

استبيان دراسة

تأثير محتوى المؤثرين السعوديين على منصة تيك توك على السلوك الشرائي للمراهقين في مدينة جدة

جامعة ميداوشن - قسم الإعلام الرقمي

عزيزي المشارك / عزيزتي المشاركة،

السلام عليكم ورحمة الله وبركاته،

أتقدم إليكم بجزيل الشكر على تخصيص جزء من وقتكم للمشاركة في هذه الدراسة العلمية، والتي أقوم بإجرائها استكمالاً لمتطلبات الحصول على درجة الماجستير في الإعلام الرقمي من جامعة ميداوشن تهدف هذه الدراسة إلى استكشاف تأثير محتوى المؤثرين السعوديين على منصة تيك توك على السلوك الشرائي للمراهقين في مدينة جدة.

أؤكد لكم أن جميع البيانات التي ستقدمونها ستعامل بسرية تامة ولن تستخدم إلا لأغراض البحث العلمي فقط. كما أن مشاركتكم في هذه الدراسة طوعية ويمكنكم الانسحاب في أي وقت.

شاكراً لكم حسن تعاونكم ومشاركتكم القيمة

الباحثة / ولاء عادل فيومي

القسم الأول: البيانات الديموغرافية

1. الجنس:

- ذكر
- أنثى

2. العمر:

- 15-13 سنة
- 17-16 سنة
- 19-18 سنة

3. المستوى التعليمي:

- متوسط
- ثانوي

4. المصروف الشهري:

- أقل من 500 ريال
- من 500 إلى 1000 ريال
- من 1001 إلى 1500 ريال
- أكثر من 1500 ريال

القسم الثاني: استخدام منصة تيك توك

5. هل تستخدم منصة تيك توك؟
- نعم
 - لا (في حالة الإجابة بـ "لا"، يرجى التوقف عن استكمال الاستبيان)
6. منذ متى وأنت تستخدم منصة تيك توك؟
- أقل من 6 أشهر
 - من 6 أشهر إلى سنة
 - من سنة إلى سنتين
 - أكثر من سنتين
7. كم ساعة تقضيها يومياً في استخدام منصة تيك توك؟
- أقل من ساعة
 - من ساعة إلى ساعتين
 - من 3 إلى 4 ساعات
 - أكثر من 4 ساعات
8. ما هي أوقات استخدامك لمنصة تيك توك؟ (يمكن اختيار أكثر من إجابة)
- صباحاً
 - ظهراً
 - مساءً
 - في وقت متأخر من الليل
9. ما أهم أسباب استخدامك لمنصة تيك توك؟ (يمكن اختيار أكثر من إجابة)
- التسلية والترفيه
 - متابعة المشاهير والمؤثرين
 - التعرف على المنتجات الجديدة
 - التواصل مع الأصدقاء
 - تعلم مهارات جديدة
 - أخرى (يرجى ذكرها):

القسم الثالث: متابعة المؤثرين السعوديين على تيك توك

10. هل تتابع المؤثرين السعوديين على منصة تيك توك؟
- نعم
 - لا (في حالة الإجابة بـ "لا"، يرجى الانتقال إلى القسم الرابع)

11. كم عدد المؤثرين السعوديين الذين تتابعهم على منصة تيك توك؟

- أقل من 5 مؤثرين
- من 5 إلى 10 مؤثرين
- من 11 إلى 15 مؤثر
- أكثر من 15 مؤثر

12. ما هي أنواع المحتوى التي تفضل متابعتها من المؤثرين السعوديين؟ (يمكن اختيار أكثر من إجابة)

- مراجعات المنتجات
- فيديوهات الموضة والجمال
- محتوى الطعام والمطاعم
- تقنية وألعاب إلكترونية
- فيديوهات كوميدية
- نمط الحياة والسفر
- أخرى (يرجى ذكرها):

13. ما هو سبب متابعتك للمؤثرين السعوديين على منصة تيك توك؟ (يمكن اختيار أكثر من إجابة)

- الإعجاب بشخصيتهم
- الاستفادة من تجاربهم مع المنتجات
- الاطلاع على أحدث المنتجات والصيحات
- الترفيه والتسلية
- الشعور بالتواصل معهم
- أخرى (يرجى ذكرها):

14. هل تتفاعل مع محتوى المؤثرين السعوديين على تيك توك؟

- دائماً
- غالباً
- أحياناً
- نادراً
- أبداً

15. ما هو شكل تفاعلك مع محتوى المؤثرين؟ (يمكن اختيار أكثر من إجابة)

- الإعجاب بالمحتوى
- التعليق على المحتوى
- مشاركة المحتوى
- حفظ المحتوى
- التواصل المباشر مع المؤثر
- أخرى (يرجى ذكرها):

القسم الرابع: تأثير المؤثرين على السلوك الشرائي

يرجى تحديد مدى موافقتك على العبارات التالية:

16. أشعر بالارتباط والألفة مع المؤثرين الذين أتابعهم على تيك توك.

- ☐ موافق بشدة
- ☐ موافق
- ☐ محايد
- ☐ غير موافق
- ☐ غير موافق بشدة

17. أثق في آراء وتوصيات المؤثرين السعوديين حول المنتجات.

