

2. الضغوط الاجتماعية: قد يشعر الطلاب بالضغط لمواكبة الصور المثالية والمعايير الاجتماعية المظهرية المعروضة على وسائل التواصل الاجتماعي، 3. تأثير الإعلانات: قد تستهدف الشركات والعلامات التجارية الطلاب عبر الإعلانات على وسائل التواصل الاجتماعي بشكل مباشر، مما يؤدي إلى تشجيعهم على الإنفاق في سبيل شراء المنتجات التي تروج لها هذه الإعلانات. 1. فهم السلوك المالي للطلاب: يساعد البحث في فهم كيفية تأثير وسائل التواصل الاجتماعي على عادات الإنفاق لدى الطلاب، 2. تحديد المخاطر المالية: يساعد البحث في تحديد المخاطر المالية التي قد تنشأ نتيجة لتأثير وسائل التواصل الاجتماعي على عادات الإنفاق، 3. تطوير السياسات والتوجيهات: يمكن أن يساهم البحث في تطوير السياسات والتوجيهات التي تهدف إلى تعزيز الوعي المالي وتشجيع السلوكيات المالية الصحيحة بين الطلاب، وذلك من خلال توجيه الجهود التوعوية بشكل أكثر فعالية.