

مقترح الخطة البحثية

تأثير استراتيجيات التسويق الرقمي لمبادرة السعودية الخضراء وفق رؤية 2030
على سلوك المستهلك البيئي: دراسة ميدانية

**The impact of the digital marketing strategy of the Saudi
green Initiative in accordance with vision 2030 of the
environmental consumer movement: a field study**

إعداد الباحثة
حنين حسن الضابط

إشراف الدكتور
محمد عويس

2024/1446

أهداف الدراسة:

- تحليل وتحديد مدى تأثير استراتيجيات التسويق الرقمي المستخدمة في مبادرة السعودية الخضراء وفق رؤية 2030 والتغيرات على سلوك المستهلك البيئي تجاه المنتجات البيئية والاستدامة.
- طرق تفاعل المستهلك مع الإعلانات الرقمية و تحفيزه لإتخاذ قرارات صادقة للمنتجات البيئية.
- معرفة طرق تحسين استراتيجيات التسويق الرقمي في وسائل التواصل الاجتماعي لرفع الوعي البيئي لدى المستهلكين و تشجيعهم على اتخاذ قرارات استهلاكية مستدامة.
- يمكن أن تساهم هذه الدراسة في تحديد العوامل المؤثرة في رفع الوعي البيئي وتفاعل المستهلكين بشأن التحديات البيئية مما يؤدي إلى تحقيق أهداف التنمية المستدامة المتعلقة بجميع القضايا البيئية.
- قياس مستوى الوعي البيئي للمستهلكين لمبادرة السعودية الخضراء بعد الحملات التسويقية الرقمية التي قامت بها المملكة.

تساؤلات الدراسة:

- ماهو دور ومدى تأثير التسويق الرقمي لمبادرة السعودية الخضراء؟
- كيف يمكن التأثير على سلوك المستهلك لاتخاذ قرارات لصالح البيئة والمنتجات البيئية؟
- هل يمكن للمؤثرين في وسائل التواصل الاجتماعي تعزيز السلوكيات الإيجابية نحو البيئة؟
- ماهي أهم استراتيجيات التسويق الرقمي التي تتلق منها (عينة الدراسة) المعلومات حول مبادرة السعودية الخضراء؟
- كيف يمكن للتسويق الرقمي أن يساعد مبادرة السعودية الخضراء في رفع مستويات الوعي البيئي؟
- هل تفاعل (عينة الدراسة) مع مبادرة السعودية الخضراء وأثرت على سلوكهم البيئي؟
- هل تأثرت (عينة الدراسة) بالتسويق الرقمي لمبادرة السعودية الخضراء وهل أثرت على القرارات الشرائية للمنتجات الصديقة للبيئة؟
- ماهي التحديات التي يواجهها التسويق الرقمي في تعزيز جهود المملكة في مبادرة السعودية الخضراء؟

الإطار النظري:

- تستند الدراسة في مدخلها النظري على نظرية (السلوك المخطط) كذلك تعتمد الدراسة على نظرية (التسويق الرقمي) التي توضح كيفية استخدام الأدوات الرقمية لتحفيز المستهلكين على اتخاذ قرارات بيئية مستدامة.

1- نظرية السلوك المخطط:

تعتبر نظرية السلوك المخطط أحد النظريات الأساسية في علم النفس الاجتماعي، حيث تفسر كيف تؤثر العوامل والمعتقدات على سلوك الأفراد. تنقسم هذه النظرية إلى ثلاثة مكونات رئيسية:

-المعتقدات السلوكية: تشير إلى تصورات الأفراد حول النتائج المحتملة للسلوك، ومدى إيجابية أو سلبية هذه النتائج (Ajzen, 1991).

-المعايير الذاتية: تشمل الضغوط الاجتماعية التي يشعر بها الأفراد فيما يتعلق بالسلوك، ومدى تأثرهم بأراء الآخرين (Ajzen, 1991).

-التحكم السلوكي: يعكس مدى شعور الأفراد بالقدرة على تنفيذ سلوك معين، مما يؤثر في النهاية على نيتهم وسلوكهم الفعلي (Ajzen, 1991).

تستخدم هذه النظرية في التسويق لتوجيه استراتيجيات الحملات الإعلانية، وفي التوعية لتحفيز الأفراد على اتخاذ سلوكيات إيجابية، مثل تبني ممارسات صديقة للبيئة. (Kotler & Keller, 2016)

2- نظرية التسويق الرقمي:

تشير نظرية التسويق الرقمي إلى مجموعة من الأدوات والتقنيات المستخدمة في الترويج وزيادة المبيعات عبر الوسائل الرقمية. تشمل هذه النظرية عدة عناصر رئيسية:

-التحليل: استخدام البيانات لفهم سلوك المستهلكين وتوجهاتهم. (Chaffey, 2020)

-التسويق بالمحتوى: إنشاء محتوى قيم وجذاب لجذب انتباه الجمهور وبناء علاقة معهم. (Chaffey, 2020)

-التسويق عبر وسائل التواصل الاجتماعي: استغلال المنصات الاجتماعية للتواصل مع الجمهور وزيادة الوعي بالعلامة التجارية

(Chaffey, 2020).

