" الاحتياجات التدريبية لتنمية مهارات التسويق الاجتماعى للأخصائى الاجتماعى لجذب المسنين للاستفادة من خدمات أندية الرعاية "

إعداد

فاطمة الزهراء عبدربه أحمد.

أولاً : مدخل لمشكلة الدراسة :

يهتم المشتغلون بالخدمة الاجتماعية من أخصائيين اجتماعيين وواضعى سياسات الرعاية بالفوارق العمرية التى يمر بها الإنسان خلال فترة حياته وما تتميز به كل مرحلة من مراحل عمر الإنسان . حيث إن ذلك يساعدهم بلا شك على تقديم أوجه الرعاية المناسبه .

ولايعنى تحديد المراحل العمرية للإنسان أنها منفصلة عن بعضها البعض انفصالاً لاتساقها وأن الفرد ينتقل من مرحلة نمو إلى مرحلة تالية بطريقة مفاجئة . وإنما الواقع أن كل مرحلة متصلة ومكملة للأخرى وامتداد طبيعى لها . إذ إن عملية النمو مستمرة ومتصلة(١).

وإذا كنا ننادى دائما بالاهتمام بالنشء والشباب والموهوبين ، فجدير بنا ألا ننسى من قدموا لنا فى شبابهم خدمات فى مختلف المجالات ومالديهم من خبرات تمثل ثروة لايستهان بها ، وما يمكن أن يقدموه فى إعداد النشء الذين هم أمل المستقبل . وإهمال هذه الفئة العمرية يمثل فاقداً بشرياً قد يفوق فى خطورته وأبعاده فى الموارد المادية فإذا كان فقدان الموارد المادية يشكل مأساة لكل المجتمعات البشرية فإن الفاقد البشرى أشد خطورة على تلك المجتمعات (٢) .

ويشير العلم الحديث يوماً بعد يوماً إلى إمكان استمرار عطاء كثير من كبار السن وإنجازهم فى مجالات العمل والإنتاج والإدارة والإشراف والفن والعلم وفى مجالات العلاقات والخدمات الاجتماعية . ويعتبر ذلك دعوة متواضعه لإعادة النظر فى أوضاع المسنين داخل المجتمعات (٣).

وتشير الإحصاءات الصادرة عن الجهاز المركزى للتعبئة العامة والإحصاء، إلى التزايد المستمر فى أعداد المسنين ممن تجاوز سنهم الستين عاماً . ومن الملاحظ أن أعداد المسنين فى تزايد مستمر بصورة مضطردة و خاصة فى الفترة الزمنية الأخيرة (٤) . نتيجة التقدم العلمي الذي ظهرت بوادره منذ بداية القرن العشرين،

خاصة في مجال العلوم الطبيعية، وما ترتب عليه من ارتفاع مستوى الخدمات الطبية،وبذلك قلت نسبة الوفيات فزادت فرصة الأفراد في الحياة[٥] .

و فى مصر بدأ يتزايد عددهم من١٩٨٦م حيث كان عددهم (٣،٠٠٢،٥٧٨) مسن فى حين كان عدد السكان فى مصر (٥٠،٤) مليون نسمة إلى أن وصل عددهم فى ٢٠١٣ م إلى (٦،٣٦٦،٩٩٧٧) مسن فى حين كان عدد السكان فى مصر(٨٦) مليون نسمة، وهذا يدل على أن المسنين يمثلون شريحة كبيرة فى المجتمع المصرى وبحاجة إلى رعاية واهتمام حيث تصل نسبتهم ٧،١% من سكان مصر .

ورعاية المسنين قضية إنسانية هامة لاتقتصر على مجتمع أو ديانة أخرى، فلقد حرصت عليها معظم المجتمعات الإنسانية . واهتمت بها كافة الأديان السماوية وعلى رأس هذه الأديان الشريعة الإسلامية، التى حثت على رعاية واحترام كبار السن، ويتجلى هذا الاهتمام فى تعاليم القرآن الكريم والسنة النبوية المطهرة فى الاهتمام بالوالدين واحترامهم وطاعتهم ، والحث على تقديم كافة ألوان الرعاية والود والمحبة لهم، وإقران ذلك بعبادة المولى عزوجل[٦]، حيث قال سبحانه وتعالى " وَقَضَىٰ رَبُّكَ أَلَّا تَعْبُدُوا إِلَّا إِيَّاهُ وَبِالْوَالِدَيْنِ إِحْسَانًا إِمَّا يَبْلُغَنَّ عِنْدَكَ الْكِبَرَ أَحَدُهُمَا أَوْ كِلَاهُمَا فَلَا تَقُلْ لَهُمَا أُفٍّ وَلَا تَنْهَرْهُمَا وَقُلْ لَهُمَا قَوْلًا كَرِيمًا ﴿٢٣﴾ وَاخْفِضْ لَهُمَا جَنَاحَ الذُّلِّ مِنَ الرَّحْمَةِ وَقُلْ رَبِّ ارْحَمْهُمَا كَمَا رَبَّيَانِي صَغِيرًا ﴿٢٤﴾ "سورة الإسراء الآية ٢٣ – ٢٤ .

فالمجتمع الذى لايحترم خبرة المسنين ولايحفزهم على الإسهام فى العمل والعطاء داخل المجتمع يؤدى إلى تعرضهم للكثير من المشكلات الناتجة عن فقدانهم لمراكزهم وأدوارهم السابقة والتى كانوا يشعرون بالتقدير فى أدائها[٧]. وهذا ما أكدته بعض الدراسات حيث كشفت دراسة (**عادل جوهر، ١٩٨٠ م**) عن أهم المشكلات الفردية التى يعانى منها المسنون وهى المشكلات الاجتماعية والصحية والاقتصادية والنفسية[٨]. كما توصلت دراسة (**سهير محمد خيري، ١٩٩٣ م**)إلى تحديد أهم المشكلات التي تواجه المتقاعد في حياته وأهمها عدم التكيف مع الحياة

الجديدة ومشكلات قضاء الوقت إلى جانب العلاقات بين الزملاء وأفراد الأسرة [٩] . بينما بينت دراسة **(عرفات زيدان، ١٩٩٩م)** أن هناك مظاهر تصاحب أزمة التقاعد لدى المسنين مثل تقلص العلاقات الاجتماعية، وقصور الأداء الاجتماعى لديهم، الشعور بعدم الرضا عن الحياة، ونقص التفاعلات الاجتماعية، والنظرة التشاؤمية للمستقبل[١٠].

ومع تعالى الصيحات العالمية بضرورة إعطاء هذه الفئه من السكان حقها فى الرعاية، واعتبار عام ١٩٩٩ م عاماً دولياً للمسنين، بدأ هذا المجال يحظى باهتمام المسئولين فى مصر . وقد ظهر هذا الاهتمام فى أنشطة عديدة مثل المؤتمرات العلمية السنوية والندوات وورش العمل لدراسة القضايا المرتبطه بالمسنين، وإنشاء أقسام علمية متخصصة فى بعض الجامعات المصرية (مثل قسم طب وصحة المسنين، ومركز الإرشاد النفسى بجامعة عين شمس ونظيره فى جامعة حلوان) . إضافة إلى تدعيم الدولة للجمعيات والمؤسسات الأهلية والتطوعية التى تقدم خدمات للمسنين [١١].

وقد يرجع هذا الاهتمام المتزايد من قبل الدولة إلى مجموعة من الأسباب يأتى فى مقدمتها مايلى :- [١٢]

١-زيادة أعداد المسنين ونسبتهم فى الهيكل السكانى فى جميع دول العالم سواء المتقدمة أو النامية .

٢-زيادة الوعى بحقوق المسنين مثل حقوقهم فى التأمين الاجتماعى والرعاية الصحية والرعاية الاجتماعية .

٣-الجهود التى تلعبها منظمة الأمم المتحدة فى هذا المجال، منها على سبيل المثال:-

أ- إعلان اليوم العالمى للمسنين فى الأول من شهر أكتوبر من كل عام تكريماً لهذه الفئة و شكراً لهم وللجهود الأهلية والحكومية للقيام بمزيد من البرامج والمشروعات فى هذا المجال .

ب- إصدار الإعلان الدولى لحقوق المسنين "إعلان فينيسيا " فى عام ١٩٨٢م وتحديد هذه الحقوق بوضوح سواء كانت اجتماعية أو اقتصادية أو صحية...إلخ ويمثل هذا الإعلان وثيقة دولية يجب على الدول الأعضاء الالتزام بها .

