

نحو إستراتيجية تسويق المجتمعات العمرانية الجديدة فى مصر ونشر ثقافة جودة التعامل مع المواطن من منظور الممارسة العامة فى الخدمة الإجتماعية

**Towards A marketing Strategy For new Urban
Communities in Egypt and spreading The culture of
Quality Interaction with Citizens From The
Perspective of generalist practice in social work**

د/ نبيلة محمد لطفى عبد الرحيم

أستاذ مجالات الخدمة الإجتماعية المساعد

كلية الخدمة الإجتماعية

جامعة أسوان

DOI: 10.21608/fjssj.2024.449696

Url: https://fjssj.journals.ekb.eg/article_449696.html

تاريخ إستلام البحث: ٢٠٢٤/١٠/٣ م تاريخ القبول: ٢٠٢٤/١٠/٢٩ م تاريخ النشر: ٢٠٢٤/١٠/٣٠ م
توثيق البحث: عبدالرحيم، نبيلة محمد لطفى (٢٠٢٤) نحو إستراتيجية تسويق المجتمعات العمرانية الجديدة فى مصر ونشر
ثقافة جودة التعامل مع المواطن من منظور الممارسة العامة فى الخدمة الإجتماعية. مجلة مستقبل العلوم الإجتماعية، ع.
١٩، ج. (٧)، ص-ص: ١٠٥-١٤٠.

٢٠٢٤ م

نحو إستراتيجية تسويق المجتمعات العمرانية الجديدة فى مصر ونشر ثقافة جودة التعامل مع المواطن من منظور الممارسة العامة فى الخدمة الإجتماعية

المستخلص:

تهدف الدراسة الحالية إلى التوصل لإستراتيجية تسويق المجتمعات العمرانية الجديدة فى مصر ونشر ثقافة جودة التعامل مع المواطن من منظور الممارسة العامة فى الخدمة الإجتماعية، والتساؤل الرئيسى للدراسة الحالية: ما الإستراتيجية المقترحة لتسويق المجتمعات العمرانية الجديدة فى مصر ونشر ثقافة جودة التعامل مع المواطن من منظور الممارسة العامة فى الخدمة الإجتماعية؟ تنتمى هذه الدراسة إلى الدراسات الوصفية وإعتمدت على منهج المسح الإجتماعى. إستخدمت الباحثة إستبيان لتسويق المجتمعات العمرانية الجديدة فى مصر ونشر ثقافة جودة التعامل مع المواطن من منظور الممارسة العامة فى الخدمة الإجتماعية حيث طبق على العاملين بجهاز مدينة أسوان الجديدة من "إعداد الباحثة". توصلت نتائج الدراسة لإستراتيجية مقترحة لتسويق المجتمعات العمرانية الجديدة فى مصر ونشر ثقافة جودة التعامل مع المواطن من منظور الممارسة العامة فى الخدمة الإجتماعية.

الكلمات المفتاحية: إستراتيجية، تسويق، المجتمعات العمرانية الجديدة، ثقافة جودة التعامل مع المواطن، الممارسة العامة فى الخدمة الإجتماعية.

Towards A marketing Strategy For new Urban Communities in Egypt and spreading The culture of Quality Interaction with Citizens From The Perspective of generalist practice in social work

Abstract:

The current study aims to develop a marketing Strategy For new Urban Communities in Egypt and spreading The culture of Quality Interaction With Citizens From The Perspective of generalist practice in social work. The main question of the current study, What is the Aproposed Strategy For new Urban Communities in Egypt and spreading The culture Of Quality Interaction With Citizens From The Perspective Of generalist practice in social work? This study belongs to descriptive studies. It relied on the social survey method, the researcher used a questionnaire to market new Urban Communities in Egypt and spreading The culture of Quality Interaction with Citizens From The Perspective of generalist practice in social work It was applied to the employees of the New Aswan City Authority " Prepared by The researcher" , the study results reached to aproposed Strategy

For marketing new Urban Communities in Egypt and spreading The culture Of Quality Interaction With Citizens From The Perspective Of generalist practice in social work.

Keywords: Strategy, Marketing, New Urban Communities, The culture of Quality In dealing with Citizens, Generalist Practice in Social Work.

أولاً: مشكلة الدراسة

تسعى جميع دول العالم إلى تحقيق النمو والتقدم لإشباع إحتياجات أفرادها سواء كانت هذه الدول متقدمة أو نامية تستخدم فيها كمنهج ووسيلة لتحقيق التقدم والرفاهية لشعوبها (عامر، المصرى، ٢٠١٧، ١١٥) فالتنمية من أهم القضايا التى تحظى بإهتمام دول العالم كافة سواء المتقدمة أو النامية، ولم يعد ينظر إلى التنمية بإعتبارها النمو الإقتصادى وحده، بل أخذ الإهتمام يتجه إلى محاولة التنمية البشرية، حيث أن الإنسان هو الأداة الأساسية لكل تقدم فى المجتمع. (جبريل وآخرون، ٢٠٠٣، ٢٦٧)

لذا قضية التنمية من القضايا المهمة التى تستحوذ على إهتمام المجتمعات كافة المتقدمة والنامية، وتمثل تلك القضية فى واقع المجتمعات النامية إحتياجاً ملحا يتطلب إستثمار الموارد الداخلية كافة. (صالح، ٢٠٠٤، ٥) حيث تتعدد المحاولات وتنبأين من دولة لأخرى فى محاولة الوصول إلى التنمية الشاملة فى إطار قدراتها الذاتية فى أسرع وقت ممكن. (أبو النصر، ٢٠٠٩، ٣١) فالإنسان الركيزة الأساسية فى عملية التنمية الإقتصادية والإجتماعية كما أنه الوسيلة والغاية منها. (الخطيب، ٢٠٠٩، ٦٤)

و تعد القوى البشرية من أهم العناصر لتحقيق التنمية من خلال إستثمار قدراتها المختلفة (عبد الراضى ، ٢٠٠٨، ١٤) فمن خلال إهتمام التنمية بالعنصر البشرى بإعتباره مركز التنمية ومحورها، يكون لزاماً عليها التركيز على تكوين وبناء القدرات البشرية من خلال الإستثمار فى البشر. (محمود، ٢٠٠٣، ١٣٦) لذا يقاس تقدم الدول بمدى فاعلية نظمها فى رعاية مواردها البشرية والمادية على حد سواء، ورعاية الموارد البشرية يكون من خلال تقدير أشكال مختلفة من الرعاية لكافة الفئات فى المجتمع. (B, etal, 2016, 186) فتقدم أى أمة يقاس بمدى فاعلية نظمها ومخططاتها فى رعاية مواردها البشرية، والإرتقاء بها إلى جانب مواردها المالية، خاصة وأن الموارد البشرية هى القادرة على إستثمار كافة الموارد الأخرى. (على، ٢٠٠٣، ١٥)

ويعد التسويق أهم شئ تقوم به فى عملك هذه الأيام، حتى إذا لم تكن كلمة " التسويق " موجودة فى مسمى وظيفتك. وسبب ذلك أن التسويق - بأشكاله المختلفة - يختص بإجتذاب العملاء. (Hiam, 1997, 1) ونجد كوتلر يتحدث عن التسويق فيقول "لقد كان كل التنظير عن السوق قبل عام ١٩٧٠ م يتناول المصانع الهادفة إلى تحقيق الربح والتي تناضل لبيع منتجاتها وخدماتها من أجل الربحية. ولكن منشآت أخرى - حكومية وغير حكومية - تواجه مشاكل تسويقية وصفتها فى كتابى بعنوان " التسويق الإستراتيجى للمنشآت غير الربحية ". الجامعات تتنافس على الطلبة والمتاحف تحاول إجتذاب الزوار. (كوتلر، ٢٠٠١، ٢)

حيث أن الخدمة الإجتماعية كمهنة إنسانية تهدف إلى تحقيق التوافق بين الإنسان والمجتمع بإستثمار إمكانيات كل منهما من أجل النهوض بالمجتمع وتدعيم القوى الكامنة فى الإنسان، كما أنها مهنة حساسة للتغيرات الإجتماعية التى تحدث فى المجتمع وتركز على العدالة الإجتماعية وتحقيق الحقوق الإنسانية. (Ward, 2009, 252)

فالمجتمعات العمرانية الجديدة تمثل تحديا وفرصة للممارسة العامة للخدمة الإجتماعية، حيث يمكننا توظيف المهارات والأساليب المختلفة للخدمة الإجتماعية لنشر ثقافة جودة التعامل مع المواطن وتعزيز التنمية المجتمعية وتقديم الدعم لسكان المجتمعات العمرانية الجديدة.

حيث إستهدفت دراسة (شحاته، ٢٠١٥) تقويم الأسلوب التنموى لإدارة النمو السكانى والعمرانى للتجمعات العمرانية الجديدة ومدى مرونة هذا الأسلوب فى مواجهة التغيرات المؤثرة على إستدامة تنميتها دون أن تفقد المدينة دورها التنموى، حيث تكمن إشكالية الدراسة فى " كيفية تحقيق إستدامة التنمية بالتجمعات العمرانية الجديدة فى إطار إدارة رشيدة لنموها السكانى والعمرانى بما يساهم فى تحقيق أهدافها.

وتناولت دراسة (حامد، يسرى، رضوان، ٢٠١٦) الإنعكاسات التى يمكن أن يضيفها إستخدام مدخل " المدن الذكية " فى توجيه مشروعات تنمية المجتمعات العمرانية الجديدة فى مصر، من خلال تحليل المتغيرات ومشروعات المدن الذكية التى يمكنها أن تساهم فى التعامل مع القضايا والمشكلات الأساسية التى تواجه وصول التنمية بالمدن الجديدة فى مصر للأهداف التى أنشئت من أجلها ويستكشف البحث المتغيرات الأساسية للمدن الذكية من خلال الأدبيات التى تعرضت لهذا الموضوع، مع إستخدام مدخل أنظمة المدينة كمدخل لفهم تلك المتغيرات، وبالتالي التعرف على التغيرات التى يمكن أن تحدث على تلك النظم من خلال

إستخدام تطبيقات ومشروعات المدن الذكية لتحسين كفاءة تشغيلها بما ينعكس على كفاءة وإستدامة المدن الجديدة فى مصر .

وركزت دراسة (على، صديق، أسامة، ٢٠١٨) على إدارة النمو الحضرى لملائمة العيش والمجتمعات المستدامة فى البداية، يعمل على دراسة العلاقة بين النمو الحضرى ونظرية الإدارة وتأثير الأخير على الأول. وسوف يقدم دراسة خصائص المجتمع المستدام وملائمته للعيش بوصفها من الأهداف الرئيسية من أى تنمية حضرية. سوف تعمل الدراسة على مناقشة إدارة النمو الحضرى كخصائص قادرة على تمكين مصر لتوليد أفضل إستراتيجيات وسياسات النمو الحضرى لجيل جديد من المجتمعات مع إرتفاع مستويات التنمية ومستويات المعيشة لتوفير أفضل الحياة. تم تناول الدراسة من خلال دراسة مفهوم الإدارة الحضرية وخصائصها المختلفة ووظائفها وكذلك دراسة التخطيط والمفاهيم العامة له ومستوياته ومشكلاته وأنواعه المختلفة ومراحلها بالإضافة إلى دراسة الجوانب الإدارية لعملية تخطيط المدن الجديدة من حيث متطلبات التخطيط لنظام الإدارة وبدائله وأدوار الأجهزة المختلفة فى الإدارة، كذلك العلاقة بين التخطيط والإدارة مع إستخلاص نقاط لتنمية المدن الجديدة لتحقيق الهدف من السياسة المقررة.

ويتحدد الهدف الرئيسى لدراسة (عبد الجليل، ٢٠٢٠) فى تحديد متطلبات تطبيق الحوكمة الرشيدة بمجلس أمناء مدينة أسيوط الجديدة، وتوصلت نتائج الدراسة إلى أن متطلبات تطبيق المساءلة كما حددها أعضاء مجلس الأمناء جاءت بمتوسط حسابى (٢,٦) وإنحراف معيارى (٠,٣)، بينما جاءت نتائج الدراسة المتعلقة بمتطلبات تطبيق الشفافية كما حددها أعضاء مجلس أمناء مدينة أسيوط الجديدة بمتوسط حسابى بنسبة (٢,٤٩) وإنحراف معيارى (٠,٣١)، وأشارت النتائج الخاصة بمتطلبات تطبيق المسئولية الإجتماعية كما حددها أعضاء مجلس أمناء مدينة أسيوط الجديدة بمتوسط حسابى (٢,٨٥) وإنحراف معيارى (٠,١٩)، وتوصلت النتائج الخاصة بمتطلبات تطبيق المشاركة فى صنع القرارات كما حددها أعضاء مجلس أمناء مدينة أسيوط الجديدة بمتوسط حسابى (٢,٣٦) وإنحراف معيارى (٠,٦٤)، بينما جاءت النتائج الخاصة بتطبيق مؤشر العدالة الإجتماعية بمتوسط حسابى (٢,١٨) وإنحراف معيارى (٠,٣٥).

