

تأثير الإعلانات المدفوعة عبر الإنترنت على سلوك المستهلك السعودي

دراسة ميدانية

خطة البحث

إعداد الباحثة

اشواق خالد الشرقي

إشراف الدكتور

محمد عويس

2024/1446

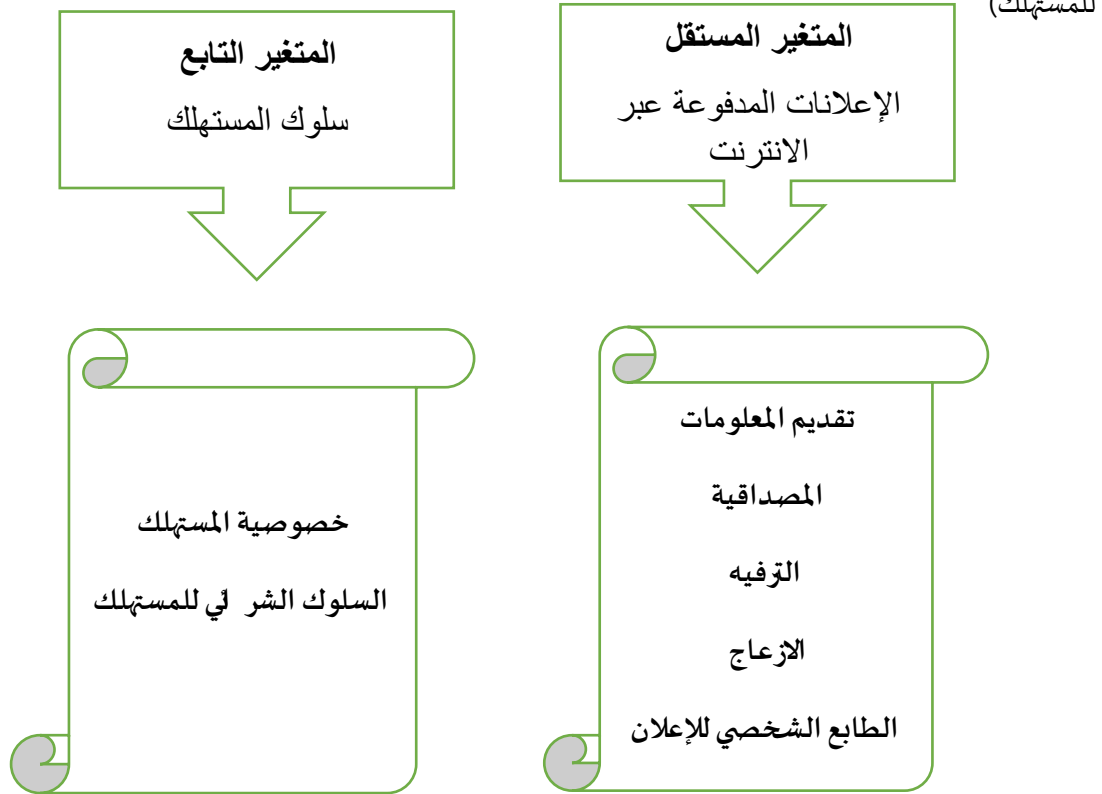
أهداف الدراسة:

يسعى الباحث في هذه الدراسة الى:

1. ابراز سمات الإعلان المدفوع عبر الانترنت والتعرف على المزايا التي يقدمها للمستهلك والمؤسسة.
2. تحليل السلوك الاستهلاكي للفرد وفهم مكوناته ونتائج تفاعله مع الإعلان المدفوع عبر الانترنت.
3. التعرف على مدى وجود علاقة اتصالية الكترونية بين المؤسسة والمستهلك.
4. التعرف على أبرز العوامل التي تؤثر على سلوك المستهلك السعودي.
5. التعرف على مدى يقبل المستهلكين على الإعلانات المدفوعة عبر الانترنت.
6. التعرف على إذا ما كان يوجد معوقات قد تؤثر على إنجاز الإعلانات المدفوعة عبر الانترنت للغرض منها.

