

نقد ورقة بحثية

النتائج والتوصيات

محمد صالح محمد الزهراني
الرقم الجامعي: 251002067



دراسات نقدية 1
Week 10

التكليف التاسع



المهمة المطلوبة (9) :
نقد ورقة بحثية من حيث النتائج والتوصيات



ISSN: 2663-5798 || Arab Journal for Scientific Publishing



الإصدار السابع - العدد سبعة وستون
تاريخ الإصدار: 2 - أيار - 2024م

www.ajsp.net

"تأثير التسويق الرقمي في تشكيل السلوك الاستهلاكي لدى الأطفال"

إعداد الباحثة:

ريما حسن حمودي

طالبة ماجستير، كلية الإعلام والتسويق، جامعة ميد أوغن، الإمارات العربية المتحدة

https://www.ajsp.net/research/%D8%AA%D8%A3%D8%AB%D9%8A%D8%B1%20%D8%A7%D9%84%D8%AA%D8%B3%D9%88%D9%8A%D9%82%20%D8%A7%D9%84%D8%B1%D9%82%D9%85%D9%8A%20%D9%81%D9%8A%20%D8%AA%D8%B4%D9%83%D9%8A%D9%84%20%D8%A7%D9%84%D8%B3%D9%84%D9%88%D9%83%20%D8%A7%D9%84%D8%A5%D8%B3%D8%AA%D9%87%D9%84%D8%A7%D9%83%D9%8A%20%D9%84%D8%AF%D9%89%20%D8%A7%D9%84%D8%A3%D8%B7%D9%81%D8%A7%D9%84_13.pdf



عرض لأبرز النتائج التي توصلت إليها الدراسة

أبرز النتائج:

1. يؤثر التسويق الرقمي بشكل كبير على السلوك الاستهلاكي للأطفال، حيث يدفعهم للطلب المتزايد على شراء المنتجات المعلن عنها على الإنترنت، ويؤدي إلى زيادة الضغط على الأولياء لشراء أشياء قد لا يحتاجها الطفل فعلياً.
2. يؤدي التعرض المتكرر للإعلانات الرقمية إلى زيادة الرغبة لدى الأطفال في شراء المنتجات التي يروج لها المؤثرون الذين يتابعونهم.
3. يزيد التسويق الرقمي من تشكيل انطباعات وقيم مادية واستهلاكية مفرطة لدى الأطفال، ويقودهم إلى تغييرات في قيمهم بعد التعرض للإعلانات عبر الإنترنت.
4. يساهم التسويق الرقمي في تأجيج الخلافات بين الآباء وأبنائهم بشأن المنتجات التي يرغب الأطفال في شرائها، ويعزز من الصورة المادية والسطحية لديهم، مما يؤثر سلباً على تطورهم النفسي والاجتماعي.
5. يؤثر التسويق الرقمي على صحة الأطفال، حيث يساهم في ترويج منتجات غير صحية ويدفع نحو تبني عادات استهلاكية سلبية.
6. لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية في تأثير التسويق الرقمي على سلوك الأطفال الاستهلاكي بناءً على متغيري العمر ونوع الدراسة، حيث كانت المتوسطات الحسابية متقاربة والقيم الإحصائية أعلى من مستوى الدلالة المحدد.
7. توجد فروق ذات دلالة إحصائية في تأثير التسويق الرقمي على سلوك الأطفال الاستهلاكي بناءً على متغيري الجنس ومستوى الدخل، حيث كانت القيم الإحصائية أقل من مستوى الدلالة المحدد، وكانت الفروق لصالح الإناث وفئة الدخل من 8001 إلى 12000.
8. توجد علاقة ارتباطية طردية موجبة ومتوسطة القوة بين التعرض المتكرر للإعلان الرقمي والسلوك الاستهلاكي لدى الأطفال، مما يعني أن زيادة التعرض للإعلانات الرقمية تؤدي إلى زيادة السلوك الاستهلاكي لدى الأطفال.
9. توجد علاقة ارتباطية طردية سلبية ومتوسطة القوة بين التعرض المتكرر للإعلان الرقمي ووعي الأطفال الاستهلاكي، مما يعني أن زيادة التعرض للإعلانات الرقمية تؤدي إلى انخفاض في وعي الأطفال الاستهلاكي.
10. توجد علاقة ارتباطية طردية سلبية ضعيفة القوة بين التعرض المتكرر للإعلان الرقمي وصحة الأطفال، مما يعني أن زيادة التعرض للإعلانات الرقمية قد تؤدي إلى تراجع في الصحة النفسية لدى الأطفال.



نقد النتائج

- تم عرض النتائج في نقاط مرقمة بشكل واضح وبعبارات دقيقة ومحددة.
- من الواضح وجود ترابط بين النتائج وباقي خطوات الدراسة .
- هناك أيضاً ترابط ملموس بين نتائج هذه الدراسة ونتائج الدراسات السابقة.
- استطاعت الباحثة الإجابة عن أسئلة الدراسة وفرضياتها، من خلال نتائج التحليل الإحصائي واختبار الفرضيات لتحقيق أهداف الدراسة، واستخلاص أهم النتائج التي توصلت إليها.
- وبناءً على نتائج الدراسة أوصت الباحثة بالعديد من التوصيات ذات العلاقة بموضوع الدراسة

عرض التوصيات

التوصيات:

1. العمل على زيادة الوعي بين الآباء والأمهات بالتأثيرات السلبية للتسويق الرقمي على الأطفال، وتشجيعهم على مراقبة وتقييد المحتوى الذي يتعرض له أطفالهم على الإنترنت.
2. تطوير برامج تعليمية تركز على تعزيز الوعي الاستهلاكي لدى الأطفال وتعليمهم كيفية التمييز بين الإعلانات والمحتوى الحقيقي.
3. العمل على تنظيم التسويق الرقمي الموجه للأطفال بشكل أكثر صرامة، بما في ذلك وضع قيود على نوع الإعلانات التي يمكن عرضها للأطفال.
4. دعوة الشركات والمعلنين على ضرورة إنشاء محتوى إعلاني يعزز القيم الإيجابية ويدعم النمو الصحي للأطفال.
5. العمل على دمج التعليم المالي والاستهلاكي في المناهج الدراسية للأطفال لتعزيز فهمهم للقيمة والتكلفة وتأثير الإعلانات على قرارات الشراء.
6. ضرورة توفير الدعم النفسي للأطفال الذين قد يتأثرون سلبًا بالتسويق الرقمي، بما في ذلك تقديم استشارات وورش عمل حول الصحة العقلية والرفاهية.

نقد التوصيات

العرض السابق للتوصيات يوضح ما يلي:

- من الملاحظ موضوعية وواقعية التوصيات، وإمكانية تطبيقها على أرض الواقع.
- يتضح ارتباط التوصيات بنتائج الدراسة ومشكلتها ارتباطاً مباشراً.
- من الواضح مناسبة التوصيات لحجم الدراسة.
- أضافت نتائج الدراسة وتوصياتها إثراء معرفي حول موضوع الدراسة نظراً لأهميته.
- لم يتم اقتراح أي دراسات مستقبلية مشابهة لموضوع الدراسة.



مجموعة جامعة
الجميع الذكية
للتعليم القابضة

MIDOCEAN
UNIVERSITY



Thank You

