

الفصل الثاني

الدراسات السابقة والمرتبطة

يتناول هذا الفصل عرضاً للدراسات والبحوث السابقة التي ترتبط بمجال البحث الحالي .

وقد اقتصرت الباحثة في عرضها لتلك الدراسات على أهم ما توصلت إليه من نتائج تفيد البحث الحالي.

وتقدم هذه الدراسات من خلال محورين أساسيين هما :-

أولاً : دراسات تناولت التسويق أو بعض الأنشطة التسويقية.

ثانياً : دراسات تناولت استخدام الكمبيوتر كمساعد تعليمي في

المواد التجارية.

أولاً : دراسات تناولت التسويق أو بعض الأنشطة التسويقية .

١- دراسة جيهان إبراهيم (١٩٩٠) ^(١)

استهدفت الدراسة بيان أهمية دور المسؤولية الاجتماعية للتسويق كأساس لترشيد استهلاك الطاقة الكهربائية ، وذلك من خلال تحديد الأنماط الاستهلاكية للمستهلكين فى القطاعين المنزلى والتجارى ، والتعرف على مدى وعيهم بأهمية ترشيد استهلاك الطاقة الكهربائية ، وتحديد خصائص الطلب على الطاقة الكهربائية ، ومن أهم النتائج التى توصلت إليها الدراسة :-

- إن المسؤولية الاجتماعية للتسويق لترشيد الطاقة الكهربائية تعنى التزام قطاع الكهرباء فى استخدام عناصر المزيج التسويقي من أجل نشر فكرة ترشيد استهلاك الطاقة الكهربائية وذلك للتأثير على الأفراد لتغيير سلوكهم .
- إن مفهوم المسؤولية الاجتماعية للتسويق هو مفهوم شامل يقع على عاتق جميع أنواع أنشطة التسويق ، وإن موضوع ترشيد استهلاك الكهرباء هو تسويق فكرة ، وتقتضى المسؤولية الاجتماعية للتسويق استخدام التسويق الاجتماعى باعتباره تطبيقاً للمفاهيم والمبادئ التسويقية فى مجال تسويق الأفكار والقضايا الاجتماعية .

٢- دراسة عبد الباقي أبو زيد (١٩٩١) ^(٢)

استهدفت الدراسة إعداد وحدة لتنمية مفاهيم تجارة التجزئة لدى طلاب التعليم الثانوى التجارى ، وتوصلت الدراسة إلى النتائج التالية :-

- إن تدريس الوحدة المقترحة لطلاب الصف الأول الثانوى التجارى العام أدى إلى ارتفاع مستوى تحصيلهم فى مستويات التذكر والفهم والتطبيق والمجموع الكلى .
- إن للوحدة المقترحة فعالية مقاسة بمعادلة بلاك لتحديد نسبة الكسب المعدل لقبول المقرر المقترح وبلغت نسبة الكسب المعدل للوحدة المقترحة (١,٣) وهى أكبر من الحد الفاصل الذى حدده بلاك لقبول المقرر المقترح وهو (١,٢) .

^(١) جيهان عبد المنعم إبراهيم : المسؤولية الاجتماعية للتسويق كأساس لترشيد استهلاك الطاقة الكهربائية مع التطبيق على القطاع المنزلى والتجارى بمحافظة القاهرة الكبرى ، رسالة ماجستير ، كلية التجارة ، جامعة عين شمس ، ١٩٩٠ .

^(٢) عبد الباقي عبد المنعم أبو زيد : وحدة مقترحة لتنمية مفاهيم تجارة التجزئة لدى طلاب المدارس الثانوية التجارية العامة ، رسالة ماجستير ، كلية التربية بسوهاج ، جامعة أسيوط ، ١٩٩١ .

٣- دراسة غادة زكى (١٩٩٢)^(١)

استهدفت الدراسة استخدام مفاهيم التسويق في دراسة الأبعاد المختلفة للطاقة الكهربائية في مصر من ناحية والعوامل المؤثرة فيها من ناحية أخرى . وذلك لترشيد استهلاك الطاقة الكهربائية وخاصة في مجال قطاع المنازل . وقد توصلت الدراسة إلى ما يلي :-

لا توجد خطة واضحة للتعاون بين وزارة الكهرباء والطاقة والأجهزة المعنية الأخرى كوزارة الصناعة ووزارة الإعلام لنشر فكرة ترشيد الطاقة الكهربائية والعمل على تقديم الوسائل اللازمة للمستهلك ليقوم بالترشيد . و الزيادة في الدخل هي المؤثر في ارتفاع استهلاك الكهرباء وليس المؤثر ارتفاع أسعار الكهرباء . وأيضاً طريقة التسعير وهي طريقة السعر الموحد لا تخدم أغراض الترشيد . ولا توجد استراتيجية ترويجية واضحة لوزارة الكهرباء والطاقة لتوصيل المعلومات وإقناع المستهلك بفكرة ترشيد استهلاك الكهرباء .

