

## قائمة استقصاء

### العوامل المؤثرة على استخدام التسويق الإلكتروني

سيدي العزيز / سيدي العزيزة:

تحية طيبة وبعد...

هذا الاستبيان يهدف الى دراسة العوامل التي تؤثر على استخدام التسويق الإلكتروني (تحقيق الأهداف و الوظائف التسويقية من خلال استخدام تكنولوجيا الاتصالات الإلكترونية : مثل الإنترنت والبريد الإلكتروني و الشبكات الإلكترونية الداخلية – الانترنت - و الشبكات الإلكترونية الخارجية - الاكسترنانت - و الهواتف المحمولة) على الأداء التسويقي لمؤسسات الأعمال الصغيرة العاملة في المجالين الصناعي و التجاري . المؤسسة الخاصة بكم تم اختيارها للمشاركة في هذه الدراسة بناء على عينة عشوائية ونظراً لخبرتك العملية في هذا المجال فإنه يشرفنا مساهمتكم في هذه الدراسة وذلك من خلال قيامكم باستيفاء قائمة الإ ستقصاء المرفقة وإعادتها إلى الباحث في اقرب فرصة ممكنة وذلك حتى يتسنى تحليل ما ورد بها من إجابات.

هذه الدراسة دراسة أكاديمية بحثية و البيانات الخاصة بها سيتم استخدامها فقط لأغراض البحث العلمي ، مما سوف يساعد في التوصل إلى فهم أفضل لآثار استخدام التسويق الإلكتروني في مؤسسات الأعمال الصغيرة . وينبغي أن يجأ الاستبيان من قبل صاحب المشروع / مدير التسويق / مدير المبيعات أو من قبل الشخص المسؤول عن أنشطة التسويق الإلكتروني داخل المؤسسة.

بالطبع ليس من المطلوب منك اعطاء اي معلومات شخصية عنك أو عن شركتك و الاجابات المقدمة منك سوف تعامل في سرية تامة و ستتاح فقط لأعضاء فريق البحث دون اي شخص آخر . إذا كنت ترغب في الحصول على نسخة من ملخص الدراسة ، يرجى تضمين عنوانك في نهاية الاستبيان.

شكرا جزيلا لك على وقتك وتعاونك البناء.

الباحث

حاتم الجوهري

المدرس المساعد – بقسم إدارة الأعمال  
كلية التجارة – جامعة القاهرة

ينبغي أن يتم ملء الاستبيان من قبل:

- صاحب المشروع
- مدير التسويق / مدير المبيعات
- الشخص المسؤول عن أنشطة التسويق الإلكتروني داخل المؤسسة.

### الجزء 1 : بيانات أساسية عن المؤسسة :- الرجاء الإجابة على الأسئلة التالية :

- 1 - اين تقع المؤسسة الخاصة بك؟  
.....
- 2 - المؤسسة الخاصة بي:  
مؤسسة صناعية
- مؤسسة تجارية
- مؤسسة اخري .....
- 3 - تقريبا كم عدد الموظفين داخل المؤسسة؟  
19-10 عامل
- 20-29 عامل
- 30-39 عامل
- 40-50 عامل
- اكثر من 50 عامل
- 4 - المبيعات السنوية لمشروعنا:  
.....
- 5 - المؤسسة الخاصة بي تمارس انشطتها منذ: ..... عام
- 6 - المؤسسة الخاصة بي تمارس انشطتها:  
محليا
- دوليا
- محليا و دوليا

### الجزء 2 : تبني التسويق الإلكتروني بواسطة مؤسسات الأعمال الصغيرة :-

اسئلة هذا الجزء تتعلق بللعوامل التي تؤثر على تبني التسويق الإلكتروني للقيام بأنشطة التسويق في مؤسسات الأعمال الصغيرة. التسويق الإلكتروني هنا يشير الي : القيام بأنشطة التسويق اعتمادا على أدوات ووسائل التسويق الإلكتروني مثل : الإنترنت و البريد الإلكتروني و غيرها. و قد صممت الأسئلة لقياس العوامل التي تؤثر على تبني التسويق الإلكتروني بواسطة مؤسسات الأعمال الصغيرة. يرجى وضع علامة في المربع المناسب.

1. اي من العوامل التالية تري أن له تأثير كبير على تبني التسويق الإلكتروني؟ (اختر كل ما ينطبق)

- |  |   |
|--|---|
| الثقافة التنظيمية <input type="checkbox"/>                         | ضغوط الصناعة <input type="checkbox"/>               |
| نوع المنتج <input type="checkbox"/>                                | حجم المنظمة <input type="checkbox"/>                |
| الميزة النسبية <input type="checkbox"/>                            | السهولة المتصورة للاستخدام <input type="checkbox"/> |
| الموارد المالية وغيرها من الموارد التقنية <input type="checkbox"/> | الفائدة المتصورة <input type="checkbox"/>           |
| التكلفة <input type="checkbox"/>                                   | سهولة الاستعمال <input type="checkbox"/>            |
| المنافسة <input type="checkbox"/>                                  | اتجاهات السوق <input type="checkbox"/>              |
| التوجه الدولي للمؤسسة <input type="checkbox"/>                     | مهارات المالك <input type="checkbox"/>              |
| ضغوط الحكومة <input type="checkbox"/>                              | الدعم الحكومي <input type="checkbox"/>              |
| التوافق <input type="checkbox"/>                                   | دعم الإدارة العليا <input type="checkbox"/>         |
| الأمن <input type="checkbox"/>                                     | استعداد المستهلك <input type="checkbox"/>           |
| البنية التحتية الوطنية <input type="checkbox"/>                    |   |

2. رتب العوامل التالية وفقا لأهميتها وتأثيرها عليك في تبني التسويق الإلكتروني:

العوامل	موافق تماما	موافق	لا رأى	غير موافق	غير موافق تماما
الثقافة التنظيمية					
ضغوط الصناعة					
نوع المنتج					
حجم المنظمة					
الميزة النسبية					
السهولة المتصورة للاستخدام					
الموارد المالية وغيرها من الموارد التقنية					
الفائدة المتصورة					
التكلف					
سهولة الاستعمال					
المنافسة					
اتجاهات السوق					
التوجه الدولي للمؤسسة					
مهارات المالك					
ضغوط الحكومة					
الدعم الحكومي					
التوافق					
دعم الإدارة العليا					
الأمن					
استعداد المستهلك					
البنية التحتية الوطنية					

**الجزء 3 : بعض البيانات الخاصة بك :-**

- الفئة العمرية
 

<input type="checkbox"/>	أقل من 30 عاما
<input type="checkbox"/>	30-40 عاما
<input type="checkbox"/>	41-50 عاما
<input type="checkbox"/>	أكثر من 60 عاما
- منذ متى وانت تعمل في المؤسسة؟
 

<input type="checkbox"/>	أقل من 5 اعوام
<input type="checkbox"/>	5-10 اعوام
<input type="checkbox"/>	أكثر من 10 اعوام
- مستوى التعليم
 

<input type="checkbox"/>	مؤهل غير جامعي
<input type="checkbox"/>	مؤهل جامعي
<input type="checkbox"/>	دراسات عليا

نشكركم على حسن تعاونكم