وأوضحت دراسة (محمد، ٢٠٢٠) أن المدن الجديد فى مصر تعد إستراتيجية قومية تهدف من بين ما تهدف إليه إعادة توزيع السكان وتحديث الخريطة السكانية والعمرانية وقد قامت

الحكومة المصرية بتخصيص جزء كبير من الموازنة العامة والاستثمارات للمدن الجديدة التي وصل عددها أكثر من ٦٠ مدينة كما بلغت مساحة الأراضي المجهزة بالمرافق في المدن الجديدة ١٦٤ ألف فدان منها حوالي ٩٢ ألف فدان للإسكان وحوالي ٣٣ ألف فدان للصناعة وحوالي ٣٩ ألف فدان للتجارة والخدمات والمشروعات السياحية حيث قامت وزارة الإسكان والمرافق في مصر بإعداد خريطة التنمية والتعمير في جمهورية مصر العربية حتى عام ٢٠١٧.

وتسعى دراسة (شيمة، ٢٠٢٣) من خلال الهدف الرئيسي التالي " ممارسة الخدمة الاجتماعية في تنمية المجتمعات المحلية " إلى التعرف على مستوى الممارسة العامة للخدمة الاجتماعية في تنمية المجتمعات المحلية، وكذلك التعرف على دور الخدمة الاجتماعية في تنمية المجتمع المحلي، وأيضاً التعرف على دور الأخصائي الاجتماعي في التنمية المحلية، هذا بالإضافة إلى التعرف على المعوقات التي يتعرض لها المجتمع المحلي أثناء التنمية. حيث ينتمى البحث الراهن إلى نمط البحوث الوصفية لذا فلقد اعتمدت الباحثة المنهج الوصفي المكتبي، وذلك من خلال الاستعانة بالبحوث والدراسات والأدبيات في ذات الموضوع.

وإنطلاقاً مما سبق تحددت مشكلة الدراسة في الآتي: ما الإستراتيجية المقترحة لتسويق المجتمعات العمرانية الجديدة في مصر ونشر ثقافة جودة التعامل مع المواطن من منظور الممارسة العامة في الخدمة الاجتماعية؟

ثانياً: أهمية الدراسة

- ١ - يعد التسويق كعملية لتخطيط وتنفيذ وتصميم وترويج وتوزيع الأفكار والسلع والخدمات بهدف تلبية إحتياجات ورغبات المواطنين.
- ٢ - الإهتمام بالمجتمعات العمرانية الجديدة وفقاً لرؤية مصر ٢٠٣٠ م على مستوى جمهورية مصر العربية.
- ٣ - الإهتمام بنشر ثقافة جودة التعامل مع المواطن الأسواني لدى العاملين بجهاز مدينة أسوان الجديدة.
- ٤ - المساهمة في إثراء الجانب المعرفي والنظري للخدمة الاجتماعية بصفة عامة والخدمة الاجتماعية في تنمية المجتمعات بصفة خاصة.

٥ - ترجع أهمية الدراسة إلى أنها تتوصل إلى إستراتيجية مقترحة لتسويق المجتمعات العمرانية الجديدة في مصر ونشر ثقافة جودة التعامل مع المواطن من منظور الممارسة العامة في الخدمة الإجتماعية.

ثالثا: أهداف الدراسة:

تهدف الدراسة إلى التوصل (لإستراتيجية مقترحة لتسويق المجتمعات العمرانية الجديدة في مصر ونشر ثقافة جودة التعامل مع المواطن من منظور الممارسة العامة في الخدمة الإجتماعية)، ويتحقق ذلك من خلال مجموعة الأهداف الفرعية التالية:

- ١ - تحديد واقع تسويق المجتمعات العمرانية الجديدة في محافظة أسوان.
- ٢ - تحديد أسس نجاح عملية تسويق المجتمعات العمرانية الجديدة في محافظة أسوان.
- ٣ - تحديد الصعوبات التي تواجه العاملين لتسويق المجتمعات العمرانية الجديدة في محافظة أسوان.
- ٤ - تحديد مدى وعى العاملين بالمجتمعات العمرانية الجديدة بثقافة جودة التعامل مع المواطن الأسوانى (بعد معرفى، بعد وجدانى، بعد سلوكى).

رابعا: تساؤلات الدراسة:

تسعى الدراسة الحالية إلى الإجابة على تساؤل رئيسى هو: ما الإستراتيجية المقترحة لتسويق المجتمعات العمرانية الجديدة في مصر ونشر ثقافة جودة التعامل مع المواطن من منظور الممارسة العامة في الخدمة الإجتماعية ؟ وينبثق منه عدد من التساؤلات الفرعية هى:

- ١ - ما واقع تسويق المجتمعات العمرانية الجديدة في محافظة أسوان ؟
- ٢ - ما أسس نجاح عملية تسويق المجتمعات العمرانية الجديدة في محافظة أسوان ؟
- ٣ - ما الصعوبات التي تواجه العاملين لتسويق المجتمعات العمرانية الجديدة في محافظة أسوان ؟
- ٤ - ما مدى وعى العاملين بالمجتمعات العمرانية الجديدة بثقافة جودة التعامل مع المواطن الأسوانى (بعد معرفى، بعد وجدانى، بعد سلوكى) ؟

خامسا: مفاهيم الدراسة:

١ - إستراتيجية:

مفهوم تاريخي عسكرى لفن الحرب، وإستخدامه المفكرين العسكريين، ومن التطورات التى طرأت على هذا المفهوم أنه أصبح يستخدم فى مجالات عدة وميادين كثيرة. (السروجى، ٢٠١٠، ٦٢) ويعرف القاموس كلمة الإستراتيجية " بأنها فن التدبير الحربى ويعنى ذلك بالذات فن إستخدام القوى والموارد كلها لتحقيق الإنتصار فى الحرب. (المليجى، ٢٠٠١، ٢٠٢)

وتتضمن الإستراتيجية مجموعة من المسلمات الأساسية توضح وجهة النظر العامة التى تمثلها وكذلك نقاط العمل بها وتسمى تكتيكات ومن ذلك نرى أن مصطلح التكتيك مصطلح ملازم للإستراتيجية. (حبيب، حنا، ٢٠١١، ١٥٤)

وتعرف الإستراتيجية أيضا فى طريقة تنظيم المجتمع بأنها " المنهج الذى يتبعه الأخصائى الإجتماعى لتحقيق أهداف طريقة تنظيم المجتمع، وتتضمن الإستراتيجية مجموعة من المسلمات الأساسية توضح وجهة النظر العامة التى تمثلها، وكذا تفاصيل العمل بها، والتى تسمى بالتكتيكات، بمعنى أن التكتيك هو ترجمة عملية لوضع الإستراتيجية موضع التنفيذ. (السقا، ٢٠١٢، ٥٤٠)

هى عملية تحديد أهداف التدخل المهنى والوسائل التى تتحقق بها تلك الأهداف فى ضوء ظروف معينة لإستثمار جوانب القوة والتغلب على نقاط الضعف فى كل من نسق العمل والبيئة. ويعرفها الأستاذ الدكتور / ماهر أبو المعاطى إستراتيجية التدخل المهنى فى الخدمة الإجتماعية بأنها " الطريقة العامة التى يستخدمها الأخصائى الإجتماعى فى تدخله المهنى مع أنساق التعامل لإحداث التغيير المطلوب لتحقيق الأهداف المتفق عليها ومواجهة الموقف الإشكالى فى ضوء الإمكانيات المتاحة ووظيفة المؤسسة من خلال تكتيكات تتمثل فى الوسائل التى تحقق الأهداف الجزئية وصولا إلى تحقيق الأهداف العامة التى تسعى الإستراتيجية لتحقيقها. (الدسوقي، ٢٠١٠، ٦٧)

* فالإستراتيجية هى مجموعة من المهام المخططة والمتابعة لتحقيق الهدف وينبغى أن تتسم بالوضوح والقابلية للملاحظة. أما التكتيك " هو الخطوات الإجرائية الموضحة لكيفية تطبيق إستراتيجية أو خطة، وتحقيق الأهداف المرحلية التى توصلنا الى تحقيق الأهداف النهائية. (عفيفى، ٢٠٠٧، ٢٥٠)

ويمكن تعريف الإستراتيجية إجرائيا بهذه الدراسة وفقا للآتى:

- ١ - مجموعة من المسلمات الأساسية تتضمن التكتيكات التى تمثل ترجمة عملية لوضع الإستراتيجية موضع التنفيذ.
- ٢ - عملية تحديد أهداف التدخل المهنى فى ضوء ظروف معينة لإستثمار جوانب القوة والتغلب على نقاط الضعف فى كل من المواطن والعاملين بجهازمدينة أسوان الجديدة.
- ٣ - طريقة عامة وشاملة يستخدمها الباحث فى تدخله المهنى مع أنساق التعامل (العاملين بالجهاز - المواطن الأسوانى) لإحداث التغيير المطلوب (تسويق المجتمعات العمرانية الجديدة وعدم عزوف قاطنيها).

٢ - تسويق:

إرتبط مفهوم التسويق بمعناه العام كنشاط بإحتياجات ورغبات المستهلكين والقدرة على إشباعها من خلال عمليات تبادلية.(عبيدات، ١٩٩٢، ٢٢) فالتسويق شأنه شأن النشاطات الديناميكية المتجددة يصعب تعريفه فى إطار ضيق لأنه يتضمن وظائف متنوعة، ومتداخلة ومتشعبة يصعب حصرها فى إطار محدد، وإلا فقد أهميته وجوهره. أضف إلى ذلك أن التسويق نشاط ديناميكى يؤثر ويتأثر بمجموعة كبيرة من القوى الداخلية والخارجية والمتغيرات التى لا تعرف السكون، وعليه فإن هذه الحالة تدفعنا إلى البحث عن مضامين التسويق وجوهره بدلا من التعمق فى تعريفات للتسويق التى لا يوجد إجماع عليها (الطائى وآخرون، ٢٠٠٧، ٩) و من الصعب أن يحقق أى نشاط تجارى أو إجتماعى النجاح المناسب بدون العناصر الخمسة الرئيسية: " القوى العاملة، المواد الخام، الإدارة، التسويق ، رأس المال. " (حسن، هلال، ٢٠٠٨، ١١) ويعرف William التسويق بأنه " هو عملية التخطيط والتنفيذ الخاص بتسعير وترويج وتوزيع الأفكار والسلع والخدمات لتوفير التبادل الذى يشبع احتياجات الأفراد ويحقق أهداف المنظمات". (Standoneta, 1991, 6)

ويعرفه آخرون بأنه " استراتيجية عملية لترجمة الاكتشافات والنتائج الى برامج تعليم وبرامج عمل يتم تبنيها وتنفيذها إسترشادا بطرق وأساليب التسويق التجارى. (حسن، هلال، ٢٠٠٨، ٣١)

وتعرف الجمعية الأمريكية التسويق بأنه " يتكون من جميع أوجه النشاط التى تعمل على إنسياب السلع والخدمات من المنتج الى المستهلك. (عبد المحسن، ٢٠٠١، ٣)

ويمكن تعريف التسويق إجرائيا بهذه الدراسة وفقا للآتى:

- ١ - استراتيجية عملية لترجمة إكتشاف المجتمعات العمرانية الجديدة والنتائج الى برامج تعليم وبرامج عمل يتم تبنيها وتنفيذها إسترشادا بطرق وأساليب التسويق التجاري.
- ٢ - هو عملية التخطيط والتففيذ الخاص بتسعير وترويج وتوزيع الأفكار والسلع والخدمات بهيئة المجتمعات العمرانية الجديدة بمحافظة أسوان لتوفير التبادل الذى يشبع احتياجات الأفراد ويحقق أهداف الباحث.
- ٣ - يتكون من جميع أوجه النشاط التى تعمل على إنسياب وجذب المواطنين بالإضافة إلى توفير السلع والخدمات من قبل المسؤولين بجهاز مدينة أسوان الجديدة للمواطنين قاطنى أسوان الجديدة.

٣ - المجتمعات العمرانية الجديدة:

هى المجتمعات التى تطبق مفهوم التنمية المستدامة وتضع مخططات بعيدة المدى تأخذ فى الاعتبار البيئة والموارد الإقتصادية والمجتمع والثقافة ضمن إطار مؤسسى. (متولى، سليمان، ٢٠١٣، ٣٤) حيث نجد أن المجتمعات العمرانية الجديدة " هى مدن ومجمعات سكنية تم إنشاؤها فى مناطق مختلفة بعيدا عن التجمعات السكانية التقليدية بهدف التوسع العمرانى وتخفيف الضغط السكانى عن المناطق المزدحمة ".وتعرف أيضا بأنها " هى المدن التى تحقق توازن بين الموارد والنظم البيئية المحلية عن طريق رفع كفاءة إستخدام الموارد وتحقيق الحد الأدنى من المخرجات الملوثة. (عود، عبد الرازق، ٢٠٢١)

ويمكن تعريف المجتمعات العمرانية الجديدة إجرائيا بهذه الدراسة وفقا للآتى:

- ١ - نقصد بها مدينة أسوان الجديدة التى تم إنشاؤها فى منطقة بعيدة عن التجمعات السكنية بمدينة أسوان القديمة بهدف التوسع العمرانى.
- ٢ - تطبيق مفهوم التنمية المستدامة ووضع مخططات بعيدة المدى مهتمة بالبيئة والموارد الإقتصادية والمجتمع والثقافة ضمن خطة جهاز مدينة أسوان الجديدة.
- ٣ - تعمل على تحقيق توازن بين الموارد والنظم البيئية المحلية عن طريق رفع كفاءة إستخدام الموارد وتحقيق الحد الأدنى من المخرجات الملوثة المنبعثة.

