



السيد الأستاذ الدكتور / نائب رئيس الجامعة

لشئون خدمة المجتمع وتنمية البيئة

تحية طيبة وبعد

يطيب لنا أن نتقدم لسيادتكم بأطيب الأمنيات وأرق التحيات، ونتشرف بأن نعرض على سيادتكم تقرير قافلة كلية الاقتصاد المنزلي جامعة المنوفية. تحت رعاية وإشراف السيد الأستاذ الدكتور / نائب رئيس الجامعة لشئون خدمة المجتمع وتنمية البيئة والمتجهة إلى وحدة صحة الأسرة بقرية مجريا - مركز أشمون - محافظة المنوفية وذلك يوم الثلاثاء

الموافق ٢٤ / ٨ / ٢٠٢١ م .

بإشراف فني ومشاركة:

أستاذ ووكيل الكلية لشئون خدمة المجتمع وتنمية البيئة.

- أ.د/ سهام عزيز السيد خضر

أستاذ مساعد بقسم إدارة المنزل والمؤسسات بالكلية .

- أ.م.د/ رباب السيد مشعل

" وتفضلوا سيادتكم بقبول وافر التحية والتقدير،،،،

وكيل الكلية

لشئون خدمة المجتمع وتنمية البيئة

عميد الكلية

(أ.د/ شريف صبري رجب مكاوي)

(أ.د / سهام عزيز السيد خضر)



تقرير القافلة المتكاملة

مقدمة:-

إيماناً منا بأهمية القوافل الإرشادية وما يترتب عليها من أثر ايجابي في تنمية المجتمع فقد تم تنفيذ قافلة إرشادية من كلية الاقتصاد المنزلي والمتجهة إلى وحدة صحة الأسرة بقرية مجريا - مركز أشمون - محافظة المنوفية وذلك يوم الثلاثاء الموافق ٢٤ / ٨ / ٢٠٢١ م .

الأهداف :-

- التسويق الالكتروني للمشروعات الصغيرة .
- تنمية مهارات ترشيد الاستهلاك في مجالات الاقتصاد المنزلي .

المستهدفون:-

- العاملين والشباب المترددين داخل الوحدة .
- الأخصائيين - المشرفين .

مكان القافلة ومدة التنفيذ:-

- وحدة صحة الأسرة بقرية مجريا- مركز أشمون- محافظة المنوفية وذلك يوم الثلاثاء الموافق ٢٤ / ٨ / ٢٠٢١ م .
- (يوم واحد) من الساعة التاسعة صباحا حتى الواحدة ظهراً .

أسماء السادة أعضاء هيئة التدريس المشاركين في القافلة:-

- أ.د/ سهام عزيز السيد خضر
- أ.م.د/ رباب السيد مشعل

أسماء المشاركين من جهات أخرى:-

- فريق إدارة الإعلام.
- فريق إدارة القوافل.

وكيل الكلية
لشئون خدمة المجتمع وتنمية البيئة
والمشرف الفني على القافلة

(أ.د/ سهام عزيز السيد خضر)



الأنشطة التي قامت بها كلية الاقتصاد المنزلي

الأنشطة التي تم تنفيذها :-

التسويق الإلكتروني للمشروعات الصغيرة :

كيف تسوق لمشروعك؟

إن التسويق للمشروعات الصغيرة والمتوسطة ليس بالأمر السهل أو الهين، رغم أهمية هذه المشروعات وما تنطوي عليه من ميزات تنافسية؛ ذلك لأنها تقدم منتجات حديثة نسبيًا بالنسبة للسوق المستهدف، كما أن منافسيها غالبًا ما يكونوا من الأقوياء، وممن لهم باع طويل في السوق.

وعلى ذلك يمكن التسويق للمشروعات الصغيرة والمتوسطة بنجاح عبر إتباع الخطوات التالية:

١. دراسة السوق :

تُعرف دراسة السوق، ببساطة، بأنها جمع المعلومات الخاصة بالسوق المستهدف؛ من حيث اتجاهات المستهلكين، وشرائحهم العمرية والاجتماعية والاقتصادية في المناطق التي سيتم فيها بيع المنتج بشكل رئيس.

