

دراسات نقدية

د.ريما حمودي

اليوم سوف نتناول ورقة بحثية بعنوان القضايا الأخلاقية في التسويق للأطفال وآليات حمايتهم من الآثار السلبية للتسويق الموجه إليهم - مع الإشارة لحالة الجزائر ط.د بوشناف صافية و د. دومي سمرة جامعة سطيف 1، الجزائر

<https://www.asjp.cerist.dz/en/article/153496#:~:text=%D9%87>

سوف نبدأ أولاً بفروض الدراسة :

تحليل فروض الدراسة

- الفرضية الرئيسية هي تواجه المنظمة عند تسويقها للأطفال عدة قضايا أخلاقية. هذه الفرضية تعكس الإشكالية الأساسية للدراسة وهي وجود تحديات أخلاقية في التسويق الموجه للأطفال.

الفرضيات الفرعية:

- تبني أخلاقيات التسويق للأطفال في المنظمات يعد التزاماً بمسؤوليتها الاجتماعية والأخلاقية اتجاه المجتمع. هذه الفرضية ترتبط بالآثار الإيجابية لتبني أخلاقيات التسويق.
- تقوم أغلب دول العالم ومن بينها الجزائر بإصدار قوانين تنظم التسويق الموجه للأطفال بهدف حمايتهم. هذه الفرضية تؤكد وجود إطار قانوني لحماية الأطفال من التسويق غير الأخلاقي.

علاقة الفرضيات بعنوان الدراسة ومتغيراتها وتساؤلاتها

الفرضيات ترتبط بشكل وثيق بعنوان الدراسة وتساؤلاتها الرئيسية والفرعية. فهي تقدم إجابات لهذه التساؤلات وتساهم في تحقيق أهداف الدراسة وذلك من خلال:

- **التركيز على القضايا الأخلاقية:** جميع الفرضيات تدور حول القضايا الأخلاقية المرتبطة بالتسويق للأطفال، وهو محور الدراسة الرئيسي.
- **ربط الأخلاقيات بالمسؤولية الاجتماعية:** الفرضية الثانية تربط بين الأخلاقيات والمسؤولية الاجتماعية للشركات، وهو موضوع مهم في مجال التسويق.
- **دور التشريعات:** الفرضية الثالثة تؤكد دور التشريعات في حماية الأطفال، وهو جانب أساسي في الدراسة.
- **الإجابة على التساؤلات:** الفرضيات تقدم إجابات للتساؤلات الرئيسية والفرعية التي تم طرحها في بداية الدراسة.

مساهمة الفرضيات في تحقيق أهداف الدراسة

الفرضيات تساهم بشكل كبير في تحقيق أهداف الدراسة، حيث أنها:

- **تحدد بوضوح المجال البحثي:** الفرضيات تحدد بوضوح المجال الذي ركزت عليه الدراسة وهو القضايا الأخلاقية في التسويق للأطفال.
- **تساهم في بناء المعرفة:** من خلال اختبار هذه الفرضيات، مكنت الباحث في بناء المعرفة حول هذا الموضوع، وتقديم توصيات عملية لتحسين ممارسات التسويق للأطفال.

نقاط يمكن تطويرها:

- **التحديد الكمي:** يمكن إضافة عنصر كمي إلى بعض الفرضيات، مثل تحديد نسبة المنظمات التي تتبنى ممارسات تسويقية أخلاقية.
 - **التفصيل:** يمكن تفصيل بعض الفرضيات لتشمل جوانب أخرى من القضية، مثل تأثير التسويق الموجه للأطفال على صحة الأطفال أو على بيئتهم.
- بشكل عام، الفرضيات المقترحة جيدة وتشكل أساساً قوياً للدراسة. مع إجراء بعض التعديلات البسيطة، يمكن جعلها أكثر قوة ودقة.

لتوثيق:

بوشناف، ص، &دومي، س. (2024). القضايا الأخلاقية في التسويق للأطفال وآليات حمايتهم من الآثار السلبية للتسويق الموجه إليهم - مع الإشارة لحالة الجزائر. مجلة معهد العلوم الاقتصادية، 24(10)، 100.