ج-إعلان عام ١٩٩٩ م عاماً دولياً للأشخاص المسنين، تلقى فيه الأضواء على حقوقهم وواجباتهم وإنجازات المؤسسة الحكومية والجمعيات الأهلية والمنظمات الأهلية والمنظمات الإقليمية والدولية فى هذا المجال .

ورعاية المسنين فى مصر بدأت مبكرة مع بدايات تكوين الجمعيات الأهلية فى مصر منذ أواخر القرن التاسع عشر حيث أنشأت جمعيات وتكايا يتبعها ملاجئ رعاية للمسنين ممن لايستطيعون خدمة أنفسهم أو المسنين الذين فقدوا الأهل والأقارب وليس لهم من يرعاهم .وبإنشاء وزارة الشئون الاجتماعية سابقاً - التضامن الاجتماعى حالياً- فى عام ١٩٣٩ م بدأت تشرف على هذه الملاجئ وتقدم لها الدعم والعمالة الفنية وطورتها وأصبحت تسمى دور رعاية المسنين وأخذت مسميات أكثر تفاؤلاً مثل " دار السعادة " و" دار الهنا " وهكذا مما يجعل المسنين يقبلون عليها(١٣).

إلى جانب رعاية فئه كبار السن فى دور الرعاية الإيوائية فقد استحدثت وزارة الشئون الاجتماعية- التضامن الاجتماعى حالياً- رعاية أخرى للمسنين عن طريق إنشاء أندية المسنين بهدف توفير الخدمات للمسنين خارج الدور من النواحى الترفيهية والاجتماعية والطبية والنفسية نظير اشتراك رمزى . وهذه الأندية الاجتماعية تتوافر فيها احتياجات المسنين وتضمن العناصر والمقومات لإقامة حياة مرضية لهم يشعرون فيها بالراحة واليسر حتى يشعروا بأن لهم دوراً فى هذه الحياة

وأن هناك من يهتم لهم ويعتمد عليهم وأنهم مازالوا مرغوبين فى المجتمع بل وأن لهم احترامهم الخاص(١٤).

وتعتبر أندية المسنين مجال كبير لإدماج هؤلاء الشيوخ فيعلاقات اجتماعية كبقية أفراد المجتمع، لأن المسنين إذا لم يشعروا أن لديهم نشاطفإنهم سيشعرون باليأس واختلافهم عن بقية الأفراد، لذلك فالمسنون يحتاجونإلى الاشتراك في الأندية ليعبروا عن احتياجاتهم النفسية والجسمية بنوع من النشاط،ومما يسهل من توفير هذه الأندية أنها لا تحتاج للملاعب المتسعة التي تتسم بها الأنديةالعادية بل هي أماكن صغيرة يشترك فيها أكبر عدد من المسنين لمزاولة نشاطهمالمحبب والاشتراك في بعض البرامج الاجتماعية والثقافية والترفيهية التي يتم تنظيمها من قبل المهنيين في تلك الأندية(١٥). ويعمل الأخصائي الاجتماعي في مجال المسنين وخاصة عمله بأندية المسنين لتحقيق مجموعة من الأهداف فقد تتنوع هذه الأهداف وذلك في إطار تقديم برامج وخدمات اجتماعية وترويحية وثقافية وصحية ورياضية كحق للمسنين وعليه أن يعمل جاهداً ليساعد المسنين في الحصول على حقوقهم والدفاع عنها والمطالبة بها لإشباع احتياجاتهم، ولتحقيق ذلك فإن الأخصائى الاجتماعى يتعامل من خلال متصل أنساق يشمل (نسق المسن – نسق الأسرة – نسق جماعات المسنين – نسق المؤسسة – نسق المجتمع)(١٦).

ونتيجة لعدد من المتغيرات والمستجدات ظهر التسويق الاجتماعي فى الخدمة الاجتماعية حيث ظهر التسويق الاجتماعي نتيجة لعدة تطورات شملت الاحتياجات المتزايدة للمنظمات التى لا تستهدف الربح لخدمات التسويق وسيطرة مفاهيم السوق بتأثيراتها على المجتمع وظهور نظرية التبادل ونظرية التسويق الاجتماعي حيث ظهر مصطلح التسويق الاجتماعي لأول مرة سنة ١٩٧١. ويكاد يكون ظهوره مواكباً لظهور الممارسة العامة للخدمة الاجتماعية ولكي يصف عملية استخدام مبادئ التسويق الاجتماعي وتكنيكاته لتحقيق نوع من التقدم فى مجال الأفكار الاجتماعية والسلوك الاجتماعي.

وقد وجد التسويق الاجتماعي قبولاً واسعاً من جانب الأخصائيين الاجتماعيين والمؤسسات الاجتماعية التى تقدم الخدمات للأفراد والجماعات والأسر والمجتمعات والتى لا تسعى إلى الربح وبالتالي أصبح التسويق الاجتماعي مدخلاً معروفاً للتطبيق على القضايا والموضوعات الاجتماعية. وقد شارك الكثير من الأخصائيين الاجتماعيين والممارسين بخبراتهم وأفكارهم فى تطوير مدخل التسويق الاجتماعي(١٧) .

ويمثل التسويق أحد العناصر الأكثر أهمية في مقومات نجاح المشاريع الاجتماعية حيث يعمل علي قيام واستمرار الكثير منها علي النجاح في تسويق الأفكار والاتجاهات الخاصة بالمشروع إلي الجمهور المستهدف في منطقة معينة(١٨)، ومن ناحية أخري هناك من يري أن مصطلح التسويق الاجتماعي يصف استخدام تكنيكات ومبادئ التسويق، من أجل تقديم قضية اجتماعية جديدة أوفكرة أوسلوك، أو أنه يعني أيضاً تكنولوجيا أساليب التغيير الاجتماعي التي تشتمل علي تصميم وتنفيذ وإحكام برنامج اتصالي، بهدف زيادة قبول فكرة اجتماعية أو ممارسة في مجموعة أو أكثر من المتبنين المستهدفين(١٩).

والهدف النهائي من التسويق الاجتماعي هو فائدة لكل من الفرد والأسرة والجماعة والمجتمع وليس القائم بالتسويق حيث يسعى التسويق الاجتماعي إلى إيجاد وتعلم الدافعية للسلوك الجديد بالاعتماد على الضغط الجماعي عندما يتطلب الموقف ذلك. كما يوظف نماذج الممارسة العائد منها لضمان نجاح البرنامج واستمرارية تأثيره. كما يتضمن التسويق الاجتماعي تصميم وتنفيذ البرامج والخدمات التى تسعى إلى زيادة قبول الأفكار الاجتماعية والممارسة عند الجماعات المستهدفة أو نسق الهدف(٢٠) .

ويمكن القول بأن تسويق خدمات أندية المسنين يهدف إلى تحقيق الآتي:- (٢١)

(١) تحقيق أهداف المسئولية الأخلاقية من المجتمع تجاه كبار السن بإعتبارهم قد أدوا أدوارهم فى الحياة وقدموا خدمات لمجتمعهم ووصلوا إلى المرحلة التى

يحتاجون فيها للرعاية والاهتمام ليستطيعوا الاستمرار فى مواجهة أعباء ومتطلبات حياة الشيخوخة كرد للجميل الذى قاموا به فى شبابهم .

(٢) توفير أوجه الرعاية المختلفة للمسنين سواء كانت رعاية صحية أو إقتصادية أو اجتماعية أو نفسية لإشباع احتياجاتهم ومواجهة مشكلاتهم على أساس علمى .

(٣) توضيح اتجاهات ومبادئ العمل الاجتماعى فى مجال رعاية المسنين كأساس لتقديم خدمات رعايتهم سواء داخل أسرهم أو فى مؤسسات خاصة بإقامتهم أو أندية نهارية لشغل وقت فراغهم، أو الاستفادة من إمكانياتهم فى حالة قدرتهم كطاقات لديها خبرات ومهارات يمكن أن تسهم فى تنمية مجتمعهم بما يعود عليهم بالفائدة وشعورهم بتحقيق الذات .

(٤) توفير الأمن الاجتماعى والإقتصادى للمسن بمايسهم فى تحسين مستوى معيشته نتيجة الاهتمام بتقديم خدمات متكاملة يحتاج إليها لتحسين ظروفه وأوضاعه وتمكينه من أداء اجتماعى أفضل يحقق تكيفه مع بيئته وقيامه بمهام حياته اليوميه .

