

FREQUENCY

Marketing & Research Consultancy



تأثير حظر التجول على عادات وسلوكيات السكان في المملكة العربية السعودية

يوليو 2020



المحتويات

01

نظرة عامة

- هدف البحث
- العمل الميداني
- البيانات الديموغرافية

02

عادات المجيبين أثناء حظر التجول

- ما هي عاداتهم؟ وكيف تم تصنيفها؟
- ما هي الممارسات الجديدة؟
- ما الذي استمتعوا به؟

03

التعمق في عادات المجيبين

- هل هناك فروقات بين الذكور و الإناث؟
- هل هناك فروقات بين من هم أصغر من 25 عام ومن هم أكبر من 25؟
- هل هناك فروقات أخرى نحتاج أن نعرفها؟

04

بعض الاستنتاجات من الدراسة

05

نبذة عن FREQUENCY

01

نظرة عامة

- هدف البحث
- العمل الميداني
- البيانات الديموغرافية



FREQUENCY
MARKETING & RESEARCH CONSULTANCY

هدف البحث

مع انتهاء فترة حظر التجول في المملكة العربية السعودية، سواء كان حظرًا جزئيًا أو كاملًا، فمن المؤكد خلال هذه الفترة أن عادات السكان تأثرت بشكل إيجابي أو سلبي على الصعيد الفردي أو الاجتماعي، مما قد يؤثر على الأولويات و الرغبات الشخصية للفرد سواء في فترة الحظر أو ما بعده في هذه الدراسة سوف نطلع على مدى تأثير حظر التجول على عادات وسلوكيات السكان في المملكة العربية السعودية.



العمل الميداني

تم إعداد استبانة الكترونية
نشرت عبر مواقع التواصل الاجتماعي
في الربع الثاني من عام 2020



عينة عشوائية تغطي جميع الفئات العمرية مع التركيز على آراء
فئة الشباب ممن هم دون الـ25 عام ذلك لأنهم يشكلون نسبة
كبيرة من سكان المملكة العربية السعودية، وهم مستقبل
بلادنا الحبيبة (معظمهم طلاب مراحل دراسية و جامعية)



و قد قارناهم مع من هم أكبر منهم في العمر من فئات المجتمع ، كما
حصلنا في هذه الدراسة على آراء 1,022 مجيب من شتى مناطق المملكة
العربية السعودية في فترة حظر التجول لمحاربة فايروس كورونا.
و بناءً على ذلك، فإن هذه العينة تمثل مجتمع المملكة العربية السعودية
بنسبة ثقة 95% وهامش خطأ مقداره 3%.



البيانات الديموغرافية

حجم العينة: 1,022

الجنسية



19% أخرى



81% سعودي

الجنس

59%

أنثى



41%

ذكر



الحالة الاجتماعية

1%



أرمل

2%



مطلق

21%



متزوج

76%



أعزب

10%

14%

2%

19%

55%

الحالة الوظيفية



أقل من 25



أكثر من 25

- طالب مدرسي/ جامعي
- موظف حكومي/ خاص
- رائد أعمال / أعمال حرة
- باحث عن عمل
- غير موظف/ ربة منزل