٤- دراسة إبراهيم أبو النور (١٩٩٣)^(٢)

استهدفت الدراسة تقييم مدى شمول وتوازن الفكر الغربي الأمريكي في مجال المسؤولية الاجتماعية للتسويق . وتقييم مدى شمول وتوازن النموذج المصري في مجال المسؤولية الاجتماعية وتقييم مدى شمول وتوازن الفكر الإسلامي في مجال المسؤولية الاجتماعية للتسويق . ومدى كفاءة النموذج المقترح في مجال المسؤولية الاجتماعية . وفي معالجة أوجه القصور في النموذج الغربي والنموذج المصري . وأهم النتائج التي توصلت إليها الدراسة :-

• إن النموذج الغربي لا يزال يعاني من أوجه قصور عديدة في أهم مجالات المسؤولية الاجتماعية للتسويق . وهناك العديد من أوجه القصور في مجال المسؤولية الاجتماعية للتسويق في مصر .

^(١) غادة وليم زكى : استخدام مفاهيم التسويق في ترشيد الطاقة الكهربائية ، رسالة ماجستير ، كلية التجارة ببور سعيد ، جامعة قناة السويس ، ١٩٩٢ .

^(٢) إبراهيم أبو النور محمد محمود : المسؤولية الاجتماعية للتسويق "نموذج مقترح مع التطبيق على شركات القطاع العام الصناعي" ، رسالة دكتوراه ، كلية التجارة بني سويف ، جامعة القاهرة ، ١٩٩٣ .

- إن الفكر الإسلامى نموذج شامل ومتوازن فى مجال المسئولية الاجتماعية للتسويق ويغضى كافة العناصر الفرعية لها .
- إن تطبيق النموذج الإسلامى المقترح فى شركات القطاع العام الصناعى (محل الدراسة) يؤدى إلى علاج أوجه القصور التى يتسم بها أداء هذه الشركات فى مجال المسئولية الاجتماعية .

٥- دراسة أمانى الشريف (١٩٩٣)^(١)

حيث هدفت الدراسة إلى دراسة وتقييم الأداء التسويقى للبنك الرئيسى للتنمية والائتمان الزراعى بالتطبيق على محافظة المنوفية ، وتحديد المشاكل التى تعوق أداء الأنشطة التسويقية بكفاءة ، وتحليل سبل معالجتها فى ضوء الإمكانيات المتاحة لهذه البنوك مع تحديد اتجاهات وأساليب رفع كفاءة الخدمات التى يؤديها بنك التنمية والائتمان الزراعى : وتوصلت الدراسة إلى: أن هناك قصوراً واضحاً فى فهم وممارسة السياسات المختلفة المتعلقة بتسويق خدمات بنك التنمية والائتمان الزراعى : وإن ارتفاع كفاءة خدمات بنك التنمية والائتمان الزراعى تتوقف على مدى اقتناعه بأهمية تطبيق المفهوم التسويقى وتطبيق الأسلوب العلمى فى تسويق الخدمات .

٦- دراسة حسن الجندى (١٩٩٣)^(٢)

هدفت الدراسة إلى اختبار أن الشركات التى تتوفر لها معلومات تسويقية للصادرات بدرجة جودة أعلى من الشركات التى تتماثل معها فى الظروف تكون فى موقف تنافسى أفضل فى الأسواق الخارجية . ومن أهم النتائج التى توصلت إليها الدراسة :-

- أن هناك علاقة ارتباط جوهري بين المعلومات التسويقية المقدمة لمديرى التصدير فى شركات القطاع العام للغزل والنسيج والملابس وبين القدرات التصديرية لهذه الشركات.
- أن المعلومات التسويقية مسنولة عن نسبة ٣٢٪ من التغييرات التى تحدث فى القدرة التصديرية لهذه الشركات ، وأى تحسين فى مستوى جودة المعلومات التسويقية المقدمة لمديرى

^(١) أمانى محمد محمود الشريف : دور التسويق فى رفع كفاءة خدمات البنك الرئيسى للتنمية والائتمان الزراعى " دراسة تطبيقية فى محافظة المنوفية " ، رسالة ماجستير ، كلية التجارة ، جامعة المنوفية ، ١٩٩٣ .

