

خطة بحث بعنوان:

"تأثير استخدام الذكاء الاصطناعي في الإعلانات التجارية على نية الشراء لدى المستهلك السعودي (دراسة ميدانية)"

The Impact of Using Artificial Intelligence in Commercial Advertisements on Purchase Intention among Saudi Consumers: A Field Study

إعداد

مانع محمد بالحارث

الرقم الجامعي

251001938

إشراف

د. علياء قمر

2026 م / 1447 هـ

الاستبيان في صورته النهائية

السادة المشاركون الكرام،

يقوم الباحث بإجراء دراسة علمية بعنوان: "تأثير الإعلانات المدعومة بالذكاء الاصطناعي على نية الشراء لدى المستهلك السعودي"، وذلك في إطار استكمال متطلبات البحث العلمي. وتهدف هذه الدراسة إلى التعرف على مدى تأثير استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي في الإعلانات الرقمية على سلوك المستهلكين واتجاهاتهم الشرائية، من خلال دراسة مجموعة من العوامل المرتبطة بالإعلانات الرقمية مثل التخصيص، والتفاعل، والإبداع في الإعلان، والثقة والمصادقية، ومدى انعكاسها على نية الشراء لدى المستهلك.

وتكتسب هذه الدراسة أهميتها في ظل التطور المتسارع في مجال التسويق الرقمي والإعلانات الذكية التي تعتمد على تحليل بيانات المستخدمين وتقديم محتوى إعلاني يتوافق مع اهتماماتهم وتفضيلاتهم، الأمر الذي قد يؤثر في قراراتهم الشرائية وسلوكهم الاستهلاكي.

توضيح للمصطلحات

الذكاء الاصطناعي في الإعلانات:

يقصد به استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي في تصميم الإعلانات الرقمية وتحليل بيانات المستخدمين وسلوكهم على الإنترنت، وذلك بهدف عرض إعلانات مخصصة تتناسب مع اهتمامات المستخدمين وتفضيلاتهم.

الإعلانات التفاعلية:

هي الإعلانات الرقمية التي تسمح للمستخدم بالتفاعل معها، مثل النقر على الإعلان، أو مشاهدة محتوى إضافي، أو الإجابة عن سؤال، أو استكشاف معلومات أكثر عن المنتج أو الخدمة.

الإعلانات الرقمية:

هي الإعلانات التي تظهر للمستخدمين عبر الإنترنت من خلال المنصات الرقمية مثل مواقع الويب أو وسائل التواصل الاجتماعي مثل إنستغرام ويوتيوب وسناب شات وغيرها.

لذلك يأمل الباحث منكم التفضل بالمشاركة في هذا الاستبيان والإجابة على العبارات الواردة فيه بدقة وموضوعية، علمًا بأن جميع المعلومات التي سيتم جمعها ستستخدم لأغراض البحث العلمي فقط، وسيتم التعامل معها بسرية تامة، ولن تستخدم إلا لأغراض التحليل العلمي.

لا توجد إجابة صحيحة أو خاطئة، وإنما المطلوب هو التعبير عن رأيكم الشخصي بكل صراحة.

شاكرين لكم تعاونكم الكريم ومساهمتمكم القيمة في إنجاح هذه الدراسة.

مع خالص التقدير والاحترام.

مقياس الاستجابة المستخدم في الاستبيان

يرجى اختيار الخيار الصحيح من الخيارات التالية الذي يعبر عن رأيك:

أوافق بشدة | أوافق | محايد | معارض | معارض بشدة

أولاً: متغيرات الدراسة

المحور الأول: التخصيص في الإعلانات المدعومة بالذكاء الاصطناعي

م	العبرة	موافق	محايد	معارض
1	تظهر لي إعلانات رقمية تتوافق مع اهتماماتي الشخصية على الإنترنت	☐	☐	☐
2	أشعر أن بعض الإعلانات الرقمية مصممة خصيصاً لتناسب اهتماماتي	☐	☐	☐
3	الإعلانات المخصصة تجعلني أكثر اهتماماً بالمنتج المعلن عنه	☐	☐	☐
4	استخدام الذكاء الاصطناعي يساعد في عرض إعلانات أكثر ملاءمة لي	☐	☐	☐
5	الإعلانات التي تعتمد على تحليل بيانات المستخدمين تكون أكثر تأثيراً	☐	☐	☐
6	أشعر أن الإعلانات المخصصة توفر لي معلومات مفيدة عن المنتجات	☐	☐	☐