(٥) تعزيز العدالة الاجتماعية لكبار السن من خلال تطوير سياسات وخدمات الرعاية الإجتماعية المرتبطة بهم، وتفسير القوانين والتشريعات الخاصة بالتقاعد والضمان وتناول القضايا والمشكلات الاجتماعية التى تهمهم، وتحسين عمل شبكة الخدمات الاجتماعية من خلال مؤسسات رعايتهم وتوفير الموارد لتلك الخدمات .

ومن طرق وأساليب تحقيق أهداف التسويق الاجتماعي:

(١) إغراء المتلقين لإدراك موضوعات الحملة أو شخصياتها من خلال ترويج الأفكار أو الشخصيات ليدرك الأفراد وجودها عن طريق الحملات الإعلانية المكثفة.

(٢) طرق تصويب الرسائل أو استهداف الرسائل فئة معينة أو قطاعاً معيناً من جمهور المتلقين يعتبر أكثر استقبالاً لها .

(٣) طرق أو أساليب تدعيم الرسائل الموجهة إلي الجمهور المستهدف وتشجيع هؤلاء الناس علي التأثير في الآخرين من خلال الاتصال المواجهي .

(٤) طرق غرس الصورة الذهنية والانطباعات للناس أو المنتجات أو الخدمات وتستخدم هذه الطرق عندما يكون من الصعب زيادة اهتمام المتلقين أو إذا لم يكن هناك اهتمام أصلا بالموضوع وبالتالي فإنهم لن يبحثوا عنه أو يعرضوا شيئا فنقص الاهتمام يعتبر حاجزاً ضد انسياب المعلومات(٢٢).

(٥) طرق إثارة اهتمام المتلقين وإغرائهم بالبحث عن المعلومات علي فرض أن الرغبة في البحث عن مزيد من المعلومات تزداد عندما يكون هناك اهتمام بالأفكار والشخصيات مثل الأحداث المتعلقة بالأحداث العالمية.

(٦) إثارة الرغبة في اتخاذ القرارات أو المواقف فمتي عرف الناس أدركوا الموضوع أو الفكرة أو حتي قاموا بتشكيل صورة ذهنية تجاهها فإنهم في هذه الحالة سيكونون أكثر استعداداً لاتخاذ القرار العقلاني أو الترتيب غير الواعي للأولويات واتخاذ المواقف وتعتبر هذه المرحلة من المراحل الحرجة في الحملات الإعلامية.

(٧) طرق تنشيط فئات أخري متوقعة من الجمهور مثل فئة الجمهور المحتمل وهو الذي لايوجد الفرصة للاستجابة رغم استعداده الكامل لها. (٢٣)

ومن المؤكد أن التسويق الاجتماعي تزداد فاعليته إذا بنيت برامجه ووضعت متوافقة مع تقاليد ومعتقدات أفراد المجتمع حيث يجب على المسوق أن يستخدم كافة الوسائل والطرق التى تلائم الجمهور ولا تتعارض معه فى توصيل رسالته وخدماته إلى الجمهور المستهدف(٢٤). وينظر للتسويق على أنه همزة الوصل بين المنظمة وبيئتها الخارجية، حيث يعمل على نقلها من حالة الجمود إلى القدرة على التجاوب مع رغبات العملاء أخذاً فى الاعتبار التغيرات المستمرة فى البيئة الخارجية . فالتسويق يعمل إذاً على تحقيق رسالة المنظمة . وبالتالى استمراريتها وبقائها ومع

تزايد حدة المنافسة تزايدت العناية برفع كفاءة التسويق ولذا فإن الاستفادة من الأدوات والاستراتيجيات التسويقية سوف تضحى أمراً حيوياً لاغنى عنه للمنظمة إذا ما أرادت أن تحقق أهدافها بكفاءة[٢٥] . ولذا فقد أصبح من الواضح أن المستقبل يحمل بين طياته خبرات جيدة لمن هم قادرون على اكتساب المعرفة وتطبيقها، ومن لديهم من المهارات والقدرات التي تساعدهم على الوفاء بمتطلبات مجتمع المعرفة، واستخدامها في مواكبة متغيرات المجتمع المعاصر[٢٦] . ومهنة الخدمة الاجتماعية في ظل ما يتعرض له المجتمع من متغيرات معاصرة، وظهور مجتمع المعرفة الذي ينشد توظيف المعرفة في تسيير أموره وفي اتخاذ القرارات الرشيدة، وهو أيضا المجتمع الذي يستند على المعلومات كثروة أساسية أي على خبرة الموارد البشرية وكفاءتها ومعارفها ومهاراتها كأساس للتنمية البشرية[٢٧]، وتعتبر المهارات هى إحدى الدعائم الأساسية والمقومات الهامة لممارسة الخدمة الاجتماعية بصفة عامة وهى تختص بالجانب الفنى والتطبيقى فى المهنة، وتعتمد فى المقام الأول على شخصيةالأخصائى الاجتماعى واستعداداته ومدى إعداده المهنى، ومدى فهمه واستيعابه للمعارف المهنية التى يتلقاها ويمر بها فى تدريبه، ويتوقف ذلك على نجاحه كممارس عام فى أداء دوره فى مجالات الخدمة الاجتماعية بصفة عامة وخاصة فى مجال المسنين على ما لديه من معارف وقيم وخبرات، بالإضافة إلى قدرته على التطبيق العملى فى تناسق وتناغم بشكل منظومى[٢٨].

وتظهر أهمية مهارات التسويق الاجتماعى فى أنه حينما يلتزم الأخصائى الاجتماعى بمهارات التسويق الاجتماعى يفيد فيما يلى :-

(١) توفير الوقت خاصة أن الالتزام بها يوضح إدراك المسوق الاجتماعى للمبادئ والأسس والاستراتيجيات الخاصة بالتسويق والقدرة على تطبيقها فى المواقف المناسبة بفاعلية .

(٢) توجيه المتخصص فى التسويق الاجتماعى نحو الممارسات الصحيحة لتحقيق أهداف العملاء والمؤسسات والتوازن بينهما يحقق الصالح العام فى المجتمع .

(٣) ان تحديد المهارات يوفر المؤشرات المناسبة التى يمكن فى ضوئها تقييم ممارسة وأدوار المسوق الاجتماعى كما تتيح الفرص لوضع البرامج التدريبية اللازمة لتطوير عمله .

(٤) يساعد اكتساب المهارات فى تكوين الشخصية المهنية للمتخصص فى التسويق الاجتماعى واستكمال المواصفات الوظيفية واتقان العمل التسويقى ومساعدته على الأداء الجيد وتطبيق المعرفة فى المواقف المختلفة[٢٩] .

والأخصائى الاجتماعى يكتسب مهارات التسويق الاجتماعى من خلال القيام بالأنشطة المهنية مسترشداً بمعارف وقيم التسويق الاجتماعى لتحقيق أهدافه، فتلك الأنشطة التى تشكل مهارات الأخصائى الاجتماعى المسوق بالإضافة إلى التدريب الذى يحصل عليه. فالتدريب عملية أساسية من العمليات التى يهتم به المسئول عن العمل أو المشرف الذى يشرف على مجموعة من الممارسين حيث إن التدريب عملية تساهم فى اكساب المتدربين المعارف والخبرات والمهارات المرتبطة بعملهم وممارستهم من أجل تحقيق الأهداف الخاصة بمجال العمل، وكذلك تحقيق التنمية المهنية اللازمة لمن يقوموا بتلك الأعمال[٣٠]. ويأتى التدريب كنشاط هادف يسعى من أجل تهيئة الفرصة المناسبة للإنسان كما يكتسب ويزيد ويعدل ويطور ويغير ما لديه من معلومات وأفكار ومهارات واتجاهات بصورة دائمة للحفاظ على ما يحققه من إنجازات وللانطلاق دائما للأمام لتحقيق المزيد منها[٣١]بتسعي المهنة إلى الأخذ بأساليب التحديث وذلك للوصول إلي الجودة العالية في نوعية الأداء المهني للأخصائيين الاجتماعيين[٣٢].

وهذا ما يشار إليه بالإعداد المهني المستمر للأخصائي الاجتماعي لتزويده بكل جديد سواء عن طريق النشرات أو اللقاءات العلمية أو الدورات التدريبية، حتى

يستطيع أن يساير تلك التطورات ويرتفع بمستوى الممارسة المهنية محققا بطريقة أفضل أهداف المهنة كما تتطلبها طبيعة العمل في مجالات الممارسة المختلفة(٣٣).

ومما تقدم يتبين لنا أهمية وضرورة عقد الدورات التدريبية للأخصائيين الاجتماعيين الممارسين لدورهم المهنى مع المسنين لإكسابهم مهارات التسويق الاجتماعى لخدمات أندية رعاية المسنين وتنميتها .

