

العوامل المحفزة على الاستجابة للإعلانات الرقمية عبر وسائل
التواصل الاجتماعي لدى المستهلكين في الأحساء وعلاقتها بالنية
الشرائية
(دراسة ميدانية)

زهرة حسن بوسرور

٢٠٢١٢٠٥١٣٣

مشروع التخرج

كلية الإعلام والتسويق - جامعة ميدأوشن

إشراف

د. محمد عويس

عضو هيئة التدريس- كلية الإعلام والتسويق - جامعة ميدأوشن

الفصل الدراسي الثالث - ٢٠٢٥

١,١ . مشكلة الدراسة

إن انتشار وسائل التواصل الاجتماعي وتنوعها على الإنترنت، دفع الباحثين إلى التوسع في دراسة العوامل المحفزة على الاستجابة للإعلانات الرقمية عبر وسائل التواصل الاجتماعي لدى المستهلكين وعلاقتها بالنية الشرائية.

١,١,١ . فجوات على المستوى النظري

على المستوى النظري هناك قلة في الدراسات التي اهتمت بدراسة العوامل المحفزة بالتفصيل وعلاقتها بالنية الشرائية للمستهلكين، حيث أنه لا توجد إلا دراسات شحيحة سواءً باللغة العربية أو الإنجليزية، وفي أغلب الأحيان تدرس محفز أو اثنين، أو تدرس أثر المحفز على السلوك الشرائي بدل النية الشرائية.

١,١,٢ . فجوات على المستوى التطبيقي

إن مخاوف المستهلكين على خصوصياتهم أثناء تصفحهم وسائل التواصل الاجتماعي بمنعهم مشاركة بياناتهم عليها، وانتشار الإعلانات المضللة عليها، تزيدان صعوبة الاستفادة من المنصات الاجتماعية في التسويق الإلكتروني.

ما هي العوامل المحفزة على الاستجابة للإعلانات الرقمية عبر وسائل التواصل الاجتماعي لدى المستهلكين في الأحساء وما علاقتها بالنية الشرائية؟

١,٢ . أسئلة الدراسة

ما هو أثر العوامل المحفزة على الاستجابة للإعلانات الرقمية عبر وسائل التواصل الاجتماعي لدى المستهلكين في الأحساء وعلاقتها بالنية الشرائية؟

هل توجد علاقة بين العوامل المحفزة على الاستجابة للإعلانات الرقمية عبر وسائل التواصل الاجتماعي لدى المستهلكين ونيتهم الشرائية؟

١,٣. أهمية الدراسة

١,٣,١. على المستوى النظري:

توفر الدراسة تفسيراً إحصائياً يجمع العلاقة بين عوامل الإعلان المحفزة ونية المستهلكين الشرائية، كما توفر مصدراً لمفاهيم أكاديمية يستفاد منها في الدراسات القادمة، وذلك لشح الدراسات التي تبين هذه المفاهيم.

١,٣,٢. على المستوى التطبيقي:

هناك حاجة للمنظمات لتوسيع استهدافاتها الرقمية لعملائها من مستخدمي وسائل التواصل الاجتماعي، فهناك وفرة في العملاء وضعف في الاستهداف، وحاجة لإطار مناسب يربط الخطط الرقمية الاستراتيجية للمنظمات وبمفهوم واضح أسباب نجاح أول فشل هذه الاستراتيجية في التأثير على النية الشرائية للمستهلكين.

١,٤. أهداف الدراسة

الهدف الرئيس من الدراسة الإجابة على السؤال التالي:

ما أثر العوامل المحفزة على الاستجابة للإعلانات الرقمية عبر وسائل التواصل الاجتماعي لدى المستهلكين في الأحساء وعلاقتها بالنية الشرائية؟

أولاً: المعلومات الديموغرافية

س١	الجنس	ذكر	أنثى			
س٢	الفئة العمرية	تحت ١٨	١٨-٢٤	٢٥-٣٠	٣١-٤٠	أكثر من ٤٠
س٣	مستوى الدخل	تحت ٣٠٠٠	٣٠٠٠-٦٠٠٠	٦٠٠٠-٩٠٠٠	٩٠٠٠-١٢٠٠٠	أكثر من ١٢٠٠٠

س٤	المستوى التعليمي	تحت الثانوي	ثانوي	دبلوم (بعض التعليم الجامعي)	بكالوريوس	دراسات عليا (ماجستير، دكتوراه)
----	------------------	-------------	-------	-----------------------------	-----------	--------------------------------

ثانياً: مستوى استخدام الانترنت

س٥	ما هي مدة الوقت الذي تقضيه في استخدامك لمنصات التواصل الاجتماعي في اليوم؟	أقل من ساعة ساعة – ٣ ساعات ٣ ساعات – ٥ ساعات ٥ ساعات – ٨ ساعة أكثر من ٨ ساعة
س٦	ما هي أكثر من المنصات استخداماً لديك؟	استفهام سناب شات تيك توك فيس بوك واتساب إكس تلغرام يوتيوب
س٧	ما مدى قبولك لتشاهد الإعلانات على منصات التواصل الاجتماعي؟	موافق بشدة موافق محايد معارض معارض بشدة

س٨	ما نوع الوسائط التي تعرضت له في منصات التواصل الاجتماعي؟	فيديو بث مباشر صورة نص استبيان
----	--	--

ثالثاً: المتغيرات المستقلة (العوامل المحفزة)