٤ - ثقافة جودة التعامل مع المواطن :

لعل مصطلح الثقافة من أكثر المصطلحات الثقافية والإجتماعية دورانا فى ميادين البحث المختلفة فى العلوم الإجتماعية، وبالتالي فهو من أكثرها تعرضا للجدل حول تحديد أبعاده

المختلفة. (الزواوي، ٢٠٠٣، ١٨) لقد تم استخدام كلمة ثقافة لأنها تتضمن النموذج المتكامل للسلوك الإنساني والذي يحوي الأفكار، والمخاطبات، التصرفات، العادات، المعتقدات، القيم، وتكوينات المجموعات الاجتماعية " العرقية، الدينية، العنصرية ". (إبراهيم، ٢٠٠٧، ١١١) ويجب على الأخصائيين الاجتماعيين فهم الثقافة ووظائفها في السلوك الإنساني والمجتمعي وأن يدركوا نقاط القوة الموجودة في كل الثقافات. ان الثقافة "هي كل أساليب التفكير والسلوك التي تنتقل من جيل الي آخر بالتفاعل والإتصال ". لذا تعرف الثقافة بأنها " نهر من الأفكار الذي يمر من فرد الي آخر بواسطة الرموز والألفاظ والمحاكاة". (دعيس، ١٩٩٧، ٧٩) كما تعرف بأنها " هي ذلك الكل الذى يشمل العادات والتقاليد والمعتقدات والمهارات والفنون والعلوم والسلوك الدينى والنظم السياسية التى تمارسها جماعة من الناس فى فترة معينة من الزمن". (درويش، ١٩٩٨، ٣٩) فإن الثقافة تعد أحد أهم العناصر المرتبطة به johnson, 1885 (68,) بجميع الأنساق الاجتماعية.

وتعرف الثقافة أيضا بأنها " مجموعة أساليب فنية تحقق إشباع الحاجات وحل المشكلات والتكيف مع البيئة. (غيث، ١٩٩٣، ١١١) فالثقافة تعتبر "عملية التفاعل المتواصل التى نكتسب من خلالها هويتنا ومهارتنا الاجتماعية. (Gelles, 1995, 81) لقد أصبحت الجودة المعبر الوحيد والأهم إلي المنافسة المحلية والعالمية وفى التصدير وزيادة الإنتاج وتحقيق التنمية الإقتصادية والاجتماعية. وتعنى الجودة " القيام بشكل صحيح من أول وهلة مع الإعتماد على تقييم العمل لمعرفة مدى تحسين الأداء وتصميم منتجات وتوفير خدمات مستقبلية للعملاء وفقا لإحتياجاتهم وتحقيق التحسين المستمر". (أفندى، ٢٠٠٢، ٢) تعرف الجودة أيضا " بأنها عملية بنائية تهدف إلى تحسين المنتج النهائى ولا يمكن اعتبارها عملية خيالية أو معقدة حيث تستند على الإحساس العام للحكم على الأشياء ". (أحمد، ٢٠٠٣، ١٧)

و لقد ورد في قاموس وبستر بأن الجودة " هي صفة أو درجة تفوق يمتلكها شئ ما، كما تعنى درجة الإمتياز لنوعية معينة ". (David B, 1996, 1161) وأما فى الخدمة الاجتماعية فتعرف الجودة " بأنها الممارسات المتميزة بالمستويات العالية والمقننة قياسا للعملية التعليمية بما تحتويه من مكونات وآليات، وما تلتزم به من موجهات تحقق الأهداف المرغوبة من تعليم الخدمة الاجتماعية من حيث تكوين وإعداد خريجين قادرين

على استخدام وتوظيف وحدات العمل المختلفة والمجالات التي يتطلبها المجتمع. (منقريوس، ٢٠٠٥، ٣٣١)

- ومن هنا نجد أن ثقافة الجودة هي " القيم والأعراف والإجراءات والتوقعات التي تعزز الجودة في المؤسسة وتسعى إلى تحسينها باستمرار ". (الدسوقي، ٢٠١٠، ٢٧٩)

ويمكن تعريف ثقافة جودة التعامل مع المواطن إجرائيا بهذه الدراسة وفقا لآتي:

١ - تحسين التعامل مع المواطنين قاطنى أسوان الجديدة بإستخدام مجموعة أساليب فنية تحقق إشباع الحاجات وحل المشكلات والتكيف مع البيئة المحيطة بهم.

٢ - عملية بنائية تهدف إلى تحسين الكل الذى يشمل العادات والتقاليد والمعتقدات والمهارات والفنون والعلوم والسلوك الدينى والنظم السياسية التى يمارسها سكان مدينة أسوان الجديدة.

٣ - الممارسات المتميزة بالمستويات العالية والمتميزة بمعنى درجة الإمتياز لنوعية التعامل مع المواطنين قاطنى أسوان الجديدة من قبل المسؤولين والعاملين بجهاز مدينة أسوان الجديدة

٥ - الممارسة العامة فى الخدمة الإجتماعية:

حيث تعرف الممارسة العامة فى الخدمة الإجتماعية بأنها " طريقة للتفكير وأسلوب للعمل فى نفس الوقت، والأخصائى الإجتماعى كمارس عام ينظر للمشكلات التى يتعامل معها من خلال وجهة نظر عامة عريضة أكثر من المنظور الضيق لفهم المشكلات، كما تتضمن الممارسة العامة كلا من الفرد والأبعاد المجتمعية فى أى مشكلة قائمة. (على وآخرون، ٢٠٠٥، ٢٨٣)

و يتضمن مدخل الممارسة العامة الإهتمام بالنسق وحاجاته وأساليب تفكيره وأنساق بيئته، ويتيح للأخصائى الإجتماعى استخدام ما يتوفر لديه من أدوات ونظريات وأساليب عمل فى ضوء حاجات ومشكلات عملائه على كافة المستويات البشرية، وهكذا فالممارسة العامة تعتبر تطورا علميا وتطبيقيا لمهنة الخدمة الإجتماعية يتواءم مع مشكلات العصر ومتطلباته الكثيرة والمعقدة (زيدان وآخرون، ٢٠١٧، ٤٦)

ويعرفها البعض بأنها " الإطار العام المحدد الذى يعتمد على الأسس النظرية والتطبيقية لإحداث التغيير فى كافة المستويات المرتبطة بالممارسة من الفرد إلى المجتمع مما يساهم فى تحقيق الأهداف المحددة وحل المشكلات التى قد تواجه مهنة الخدمة الإجتماعية ". (منقريوس، ٢٠١٤، ٢٦)

وتعرف أيضا الممارسة العامة للخدمة الاجتماعية بأنها " التقدير الشامل للموقف الإشكالي لنسق العمل، ويتبعها قيام الأخصائي الاجتماعي بالتخطيط والتدخل على مختلف مستويات الممارسة الخمسة "الأفراد، والأسر، والجماعات، والتنظيمات، والمجتمعات". (Walsh , 2009 , 5)

ويمكن تعريف الممارسة العامة في الخدمة الاجتماعية إجرائيا بهذه الدراسة وفقا للآتي:

- ١ - الإهتمام بالنسق (العاملين بجهاز مدينة أسوان الجديدة) وحاجاته وأساليب تفكيره وأنساق بيئته (المواطنين قاطنى أسوان الجديدة).
- ٢ - طريقة للتفكير وأسلوب للعمل فى نفس الوقت من وجهة نظر عامة لسكان المجتمعات العمرانية الجديدة والمسؤولين والعاملين بهيئة المجتمعات العمرانية الجديدة "أسوان الجديدة"
- ٣ - التقدير الشامل للموقف الإشكالي لقاطنى أسوان الجديدة، ويتبعها قيام الباحث بالتخطيط والتدخل على مختلف مستويات الممارسة الخمسة " الأفراد، والأسر، والجماعات، والتنظيمات، والمجتمعات.

سادسا: المنطلقات النظرية للدراسة:

- ١ - نموذج القوة: يعرف النموذج بأنه بناء نظرى (Theoretical Construct) يمثل الشئ الذى ندرسه ويتكون من مجموعة من المتغيرات ما بين العلاقات المنطقية والعلاقات الكمية بين تلك المتغيرات. (الربيع، ٢٠١١، ٣٦٥) حيث يؤكد هذا النموذج على إكتشاف وتأكيذ وتعزيز قدرات الأفراد وإهتمامهم ومعارفهم ومواردهم وأهدافهم. (Cederbaum , 2009, 423) ، ينطلق النموذج من بعض القواعد والمبادئ والأفكار التى تتطلب من الأخصائى الاجتماعى تحديد الإمكانيات والمهارات والمواهب والآمال والطموحات الكامنة لدى العملاء وتأكيدها. (J.S, 2008, 138)

وتتمثل المفاهيم الأساسية لنموذج القوة فى التالى: (Snyder , 2002 , 249)

- المرونة: تعنى أن البشر غالبا ما يتقدمون ويزدهرون على الرغم من عوامل الخطر لأنواع مختلفة من المشكلات. " فى الدراسة الحالية يستلزم الأمر من المسؤولين والعاملين بجهاز مدينة أسوان الجديدة إستخدام المرونة فى التعامل مع المواطنين قاطنى أسوان الجديدة. "
- التمكين: يدعم رؤية نموذج نقاط القوة للناس كمشاركين فى تقديم الخدمة بدلا من الفئات الأخرى. " أما فى هذه الدراسة لابد أن يقوم الباحث بتمكين قاطنى أسوان الجديدة ولفت إنتباههم إلى نقاط قوتهم كمشاركين فى تقديم الخدمة لأنفسهم. "

- **الأمل:** حيث يعرف الأمل بأنه القدرة المتوقعة على رؤية مسارات أخرى لتحقيق الأهداف المتوقعة. " في الدراسة الحالية لابد أن يغرس كلا من الباحث والممثلين والعاملين بجهاز مدينة أسوان الجديدة في المواطنين الأمل، فنحن نستمر ونعيش بالأمل. "

- **البناء:** يتم بناء الواقع في الحياة اليومية عن طريق التواصل مع الآخرين. " أما في الدراسة الحالية ندعو المواطنين قاطنى أسوان الجديدة بإستمرارية بناء الواقع فى الحياة اليومية بالتواصل المستمر مع الآخرين داخل مدينة أسوان الجديدة وخارجها. "

- **الشراكة:** حيث تهدف إلى تعزيز الشعور بالسيطرة على الشخص. " فى الدراسة الحالية دعوة للجميع لبناء شراكة لتعزيز الشعور بالإنجاز بين مقدمى الخدمة والمستفيدين من الخدمات. "

- **المنظور البيئى:** الذى يضع فى الاعتبار شبكات الدعم الإجتماعى ويوضح كل مصادر الدعم الرسمى وغير الرسمى. " فى الدراسة الحالية دعوة أيضا لتوجيه سكان أسوان الجديدة للإستفادة من جميع المصادر المتاحة الرسمية وغير الرسمية لتلبية إحتياجاتهم. "

٢ - نظرية الإتصال:

يرجع أصل كلمة الإتصال Communication إلى اللغة اللاتينية Communes والتي ترادف باللغة الإنجليزية كلمة Common بمعنى عام أو شائع أو مألوف فى نفس الوقت. (عبد اللطيف، ١٩٩٩، ١٢٩) ويعرف الإتصال فى قاموس (Webster's) بأنه " تدفق المعلومات من خلال شخص ما ويطلق عليه (المرسل) إلى آخرين ويطلق عليهم (المستقبل) كما يستخدم هذا المصطلح أيضا لصنع شئ مشهور (Earl., 1989, 89) أما فى قاموس (Oxford) فيعرف الإتصال " بأنه قرار أو فعل الشخص القائم بالإتصال". كما عرف الإتصال على إنه " عملية تبادل المعلومات بطريقة تحقق تفاهم متبادل بين فردين أو أكثر فيما يتعلق بقضايا مختلفة ". (حلبى وآخرون، ١٩٩٠، ١٥٨) ومن خلال التعريفات السابقة يمكن القول أن الإتصال هو عملية مستمرة تتضمن قيام أحد الأطراف بتحويل أفكار ومعلومات معينة إلى رسالة شفوية أو مكتوبة، تنقل من خلال وسيلة إتصال إلى الطرف الآخر. (منقريوس، ٢٠٠٩، ٢٩٩)

- عناصر عملية الإتصال:

(١) **المرسل Sender :** وهو الشخص البادئ بعملية الإتصال أو الجهة التى يوجهه منها المعلومة أو الرسالة والمرسل قد يكون فردا أو جماعة أو منظمة وهو الذى لديه الرغبة

والمحاولة لنقل رسالة معينة والإتصال مع شخص بذاته (المستقبل). (شفيق، ٢٠٠٣، ١٠٨).
ويقصد بالمرسل فى هذه الدراسة هو الباحثة التى تجرى الدراسة.