-تحسين تجربة المستخدم: ضمان أن تكون المواقع والتطبيقات سهلة الاستخدام وجذابة للمستخدمين. (Chaffey, 2020)

-تحسين محركات البحث (SEO): تحسين محتوى الموقع لزيادة ظهوره في نتائج البحث. (Chaffey, 2020)

-التسويق عبر البريد الإلكتروني: إرسال رسائل مستهدفة للعملاء الحاليين والمحتملين لتعزيز العلاقات وزيادة المبيعات (Chaffey, 2020).

-الإعلانات المدفوعة: استخدام الإعلانات المدفوعة لزيادة الوصول إلى جمهور أوسع.(Chaffey, 2020)

3- التسويق الرقمي لمبادرة السعودية الخضراء وتأثيره على سلوك المستهلك:

تهدف مبادرة السعودية الخضراء إلى تعزيز الوعي البيئي وتحفيز السلوكيات المستدامة بين المستهلكين ويلعب التسويق الرقمي دورًا حيويًا في هذه المبادرة من خلال:

-زيادة الوعي: عبر حملات توعية رقمية تستهدف مختلف شرائح المجتمع، مما يساعد في نشر المعلومات حول أهمية الاستدامة البيئية.(Saudi Green Initiative, 2021)

-تحفيز السلوكيات الإيجابية: من خلال تقديم محتوى يلهم المستهلكين لاتخاذ خطوات عملية نحو أسلوب حياة أكثر استدامة (Saudi Green Initiative, 2021).

-التفاعل والمشاركة: استخدام المنصات الرقمية لتعزيز التفاعل بين المستهلكين والمبادرة، مما يزيد من شعور الانتماء والمشاركة.(Saudi Green Initiative, 2021)

4- دور التسويق الرقمي وزيادة الوعي بقضايا البيئة:

يساهم التسويق الرقمي في زيادة الوعي بقضايا البيئة من خلال:

- التعليم والتوعية: تقديم معلومات وموارد تساعد المستهلكين على فهم القضايا البيئية وأهميتها (Saudi Green Initiative, 2021).

- تعزيز الممارسات المستدامة: تشجيع المستهلكين على تبني سلوكيات صديقة للبيئة من خلال حملات إعلانية تستهدف سلوكيات محددة.(Saudi Green Initiative, 2021)

- بناء مجتمع مستدام: من خلال إنشاء منصات تفاعلية حيث يمكن للمستهلكين تبادل الأفكار والممارسات المستدامة (Saudi Green Initiative, 2021)

استبيان دراسة تأثير استراتيجيات التسويق الرقمي لمبادرة الخضراء

مبادرة السعودية الخضراء هي مبادرة وطنية طموحة أطلقتها المملكة العربية السعودية في عام 2021م برعاية صاحب السمو الملكي الأمير محمد بن سلمان، ولي العهد ورئيس مجلس الوزراء، بهدف مكافحة تغير المناخ ورفع مستوى جودة الحياة وحماية كوكب الأرض للأجيال القادمة.

و للمساهمة في بناء مستقبل أكثر خضرة واستدامة نرحب بمشاركةكم في هذه الدراسة التي تهدف إلى "تحليل تأثير استراتيجيات التسويق الرقمي لمبادرة السعودية الخضراء وفق رؤية 2030 على سلوك المستهلك البيئي" نرجو منكم الإجابة على أسئلة الاستبيان التالي بدقة ونتعهد بأن تكون المعلومات سرية وستستخدم لأغراض البحث العلمي فقط.

نشكرك على وقتك .. رأيك مهم جداً لنا

1 استراتيجيات التسويق الرقمي:

1-1 هل استراتيجيات التسويق الرقمي لمبادرة السعودية الخضراء فعالة في الوصول إلى الجمهور؟

- فعالة
- فعالة إلى حد ما
- غير فعالة

1-2 ما هي الاستراتيجيات التي تعتقد أنها ساهمت في نجاح التسويق الرقمي لمبادرة السعودية الخضراء؟ **يمكن إختيار أكثر من إجابة**

- استخدام شبكات التواصل الاجتماعي
- الإعلانات عبر الإنترنت
- المحتوى الإخباري
- تعزيز الممارسات المستدامة و الإلهام نحو جودة الحياة
- غير ذلك (يرجى التحديد) _____ :

1-3 ما هي الأسباب التي تعتقد أنها تجعل التسويق الرقمي لمبادرة السعودية الخضراء فعالاً؟ **يمكن إختيار أكثر من إجابة**

- وضوح الرسالة
- تحفيز السلوكيات الإيجابية
- استخدام المؤثرين
- التعليم والتوعية
- جاذبية المحتوى الرقمي
- التفاعل مع المتابعين
- غير ذلك (يرجى التحديد) _____ :

1-4 هل تعتقد أن التسويق الرقمي لمبادرة السعودية الخضراء يمكن أن يساعد في تغيير السلوك البيئي للمستهلكين؟