- ☐ موافق بشدة
- ☐ موافق
- ☐ محايد
- ☐ غير موافق
- ☐ غير موافق بشدة

18. أهتم بشراء المنتجات التي يستعرضها أو يوصي بها المؤثرون السعوديون على تيك توك.

- ☐ موافق بشدة
- ☐ موافق
- ☐ محايد
- ☐ غير موافق
- ☐ غير موافق بشدة

19. أفضل شراء المنتجات التي يستخدمها المؤثرون في حياتهم اليومية أكثر من المنتجات المعلن عنها بشكل صريح.

- ☐ موافق بشدة
- ☐ موافق
- ☐ محايد
- ☐ غير موافق
- ☐ غير موافق بشدة

20. قمت بشراء منتج بعد مشاهدته في فيديوهات المؤثرين على تيك توك.

- ☐ موافق بشدة
- ☐ موافق
- ☐ محايد
- ☐ غير موافق
- ☐ غير موافق بشدة

21. إذا كانت إجابتك بنعم على السؤال السابق، كم مرة قمت بشراء منتجات بسبب تأثير المؤثرين خلال

الستة أشهر الماضية؟

- مرة واحدة
- 2-3 مرات
- 4-5 مرات
- أكثر من 5 مرات

22. ما هي فئات المنتجات التي اشتريتها متأثراً بتوصيات المؤثرين؟ (يمكن اختيار أكثر من إجابة)

- ملابس وأزياء
- منتجات العناية بالبشرة والجمال
- إلكترونيات وتقنية
- مأكولات ومشروبات
- أدوات منزلية
- أخرى (يرجى ذكرها):

23. أشعر بالندم بعد شراء بعض المنتجات التي روج لها المؤثرون على تيك توك.

- موافق بشدة
- موافق
- محايد
- غير موافق
- غير موافق بشدة

24. أهتم بمعرفة ما إذا كان المحتوى المقدم من المؤثر هو إعلان مدفوع أم تجربة حقيقية.

- موافق بشدة
- موافق
- محايد
- غير موافق
- غير موافق بشدة

25. أثق في توصيات المؤثر الذي يعلن بوضوح أن المحتوى إعلاني أكثر من المؤثر الذي يخفي ذلك.

- موافق بشدة
- موافق
- محايد
- غير موافق
- غير موافق بشدة

القسم الخامس: العوامل المؤثرة في الاستجابة للمحتوى التسويقي

26. ما العوامل التي تؤثر على ثقتك في توصيات المؤثرين للمنتجات؟ (يمكن اختيار أكثر من إجابة)

- عدد المتابعين للمؤثر
- خبرة المؤثر في المجال
- شفافية المؤثر في التعامل مع المتابعين
- تجارب سابقة إيجابية مع منتجات أوصى بها المؤثر
- تشابه اهتماماتي مع اهتمامات المؤثر
- توافق قيم المؤثر مع قيمي الشخصية
- أخرى (يرجى ذكرها):

27. ما خصائص المحتوى التسويقي التي تجذبك أكثر على منصة تيك توك؟ (يمكن اختيار أكثر من إجابة)

- الفيديوهات القصيرة والمختصرة
- المحتوى الإبداعي والمبتكر
- استخدام الموسيقى والمؤثرات
- تقديم تجربة واقعية للمنتج
- عرض مقارنة بين عدة منتجات
- أخرى (يرجى ذكرها):

28. أميل للتأثر بتوصيات المؤثرين للمنتجات عندما:

- يتحدثون عن تجربتهم الشخصية مع المنتج
- يعرضون كيفية استخدام المنتج
- يذكرون إيجابيات وسلبيات المنتج
- يقدمون عروضاً خاصة أو كوبونات خصم
- أخرى (يرجى ذكرها):

29. أي من المؤثرين تثق في توصياتهم أكثر؟

- المؤثرون الكبار (أكثر من مليون متابع)
- المؤثرون المتوسطون (من 100 ألف إلى مليون متابع)
- المؤثرون الصغار (أقل من 100 ألف متابع)
- لا أثق بتوصيات المؤثرين بشكل عام

القسم السادس: الوعي الاستهلاكي

30. أقوم بالبحث عن المنتج قبل شرائه حتى لو أوصى به مؤثر أثق به.

- موافق بشدة
- موافق
- محايد
- غير موافق

○ غير موافق بشدة
31. أفكر في مدى حاجتي الفعلية للمنتج قبل شرائه بغض النظر عن توصية المؤثر.

- موافق بشدة
- موافق
- محايد
- غير موافق
- غير موافق بشدة

32. أستاذي أهلي أو أصدقائي قبل شراء المنتجات التي يوصي بها المؤثرون.

- موافق بشدة
- موافق
- محايد
- غير موافق
- غير موافق بشدة

أسئلة مفتوحة:

33. من وجهة نظرك، ما هي أبرز الإيجابيات والسلبيات في محتوى المؤثرين السعوديين على تيك توك فيما يتعلق بالترويج للمنتجات؟

.....

.....

34. هل لديك أي اقتراحات لتحسين محتوى المؤثرين السعوديين على تيك توك فيما يخص استعراض المنتجات والترويج لها؟

.....

شكراً جزيلاً لتعاونكم ومشاركتكم القيمة في هذه الدراسة

الباحثة / ولاء عادل فيومي
جامعة ميداوشن - قسم الإعلام الرقمي

رابط الاستبانة / <https://forms.gle/dFca9RRBixTp2KBs7>