(٢) **المستقبل Receiver**: وهو الجهة أو الشخص الذى توجه إليه الرسالة ويقوم بحل رموزها بغية التوصل إلى تفسير محتوياتها وفهم معناها وينعكس ذلك فى أنماط السلوك المختلفة التى يقوم بها فالسلوك هو المظهر والدليل على نجاح الرسالة وتحقيق الهدف. (مختار، ١٩٩٧، ٨٣) والمقصود بالمستقبل هنا هو العاملين بجهاز مدينة أسوان الجديدة والذى يتضمن المسؤولين عن الإدارات التالية " الزراعة، التنمية، المشروعات، المالية، الإدارية، العقارية، خدمة المواطنين، المكاتب الفنية، التراخيص، التنفيذ. "

(٣) **الرسالة Message**: الرسالة هى الموضوع أو المحتوى الذى يريد المرسل أن ينقله إلى المستقبل أو هى الهدف الذى تهدف عملية الإتصال إلى تحقيقه. (مختار، ١٩٩٥، ٢٧) وفى الدراسة الحالية الرسالة هى تسويق المجتمعات العمرانية الجديدة ونشر ثقافة جودة التعامل مع المواطنين قاطنى أسوان الجديدة.

(٤) **وسيلة الإتصال Media Channel** : وسيلة الإتصال أو قناة الإتصال المستخدمة وهى الطريقة التى تنتقل بها الأفكار والمعلومات. وسوف نستخدم العديد من الطرق لنشر ثقافة جودة التعامل مع المواطنين قاطنى أسوان الجديدة على سبيل المثال لا على سبيل الحصر "عن طريق اللقاءات والاجتماعات والمقابلات الفردية والجماعية والنشرات والتسجيلات المختلفة والإطلاع والتدريب المستمر والنزول لأرض الواقع. "

(٥) **التغذية المرتدة Feedback** : هى النتيجة التى ينتهى إليها الإتصال أورد فعل المتصل وهى بذلك تأخذ شكل تقويم الأداء . فالتغذية المرتدة قد تكون تقارير أو تفسير للمعلومات ونتائج كل هذه العمليات والبيانات الأخرى تعود مرة أخرى للمرسل. (حسن، ١٩٨١، ٣٣)

سابعا: الإجراءات المنهجية للدراسة:

- **نوع الدراسة:** تنتمى هذه الدراسة إلى نمط الدراسات الوصفية التحليلية ، التى تستهدف تقرير خصائص ظاهرة معينة أو موقف معين تغلب عليه صفة التحديد، والوصف ينصب على الجوانب الكيفية والجوانب الكمية معا. (السروجى ، ٢٠٠١ ، ٢٢٠)

- **المنهج المستخدم:** حيث يعرف المنهج بأنه " الطريق المؤدى إلى الكشف عن الحقيقة فى العلوم المختلفة من خلال مجموعة من القواعد العامة. (درويش' ٢٠١٨، ١٧) وإتساقا مع نوع الدراسة ترى الباحثة إستخدام منهج المسح الإجتماعى الذى له أهميته فى دراسات الخدمة

الاجتماعية، ويعتبر المسح الاجتماعى منهجاً لجمع البيانات الاجتماعية بغرض الحصول على معلومات تصور الواقع وتسهم فى تحليل ظواهره فى الوقت الحاضر. (عبد العال، ١٩٩٣، ٤٤)

- أدوات الدراسة: إستخدمت الباحثة الأدوات التالية لتحقيق أهداف الدراسة مع مراعاة ملائمتها للمنهج المستخدم حتى يمكن أن تخرج الدراسة بصورة علمية متكاملة حيث تمثلت أدوات جمع البيانات فى (إستبيان لتسويق المجتمعات العمرانية الجديدة فى مصر ونشر ثقافة جودة التعامل مع المواطن من منظور الممارسة العامة للخدمة الاجتماعية). من إعداد الباحثة.

- مجالات الدراسة:

- المجال البشرى: تحدد المجال البشرى فى المسح الشامل للعاملين بجهاز شئون البيئة بمحافظة أسوان وعددهم (٣٥) موظف. وكان توزيعهم كالتالى:

م	الإدارة	العدد
١	الزراعة	٣
٢	التنمية	٣
٣	المشروعات	٥
٤	المالية	٥
٥	الإدارية	٣
٦	العقارية	٣
٧	خدمة المواطنين	٣
٨	مكتب فنى	٣
٩	تراخيص	٤
١٠	تنفيذ	٣
المجموع		٣٥

- المجال المكانى: جهاز مدينة أسوان الجديدة.

- المجال الزمنى: إستغرقت حوالى شهرين من ٢٠٢٤/٥/١٣ م إلى ٢٠٢٤/٧/١٠ م

ثامنا: النتائج العامة لإستبيان تسويق المجتمعات العمرانية الجديدة فى مصر ونشر ثقافة جودة التعامل مع المواطن من منظور الممارسة العامة للخدمة الاجتماعية:

- تحليل الجداول الإحصائية:

جدول (١) يوضح توزيع المبحوثين حسب النوع

م	النوع	ك	%
أ	ذكر	٣١	٨٨,٦
ب	أنثى	٤	١١,٤
المجموع		٣٥	١٠٠

يوضح الجدول أن: أكبر نسبة من المبحوثين من الذكور حيث بلغت نسبتهم (٨٨,٦%)، بينما بلغت نسبة الإناث (١١,٤%) وذلك يدل على أن طبيعة العمل بجهاز مدينة أسوان الجديدة يعتمد على الذكور أكثر من الإناث. لذا نوصى بأهمية الإستعانة بالإناث بجهاز مدينة أسوان الجديدة لنشر ثقافة جودة التعامل مع المواطنين قاطنى أسوان الجديدة.

جدول (٢) يوضح توزيع المبحوثين حسب السن

م	السن	ك	%
أ	أقل من ٣٠	١	٢,٩
ب	من ٣٠ : أقل من ٤٠	٢٥	٧١,٤
ج	من ٤٠ : أقل من ٥٠	٣	٨,٦
د	من ٥٠ فأكثر	٦	١٧,١
المجموع		٣٥	١٠٠

يوضح الجدول أن: أكبر نسبة من المبحوثين فى الفئة العمرية (من ٣٠ : أقل من ٤٠) سنة بنسبة (٧١,٤%) يليها الفئة العمرية (من ٥٠ فأكثر) بنسبة (١٧,١%) يليها الفئة العمرية (من ٤٠ : أقل من ٥٠) حيث بلغت نسبتهم (٨,٦%) وأخيرا الفئة العمرية (أقل من ٣٠) حيث بلغت نسبتهم (٢,٩%). وهذا دليل على أن العاملين بجهاز مدينة أسوان الجديدة غالبيتهم فى منتصف مرحلة الشباب فلا يوجد شباب حديثى التخرج سوى واحد فقط، لذا نوصى بضرورة تعيين الشباب حديثى التخرج بجهاز مدينة أسوان الجديدة والإستعانة بهم فى تسويق المجتمعات العمرانية الجديدة ونشر ثقافة جودة التعامل مع المواطن بأساليب تكنولوجية حديثة.

جدول (٣) يوضح توزيع المبحوثين حسب المؤهل الدراسى

م	المؤهل الدراسى	ك	%
أ	بكالوريوس علوم	-	-
ب	بكالوريوس خدمة إجتماعية.	٣	٨,٦
ج	ليسانس آداب.	٣	٨,٦
د	دراسات عليا	١٣	٣٧,١
هـ	أخرى تذكر	١٦	٤٥,٧
المجموع		٣٥	١٠٠

يوضح الجدول أن: أكبر نسبة من المبحوثين مؤهلهم الدراسى أخرى تذكر بنسبة (٤٥,٧%) حيث تنوعت مابين " إقتصاد وعلوم سياسية، بكالوريوس هندسة، بكالوريوس تجارة، بكالوريوس زراعة، بكالوريوس فنون جميلة، دبلوم تجارة، الشهادة الإعدادية، يليها مؤهلهم الدراسى دراسات عليا بنسبة (٣٧,١%) وتأتى فى المرتبة الأخيرة " بكالوريوس خدمة إجتماعية، ليسانس آداب " بنسبة (٨,٦%). وذلك يدل على أن العمل بجهاز مدينة

أسوان الجديدة يعتمد فى المقام الأول على خريجي كليتي (الهندسة والتجارة). ولذا نوصى بأهمية تعيين و زيادة أعداد الأخصائيين الاجتماعيين بجهاز مدينة أسوان الجديدة لطبيعة عمله المهني فى نشر ثقافة جودة التعامل مع المواطنين قاطنى أسوان الجديدة.

جدول (٤) يوضح توزيع المبحوثين حسب الحالة الوظيفية

م	الحالة الوظيفية	ك	%
أ	أخصائى نوعية مجتمعية	-	-
ب	أخصائى بجهاز مدينة أسوان الجديدة	-	-
ج	أعمال إدارية	٥	١٤,٣
د	أخرى تذكر	٣٠	٨٥,٧
المجموع		٣٥	١٠٠

يوضح الجدول أن: أكبر نسبة من المبحوثين حسب حالتهم الوظيفية أخرى تذكر " باحث إقتصادى، مشرف أمن، مهندس زراعى، محاسب، مهندس كهرباء، مهندس بإدارة التراخيص، معاون رئيس الجهاز ، مهندس مدنى، مصمم ديكور، عامل نظافة " باحث شئون بيئية، أخصائى حاسبات الكترونية، شئون قانونية، إدارة خطط العمل البيئى " بنسبة (٨٥,٧%) يليها أعمال إدارية بنسبة (١٤,٣%). ولا يوجد المسمى الوظيفى " أخصائى نوعية مجتمعية، أخصائى إجتماعى بجهاز مدينة أسوان الجديدة لذا نوصى بضرورة الإهتمام بوجودهم بالجهاز لما له من أهمية وضرورة أثناء التعامل مع المواطنين قاطنى أسوان الجديدة.

جدول (٥) يوضح توزيع المبحوثين حسب عدد سنوات الخبرة

م	عدد سنوات الخبرة	ك	%
أ	أقل من ٥ سنوات	-	-
ب	٥ سنوات: أقل من ١٠ سنوات	٤	١١,٤
ج	١٠ سنوات فأكثر	٣١	٨٨,٦
المجموع		٣٥	١٠٠

يوضح الجدول أن: أكبر نسبة من المبحوثين حسب عدد سنوات الخبرة (من ١٠ سنوات فأكثر) بنسبة (٨٨,٦%) يليها (من ٥ سنوات: أقل من ١٠ سنوات) بنسبة (١١,٤%). وقد يرجع ذلك لطبيعة التعينات بجهاز شئون البيئة حيث أنه لا يوجد تعيينات حديثة منذ أقل من ٥ سنوات، لذا نوصى بضرورة الإهتمام بإستمراية تعيين خريجين جدد كل عام والاستعانة بأوائل الخريجين ولو واحد كل عام.

جدول (٦) يوضح توزيع المبحوثين حسب الحصول على دورات تدريبية عن تسويق المجتمعات العمرانية الجديدة

م	الحصول على دورات تدريبية عن تسويق المجتمعات العمرانية الجديدة	ك	%
أ	نعم	٣	٨,٦
ب	لا	٣٢	٩١,٤
المجموع		٣٥	١٠٠

يوضح الجدول أن: أكبر نسبة من المبحوثين حسب حصولهم على دورات تدريبية عن تسويق المجتمعات العمرانية الجديدة كانت إجاباتهم (لا) حيث بلغت نسبتهم (٩١,٤%)، يليها كانت إجاباتهم (بنعم) حيث بلغت نسبتهم (٨,٦%) وذلك يدل على عدم إهتمام مسئولى جهاز مدينة أسوان الجديدة بتدريب العاملين به وعمل دورات تدريبية بإستمرار لتدريبهم على كيفية التسويق للمجتمعات العمرانية الجديدة بأساليب علمية مبتكرة. لذا نوصى بضرورة تفعيل هذه الدورات التدريبية لجميع العاملين بالجهاز.

