



جامعة عين شمس

معهد الدراسات العليا للطفولة

قسم الإعلام وثقافة الأطفال

استخدام المراهقين من (١٥-١٨) سنة لصفحات التسوق

الإلكتروني على الفيس بوك وعلاقته بسلوكهم الشرائي

Adolescent use (15-18) years of electronic shopping pages on Facebook and its relationship to the buying their behavior

رسالة مقدمة ضمن متطلبات الحصول على درجة ماجستير الإعلام وثقافة الأطفال

إعداد الباحثة

هدى عقيلى محمود

معيدة بقسم الإعلام التربوى – كلية التربية النوعية جامعة القاهرة

إشراف

أ. د محمد معوض إبراهيم نصر	د. فائق محمد رشاد بدر الدين
أستاذ الإعلام – معهد الدراسات	مدرس العلاقات العامة - كلية
العليا للطفولة - جامعة عين شمس	الإعلام جامعة القاهرة

٢٠١٧م / ١٤٣٨هـ

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ



صدق الله العظيم

إهداء

أُهدى هذه الرسالة إلى روح والدتي الغالية أزهار
أحمد مصطفى وأرجو من الله - عز وجل - أن يفتح لها
أبواب الجنة ونعيمها، وإلى والدي المهندس عقيلي محمود -
أدام الله وجهه لي وأبقاه سندی دائماً، وإلى زوجي،
وابني، وإخوتي، وأقاربي، وأصدقائي الأحباء.

الباحثة



جامعة عين شمس

معهد الدراسات العليا للطفولة

قسم الإعلام وثقافة الأطفال

صفحة العنوان

عنوان الدراسة: استخدام المراهقين من (١٥ - ١٨) سنة لصفحات التسوق الإلكتروني على الفيس بوك وعلاقته بسلوكهم الشرائي

أسم الباحث : هدى عقيلي محمود عقيلي
الدرجة العلمية : ماجستير الإعلام وثقافة الأطفال

القسم التابع له : الإعلام وثقافة الأطفال تخصص: عام

الكلية/ المعهد: معهد الدراسات العليا للطفولة

الجامعة: جامعة عين شمس

سنة التسجيل : ٢٠١٤م.

سنة التخرج :

سنة المنح :



جامعة عين شمس
معهد الدراسات العليا للطفولة
قسم الإعلام وثقافة الأطفال

رسالة ماجستير

اسم الباحث : هدى عقيلي محمود عقيلي
عنوان الدراسة: استخدام المراهقين من (١٥ - ١٨) سنة لصفحات
التسوق الإلكتروني على الفيس بوك وعلاقته بسلوكهم الشرائي
الدرجة العلمية : الماجستير
لجنة الإشراف:

الوظيفة	الأسم
أستاذ الإعلام معهد الدراسات العليا للطفولة جامعة عين شمس	أ.د/ محمد معوض إبراهيم نصر
مدرس العلاقات العامة كلية الإعلام - جامعة القاهرة	د/ فاتن محمدرشاد بدر الدين

تاريخ البحث والتسجيل الدراسات العليا

ختم الأجازة
أجيزت الرسالة بتاريخ / ٢٠١٧ /
موافقة مجلس المعهد
٢٠١٧ / /
تاريخ البحث: / / ٢٠١٧
موافقة مجلس الجامعة
٢٠١٧ / /



جامعة عين شمس

معهد الدراسات العليا للطفولة

قسم الإعلام وثقافة الأطفال

رسالة ماجستير

اسم الباحث : هدى عقيلي محمود عقيلي
عنوان الدراسة: استخدام المراهقين من (١٥ - ١٨) سنة لصفحات
التسوق الإلكتروني على الفيس بوك وعلاقته بسلوكهم الشرائي
لجنة المناقشة والحكم:

الاسم	الوظيفة
أ.د/ محمد معوض إبراهيم نصر	أستاذ الإعلام معهد الدراسات العليا للطفولة جامعة عين شمس
أ.د/ إعتقاد خلف معبد	أستاذ الإعلام معهد الدراسات العليا للطفولة جامعة عين شمس
أ.د/ شيماء ذو الفقار حامد	أستاذ الإذاعة والتلفزيون بكلية الإعلام جامعة القاهرة

تاريخ البحث والتسجيل

الدراسات العليا

تاريخ البحث: / / ٢٠١٧

ختم الأجازة

أجيزت الرسالة بتاريخ / / ٢٠١٧

موافقة مجلس الجامعة

موافقة مجلس المعهد

/ / ٢٠١٧

/ / ٢٠١٧

مستخلص الدراسة

اسم الباحثة :هدى عقيلي محمود عقيلي

عنوان الدراسة: استخدام المراهقين من (١٥ - ١٨) سنة لصفحات التسوق الإلكتروني على الفيس بوك وعلاقته بسلوكهم الشرائي