^(٢) حسن محمد أحمد الجندى : تأثير المعلومات التسويقية على تنمية القدرة التصديرية لشركات القطاع العام الصناعى ، رسالة دكتوراه ، كلية التجارة ، جامعة عين شمس ، ١٩٩٣ .

التصدير بهذه الشركات بنسبة ١٪ يؤدي إلى تحسين مستوى القدرة التصديرية لهذه الشركات بنسبة ١,٥٤٪ .

٧- دراسة " ماجليو Maglio " (١٩٩٣) ^(١)

هدفت الدراسة إلى تحديد العوامل التي تؤثر على الطالب عند اختياره أحد المعاهد العليا للتعليم وتقييم الأنشطة التسويقية لجامعة (ستوت) ، وقد أوضحت نتائج الدراسة :-
أن جهود الجامعة التسويقية محدودة ، وهناك القليل من التخطيط طويل المدى ، والعناصر المؤثرة على الطلاب عند اختيار المعهد هي التعيين في الوظيفة الملائمة عند التخرج ، وبرامج الدراسة المتخصصة ، والسمعة الأكاديمية للمعهد ، والتكاليف المخفضة عند الالتحاق .
وأوصت الدراسة بضرورة وضع خطة تسويقية للجامعة لتطويرها وتحسين صورتها الحالية.

٨- دراسة برهامى زغلول (١٩٩٤) ^(٢)

استهدفت الدراسة تنمية مهارات البيع الشخصي لدى طلاب المدارس الثانوية التجارية من خلال منهج فى فن البيع يتضمن مهارات البيع الشخصى بما يتلاءم ومتطلبات سوق العمل.
وقد قدمت الدراسة قائمة بمهارات البيع الشخصى المباشر الواجب توافرها لدى خريجي المدارس الثانوية التجارية تضمنت (٨) مهام حيوية يتطلب أدائها (٤٥) مهارة ، وتم إعداد تصور مقترح لمنهج فى فن البيع لطلاب المدارس الثانوية التجارية فى ضوء مدخل تحليل النظم .

(1) Maglio , Joseph Anthony ,JR.: A Consumer Behavior Prespective on Choice of University (Volumes I and II) (University , Marketing Activities ,Image Enhancement),Ph.D. , University of Minnesota , Diss. Abst. Int,DAI -A53/08, Feb 1993 , P.2628 .

(٢) برهامى عبد الحميد زغلول : تنمية مهارات البيع لدى طلاب المدارس الثانوية التجارية "دراسة تجريبية " ،رسالة ماجستير ،كلية التربية ،جامعة طنطا ، ١٩٩٤ .

٩- دراسة " واسمر Wasmer " (١٩٩٤) ^(١)

هدفت الدراسة إلى اختبار عدد من الافتراضات فيما يتعلق بالتوجه بالتسويق ، وتناولت دور كل من التنظيم الثقافي وحجم التنظيم والمهام التنظيمية عند تطبيق مفهوم التسويق . وقد توصلت الدراسة إلى النتائج الآتية :-

أن هناك علاقة قوية بين التنظيم الثقافي وتطبيق مفهوم التسويق . وأيضاً هناك علاقة قوية بين المهام التنظيمية وحجم التنظيم والتوجه بالتسويق .

١٠- دراسة " أوكيوشاب Okuchaba " (١٩٩٤) ^(٢)

هدفت الدراسة إلى اختبار أثر برامج تعليم التسويق فى مناطق مختارة بنيجيريا فيما يتعلق بالأداء الوظيفى للخريج والرضا الوظيفى وإدراك كل من الموظف وصاحب العمل بالتعليم السابق ، ومقارنة أداء خريجي جامعات نيجيريا المدربين على التسويق مع خريجي مجالات أخرى فى وظائف ذات صلة بالتسويق ، وقد أوضحت النتائج أنه ليس هناك اختلافات هامة بين المجموعتين فى الرضا الوظيفى والأداء الوظيفى ، ووجدت اختلافات هامة فى إدراكات ما قبل التعليم حيث أدركت المجموعة التى تلقت تعليماً رسمياً فى التسويق أن تعليمها هو تحضير أفضل للوظيفة .

(1) Wasmer ,Donald Joe : The Influence of Organization Culture , Size and Mission on The Implementation of The Marketing Concept ,DBA ,Southern Illinois University At Carbondale , Diss . Abst . Int .,DAI – A 56/07 ,Jan 1994 , P 2776 .