وتحديداً لمشكلة الدراسة فإن الباحثة سوف تتناول بالعرض الدراسات والبحوث السابقة التي ترتبط بموضوع دراستها، ونظراً لتعدد الدراسات والبحوث في مجال المسنين والتسويق الاجتماعى والتي تناولت الموضوع من زوايا مختلفة، سوف يتم التركيز على أكثر الدراسات ارتباطاً بصورة مباشرة بموضوع الدراسة الحالية والتي يمكن الاستفادة منها، ويتحقق ذلك من خلال ثلاثة محاور أساسية :-

المحور الأول : دراسات الخدمة الاجتماعية فى مجال رعاية المسنين .

المحور الثانى : الدراسات التي تناولت التسويق الاجتماعي للخدمات .

المحور الثالث : الدراسات التى اهتمت بالبرامج التدريبية للأخصائيين الاجتماعيين.

ثانيا : الدراسات السابقة :-

ويمكن للباحثة عرض الدراسات السابقة كالتالى :-

المحور الأول : دراسات الخدمة الاجتماعية فى مجال رعاية المسنين .

أ- دراسات عن خدمات الرعاية للمسنين ومنها:

دراسة " كولى إلين ، ١٩٨٣ Cole Ellan:(٣٤)

كان من نتائج الدراسة أن المسنين يحتاجون إلى دعم اجتماعي من قبل الأسرة والأصدقاء والجيران الذين يحيطون بهم، وتوصي الدراسة بضرورة صنع سياسة اجتماعية تدعم من وجود المسنين وتوفر خدمات حقيقية لهم تتمشى مع خصائص وأوضاع هذه المرحلة العمرية.

دراسة" ريتشارد أستريت، ١٩٨٣ " Richard A. Starrett[٣٥]:

وأوضحت الدراسة أن أهم ما يؤثر في مدى الاستفادة من الخدمات هو الاهتمام بالتعرف على الحاجة الملموسة في الرعاية والتخطيط السليم لتوفير تلك الخدمات بالإضافية إلى الخدمات التي تقدم من خلال النظام الرسمي وأهمية الرعاية الأسرية التي تقدم للمسنين وأوصت بأهمية اهتمام كل من النظامين بالمساهمة في تطوير الوعي بأهمية الخدمات التى تقدم من خلالهما لدى المسنين حتى يتم الاستفادة منها بشكل علمي.

دراسة "نظيمة أحمد سرحان" ١٩٩٣بعنوان " دراسة تقويمية لفعالية الرعاية المؤسسية للمسنين " [٣٦] :-

استهدفت هذه الدراسة التعرف على مدى فعالية أساليب الرعاية الاجتماعية التى تقدم من خلال الأجهزة والمؤسسات المجتمعية، ، وتوصلت الدراسة إلى عدم فعالية الرعاية المؤسسية للمسنين كنتيجة لوجود خلل فى المدخلات والعمليات التحويلية، واقترحت الدراسة أن تقوم الخدمة الاجتماعية بدوراً يزيد من فعالية الرعاية بمؤسسات رعاية المسنين.

دراسة "بالومينو، ١٩٩٤ Palomino " [٣٧]:

التي هدفت إلي التعرف علي العوامل المؤثرة في فعالية العمل الإداري للأخصائي الاجتماعي في مجال رعاية المسنين. و توصلت إلي أن هناك عوامل شخصية منها العمر والخبرة وعوامل تنظيمية متعلقة بالإطار التنظيمي للمؤسسة والتي تؤثر علي فعالية العمل الإداري للأخصائي الاجتماعي كما أوصت الدراسة إلي أن الأخصائيين الاجتماعيين في حاجة إلي تطوير وتدريب ليتلاءموا مع التغيرات المستمرة في مجال المسنين .

دراسة " نظيمة أحمد محمود سرحان" ، ١٩٩٩بعنوان " العلاقة بين الممارسة المهنية لطريقة تنظيم المجتمع وفعالية الرعاية المؤسسية للمسنين " [٣٨]:

استهدفت الدراسة وصف واقع الممارسة المهنية لطريقة تنظيم المجتمع لمؤسسات الإيوائية للمسنين، قياس فعالية الرعاية المؤسسية للمسنين، تحديد اكثر نماذج المهنية لطريقة تنظيم المجتمع وفعالية الرعاية المؤسسية للمسنين وأوضحت الدراسة ضعف الممارسة المهنية لطريقة تنظيم المجتمع فى مؤسسات رعاية المسنين على الرغم من وجود مواقف تواجه الأخصائيين فى المؤسسات تستدعى التدخل بطريقة تنظيم المجتمع، كما أوضحت ان نموذج العمل مع مجتمع المنظمة هو أكثر النماذج ممارسة وهو فى المرتبة الأولى يليه نموذج العمل الاجتماعى ثم التخطيط الاجتماعى وأخيراً نموذج التنمية ، وتشير النتائج أيضاً إلى وجود تخبط وعدم وعيهم للممارسة المهنية لطريقة تنظيم المجتمع وارتباط عناصر الممارسة المهنية ببعضها البعض .

ب- دراسات عن خدمات أندية المسنين:

دراسة " ماهر أبو المعاطى على" ، ١٩٩٤ بعنوان " فعالية الخدمات الإجتماعية بأندية المسنين(٣٩).

استهدفت هذه الدراسة التعرف على مدى فعالية الخدمات المقدمة بأندية المسنين وإلقاء الضوء على مفهوم الخدمات الاجتماعية والعوامل المؤثرة عليها من وجهة نظر المستفيدين منها. ووضع تصور مقترح لتطوير الخدمات الاجتماعية بأندية المسنين يشمل مؤشرات لتدعيم الجوانب المرتبطة بفاعلية تلك الخدمات. وكان من نتائج الدراسة أن العوامل المؤثرة في فاعلية الخدمات المقدمة لأعضاء النادي يمكن أن ترتب تنازلياً كما يلي: مراعاة العاملين بالنادي للعلاقات الإنسانية في وضع وتقديم الخدمات للمسنين، السرعة في تقديم الخدمات وفي الوقت الملائم لظروف المسنين، كفاية الموارد والمصادر واستخدامها في تقديم الخدمات، وقد تم وضع إطار تصوري لزيادة الخدمات من خلال توفير الخدمات الثقافية والترويحية والاجتماعية والصحية باسلوب تكاملي للأعضاء والاستفادة من خبرات المسنين واستثمار طاقاتهم في مشروعات انتاجية واستثمارية.

دراسة" إيمان محمد إلياس " ١٩٩٨ بعنوان "تقويم الخدمات الإجتماعية بأندية المسنين بمحافظة القاهرة(٤٠)

استهدفت الدراسة قياس كفاءة وفاعلية الخدمات الاجتماعية لأندية رعاية المسنين التابعة لوزارة الشئون الاجتماعية بمحافظة القاهرة بإعتبارها أحد الأجهزة المعنية بتقديم خدمات للمسنين. والتعرف على المشكلات والصعوبات التى تحول دون تقديم الأندية لخدماتها وتحد من فعالية تلك الخدمات وكفاءة الأندية فى تقديمها للخدمات وتحد من فعالية تلك الخدمات وكفاءة الأندية فى تقديمها للخدمات للمسنين والمستفيدين منها .ثم التوصل لإطار تصورى مقترح لتطوير الخدمات المقدمة بأندية المسنين .دراسة مطبقة على أندية المسنين التابعة لوزارة الشئون الاجتماعية بمحافظة القاهرة. وتوصلت الدراسة إلى أن هناك صعوبات تواجه العاملين بالنادى فى تقديم خدمات للمسنين ومنها عدم توافر الموارد البشرية، عدم توافر الموارد المالية اللازمة، عدم وجود تعاون بين العاملين بالنادى وغيرها . ونادت بضرورة زيادة عدد الدورات التدريبية للأخصائيين الاجتماعيين العاملين بأندية المسنين على أن تصمم برامج تلك الدورات بالتعرف على الاحتياجات التدريبية الحقيقية لهؤلاء الأخصائيين الاجتماعيين .

مما سبق يتضح لنا عدم وجود دراسات سابقة – فى حدود علم الباحثة قامت بدراسة طرق جذب المسنين للاستفادة من مؤسسات الرعاية وعلى هذا تتضح أهمية الدراسة .

المحور الثانى : الدراسات التي تناولت التسويق الاجتماعي للخدمات .