جدول (٧) يوضح توزيع المبحوثين حسب الحصول على دورات تدريبية عن نشر ثقافة جودة التعامل مع المواطن

م	الحصول على دورات تدريبية عن نشر ثقافة جودة التعامل مع المواطن	ك	%
أ	نعم	٢	٥,٧
ب	لا	٣٣	٩٤,٣
المجموع		٣٥	١٠٠

يوضح الجدول أن: أكبر نسبة من المبحوثين حسب حصولهم على دورات تدريبية عن نشر ثقافة جودة التعامل مع المواطن كانت إجاباتهم (لا) حيث بلغت نسبتهم (٩٤,٣%)، يليها كانت إجاباتهم (بنعم) حيث بلغت نسبتهم (٥,٧%) وذلك يدل على عدم إهتمام مسئولى جهاز مدينة أسوان الجديدة بتدريب العاملين به وعمل دورات تدريبية بإستمرار لتدريبهم على كيفية التعامل مع المواطنين قاطنى أسوان الجديدة بأساليب علمية مبتكرة. لذا نوصى بضرورة تفعيل هذه الدورات التدريبية لجميع العاملين بالجهاز.

جدول (٨) يوضح واقع تسويق المجتمعات العمرانية الجديدة فى محافظة أسوان

م	واقع تسويق المجتمعات العمرانية الجديدة فى محافظة أسوان	الاستجابات						المجموع المرجح	الوزن النسبى المرجح	%	الترتيب
		نعم		إلى حد ما		لا					
		ك	%	ك	%	ك	%				
١	لدى علم بتسويق المجتمعات العمرانية الجديدة.	٢٩	٨٢,٨	٥	١٤,٢	١	٢,٩	٩٨	٩٣,٣	١٥,٦	٣
٢	أعتقد عدم جدوى تسويق المجتمعات العمرانية الجديدة.	٤	١١,٤	٥	١٤,٣	٢٦	٧٤,٣	٤٨	٤٥,٧	٧,٧	٨
٣	أعلم أن تسويق المجتمعات العمرانية الجديدة يحدث التنمية العمرانية.	٣٥	١٠٠	-	-	-	-	١٠٥	١٠٠	١٦,٧	١
٤	لا أفهم تسويق المجتمعات العمرانية الجديدة ولا أهميته.	٢	٥,٧	١٣	٣٧,١	٢٠	٥٧,٢	٥٢	٤٩,٥	٨,٣	٧
٥	أدرك عدم التنسيق بين الجهات المعنية بلمجتمعات العمرانية الجديدة.	١١	٣١,٤	١٢	٣٤,٣	١٢	٣٤,٣	٦٩	٦٥,٧	١٠,٩	٥
٦	اعتمد على مراحل وخطوات لنجاح تسويق المجتمعات العمرانية الجديدة.	٣٢	٩١,٤	٣	٨,٦	-	-	١٠٢	٩٧,١	١٦,٢	٢
٧	لا أجد تعاون بيننا وبين المنشآت الأخرى لتسويق المجتمعات العمرانية الجديدة.	٢	٥,٧	٢٢	٦٢,٩	١١	٣١,٤	٦١	٥٨,١	٩,٧	٦
٨	أجد إهتمام من المسؤولين بالتنمية العمرانية.	٢٥	٧١,٤	٩	٢٥,٧	١	٢,٩	٩٤	٨٩,٥	١٤,٩	٤
المجموع		٦٢٩								١٠٠	

جدول (٩) يوضح أهداف تسويق المجتمعات العمرانية الجديدة في محافظة أسوان

م	يوضح أهداف تسويق المجتمعات العمرانية الجديدة فى محافظة أسوان	الاستجابات						المجموع المرجح	الوزن النسبى المرجح	%	الترتيب
		نعم		إلى حد ما		لا					
		ك	%	ك	%	ك	%				
١	تسويق المجتمعات العمرانية الجديدة فى محافظة أسوان يحدث تغيير فى معارف الشعب الأسوانى.	٣٥	١٠٠	-	-	-	-	١٠٥	١٠٠	٢٠,٩	١
٢	تسويق المجتمعات العمرانية الجديدة فى محافظة أسوان يعمل على تنمية معارف الشعب الأسوانى.	٣٥	١٠٠	-	-	-	-	١٠٥	١٠٠	٢٠,٩	١
٣	تسويق لمجتمعات العمرانية الجديدة فى محافظة أسوان يكسب سلوكيات إيجابية جديدة للمواطن الأسوانى.	٢٣	٦٥,٧	١٢	٣٤,٣	-	-	٩٣	٨٨,٦	١٨,٦٥	٢
٤	تسويق المجتمعات العمرانية الجديدة يهتم بتسويق الأفكار والمعارف الجديدة لتحسين أوضاع التنمية العمرانية فى محافظة أسوان	٢٣	٦٥,٧	١٢	٣٤,٧	-	-	٩٣	٨٨,٦	١٨,٦٥	٢
٥	تسويق المجتمعات العمرانية الجديدة يعمل على زيادة وعى أبناء الشعب الأسوانى بالأساليب الحديثة للإستثمار فى المجتمعات العمرانية الجديدة.	٣٥	١٠٠	-	-	-	-	١٠٥	١٠٠	٢٠,٩	١
المجموع		٥٠١								١٠٠	

يوضح الجدول أن: أهداف تسويق المجتمعات العمرانية الجديدة في محافظة أسوان جاء في الترتيب الأول عبارة (تسويق المجتمعات العمرانية الجديدة في محافظة أسوان يحدث تغيير في معارف الشعب الأسوانى، تسويق المجتمعات العمرانية الجديدة في محافظة أسوان يعمل على تنمية معارف الشعب الأسوانى، تسويق المجتمعات العمرانية الجديدة يعمل على زيادة وعى أبناء الشعب الأسوانى بالأساليب الحديثة للإستثمار في المجتمعات العمرانية الجديدة.) بنسبة (٢٠,٩%) وذلك يدل على وضوح الهدف من عملية التسويق لدى العاملين بجهاز مدينة أسوان الجديدة، وجاء في نهاية الترتيب عبارة (تسويق لمجتمعات العمرانية الجديدة في محافظة أسوان يكسب سلوكيات إيجابية جديدة للمواطن الأسوانى ، تسويق المجتمعات العمرانية الجديدة يهتم بتسويق الأفكار والمعارف الجديدة لتحسين أوضاع التنمية العمرانية في

محافظه أسوان). بنسبة (١٨,٦٥ ٪). وذلك يؤكد أن رؤية التسويق مفهومه لدى العاملين بجهاز مدينة أسوان الجديدة.

جدول (١٠) يوضح أنساق التعامل لتسويق المجتمعات العمرانية الجديدة في محافظة أسوان

م	أنساق التعامل لتسويق المجتمعات العمرانية الجديدة فى محافظة أسوان	الاستجابات						المجموع المرجح	الوزن النسبى المرجح	%	الترتيب
		نعم		إلى حد ما		لا					
		ك	%	ك	%	ك	%				
١	المواطن الأسوانى عليه مسئولية فى تسويق المجتمعات العمرانية الجديدة فى محافظة أسوان.	١٣	٣٧,١	٢٢	٦٣,٩	-	-	٨٣	٧٩	١٤,٣	٥
٢	أصحاب الإستثمارات الضحمة عليهم مسئولية فى تسويق المجتمعات العمرانية الجديدة فى محافظة أسوان.	٣٥	١٠٠	-	-	-	-	١٠٥	١٠٠	١٨	١
٣	العاملين بجهاز مدينة أسوان الجديدة عليهم مسئولية فى تسويق المجتمعات العمرانية الجديدة فى محافظة أسوان.	٣٥	١٠٠	-	-	-	-	١٠٥	١٠٠	١٨	١
٤	الإعلام عليه مسئولية فى تسويق المجتمعات العمرانية الجديدة فى محافظة أسوان.	٢٧	٧٧,١	٨	٢٢,٩	-	-	٩٧	٩٢,٤	١٦,٧	٣
٥	المسؤولين عن المدن الجديدة عليهم مسئولية فى تسويق المجتمعات العمرانية الجديدة فى محافظة أسوان.	٣٢	٩١,٤	٣	٨,٦	-	-	١٠٠	٩٥,٢	١٧,٢	٢
٦	المجتمع الأسوانى الأصى عليه مسئولية فى تسويق المجتمعات العمرانية الجديدة فى محافظة أسوان.	٢٢	٦٢,٩	١٣	٣٧,١	-	-	٩٢	٨٧,٦	١٥,٨	٤
المجموع		٥٨٢								١٠٠	

يوضح الجدول أن: أنساق التعامل لتسويق المجتمعات العمرانية الجديدة فى محافظة أسوان جاء فى الترتيب الأول عبارة (العاملين بجهاز مدينة أسوان الجديدة عليهم مسئولية فى تسويق المجتمعات العمرانية الجديدة فى محافظة أسوان، أصحاب الإستثمارات الضحمة عليهم مسئولية فى تسويق المجتمعات العمرانية الجديدة فى محافظة أسوان). بنسبة (١٨ ٪) وذلك يدل على أهمية هذين النسقين أثناء التعامل لتسويق المجتمعات العمرانية الجديدة ، وجاء فى نهاية الترتيب عبارة (المواطن الأسوانى عليه مسئولية فى تسويق المجتمعات العمرانية الجديدة فى محافظة أسوان). بنسبة (١٤,٣ ٪). وذلك لأن دوره مرتبط بأدوار الآخرين مثل (العاملين، أصحاب الإستثمارات، المسؤولين، الإعلام، المجتمع الأسوانى).

جدول (١١) يوضح الإستراتيجيات المستخدمة لتسويق المجتمعات العمرانية الجديدة بأسوان

م	الإستراتيجيات المستخدمة لتسويق المجتمعات العمرانية الجديدة فى محافظة أسوان	الاستجابات						المجموع المرجح	الوزن النسبى المرجح	%	الترتيب
		نعم		إلى حد		لا					
		ك	%	ك	%	ك	%				
١	إعادة البناء المعرفى لدى الشعب الأسوانى.	١٨	٥١,٤	١٧	٤٨,٦	-	-	٨٨	٨٣,٨	١٨,٢	٤
٢	توعية أبناء الشعب الأسوانى.	٣٣	٩٤,٣	٢	٥,٧	-	-	١٠٣	٩٨,١	٢١,١	١
٣	توجيه وإرشاد أبناء الشعب المصرى	٢٧	٧٧,١	٨	٢٢,٩	-	-	٩٧	٩٢,٤	١٩,٩	٣
٤	إقناع المسؤولين عن تنمية المجتمعات العمرانية الجديدة بأهمية التطوير والتحديث.	٣٢	٩١,٤	٣	٨,٦	-	-	١٠٢	٩٧,١	٢٠,٩	٢
5	تمكين المسؤولين من إتخاذ القرارات المناسبة.	٢٧	٧٧,١	٨	٢٢,٩	-	-	٩٧	٩٢,٤	١٩,٩	٣
المجموع		٤٨٧								١٠٠	

يوضح الجدول أن: الإستراتيجيات المستخدمة لتسويق المجتمعات العمرانية الجديدة فى محافظة أسوان جاء فى الترتيب الأول عبارة (توعية أبناء الشعب الأسوانى.) بنسبة (٢١,١%) فاللوعية من أهم الإستراتيجيات المستخدمة لتسويق المجتمعات العمرانية الجديدة لما لها من دور فعال ومؤثر فى تغير وتعديل الرأى، وجاء فى نهاية الترتيب عبارة (إعادة البناء المعرفى لدى الشعب الأسوانى.) بنسبة (١٨,٢%). وذلك لأنه يوجد صعوبة فى تنفيذ ذلك.

جدول (١٢) يوضح التكتيكات المستخدمة لتسويق المجتمعات العمرانية الجديدة بأسوان

م	التكتيكات المستخدمة لتسويق المجتمعات العمرانية الجديدة فى محافظة أسوان	الاستجابات						المجموع المرجح	الوزن النسبى المرجح	%	الترتيب
		نعم		إلى حد ما		لا					
		ك	%	ك	%	ك	%				
١	إستخدام التعليم المستمر للعاملين	٢٤	٦٨,٦	١١	٣١,٤	-	-	٩٤	٨٩,٥	١٣,٧	٥
٢	إستخدام الإتصال المباشر بالمسؤولين	٢٨	٨٠	٧	٢٠	-	-	٩٨	٩٣,٣	١٤,٣	٤
٣	إستخدام إتخاذ القرار المناسب.	٣٠	٨٥,٧	٥	١٤,٣	-	-	١٠٠	٩٥,٢	١٤,٦	٣
٤	إستخدام التوجيه والإرشاد بإستمرار.	٢٨	٨٠	٧	٢٠	-	-	٩٨	٩٣,٣	١٤,٣	٤
٥	إستخدام التوعية الهادفة.	٣٥	١٠٠	-	-	-	-	١٠٥	١٠٠	١٥,٥	١
٦	إستخدام التوضيح والتفسير.	٣٤	٩٧,١	١	٢,٩	-	-	١٠٤	٩٩	١٥,٢	٢
٧	إستخدام التدريب الدائم.	١٥	٤٢,٩	٢٠	٥٧,١	-	-	٨٥	٨٠,٩	١٢,٤	٦
المجموع		٦٨٤								١٠٠	

يوضح الجدول أن: التكتيكات المستخدمة لتسويق المجتمعات العمرانية الجديدة في محافظة أسوان جاء في الترتيب الأول عبارة (إستخدام التوعية الهادفة). بنسبة (١٥,٥%) وذلك يتفق مع ما جاء بالإستراتيجيات المستخدمة لتسويق المجتمعات العمرانية الجديدة، وجاء في نهاية الترتيب عبارة (إستخدام التدريب الدائم). بنسبة (١٢,٤%). وذلك لأن إستخدام هذا النوع من التكتيكات مكلف بالنسبة للمؤسسة.