(2) Okuchaba , Oruene lawkin : Education and Job Performance ,Job Attitudes and Perceptions of Prior Education in Nigeria :A Comparative Study Between Marketing - Trained Graduates and Non-marketing -Trained Co-workers Inselected Area in Nigeria Using Selected Factors Related to Job Performance, Job Attitudes and Perceptions of Prior Education , Ph.D. ,University of Wyoming ,Diss .Abst .Int ,DAI – A54/09 , Mar 1994 ,P 3301

١١- دراسة " ميرى Murray " (١٩٩٦) ^(١)

هدفت الدراسة إلى تحديد هل منهج التسويق الحالى بمعاهد (أنترپو) يتوافق مع حاجات خريجى المعهد من أجل حصولهم على وظائف وأدائهم بفاعلية فى أماكن عملهم، وحددت الدراسة (٦) مهارات تحتوى على (٢٠) مهارة .
وتوصلت الدراسة إلى أن منهج التسويق بالمعهد يساعد على إعداد الأفراد : ويحتوى على ما يحتاجه الأفراد للعمل : وقامت الدراسة بترتيب المهارات الستة حسب الأهمية لإعادة ترتيب هذه المهارات فى منهج التسويق.

١٢- دراسة صالح حسين (١٩٩٧) ^(٢)

هدفت الدراسة إلى تنمية بعض مهارات الشراء والتخزين لطلاب مدارس الإدارة والخدمات شعبية مشتريات وأعمال مخازن حتى يتعلم الطلاب ما يتصل بالواقع ويدارسوا بأنفسهم عملية التعلم ذاتياً لضمان الاعتماد على النفس فى مواجهة الحياة الوظيفية ، وذلك من خلال برنامج مقترح ، وتوصلت الدراسة إلى النتائج الآتية :-

- وضع قائمة نهائية بمهارات الشراء الواجب توافرها لدى طلاب مدارس الإدارة والخدمات شعبية مشتريات وأعمال مخازن شملت (١١) مهارة رئيسية يندرج تحتها (٦٥) مهارة فرعية.
- وضع قائمة بمهارات التخزين الواجب توافرها لدى الطلاب ، وشملت (١٠) مهارات رئيسية يندرج تحتها (٣٦) مهارة فرعية .
- وضع تصور لبرنامج مقترح لتنمية بعض مهارات الشراء والتخزين لدى الطلاب .
- فعالية البرنامج المقترح فى إكساب الطلاب مهارات تقييم أداء الموردين وجرد المخازن حيث بلغت نسبة الكسب المعدل (١,٢٨) ، وهى أكبر من حد الفاصل الذى حدده بلاك لكى تكون هناك فعالية وهو (١,٢) .

(1) Murray, John Leith : Identification of Emerging New workplace Skills for Community College Marketing Students ,As Identified by Employers and Gradutes : Implications for Community College Programs , Ph.D. ,Michigan State University ,Diss. Abst. Int. ,DAI -A 66/11 ,May 1996 , P. 4257 .

(٢) صالح حسين صالح : برنامج مقترح لتنمية بعض مهارات الشراء والتخزين لدى طلاب مدارس الإدارة والخدمات شعبية المشتريات وأعمال المخازن ، رسالة ماجستير ، كلية التربية ، جامعة الزقازيق فرع بنها ، ١٩٩٧ .

١٣- بحث ممدوح عبد الهامى (١٩٩٧) ^(١)

استهدف البحث تطوير مقرر التسويق بالصف الثانى الثانوى التجارى فى ضوء الاحتياجات المهنية ، وذلك من خلال تحديد الاحتياجات المهنية اللازمة للطلاب بمقرر التسويق بالدرسة الثانوية التجارية ، وتقديم تصور مقترح لمقرر التسويق بالدرسة الثانوية التجارية فى ضوء الاحتياجات المهنية اللازمة للطلاب .

وتوصل البحث إلى أن مقرر التسويق لم يعط سوى نسبة ٣٦,٢٥٪ من الاحتياجات المهنية اللازمة للطلاب ، وبالتالي لا تتوافر فيه الاحتياجات المهنية اللازمة لإعداد طلاب المدارس الثانوية التجارية لمجالات العمل التسويقي ، وتم إعداد تصور مقترح لمقرر التسويق بالصف الثانى الثانوى التجارى فى ضوء الاحتياجات المهنية التى تم تحديدها .