المنطقة الإدارية

الرياض

28%



مكة المكرمة

28%



الشرقية

17%



مناطق أخرى

11%



المدينة المنورة

7%



عسير

5%



القصيم

4%



02

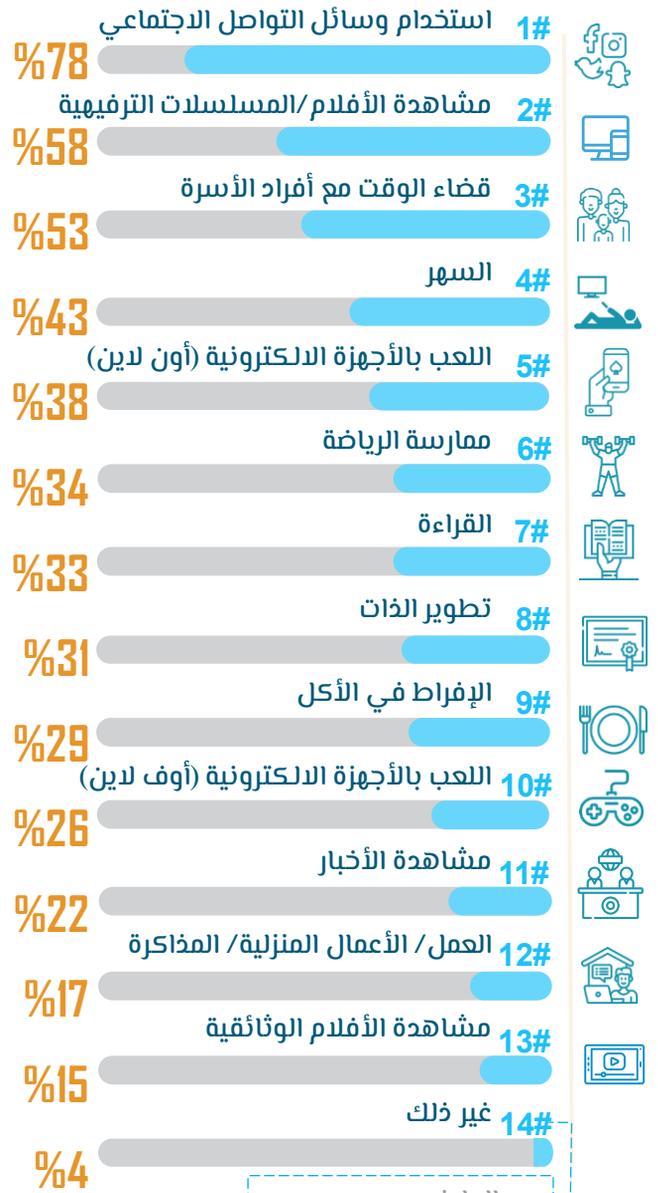
أبرز عادات المجيبين أثناء حظر التجوّل

- ما هي عاداتهم؟ وكيف تمّ تصنيفها؟
- ما هي الممارسات الجديدة؟
- ما الذي استمتعوا به؟



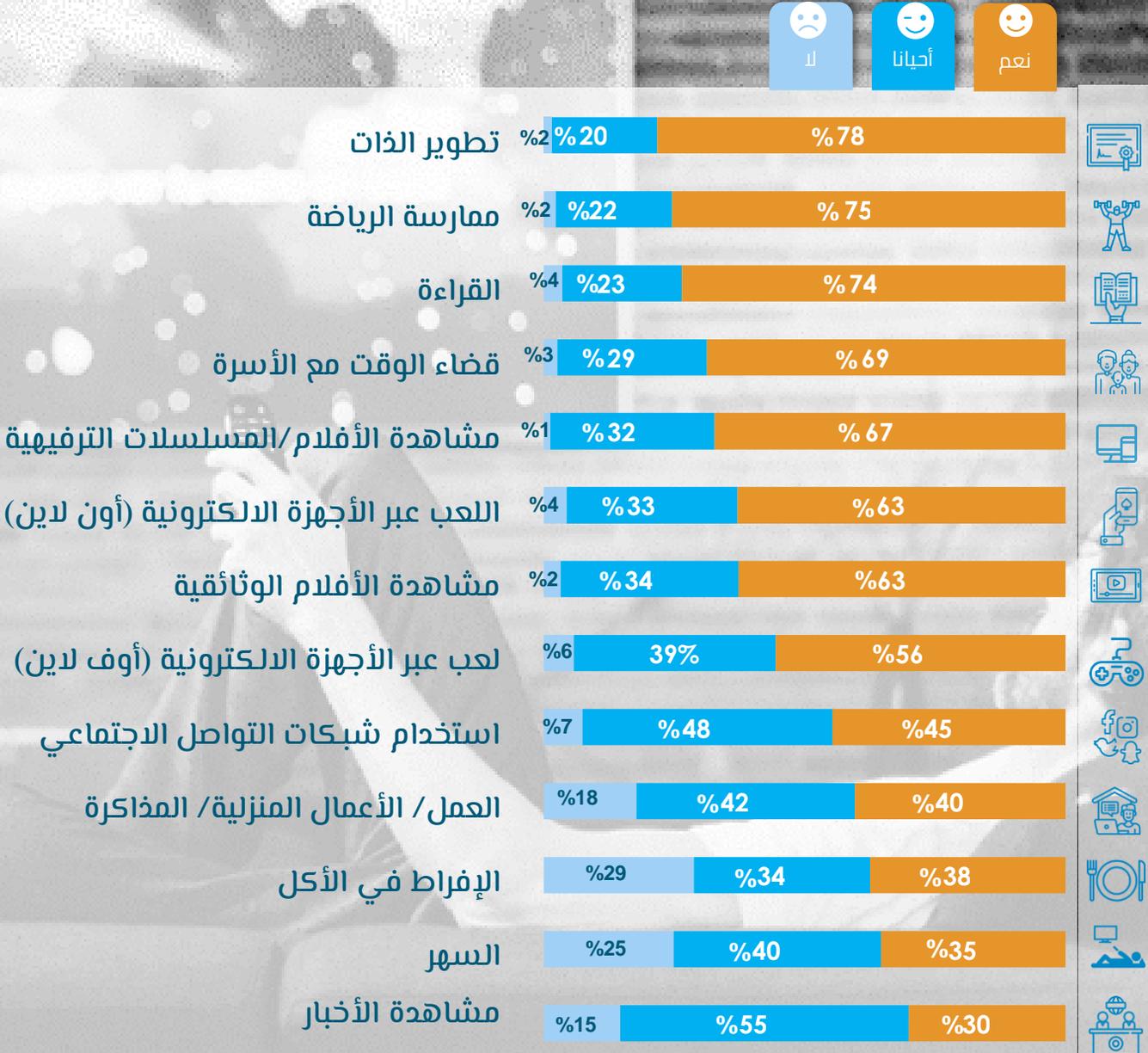
FREQUENCY
MARKETING & RESEARCH CONSULTANCY

