح الاجتماعي بأسلوب العينة لأعضاء مجالس الإدارات ومسؤولي الأنشطة بالمنظمات غير الحكومية، وتم الحصول على البيانات من خلال استمارة قياس (إعداد الباحثة) مكونة من ثلاثة محاور، وطُبقت على عينة قوامها (٢٦٩) مفردة.

وقد أظهرت نتائج الدراسة أن: مستوى واقع التسويق الإبتكاري (الإبتكار في الخدمات المقدمة- الإبتكار في الترويج/ التسويق للخدمات المقدمة- الإبتكار في التوزيع للخدمات المقدمة) متوسط في المنظمات غير الحكومية العاملة في مجال المرأة، وأنه يوجد إختلاف في مستوى التسويق الإبتكاري في تلك المنظمات لصالح الحضر عن الريف، وأن مستوى مهارات التسويق الإبتكاري (الإحساس بالمشكلات- المرونة- الأصالة- المثابرة وقبول التحدي- الإتصال الفعل) متوسط في المنظمات غير الحكومية العاملة في مجال المرأة، وأنه يوجد إختلاف في مستوى مهارات التسويق الإبتكاري في تلك المنظمات لصالح الحضر عن الريف، وخلصت الدراسة للتوصل إلى آليات إجرائية مقترحة (إدارية/تنظيمية- أمنية- بشرية- معرفية- مهارية) لتفعيل التسويق الإبتكاري في المنظمات غير الحكومية العاملة في مجال المرأة من منظور طريقة تنظيم المجتمع.

الكلمات الدالة: آليات-التسويق الإبتكاري- المنظمات غير الحكومية- مجال المرأة- طريقة تنظيم المجتمع.