

مهارات بحثية ٣

اعداد الباحثة : هبة عبدالله المنيع
اشراف الدكتورة الفاضلة : ساره محمود



التكليف ٧

المطلوب.

تقديم متغيرين مقترحين وصياغة 5 أسئلة عن كل متغير فيهم محاكاة قائمة استقصاء بسيطة لدراسة استطلاعية من اقتراحك ؟

عنوان البحث

“أثر التسويق عبر وسائل التواصل الاجتماعي على سلوك المستهلك اليمني: دراسة استطلاعية”

المتغيران المقترحان

1. التسويق عبر وسائل التواصل الاجتماعي (Social Media Marketing):
يشير إلى استخدام المنصات الاجتماعية كأدوات تسويقية لتعزيز العلامة التجارية، التفاعل مع الجمهور، والتأثير في قرارات الشراء. يشمل هذا الإعلانات الممولة، المحتوى التفاعلي، والتسويق عبر المؤثرين.

2. سلوك المستهلك (Consumer Behavior):
يتناول كيف يتخذ الأفراد قرارات الشراء، والعوامل النفسية والاجتماعية والثقافية التي تؤثر في تلك القرارات، بدءًا من إدراك الحاجة إلى ما بعد عملية الشراء.

الأسئلة الاستقصائية (محاكاة استبانة ميدانية)

أ. أسئلة حول التسويق عبر وسائل التواصل الاجتماعي:

1. ما مدى تفاعلِكَ مع الإعلانات التي تظهر لك على وسائل التواصل الاجتماعي (دائمًا – أحيانًا – نادرًا – أبدًا)؟
2. أي من المنصات التالية تؤثر بشكل أكبر على قراركَ الشرائي؟ (فيسبوك – إنستغرام – تيك توك – تويتر – أخرى)
3. هل سبق لك أن اشتريت منتجًا بناءً على إعلان ظهر لك على مواقع التواصل؟ (نعم – لا)
4. إلى أي مدى ترى أن محتوى الشركات على وسائل التواصل الاجتماعي يعكس احتياجاتك كمستهلك؟
5. هل تعتقد أن تفاعل الشركات مع تعليقات وأَسئلة العملاء على المنصات الاجتماعية يزيد من ثقتك بها؟

ب. أسئلة حول سلوك المستهلك:

1. هل تبحث عن تقييمات ومراجعات المنتج قبل اتخاذ قرار الشراء؟ (نعم – لا – أحيانًا)
2. ما مدى تأثركَ بتجارب الآخرين المنشورة عبر مواقع التواصل عند الشراء؟
3. هل تفضل شراء منتج بناءً على توصية أحد المؤثرين أو المشاهير؟
4. كيف تصف سلوككَ الشرائي عبر الإنترنت؟ (مخطط – عفوي – مزيج من الاثنين)
5. هل تفضل الشراء من متاجر إلكترونية لها حضور نشط على وسائل التواصل الاجتماعي؟ ولماذا؟

مبررات اختيار المتغيرين :

- التسويق عبر السوشيال ميديا أصبح أداة أساسية في يد المؤسسات والشركات بسبب قدرة هذه الوسائل على الوصول المباشر والفوري للعملاء.
- سلوك المستهلك هو الهدف النهائي لأي حملة تسويقية، ودراسته تتيح تحسين الاستراتيجيات التسويقية وزيادة فعالية الأداء المؤسسي.

أهمية الدراسة الاستطلاعية :

- تتيح تحديد اتجاهات الجمهور المستهدف وتفضيلاته.
- تساعد في بناء استبانة أكثر دقة عند الانتقال إلى المرحلة الفعلية من البحث.
- تعزز من ربط الجانب النظري بالتطبيق العملي



مجموعة جامعة
الجميع الذكية
للتعليم القابضة

MIDOCEAN
UNIVERSITY



Thank You