أ- دراسات مرتبطة بالتسويق الاجتماعى للخدمات الاجتماعية :

دراسة ديميك باربارا ١٩٩٥ Dimick Barbara :- (٤١)

هدفت الدراسة إلى التعرف على دور التسويق الاجتماعى لتسويق الخدمات المقدمة للشباب وتوصلت الدراسة إلى أن الأساليب التسويقية فيما يتعلق بالخدمات والبرامج

والأنشطة الموجة للشباب لها أهمية بالغة فى تحديد الاحتياجات الضرورية والإنسانية للشباب من خلال البرامج والأنشطة للخدمات الموضوعة لهم، وركزت الدراسة على مراعاة المزيج التسويقى من (منتج، أماكن، سعر، الممارسة) والعمل على التحليل الملائم لتلك الخدمات فى إطار وضع الخطة التسويقية الملائمة لهذه الخدمات .

دراسة " أحمد ناجي "٢٠٠٢ بعنوان " إمكانية تطبيق استراتيجية التسويق لتطوير أداء الجمعيات الأهلية في مصر "(٤٢)

هدفت الدراسة التعرف علي إمكانية تطبيق استراتيجية التسويق لتطوير أداء الجمعيات الأهلية في مصر. وتوصلت الدراسة إلي أن هناك صعوبات تواجه المنظمات الأهلية عند تطبيقها للتسويق الاجتماعي ووضع الخطة التسويقيه المناسبة لها ويرجع ذلك إلي ضعف الموارد المالية وعدم توافر نظم المعلومات والبيانات مع عدم تواجد التنسيق المناسب و قنوات اتصال ملائمة للمجتمع بالإضافة إلى نقص المهارات والقدرات التسويقية للعاملين ممايستوجب دراسة سوق الرعاية الاجتماعية والتركيز علي جودة الخدمات المقدمة حيث إن الظروف الاجتماعية والاقتصادية التي يمر بها المجتمع تدفع للأخذ بأساليب التسويق الاجتماعي لربط الخدمات التي تقدمها بالاحتياجات الفعلية للعملاء .

دراسة "ألين أندريسين " Alan R.andreasen,2002 :- (٤٣)

هدفت الدراسة التعرف علي دور التسويق الاجتماعي في إحداث التغييرات الاجتماعية . وتوصلت الدراسة إلي أن هناك معوقات تواجه التسويق الاجتماعي في تحقيق أهدافه داخل المؤسسات الاجتماعية وخاصة المؤسسات التي تعمل في مجال الشباب وذلك لعدم وجود فهم واضح لمجال عمله وماالدور الذي من الممكن أن يلعبه مع المداخل العلمية الأخري للإسهام في إحداث التغيير المستهدف وقد ىقترحت هذه الدراسة أهمية قيام التسويق الاجتماعي علي حملة بمشاركة الاكاديميين وجمعيات التسويق.

دراسة "كارين هيلي " Karen Healy,2002 :- (٤٤)

هدفت الدراسة إلي التعرف علي أدوار المسوقيين الاجتماعيين في إدارة الخدمات الاجتماعية. وتوصلت الدراسة إلي ضرورة اهتمام الأخصائيين الاجتماعيين بتعلم استراتيجية التسويق الاجتماعي واستخدامها في المنظمات غير الهادفة للربح مما يدعم ذلك من قدراتهم من الناحية الإدارية والمالية والفنية ويزيد موارد المنظمة ويحقق الجودة في تقديم خدمات المنظمة

دراسة " ديشباندي وسامر" Deshpande& sameer2004 :- (٤٥)

هدفت الدراسة إلي تطبيق مفاهيم التسويق الإجتماعي لتعزيز المسئولية في تعاطي الكحول بين طلاب الجامعات الأمريكية . وتوصلت الدراسة إلي أهمية أستخدام السلوك المخطط جنبا إلى جنب مع غيرها من الأفكار والتسويق الاجتماعي، وأكدت علي استخدام مفاهيم التسويق الاجتماعي مع الشباب الجامعي بالتطبيق علي عدد من الطلاب من خلال التعرض لرسائل التسويق الاجتماعي للحد من الانغماس في الشرب وتعاطي الكحول وتعزيز المسئولية في حرم الجامعات الأمريكية .

ب- دراسات تناولت مهارات التسويق الاجتماعى

بمراجعة الأدبيات النظرية من الدراسات السابقة العربية والأجنبية، تبين لدى الباحثة أنه لايوجد دراسات سابقة فى هذا الجانب تناولت مهارات التسويق الاجتماعى . وهذا يؤكد أهمية الدراسة الحالية ويؤكد الاحتياج المعرفى فى هذا الجانب من خلال قيام الدراسة الحالية بسد جانب من النقص المعرفى فى سلم المعرفة العلمية لإثراء العلم من خلال هذا الجانب .

ومن الدراسات السابقة يتضح :

ومما سبق يتضح أهمية الدراسة الحالية ويؤكد الاحتياج المعرفى فى هذا الجانب من خلال قيام الدراسة الحالية بسد جانب من النقص المعرفى فى سلم المعرفة العلمية لإثراء العلم من خلال هذا الجانب .

المحور الثالث : الدراسات التى اهتمت بالبرامج التدريبية للأخصائيين الاجتماعيين .

أ- دراسات مرتبطة بالبرامج التدريبية لتنمية المهارات المهنية للأخصائى الاجتماعى :-

دراسة" كانسل مارى ديبرا " Cancel Mary, Debra , 1992 "[٤٦] :-

أوضحت الدراسة أهمية تنويع المهارات المعرفية للطلاب الخريجين، كذلك حاولت الدراسة التعرف على كيفية تنمية الأداء المهني للأخصائيين الاجتماعيين وتحديد المتطلبات المعرفية والمهارية لتحقيق ذلك، واستعرضت الدراسة مجموعة من النتائج المرتبطة بتنمية الأداء المهني في تقديم خدمات الرعاية بمجالات الممارسة المهنية للخدمة الاجتماعية ، حيث أشارت إلى ضرورة تحديد أبعاد الأداء المهني لدى القائمين به ، وتنظيم دورات تدريبية وورش عمل يتم فيها توعية الممارسين المهنيين بالمتطلبات المعرفية والمهارات التعليمية، وفهم استجاباتهم نحو أدائهم المهني والرغبة في إنمائه .

دراسة " جمال شحاته حبيب، ١٩٩٧" بعنوان العلاقة بين تطبيق برنامج تدريبى للأخصائيين الاجتماعيين وتنمية أدائهم المهنى[٤٧] :-

استهدفت الدراسة التعرف علي تأثير البرنامج التدريبي علي زيادة كلاً من الأداء المهني والتنمية المهنية للأخصائيين الاجتماعيين ونموهم المهني مع محاولة التعرف علي العوامل المؤثرة في أداء الأخصائيين لدورهم المهني والتوصل إلي برنامج تدريبي مقترح لتدريب الأخصائيين في مجال وتوصلت الدراسة إلي زيادة الأداء المهني للأخصائي الاجتماعي نتيجة تطبيق البرنامج التدريبي، أيضا نتج عن تطبيق البرنامج التدريبي تنمية معارف ومهارات واتجاهات الأخصائيين، وأظهرت نتائج الدراسة أن هناك بعض العوامل التي تؤثر علي الأداء المهني للأخصائي الاجتماعي منها عوامل مرتبطة بشخصية الأخصائي وظروفه الاجتماعية كالسن والجنس ونوع المؤهل الحاصل عليه

ب- دراسات مرتبطة بالبرامج التدريبية لتنمية المهارات المهنية للأخصائى الاجتماعى فى مجال المسنين :-

دراسة " عزه عبدالجليل عبدالعزيز " ٢٠٠٤ بعنوان " تحديد الاحتياجات التدريبية لأخصائى العمل مع الجماعات للتخفيف من حدة المشكلات الاجتماعية " (٤٨)

. توصلت الدراسة إلى برنامج مقترح لزيادة كفاءة وفعالية الأخصائيين الاجتماعيين العاملين مع جماعات المسنين بأندية المسنين للتخفيف من حدة المشكلات الإجتماعية لدى أعضاء تلك الجماعات .

