

قسم الادارة العامة

كلية الادارة والاقتصاد

المرحلة الثانية

إدارة التسويق

م. سعد علي محمود

كيفية ظهور التخطيط في الخدمة الاجتماعية :

اهتم الإنسان بالتخطيط منذ القدم ، ويعتبر الإصلاح الاجتماعي عبر التاريخ الذي نادى به المصلحون الاجتماعيون والمفكرون لتنظيم المجتمع الإنساني محاولات أولية في التخطيط الاجتماعي ، الأمر الذي دفع الكثير من الدول إلى الاهتمام به ،

أول من أضاف لفظ التخطيط في تعريفه للنشاط القائم في المجتمع :

يعتبر أول من أضاف لفظ التخطيط في تعريفه للنشاط الحالي في المجتمع هو الاقتصادي كريستان شوبنهايدر من النمسا عام 1910 م ، وقد أخذ المفهوم شكلاً تطبيقياً فنياً ظهرت آثاره من خلال إنجازات الإدارة العسكرية في ألمانيا أثناء الحرب العالمية الأولى ، وطبقته روسيا لتحويل المجتمع السوفيتي من زراعي إلى صناعي في خطة التنمية الخمسية عام 1928 إلى 1993 م ، ثم توالي أن أخذت الدول بحيث أصبح الآن حقيقة واقعية في كافة المجتمعات على اختلاف أنظمتها الاقتصادية والاجتماعية والسياسية ، حيث يأخذ أشكالاً تطبيقية تختلف باختلاف الأيديولوجية السائدة .

متى ظهر التخطيط الاجتماعي في الخدمة الاجتماعية ؟

لقد ظهر التخطيط الاجتماعي من منطلقات الخدمة الاجتماعية وتطور بتطويرها ، منذ أن كانت أنشطة الرعاية الاجتماعية انعكاساً من رغبة الإنسان في مساعدة أخيه الإنسان ، ومنذ أن كان يغلب عليه سمة الدين والإحسان والطابع التطوعي ، ثم أخذت وظائف وممارسات التخطيط في الخدمة الاجتماعية تدخل تحت عنوان تنظيم المجتمع إلى أن أخذ مصطلح تخطيط الرعاية الاجتماعية مكانه في السنوات الأخيرة ، وأن كان تخطيط الرعاية الاجتماعية ترجع أصوله إلى

مختلف البرامج العملية ، التي ظهرت خلال القرن التاسع عشر خاصة المجالات الاجتماعية وجمعيات تنظيم الإحسان ، ولقد أكد كثير من علماء الخدمة الاجتماعية أمثال ، آرثر دانهام ، وجلبرت وسبكت ، والفريد كان ، وروبرت لين ، وجاك روثمان ، على ممارسة عمليات التخطيط في إطار مهنة الخدمة الاجتماعية ، من خلال النماذج التي اقترحها كل منهم لتحديد علاقة التخطيط بمهنة الخدمة الاجتماعية .

ولقد ظهرت آراء في السبعينات من القرن الماضي أحدثت تطوراً وقفزة واسعة في التخطيط الاجتماعي ، حيث نادت هذه الآراء بضرورة أن يصبح التخطيط الاجتماعي طريقة مستقلة في الخدمة الاجتماعية ، وظهرت نظريات خاصة بالتخطيط لإثراء البناء المعرفي النظري ، وكذلك ظهرت نماذج تصلح للممارسة المهنية في التعامل مع المشكلات المجتمعية ، سواء على مستوى وضع الخطة أو تحليلها كما أصبح مقراً أساسياً يدرس في معاهد وكليات إعداد الأخصائيين الاجتماعيين على مستوى مرحلة البكالوريوس ، كما أصبح تخصصاً أكاديمياً على مستوى الدراسات العليا ، لتخريج متخصصين في التخطيط الاجتماعي على مستوى الماجستير والدكتوراه ضمن دراسات الخدمة الاجتماعية.

