

السلام عليكم ورحمة الله وبركاته

أضع بين يديكم هذا الاستبيان، والذي يُعد جزءًا من متطلبات إنجاز مشروع التخرج لنيل درجة البكالوريوس في كلية التسويق والإعلام تخصص تسويق

رقمي بجامعة ميدأويش، بعنوان:

“أثر التسويق عبر المؤثرين على منصة إنستغرام في قرارات الشراء لدى المستهلك السعودي”.

ويهدف هذا الاستبيان إلى التعرف على مدى تأثير التسويق عبر المؤثرين، والثقة والمصداقية التي يتمتع بها المؤثرون، في قرارات الشراء لدى المستهلك السعودي.

أرجو منكم التكرم بتخصيص بضع دقائق للإجابة عن فقرات الاستبيان، وذلك بقراءة كل عبارة بعناية واختيار الإجابة التي تعبر عن آرائكم بكل موضوعية، من خلال وضع علامة (✓) في المربع المناسب. كما أؤكد لكم أن جميع المعلومات والبيانات التي سيتم جمعها ستستخدم لأغراض البحث العلمي فقط، وستعامل بسرية تامة، ولن تستخدم لأي غرض آخر.

شاكراً لكم حسن تعاونكم، ومقدراً وقتكم الثمين ومساهماتكم القيمة في إنجاح هذا البحث

الباحثة / فاطمه حسين الحازمي

## أولاً: البيانات الديموغرافية

### ١. الجنس

• ☐ ذكر

• ☐ أنثى

### ٢. العمر

• ☐ أقل من ٢٠ سنة

• ☐ ٢٠-٢٩ سنة

• ☐ ٣٠-٣٩ سنة

• ☐ ٤٠ سنة فأكثر

### ٣. المستوى التعليمي

• ☐ ثانوي فأقل

• ☐ دبلوم

• ☐ بكالوريوس

• ☐ دراسات عليا

### ٤. هل تتابع مؤثرين على منصة إنستغرام؟

• ☐ نعم

• ☐ لا

ثانياً: محاور الاستبيان: يرجى وضع علامة (✓) أمام الخيار الذي يعبر عن رأيك.

### المحور الأول: أثر التسويق عبر المؤثرين

١. يؤثر المحتوى التسويقي الذي يقدمه المؤثرون على اهتمامي بالمنتجات.

- ☐ موافق بشدة
- ☐ موافق
- ☐ غير موافق
- ☐ غير موافق بشدة

٢. تساعدني منشورات المؤثرين على التعرف على منتجات جديدة.

- ☐ موافق بشدة
- ☐ موافق
- ☐ غير موافق
- ☐ غير موافق بشدة

٣. تزيد إعلانات المؤثرين على إنستغرام من رغبتني في تجربة المنتجات.

- ☐ موافق بشدة
- ☐ موافق
- ☐ غير موافق
- ☐ غير موافق بشدة

٤. أرى أن التسويق عبر المؤثرين على إنستغرام وسيلة فعالة للتعرف على المنتجات والخدمات.

- ☐ موافق بشدة
- ☐ موافق
- ☐ غير موافق
- ☐ غير موافق بشدة

#### محور الثاني: الثقة بالمؤثرين

١. أثق في توصيات المؤثرين الذين أتابعهم على إنستغرام.

- ☐ موافق بشدة
- ☐ موافق
- ☐ غير موافق
- ☐ غير موافق بشدة

٢. أشعر أن المؤثرين يقدمون تجارب حقيقية عن المنتجات التي يروجون لها.

- ☐ موافق بشدة
- ☐ موافق
- ☐ غير موافق
- ☐ غير موافق بشدة

٣. تؤثر ثقتي بالمؤثر في تقبلي للمنتجات التي يعلن عنها.

- ☐ موافق بشدة
- ☐ موافق
- ☐ غير موافق
- ☐ غير موافق بشدة

٤. أفضل شراء المنتجات التي يوصي بها مؤثر أثق به.

- ☐ موافق بشدة
- ☐ موافق
- ☐ غير موافق
- ☐ غير موافق بشدة

#### المحور الثالث: مصداقية المؤثرين

١. أعتقد أن المؤثرين يقدمون معلومات دقيقة عن المنتجات التي يروجون لها.

- ☐ موافق بشدة
- ☐ موافق
- ☐ غير موافق
- ☐ غير موافق بشدة

٢. يحرص المؤثرون على عرض مميزات وعيوب المنتجات بموضوعية.

- ☐ موافق بشدة
- ☐ موافق
- ☐ غير موافق
- ☐ غير موافق بشدة

٣. أرى أن المؤثرين يعلنون عن منتجات تتوافق مع احتياجات متابعيهم.

- ☐ موافق بشدة
- ☐ موافق
- ☐ غير موافق
- ☐ غير موافق بشدة

٤. أعتبر المؤثرين الذين أتابعهم صادقين في آرائهم حول المنتجات.

- ☐ موافق بشدة
- ☐ موافق
- ☐ غير موافق
- ☐ غير موافق بشدة

المحور الرابع: قرار الشراء لدى المستهلك السعودي

١. سبق أن اشتريت منتجًا بعد مشاهدته في حساب أحد المؤثرين على إنستغرام.

- ☐ موافق بشدة
- ☐ موافق
- ☐ غير موافق
- ☐ غير موافق بشدة

٢. تؤثر آراء المؤثرين في قراري عند اختيار المنتج.

- ☐ موافق بشدة
- ☐ موافق
- ☐ غير موافق
- ☐ غير موافق بشدة

٣. أقارن بين المنتجات بعد مشاهدة مراجعات المؤثرين قبل اتخاذ قرار الشراء.

- ☐ موافق بشدة
- ☐ موافق
- ☐ غير موافق
- ☐ غير موافق بشدة

٤. أزداد رغبة في شراء المنتج عندما يوصي به مؤثر أتابعه.

- ☐ موافق بشدة
- ☐ موافق
- ☐ غير موافق
- ☐ غير موافق بشدة