نموذج الدراسة:

- المتغير المستقل: الإعلانات المدفوعة عبر الانترنت بأبعادها (تقديم المعلومات، المصداقية، الترفيه، الازعاج، الطابع الشخصي للإعلان).
- المتغير التابع: سلوك المستهلك بأبعاده (خصوصية المستهلك، السلوك الشرائي للمستهلك)



الشكل 1

تساؤلات الدراسة:

يمكن تلخيص مشكلة هذه الدراسة في الإجابة عن السؤال الرئيسي الآتي:

ما مدى تأثير الإعلانات المدفوعة عبر الإنترنت على سلوك المستهلك السعودي؟

ويندرج تحت هذا السؤال بعض الأسئلة الفرعية التي تتمثل فيما يلي:

1. ما هي أبرز سمات الإعلان المدفوع عبر الإنترنت والتعرف على المزايا التي يقدمها للمستهلك والمؤسسة؟
2. كيف يمكن تحليل السلوك الاستهلاكي للفرد وفهم مكوناته ونتائج تفاعله مع الإعلان المدفوع عبر الإنترنت؟
3. إلى أي مدى توجد علاقة اتصالية إلكترونية بين المؤسسة والمستهلك؟
4. ما هي أبرز العوامل التي تؤثر على سلوك المستهلك السعودي؟
5. إلى أي مدى يقبل المستهلكين على الإعلانات المدفوعة عبر الإنترنت؟
6. هل توجد معوقات قد تؤثر على إنجاز الإعلانات المدفوعة عبر الإنترنت للغرض منها؟

أولاً.. المعلومات الديموغرافية

1. الجنس: ذكر () أنثى ()
2. العمر: من 20-25 سنة () من 26-30 سنة ()
من 31 سنة فما فوق ()
3. المستوى التعليمي: ثانوي فأقل () بكالوريوس ()
ماجستير () دكتوراه ()

ثانياً.. فقرات الاستبانة

م	العبارة	أوافق بشدة	أوافق	لا أدري	لا أوافق بشدة
المحور الأول: الإعلانات المدفوعة عبر الانترنت					
البعد الأول: تقديم المعلومات					
1	تقدم الإعلانات المدفوعة عبر الانترنت معلومات عن السلع والخدمات الجديدة.				
2	تنجح الإعلانات المدفوعة عبر الانترنت في وصف خصائص المنتج المعلن عنه.				
3	تستطيع الإعلانات المدفوعة عبر الانترنت اظهار التغير في أسعار المنتجات المعلن عنها.				
4	تقدم الإعلانات المدفوعة عبر الانترنت معلومات جيدة عن العروض الترويجية (العينات المجانية، الخصومات) المقدمة.				
5	تقدم الإعلانات المدفوعة عبر الانترنت معلومات عن أماكن بيع المنتجات المعلن عنها.				

6	تؤثر جودة المعلومات المقدمة في الإعلانات المدفوعة عبر الانترنت انطباعاتي حول المنتج والشركة.				
7	تستطيع الإعلانات المدفوعة عبر الانترنت اظهار قدرة المنتج المعلن عنه في تلبية احتياجاتي.				
البعد الثاني: المصدقية					
1	يتميز المحتوى المقدم في الإعلانات المدفوعة عبر الانترنت بالدقة.				
2	تقدم الإعلانات المدفوعة عبر الانترنت معلومات صحيحة عن المنتج المعلن عنه.				
3	تتمتع الإعلانات المدفوعة عبر الانترنت بالصدق في عرض المزايا التي يتمتع بها المنتج المعلن عنه.				
4	افضل استقبال الإعلانات المدفوعة عبر الانترنت من قبل شركات ذات سمعة جيدة.				
5	تتمتع الإعلانات المدفوعة عبر الانترنت من قبل المعارف (العائلة، الأصدقاء، الزملاء) بمصدقية اكبر.				
6	تعتبر الإعلانات المدفوعة عبر الانترنت كافيها لاتخاذ قرار شراء المنتجات المعلن عنها.				
البعد الثالث: الترفيه					
1	تنجح الإعلانات المدفوعة عبر الانترنت في استخدام روح الفكاهة.				
2	يتم الاعتماد على عبارات ممتعة في الإعلانات المدفوعة عبر الانترنت .				
3	تتضمن الرسائل الاعلانية في الإعلانات المدفوعة عبر الانترنت أفكار جذابة يعبر عنها بلغة وصياغة واضحة.				

