**ΕΡΩΤΗΜΑΤΟΛΟΓΙΟ**

**ΕΜΠΕΙΡΙΚΗ ΔΙΕΡΕΥΝΗΣΗ ΤΗΣ ΕΠΙΔΡΑΣΗΣ ΤΟΥ ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΟΥ ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ ΣΤΗΝ ΚΑΤΑΝΑΛΩΤΙΚΗ ΣΥΜΠΕΡΙΦΟΡΑ ΣΤΟΝ ΝΟΜΟ ΓΡΕΒΕΝΩΝ**

Αξιότιμε/η συμμετέχοντα/ουσα,

Η παρούσα έρευνα διεξάγεται στο πλαίσιο ακαδημαϊκής μελέτης με αντικείμενο την επίδραση του ηλεκτρονικού μάρκετινγκ στον Νομό Γρεβενών. Βασικός στόχος της είναι η διερεύνηση του τρόπου με τον οποίο οι καταναλωτές της περιοχής αλληλεπιδρούν με το ηλεκτρονικό μάρκετινγκ, η συχνότητα χρήσης σχετικών εργαλείων και τεχνικών, καθώς και ο βαθμός στον οποίο αυτές οι πρακτικές επηρεάζουν τις αγοραστικές τους αποφάσεις. Παράλληλα, η έρευνα αποσκοπεί στην αποτύπωση του επιπέδου γνώσης των καταναλωτών αναφορικά με τις σύγχρονες στρατηγικές και μεθόδους ψηφιακού μάρκετινγκ.

Η παρούσα μελέτη πραγματοποιείται **από φοιτητές του Τμήματος Οργάνωσης και Διοίκησης Επιχειρήσεων** **στο πλαίσιο ακαδημαϊκής άσκησης στο μάθημα «Ηλεκτρονικό Μάρκετινγκ»** και έχει αποκλειστικά ερευνητικό χαρακτήρα. **Οι απαντήσεις σας είναι απολύτως ανώνυμες και θα χρησιμοποιηθούν αυστηρά για επιστημονικούς σκοπούς.** Η συμμετοχή σας κρίνεται ιδιαίτερα πολύτιμη, καθώς θα συμβάλει στη διαμόρφωση μιας σαφέστερης και τεκμηριωμένης εικόνας αναφορικά με την επίδραση του ηλεκτρονικού μάρκετινγκ στην καταναλωτική συμπεριφορά στην εν λόγω γεωγραφική περιοχή.

Σας ευχαριστούμε θερμά για τον χρόνο και τη συμβολή σας στην έρευνα!

**ΜΕΡΟΣ Α: Δημογραφικά Στοιχεία**

1. Φύλο:
   * ☐ Άνδρας
   * ☐ Γυναίκα
   * ☐ Άλλο
2. Ηλικία:
   * ☐ 18-24
   * ☐ 25-34
   * ☐ 35-44
   * ☐ 45-54
   * ☐ 55+
3. Επίπεδο Εκπαίδευσης:
   * ☐ Υποχρεωτική Εκπαίδευση
   * ☐ Δευτεροβάθμια Εκπαίδευση
   * ☐ Ανώτερη/Ανώτατη Εκπαίδευση
   * ☐ Μεταπτυχιακό/Διδακτορικό
4. Επάγγελμα:
   * ☐ Ιδιωτικός Υπάλληλος
   * ☐ Δημόσιος Υπάλληλος
   * ☐ Επιχειρηματίας
   * ☐ Άνεργος
   * ☐ Φοιτητής
   * ☐ Άλλο

**ΜΕΡΟΣ Β: Γνώση και Κατανόηση του Ηλεκτρονικού Μάρκετινγκ**

5. Γνωρίζετε τι είναι το ηλεκτρονικό μάρκετινγκ;

* ☐ Ναι
* ☐ Όχι

1. Ποια από τα παρακάτω στοιχεία του ηλεκτρονικού μάρκετινγκ γνωρίζετε; (επιλέξτε όλα όσα ισχύουν)
   * ☐ Social Media Marketing
   * ☐ Google Ads
   * ☐ Email Marketing
   * ☐ SEO (Search Engine Optimization) ή Βελτιστοποίηση για Μηχανές Αναζήτησης
   * ☐ Affiliate Marketing (Συνεργατικό ή Συμβεβλημένο Μάρκετινγκ)
   * ☐ Άλλο (παρακαλώ αναφέρετε): \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

**ΜΕΡΟΣ Γ: Χρήση του Ηλεκτρονικού Μάρκετινγκ ως Καταναλωτής**

7. Πόσο συχνά χρησιμοποιείτε το ηλεκτρονικό μάρκετινγκ για αγορές προϊόντων ή υπηρεσιών;

* ☐ Καθημερινά
* ☐ Μερικές φορές την εβδομάδα
* ☐ Μερικές φορές τον μήνα
* ☐ Σπάνια
* ☐ Ποτέ

