

عنوان الرسالة: أثر شبكات التواصل الاجتماعي في تغيير السلوك الشرائي للمستهلك وفق نموذج AIDA:

مشكلة البحث:

في السنوات الأخيرة، أصبحت شبكات التواصل الاجتماعي جزءًا لا يتجزأ من حياة الأفراد اليومية. ومع تزايد استخدام هذه الشبكات، ظهرت تساؤلات حول تأثيرها على سلوك المستهلكين الشرائي. هل تؤثر الإعلانات والمراجعات والتوصيات التي تُنشر على هذه الشبكات في قرارات الشراء للمستهلك، ولتحديد أكثر تم تخصيص نموذج AIDA في هذه الدراسة

أهمية البحث :

1. فهم سلوك المستهلك: يساعد هذا البحث في فهم كيف تؤثر شبكات التواصل الاجتماعي على قرارات الشراء للمستهلكين، مما يمكن الشركات من تطوير استراتيجيات تسويقية أكثر فعالية.
2. تحسين استراتيجيات التسويق: من خلال معرفة تأثير الإعلانات والمراجعات والتوصيات على شبكات التواصل الاجتماعي، يمكن للشركات تحسين استراتيجياتها التسويقية وزيادة مبيعاتها.
3. توجيه الشركات: يساعد هذا البحث الشركات على تحديد أفضل الطرق لاستخدام شبكات التواصل الاجتماعي للتفاعل مع العملاء وبناء علاقات طويلة الأمد معهم.
4. تطوير المنتجات: يمكن أن يوفر البحث رؤى حول تفضيلات المستهلكين واحتياجاتهم، مما يساعد الشركات على تطوير منتجات وخدمات تلبي توقعات العملاء بشكل أفضل.
5. التنافسية: في سوق تنافسي، يمكن أن يكون فهم تأثير شبكات التواصل الاجتماعي على سلوك المستهلكين ميزة تنافسية للشركات التي تستفيد من هذه المعرفة

اشكالية الدراسة :

ما اثر التسويق الإلكتروني عبر مواقع التواصل الاجتماعي في تغيير سلوك المستهلك وفق نموذج AIDA:

- ما أثر الخدمة الإلكترونية عبر مواقع التواصل الاجتماعي في تغيير سلوك المستهلك وفق نموذج AIDA؟
- ما أثر التسعير الإلكتروني عبر مواقع التواصل الاجتماعي في تغيير سلوك المستهلك وفق نموذج AIDA؟
- ما أثر الترويج الإلكتروني عبر مواقع التواصل الاجتماعي في تغيير سلوك المستهلك وفق نموذج AIDA؟
- ما أثر التوزيع الإلكتروني عبر مواقع التواصل الاجتماعي في تغيير سلوك المستهلك وفق نموذج AIDA؟

منهجية البحث:

عينة البحث

1. حجم العينة:

- يتم تحديد حجم العينة بناءً على معايير إحصائية لضمان تمثيل كافٍ لمجتمع البحث. (بين 300 إلى 500 مشارك)

2. طريقة اختيار العينة:

- **العينة العشوائية الطبقية:** يتم تقسيم مجتمع البحث إلى طبقات بناءً على معايير مثل العمر، الجنس، والموقع الجغرافي، ثم يتم اختيار عينة عشوائية من كل طبقة لضمان تمثيل متوازن.

3. خصائص العينة:

- **العمر:** تشمل العينة أفرادًا من مختلف الفئات العمرية (25-55)
- **الجنس:** الإناث
- **الموقع الجغرافي:** المملكة العربية السعودية وتحديداً المنطقة الشرقية

4. طرق جمع البيانات:

- **استبيانات إلكترونية:** يتم توزيع استبيانات إلكترونية عبر شبكات التواصل الاجتماعي لجمع البيانات من المشاركين.