١٤- دراسة أحمد عبد النبى (١٩٩٨) ^(٢)

استهدفت الدراسة تقييم النشاط الترويجي لقطاع السياحة فى ضوء تحليل المفهوم الحديث للتسويق ، وتحديد اتجاهات المسؤولين رسميا فى القطاع محل الدراسة نحو مدى ممارسة هذه الأنشطة الترويجية فى ظل فلسفة هذا المفهوم التسويقي ، وتوصلت الدراسة إلى :-

- أن هناك قصورا فى ممارسة الأنشطة الترويجية لدى المسؤولين بقطاع السياحة فى مصر فى ضوء فلسفة المفهوم الحديث للتسويق ، وذلك لأنه مازال هناك قصور فى الحملات الترويجية التى توجه لبعض أنواع السياحة ، وأن هناك قصورا فى بعض مراحل عملية البيع الشخصى .
- أن الجهود الإعلانية بقطاع الدراسة لا تؤدى الدور المطلوب منها بكفاءة ، ولم تلق وظيفة بحوث التسويق الاهتمام الكافى من جانب المسؤولين .
- عدم توافر الكوادر الإدارية المؤهلة لممارسة النشاط الترويجي فى ضوء المفهوم الحديث للتسويق .

(١) ممدوح عبد الهامى عثمان : "تطوير مقرر التسويق بالصف الثانى الثانوى التجارى فى ضوء الاحتياجات المهنية " المؤتمر العلمى السنوى الخامس ، التعلم من أجل مستقبل عربى أفضل ، القاهرة ، ٢٩-٣٠ إبريل ، ١٩٩٧ .

(٢) أحمد محمود أحمد عبد النبى : تقييم النشاط الترويجي لقطاع السياحة فى ضوء المفهوم الحديث للتسويق ، رسالة ماجستير ، كلية تجارة بنى سويف ، جامعة القاهرة ، ١٩٩٨ .

التعليق على دراسات المحور الأول :

من خلال استعراض دراسات هذا المحور نلاحظ ما يلي :-

- أكدت هذه الدراسات على أهمية التسويق والأنشطة التسويقية فى مجالات عديدة حتى فى مجال تسويق الخدمات والمبادئ ذات الأغراض الاجتماعية .
- تناولت بعض الدراسات المفاهيم التسويقية وأهميتها استخدامها فى مجال تسويق الأفكار كترشيد استهلاك الطاقة (دراسة غادة زكى) ، أو فى مجال الترويج السياحى (دراسة أحمد عبد النبى).
- كما تناولت بعض الدراسات العوامل المؤثرة فى تطبيق مفهوم التسويق فى التنظيمات (دراسة ماجليو ، دراسة واسمر).
- وتناولت بعض الدراسات أهمية الأنشطة والمهارات التسويقية لطلاب المرحلة الثانوية التجارية والعمل على تنميتها (دراسة صالح حسين ، دراسة برهامى ، دراسة عبد الباقي أبو زيد).
- وتناولت بعض الدراسات تقييم مقررات التسويق فى ضوء الاحتياجات المهنية اللازمة لطلاب المرحلة الثانوية التجارية (دراسة ممدوح عبد الهادى ، دراسة ميرى).
- كما تناولت بعض الدراسات المسؤولية الاجتماعية للتسويق وأهميتها فى ترشيد استهلاك الطاقة ، أو فى علاج القصور الذى يتسم به أداء بعض الشركات فى مجال المسؤولية الاجتماعية (دراسة جيهان إبراهيم ، دراسة إبراهيم أبو النور).
- وتتفق هذه الدراسات مع البحث الحالى فى التأكيد على أهمية التسويق والمفاهيم التسويقية وبصفة خاصة لطلاب التعليم الثانوى التجارى ، حيث يتعامل خريجى هذا التعليم مع الحياة العملية بعد انتهاء الدراسة ، وبالتالي يجب أن يكون الطالب ملماً بالمعلومات والمفاهيم التسويقية حيث إنها لازمة لأى عمل من الأعمال التى سيمارسها الطالب بعد تخرجه ، وبخاصة ميدان تسويق السلع (مندوب مبيعات ، إعلان الخ) .

ثانياً : الدراسات التي تناولت استخدام الكمبيوتر كمساعد تعليمي فى المواد التجارية .

١- دراسة "هورازدوفسكى Horazdovsky" (١٩٩٠) ^(١)

هدفت الدراسة إلى مقارنة مستويات الإنجاز والرضاء لمجموعتين من طلاب الجامعة الذين يدرسون المبادئ الأساسية للتسويق إحداهما تستخدم طريقة التعليم بمساعدة الكمبيوتر ، والأخرى تستخدم الطريقة التقليدية ، وأوضحت نتائج الدراسة أن كلا من الطريقتين كانتا مؤثرتين ، وذلك بالنظر إلى الإنجاز والرضاء .