٢. دراسة المنتج :

من خلال دراسة السوق يمكنك العمل على تطوير منتجك بما يناسب حاجات شرائح أوسع من المستهلكين، ولا يهم طبيعة المنتج سواء كانت خدمية أو تجارية أو حتى ترفيهية؛ حيث إن احتياجات المستهلك لكل تلك الأنواع من المنتجات موجودة دائمًا بدرجة أو بأخرى؛ لذا فإن تحديد حاجات العميل هي التي تتيح الفرصة لإبداعات جديدة في المنتج ذاته من خلال سد احتياجات الشرائح المستهدفة من المستهلكين.

٣. خطط التسويق :

تختلف خطة التسويق تمامًا عن المبيعات، ويجب أن تتضمن خطة التسويق عرضًا يشبع احتياجات العميل وليس مزايا المنتج فقط، كالأسعار التنافسية، مع عدم المبالغة في تخفيض سعر المنتج أو الخدمة، والجودة التي يجب أن تكون في أولويات التسويق، كذلك إبراز ميزة خدمات ما بعد البيع من صيانة، وإمكانية استرجاع أو استبدال المنتج .

التسويق الإلكتروني :

اليوم التسويق الإلكتروني لم يعاد خيار يمكن للشركة أو المشروع التجاري صغير كان أو كبير الاختيار بينه وبين أشكال أخرى من التسويق، بل صار ضرورة على كل نشاط تجاري أي كان تخصصه ومجال عمله أن يستخدم هذا الشكل من التسويق، حتى لو قرر استخدام التسويق التقليدي أو أشكال أخرى فأن التسويق الإلكتروني لا بد أن يكون حاضر في أي استراتيجية تسويق وترويج.

مزايا التسويق الإلكتروني :

في أي مجال يعمل به مشروعك سيكون هناك منافسين، وعليك منافستهم للحصول على أكبر حصة من السوق والعملاء، خاصة في حال كان منافسيك مشاريع كبيرة وأنت مازالت جهة ناشئة.

هنا يتعين عليك استخدام التسويق الإلكتروني لإثبات نفسك وحضورك بين المنافسين الآخرين، بالتالي يمكنك استغلال المزايا التنافسية لديك، استغلال نقاط الضعف عند منافسيك للظهور وتعزيز تواجد علامتك التجارية أمام العملاء.

تكاليف تسويق أقل :



في حال كنت لا تنوي استخدام التسويق الإلكتروني في نشاطك التجاري، ما هو الخيار البديل لديك؟ هل ستستخدم التسويق التقليدي بالإذاعة والتلفزيون والإعلانات مثلًا، هذا سيكلفك الكثير بمقابل التسويق الإلكتروني ذو التكاليف القليلة فضلًا عن النتائج الأفضل التي ستتوصل لها .

كسب ثقة العملاء :

من خلال التواصل المستمر مع جمهور مشروعك عبر وسائل التواصل الاجتماعي المختلفة، وتقديم محتوى جيد من خلال هذه القنوات، وعبر التفاعل المستمر والدائم مع الجمهور ستكسب ثقة عملاءك وولاءهم بمرور الوقت .

تعريف مفهوم ترشيد الاستهلاك :

حسن استغلال موارد الأسرة المتاحة أو الاستغلال الأمثل لموارد الأسرة المتاحة وذلك بعدم الإسراف في استخدامها وتقليل الفاقد منها بقدر الإمكان . أي رفع الكفاية الإنتاجية للأسرة من خلال تطبيق السلوك الإداري عند استعمالها لجميع مواردها المتاحة لتحقيق أهدافها وإشباع حاجاتها المختلفة بصورة متوازنة .