أبرز العادات و الأنشطة التي مورست خلال حظر التجول وسائل التواصل الاجتماعي هي الوسيلة الرئيسية المستخدمة في فترة حظر التجول أكثر من ثلاثة أرباع المجيبين اعتمدوا بشكل كبير على استخدام وسائل التواصل الاجتماعي اثناء حظر التجول و أكثر من النصف اعتمدوا على مشاهدة الأفلام/المسلسلات و قضاء الوقت مع أفراد الأسرة.

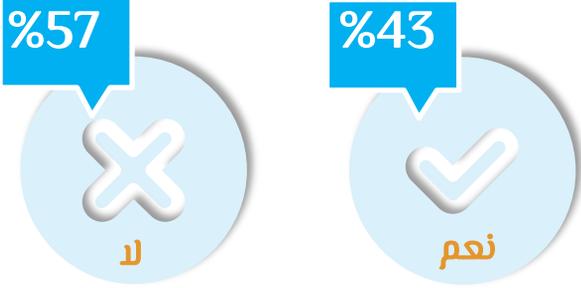


- الطبخ
- الرسم
- قراءة القرآن الكريم

رغم أن وسائل التواصل الاجتماعي هي أكثر العادات ممارسة في حظر التجول إلا أن تطوير الذات , الرياضة و القراءة هي أكثر الممارسات التي استمتعوا بها



الرياضة , الطبخ و تطوير الذات هي أكثر ممارسات المجيبين الجديدة المكتسبة خلال فترة حظر التجول وقد ساهمت بشكل إيجابي في التخفيف من التوتر نتيجة الحظر



- الاهتمام بالمنزل من أعمال وصيانة
- الخياطة والأعمال اليدوية
- الأكل الصحي
- التأمل والتخطيط للمستقبل
- الكتابة
- الاهتمام بالدراسة
- الزراعة
- اللعب
- العزف على الآلات الموسيقية

غير ذلك
>%4

03

التعمق في أبرز عادات المجتبيين

○ ما هي الفروقات بين الذكور و الإناث
في نفس العادات؟

○ ما هي الفروقات بين من هم أصغر
من 25 عام ومنهم أكبر من 25؟

○ هل هناك فروقات أخرى
نحتاج أن نعرفها؟



FREQUENCY
MARKETING & RESEARCH CONSULTANCY



المركز رقم

استخدام وسائل التواصل الاجتماعي



FREQUENCY
MARKETING & RESEARCH CONSULTANCY

المركز #1 استخدام وسائل التواصل الاجتماعي

تصدّرت وسائل التواصل الاجتماعي المركز الأول من حيث الأنشطة الأكثر ممارسة، و ليس ذلك فحسب بل تضاعف استخدامها عند أكثر المجيبين. أما من حيث استخدام التطبيقات تصدر تطبيق واتس آب حيث أكثر من ثلاثة أرباع المجيبين استخدموه.



من المجيبين
استخدموا

%79



من المجيبين
استخدموا

%73



من المجيبين
استخدموا

%69

%78

من المجيبين
استخدموا
وسائل التواصل
الاجتماعي
خلال فترة حظر
التجول

بشكل عام وجدنا أنه لا يوجد فرق كبير بين الذكور و الاناث في استخدام وسائل التواصل الاجتماعي، ولكن لوحظ اختلاف بين من هم أقل من 25 و من هم أكبر من ذلك خصوصاً في السناپ شات، و الانستقرام.



ذكور

%86



%68



%67



إناث

%78



%74



%70



25 فأكثر

%58



%44



%35



أقل من 25

%64



%63



%63





2

المركز رقم

مشاهدة الأفلام و المسلسلات الترفيهية



FREQUENCY
MARKETING & RESEARCH CONSULTANCY

المركز #2 مشاهدة الأفلام و المسلسلات الترفيهية: الانترنت هي الوسيلة الرئيسية عبر نتفلكس

تأتي الأفلام و المسلسلات الترفيهية في المركز الثاني وتتميز بدرجة استمتاع عالية. كما وجدنا أن أكثر من نصف المستخدمين زاد استخدامهم لها. ظهر لنا مدى الحاجة للإنترنت للمشاهدة حيث 93% من المجيبين يعتمدون بشكل كبير عليها لمشاهدة أفلامهم و مسلسلاتهم. و فقط 7% من يعتمدون بشكل كامل على التلفاز.