تخطيط الخدمة

لقد تناول الكثير من العلماء موضوع التخطيط بالتعريف الذي اختلف باختلاف ثقافات هؤلاء العلماء وتخصصاتهم المهنية ، ولم يتم الاتفاق حتى الآن على تعريف محدد ، وذلك يرجع لتعدد أنواع التخطيط ومستوياته إلى جانب حداثة العهد بتطبيقه بالإضافة إلى جانب أن التعريف يعبر عن وجهة نظر قائمة و مع تغير وجهات النظر تتعدد التعاريف ، وفيما يلي بعض هذه التعاريف

❖ **تعريف تخطيط الخدمة عند ميلفين ويبر :** عملية اتخاذ قرارات منطقية ، عن أهداف المستقبل ووسائل تحقيق هذه الأهداف والتي تستند على وضوح ورسم الإجراءات والقيم المتضمنة للطرق البديلة للعمل وتياح تتمثل توضيح التقدم والاختيار بين نظم العمل .

- ❖ **تعريف تخطيط الخدمة عند إفيلين :** التخطيط عملية مدركة لحل المشكلات و استطلاع المستقبل للتحكم في احداثه ، من خلال الدراسة والتفكير العلمي المنظم والبحوث العلمية وتحديد الاولويات .
- ❖ **تعريف تخطيط الخدمة عند مختار حمزة :** التخطيط هو عملية منتظمة تتضمن اتخاذ كثير من الإجراءات والقرارات ، للوصول إلى أهداف محددة خلال فترة زمنية مقدرة مستخدمة الموارد الإنسانية والمعنوية المتوفرة الآن ومستقبلاً أفضل استخدام .
- ❖ **ومن جانب آخر يمكن تعريف تخطيط الخدمة :** بأنه عبارة عن عمليات منظمة تشارك فيها القيادات المهنية والشعبية لإحداث تغييرات اجتماعية تهدف إلى نقل المجتمع من وضع اجتماعي إلى وضع أفضل منه ، خلال فترة زمنية محددة عن طريق اتخاذ مجموعة من القرارات لاستخدام الموارد المتاحة حالياً ومستقبلاً لإشباع الاحتياجات ومواجهة المشكلات في ضوء أيديولوجية المجتمع .

خصائص التخطيط في الخدمة

1. إنه تخطيط نوعي يتناول الخدمات الاجتماعية وخدمات الرعاية كمجال لتطبيق التخطيط مع الوضع في الاعتبار أن العامل الاقتصادي عند تنمية تلك الخدمات ، حيث أن التخطيط ليس هدفاً في حد ذاته وإنما وسيلة لوضع إطار شامل ومتكامل للمجتمع يسير في حدوده لتحقيق أهداف متفق عليها تحقق لجميع المواطنين إشباعاً لحاجاتهم وحلاً لمشكلاتهم .
2. منهاج علمي في العمل يتضمن مجموعة من العمليات المنظمة التي تؤدي إلى تحقيق تغييرات مقصودة عن طريق الوصول إلى مجموعة من القرارات المعتمدة على الدراسة الواقعية و التنبؤ بالمستقبل بهدف الوصول إلى صورة ووضع أفضل من الوضع الحالي .
3. . يقترن التخطيط من حيث نوعه وعملياته وأهدافه اقتراناً وثيقاً ، بطبيعة تكوين المجتمع الثقافي والاجتماعي والأيدولوجية السائد في المجتمع .