دراسة "مروة عبدالستار " ٢٠١٤ بعنوان " برنامج تدريبى مقترح لتنمية مهارات الممارس العام فى التعامل مع المسنين من منظور الممارسة العامة للخدمة الاجتماعية "(٤٩)**:-**

توصلت الدراسة إلى أن الأخصائى الاجتماعى فى حاجة إلى توافر الامكانيات المادية التى تساعدهم على تنمية مهاراتهم وأيضاً فى حاجة إلى عقد دورات تدريبية مستمرة وإجبارية، حددت أهم المعوقات والتى تمثلت فى نقص الامكانيات المالية ونقص الكوادر الفنية واعتقاد الأخصائيين الاجتماعيين بعدم جدوى الدورات التى تعقد لهم لتحسين مستوى مهاراتهم، وتم وضع لبرنامج تدريبى مقترح لتنمية مهارات الممارس العام فى التعامل مع المسنين من منظور الممارسة العامة للخدمة الاجتماعية .

ج- دراسات مرتبطة بالبرامج التدريبية لتنمية المهارات والقدرات التسويقية للأخصائى الاجتماعى:-

دراسة " أيمن إسماعيل يعقوب " ٢٠٠٤ بعنوان " أساليب تنمية القدرات التسويقية لدي الأخصائيين الاجتماعيين " :-(٥٠)

توصلت الدراسة إلي تصور مقترح للتدخل المهنى للخدمة الاجتماعية بالمستشفيات وذلك للاتصال بالهيئات والمؤسسات التى تقدم خدمات مادية للمرضى ولنشر الوعى

الصحى . وأكد فيه علي أن الأخصائيين الاجتماعيين عليهم كمسوقين أن يهتموا بتحليل عناصر العملية التسويقية من خلال تحليل مايلي (الموقف التسويقي – أطراف العملية التسويقية– القضية التسويقية–الهدف التسويقي)، التخطيط الجيد المسبق للعملية التسويقية، تحليل خطوات نجاح التدخل الفعلي للأخصائيين الاجتماعيين وذلك من أجل تسويق برامجهم وأنشطتهم المهنية.

تحليل واستنتاج الدراسات السابقة :-

وباستقراء الدراسات السابقة من خلال المحاور السابقة سواء التى تناولت التسويق الاجتماعى للخدمات الاجتماعية أو الدراسات التى تناولت الخدمة الاجتماعية فى مجال رعاية المسنين أو الدراسات اهتمت بالبرامج التدريبية للأخصائيين الاجتماعيين تبين التالى :-

١-أن الدراسات التى تناولت إمكانية التسويق الاجتماعى للخدمات الاجتماعية أوضحت مدى نجاح وكفاءة التسويق الاجتماعى فى التعامل مع الخدمات الاجتماعية من حيث قدرته على الاسهام فى تحقيق الأهداف، كما أنه يسهم بدرجة كبيرة فى التوعية وتغيير الإتجاهات والآراء وتحويلها إلى سلوكيات إيجابية، وقد استفادت الدراسة الحالية من تلك الدراسات السابقة فى هذا المحور من خلال العديد من الجوانب سواء أكان ذلك فى الاستفادة منها فى إبراز جانب أهمية وضرورة قيام هذه الدراسة أو الإسهام فى تحقيقها لبعض الأهداف التى تسعى إليها الدراسة الحالية فى محاولة منها لسد واستكمال بعض أوجه النقص المعرفى فى هذا الجانب .

٢-أن معظم الدراسات التى تناولت الخدمة الاجتماعية فى مجال رعاية المسنين تسعى جاهدة إلى تطوير ممارستها حتى يمكنها المساهمة بفاعلية فى مواجهة المشكلات التى تعانى منها هذه الفئه، وهذه الدراسات كلها قد توصلت إلى العديد من النتائج المهمة التى تستفيد منها الدراسة الحالية فى تناولها للقضية البحثية التى بصددها وهى برنامج تدريبى مقترح لتنمية

مهارات التسويق الاجتماعى للأخصائى الاجتماعى لجذب المسنين للاستفادة من خدمات أندية الرعاية، وقد أوضحت بعض الدراسات الاحتياج للدراسة الحالية لاستكمال بعض الثغرات فى سلم المعرفة .

٣-أما بالنسبة الدراسات اهتمت بالبرامج التدريبية للأخصائيين الاجتماعيين أكدت على أهمية البرامج التدريبية فى التنمية المهنية للممارسين إن تحديد الاحتياجات التدريبية أساس هام في تصميم البرامج التدريبية الناجحة، كما أنه يضمن وجود الرغبة عند المتدربين في الاستفادة من هذه البرامج، لكونها تعبر عن احتياجاتهم الفعلية .

ومن هنا يمكننا القول : بأنه من خلال استعراض الدراسات السابقة تبين أن هناك مجموعة من الدلائل والشواهد التى تدعم موقف الدراسة الحالية وتبرز جانب الأهمية فى تناول تلك القضية .

ثالثا : مشكلة الدراسة.

بناءاً على ما تم عرضه من الدراسات السابقة، وما تم استخلاصه منها، فإن هذه الدراسة الحالية تحاول تحقيق الآتي :

١-التوصل للاحتياجات التدريبية المقترحة لتنمية مهارات التسويق الاجتماعى للأخصائى الاجتماعى لجذب المسنين للاستفادة من خدمات أندية المسنين.

٢-وضع برنامج تدريبى مقترح لتنمية مهارات التسويق الاجتماعى للأخصائى الاجتماعى لجذب المسنين للاستفادة من خدمات أندية المسنين .

٣-تحقيق الهدف من تسويق خدمات أندية المسنين وهو زيادة العضوية بالأندية، من خلال جذب المسنين للاستفادة من هذه الخدمات، وكذلك زيادة نسبة المشاركة فى الأنشطة ومن ثم زيادة عدد المستفيدين من خدمات الأندية، وكذلك التعاون بين أندية المسنين

والمؤسسات المجتمعية بهدف دعم دور أندية المسنين وأخيراً تحسين نوعية الخدمات المقدمة بما يتناسب مع احتياجات ومتطلبات المسنين المتباينة .

وعليه يمكن صياغة مشكلة الدراسة فى التساؤل الآتي:

ما الاحتياجات التدريبية لتنمية مهارات التسويق الاجتماعى للأخصائى الاجتماعى لجذب المسنين للاستفادة من خدمات أندية الرعاية ؟

رابعاً :أهمية الدراسة :

١-تعد فئة المسنين طاقة بناءه يمكن استغلالها والاستفادة منها، وإلا سوف تصبح عوامل هدم بدلاً من أن تكون عوامل بناء عند عدم الاهتمام بتلك الفئه.

٢-الاهتمام العالمى بحقوق الإنسان وانطلاقاً من هذا حق المسنين فى سبل الرعاية الاجتماعية المتكاملة وتقديم الخدمات التى تشبع حاجاتهم.

٣-رعاية وحماية المسنين اجتماعياً ونفسياً أصبح الأسلوب العلمى ذو العائد الاجتماعى والاقتصادى الذى يؤثر على عملية التنمية الشاملة وذلك من خلال الاستفادة من طاقاتهم وخبراتهم التى يمكن أن يسهموا بها فى إنجاز وتطوير العديد من مجالات العمل .

٤-قلة عدد المترددين من المسنين على أندية المسنين حيث توجد (١٢) نادياً للمسنين تحتوى على ٢،٢٥٨ مستفيد من٣٤٩،٩٣١ مسن وهذه تعتبر نسبة ضئيله بالنسبه لحجم المسنين فى محافظة الدقهلية.

٥-إن نمو الذات المهنية يجب ألا يتوقف عند حد معين دفعا لرقى مهنةالخدمة الاجتماعية .

خامساً أهداف الدراسة :

١-تحديد مدى معرفة الأخصائيين الاجتماعيين لمفهوم التسويق الإجتماعى للخدمات فى أندية المسنين .

