

تأثير الإعلانات الممولة على مواقع التواصل الاجتماعي على السلوك الشرائي للمستهلك السعودي

يهدف هذا الاستبيان إلى دراسة تأثير الإعلانات الممولة عبر
مواقع التواصل الاجتماعي على السلوك الشرائي للمستهلك
السعودي، وذلك ضمن بحث تخرج أكاديمي. جميع البيانات
ستستخدم لأغراض البحث العلمي .

** تشير إلى أن السؤال مطلوب*

1. *منذ متى تستخدم مواقع التواصل الاجتماعي؟

حدد دائرة واحدة فقط

- ☐ أقل من سنة
- ☐ من سنة إلى 5 سنوات
- ☐ أكثر من 5 سنوات

2. *كم يبلغ متوسط استخدامك اليومي لمواقع التواصل الاجتماعي؟

حدد دائرة واحدة فقط.

- ☐ أقل من ساعة
- ☐ من ساعة إلى 3 ساعات
- ☐ أكثر من 3 ساعات

3. *ما أكثر مواقع التواصل الاجتماعي التي تستخدمها؟

حدد كل الإجابات الملائمة.

- | | |
|------------------|--------------------------------|
| (تويتر سابقاً) X | ☐ |
| إنستغرام | ☐ |
| سناپ شات | ☐ |
| تيك توك | ☐ |
| يوتيوب | ☐ |
| فيسبوك | ☐ |
| _____ | أخرى: ☐ |

4. * ما مدى اهتمامك بالإعلانات الممولة على مواقع التواصل الاجتماعي للمنتجات والخدمات المختلفة؟

حدد دائرة واحدة فقط

- ☐ دائماً
- ☐ أحياناً
- ☐ نادراً
- ☐ لا أتابعها

5. * ما أنواع المنتجات أو الخدمات التي تهتم بمتابعة الإعلانات الممولة الخاصة بها على مواقع التواصل الاجتماعي؟

حدد كل الإجابات الملائمة

- | | |
|-------------------------------------|--------------------------|
| الأزياء والملابس | ☐ |
| مستحضرات التجميل والعناية الشخصية | ☐ |
| الأجهزة الإلكترونية والهواتف | ☐ |
| الأثاث والديكور المنزلي | ☐ |
| المنتجات الغذائية والمطاعم والمقاهي | ☐ |
| المنتجات الرياضية واللياقة البدنية | ☐ |
| السفر والسياحة | ☐ |
| _____ أخرى: | ☐ |

6.

القسم الأول :*مدى التعرض للإعلانات الممولة***حدد دائرة واحدة فقط في كل صف*

	موافق	محايد	معارض
أشاهد إعلانات ممولة بشكل يومي عبر مواقع التواصل الاجتماعي.	☐	☐	☐
أستطيع التمييز بسهولة بين المحتوى العضوي والإعلان الممول.	☐	☐	☐
أتابع حسابات معلنين أو مؤثرين تعرفت عليهم من خلال إعلان ممول سابقاً.	☐	☐	☐
أنتفاعل (بالإعجاب أو التعليق أو المشاركة) مع الإعلانات الممولة التي تعجبني.	☐	☐	☐

7. القسم الثاني:

مصادقية الإعلان الممول

حدد دائرة واحدة فقط في كل صف.

	موافق	محايد	معارض
أثق في المعلومات التي يقدمها الإعلان الممول عن المنتج أو الخدمة	☐	☐	☐
وضوح الإعلان بأنه "ممول" أو "مدفوع" يزيد من ثقتي فيه	☐	☐	☐
أعتبر الإعلانات الممولة من مؤثرين موثوقين مصدرًا معلوماتيًا موثوقًا	☐	☐	☐
أشعر أن الإعلان الممول صادق في عرض مزايا المنتج الحقيقية	☐	☐	☐

8. القسم الثالث

التصميم الإبداعي ومحتوى الإعلان

حدد دائرة واحدة فقط في كل صف.

	موافق	محايد	معارض
يجذب انتباهي الإعلان الممول ذو التصميم البصري المميز (الصور / الفيديو)	☐	☐	☐
المحتوى الترفيهي في الإعلان الممول يزيد رغبتني بمتابعته	☐	☐	☐
الإعلان الممول المخصص لاهتماماتي (بناءً على بياناتي) يزيد تفاعلي معه	☐	☐	☐
أشعر بالانزعاج من الإعلانات الممولة المتكررة بشكل مبالغ فيه	☐	☐	☐

9. * القسم الرابع

تأثير نوع المنصة

حدد دائرة واحدة فقط في كل صف.

	موافق	محايد	معارض
المنصة التي يظهر عليها الإعلان الممول تؤثر في مدى تفاعلي معه	☐	☐	☐
أثق بالإعلانات الممولة على بعض المنصات أكثر من غيرها	☐	☐	☐

10. المنصة الأكثر تأثيراً عليّ في قرارات الشراء

حدد دائرة واحدة فقط.

- ☐ سناب شات
- ☐ إنستغرام
- ☐ تيك توك
- ☐ (تويتر) X
- ☐ يوتيوب
- ☐ لينكدإن

11. هل سبق أن قمت بشراء منتج بعد تعرضك لإعلان ممول على مواقع التواصل الاجتماعي؟

حدد دائرة واحدة فقط.

☐ نعم

☐ لا

12. القسم الخامس *

السلوك الشرائي الفعلي

حدد دائرة واحدة فقط في كل صف.

	موافق	محايد	معارض
أبحث عن معلومات إضافية عن المنتج بعد رؤية الإعلان الممول قبل الشراء	☐	☐	☐
أقارن بين عدة إعلانات ممولة لمنتجات مشابهة قبل اتخاذ قرار الشراء	☐	☐	☐
أوصي الآخرين بمنتجات اشتريتها بناءً على إعلان	☐	☐	☐

ممول
أعجبني

أكرر الشراء

من علامة

تجارية

تعرفت عليها

عبر إعلان

ممول إذا

كانت

تجربتي

إيجابية

☐☐☐

13. القسم السادس: البيانات الديموغرافية

الجنس

حدد دائرة واحدة فقط.

☐ ذكر

☐ انثى

14. ^{*}العمر

حدد دائرة واحدة فقط.

☐ من 18 إلى 35 سنة

☐ من 36 إلى 50 سنة

☐ سنة فأكثر 51

15. * المستوى التعليمي

حدد دائرة واحدة فقط

- ☐ ثانوي فأقل
- ☐ بكالوريوس
- ☐ دراسات عليا

16. * مستوى الدخل الشهري

حدد دائرة واحدة فقط

- ☐ أقل من 5,000 ريال
- ☐ 5,000-10,000 ريال
- ☐ 10,001-15,000 ريال
- ☐ أكثر من 15,000 ريال

17. * المنطقة

حدد دائرة واحدة فقط

- ☐ الرياض
- ☐ مكة المكرمة
- ☐ خيار 3
- ☐ أخرى:

Google لم يتم إنشاء هذا المحتوى ولا اعتماده من قبل

نماذج Google