٢- دراسة "وزرب Wetherbe" (١٩٩٠) ^(٢)

هدفت الدراسة إلى مقارنة فعالية طريقتى التعليم بمساعدة الكمبيوتر وطريقة التعليم عن طريق الورق المطبوع مع الآلة الحاسبة فى تدريس كل من القيمة الحالية للنقود كمثال بسيط لفاهيم التمويل والفائدة المركبة والقيمة الحالية والمتوقعة للمبالغ الإجمالية لطلبة ما بعد المدرسة الثانوية والمسجلين فى تعليم التجارة والتسويق ، ومن أهم النتائج التى توصلت إليها الدراسة وجود فرق دال إحصائياً فى التحصيل لصالح المجموعة المستخدمة طريقة التعليم بمساعدة الكمبيوتر .

٣- دراسة " سباركمان Sparkman" (١٩٩٢) ^(٣)

هدفت الدراسة إلى تقييم تأثير برامج التعلم بمساعدة الكمبيوتر على تحصيل طلاب المعاهد العليا فى أساسيات المحاسبة مقارنة بالطريقة التقليدية . وقد أشارت نتائج الدراسة إلى أن التعليم بمساعدة الكمبيوتر (CAI) ليس أحسن أو أسوء من الطريقة التقليدية .

(1) Horazdovsky –Jerry –Edward : Teaching Basic Marketing Principles Utilizing Computer Assisted Instruction, "Traditional" Instruction and Student Preferred Learning Style Profiles , Ph.D. ,University of Minnesota , Diss .Abst . Int, V 49 – 08 A , 1990 , P. 2079.

(2) Wetherbe-Cheryl–Glass :The Effectiveness of Computer Assisted Instruction Integrated with A Spreadsheet As an Instructional Tool for Teaching Quantitative Concepts (Volumes I and II) ,Ph.D. ,University of Minnesota , Diss ,Abst ,Int, V 49. 08 A,1990,P. 301 .

(3) Sparkman –S-Keith : The Effects of Computer Assisted Instruction on Achievement in The Accounting Principles Course on The Community College Level ,Ed.D., Florida Atlantic University ,Diss. Abst .Int ,V 53.04,1992, P. 1139 .

٤- دراسة " باترسون Patterson " (١٩٩٣) ^(١)

هدفت الدراسة إلى تصميم برنامج باستخدام الوسائط المتعددة التفاعلية من خلال الكمبيوتر لتقديم مبادئ التسويق الأساسية لطلاب التسويق في المستوى قبل النهائي بهدف تحسين الطريقة التقليدية للتدريس ، وقد أشارت النتائج إلى فعالية برنامج الوسائط المتعددة فى تقديم مبادئ التسويق مقارنة بالطريقة التقليدية .

٥- دراسة ممدوح عبد الهادى (١٩٩٥) ^(٢)

هدفت الدراسة إلى تصميم برنامج فى الاقتصاد باستخدام الكمبيوتر لطلاب المرحلة الثانوية التجارية وقياس فاعليته ، ومن أهم النتائج التى توصلت إليها الدراسة وجود فرق دالاً إحصائياً بين مجموعتى الدراسة (التجريبية والضابطة) فى الاختبار التحصيلى لصالح المجموعة التجريبية (التي درست باستخدام الكمبيوتر) .

٦- دراسة إبراهيم فراج (١٩٩٦) ^(٣)

هدفت الدراسة إلى تحديد المهارات الأساسية اللازمة للعمل فى النواحى المالية والمحاسبية باستخدام الكمبيوتر ، وإعداد صورة لبرنامج فى المحاسبة المالية باستخدام الكمبيوتر لطلاب المعاهد الفنية التجارية (شعبة محاسبة) ، وقياس فاعلية تدريس وحدة من وحدات البرنامج المقترح فى تنمية المهارات الأساسية اللازمة للعمل فى النواحى المالية والمحاسبية باستخدام الكمبيوتر لدى طلاب المعاهد الفنية التجارية ، وقد توصلت الدراسة إلى وضع قائمة بالمهارات الأساسية اللازمة للعمل فى النواحى المالية والمحاسبية دفترياً وأخرى باستخدام الكمبيوتر ، وضع صورة مقترحة لبرنامج تنمية مهارات الأعمال المالية والمحاسبية دفترياً وباستخدام الكمبيوتر ، وإثبات فاعلية الوحدة المقترحة حيث بلغت نسبة الكسب ١,٦٤ .

(1) Patterson –Kenneth –Gregory : Marketing Interactive :The Presentation of Marketing Concepts Using Macromind Director (CAI),MIS, Stephen- F- Austin -State University,Diss. Abst. Int, V 31-04 ,1993,P.1530.

(٢) ممدوح عبد الهادى عثمان :تصميم برنامج فى الاقتصاد باستخدام الكمبيوتر لطلاب المرحلة الثانوية التجارية وقياس فاعليته ،رسالة دكتوراه ، كلية التربية ،جامعة حلوان ، ١٩٩٥ .