هدف الدراسة: تسعى هذه الدراسة إلى هدف رئيس وهو التعرف على العلاقة بين استخدام المراهقين لصفحات الفيس بوك التسويقية والسلوك الشرائي لديهم، **منهج الدراسة** اعتمدت الدراسة على منهج المسح الاجتماعي أداة الدراسة استخدام أداة الاستبانة لجمع البيانات **عينة الدراسة** تم تطبيق الدراسة على عينة عمدية قوامها (٤٠٠) مفردة من مستخدمي صفحات الفيس بوك التسويقية ممن تتراوح أعمارهم بين ١٥ إلى ١٨ عاماً من طلاب الثانوية والفرقة الأولى من المرحلة الجامعية من خلال نمطين مختلفين من التعليم : التعليم الحكومي والتعليم الدولي في محافظتى القاهرة والجيزة

نتائج الدراسة: وقد توصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج أهمها :

- أعلى نسبة من المراهقين يستخدمون الفيس بوك بشكل دائم بنسبة (٨٨.٥%) بالنسبة للمرحلة الجامعية، وللمرحلة المدرسية بنسبة (٨١%)، جاءت النسبة الأعلى فى عدد مرات شراء المبحوثين من الفيس بوك للمرحلة الجامعية لأكثر من مرة بنسبة ٥٩.٦% فى المركز الأول، وجاء أيضا عدد شراء طلاب المدارس لأكثر من مرة فى المركز الأول بنسبة ٥٦.٢%، كما جاء فى المرتبة الأولى النسبة الأعلى من أسباب عدم الشراء من الصفحات التسويقية عبر الفيس بوك بالنسبة للمرحلة المدرسية عدم وجود الشجاعة الكافية للقيام بهذه

التجربة بنسبة ٣٨.٩%، بينما يأتي في المرتبة الأولى بالنسبة للمرحلة الجامعية أفضل التسوق من خلال المحلات والمتاجر العادية بنسبة ٢٧%.

- أثبتت النتائج وجود علاقة ارتباطية دالة إحصائية بين كثافة استخدام المراهقين صفحات التسوق الإلكتروني على الفيس بوك وسلوكهم الشرائي، وأثبتت النتائج وجود علاقة ارتباطية دالة إحصائية بين كثافة استخدام المراهقين صفحات التسوق الإلكتروني على الفيس بوك ومدى اعتمادهم على صفحات الفيس بوك في الشراء.

الكلمات المفتاحية:

المراهقين Teenagers الفيس بوك Facebook

صفحات التسوق الإلكتروني E-shopping pages

السلوك الشرائي Purchasing behavior

Abstract

Study Objectives: This study aims to identify the relationship between adolescents' use of Facebook marketing pages and their purchasing behavior. The study method was based on the social survey method. The study tool The questionnaire used to collect the data The study sample was applied to a sample (400) single Facebook marketing users aged between 15 and 18 years of secondary students and the first class of the university through two different types of education: government education and international education in the governorates of Cairo and Giza.

Results:

- The highest percentage of adolescents use Facebook permanently (88.5%) for the university level, and for the school stage (81%), ,The number of school students bought more than once in the first place by 56.2%, and ranked first as the highest percentage of reasons for not buying from the marketing pages through Facebook for the school stage lack of courage to carry out this experience by 38.9% While in the first place for the university stage, the best shopping through shops and ordinary stores by 27%.
- The results showed a statistically significant correlation between the intensity of adolescents 'use of Facebook e-shopping pages and their purchasing behavior. The results showed a statistically significant correlation between the intensity of adolescents' use of Facebook e-shopping pages and their reliance on Facebook pages.

شكر وتقدير

الحمد لله الذى لا إله إلا هو الله هو المستحق الحمد، والشكر لله الذى تفضل علينا بالنعم وعلى الإنسان ما لم يعلم، فله الحمد كما ينبغى لجلال وجهه وعظيم قدرته وسلطانه القائل: "لَنِّ شَكَرْتُمْ لِأَزِيدَنكُمْ" فاللهم كما أكرمت فبارك، وكما أنعمت وأعطيت فزد، وأصلى وأسلم على حبيبنا محمد - صلى الله عليه وسلم - سيدنا ونبينا ورسولنا المعلم.