جدول (١٣) يوضح أدوار العاملين لتسويق المجتمعات العمرانية الجديدة بأسوان

م	أدوار العاملين لتسويق المجتمعات العمرانية الجديدة في محافظة أسوان	الاستجابات						المجموع المرجح	الوزن النسبي المرجح	%	الترتيب
		نعم		إلى حد ما		لا					
		ك	%	ك	%	ك	%				
١	أقوم بدور المعلم.	٣	٨,٦	٢٧	٧٧,١	٥	١٤,٣	٦٨	٦٤,٨	١١,٩	٥
٢	أقوم بدور المرشد.	١٦	٤٥,٧	١٦	٤٥,٧	٣	٨,٦	٨٣	٧٩	١٤,٦	٢
٣	أقوم بدور المقوم.	١٢	٣٤,٣	١٤	٤٠	٩	٢٥,٧	٧٣	٦٩,٥	١٢,٨	٤
٤	أقوم بدور الموجه.	١٣	٣٧,١	١٥	٤٢,٩	٧	٢٠	٧٦	٧٢,٤	١٣,٣	٣
٥	أقوم بدور المساعد	١٩	٥٤,٣	١٦	٤٥,٧	-	-	٨٩	٨٤,٨	١٥,٦	١
٦	أقوم بدور الخبير.	٢	٥,٧	٢٥	٧١,٤	٨	٢٢,٩	٦٤	٦٠,٩	١١,٢	٦
٧	أقوم بدور واضع ومخطط للبرامج. الأخرى	٢	٥,٧	٢٠	٥٧,١	١٣	٣٧,١	٥٩	٥٦,٢	١٠,٤	٧
٨	أقوم بدور واضع السياسات والإستراتيجيات.	-	-	٢٣	٦٥,٧	١٢	٣٤,٣	٥٨	٥٥,٢	١٠,٢	٨
المجموع		٥٧٠.								١٠٠.	

يوضح الجدول أن: أدوار العاملين لتسويق المجتمعات العمرانية الجديدة في محافظة أسوان جاء في الترتيب الأول دور (أقوم بدور المساعد) بنسبة (١٥,٦%) وذلك يتفق مع ما يقوم به العاملين بالجهاز تجاه المواطنين، وجاء في نهاية الترتيب دور (أقوم بدور واضع السياسات والإستراتيجيات) بنسبة (١٠,٢%). وذلك لأن المسئول عن هذا خطة على مستوى الجمهورية ولكن هناك بعض الصلاحيات لرئيس الجهاز والنواب.

جدول (١٤) يوضح المهارات المطلوب توافرها في العاملين أثناء تنفيذ تسويق المجتمعات العمرانية الجديدة في محافظة أسوان

م	المهارات المطلوب توافرها في العاملين أثناء تنفيذ تسويق المجتمعات العمرانية الجديدة في محافظة أسوان	الاستجابات						المجموع المرجح	الوزن النسبي المرجح	%	الترتيب
		نعم		إلى حد ما		لا					
		ك	%	ك	%	ك	%				
١	المهارة في تكوين العلاقة المهنية	٣٥	١٠٠	-	-	-	-	١٠٥	١٠٠	١٣,٢	١
٢	مهارات الإتصال اللفظي وغير اللفظي	٣٥	١٠٠	-	-	-	-	١٠٥	١٠٠	١٣,٢	١
٣	المهارة في صنع القرار.	٢١	٦٠	١٤	٤٠	-	-	٩١	٨٦,٧	١١,٥	٥
٤	المهارة في التأثير على متخذى القرار.	١٩	٥٤,٣	١٦	٤٥,٧	-	-	٨٩	٨٤,٨	١١,٢	٦

م	المهارات المطلوب توافرها في العاملين أثناء تنفيذ تسويق المجتمعات العمرانية الجديدة في محافظة أسوان	الاستجابات						المجموع المرجح	الوزن النسبي المرجح	%	الترتيب
		نعم		إلى حد ما		لا					
		ك	%	ك	%	ك	%				
٥	المهارة في المواجهة والإقناع.	٣٥	١٠٠	-	-	-	-	١٠٥	١٠٠	١٣,٢	١
٦	المهارة في تنفيذ إستراتيجية تسويق المجتمعات العمرانية الجديدة في محافظة أسوان.	٢٨	٨٠	٧	٢٠	-	-	٩٨	٩٣,٣	١٢,٤	٤
٧	المهارة في تقييم الإستراتيجية.	٣١	٨٨,٦	٤	١١,٤	-	-	١٠١	٩٦,٢	١٢,٨	٢
٨	المهارة في تسجيل الملاحظات.	٢٩	٨٢,٩	٦	١٧,١	-	-	٩٩	٩٤,٣	١٢,٥	٣
المجموع							٧٩٣			١٠٠	

يوضح الجدول أن: المهارات المطلوب توافرها في العاملين أثناء تنفيذ تسويق المجتمعات العمرانية الجديدة في محافظة أسوان جاء في الترتيب الأول مهارة (المهارة في تكوين العلاقة المهنية، مهارات الإتصال اللفظي وغير اللفظي، المهارة في المواجهة والإقناع.) بنسبة (١٣,٢%) حيث أن غالبية العاملين بجهاز مدينة أسوان الجديدة يمتلكون هذه المهارات الهامة أثناء التعامل مع المواطنين قاطني أسوان الجديدة ، وجاء في نهاية الترتيب (المهارة في التأثير على متخذ القرار) بنسبة (١١,٢%). وذلك يتماشى مع الأوضاع الحالية في جميع الهيئات والمنظمات الحكومية.

جدول (١٥) يوضح الأدوات التي يستخدمها العاملين لتسويق المجتمعات العمرانية الجديدة في محافظة أسوان

م	الأدوات التي يستخدمها العاملین لتسويق المجتمعات العمرانية الجديدة في محافظة أسوان	الاستجابات						المجموع المرجح	الوزن النسبي المرجح	%	الترتيب
		نعم إلى حد ما		لا							
		ك	%	ك	%	ك	%				
١	نستخدم المناقشات.	٢٦	٧٤,٣	٩	٢٥,٧	-	-	٩٦	٩١,٤	١٢,٣	١
٢	نستخدم الاجتماعات الدورية	٢٤	٦٨,٦	١١	٣١,٤	-	-	٩٤	٨٩,٥	١٢	٢
٣	نستخدم المقابلات.	١٤	٤٠	١٩	٥٤,٣	٢	٥,٧	٨٢	٧٨,١	١٠,٤	٤
٤	نستخدم الزيارات.	٢٤	٦٨,٦	١٠	٢٨,٥	١	٢,٩	٩٣	٨٨,٦	١١,٨	٣
٥	نستخدم ورش العمل	١٣	٣٧,١	٢١	٦٠	١	٢,٩	٧٦	٧٢,٤	٩,٧	٦
٦	نستخدم المحاضرات	٨	٢٢,٩	٢٣	٦٥,٧	٤	١١,٤	٧٤	٧٠,٥	٩,٤	٧
٧	نعتمد على تحليل محتوى السجلات	١٣	٣٧,١	٢٠	٥٧,١	٢	٥,٧	٨١	٧٧,١	١٠,٣	٥
٨	نستخدم المطبوعات الورقية.	٢٥	٧١,٤	٨	٢٢,٩	٢	٥,٧	٩٣	٨٨,٦	١١,٨	٣
٩	نستخدم وسائل الإعلام (مرئية، مسموعة... إلخ	٢٦	٧٤,٣	٩	٢٥,٧	-	-	٩٦	٩١,٤	١٢,٣	١
المجموع		٧٨٥								١٠٠	

يوضح الجدول أن: الأدوات التي يستخدمها العاملين لتسويق المجتمعات العمرانية الجديدة في محافظة أسوان جاء في الترتيب الأول (نستخدم المناقشات، نستخدم وسائل الإعلام " مرئية، مسموعة... إلخ " بنسبة (١٢,٣%) حيث أن هذه الأدوات متاحة لمعظم العاملين بجهاز مدينة أسوان الجديدة، وجاء في نهاية الترتيب (نستخدم المحاضرات) بنسبة (٩,٤%). وذلك لصعوبة استخدام هذه الأداة مع المواطنين.

جدول (١٦) يوضح الصعوبات التي تواجه العاملين لتسويق المجتمعات العمرانية الجديدة في محافظة أسوان

م	الصعوبات التي تواجه العاملين لتسويق المجتمعات العمرانية الجديدة في محافظة أسوان	الاستجابات						المجموع المرجح	الوزن النسبي المرجح	%	الترتيب
		نعم		إلى حد ما		لا					
		ك	%	ك	%	ك	%				
١	عدم توافر ميزات تسويق المجتمعات العمرانية الجديدة.	١٦	٤٥,٧	١١	٣١,٤	٨	٢٢,٩	٧٨	٧٤,٣	١٧,٨	١
٢	عدم التعاون والتنسيق بين الجهات المعنية بمجال التنمية العمرانية.	٢	٥,٧	٢٢	٦٢,٩	١١	٣١,٤	٦١	٥٨,١	١٣,٩	٤
٣	عدم الاستفادة من الكوادر العلمية للنهوض بمجال التنمية العمرانية	١٦	٤٥,٧	١٠	٢٨,٦	٩	٢٥,٧	٧٧	٧٣,٣	١٧,٥	٢
٤	عدم الإهتمام بالتدريب للعاملين في مجال المجتمعات العمرانية الجديدة.	١٥	٤٢,٩	١١	٣١,٤	١٠	٢٨,٦	٧٧	٧٣,٣	١٧,٥	٢
٥	الروتين وعدم المرونة في مجال المجتمعات العمرانية الجديدة.	١٩	٥٤,٣	٤	١١,٤	١٢	٣٤,٣	٧٧	٧٣,٣	١٧,٥	٢
٦	عدم وجود حافز للعاملين لتنشيط المجتمعات العمرانية الجديدة.	١٣	٣٧,١	٨	٢٢,٩	١٤	٤٠	٦٩	٦٥,٧	١٥,٧	٣
المجموع		٤٣٩								١٠٠	

يوضح الجدول أن: الصعوبات التي تواجه العاملين لتسويق المجتمعات العمرانية الجديدة في محافظة أسوان جاء في الترتيب الأول (عدم توافر ميزات تسويق المجتمعات العمرانية الجديدة). بنسبة (١٧,٨%) حيث أن الميزانية تساعد العاملين بجهاز مدينة أسوان الجديدة على الإبداع والإبتكار في التسويق، وجاء في نهاية الترتيب (عدم التعاون والتنسيق بين الجهات المعنية بمجال التنمية العمرانية). بنسبة (١٣,٩%). فالتعاون والتنسيق يمثل حجر الأساس لنجاح عملية التسويق.

جدول (١٧) يوضح مدى وعي العاملين بالمجتمعات العمرانية الجديدة بثقافة جودة التعامل مع المواطن الأسواني " بعد معرفي "

م	مدى وعى العاملين بالمجتمعات العمرانية الجديدة بثقافة جودة التعامل مع المواطن الأسوانى " بعد معرفي "	الاستجابات						المجموع المرجح	الوزن النسبى المرجح	%	الترتيب
		نعم		إلى حد ما		لا					
		ك	%	ك	%	ك	%				
١	لدى علم بأهمية التعامل الجيد مع المواطن الأسوانى	٢٣	٦٥,٧	١٢	٣٤,٣	-	-	٩٣	٨٨,٦	١٥,٥	٤
٢	أعلم أن زيادة المعلومات عن المجتمعات العمرانية الجديدة تؤدى إلى الاتصال الجيد	٢٧	٧٧,١	٨	٢٢,٩	-	-	٩٧	٩٢,٤	١٦,٢	٣

م	مدى وعى العاملين بالمجتمعات العمرانية الجديدة بثقافة جودة التعامل مع المواطن الأسوانى " بعد معرفى "	الاستجابيات						المجموع المرجح	الوزن النسبى المرجح	%	ترتيب
		نعم		إلى حد ما		لا					
		ك	%	ك	%	ك	%				
	بالمواطن الأسوانى	٣٥	١٠٠	-	-	-	-	١٠٥	١٠٠	١٧,٥	١
٣	أجد لدى الرغبة فى تنمية معارفى عن ثقافة التعامل المواطن الأسوانى	٣٤	٩٧,١	١	٢,٩	-	-	١٠٤	٩٩	١٧,٤	٢
٤	أدرك أهمية إرضاء وجذب المواطن الأسوانى	٣	٨,٦	١٢	٣٤,٣	٢٠	٥٧,١	٥٣	٥٠,٥	٨,٨	٧
٥	لا أجد فائدة من زيادة أعداد المواطنين الأسوانيين	٤	١١,٤	١٤	٤٠	١٧	٤٨,٦	٥٧	٥٤,٣	٩,٥	٦
٦	ليس لدى علم بثقافة جودة التعامل مع المواطن الأسوانى.	٢٠	٥٧,١	١٥	٤٢,٩	-	-	٩٠	٨٥,٧	١٥,١	٥
٧	أعرف جيدا أهمية إرضاء المواطن الأسوانى.	المجموع									
								٥٩٩		١٠٠	

يوضح الجدول أن: مدى وعى العاملين بالمجتمعات العمرانية الجديدة بثقافة جودة التعامل مع المواطن الأسوانى " بعد معرفى " جاء فى الترتيب الأول عبارة (أجد لدى الرغبة فى تنمية معارفى عن ثقافة التعامل المواطن الأسوانى). بنسبة (١٧,٥%) حيث أن العاملين بجهاز مدينة أسوان الجديدة معظمهم يرغب فى تنمية معارفه وخبراته لتحسين جودة التعامل مع المواطنين، وجاء فى نهاية الترتيب عبارة (لا أجد فائدة من زيادة أعداد المواطنين الأسوانيين). بنسبة (٨,٨%). وهذه تعتبر نسبة ضئيلة منهم سلبية.