(٣) إبراهيم محمد فراج :برنامج مقترح لتنمية بعض مهارات الأعمال المالية والمحاسبة باستخدام الحاسبات الإلكترونية لدى طلاب المعاهد الفنية التجارية ،رسالة ماجستير ، كلية التربية ،جامعة عين شمس ، ١٩٩٦ .

٧- دراسة " سبيرت " Seibert (١٩٩٦) ^(١)

هدفت الدراسة إلى عمل برنامج إرشادي لدراسة مبادئ التسويق لطلاب جامعة بيردو باستخدام التعليم عن بعد عن طريق الإنترنت * (Internet) والبريد الإلكتروني * (E-mail) مستخدمين التعليمات الخاصة باستخدامها ، وقد أشارت نتائج الدراسة إلى أن الطلاب خلال تعاملهم مع البرنامج وجدوا أن الإنترنت والبريد الإلكتروني يمكن استخدامهم ليس فقط في اكتساب مبادئ التسويق ومعرفة الثقافات والديانات الأخرى ، ولكن أيضاً يمكن من خلال البريد الإلكتروني أن يحصل الطالب على المعلومات التي قد لا تكون منشورة أو متداولة .

٨- دراسة حمدي عبد العزيز (١٩٩٧) ^(٢)

هدفت الدراسة إلى تحديد مهارات استخدام الكمبيوتر في التطبيقات المحاسبية لطلاب المدارس الثانوية التجارية ، وإعداد وحدة في التطبيقات المحاسبية في مجال الحسابات العامة وقياس فعاليتها ، وقد توصلت الدراسة إلى وضع قائمة بواجبات الكمبيوتر في التطبيقات المحاسبية بلغت خمس واجبات أساسية يرتبط بها ثمانية عشر مهمة يتطلب أدائها (١٠٧) مهارة وإعداد تصور للوحدة المقترحة .

(1) Seibert –Larry-J: Using the Net, E-mail in Marketing Education, Marketing News, V 30 ,n17, Aug 12,1996, P.10

* شبكة الإنترنت هي :- عبارة عن شبكة عالمية من أجهزة الكمبيوتر المتصلة ببعضها تقدم أنواعاً مختلفة من خدمات الكمبيوتر .
* البريد الإلكتروني من أكثر تطبيقات الإنترنت استخداماً ويمثل وسيلة اتصال بين ملايين المستخدمين المتصلين بشبكة الإنترنت ومعظم الشبكات الأخرى .

(٢) حمدي عبد العزيز : وحدة مقترحة لتنمية مهارات استخدام الحاسب الآلي في التطبيقات المحاسبية لدى طلاب المدارس الثانوية التجارية ، رسالة ماجستير ، كلية التربية ، جامعة طنطا ، ١٩٩٧ .

٩- دراسة " لوكنهيمر Lunkenheimer " (١٩٩٧) ^(١)

هدفت الدراسة إلى تقديم أنشطة تسمح لمعلمو التسويق أن يوحّدوا مناهجهم من خلال برامج معالجة الكلمات وبرامج الحاسب الآلي للعرض ، وذلك حتى يمكن لطلابهم أن يحصلوا على الخبرة مع التكنولوجيا ويحققوا نتائج التعلم ويواجهوا مطالب وظيفة التسويق ، وقدمت الدراسة تصنيفاً للأنشطة كالآتي :-

الاتصالات الخاصة بالتسويق ، المفاهيم الاقتصادية ، الوظائف والتقدم ، العلاقات الإنسانية في التسويق ، عمليات إدارة التسويق ، الإعلان ، تسويق المبيعات ، البيع ، المفاهيم التسويقية .

١٠- دراسة غادة زكى (١٩٩٧) ^(٢)

استهدفت الدراسة الكشف عن مدى فعالية استخدام الكمبيوتر كمساعد تعليمي في تنمية المهارات المكتبية لمرتفعي ومنخفضي التحصيل في السكرتارية ، والكشف عن مدى فعالية استخدام الموديلات التعليمية في تنمية المهارات المكتبية لمرتفعي ومنخفضي التحصيل في السكرتارية . وتوصلت الدراسة إلى النتائج الآتية :-

• وجود فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى دلالة (٠,٠٥) بين متوسطات درجات الطلاب ذوي التحصيل المنخفض في مستوى أدائهم للمهارات المكتبية المتضمنة بالوحدة والذين تعلموا باستخدام الكمبيوتر كمساعد تعليمي وبين أقرانهم الذين تعلموا باستخدام الموديلات التعليمية لصالح المجموعة التي استخدمت الكمبيوتر كمساعد تعليمي .