٢-التعرف على طبيعة الاحتياجات الشخصية للأخصائيين الاجتماعيين لتنمية مهارات التسويق الاجتماعى لجذب المسنين للاستفادة من خدمات أندية المسنين ؟

٣-التعرف على طبيعة الاحتياجات القيمية للأخصائيين الاجتماعيين لتنمية مهارات التسويق الاجتماعى لجذب المسنين للاستفادة من خدمات أندية المسنين ؟

٤-التعرف على طبيعةالاحتياجات المعرفية للأخصائيين الاجتماعيين لتنمية مهارات التسويق الاجتماعى لجذب المسنين للاستفادة من خدمات أندية المسنين ؟

٥-التعرف على طبيعة الاحتياجات المهارية للأخصائيين الاجتماعيين لتنمية مهارات التسويق الاجتماعى لجذب المسنين للاستفادة من خدمات أندية المسنين؟

سادساً : تساؤلات الدراسة :

١- ما معرفة الأخصائيين الاجتماعيين لمفهوم التسويق الاجتماعى للخدمات فى أندية المسنين ؟

٢-ما طبيعة الاحتياجات الشخصية للأخصائيين الاجتماعيين لتنمية مهارات التسويق الاجتماعى لجذب المسنين للاستفادة من خدمات أندية المسنين ؟

٣-ما طبيعة الاحتياجات القيمية للأخصائيين الاجتماعيين لتنمية مهارات التسويق الاجتماعى لجذب المسنين للاستفادة من خدمات أندية المسنين ؟

٤-ما طبيعة الاحتياجات المعرفية للأخصائيين الاجتماعيين لتنمية مهارات التسويق الاجتماعى لجذب المسنين للاستفادة من خدمات أندية المسنين ؟

٥-ما طبيعة الاحتياجات المهارية للأخصائيين الاجتماعيين لتنمية مهارات التسويق الاجتماعى لجذب المسنين للاستفادة من خدمات أندية المسنين؟

سابعاً : مفاهيم الدراسة :-

- مفهوم الاحتياجات التدريبية
- مفهوم المهارة فى الخدمة الإجتماعية .
- مفهوم التسويق الإجتماعى .
- مفهوم خدمات أندية المسنين .
- مفهوم أندية المسنين .
- مفهوم المسنين .

ثامناً: الاجراءات المنهجية للدراسة :

أ- **نوع الدراسة :** تنتمي هذه الدراسة إلى نمط الدراسات الوصفية .

ب- **المنهج المستخدم :** ارتباطاً بنوع الدراسة فقد اعتمدت الباحثة على منهج المسح الاجتماعي بأسلوب الحصر الشامل لجميع المديرين والأخصائيين الاجتماعيين العاملين بأندية المسنين على مستوى محافظة الدقهلية .

جـ- أدوات الدراسة :

- استمارة استبيان للمديرين والأخصائيين الاجتماعيين العاملين بأندية المسنين بمحافظة الدقهلية .

- دليل مقابلة مقننة مع الخبراء والأكاديميين .

د- مجالات الدراسة :

*** المجال البشري :**

- تم تطبيق استمارة الاستبيان على (٢٦) من مديري الأندية والأخصائيين الاجتماعيين .

- تم تطبيق المقابلة على عدد (١٥) خبير من الأكاديمين والمتخصصين فى مجال رعاية المسنين.

*** المجال المكاني :**أندية المسنين بمحافظة الدقهلية وعددها (١٢) نادى .

*** المجال الزمني :**تم جمع البيانات من مفردات الدراسة خلال الفترة من ٢٠١٥/٣/٢٣ حتى ٢٠١٥/٤/٧ .

تاسعاً: نتائج الدراسة :

أسفرت الدراسة عن النتائج التالية :

عدم إدراك الأخصائيين الاجتماعيين لمفهوم التسويق الاجتماعى لخدمات أندية المسنين .

١-تم التعرف على المعوقات التى تواجه التسويق الاجتماعى لخدمات أندية المسنين وكانت مرتبة كالتالى:

- معوقات ترجع إلى المسن .
- معوقات ترجع إلى الأخصائى الاجتماعى.
- معوقات ترجع إلى المجتمع المحلى .
- معوقات ترجع إلى أسرة المسن .
- معوقات ترجع إلى فريق العمل بأندية المسنين .

٢-تم التعرف على الاحتياجات التدريبية للأخصائيين الاجتماعيين لتنمية مهارات التسويق الاجتماعى لجذب المسنين للاستفادة من خدمات أندية المسنين والتى تمثلت بالترتيب فى :

- احتياجات قيمية .
- احتياجات مهنية .
- احتياجات معرفية .
- احتياجت مهارية .
- احتياجات شخصية .

٣-توصلت الدراسة الى تحقيق الهدف الرئيسى والمتمثل فى وضع إلى برنامج تدريبى مقترح لتنمية مهارات التسويق الاجتماعى للأخصائى الاجتماعى لجذب المسنين للاستفادة من خدمات أندية المسنين .

المراجع

(١) أحمد شفيق السكرى : **سياسات وبرامج رعاية المسنين**، بحث منشور فى : **المؤتمر العلمى الثالث عشر**، (جامعة القاهرة، فرع الفيوم، كلية الخدمة الاجتماعية، المجلد الأول، ٢٠٠٣)، ص ٢٠ .

(٢) سهير كامل أحمد : **دراسات فى سيكولوجية المسنين**،(مركز الاسكندرية للكتاب، الجزء الخامس، ١٩٩٨)، ص ٥٥ .

(٣) عبدالرحمن العيسوى : **سيكولوجية الشيخوخه**، (الاسكندرية، دار المعرفه الجامعيه، بدون تاريخ نشر)، ص ٧ .

(٤) الجهاز المركزى للتعبئه والإحصاء : **الكتاب الإحصائى السنوى** ، جمهورية مصر العربية، إصدار ٢٠١٣م .

(٥) عفاف عبد المنعم درويش وآخرون : **الحركة وكبار السن ودعوة للمشاركة البدنية والنفسية والعقلية والاجتماعية**، (الاسكندرية، منشأة المعارف، ٢٠٠٩)، ص ص ٩ : ١٠.

(٦) مصطفى مغاورى :" التدخل المهنى لطريقة خدمة الجماعة وتخفيف الشعور بالإغتراب لدى المسنين"، بحث فى : **مجلة الخدمة الاجتماعية والعلوم الإنسانية**، (جامعة حلوان، كلية الخدمة الاجتماعية، العدد الخامس والعشرون، ج٢، ٢٠٠٨) ص ٧٨٢ .

(٧) عزه عبدالجليل عبدالعزيز عبدالله : تحديد الاحتياجات التدريبية لأخصائى العمل مع الجماعات للتخفيف من حدة المشكلات الاجتماعية لدى المسنين، بحث فى : **مجلة الخدمة الاجتماعية والعلوم الإنسانية**، (جامعة حلوان، كلية الخدمة الاجتماعية، العدد السابع عشر، ج١، ٢٠٠٤) ، ص ١٠ .

[٨] عادل موسى جوهر : **المشكلات الفردية التى تواجه المسنين وأساليب رعايتهم إجتماعياً بالمؤسسات الإيوائية**، رسالة ماجستير غير منشورة، (كلية الخدمة الاجتماعية، جامعة حلوان، ١٩٨٠) .

[٩] سهير محمد خيري علي: المشكلات الناتجة عن التقاعد وعلاقتها برضا المتقاعد عن حياته ودور الخدمة الاجتماعية في مواجهتها، بحث فى : **مؤتمر تحديات التنمية في ضوء المتغيرات الراهنة**، (جامعة المنوفية، كلية الآداب، ١٩٩٣).

[١٠] عرفات زيدان خليل : أزمة التقاعد عن العمل لدى المسنين وتصور مقترح لدور خدمة الفرد فى مواجهتها، بحث فى : **المؤتمر العلمى الثانى عشر**، (جامعة حلوان ، كلية الخدمة الاجتماعية، ٢٠٠٣) .

(١١)أحلام رجب عبدالغفار : **رعاية المسنين**، (القاهرة، دار الفجر للنشر والتوزيع، ٢٠٠٣)، ص ص ١٠ :١١ .

[١٢] مدحت محمد أبوالنصر : نظام الساعد فى رعاية المسنين من منظور الخدمة الاجتماعية، ورقة عمل فى : **المؤتمر العلمى الثالث عشر**، (جامعة القاهرة، فرع الفيوم، ٢٠٠٢) ، ص ١٢٦ .

[١٣] أحمد شفيق السكرى : **سياسات وبرامج رعاية المسنين**، مرجع سبق، ص ٣٤ .

[١٤]نورهان منير حسن، محمد سيد فهمى : **الرعاية الاجتماعية للمسنين**، (الاسكندرية،المكتبة الجامعية، ٢٠٠٠)، ص ١٨٤.

[١٥] وجدى محمد بركات : أهمية التدخل المهنى لإعداد برامج تلبى احتياجات المسنين النفسية والاجتماعية لدمجهم فى المجتمع ورقة عمل فى،**ورشة العمل الخليجية للعاملين والمتطوعين في مجال رعاية كبار السنبدول مجلس التعاون الخليجي**، (مملكة البحرين ، ٢٣ -٢٠٠٩/٥/٢٥م) ص ١٤ .

(١٦) ماهر أبو المعاطى على وآخرون : **الممارسة العامة فى الخدمة الاجتماعية،** (حلوان، كلية الخدمة الاجتماعية، مركز نشر وتوزيع الكتاب الجامعى، ٢٠٠٥) بتصرف .