ومن حيث تطبيقات المشاهدة، تصدر نتفليكس المركز الأول من هذه التطبيقات حيث أكثر من ثلثي المجيبين يستخدموه ، يليه اليوتيوب ثم بفارق كبير يأتي تطبيق شاهد. وبالنظر لفئات العينة نجد أن جميعها اتفقت على تميز و تفوق نتفليكس، ماعدا نسبة مستخدمي اليوتيوب من الإناث فقد تفوقت على نتفليكس.





حي

المركز رقم

قضاء الوقت مع
أفراد الأسرة



FREQUENCY
MARKETING & RESEARCH CONSULTANCY

المركز #3 قضاء الوقت مع أفراد الأسرة: كانت دردشة في الأغلب، مشاهدة التلفاز و اللعب

قضاء الوقت مع الأسرة حاز على درجة الاستمتاع عالية و زادت بشكل كبير في فترة حظر التجول و تلي الدردشة مشاهدة التلفاز و يظهر لنا أن حظر التجول أدى أيضا لشجارات ثلث المجيبين مع أفراد أسرهم نتيجة الاحتكاك الزائد و لكن لم يمنع ذلك أن نصف المجيبين أن يستمتعوا بوقتهم مع أفراد الأسرة باللعب. وقد أتفق أغلب المجيبين على أن الألعاب الشعبية والحديثة هي الأكثر ممارسة.



مثل البلوت , الكيرم , الأونو سيكونس , كتشينة (ألعاب ورقية), مونوبولي , لعبة الاختباء (الإستغماية).

70% يلعبون الألعاب الشعبية/الحديثة

مثل الشطرنج, لعبة التخمين, لعبة الكلمات المتقاطعة, لعبة الألغاز.

59% يلعبون الألعاب الفكرية

مثل ألعاب الفيديو والجوال.

45% يلعبون الألعاب الإلكترونية

مثل الألعاب التي تتطلب نشاطاً ومجهوداً بدياً.

40% يلعبون الألعاب الحركية

المركز #3 قضاء الوقت مع الأسرة:

الوالدان مع أطفالهم وقت الحظر فضلوا مسابقة أسماء المدن بأحرف معينة و الرسم التي كانت الأكثر ممارسة

التطبيقات التي يستخدمها الآباء لأطفالهم



%84



%11



%17

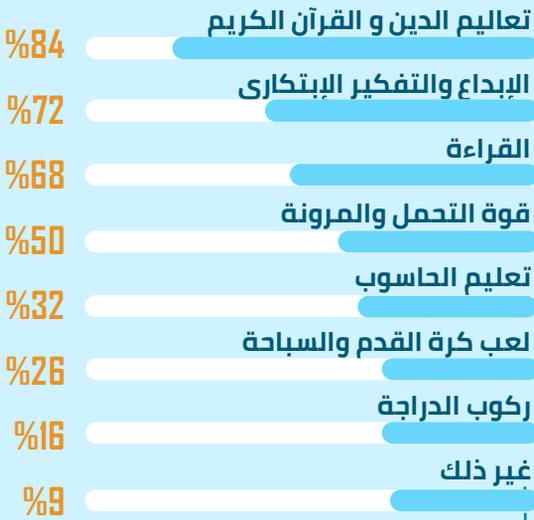
غير ذلك
%11

- Roblox
- ABC Mouse
- PBS Kids
- Curious World
- News-O-Matic
- Tik tok

و طمح أكثر من 80% من الوالدين في تنمية تعاليم الدين والقرآن الكريم لأطفالهم خلال الحظر وأكثر من 70% في تنمية الإبداع والتفكير الابتكاري لدى أطفالهم.

أما بالنسبة للمواقع الأكثر استخداماً للأطفال، تبين أن اليوتيوب هو الأكثر استخداماً للأطفال بإجماع أغلبية الوالدين.

أبرز المهارات التي طمح الآباء إلى تنميتها لأطفالهم



- حب المشاركة
- الاعتماد على النفس
- لزالوا صغار على كسب المهارات المذكورة

أبرز المسابقات التي مارسها الآباء مع أطفالهم



- مسابقة حفظ جزء من القرآن
- مسابقة سؤال اليوم
- المصارعة

4

المركز رقم



السهر



FREQUENCY
MARKETING & RESEARCH CONSULTANCY

المركز #4 السهر: أثر على 77% من المجيبين بعدم حصولهم على نوم صحي في فترة الحظر مقارنة بـ 44% قبل ذلك

درجة الاستمتاع به منخفضة واحتل المركز قبل الأخير من حيث الاستمتاع. ولقد أظهرت النتائج أن 84% يسهرون بكثرة خلال حظر التجول، وبالنظر الى متوسط عدد ساعات النوم نجدتها متساوية لكل من الذكور والإناث قبل الحظر، أما بعد الحظر فقد زاد متوسط ساعات النوم للذكور بمعدل ساعة واحدة في اليوم وللإناث بمعدل ساعتين في اليوم!