جدول (١٨) يوضح مدى وعى العاملين بالمجتمعات العمرانية الجديدة بثقافة جودة التعامل مع المواطن الأسوانى " بعد وجدانى "

م	مدى وعى العاملين بالمجتمعات العمرانية الجديدة بثقافة جودة التعامل مع المواطن الأسوانى " بعد وجدانى "	الاستجابات						المجموع المرجح	الوزن النسبى المرجح	%	الترتيب	
		نعم			إلى حد ما							لا
		ك	%	ك	%	ك	%					
١	أشعر بأهمية التعامل الجيد مع المواطن الأسوانى.	٣٥	١٠٠	-	-	-	-	١٠٥	١٠٠	١٩,١	١	
٢	أشعر بأهمية تغيير وتعديل الاتجاهات السلبية تجاه المواطن الأسوانى.	٣٥	١٠٠	-	-	-	-	١٠٥	١٠٠	١٩,١	١	
٣	لدى شعور بأهمية إرضاء وجذب المواطن الأسوانى.	٣٥	١٠٠	-	-	-	-	١٠٥	١٠٠	١٩,١	١	
٤	لا أشعر بوجود ثقافة لجودة التعامل مع المواطن الأسوانى.	١٧	٤٨,٦	١	٢,٩	١٧	٤٨,٦	٧١	٦٧,٦	١٢,٨	٣	
٥	أشعر بوجود تعاون بين الجهات المعنية بهيئة المجتمعات العمرانية الجديدة لإرضاء المواطن الأسوانى	٣٤	٩٧,١	١	٢,٩	-	-	١٠٤	٩٩	١٨,٩	٢	
٦	لا أشعر بأهمية إرضاء المواطن الأسوانى	١٣	٣٧,١	-	-	٢٢	٦٢,٩	٦١	٥٨,١	١١	٤	
المجموع												
							٥٥١			١٠٠		

يوضح الجدول: مدى وعى العاملين بالمجتمعات العمرانية الجديدة بثقافة جودة التعامل مع المواطن الأسوانى " بعد وجدانى " جاء فى الترتيب الأول عبارة (أشعر بأهمية التعامل الجيد مع المواطن الأسوانى، أشعر بأهمية تغيير وتعديل الإتجاهات السلبية تجاه المواطن الأسوانى، لدى شعور بأهمية إرضاء وجذب المواطن الأسوانى). بنسبة (١٩,١%) حيث أن العاملين بجهاز مدينة أسوان الجديدة معظمهم يشعرون بأهمية التعامل مع المواطن، وإرضاءه وجذبه بالمدن العمرانية الجديدة وجاء فى نهاية الترتيب عبارة (لا أشعر بأهمية إرضاء المواطن الأسوانى). بنسبة (١١%). وهذه النسبة لا تهتم بعملها.

جدول (١٩) يوضح مدى وعى العاملين بالمجتمعات العمرانية الجديدة بثقافة جودة التعامل مع المواطن الأسوانى " بعد سلوكى "

م	مدى وعى العاملين بالمجتمعات العمرانية الجديدة بثقافة جودة التعامل مع المواطن الأسوانى " بعد سلوكى "	الاستجابات			المجموع المرجح	الوزن النسبى المرجح	%	الترتيب	
		نعم	إلى حد ما	لا					
									ك %
١	أسعى لتغيير وتعديل الإتجاهات السلبية تجاه المواطن الأسوانى	٩١,٤٣	٣	٨,٦	-	١٠٢	٩٧,١	١٦,٩	٢
٢	أعمل على مساعدة المسؤولين للإرتقاء بالتعامل مع المواطن الأسوانى.	٨٨,٦٣	٤	١١,٤	-	١٠١	٩٦,٢	١٦,٨	٣
٣	أحرص على التعاون مع المسؤولين لجذب المواطن الأسوانى	٨٥,٧٣	٥	١٤,٣	-	١٠٠	٩٥,٢	١٦,٦	٤
٤	أحاول المساهمة فى تعديل أفكار المواطن الأسوانى عن المجتمعات العمرانية الجديده	١٠٠,٣٥	-	-	-	١٠٥	١٠٠	١٧,٤	١
٥	أصنع بدائل لتحسين مستوى الخدمة المقدمة المواطن الأسوانى	١٠٤,٣١	١٦	٤٥,٧	-	٨٩	٨٤,٨	١٤,٨	٥
٦	أتعاون مع زملائى لتقديم خدمة مميزة المواطن الأسوانى.	١٠٠,٣٥	-	-	-	١٠٥	١٠٠	١٧,٤	١
المجموع					٦٠٢			١٠٠	

يوضح الجدول أن: مدى وعى العاملين بالمجتمعات العمرانية الجديدة بثقافة جودة التعامل مع المواطن الأسوانى " بعد سلوكى " جاء فى الترتيب الأول عبارة (أحاول المساهمة فى تعديل أفكار المواطن الأسوانى عن المجتمعات العمرانية الجديدة، أتعاون مع زملائى لتقديم خدمة مميزة المواطن الأسوانى). بنسبة (١٧,٤%) حيث أن العاملين بجهاز مدينة أسوان الجديدة معظمهم يساهمون فى تعديل الأفكار للمواطنين تجاه هذه المجتمعات ويحاولون تقديم خدمة متميزة، وجاء فى نهاية الترتيب عبارة (أصنع بدائل لتحسين مستوى الخدمة المقدمة المواطن الأسوانى). بنسبة (١٤,٨%). وذلك لأنهم لا يملكون جميع الصلاحيات.

– الإستراتيجية المقترحة لتسويق المجتمعات العمرانية الجديدة فى مصر ونشر ثقافة جودة التعامل مع المواطن من منظور الممارسة العامة فى الخدمة الإجتماعية:

١ – رؤية الإستراتيجية المقترحة: تسويق المجتمعات العمرانية الجديدة فى مصر ونشر ثقافة جودة التعامل مع المواطن.

٢ – رسالة الإستراتيجية المقترحة:

أ – إستخدام عناصر التسويق (4Ps) لتسويق المجتمعات العمرانية الجديدة.

ب – تنمية مهارات العاملين بجهاز مدينة أسوان الجديدة عن فن التعامل مع المواطن.

ج – زيادة وعى العاملين بالمجتمعات العمرانية الجديدة بثقافة جودة التعامل مع المواطن الأسوانى.

٣ – الأسس التى تقوم عليها الإستراتيجية المقترحة:

أ – الإطار النظرى للدراسة.

ب – نتائج الدراسات السابقة.

ج – نتائج الدراسة الحالية.

٤ – المنطلقات النظرية للإستراتيجية المقترحة:

أ- نظرية الإتصال.

ب – نموذج القوة.

٥ – الأهداف التى تسعى الإستراتيجية المقترحة لتحقيقها: هدف رئيسى يتمثل فى " تسويق المجتمعات العمرانية الجديدة فى مصر ونشر ثقافة جودة التعامل مع المواطن من منظور الممارسة العامة فى الخدمة الإجتماعية. وينبثق منه عدد من الأهداف فرعية هى:

١ – تحديد واقع تسويق المجتمعات العمرانية الجديدة فى محافظة أسوان.

٢ – تحديد أسس نجاح عملية تسويق المجتمعات العمرانية الجديدة فى محافظة أسوان.

٣ – تحديد الصعوبات التى تواجه العاملين لتسويق المجتمعات العمرانية الجديدة فى محافظة أسوان.

٤ – تحديد وعى العاملين بالمجتمعات العمرانية الجديدة بثقافة جودة التعامل مع المواطن الأسوانى (بعد معرفى، بعد وجدانى، بعد سلوكى).

٧- أنساق التعامل فى الإستراتيجية المقترحة: العاملين بجهاز مدينة أسوان الجديدة عليهم مسئولية فى تسويق المجتمعات العمرانية الجديدة فى محافظة أسوان، أصحاب الإستثمارات الضخمة عليهم مسئولية فى تسويق المجتمعات العمرانية الجديدة فى محافظة أسوان، المسئولين عن المدن الجديدة عليهم مسئولية فى تسويق المجتمعات العمرانية الجديدة فى محافظة أسوان. الإعلام عليه مسئولية فى تسويق المجتمعات العمرانية الجديدة فى محافظة أسوان.

أسوان، المجتمع الأسوانى الأصلي عليه مسئولية فى تسويق المجتمعات العمرانية الجديدة فى محافظة أسوان، المواطن الأسوانى عليه مسئولية فى تسويق المجتمعات العمرانية الجديدة فى محافظة أسوان.

٨ - الإستراتيجيات المستخدمة أثناء تنفيذ الإستراتيجية المقترحة: توعية أبناء الشعب الأسوانى، إقناع المسؤولين عن تنمية المجتمعات العمرانية الجديدة بأهمية التطوير والتحديث، توجيه وإرشاد أبناء الشعب المصرى، تمكين المسؤولين من إتخاذ القرارات المناسبة، إعادة البناء المعرفى لدى الشعب الأسوانى.

٩ - التكتيكات المستخدمة أثناء تنفيذ الإستراتيجية المقترحة: إستخدام التوعية الهادفة، إستخدام التوضيح والتفسير، إستخدام إتخاذ القرار المناسب، إستخدام التوجيه والإرشاد بإستمرار، إستخدام الإتصال المباشر بالمسؤولين، إستخدام التعليم المستمر للعاملين، إستخدام التدريب الدائم.

١٠ - أدوار العاملين فى الإستراتيجية المقترحة: يقوم بدور المساعد، يقوم بدور المرشد، يقوم بدور الموجه، يقوم بدور المقوم، يقوم بدور المعلم، يقوم بدور الخبير، يقوم بدور واضع ومخطط للبرامج الأخرى، يقوم بدور واضع السياسات والإستراتيجيات.

١١ - المهارات اللازمة للعاملين فى الإستراتيجية المقترحة: المهارة فى تكوين العلاقة المهنية، مهارات الإتصال اللفظى وغير اللفظى، المهارة فى المواجهة والإقناع، المهارة فى تقييم الإستراتيجية، المهارة فى تسجيل الملاحظات، المهارة فى تنفيذ إستراتيجية تسويق المجتمعات العمرانية الجديدة فى محافظة أسوان، المهارة فى صنع القرار، المهارة فى التأثير على متخذى القرار.

١٢ - الأدوات التى يستخدمها العاملين فى الإستراتيجية المقترحة: إستخدام المناقشات، إستخدام وسائل الإعلام "مرئية، مسموعة... إلخ"، إستخدام الإجتماعات الدورية، إستخدام المطبوعات الورقية، إستخدام الزيارات، إستخدام المقابلات، إستخدام تحليل محتوى السجلات إستخدام ورش العمل، إستخدام المحاضرات.

١٣ - الصعوبات التى تواجه العاملين فى الإستراتيجية المقترحة: عدم توافر ميزانية لتسويق المجتمعات العمرانية الجديدة، عدم الإستفادة من الكوادر العلمية للنهوض بمجال التنمية العمرانية، عدم الإهتمام بالتدريب للعاملين فى مجال المجتمعات العمرانية الجديدة، الروتين وعدم المرونة فى مجال المجتمعات العمرانية الجديدة، عدم وجود حافز للعاملين لتنشيط المجتمعات العمرانية الجديدة، عدم التعاون والتنسيق بين الجهات المعنية بمجال التنمية العمرانية.

