

استبيان

بحث علمي بعنوان

تعرض طلاب الجامعات السعودية لإعلانات العلامات التجارية على مواقع التواصل

الاجتماعي :دراسة ميدانية قطاع الأزياء

بحث مقدم ضمن مشروع تخرج للحصول على درجة بكالوريوس التسويق الرقميين كلية العلام والتسويق –

جامعة ميدأوشن

عزيزي/عزيزتي المشارك/المشاركة.

نرجو منكم التكرم باجابة عن جميع الاسئلة بكل موضوعية وصدق، علماً بأن جميع البيانات سرية، ولن تستخدم إلا
لاغراض البحث العلمي فقط.

شاكرين لكم حسن تعاونكم ووقتكم الثامن.

القسم الاول :مستوى التعرض والاستخدام

1-متوسط عدد الساعات التي تقضيها يومياً في استخدام مواقع التواصل الاجتماعي:؟

- أقل من ساعة .
- من ساعة الى أقل من 3 ساعات .
- من 3 ساعات الى أقل من 5 ساعات .
- من 5 الى 7 ساعات .

أكثر منصة تستخدمها لمتابعة محتوى الأزياء؟

- إنستغرام.
- سناب شات.
- تيك توك.
- إكس.
- يوتيوب.

هل تتابع مؤثرين يقدمون محتوى متعلقاً بأزياء؟

- نعم
- لا

هل سبق أن اشتريت منتج أزياء نتيجة مشاهدتك إعلاناً عبر مواقع التواصل الاجتماعي؟

- نعم
- لا

القسم الثاني : معدل التعرض لإعلانات العلامات التجارية في قطاع الأزياء

أوافق بشدة	أوافق	محايد	لا أوافق	لا أوافق بشدة	
					أتابع الحسابات الرسمية لبعض العلامات التجارية المتخصصة في الأزياء
					أشاهد إعلانات الأزياء حتى عندما لا أبحث بصورة مباشرة عن هذه المنتجات
					أطلع على الإعلانات التي تتضمن عروضاً أو تخفيضات على منتجات الأزياء
					أفاعل مع بعض إعلانات الأزياء من خلال الإعجاب أو التعليق أو المشاركة أو الحفظ.

القسم الثالث : درجة الثقة بإعلانات العلامات التجارية

أوافق بشدة	أوافق	محايد	لا أوافق	لا أوافق بشدة	
					أثق في المعلومات التي تقدمها إعلانات العلامات التجارية المعروفة
					أثق بالإعلان عندما يتضمن معلومات واضحة عن السعر والمقاس والخامات
					تزداد ثقتي بالإعلان عندما يصدر عن الحساب الرسمي للعلامة التجارية
					تزداد ثقتي بالإعلان عندما يعرض تقييمات وتجارب حقيقية للعملاء.
					أشعر بالاطمئنان عند الشراء من إعلان يتضمن سياسة واضحة للاستبدال والاسترجاع.
					تنخفض ثقتي بالإعلان عندما تختلف صورة المنتج عن شكله عند الاستلام

القسم الرابع : النية الشرائية

أوافق بشدة	أوافق	محايد	لا أوافق	لا أوافق بشدة	
					أفكر في شراء منتجات الأزياء التي تلفت انتباهي في الإعلانات
					تزيد رغبتي في شراء المنتج عندما يكون الإعلان جذاباً
					تدفعني العروض والتخفيضات الإعلانية إلى التفكير في الشراء
					أميل إلى تجربة علامة تجارية جديدة عندما تقدم إعلاناً مقنعاً.
					أشارك الإعلان مع الآخرين عندما أرى أن المنتج يستحق الشراء

القسم الخامس : السلوك الشرائي الفعلي

أوافق بشدة	أوافق	محايد	لا أوافق	لا أوافق بشدة	
					أشتري أحياناً منتجات لم أكن أخطط لشرائها بسبب الإعلانات
					أستفيد فعلياً من العروض والتخفيضات التي أتعرف عليها من خلال الإعلانات
					أقارن أسعار المنتجات بين عدة علامات تجارية قبل اتخاذ قرار الشراء
					أراجع تقييمات العملاء قبل شراء المنتج المعلن عنه
					سبق أن كررت شراء منتج تعرفت عليه أول مرة من خلال إعلان رقمي

القسم السادس : تأثير المؤثرين مقارنة بالإعلانات الرسمية

أوافق بشدة	أوافق	محايد	لا أوافق	لا أوافق بشدة

القسم السابع : أسئلة المقارنة والسلوك الفعلي

1. أي المصادر التالية أكثر تأثيراً في قرارك بشراء منتجات الأزياء؟

- * الحساب الرسمي للعلامة التجارية.
- * المؤثرون.
- * إعلانات المنصات المدفوعة.
- * تقييمات العملاء.
- * الأصدقاء وأفراد الأسرة.
- * لا يؤثر أي منها بصورة واضحة.

2. كم مرة اشتريت منتج أزياء بعد مشاهدة إعلان عنه خلال الأشهر الستة الماضية؟

- * لم أشتري.
- * مرة واحدة.
- * من مرتين إلى ثلاث مرات.
- * أكثر من خمس مرات.

3. ما نوع منتجات الأزياء التي تشتريها غالباً بعد مشاهدة الإعلانات؟

- * الملابس.
- * الأحذية.
- * الحقائب.
- * الساعات والإكسسوارات.
- * العطور.
- * مستحضرات التجميل.

4. **ما أكثر عنصر يدفعك إلى الاهتمام بإعلان الأزياء؟**

- * السعر.
- * الخصومات.
- * جودة المنتج.
- * شهرة العلامة التجارية.
- * طريقة عرض الإعلان.
- * تقييمات العملاء.

5. **ما السبب الرئيس الذي قد يمنعك من شراء منتج معلن عنه؟**

- * عدم الثقة بالإعلان.

* ارتفاع السعر.
* عدم وضوح معلومات المنتج.
* الخوف من اختلاف المنتج عن الصور.
* عدم وجود سياسة استبدال أو استرجاع واضحة.
* تقييمات العملاء السلبية.
* عدم الحاجة إلى المنتج
القسم الاخير الاسألة الديموغرافية

.
الجنس ؟
ذكر
انثى

العمر ؟

من 18 الى 25
من 26 الى 35

المستوى التعليمي؟

ثانوي
دبلوم
بكالوريوس
دراسات عليا

الدخل الشهري ؟
أقل من 8000
من 8000 الى 20000
اكثر من 20000