(١٧) جمال شحاته حبيب : **قضايا وبحوث واتجاهات حديثة فى تعليم وممارسة الخدمة الاجتماعية،** (الاسكندرية، المكتب الجامعي الحديث، ٢٠١٠) ص ص ٧٤:٧٥.

(١٨)محمد عبد الغني حسن ، رضوي محمد هلال : **التسويق الاجتماعي، إدارة رأس المال الاجتماعي،** (القاهرة، مركز تطوير الأداء والتنمية، ٢٠٠٩ م)، ص:١١.

(١٩) فريد النجار : **التسويق بالمنظومات والمصفوفات،** (الاسكندرية، الدار الجامعية، ٢٠٠٦)، ص ٢٧ .

(٢٠) جمال شحاته حبيب : **قضايا وبحوث واتجاهاتحديثة فى تعليم وممارسة الخدمة الاجتماعية،** مرجع سبق ذكره، ص٧٤.

(٢١) ماهر أبو المعاطى على : **الاتجاهات الحديثة فى تسويق الخدمات الاجتماعية وتكنولوجيا المعلومات،**

(القاهرة، المكتب الجامعى الحديث، ٢٠١٣)، ص ص ١٠١ : ١٠٣ .

(٢٢) محمد عبد الحميد : **نظريات الاعلام واتجاهات التأثير،** (القاهرة، عالم الكتاب ، ٢٠٠٤)، ص ٣٧٢.

(٢٣)بوران برهان الدين مريدن : **تخطيط حملات التسويق الاجتماعى بالتطبيق على حملات الصحة العامة فى مصر،** رسالة دكتورة غير منشورة ، (جامعة القاهرة، كلية الإعلام، ٢٠٠١) ، ص:٥٠.

(٢٤) فؤادة عبدالمنعم البكرى: **التسويق الاجتماعي وتخطيط الحملات الإعلامية،**(القاهرة، عالم الكتب، ٢٠٠٧) ص٢١.

(25) Chiristopher .lovelook and charlesB,Weinberg**: Markting for public and non profit mangers,**(shonwitey&sonsInc, 1984) , p.VIII

(٢٦) حسن حسين البيلاوي، سلامة عبد العظيم حسن : **إدارة المعرفة في التعلـيم،** (القاهرة، دار الوفاء لدنيا الطباعة والنشر ، ٢٠٠٧م) ص ص ٢٥٠-٢٥٤.

(٢٧) وجدى محمد أحمد بركـات : "المتطلبـات المعرفيـة والمهاريـة للأخصـائي الاجتماعي في مجال رعاية الشباب للقيام بدور المرشد بمراكز التنسيق الالكترونـي بالجامعة"بحث فى : **المؤتمر الدولي الحادي والعشرون،** (جامعـة حلـوان، كليـة الخدمة الإجتماعية، ٢٠٠٨) .

(٢٨) سحر فتحى مبروك: المهارات المهنية للأخصائى الاجتماعى فى اكتشاف ورعاية الموهوبين، بحث فى : **المؤتمر العلمى السادس عشر،** (جامعة حلوان ، كلية الخدمة الاجتماعية، ٢٠٠٣) ص ٣٠٤.

(٢٩) ماهر أبو المعاطى على : **الاتجاهات الحديثة فى تسويق الخدمات الاجتماعية وتكنولوجيا المعلومات،** مرجع سبق ذكره، ص ٣٥٨ .

(٣٠) ماجدى عاطف محفوظ وآخرون: **المهارات التطبيقية للاشراف فى العمل مع الجماعات،** (جامعة حلوان، مركز نشر وتوزيع الكتاب الجامعى- ٢٠٠٨)، ص ١٨٣.

(٣١) محمد عبد الغنى هلال: **التدريب الأسس والمبادئ،** (القاهرة-مركز تطوير الأداء والتنمية-٢٠٠٠)،ص ١٣

(32) NASW :**Standards For Social Work Personnel Practice**, U.S, District Of Columbia ,1990.

(٣٣)ماهر أبو المعاطي : **الخدمة الاجتماعية في مجال الدفاع الاجتماعي،** (الفيـوم، مكتبة الصفوة، ١٩٩٨) ص٣٠٣.

(34) Cole EllanLeonar: **Old Folks At Home**, Who Cares For The Frail, Elderly in Rural Social Net Work, Columbia University, 1983.

(35)Richard A. Starrett and others: The Support System Of The Hispanic Elderly And The Use Of Formal Social Services, **The Annual Scientific Meeting of GerontologySociety of America**, November 36th, Sonmancisco: CA, 1983, p. 25

(٣٦) نظيمة أحمد سرحان : "دراسة تقويمية لفاعلية الرعاية المؤسسية للمسنين "، بحث فى : **المؤتمر القومى لتعليم طب المسنين**، (جامعة عين شمس، يناير ١٩٩٣) .

([37])Palomina Jane Darlene: **Case management for Effective social work practice**, (N.Y.: California state University, 1994), P. 69.

(٣٨) نظيمة أحمد محمود سرحان :" العلاقة بين الممارسة المهنية لطريقة تنظيم المجتمع وفعالية الرعاية المؤسسية للمسنين"، بحث فى : **المؤتمر العلمى الدولى الثانى عشر**، (جامعة حلوان، كلية الخدمة الاجتماعية، المجلد الثالث، ١٣- ١٤ أبريل ١٩٩٩) .

([39]) ماهر أبو المعاطى على : "فعالية الخدمات الاجتماعية بأندية المسنين"، بحث فى : **المؤتمر العلمى السابع للخدمة الاجتماعية**، (جامعة القاهرة، فرع الفيوم، كلية الخدمة الاجتماعية، ١٩٩٤) .

(٤٠) إيمان محمد إلياس : **تقويم الخدمات الاجتماعية بأندية المسنين بمحافظة القاهرة**، رسالة ماجستير غير منشورة (كلية الخدمة الاجتماعية، جامعة حلوان، ١٩٩٨) . .

(41) DimickBarbara **: Marketing youth services**, Library Trends, vol. 43 n3, 1995.

(٤٢)أحمد عبد الفتاح ناجي : إمكانية تطبيق استراتيجية التسويق لتطوير أداء الجمعيات الأهلية في مصر، بحث فى : **المؤتمر العلمي الخامس عشر**، (جامعة حلوان، كلية الخدمة الاجتماعية، المجلد ٣،مارس ٢٠٠٢).

(43)Alan R.Andreasen: **Marketing social marketing in the social change market place** U.S.A American Marketing Association, Journal of public policy & marketing, vol 21,n1,2002).

(44) Karen healy : **managing human services market environment :what role for social workers?**,theburitish journal of social work, oxford university press ,vol 32,2002,p:p 527:540.

(45)Deshpande ,sameer :**applying social marketing concepts to promote responsible alcohol use among American college students** (USA :the university of Wisconsin –madison ,proquest dis sertation and Theses,2004).

(46) Kennel Mary, Debra : **When Worlds Collide, Negotiating between Academic and professional Discourse in a graduate social work program** , U.S. Massachusetts, 43 rd, 1992

(٤٧) جمال شحاته حبيب : بعنوان العلاقة بين تطبيق برنامج تدريبى للأخصائيين الاجتماعيين وتنمية أدائهم المهنى، بحث فى : **مجلة دراسات الخدمة الاجتماعية والعلوم الانسانية** ،(جامعة حلوان، كلية الخدمة الاجتماعية، أبريل ١٩٩٧) .

(٤٨) عزه عبدالجليل عبدالعزيز : **تحديد الاحتياجات التدريبية لأخصائى العمل مع الجماعات للتخفيف من حدة المشكلات الاجتماعية لدى المسنين** ، مرجع سبق ذكره .

(٤٩) مروة عبدالستار عبدالحميد على : **برنامج تدريبى مقترح لتنمية مهارات الممارس العام فى التعامل مع المسنين من منظور الممارسة العامة للخدمة الاجتماعية**، رسالة ماجستير غير منشورة،(جامعة حلوان، كلية الخدمة الاجتماعية، ٢٠١٤)

(٥٠) أيمن إسماعيل محمود : أساليب تنمية القدرات التسويقية لـــدي الأخصـــائيين الاجتماعيين "دراسة مطبقة علي الأخصائيين الاجتماعيين بالمجال الصحي بحث فى: **مجلة القاهرة للخدمة الاجتماعيـــة**، (القاهرة، المعهد العـــالي للخدمـــة الاجتماعيـــة بالقاهرة، العدد ١٥، ج١،٢٠٠٤) .