4. هو عملية تغيير اجتماعي لتوجيه طاقات المجتمع وإمكانياته في أقصر مدة زمنية معينة من خلال التنسيق بين الجهود المتفرقة ، لتسير في اتجاه واحد نحو إنجاز الأهداف المجتمعية .
5. يؤكد المشاركة الشعبية وتعبئة كافة القوى البشرية الموجودة في المجتمع من خلال مشاركة المواطنين والفنيين والمسؤولين والقيادات الشعبية والأجهزة في المستويات المختلفة ، وبذلك يتيح الممارسة الاجتماعية للتأثير على القرارات التخطيطية لتوزيع الخدمات و تنظيم استفادة المواطنين منها .
6. يتم من خلال أجهزة كل المستويات الجغرافية (القومي ، الإقليمي ، المحلي) ، والتي تجمع الأخصائيين الاجتماعيين كمختصين يعملون مع غيرهم من التخصصات لتحقيق أهداف المجمع في التنمية الكاملة .
7. هناك علاقة بين التخطيط وكافة طرق مهنة الخدمة الاجتماعية حيث يستخدمه الاخصائيون الاجتماعيون في كافة العمليات المهنية باعتباره اسلوباً علمياً وأداة فنية لتحقيق أهداف تلك الطرق .
8. يقوم التخطيط الاجتماعي على اساس نظري علمي متفق عليه يتمثل في المعارف العلمية التي يحصل عليها المخطط الاجتماعي من خلال دراسته لهذا الأساس النظري ، في صورة برامج ومشروعات يمكن تنفيذها ، وكذلك من خلال التدريب في مجالات التخطيط والمؤسسات التي تقوم بإعداد وتنفيذ خطط وبرامج الرعاية الاجتماعية .

ما هو الهدف العام للتخطيط في الخدمة الاجتماعية ؟

يتضمن الهدف العام للتخطيط تحقيق الأهداف التي يرغبها المجتمع في التنمية الكاملة ، ومن الناحية التطبيقية لا بد وأن يحقق التخطيط الاجتماعي أهداف تتصل بحياة الناس ومنها ، العمل المناسب والأجر ، الذي يحقق الاستقرار المادي وبتيح الغذاء والملبس والخدمات الصحية ، والتعليم المناسب ، وقدر من الترويح والثقافة ، وسيادة الكفاية والعدل ، وإتاحة الفرصة للمواطنين في بناء مجتمعهم ، وإشاعة الاستقرار والأمن والأمان في حياتهم.

الهدف الأول : يساعد التخطيط مهنة الخدمة الاجتماعية على تعبئة وتنظيم جهود الأخصائيين الاجتماعيين في مواقعهم المختلفة سعياً وراء تحقيق أهداف مجتمعية عامة .

الهدف الثاني : يعاون التخطيط المختصين في الخدمة الاجتماعية على اتصال أجهزة و تنظيمات ومؤسسات الخدمات الاجتماعية ، بالأهداف التي يساهم المجتمع لتحقيقها ، وتعين أولويات الخطط والبرامج والمشروعات التي تنجز الأهداف المجتمعية حتى تكون تلك الأجهزة ذو فاعلية مجتمعية .

الهدف الثالث : تجنب الوقوع في أخطاء نتيجة التغير الاجتماعي التلقائي غير الموجه أو غير المخطط أو التخطي في خطط متناقضة متضاربة لم توضع على أسس علمية سليمة .

الهدف الرابع : يتحقق بواسطة التخطيط ، التنسيق والتكامل بين كافة برامج ومشروعات التنمية الاقتصادية والاجتماعية ، سعياً وراء تحقيق أهداف مجتمعية يسعى المخطط الاجتماعي لتحقيقها ، من خلال عمله في مجالات الرعاية الاجتماعية.

الهدف الخامس : يتحقق عن طريق التخطيط الاجتماعي أقصى مستويات التعاون بين كافة الأجهزة والمؤسسات المهتمة بالرعاية الاجتماعية ، حيث تعمل هذه الأجهزة المتعددة في إطار السياسة محددة متفق عليها .

الهدف السادس : يمكن من خلال انتهاج التخطيط تحقيق الاستثمار الأمثل للإمكانيات والموارد البشرية والمادية والتنظيمية المتاحة أو التي يمكن إتاحتها سواء بالنسبة للمؤسسات الاجتماعية ، التي يمارس فيها الأخصائي الاجتماعي عمله ، أو بالنسبة للمجتمع وبالتالي يمكن إشباع أكبر قدر ممكن من احتياجات الأفراد ، وكذلك حل عدد كبير من مشكلاتهم أي تحقيق أكبر معدلات من الرفاهية الاجتماعية لأفراد المجتمع . .