1. Μέσω ποιων καναλιών επηρεάζεστε περισσότερο στις αγορές σας; (επιλέξτε έως 3 επιλογές)
   * ☐ Social Media (Facebook, Instagram, TikTok κ.λπ.)
   * ☐ Google Ads ή αναζητήσεις στη Google
   * ☐ Email προσφορές
   * ☐ Διαφημίσεις σε ιστοσελίδες
   * ☐ YouTube και influencers
   * ☐ Άλλο (παρακαλώ αναφέρετε): \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_
2. Πόσο εμπιστεύεστε τις ηλεκτρονικές διαφημίσεις κατά τις αγορές σας;
   * ☐ Καθόλου
   * ☐ Λίγο
   * ☐ Μέτρια
   * ☐ Πολύ
   * ☐ Απόλυτα
3. Έχετε πραγματοποιήσει ποτέ αγορά επειδή είδατε μια ηλεκτρονική διαφήμιση;

* ☐ Ναι
* ☐ Όχι

**ΜΕΡΟΣ Δ: Απόψεις και Προκλήσεις**

11. Ποιο είναι, κατά τη γνώμη σας, το σημαντικότερο όφελος του ηλεκτρονικού μάρκετινγκ για τους καταναλωτές;

* ☐ Μεγαλύτερη ποικιλία προϊόντων
* ☐ Καλύτερες τιμές και εκπτώσεις
* ☐ Ευκολία στις αγορές
* ☐ Πρόσβαση σε κριτικές και αξιολογήσεις
* ☐ Άλλο (παρακαλώ αναφέρετε): \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

1. Ποιες προκλήσεις αντιμετωπίζετε στις ηλεκτρονικές αγορές; (επιλέξτε έως 2 επιλογές)

* ☐ Έλλειψη εμπιστοσύνης στις διαδικτυακές συναλλαγές
* ☐ Υψηλό κόστος μεταφορικών
* ☐ Έλλειψη δυνατότητας φυσικής επαφής με το προϊόν
* ☐ Υπερβολικές και παραπλανητικές διαφημίσεις
* ☐ Άλλο (παρακαλώ αναφέρετε): \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

1. Πιστεύετε ότι το ηλεκτρονικό μάρκετινγκ επηρεάζει τη συμπεριφορά σας ως καταναλωτής;

* ☐ Ναι, πολύ
* ☐ Ναι, αλλά όχι πάντα
* ☐ Όχι ιδιαίτερα
* ☐ Καθόλου

**ΜΕΡΟΣ Ε: Γενικές Παρατηρήσεις**

14. Έχετε κάποια επιπλέον σχόλια ή προτάσεις σχετικά με τη χρήση του ηλεκτρονικού μάρκετινγκ στον Νομό Γρεβενών; (Ανοικτή απάντηση)

.

Εικόνα που περιέχει κείμενο, clipart

Περιγραφή που δημιουργήθηκε αυτόματα

**Πανεπιστήμιο Δυτικής Μακεδονίας**

**Τμήμα Οργάνωσης και Διοίκησης Επιχειρήσεων**

**ΕΝΗΜΕΡΩΤΙΚΟ ΣΗΜΕΙΩΜΑ**

H ερευνητική δραστηριότητα περιλαμβάνει συμπλήρωση ερωτηματολογίου όπου η καταγραφή των απαντήσεων είναι ανώνυμη και δεν μπορεί να υποδείξει την πηγή προέλευσης. Σε κάθε περίπτωση, μόλις το επιτρέψουν οι επιστημονικοί σκοποί και, πάντως, πριν από την ολοκλήρωση της έρευνας και τη δημοσίευση των αποτελεσμάτων αυτής, τυχόν προσωπικά δεδομένα ανωνυμοποιούνται αμέσως, εκτός εάν αυτό είναι αντίθετο προς το έννομο συμφέρον σας και θα χρησιμοποιηθούν αποκλειστικά για ερευνητικούς σκοπούς σε αναγνωρισμένα Διεθνή / Εθνικά επιστημονικά συνέδρια ή περιοδικά.

Είναι σημαντικό να γνωρίζετε ότι τα προσωπικά σας δεδομένα υπόκεινται σε πλήρη προστασία σύμφωνα με το συνημμένο ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ ΕΠΙΣΤΟΛΗΣ ΣΥΓΚΑΤΑΘΕΣΗΣ.

Σας ευχαριστούμε εκ των προτέρων για τη συνεργασία σας και το χρόνο σας και σας παρακαλούμε να δώσετε την προσωπική σας συγκατάθεση, όπως διατυπώνεται παρακάτω.

**ΔΗΛΩΣΗ ΣΥΓΚΑΤΑΘΕΣΗΣ**

Συμφωνώ με την επεξεργασία των δεδομένων μου αποκλειστικά για σκοπούς επιστημονικής έρευνας κατά τα ανωτέρω**:**

ΝΑΙ □ ΟΧΙ □

*[ τόπος, ημ/νία : ]* ……………….., ..…/…../….……