

مهارات بحثية

د.ريما حمودي

اليوم سوف نتاول 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 محتملة 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.

مساهمة الفرضيات في تحقيق أهداف الدراسة

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

- **تحديد بوضوح المجال البحثي:** الفرضيات تحدد بوضوح المجال الذي ستركز عليه الدراسة وهو القضايا الأخلاقية في التسويق للأطفال.
- **توجه عملية جمع البيانات وتحليلها:** ستوجه الفرضيات الباحث لجمع البيانات التي تدعم أو تدحض هذه الفرضيات، وبالتالي ستساعد في تحليل النتائج بشكل أكثر دقة.
- **تساهم في بناء المعرفة:** من خلال اختبار هذه الفرضيات، مكنت الباحث أن يساهم في بناء المعرفة حول هذا الموضوع، وقدمت 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 جيدة وتشكل أساساً قوياً للدراسة. مع إجراء بعض التعديلات البسيطة، يمكن جعلها أكثر قوة ودقة.

أهداف الدراسة

الأهداف النظرية والتطبيقية لأهداف الدراسة

الأهداف النظرية:

تساهم الدراسة في توسيع المعرفة الأكاديمية حول علاقة التسويق بالأطفال والقضايا الأخلاقية المرتبطة بذلك، مما يثري الأدبيات البحثية في هذا المجال.

- للنتائج التي توصلت إليها الدراسة تساعد في بناء نظريات جديدة أو تطوير النظريات القائمة حول سلوك المستهلك الطفل وتأثير التسويق عليه.
- من خلال استعراض التجارب الدولية، يمكن للدراسة أن تحدد الثغرات البحثية التي تحتاج إلى مزيد من الدراسة في المستقبل.

الأهداف التطبيقية:

- يمكن للنتائج التي توصلت إليها الدراسة أن تساعد متخذي القرار في القطاع العام والخاص على تطوير سياسات وتشريعات لحماية الأطفال من التسويق غير الأخلاقي.
- يمكن للدراسة أن تقدم توصيات للمسوقين حول كيفية ممارسة التسويق للأطفال بطريقة أخلاقية ومسؤولة.
- يمكن للنتائج التي تزصلت إليها الدراسة أن تساهم في توعية المجتمع بأهمية حماية الأطفال من التأثيرات السلبية للتسويق.

المقترحات والحلول العملية

- تطوير تشريعات وقوانين: اقتراح قوانين وتشريعات جديدة لحماية الأطفال من التسويق غير الأخلاقي.
- تدريب المستهلكين: تطوير برامج لتوعية المستهلكين، وخاصة الآباء، حول مخاطر التسويق الموجه للأطفال وكيفية حماية أطفالهم.
- تنظيم حملات توعية: تنظيم حملات توعية واسعة النطاق للتوعية بمخاطر التسويق غير الأخلاقي.
- تطوير معايير أخلاقية: تطوير معايير أخلاقية للتسويق للأطفال يمكن للمنظمات اعتمادها.
- تعزيز دور المنظمات غير الحكومية: تشجيع المنظمات غير الحكومية على المشاركة في حماية حقوق الطفل في مجال التسويق.

التوثيق:

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.