الشكر لنبراس العلم والمعرفة فى خير بقاع الأرض أشكر سعادة الأستاذ الدكتور محمد معوض إبراهيم نصر أستاذ الإعلام بمعهد الدراسات العليا للطفولة جامعة عين شمس المشرف العلمى المتميز على هذه الرسالة فشكراً لك من أعماق قلبي على عطائك الدائم وعلمك الفاضل والمتميز.

وبكل مشاعر الامتنان والعرفان بالجميل أشكر سعادة الدكتورة فاتن محمد رشاد مدرس العلاقات العامة والدعاية والإعلان بكلية الإعلام جامعة القاهرة التى منحتنى وقتها واهتمامها، وعلى ما قدمته لى من علم وافر وتوجيه صائب، ولما قدمته لى من تشجيع ودعم قوى لمواصلة البحث والدراسة وتذليل الصعوبات وتطوير أفكارى والخروج بهذا العمل فى صورته النهائية فلكما كل معانى الشكر الراقية فقد كنتما شعاعاً من نور أهتدى به.

كما أتوجه بالشكر والتقدير للجنة المناقشة متمثلة فى الأستاذة الدكتورة اعتماد خلف معبد أستاذ الإعلام بمعهد الدراسات العليا للطفولة جامعة عين شمس، والأستاذة الدكتورة شيماء ذو الفقار حامد استاذ الإذاعة والتليفزيون بكلية الإعلام جامعة القاهرة جزاهما الله خير الجزاء على ما بذلاه من جهد فى تقييم هذه الرسالة لتظهر بأفضل شكل ممكن .

ولا يفوتنى أن أقدم بشكرى لكل من ارتويت من نهل علمهم وتعلمت على أيديهم الشكر الجزيل لجميع أعضاء هيئة التدريس بمعهد الدراسات العليا للطفولة جامعة عين شمس، وكلية التربية النوعية جامعة القاهرة، وكلية الإعلام جامعة القاهرة. وأخص بالذكر د.حنان إسماعيل الاستاذ المساعد بكلية التربية النوعية ود. ريهام أحمد ذكى ود. مروة مصطفى لما بذلوه معى من مجهود ووقت ورعاية فلهم منى كل التقدير والاحترام.

أشكر من قرن الله بشكره شكرهما أشكر والدى اللذين تعجز كلمات معاجم لغات العالم قاطبة أن تصوغ لهما عبارات شكر تفى ببعض حقهما؛ فهما سبب وجودي، ومصابيح الهدى ولمن أضاء لى طريق العلم سيدتى وحببتي والدتى المربية الفاضلة أزهار أحمد مصطفى – رحمة الله عليها – فى جنة الله ونعيمها يا جنتى، ولمن مهد لى سبل المعرفة الأولى قدوتى وفخرى دمت لى فى دنيتى وآخرتى والدى الغالى المهندس عقيلى محمود عقيلى – أمد الله فى عمرك يا أبى.

الشكر لرفيق دربى وشريك حياتى وسندى زوجى الحبيب محمد حسن فله خالص الشكر والتقدير حيث تحمل معى كثيراً من الصعاب لأجلى رغبة منه فى تحقيق ما يسعدنى، فكان لى خير معين فأسال الله أن يبارك له كل أمره.

ولا أستطع أن أنسى الشكر لأحاباب قلبى إخوتى وسندى وعزوتى هيام وهالة ومحمد وأحمد عقيلى وخالى د. محمد أحمد مصطفى ومديرة الشؤون المالية عمتى نعمات عقيلى على عونهم ووقوفهم بجانبى فلهم منى خالص الدعوات بالتوفيق والنجاح فى حياتهم.

كما أشكر والدتى الثانية والدة زوجى الحبيبة أمينة خضر التى أزاحت عنى هموماً كثيرة وتحملت عنى أعباء لم أستطع أن اتحملها بمفردى،

ومساندتها لى ودعما المعنوى بالدعاء الدائم لى جعله الله فى ميزان حسناتها.

الشكر لنور عينى وروح قلبى الذى ينبض بالحياة من أجلهم، ويزينان حدائق عمرى كالفرشات مازن ومالك أبنائى.

إلى كل هؤلاء وكل عزيز على قلبى وكل من ساعدنى من أهلى وأصدقائى فى إتمام مسيرتى التعليمية لهم منى الشكر والثناء والدعاء فى ظهر الغيب سائلة الله أن يوفق الجميع إلى مرضاته .

والحمد لله رب العالمين، وصلى الله على سيد الأولين والآخرين سيدنا محمد وعلى آله وصحبه أجمعين.

الباحثة... .