- موافق
- محايد
- معارض

1-5 ماهي أساليب التسويق الرقمي لمبادرة السعودية الخضراء التي أدت إلى معرفتك بمبادرة السعودية الخضراء؟ **يمكن إختيار أكثر من إجابة**

- مواقع التواصل الإجتماعي
- المواقع الحكومية
- تطبيقات الأجهزة الذكية
- الإعلانات الرقمية
- الرسائل الإخبارية
- غير ذلك (يرجى التحديد) _____ :

2 تأثير التسويق الرقمي على مبادرة السعودية الخضراء:

1-2 كيف أثر التسويق الرقمي لمبادرة السعودية الخضراء على سلوكك البيئي كمستهلك؟

- أثر بشكل كبير
- أثر إلى حد ما
- لم يؤثر
- أثر سلباً

2-2 هل تعتقد أن التسويق الرقمي لمبادرة السعودية الخضراء قد ساهم في تعزيز مشاركة فئات المجتمع في القضايا البيئية حسب رؤية 2030؟

- موافق بشدة
- موافق
- محايد
- غير موافق
- غير موافق بشدة

2-3 ما هي العوامل التي تعتقد أنها أدت إلى تغيير سلوكك البيئي كمستهلك نتيجة للتسويق الرقمي لمبادرة السعودية الخضراء؟

- الترويج عبر المؤثرين
- الإعلانات الرقمية المستهدفة
- استخدام قصص دعم الإستدامة
- رفع الوعي عبر حملات توعية رقمية مستهدفة
- غير ذلك (يرجى التحديد) :

2-4 هل تعتقد أن التسويق الرقمي لمبادرة السعودية الخضراء يرفع من الوعي البيئي للجماهير نحو السلوكيات البيئية؟

- موافق بشدة
- موافق
- محايد
- غير موافق
- غير موافق بشدة

3 الاستراتيجيات المستخدمة في التسويق الرقمي لمبادرة السعودية الخضراء وانعكاسها على سلوك المستهلك

3-1 هل التسويق الرقمي لمبادرة السعودية الخضراء أثر على قراراتك الشرائية للمنتجات الصديقة للبيئة؟

- أثر إيجاباً بشكل كبير
- أثر إلى حد ما
- لم يؤثر
- أثر سلباً

3-2 هل تفضل شراء المنتجات البيئية نتيجة لمبادرات التسويق الرقمي التي تقوم بها مبادرة السعودية الخضراء وفق رؤية 2030؟

- موافق
- محايد
- غير موافق

3-3 ما هي استراتيجيات التسويق الرقمي لمبادرة السعودية الخضراء التي ساهمت في تغيير سلوكك كمستهلك نحو المنتجات البيئية؟ **يمكن إختيار أكثر من إجابة**

- وضوح الرسالة والأهداف.
- الإعلانات الرقمية.
- المشاركة المجتمعية.
- مزايا الحقبة الخضراء.
- غير ذلك (يرجى التحديد) _____ :

3-4 ما هي السلوكيات البيئية التي تعتقد انها انعكست على سلوكك كمستهلك بيئي وفق استراتيجيات التسويق الرقمي لمبادرة السعودية الخضراء ؟ **يمكن إختيار أكثر من إجابة**

- المشاركة في التشجير والمحافظة على المساحات الخضراء.
- الحد من النفايات وإعادة التدوير.
- تقليل استهلاك الطاقة والموارد الطبيعية.

- شراء المنتجات الصديقة للبيئة.
- المشاركة في الأنشطة البيئية.
- دعم الجهات التي تتبنى الممارسات البيئية.
- غير ذلك (يرجى التحديد) _____ :

3-5 هل يمكن تؤثر رسائل مبادرة السعودية الخضراء المقدمة عبر وسائل التسويق الرقمي على قراراتك الشرائية نحو ممارسات الإنتاج الأخضر والإستدامة؟

- موافق
- محايد
- غير موافق

3-6 ماهي إقتراحاتك لتحسين استراتيجيات التسويق الرقمي للمبادرات الخضراء الصديقة للبيئة؟ **(جواب مقالي حسب طلب دكتوراه ماهيتاب يمكن أن تكون إجابته اختيارية غير إجبارية)**

البيانات الديموغرافية

العمر:

- أقل من 18 سنة
- 18-25 سنة
- 26-35 سنة
- 36-45 سنة
- أكثر من 45 سنة

الجنس:

- ذكر
- أنثى

المستوى التعليمي:

- ثانوية عامة
- بكالوريوس
- ماجستير
- دكتوراه

المنطقة:

- الشمالية
- الشرقية
- الوسطى
- الغربية

- الجنوبية
- خارج المملكة العربية السعودية

المهنة:

الجهة التابع لها :

عدد سنوات الخبرة:

- من 1 – 5 سنوات
- من 5 – 10 سنوات
- من 10 – 15 سنة
- 15 سنة وأكثر

نقدر مشاركتك القيمة في هذه الدراسة