

استبيان

بحث علمي بعنوان:

دور التسويق بالمحتوى عبر مقاطع الفيديو القصيرة على تيك توك في زيادة التفاعل وبناء ولاء الفتيات السعوديات للعلامات التجارية في قطاع الأزياء

(دراسة ميدانية)

إعداد: خديجة عبدالرحمن الكاف الرقم الأكاديمي: 232002359
تحت إشراف: د. علياء قمر

عزيزتي المشاركة،

تهدف هذه الاستبانة إلى التعرف على دور التسويق بالمحتوى عبر مقاطع الفيديو القصيرة على تيك توك في زيادة تفاعلك وبناء ولائك للعلامات التجارية في قطاع الأزياء. ويوجه هذا الاستبيان إلى الفتيات السعوديات (18 سنة فأكثر) من مستخدمات تيك توك اللواتي يتابعن محتوى الأزياء عبر المنصة.

نرجو منك التكرم بالإجابة عن جميع العبارات بموضوعية وصدق، علمًا بأن جميع البيانات سرّية ولن تُستخدم إلا لأغراض البحث العلمي فقط، ولا حاجة لذكر الاسم.

شاكرين لك حسن تعاونك ووقتك الثمين.

القسم الأول: بيانات التعرّض والاستخدام

يُرجى وضع علامة (✓) أمام الإجابة المناسبة.

(1) هل أنت سعودية الجنسية وتستخدمين تطبيق تيك توك؟

☐ نعم

☐ لا (إذا كانت إجابتك «لا»، فلا حاجة لإكمال الاستبيان، وشكراً لك)

(2) منذ متى تستخدمين تيك توك؟

☐ أقل من سنة

☐ من سنة إلى 3 سنوات

☐ أكثر من 3 سنوات

(3) كم يبلغ متوسط استخدامك اليومي لتيك توك؟

☐ أقل من ساعة

☐ من ساعة إلى 3 ساعات

☐ أكثر من 3 ساعات

(4) ما مدى متابعتك لمقاطع الفيديو التسويقية القصيرة التي تنشرها علامات الأزياء على تيك توك؟

☐ دائماً

☐ غالباً

☐ أحياناً

☐ نادراً

☐ لا أتابعها

القسم الثاني: اتجاهاتك نحو التسويق بالمحتوى عبر الفيديو القصير

حددي درجة موافقتك على كل عبارة من العبارات الآتية:

العبارة	موافق بشدة	موافق	محايد	معارض	معارض بشدة
1. أستمتع بمشاهدة مقاطع الفيديو القصيرة التي تنشرها علامات الأزياء على تيك توك.	☐	☐	☐	☐	☐
2. أرى أن التسويق عبر مقاطع الفيديو القصيرة أسلوب فعال للتعريف بمنتجات الأزياء.	☐	☐	☐	☐	☐
3. أثق بالمحتوى الذي تقدمه علامات الأزياء عبر تيك توك أكثر من الإعلانات التقليدية.	☐	☐	☐	☐	☐
4. أفضل معرفة جديد علامات الأزياء عبر تيك توك أكثر من الوسائل الأخرى.	☐	☐	☐	☐	☐
5. أشعر أن هذا المحتوى يقدم لي قيمة حقيقية (أفكار وتنسيقات ومعلومات) لا مجرد ترويج.	☐	☐	☐	☐	☐
6. لدي اتجاه إيجابي عام نحو علامات الأزياء النشطة في تقديم محتوى قصير على تيك توك.	☐	☐	☐	☐	☐

القسم الثالث: خصائص المحتوى التسويقي القصير (المتغير المستقل)

حددي درجة موافقتك على كل عبارة فيما يخص خصائص محتوى علامات الأزياء على تيك توك:

أولاً: جاذبية العرض البصري والإخراج					
1. تتميز مقاطع الفيديو بجودة عالية في الصورة والإخراج.	☐	☐	☐	☐	☐
2. يعتمد المحتوى على عناصر بصرية وصوتية جذابة (موسيقى ومؤثرات وألوان).	☐	☐	☐	☐	☐
ثانياً: الإبداع والأصالة					
3. ينسجم المحتوى بالإبداع والتجديد في طريقة العرض.	☐	☐	☐	☐	☐
4. يقدم المحتوى تجارب واقعية وصادقة للمنتجات لا مبالغ فيها.	☐	☐	☐	☐	☐
ثالثاً: القيمة والمعلوماتية					
5. يوفر المحتوى معلومات مفيدة تساعدني في اتخاذ قرار الشراء.	☐	☐	☐	☐	☐
6. يعرض المحتوى المنتج في سياق استخدام واقعي (تنسيقات وإطلاقات).	☐	☐	☐	☐	☐
رابعاً: التفاعلية والمواكبة					
7. يشجّعني أسلوب المحتوى على التفاعل معه (تعليق ومشاركة وحفظ).	☐	☐	☐	☐	☐
8. يواكب المحتوى الاتجاهات (الترندات) والمناسبات الحديثة.	☐	☐	☐	☐	☐
9. تناسب مدة المقطع القصيرة وقتي وطبيعة انتباهي.	☐	☐	☐	☐	☐