فهرس محتويات الدراسة

الموضوع	الصفحة
مستخلص الدراسة.....	أ - ج
شكر وتقدير.....	د
فهرس محتويات الدراسة.....	ز
قائمة الأشكال.....	ك
قائمة الجداول.....	م
مقدمة الدراسة.....	١
الفصل الأول: الإطار المنهجي والنظري للدراسة	
٩٢-٣	
تمهيد.....	٣
أولاً: مشكلة الدراسة.....	٤
ثانياً: أهمية الدراسة	٦
ثالثاً: أهداف الدراسة	٧
رابعاً: الإطار النظري للدراسة: مدخل الاستخدامات والاشباكات	١٦-٨
تمهيد.....	٨
(١) التعريف بالنظرية وتطوراتها	١٠
(٢) فروض النظرية	١١
(٣) النموذج المستخدم فى الدراسة	١٥
(٤) تطبيق نظرية الاستخدامات والاشباكات على الفيس بوك	١٦
خامساً: الدراسات السابقة	٧٥-١٩
تعقيب عام على الدراسات السابقة	٧٦
سادساً: تساؤلات الدراسة	٧٩
سابعاً: فروض الدراسة	٨١
ثامناً: مصطلحات الدراسة	٨٢

٨٣		تاسعا: نوعية الدراسة وإجراءاتها
٨٤		(١) نوعية الدراسة ومنهجها
٨٤		(٢) أداة الدراسة
٨٦		(٣) إجراءات ثبات وصدق الدراسة
٨٧		(٤) جمع البيانات ومراجعتها
٨٧		(٥) حدود ومجال الدراسة
٨٨		عاشرا: مجتمع الدراسة وعينته
٨٨		(١) مجتمع الدراسة
٨٨		(٢) عينة الدراسة
٩١		(٣) مبررات اختيار المراهقين كعينة للدراسة الميدانية الحالية
٩٢		حادى عشر: متغيرات الدراسة
٩٢		ثاني عشر: المعالجة الإحصائية للبيانات
١٩٤-٩٤		الفصل الثانى: الإطار المعرفى للدراسة
١٢٣-٩٤		المبحث الأول: استخدام المراهقين للفييس بوك
٩٤		تمهيد
٩٦		أولاً: نشأة الفييس بوك وتعريفه
٩٩		ثانياً: مكونات الفييس بوك
١٠٠		ثالثاً: واقع استخدام المراهقين للفييس بوك
١٠٢		رابعاً: الخدمات التى يقدمها الفييس بوك للمراهقين
١٠٥		خامساً: استخدامات المراهقين لصفحات الفييس بوك
١١١		سادساً : دوافع إقبال المراهقين على موقع الفييس بوك
١٢٣-١١٤		سابعاً : تأثير الفييس بوك إيجابيا وسلبيا على مرحلة المراهقة المتوسطة
١٤٣-١٢٤		المبحث الثانى: التسوق الإلكتروني على شبكات التواصل الاجتماعى
		(الفييس بوك)
١٢٤		تمهيد

١٢٦	أولاً: مفهوم التسوق عبر مواقع التواصل الاجتماعي
١٢٧	ما التسويق؟
١٢٩	تعريف التسويق عبر مواقع التواصل الاجتماعي (الفييس بوك).....
١٣٠	ثانياً: مزايا التسويق عبر شبكات التواصل الاجتماعي.....
١٣٥	ثالثاً: إستراتيجية التسويق عبر شبكات التواصل الاجتماعي.....
١٣٨	رابعاً: أشكال الإعلانات التسويقية عبر شبكات التواصل الاجتماعي....
١٤٠	خامساً: التسوق عبر الفييس بوك
١٤٣	سادساً: العوامل التي تعوق نمو التسوق إلكترونياً عبر الفييس بوك.....
١٩٢-١٤٦	المبحث الثالث: المراهقون والسلوك الشرائي
١٤٦	تمهيد.....
١٤٩	أولاً: مداخل السلوك الشرائي.....
١٥٠	(١) المدخل السلوكي
١٥٢	(٢) المدخل الاقتصادي
١٥٥	(٣) المدخل الاجتماعي
١٥٧	ثانياً: العوامل المؤثرة على السلوك الشرائي
١٥٩	النوع الأول: العوامل الداخلية للفرد
١٥٩	(١) الدوافع.....
١٦٢	(٢) الإدراك
١٦٤	(٣) التعلم
١٦٧	(٤) المواقف والاتجاهات
١٦٩	(٥) الشخصية.....
	النوع الثاني:المؤثرات الخارجية التي تؤثر على السلوك الشرائي
١٧١	للمستهلك
١٧١	(١) الثقافة.....
١٧٥	(٢) الطبقة الاجتماعية