الهدف السابع : يحدد التخطيط الاحتياجات والمشكلات كما يساعد على تنظيمها وفق أولوياتها بما يساهم في وضع الخطط المناسبة ، وحل المشكلات وفق الإمكانيات المتاحة أو التي يمكن إتاحتها خلال فترة زمنية محددة ، كما يساعد على التنبؤ بكثير من المشكلات قبل حدوثها وتجنب الوقوع فيها ومواجهتها اذا حدث فعلاً وتوفير افضل السبل لحلها .

تخطيط نظم المعلومات التسويقية

إن الحاجة الماسة للمعلومات ولأهميتها في اتخاذ القرارات فقد أزداد التركيز لتوفير المعلومات بالكمية والنوعية المطلوبة وبالسرية الملائمة لكي تساعد متخذي القرارات على اتخاذ القرارات الصحيحة والمناسبة للأعمال التسويقية ، وقد ازدادت الحاجة إلى تطوير نظم متكاملة للمعلومات تتسجم مع التطورات التكنولوجية الحديثة لاسيما التطورات التي واكبت أجهزة الحاسوب وتقنيات المعلومات الأخرى ذات السرعة والتكلفة والقدرة لهذا أصبح من الضروري قبل اختيار نظام المعلومات أن نتعرف على كيفية تصميم نظام المعلومات فضلاً عن الأخذ بنظر الاعتبار أن النظام قابل للتطوير ومواكبة التكنولوجيا واستيعاب كميات هائلة من المعلومات وتحليلها والخروج بنتيجة سريعة ودقيقة لدعم متخذي القرارات في ما يخص القرارات الإدارية بشكل عام و القرارات التسويقية بشكل خاص

مفهوم تخطيط نظم المعلومات التسويقية

لقد أسهم تخطيط نظم المعلومات في مساعدة المنظمات على تحقيق النجاح في الأسواق العالمية واكتسابها القدرة التنافسية العالية مما أدى إلى أن يصبح الموضوع صعبة للغاية بالنسبة للعلماء والباحثين في السنوات الأخيرة ، فأجريت الكثير من الدراسات على تخطيط نظم المعلومات للمساعدة في جعله أسهل تنفيذاً وفعالية وأكثر ربحية ، إن تخطيط نظم المعلومات أمر بالغ الأهمية في وضع وتنفيذ الخطط الاستراتيجية الناجحة في الشركات الكبيرة على المستوى العالمي ، ويلاحظ في حالة الأعمال الراهنة أن الأسواق غير مؤكدة جداً مما يدفع الشركات إلى اعتماد استراتيجيات فعالة واستباقية من أجل الحصول على ميزة تنافسية ، يتم توجيه صيغة الاستراتيجية عن طريق عملية المنظمة وأهدافها على أساس تحليل حذر للمنظمة المعنية إذ عرف تخطيط نظم المعلومات الاستراتيجية على أنه "مجموعة معقدة من الإجراءات التنظيمية التي تمثل فلسفة التخطيط عن طريق استشعار أهميتها لأدراك مجموعة من التطبيقات البارزة والتكنولوجيا اللازمة لتحقيق النجاح الاستراتيجي للمنظمة ، وليس خطوة بعد خطوة ، باختيار أفضل منهجية ، وكذلك اختيار المشاركين الداخليين والخارجيين ، وإنشاء الميزانية وتحديد الهدف من التركيز"

وقد وصفه (Newkirk) بأنه "عبارة عن عمليات المجموعة من التطبيقات المستندة إلى الحاسوب للمساعدة على تحقيق أهدافها وتتكون هذه المجموعة من مجموعة معقدة من المهام أو الأنشطة المترابطة التي تساهم في تحسين القرارات الاستراتيجية

ومن وجهة نظر كل من (Rawani , Gupta) فقد وصفا تخطيط نظم المعلومات على أنه عبارة عن عمليتين على مستوى جميع المنظمات هما :

1. عملية ابتكار وابداع عن طريق استخدام نظم المعلومات لتحقيق الميزة التنافسية .
2. عملية تحديد الفرص المتاحة لاستخدام نظم المعلومات في مساعدة المنظمة في اداء اعمالها الحالية مما يؤدي إلى تحقيق أهداف الأعمال .

