

استبيان

بحث علمي بعنوان:

**تأثير الخوف من تفويت الفرصة (FOMO) على قرارات شراء المستهلك الرقمي في
السعودية – دراسة ميدانية**

**بحث مقدم ضمن مشروع تخرج للحصول على درجة بكالوريوس التسويق الرقمي
من كلية الإعلام والتسويق – جامعة ميدأوشن**

يثرزء/يثرزء كراشملا/ المشاركة.

نرجو منكم التكرم بالإجابة عن جميع الأسئلة بكل موضوعية وصدق، علماً بأن جميع البيانات سرية، ولن
تستخدم إلا لأغراض البحث العلمي فقط.
شاكرين لكم حسن تعاونكم ووقتكم الثمين.

القسم الأول: مستوى التعرض والاستخدام

1- منذ متى تستخدم المتاجر الإلكترونية؟

- أقل من سنة
- من سنة إلى 3 سنوات
- أكثر من 3 سنوات

2- كم مرة تتسوق عبر المتاجر الإلكترونية؟

- أسبوعيا أو أكثر
- شهريا أو عدة مرات في الشهر
- عند الحاجة أو في مواسم التخفيضات والعروض

3- ما المنتجات التي تفضل شراءها من المتاجر الإلكترونية؟ (يمكنك اختيار أكثر من إجابة)

- الأزياء والموضة
- الإلكترونيات والخدمات الرقمية
- الصحة والجمال
- الأغذية والمشروبات
- المنزل والديكور
- السيارات والمعدات
- الكتب والقرطاسية
- أخرى (يرجى ذكرها.....)

• القسم الثاني: مدى انتشار وأثر FOMO على الاندفاع للشراء لدى المستهلك الرقمي

5- حدد درجة موافقتك على العبارات التالية:

لا اوافق	احيانا	موافق	رابعاً
☐	☐	☐	تشعر بالقلق عندما ترى الآخرون يجربون منتجات جديدة لم تجربها قبلهم
☐	☐	☐	تتابع المتاجر الإلكترونية وحساباتها باستمرار لشراء المنتجات الرائجة لمواكبة الترتد
☐	☐	☐	تشعر بالإحباط إذا علمت بوجود تخفيضات ضخمة ولم تتمكن من الشراء
☐	☐	☐	تشتري منتجات لم تخطط لشراؤها لمجرد أنك تراها فرصة لا تعوض
☐	☐	☐	تعتمد على خدمات الشراء بالتقسيط (مثل: تابي وتمارا) لشراء المنتجات التي تخاف نفاذها أو انتهاء عرضها
☐	☐	☐	تتخذ قرارات الشراء بسرعة وبدون تفكير إذا كان المنتج ترند

• القسم الثالث: الاستراتيجيات التسويقية المحفزة للـ FOMO لدى المستهلك

6- حدد درجة تفاعلك مع العبارات التالية :

معارض	محايد	موافق	رابعاً
☐	☐	☐	رؤية المؤثرين يروجون لمنتج بكثرة او يقدمون كود حصري للمتابعين تدفعك للشراء بدون تفكير
☐	☐	☐	وجود عداد تنازلي (مثل: باقي ساعتان على انتهاء العرض) يزيد من رغبتك في سرعة إتمام عملية الشراء
☐	☐	☐	عبارات الكمية المحدودة (مثل: باقي قطعتين في المخزن) تدفعك للشراء خوفاً من عدم توفر المنتج مرة أخرى
☐	☐	☐	العروض العاجلة التخفيضات المفاجئة لفترة قصيرة (مثل كود خصم لتوصيل مجاني ينتهي بعد 25 دقيقة)
☐	☐	☐	عروض الولاء (مثل تحويل النقاط الى مبلغ مالي يخصم من الفاتورة التالية)

• القسم الخامس: مشاعر المستهلك ما بعد الشراء

5- حدد درجة موافقتك على العبارات التالية:

لا اوافق	احياناً	موافق	رابعاً
☐	☐	☐	تشعر بالندم بعد الشراء نتيجة الخوف من تفويت الفرصة
☐	☐	☐	تشعر بالسعادة والرضا لأنك اقتنصت الفرصة ولم تفوتها
☐	☐	☐	اكتشفت بعد الشراء أنك لم تكن بحاجة الى المنتج

القسم الخامس: البيانات الشخصية

النوع

- ذكر
 - أنثى
-

العمر

- ☐ من 18 إلى 35 سنة.
 - ☐ من 36 إلى 50 سنة.
 - ☐ 51 سنة فأكثر.
-

المستوى التعليمي

- ثانوية عامة أو أقل.
 - مؤهل جامعي (بكالوريوس أو ليسانس).
 - دراسات عليا (ماجستير أو دكتوراه).
-

الدخل الشهري

- أقل من 8,000 ريال
- من 8,000 إلى 20,000 ريال
- أكثر من 20,000 ريال