↓ 5%
انخفضت
ممارستهم

24%
لم تتغير
ممارستهم

↑ 55%
زادت
ممارستهم

درجة الاستمتاع
1.94 / 3

56% قبل الحظر (7-9 ساعات)
نوم صحي

33% قبل الحظر (7-9 ساعات)
نوم صحي

43% من
المجيبين كانوا
يسهرون خلال
فترة حظر التجول
84% منهم
كانوا يسهرون
بكثرة



ذكور

متوسط ساعات
النوم قبل الحظر 8

متوسط ساعات
النوم بعد الحظر 9

طالب

8 10



إناث

متوسط ساعات
النوم قبل الحظر 8

متوسط ساعات
النوم بعد الحظر 10

باحث
عن عمل

9 9

غير موظف
/ربة منزل

8 8



25 فأكثر

متوسط ساعات
النوم قبل الحظر 8

متوسط ساعات
النوم بعد الحظر 8

موظف في
القطاع الخاص

7 8



أقل من 25

متوسط ساعات
النوم قبل الحظر 8

متوسط ساعات
النوم بعد الحظر 10

موظف في
القطاع الحكومي

7 9

رائد أعمال

6 10

5

المركز رقم

FORTNIT

⊗ Press To Start

اللعب بالأجهزة
الالكترونية
(أون لاين)



FREQUENCY
MARKETING & RESEARCH CONSULTANCY

المركز #5 اللعب عبر الأجهزة الالكترونية (أونلاين): أغلبهم ذكور أعمارهم أقل من 25

ثلث المجيبين يلعبون بالأجهزة الالكترونية (أون لاين) ولقد زاد استخدامها عند أكثر من نصف المجيبين في فترة حظر التجول. و أتضح أن درجة الاستمتاع بها تعتبر جيدة، و هي تصنف في المركز السادس بين كل العادات في الاستمتاع

↓ %7
انخفضت
ممارستهم

%20
لم تتغير
ممارستهم

↑ %55
زادت
ممارستهم

%32

من المجيبين
يقضون وقتهم في
اللعب أونلاين
خلال فترة الحظر

😊
درجة الاستمتاع
2.59 / 3

الذكور يلعبون هذه الألعاب أكثر من الإناث بفارق 12%
وأيضاً لوحظ اختلاف كبير في اللعب (أون لاين) بالنظر للفئات العمرية حيث أن الفئة
العمرية الأقل من 25 عام نسبتهم أكثر من ضعف الفئة العمرية الأكبر من 25 عام.



%45

ذكور



%33

إناث



%21

25 فأكثر



%46

أقل من 25

6

المركز رقم

ممارسة الرياضة



FREQUENCY
MARKETING & RESEARCH CONSULTANCY

المركز #6 ممارسة الرياضة: لكن #2 في الاستمتاع!

تعتبر درجة الاستمتاع بالرياضة عالية وتصنف كثاني أكثر العادات في الاستمتاع، وعند النظر لأنواع الرياضات الممارسة في تلك الفترة فإن ما يقارب ثلاثة أرباع المجيبين كانوا يمارسون رياضة المشي / الهرولة كما وجدنا أن 41% من المجيبين، زادت ممارستهم للرياضة خلال الحظر، كما تبين أن ممارسة الإناث والفئة العمرية الأقل من 25 للرياضة في المنزل كانت أكثر من الذكور و الفئة العمرية الأكبر من 25 عام.



34%

من المجيبين يمارسون الرياضة خلال فترة حظر التجول

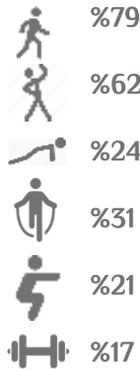
درجة الاستمتاع
2.72 / 3



ذكور



إناث



25 فأكثر



أقل من 25



المشي /الهرولة

تمارين الشد/اللياقة

تمارين الضغط

تمارين القفز/الحبل

تمارين اليوقا

تمارين الحديد/ أثقال

أبرز العادات و الأنشطة التي مورست خلال حظر التجول

المركز #6 ممارسة الرياضة : بمتوسط 5 مرات في الأسبوع و أغلبهم إناث

متوسط عدد مرات ممارسة الرياضة في الحظر، يعادل 5 مرات في الأسبوع. لوحظ أن ما يقارب ثلث الإناث قد مارسن الرياضة بشكل يومي، بينما ثلث الذكور قد مارسوها من 3-4 مرات اسبوعياً.

