

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.