مكونات تخطيط نظم المعلومات التسويقية

ان ابعاد القياس لنجاح التخطيط لنظم المعلومات هو ما جاء به (Segars & grover) اذ انه يعد من اشهر وافضل المساهمات التي تقيس نجاح تخطيط نظم المعلومات وهو يتكون من 30 فقرة مقسمة على اربعة محاور وكما يأتي :-

1. **التوافق** : يشير إلى الارتباط بين استراتيجية نظم المعلومات واستراتيجية الأعمال ، أو بمعنى آخر أن وظيفة التخطيط تقوم على تنسيق أهداف نظم المعلومات المتبع بالمصرف مع خطة المصرف لتحقيق أهداف معينة خلال مدة معينة ، إني لا تتعارض أهداف النظم المعلوماتي مع الأهداف الاستراتيجية للمصرف ، كذلك العمل يكون متناسقة ومترابطة و تقوم استراتيجيات نظم المعلومات بدور مهم عن طريق التكامل مع التخطيط الاستراتيجي للمصرف ككل ، ويجب أن يكون متوافقة مع تلك المنظومة الاستراتيجية العامة للمصرف و تستخدم استراتيجيات نظم المعلومات في التأكيد على أهمية التفكير الاستراتيجي في عمل المنظمات .
2. **التعاون** : يشير إلى مدى التعاون بين أولويات التطوير ، وجدول التنفيذ ، والمسؤولية الادارية ، يتكون نظم المعلومات غالبا من موارد بشرية وأدوات (أجهزة و برمجيات) وتكون في تغير مستمر بحسب تطور العالم وبالأخص التطور المتسارع للرقميات من أجهزة حاسوب وبرمجيات متطورة ، فهذا ما يوجب أن يكون هناك توافق وانسجام بين التطور الحاصل في الموارد إلى خطة الجدولة لتنفيذ المشروع ضمن الموازنة التي تم تحديدها في عملية التخطيط ، فضلا عن الرقابة

التي تقوم بها الإدارة العليا لمعرفة ما تم التخطيط له وما جرى على أرض الواقع ومدى تحقيق هدف المنظمة أو المصرف الذي تم التخطيط له وما مدى الانحراف عن هذا الهدف ، إن المسؤولية الادارية تكون من خلال ثلاثة أبعاد لتنفيذ عملية التخطيط هي (السلطة والإقناع والسياسية) .

3. التحليل : تشير إلى دراسة عمليات وإجراءات ، وتكنولوجيا المنظمة أي بمعنى آخر هي عملية دراسة الأسلوب المتبع لدى المنظمة في تنفيذ الخطة الموضوعة ضمن موازنه تم رصدها لهذا العمل وتقاس حسب مقاييس معينة ، فضلا عن دراسة تحليلية للتطور التكنولوجي في المصرف مقاس في التطور التكنولوجي للمصارف الأخرى ضمن العوامل نفسها .

4. القدرات : تشير إلى إمكانية التحسين في نظام التخطيط ، وتعتمد إمكانية تطوير نظم المعلومات المخطط إلى المرونة العالية التي يجب أن يتميز بها بكيفية ملائمة للتطوير الحاصل مع التكلفة المخطط لها ضمن الموازنة المخصصة لهذا النشاط في المنظمة.

وتتطلب وظيفة التخطيط اتخاذ قرارات بشأن أربعة عناصر أساسية من الخطط :

أ- الأهداف : - وهي ما تطمح إلى تحقيقه المنظمة ، وغالبا ما يكون هدف المنظمة الرئيسي هو الربحية بالإضافة إلى أهداف ثانوية ووقتية ، ولأهداف ثلاثة خصائص :-

- ❖ **أولوية :** ويقصد بالأولوية هو تحقيق هدف في وقت معين أكثر أهمية من تحقيق أهداف أخرى .
- ❖ **التوقيت :** ونقصد به البعد الزمني أي يجب تحقيق الهدف خلال مدة معينة من العمل بها إلى ما تم التخطيط له .
- ❖ **القياس :** يتطلب التخطيط الفعال قياس الأهداف ، فتوجد مجموعة من القياسات لتحديد الأهداف في أغلب المجالات (وضع السوق ، والابتكارات ، والإنتاجية ، والموارد المادية والمالية والربحية ، وأداء المدير والمسؤولية ، وأداء العامل وموقفه ، والمسؤولية الاجتماعية .) .