المحور الثاني: التفاعل مع الإعلانات الرقمية

م	العبرة	موافق	محايد	معارض
1	أتفاعل أحياناً مع الإعلانات الرقمية من خلال النقر عليها	☐	☐	☐
2	الإعلانات التفاعلية تزيد من اهتمامي بالمنتج	☐	☐	☐
3	أحب الإعلانات التي تسمح لي بالتفاعل أو معرفة المزيد عن المنتج	☐	☐	☐
4	التفاعل مع الإعلان يساعدني على تكوين فكرة أفضل عن المنتج	☐	☐	☐
5	الإعلانات التفاعلية تجعل تجربة الإعلان أكثر متعة	☐	☐	☐
6	الإعلانات الرقمية التفاعلية تجعلني أكثر ميلاً لشراء المنتج	☐	☐	☐

المحور الثالث: الإبداع في الإعلان

م	العبارة	موافق	محايد	معارض
1	الإعلانات الرقمية المبتكرة تجذب انتباهي بسرعة	☐	☐	☐
2	التصميم الإبداعي للإعلان يؤثر في اهتمامي بالمنتج	☐	☐	☐
3	استخدام تقنيات حديثة في الإعلان يجعله أكثر إقناعاً	☐	☐	☐
4	الإعلانات المدعومة بالذكاء الاصطناعي تبدو أكثر ابتكاراً	☐	☐	☐
5	الإعلانات الإبداعية تجعلني أتذكر المنتج لفترة أطول	☐	☐	☐
6	الإعلانات المبتكرة تزيد من اهتمامي بالعلامة التجارية	☐	☐	☐

المحور الرابع: الثقة والمصادقية في الإعلانات الرقمية

م	العبارة	موافق	محايد	معارض
1	أثق في بعض الإعلانات التي تظهر لي على الإنترنت	☐	☐	☐
2	مصادقية الإعلان تؤثر في قراري بالشراء	☐	☐	☐
3	أميل إلى شراء المنتجات التي تقدم إعلانات موثوقة	☐	☐	☐
4	وضوح المعلومات في الإعلان يزيد من ثقتي بالمنتج	☐	☐	☐
5	الإعلانات الرقمية التي تقدم معلومات دقيقة تكون أكثر إقناعاً	☐	☐	☐
6	ثقتي في الإعلان تزيد عندما تكون العلامة التجارية معروفة	☐	☐	☐

المحور الخامس: نية الشراء

م	العبارة	موافق	محايد	معارض
---	---------	-------	-------	-------

1	أفكر في شراء المنتجات التي أراها في الإعلانات الرقمية	☐	☐	☐
2	الإعلانات الرقمية تشجعني على تجربة منتجات جديدة	☐	☐	☐
3	أبحث عن معلومات إضافية عن المنتج بعد مشاهدة الإعلان	☐	☐	☐
4	الإعلانات المدعومة بالذكاء الاصطناعي تزيد من رغبتني في الشراء	☐	☐	☐
5	من المحتمل أن أشتري منتجاً بعد مشاهدة إعلان جذاب له	☐	☐	☐
6	الإعلانات الرقمية تؤثر في قراري النهائي بشراء المنتج	☐	☐	☐

ثانياً: المتغيرات الديموغرافية

م	المتغير	الفئات
1	الجنس	☐ ذكر ☐ أنثى
2	العمر	☐ أقل من 20 سنة ☐ 20-29 سنة ☐ 30-39 سنة ☐ 40-49 سنة ☐ 50 سنة فأكثر
3	المستوى التعليمي	☐ ثانوي أو أقل ☐ دبلوم ☐ بكالوريوس ☐ ماجستير ☐ دكتوراه
4	الحالة الوظيفية	☐ طالب ☐ موظف حكومي ☐ موظف قطاع خاص ☐ صاحب عمل ☐ أخرى
5	مستوى الدخل الشهري	☐ أقل من 5000 ريال ☐ 5000-9999 ☐ 10000-14999 ☐ 15000 فأكثر
6	عدد ساعات استخدام الإنترنت يومياً	☐ أقل من ساعة ☐ 1-3 ساعات ☐ 4-6 ساعات ☐ أكثر من 6 ساعات

7	المنصة التي تشاهد فيها الإعلانات غالباً	☐ يوتيوب ☐ إنستغرام ☐ سناب شات ☐ تيك ☐ توك ☐ تويتر
8	أبرز أنواع الإعلانات التي تتابعها عادة على الإنترنت	يرجى اختيار النوع الأكثر متابعة لديك: ☐ منتجات التجميل والعناية الشخصية ☐ السفر والسياحة ☐ الأغذية والمشروبات ☐ الملابس والأزياء ☐ الخدمات (مثل: التطبيقات، البنوك، الاتصالات) ☐ أخرى (يرجى التحديد).....
9	9-هل سبق لك شراء أحد المنتجات بعد تعرضك لإعلان ترويجي عنه على الإنترنت؟	☐ نعم ☐ لا