١٤ - المستهدفون والمنفذون للإستراتيجية المقترحة:

- المستهدفون من الإستراتيجية المقترحة هم " العاملون بجهاز مدينة أسوان الجديدة "
- المنفذ للإستراتيجية المقترحة هي " الباحثة "

١٥ - الاطار الزمنى للإستراتيجية المقترحة:

ويقصد به الوقت الذى تستغرقه الإستراتيجية المقترحة لتحقيق أهدافها وفى حدود علم الباحثة أن الإستراتيجية المقترحة المستخدم فى تسويق المجتمعات العمرانية الجديدة فى مصر ونشر ثقافة جودة التعامل مع المواطن لى تحقق هدفها المنشود تستغرق ستة أشهر

- مراجع البحث:

- الخطيب، عبد الرحمن (٢٠٠٩) الخدمة الإجتماعية كممارسة تخصصية مهنية فى المؤسسات التعليمية، القاهرة، مكتبة الأنجلو المصرية.
- الدسوقي، عيد أبو المعاطى (٢٠١٠) جودة وإعتماد مؤسسات التعليم " الواقع ومتطلبات المستقبل "، الإسكندرية، المكتب الجامعى الحديث.
- الدسوقي، ماهر أبو المعاطى (٢٠١٠) إستراتيجيات وأدوات التدخل المهني فى الخدمة الإجتماعية، الإسكندرية، المكتب الجامعى الحديث.
- السروجى، طلعت مصطفى (٢٠٠١) مداخل منهجية فى بحوث الخدمة الاجتماعية ، القاهرة، مركز نشر وتوزيع الكتاب الجامعى، جامعة حلوان.
- السروجى، طلعت مصطفى (٢٠١٠) الخدمة الإجتماعية الدولية، القاهرة، مكتبة الأنجلو المصرية.
- الربيع، أحمد بن إبراهيم بن محمد (٢٠١١) إستخدام نموذج الممارسة العامة فى الخدمة الإجتماعية وتحديات المستقبل، مجلة دراسات فى الخدمة الإجتماعية والعلوم الإنسانية، جامعة حلوان، كلية الخدمة الإجتماعية.
- الزواوى، خالد محمد (٢٠٠٣) الجودة الشاملة فى التعليم " وأسواق العمل فى الوطن العربى " القاهرة، مجموعة النيل العربية.
- السقا، سامر على السيد (٢٠١٢) إستراتيجية مقترحة لطريقة تنظيم المجتمع لمواجهة العنف المجتمعى نحو أسر السجناء والمفرج عنهم، جامعة حلوان، كلية الخدمة الإجتماعية، المؤتمر العلمى الدولى الخامس والعشرون للخدمة الإجتماعية.
- الطائى وآخرون، حميد (٢٠٠٧) الأسس العلمية للتسويق الحديث " مدخا شامل "، عمان، دار اليازدرى العلمية للنشر والتوزيع.
- المليجى، إبراهيم عبد الهادى (٢٠٠١) " مداخل ورؤية واقعية "، الإسكندرية، المكتب الجامعى الحديث.

- إبراهيم، أبو الحسن عبد الموجود (٢٠٠٧) تكنولوجيا الخدمة الاجتماعية، الاسكندرية، المكتب الجامعي الحديث.
- أبو النصر، مدحت محمد (٢٠٠٩) تنمية الموارد البشرية " مناهج - اتجاهات - ممارسات "، القاهرة، الروابط العالمية للنشر والتوزيع.
- أحمد، أحمد إبراهيم (٢٠٠٣) الجودة الشاملة فى الادارة التعليمية، الاسكندرية، دار الوفاء لندنيا الطباعة والنشر .
- أفندى، عطية حسين (٢٠٠٢) الادارة العامة، القاهرة، كلية الاقتصاد والعلوم السياسية.
- جبريل وآخرون، ثريا عبد الرؤف (٢٠٠٣) الممارسة العامة للخدمة الاجتماعية فى مجال الأسرة والطفولة، القاهرة، دار الجندي للطباعة والنشر .
- حامد، طاهر عبد السلام، يسرى، أحمد محمود، رضوان، أحمد رشدى (٢٠١٦) إنعكاسات مدخل المدن الذكية على المدن الجديدة فى مصر، جامعة القاهرة، كلية التخطيط العمرانى والإقليمي.
- حبيب، جمال شحاته، حنا، مريم (٢٠٠١) الخدمة الاجتماعية المعاصرة، الإسكندرية، المكتب الجامعى الحديث.
- حسن، عبد الباسط (١٩٨١) أصول البحث الاجتماعى، القاهرة، مكتبة وهبة.
- حسن، محمد عبد الغنى، هلال، رضوى محمد (٢٠٠٨) التسويق الاجتماعى، القاهرة، دار الكتب والوثائق القومية.
- حلبى وآخرون، على عبد الرازق (١٩٩٠) تصميم البحوث الاجتماعية بين الإستراتيجية والتنمية، الإسكندرية، دار المعرفة الجامعية.
- درويش، محمود أحمد (٢٠١٨) مناهج البحث فى العلوم الإنسانية، القاهرة، مؤسسة الأمة العربية للنشر والتوزيع.
- درويش، يحيى حسن (١٩٩٨) معجم مصطلحات الخدمة الاجتماعية، القاهرة، الشركة المصرية العالمية للنشر لونجمان.
- دعبس، يسري (١٩٩٧). الثقافة والشخصية، حقوق الطبع محفوظة للمؤلف
- زيدان وآخرون، على حسين (٢٠١٧) الممارسة المبنية على الأدلة فى الخدمة الاجتماعية، الإسكندرية، المكتب الجامعى الحديث.
- شحاته، محمد (٢٠١٥) تقويم سياسات إدارة النمو السكانى والعمراتى بالمجتمعات العمرانية الجديدة فى مصر، Journal of Urban Research جامعة القاهرة، كلية التخطيط العمرانى،

شفيق، محمد (٢٠٠٣) البحث الإجتماعى " الأسس والخطوات المنهجية "، الإسكندرية، المكتب الجامعى الحديث.

شيمة، امال (٢٠٢٣) ممارسة الخدمة الإجتماعية فى تنمية المجتمعات المحلية، مجلة جامعة بنى وليد للعلوم الإنسانية والتطبيقية، جامعة بنى وليد.

صالح، سامية خضر (٢٠٠٤) المشاركة السياسية للمرأة، القاهرة، مكتبة الأنجلو المصرية.

عامر، طارق عبد الرؤف محمد، المصرى، إيهاب عيسى (٢٠١٧) البطالة " مفهومها، أسبابها، خصائصها "، القاهرة، دار العلوم للنشر والتوزيع.

عبد الجليل، عصام محمد طلعت (٢٠٢٠) متطلبات الحوكمة الرشيدة بمجالس أمناء المدن العمرانية الجديدة " دراسة مطبقة على مجلس أمناء مدينة أسيوط الجديدة، مجلة دراسات فى الخدمة الإجتماعية والعلوم الإنسانية، جامعة أسيوط، كلية الخدمة الإجتماعية

عبد الراضى، إبراهيم محمود (٢٠٠٨) البطالة ونماذج لبعض المشروعات الصغيرة والمتوسطة، الإسكندرية، المكتب الجامعى الحديث.

عبد العال، عبد الحليم رضا (١٩٩٣) البحث فى الخدمة الاجتماعية (القاهرة، دار الحكيم للطباعة والنشر.

عبد اللطيف، رشاد أحمد (١٩٩٩) نماذج ومهارات طريقة تنظيم المجتمع فى الخدمة الإجتماعية " مدخل متكامل "، الإسكندرية، المكتب الجامعى الحديث.

عبد المحسن، توفيق محمد (٢٠٠١) التسويق " مدخل تدعيم القدرة التنافسية فى الأسواق الدولية، القاهرة، دار النهضة.

عبيدات، محمد إبراهيم (١٩٩٢) مبادئ التسويق مدخل سلوكى، الأردن، الجامعة الأردنية، كلية الاقتصاد والعلوم الادارية.

عفيفى، عبد الخالق محمد (٢٠٠٧) الممارسة المهنية لطريقة تنظيم المجتمع " موجهات نظرية - تطبيقات عملية "، المنصورة، المكتبة العصرية للنشر والتوزيع.

على، أحمد سيد، صديق، ماجدة كامل، أسامة، إسراء (٢٠١٨) الإدارة الحضرية ودورها فى تنمية المجتمعات العمرانية الجديدة، المجلة الإلكترونية الشاملة متعددة المعرفة انشر الأبحاث العلمية والتربوية.

على، ماهر أبو المعاطى (٢٠٠٣) الخدمة الإجتماعية فى مجال رعاية الشباب، القاهرة، مكتبة زهراء الشرق.

على وآخرون، ماهر أبو المعاطى (٢٠٠٥) الممارسة العامة فى الخدمة الإجتماعية فى مجال رعاية المسنين، جامعة حلوان، مركز نشر وتوزيع الكتاب الجامعى.

عواد، عبد الخالق عبد الرحمن، عبد الرازق، أحمد عاطف (٢٠٢١) العوامل العمرانية المؤثرة على كفاءة استخدام الموارد المائية في مناطق إسكان التجمعات العمرانية، مجلة البحث العمراني، جامعة القاهرة، كلية التخطيط الإقليمي والعمراني.

غيث، محمد عاطف (١٩٩٣) قاموس علم الاجتماع، الإسكندرية، دار المعرفة الجامعية كوتلر، فيليب (٢٠٠١) كوتلر يتحدث عن التسويق " كيف تنشئ الأسواق وتغزوها وتسيطر عليها، الرياض، مكتبة جرير.

محمد عبد الغنى، هلال، رضوى محمد (٢٠٠٨) التسويق الاجتماعي، القاهرة، دار الكتب والوثائق القومية.

محمد، محمود طه سليمان (٢٠٢٠) المجتمعات العمرانية الجديدة في مصر، المجلة العلمية للخدمة الاجتماعية، جامعة أسيوط، كلية الخدمة الاجتماعية.

محمود، منال طلعت (٢٠٠٣) الموارد البشرية وتنمية المجتمع المحلي، الإسكندرية، المكتب الجامعي الحديث.

متولى، ماجدة، سليمان، سحر (٢٠١٣) المدن والمجتمعات العمرانية الخاصة الخضراء، المؤتمر والمعرض الدولي " مستقبل المجتمعات العمرانية الخاصة نحو تنمية عمرانية مستدامة"، المركز القومى لبحوث الإسكان والبناء.

مختار، عبد العزيز عبد الله (١٩٩٥) طرق البحث في الخدمة الاجتماعية، الإسكندرية، دار المعرفة الجامعية.

مختار، عبد العزيز عبد الله (١٩٩٧) بحوث الخدمة الاجتماعية، القاهرة، كلية الخدمة الاجتماعية بالفيوم.

منقريوس، نصيف فهمى (٢٠٠٥) الموجهات الأساسية لتقييم برنامج الجودة في تعليم الخدمة الاجتماعية، بورسعيد، ورقة عمل لمؤتمر الخدمة الاجتماعية وقضايا الإصلاح نحو برنامج لضمان الجودة في تعليم الخدمة الاجتماعية بالمعهد العالى للخدمة الاجتماعية

منقريوس، نصيف فهمى (٢٠٠٩) النظريات العلمية والنماذج المهنية بين البناء النظرى والممارسة فى العمل مع الجماعات، الإسكندرية، المكتب الجامعي الحديث.

منقريوس، نصيف فهمى (٢٠١٤) تطوير الممارسة المهنية للخدمة الاجتماعية " قضايا مهنية وبحوث ميدانية، الإسكندرية، المكتب الجامعي الحديث.

B, etal, Alain (2016) Towards Are-definition of Development” essay and discussion on the nature of development in an international perspective, U.K, Pergaman Press.

Cederbaum, Julie, Klusaritz, Heather A, Clinical Instruction “Using the strengths based Approach with Nursing “, Journal of Nursing Education.

- David B, Gralnik (1996) Websters New Word Dictionary, 3rd Ed, New York.
- Earl, Alen (1989) Research Methods of Social Work, Moods Work Publishing Company, U. S. A.
- Gelles, Richard J (1995) Sociology an Introduction, New York, Acid free paper, fifth Edition
- Hiam , Alexander(1997) Marketing For Dummies , United States Of America , IDG Books Worldwide ,Inc " An International Data Group Company "
- Johnson, Allan G (1995) the Black Well Dictionary of Sociology, U.S.A Blackwell Publishers ltd.
- J.S. Kim (2008) Strengths Perspective Encyclopedia of Social Work, Washington, NASWpress
- Snyder, C.R (2002) hope Theory "Rainbows in the mind, Tayor&Francis Ltd, Psycgological Inquiry.
- Standoneta, William J (1991), Fundamen Tal of Marketing, MC Graw Hill, INC, Newyork.
- Ward, Nicki (2009) Social Exclusion, Social Identity and Social Analyzing Social Exclusion, from a Material Discursive Perspective, University of Birmingham, Edyboston
- Walsh.Joseph (2009) Generalist Social Work Practice "Intervention Methods ", AUSTRALIA, Book Cole.