4	ينجح المحتوى الترفيهي للرسالة في الإعلانات المدفوعة عبر الانترنت في جذب انتباهي.				
5	أشعر أن تلقي الإعلانات المدفوعة عبر الانترنت امر ممتع.				
البعد الرابع: الازعاج					
1	يتضمن محتوى الرسالة في الإعلانات المدفوعة عبر الانترنت على معلومات غير مرغوب فيها.				
2	أشعر بأن معظم الإعلانات المدفوعة عبر الانترنت مزعجة.				
3	تتضمن الإعلانات المدفوعة عبر الانترنت معلومات مضللة.				
4	يتم اخذ موافقتي قبل ارسال الإعلانات المدفوعة عبر الانترنت.				
5	الاعتماد على نظامي (الاشتراط / عدم الاشتراك في استقبال الإعلانات المدفوعة عبر الانترنت) يقلل من ازعاج الإعلانات.				
6	تراعي رسائل الإعلانات المدفوعة عبر الانترنت ثقافة المجتمع المستهدف.				
البعد الخامس: الطابع الشخصي للإعلان					
1	من خلال الرسائل الخاصة بالإعلانات المدفوعة عبر الانترنت اتلقى المعلومات في الوقت المناسب.				
2	أشعر بأن الحصول على معلومات مفيدة من خلال الإعلانات المدفوعة عبر الانترنت يوفر وقت.				
3	تعتمد الإعلانات المدفوعة عبر الانترنت على معلوماتي الشخصية (العمر، الجنس، الدخل وغيرها) للمستهلك.				

4	تعتمد الإعلانات المدفوعة عبر الانترنت على تفضيلاتي (اهتماماتي، هواياتي، نشاطاتي الترفيهية، اهتماماتي الموسيقية وغيرها).				
5	أجد أن الإعلانات المدفوعة عبر الانترنت بناء على مكان تواجدي (المراكز التجارية، مواقف السيارات) مفيدة.				
6	أجد أن الإعلانات المدفوعة عبر الانترنت بناء على توقيت وتاريخ معين (المناسبات الخاصة، الأعياد، التغيرات في أسعار الأسهم) مفيدة.				
7	ارغب في تقديم معلوماتي الشخصية لجعل الإعلانات المدفوعة عبر الانترنت يلائم احتياجاتي بشكل افضل.				
المحور الثاني: سلوك المستهلك					
البعد الأول: خصوصية المستهلك					
1	تعتبر الخصوصية من العوامل التي تمنعني من استقبال الإعلانات المدفوعة عبر الانترنت.				
2	تزداد مخاطر تلقي إعلانات مدفوعة عبر الانترنت غير مرغوب فيها عند استخدام الخدمات التسويقية.				
3	تتعرض البيانات الشخصية لمخاطر سوء الاستخدام عند تطبيق الخدمات التسويقية في الإعلانات المدفوعة عبر الانترنت.				
4	ترسل الإعلانات المدفوعة عبر الانترنت دون التمييز بين أماكن تواجدي (العمل، المنزل، أوقات الفراغ).				
5	افضل استقبال الإعلانات المدفوعة عبر الانترنت بعد الحصول على موافقتي.				

6	الإعلان بناء على موافقتي يقلل المخاطر المرتبطة بشراء السلع والخدمات المعلن عنها.				
7	من المهم بالنسبة لي أن أتمكن من اختيار الإعلانات المرسله والملائمة لاحتياجاتي.				
8	اعتقد أن بياناتي الشخصية محمية من قبل القوانين المتعلقة بخصوصية البيانات.				
البعد الثاني: السلوك الشرائي للمستهلك					
1	تجذب الإعلانات المدفوعة عبر الانترنت انتباهي.				
2	احتفظ بالرسائل للإعلانات المدفوعة عبر الانترنت على هاتفي المحمول.				
3	أقوم بقراءة كل التفاصيل المذكورة في الإعلانات المدفوعة عبر الانترنت.				
4	اهتم بمعرفة ما يرسل في الإعلانات المدفوعة عبر الانترنت حول مزايا المنتج المعلن عنه.				
5	تستطيع الإعلانات المرسله والمدفوعة عبر الانترنت اقناعي بحاجتي للمنتج المعلن عنه.				
6	ارغب في تجربة المنتج المعلن عنه بدلا من المنتج الذي أقوم بشرائه حاليا.				
7	أقوم بالاحتفاظ بعنوان مكان بيع المنتج المعلن عنه لزيارة المكان ومعاينة المنتج قبل شرائه.				
8	أقوم بالاتصال بالجهة المعلنة لمعرفة المزيد من المعلومات عن المنتج المعلن عنه.				
9	اهتم بمعرفة الاسم التجاري للمنتج عند قراءة الرسالة الاعلانية.				
10	تقودني الإعلانات المدفوعة عبر الانترنت الى جمع المعلومات عن المنتج المعلن عنه.				