وبالنظر للفئات العمرية، وجدنا أن المجيبين الأقل من 25 عام يمارسون الرياضة يومياً وبنسبة أكبر مقارنةً بالفئة العمرية الأكبر من 25 عام، حيث أن معظمهم يمارسونها من 3-4 مرات أسبوعياً

يوميةً %32

في الأسبوع 2-1 مرات %16

في الأسبوع 4-3 مرات %30

في الأسبوع 6-5 مرات %22

%34

من المجيبين
يمارسون الرياضة
خلال فترة الحظر



ذكور

يوميةً %25

في الأسبوع 2-1 مرات %19

في الأسبوع 4-3 مرات %33

في الأسبوع 6-5 مرات %23



إناث

يوميةً %35

في الأسبوع 2-1 مرات %15

في الأسبوع 4-3 مرات %28

في الأسبوع 6-5 مرات %22



25 فأكثر

يوميةً %20

في الأسبوع 2-1 مرات %15

في الأسبوع 4-3 مرات %41

في الأسبوع 6-5 مرات %24



أقل من 25

يوميةً %36

في الأسبوع 2-1 مرات %17

في الأسبوع 4-3 مرات %26

في الأسبوع 6-5 مرات %21



ح

المركز رقم

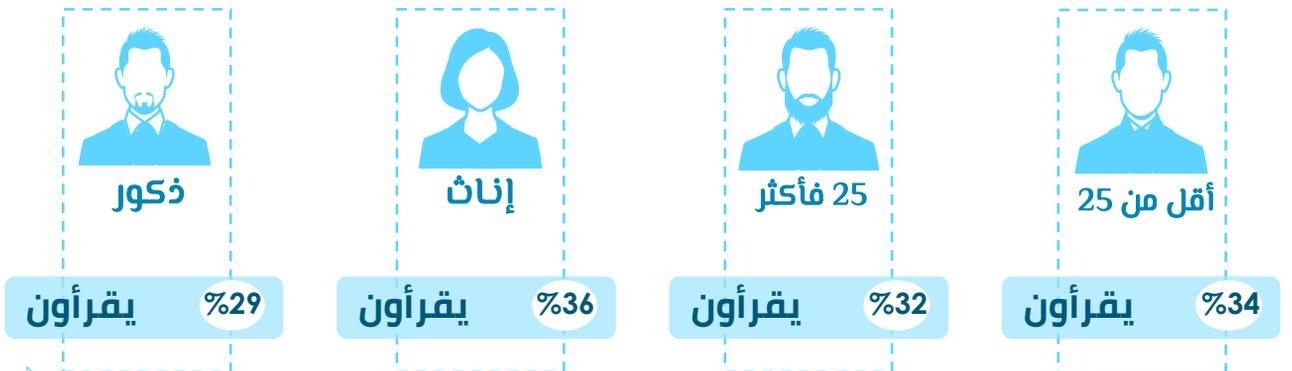
القراءة



FREQUENCY
MARKETING & RESEARCH CONSULTANCY

المركز #7 القراءة : في الغالب قراءة القرآن الكريم و القصص

و درجة الاستمتاع بها كانت عالية و تصنف ثالثاً من جميع العادات، والجدير بالذكر أن أكثر من ثلث أرباع المجيبين قرأوا القرآن الكريم، وقد يعود ذلك لدخول الشهر الفضيل خلال فترة الدراسة وحظر التجول، تلاها قراءة القصص، ثم قراءة الكتب التعليمية. كما أثبتت الدراسة أن 55% من المجيبين زادت ممارستهم للقراءة.





8

المركز رقم

تطوير الذات



FREQUENCY
MARKETING & RESEARCH CONSULTANCY

المركز #8 تطوير الذات: لكن #1 في الاستمتاع!

الأنشطة الممارسة لتطوير الذات هي:

- قراءة الكتب لتطوير الذات في المركز الأول
- يليه في المركز الثاني الدورات على الانترنت

- كما أثبتت الدراسة أن نصف المجيبين زادت ممارستهم لتطوير ذاتهم خلال حظر التجول. أما من حيث الفروق بين الفئات العمرية، فقد وجدنا أن الفئة العمرية الأقل من 25 عاما اهتمت بتطوير الذات أكثر من الفئة العمرية الأكبر من 25 عام.



قراءة كتب تطوير الذات %66

الدورات أون لاين %49

%31

من المجيبين
اهتموا
بتطوير ذاتهم
خلال حظر التجول



ذكور

%64 كتب تطوير الذات

%59 دورات أونلاين



إناث

%66 كتب تطوير الذات

%43 دورات أونلاين



25 فأكثر

%64 كتب تطوير الذات

%65 دورات أونلاين



أقل من 25

%67 كتب تطوير الذات

%41 دورات أونلاين

04

بعض الاستنتاجات من الدراسة



FREQUENCY
MARKETING & RESEARCH CONSULTANCY

بعض الاستنتاجات من الدراسة



- بالرغم من ازدياد معدلات الإفراط في الأكل و السهر، إلا أن هناك توجه **للوعي الصحي** حيث تدل درجات استمتاع المجيبين أنهم غير مستمتعين بها، مقارنة بمن يهتم بممارسة الأنشطة الرياضية خلال الحظر الصحي.