- ب- الإجراءات :** هي الطريقة أو الوسيلة التي تحقق الأهداف المخطط لها ، أو بمعنى هي الآلية التي يسير عليها العمل لتحقيق الأهداف المخطط لها .
- ت- الموارد :** أو ما يعرف بالعناصر الانتاجية (الأرض ، العمل ، رأس المال و التنظيم) وتحدد مصادر الموارد ومستوياتها ضمن عملية التخطيط لتحقيق هدف المنظمة،
- ث- التنفيذ :** - هو تنفيذ العمل المخطط له عن طريق تنسيق الموارد بأسلوب مخطط له ضمن ميزانية مخططة لتحقيق أهداف وفق مناهج هي (السلطة والاقتناع والسياسة).

أهمية تخطيط نظم المعلومات التسويقية

تم إنشاء نظم المعلومات التسويقية لعدم امتلاك المديرين للمعلومات الكافية والمناسبة ليتم الارتكاز عليها في اتخاذ القرارات ، فأصبحت الحاجة ملحة إلى المعلومات الشاملة والمتجددة عن المحيط الداخلي و الخارجي والمتغيرات التي تحكمها ..

ومن ثم فإن عملية جمع المعلومات يجب أن تكون مستمرة وفقا لنظام معين ، وهو ما تم تداركه لدى بعض المنظمات والتي بدأت تسعى إلى إنشاء نظم معلومات تسويقية ، إذ يوفر لها المعلومات اللازمة لاتخاذ قرارات تسويقية فعالة . كما يزيد الاهتمام بنظم المعلومات التسويقية بسبب :

- ✓ انتقال المنظمات من الأسواق المحلية إلى الأسواق الأجنبية .
- ✓ التحول من إشباع حاجات الزبائن إلى إشباع رغباته .
- ✓ و التحول من المنافسة السعرية إلى المنافسة غير السعرية .

أما في حالة عدم استخدام نظم المعلومات التسويقي فسوف ينتج عددا من النتائج تم جمع جزءا منها وكما يأتي:-

1. يمكن ان تضيق الفرص .
2. قد يكون هناك نقص في الوعي بالتغيرات البيئية وكذلك إجراءات المنافسين .

3. قد يكون من الصعب تحليل البيانات على مدى مدد زمنية مختلفة .
4. قد لا تتم مراجعة قرارات وخطط التسويق بشكل صحيح.
5. قد لا يتم تخزين المعلومات السابقة في شكل سهل الاستخدام .
6. ويمكن أن تكون الإجراءات رجعية بدلا من توقعية .

ويمكن تلخيص أهميته تخطيط نظم المعلومات التسويقية بالنقاط الآتية :

- أ- تزويد المديرين بالمعلومات الرسمية التي يتم عن طريقها ، تحليل بيئة المنظمة الداخلية والخارجية ، والتعريف بعمل المنظمة ورسالتها ، وتحديد أهداف المنظمة
- ب- تطوير الإحساس بوحدة الاتجاه والغرض و تحديد الأولويات المهمة في عمل المنظمة : وفهم الظروف التي ساهمت في النجاح والفشل السابق (>
- ت- زيادة الفاعلية عن طريق تحقيق أهداف المنظمة ورسالتها .
- ث- زيادة الكفاءة من خلال الوصول إلى عدد من النتائج الإيجابية بموارد أقل .
- ج- تحسين قدرات الفهم والتنبؤ والتكيف مع الظروف المتغيرة .
- ح- المساهمة في صنع قرارات أفضل
- خ- المساهمة في اختيار الاستراتيجية الصحيحة : من توفير المعلومات المرتبطة بالخطوة الاستراتيجية وأدوات التحليل والمشاركة في صنع الخطه ، ومن ثم الوصول إلى دعم أفراد المنظمة لعملية الصياغة والتنفيذ .