• وجود فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى دلالة (٠,٠٥) بين متوسطات درجات الطلاب ذوي التحصيل المرتفع في مستوى أدائهم للمهارات المكتبية المتضمنة بالوحدة محل البحث الذين تعلموا باستخدام الكمبيوتر كمساعد تعليمي وبين أقرانهم الذين تعلموا باستخدام الموديلات التعليمية لصالح المجموعة التي استخدمت الكمبيوتر كمساعد تعليمي .

(1) Lunkenheimer ,Gary;Swift ,Teri :Plugging into Marketing Education , Missouri Univ., Columbia,1997,PP3-208 .

(٢) غادة زكى محمد عبد الله : فعالية أساليب من أساليب التعلم الذاتي في تنمية المهارات المكتبية في مادة السكرتارية التطبيقية العربية لدى طلاب الصف الأول الثانوي التجاري ، رسالة ماجستير ، كلية التربية ، جامعة عين شمس ، ١٩٩٧ .

١١- دراسة " أجروال Agarwal " (١٩٩٨) ^(١)

هدفت الدراسة إلى دراسة أثر استخدام الإنترنت (Internet) في تعلم المفاهيم الاقتصادية ، وقد أكدت نتائج الدراسة على أهمية استخدام الإنترنت في تعلم ، واسترجاع المفاهيم الاقتصادية ، وقد قدمت النتائج أيضاً دليل إيجابي على تأثير استخدام الإنترنت في كل من التحصيل الأكاديمي واتجاهات الطلاب نحو الاقتصاديات .

١٢- بحث " هكمان Heckman " (١٩٩٨) ^(٢)

تناول البحث مناهج التربية التسويقية والدور الكبير الذي سوف يلعبه الكمبيوتر والإنترنت والتجارة العالمية في هذه المناهج ، وقد توقعت الدراسة إن عام ١٩٩٩ سوف يكون التركيز على الإنترنت كأداة للبيع والإعلان ، وإن البرامج الدراسية سوف تتجه إلى التركيز على المهارات البيعية والمفاهيم التسويقية .

(1) Agarwal,-Rajshree ;Day ,A,-Edward : The Impact of The Internet on Economic Education , Journal of Economic Education ,V 29, N2,Spr 1998,PP. 99 – 110 .

(2) Heckman-James : Internet ,Sales Focus to Affect Hiegher Ed ,Marketing –News, V 32, N 25 Dec 7,1998 ,P .9 .

التعليق على دراسات المحور الثالث :

- من خلال العرض السابق لدراسات هذا المحور نلاحظ ما يلي :
- تناولت دراسات هذا المحور استخدام الكمبيوتر كمساعد تعليمى فى بعض المواد التجارية وأشارت نتائج بعض الدراسات التى تناولت استخدام الكمبيوتر إلى عدم وجود فروق دالة إحصائية بين طلاب المجموعتين (التجريبية التى استخدمت الكمبيوتر : والمجموعة الضابطة التى درست بالطريقة العادية) (دراسة سبركمان) .
 - وقد أثبتت بعض الدراسات فعالية استخدام الكمبيوتر فى تدريس بعض المواد حيث كانت نتائجها إيجابية لصالح الطلاب الذين استخدموا الكمبيوتر (دراسة ممدوح عبد الهادى : دراسة غادة زكى ، دراسة إبراهيم فراج ، دراسة باترسون ، دراسة حمدى عبد العزيز ، دراسة وزرب) .
- ويتفق البحث الحالى مع هذه الدراسات فى التأكيد على أهمية تنمية المفاهيم التسويقية باستخدام الكمبيوتر : ومحاولة الاستفادة من إمكانياته ومزاياه العديدة فى تدعيم وتثبيت هذه المفاهيم لدى طلاب التعليم الثانوى التجارى .

تعميق عام على الدراسات السابقة

- لقد استفادت الباحثة من الدراسات السابقة فى :-
- التعرف على الدور الهام الذى يؤديه التسويق فى مجالات عديدة : وأهمية تطبيق هذه المفاهيم التسويقية فى هذه المجالات .
 - أهمية تنمية المفاهيم التسويقية والمهارات الخاصة ببعض الأنشطة التسويقية لطلاب المدارس الثانوية التجارية تلبية لاحتياجات سوق العمل .
 - استخدام الكمبيوتر فى تدريس بعض المواد التجارية لم يثبت فعاليته : ولذا يجب تحليل محتوى المادة محل البحث الحالى (التسويق) : واختيار المفاهيم فقط التى يجب تقديمها باستخدام الكمبيوتر .