الفرصة: الترويج للتطبيقات و الخدمات التي تهتم بالرياضة والأكل الصحي و التي تقدم معلومات و نصائح مفيدة للمهتمين و تعزز الاستمرار على هذه العادات الجيدة والجديدة للبعض.

- بالرغم من أن التلفاز متوفر لدى أكثر العامة، **فضل الكثيرون تطبيقات الإنترنت** على مشاهدة برامج التلفاز , و استخدامه أيضا لوسائل التواصل الاجتماعي



الفرصة: يمكن للشركات المسوقة التركيز أكثر على الدعاية و الإعلان عبر الانترنت و بما أن أكثر مستخدمي **سناپ شات من الاناث** فيمكن الوصول إليهم عبر هذه المنصة أفضل من غيرها, أما الذكور فيمكن الوصول إليهم عبر **الألعاب الإلكترونية و الانستقرام** .

يمكن استغلال مواسم معينه للدعاية عبر التلفاز حيث يزداد مشاهدة الناس فيها مثل شهر رمضان المبارك.

بعض الاستنتاجات من الدراسة



- هناك توجه للقراءة حيث حرص المجيبين على شغل وقتهم **بالقراءة في شتى المجالات.**



الفرصة: الجهات المهتمة بالقراءة و المكتبات تستطيع تحفيز الناس على زيادة ممارسة القراءة من خلال تقديم و التعريف بمنصاتهم الإلكترونية التي تهتم بالقراء , و تضم كمية واسعة من الكتب سواء العلمية, والفكرية, والثقافية و القصصية على أن تكون سهلة الإيجاد . كما أن هناك فرصة لترويج الكتب السمجية.

- هناك إمكانية للتأثير على الناس لتبني عادات جديدة و مفيدة حيث أن **ممارسة الرياضة و تطوير الذات** لم يحوزا فقط على أعلى درجات الاستمتاع، و إنما حازا على أعلى الدرجات للممارسات الحديثة



الفرصة: التخطيط لإطلاق المبادرات التسويقية بحيث تتم الاستفادة من كل المواسم كالاستفادة من دخول الشهر الفضيل، و موسم الإجازات للتعريف بعادات جديدة و تسهيل ممارستها للناس عن طريق تبنيها و رعايتها.

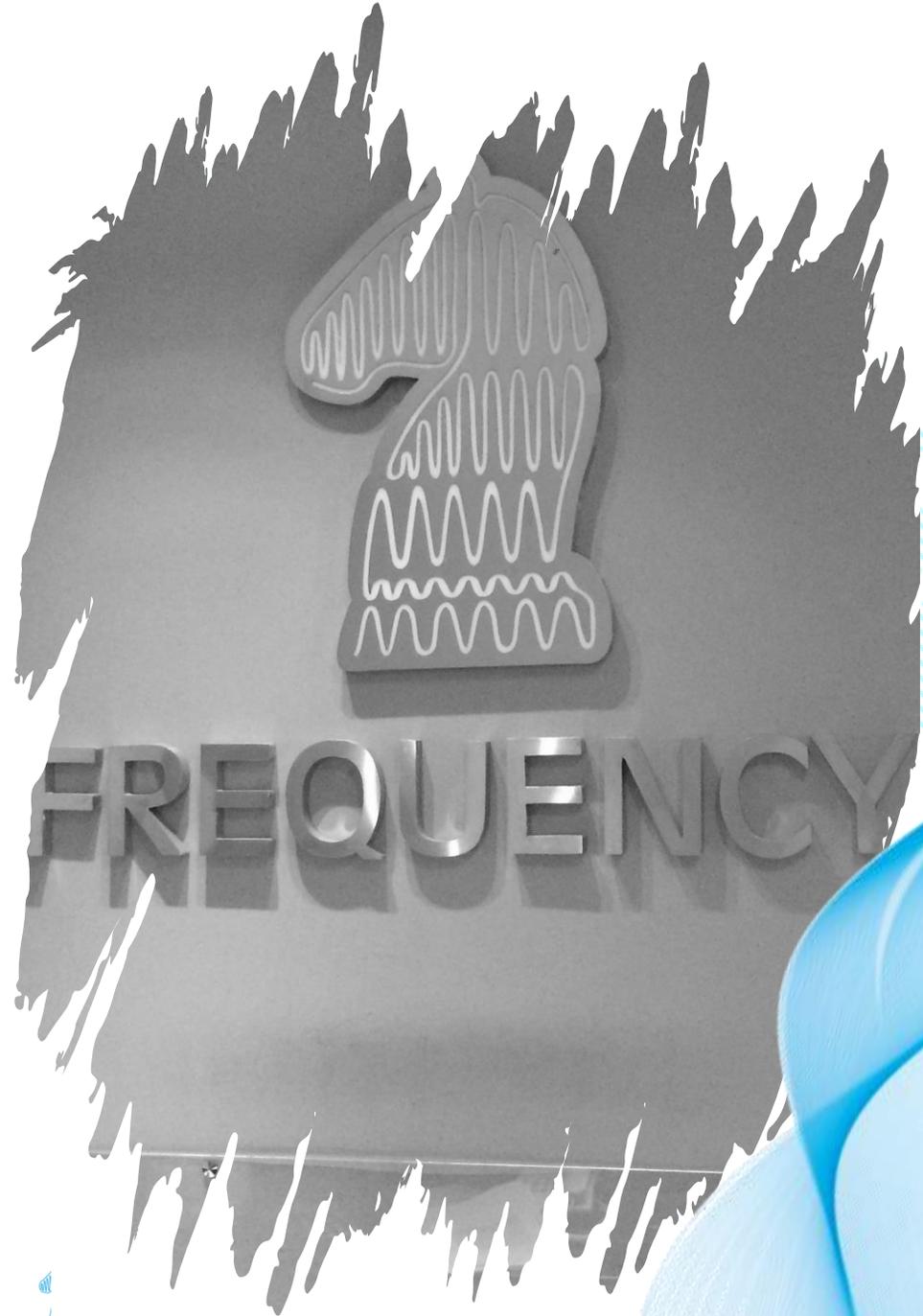
- هناك إمكانية للتأثير على الناس لتبني عادات جديدة و مفيدة حيث أن **ممارسة الرياضة و تطوير الذات** لم يحوزا فقط على أعلى درجات الاستمتاع، و إنما حازا على أعلى الدرجات للممارسات الحديثة