س٩	"إلى أي مدى توافق على العبارة التالية: المعلومات المقدمة عن المنتج/الخدمة في هذا المنشور كانت واضحة، مفصلة، ومفيدة لاتخاذ قرار."	موافق بشدة موافق محايد معارض معارض بشدة
س١٠	"بعد الاطلاع على المعلومات المتاحة في هذا المنشور، ما مدى احتمال أن تقوم بخطوة تالية مثل النقر على رابط المنتج، البحث عنه، أو شرائه؟"	موافق بشدة موافق محايد معارض معارض بشدة
س١١	"إلى أي مدى توافق على العبارة التالية: المحتوى/الإعلان على هذه المنصة كان ممتعاً ومسليةً بالنسبة لي."	موافق بشدة موافق محايد معارض معارض بشدة

س١٢	"إلى أي مدى دفعك هذا المحتوى المسلي إلى التفاعل معه (مثل المشاهدة الكاملة، الإعجاب، التعليق، المشاركة) أو متابعة الحساب؟"	موافق بشدة موافق محايد معارض معارض بشدة
س١٣	"إلى أي مدى توافق على العبارة التالية: المحتوى/الإعلان على هذه المنصة يزعجني أو يسبب لي إحساساً سلبياً أثناء التصفح."	موافق بشدة موافق محايد معارض معارض بشدة
س١٤	"إلى أي مدى دفعك الإزعاج الناتج عن هذا المحتوى إلى اتخاذ أحد التصرفات التالية: إخفاء الإعلان، إلغاء متابعة الحساب، أو التوقف عن استخدام المنصة؟"	موافق بشدة موافق محايد معارض معارض بشدة
س١٥	"إلى أي مدى توافق على العبارة التالية: الإعلانات والمحتوى الذي أراه على هذه المنصة مخصص لاهتماماتي واحتياجاتي الشخصية."	موافق بشدة موافق محايد معارض معارض بشدة
س١٦	"إلى أي مدى دفعتك إمكانيات التفاعل في هذا المنشور (مثل التعليق، الإعجاب، التصويت، أو الرد المباشر) للمشاركة أو الرد عليه؟"	موافق بشدة موافق محايد معارض معارض بشدة

س١٧	"إلى أي مدى تشعر أن التفاعل مع العلامة التجارية عبر هذه المنصة (ردودها على التعليقات، الرسائل، أو أدوات الحوار) جعل علاقتك بها أقوى أو أكثر ثقة؟"	موافق بشدة موافق محايد معارض معارض بشدة
س١٨	"إلى أي مدى توافق على العبارة التالية: أعتبر أن مصدر هذا المنشور (الحساب أو الصفحة) موثوق وذو معرفة كافية حول الموضوع."	موافق بشدة موافق محايد معارض معارض بشدة
س١٩	"إلى أي مدى توافق على العبارة التالية: أعتقد أن هذا المصدر ينشر معلومات بنوايا صادقة وغير متحيزة ويهتم بمصلحة المتابعين."	موافق بشدة موافق محايد معارض معارض بشدة
س٢٠	"إلى أي مدى توافق على العبارة التالية: تصميم هذا المنشور (الألوان، الصور، التخطيط) جذاب بصرياً ويشد انتباهي."	موافق بشدة موافق محايد معارض معارض بشدة
س٢١	"إلى أي مدى دفعك الشكل البصري لهذا المنشور إلى التفاعل معه (مشاهدة كاملة، نقر، إعجاب، تعليق، أو مشاركة)؟"	موافق بشدة موافق محايد معارض معارض بشدة

س٢٢	"إلى أي مدى توافق على العبارة التالية: آراء وتعليقات المستخدمين الآخرين (التقييمات، التعليقات، ومشاركات الأصدقاء) تجعلني أكثر ميلاً للثقة بهذا المنتج/الخدمة.	موافق بشدة موافق محايد معارض معارض بشدة
س٢٣	"كم مرة قمت بشراء أو النقر على رابط أو متابعة علامة تجارية بعد رؤية تقييمات أو توصيات من مستخدمين آخرين على منصات التواصل الاجتماعي خلال الثلاثة أشهر الماضية؟"	موافق بشدة موافق محايد معارض معارض بشدة

رابعاً: المتغير التابع (النية الشرائية)

س٢٤	"ما مدى احتمال أن تشتري هذا المنتج أو الخدمة خلال الشهرين القادمين بعد رؤيتك لهذا الإعلان/المنشور على منصات التواصل الاجتماعي؟"	موافق بشدة موافق محايد معارض معارض بشدة
س٢٥	"بعد رؤية هذا الإعلان/المنشور، ما مدى احتمال أن تقوم بخطوة تحضيرية نحو الشراء مثل النقر على رابط المنتج، زيارة صفحة المتجر، أو إضافة المنتج إلى السلة خلال الأسبوع القادم؟"	موافق بشدة موافق محايد معارض معارض بشدة
س٢٦	"إلى أي مدى توافق على العبارة التالية: الإعلان الذي رأيته على هذه المنصة كان جذاباً ومقنعاً بالنسبة لي."	موافق بشدة موافق

محايد معارض معارض بشدة		
موافق بشدة موافق محايد معارض معارض بشدة	"بعد رؤية هذا الإعلان على منصات التواصل الاجتماعي، ما مدى احتمال أن تقوم بإجراء واحد من التالي: النقر على الإعلان، زيارة صفحة المنتج، أو البحث عن العلامة التجارية خلال الأسبوع القادم؟"	س٢٧