الترشيد على مستوى الدولة :

- 1- طرق إدارية مباشرة بنظام البطاقات وهو ترشيد إجباري .
- 2- طرق اقتصادية غير مباشرة عن طريق رفع وخفض الأسعار .
- 3- تغيير نمط الاستهلاك عن طريق وسائل الإعلام ومن أهمها السمعية كالإذاعة والبصرية كالصحف والتلفزيون والندوات والخطب في المساجد أو النشرات .

ترشيد الاستهلاك الغذائي :

ترشيد الاستهلاك هو بحق موضوع الساعة وهو ضرورة قومية من الضروريات التي تأخذ بها الدول المتقدمة والنامية على السواء لأنه عنصر هام من عناصر إقامة الاقتصاد القومي . والترشيد عموماً سواء كان في بند الغذاء أو غيره من بنود الاستهلاك - أمر صعب لأنه يتطلب تبصيراً واعياً وتغييراً لكثير من المفاهيم وطرق السلوك والعادات التي لها صلة بالتقاليد المتوارثة في المجتمع وذلك يستلزم وقتاً وجهداً وصبراً لتأتي النتائج ايجابية .

الاستخدام الأمثل للمواد الغذائية لتحقيق أفضل استفادة ممكنة وعدم الإسراف في استخدامها وتقليل الفاقد منها بقدر المستطاع وحصول كل فرد من الأسرة على الكمية اللازمة للجسم لضمان الحصول على عناصر الغذاء بنسب متوازنة وكافية .



صفات المستهلك الرشيد :

- ١) التمييز بين الجيد والردي من السلع .
- ٢) قراءة واستيعاب البيانات المرفقة بالسلع الخاصة بالمحتويات أو كيفية الاستعمال .
- ٣) الحصول علي المعلومات الكافية خصوصاً بالنسبة للسلع الكبيرة والتي تعمر طويلا قبل عملية الشراء.
- ٤) المقاضلة بين الأنواع المختلفة للسلعة الواحدة .
- ٥) الاستعاضة عن السلع غالية الثمن أو غير المتوفرة بسلع بديلة .
- ٦) الانتفاع بكل سلعة إلى أقصى حد ممكن عن طريق تقليل الفاقد وعدم الاستهانة به مهما كان ضئيلا .





الانجازات :

- التسويق الالكتروني للمشروعات الصغيرة .
- تنمية مهارات ترشيد الاستهلاك في مجالات الاقتصاد المنزلي .

التوصيات :-

- (١) الحصول علي المعلومات الكافية خصوصاً بالنسبة للسلع الكبيرة والتي تعمر طويلاً قبل عملية الشراء.
- (٢) حسن استغلال موارد الأسرة المتاحة أو الاستغلال الأمثل لموارد الأسرة المتاحة وذلك بعدم الإسراف .
- (٣) الانتفاع بكل سلعة إلي أقصى حد ممكن عن طريق تقليل الفاقد وعدم الاستهانة به مهما كان ضئيلاً .

الصعوبات : لا يوجد

استمارة تقييم الأداء :

عناصر التقييم	ملائم	غير ملائم	إلى حد ما
مدى ملائمة التوقيت لتقديم الخدمة	٩٨%	-	٢%
مدى الاستفادة من الخدمة	٩٧%	-	٣%
مستوى الرضا عن الخدمة	١٠٠%	-	-
مستوى كفاءه مقدمي الخدمة	١٠٠%	-	-
مدى ملائمة المكان لتقديم الخدمة	٩٥%	-	٥%
مدى توافر التسهيلات لتقديم الخدمة	٩٥%	-	٥%
مستوى الإعداد والتنظيم	٩٥%	-	٥%
مدى الحاجة لتكرار تقديم الخدمة	١٠٠%	-	-
معدل الإقبال على الخدمة	٩٧%	-	٣%
مدى مناسبة الوقت المستغرق للحصول على الخدمة	٩٨%	-	٢%

وكيل الكلية
لشئون خدمة المجتمع وتنمية البيئة
عميد الكلية

(أ.د/ شريف صبري رجب مكاي)

(أ.د/ سهام عزيز السيد خضر)