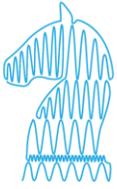


الفرصة: التخطيط لإطلاق المبادرات التسويقية بحيث تتم الاستفادة من كل المواسم كالاستفادة من دخول الشهر الفضيل، و موسم الإجازات للتعريف بعادات جديدة و تسهيل ممارستها للناس عن طريق تبنيها و رعايتها.

05

FREQUENCY نبذة عن





FREQUENCY
MARKETING & RESEARCH CONSULTANCY

فريكونسي هي شركة سعودية متخصصة في مجال الدراسات والأبحاث التسويقية لتطوير العلامة التجارية، بناء استراتيجيتها، قياس تجربة العميل و فعالية التواصل معه.

نستمع، نتعلم، نتفهم، ونحلل آراء الفئة المستهدفة، ونحولها لأفكار عملية قابلة للتنفيذ في كل من القطاع العام، والخاص، وكذلك القطاع غير الربحي، لإتخاذ قرارات مبنية على معلومات مدروسة.

نساعدك و نمكنك في ...

1 اتخاذ قرار بشأن تحسين الأعمال

2 تعزيز قاعدة العملاء

3 اتخاذ قرار بشأن إطلاق منتج/ فكرة جديدة في السوق

4 تطوير استراتيجية تسويق فعالة

5 تطوير استراتيجية تواصل فعالة

6 تقوية قيمة علامتي التجارية ومكانتها الذهنية

نقدّم لك فهم كلي للسوق



خدماتنا

- قياس رضا العميل / الموظف
- قياس قيمة العلامة التجارية
- عادات و سلوك الفئة المستهدفة
- اختبار منتج جديد أو خدمة جديدة
- تصنيف الشريحة المستهدفة
- تجربة العميل
- تحديد أولويات قرار الفئة المستهدفة
- تطوير المبادئ والمفاهيم
- دراسة الأسعار وأليتها
- قياس فعالية التواصل
- مراقبة السوق والمتسوق الخفي
- اختبار المفاهيم لدى الفئة المستهدفة

العمل على مشاريع
بأطوار مختلفة و الخبرة
لدراسة جميع الأطوار معاً



03
القدرة على تنفيذ
المشاريع المستعجلة
بكفاءة عالية

04



02
فهم و معرفة
عميقة للسوق
المحلي السعودي



05
مراقبة الجودة
بمعايير عالية ولا
نتساهل فيها



01
خبرات في مجالات
وقطاعات مختلفة
تمكننا من تفصيل ما
يرغبه العميل

لماذا تختارنا؟ لدينا...

نؤمن بـ ...

ضمان الجودة النتائج الموثوقة

الشفافية

الشراكة أفكار قابلة للتنفيذ



تابعونا و تواصلوا معنا

جدة | المملكة العربية السعودية



info@frequency.sa



www.frequency.sa



@frequency_sa



frequency.sa



Frequency Sa



+966 531049162