القسم الرابع: تفاعلك مع العلامات التجارية عبر تيك توك (المتغير التابع الأول)

حددي درجة انطباق كل عبارة على سلوكك في التفاعل مع محتوى علامات الأزياء:

العبارة	موافق بشدة	موافق	محايد	معارض	معارض بشدة
المستوى الأول: الاستهلاك (المشاهدة والمتابعة)					
1. أشاهد مقاطع الفيديو القصيرة لعلامات الأزياء على تيك توك.	☐	☐	☐	☐	☐
2. أقرأ الوصف والتعليقات المرفقة بمقاطع علامات الأزياء.	☐	☐	☐	☐	☐
3. أتابع حسابات علامات الأزياء التي يعجبني محتواها على تيك توك.	☐	☐	☐	☐	☐
المستوى الثاني: المساهمة (الإعجاب والتعليق والمشاركة)					
4. أضغط «إعجاب» على مقاطع علامات الأزياء التي تعجبني.	☐	☐	☐	☐	☐
5. أعلق على مقاطع علامات الأزياء أو أطرح أسئلة عنها.	☐	☐	☐	☐	☐
6. أشارك مقاطع علامات الأزياء مع الآخرين أو أحفظها لدي.	☐	☐	☐	☐	☐
المستوى الثالث: الإنشاء (إنتاج المحتوى)					
7. أنشر محتوى خاصاً بي مرتبطاً بعلامات الأزياء (تجريبي أو إطلائي).	☐	☐	☐	☐	☐
8. أصوّر مقاطع أو أكتب مراجعات عن منتجات علامات الأزياء.	☐	☐	☐	☐	☐
9. أشارك في التحديات (التريندات) المرتبطة بعلامات الأزياء.	☐	☐	☐	☐	☐

القسم الخامس: ولاؤك للعلامة التجارية (المتغير التابع الثاني)

حددي درجة موافقتك على كل عبارة فيما يخص علاقتك بعلامات الأزياء التي تتابعينها:

العبارة	موافق بشدة	موافق	محايد	معارض	معارض بشدة
أولاً: الولاء السلوكي					
1. أفضل شراء منتجات علامات الأزياء التي أتابع محتواها على تيك توك.	☐	☐	☐	☐	☐
2. أكرّر التعامل مع العلامات التي يعجبني محتواها القصير.	☐	☐	☐	☐	☐
3. أبحث عن العلامة نفسها عند رغبتني في شراء منتج أزياء جديد.	☐	☐	☐	☐	☐
ثانياً: الولاء الموقفي (الوجداني)					
4. أشعر بارتباط عاطفي بعلامات الأزياء التي تقدّم محتوى مميزاً.	☐	☐	☐	☐	☐
5. أوصي الأخرى (صديقاتي وعائلتي) بعلامات الأزياء التي أتابعها.	☐	☐	☐	☐	☐
6. أدافع عن العلامة التي أحبّها عند سماع رأي سلبي عنها.	☐	☐	☐	☐	☐
7. أستمر في تفضيل العلامة رغم وجود عروض من علامات منافسة.	☐	☐	☐	☐	☐

القسم السادس: البيانات الأولية (الديموغرافية)

يُرجى وضع علامة (✓) أمام الإجابة المناسبة لك.

العمر:

☐ من 18 إلى 24 سنة

☐ من 25 إلى 34 سنة

☐ من 35 إلى 44 سنة

☐ 45 سنة فأكثر

المستوى التعليمي:

☐ ثانوية عامة أو أقل

☐ دبلوم

☐ مؤهل جامعي (بكالوريوس)

☐ دراسات عليا (ماجستير أو دكتوراه)

الدخل الشهري:

☐ أقل من 5,000 ريال

☐ من 5,000 إلى 10,000 ريال

☐ من 10,001 إلى 20,000 ريال

☐ أكثر من 20,000 ريال

انتهى الاستبيان — شكرًا جزيلاً لتعاونك

استمارة تحكيم الاستبيان

السادة المحكمين المتخصصين، يسرّ الباحثة أن تضع بين أيديكم أداة الدراسة لتحكيمها. يُرجى تقييم كل محور من حيث وضوح الصياغة ومدى مناسبة العبارات لقياس المتغير، مع بيان أي تعديلات مقترحة.

محاور الأداة	مناسبة	تحتاج تعديلاً	غير مناسبة
القسم الأول: بيانات التعرّض والاستخدام			
القسم الثاني: الاتجاهات نحو التسويق بالمحتوى			
القسم الثالث: خصائص المحتوى التسويقي القصير (المتغير المستقل)			
القسم الرابع: التفاعل مع العلامات التجارية (التابع الأول)			
القسم الخامس: ولاء العلامة التجارية (التابع الثاني)			
القسم السادس: البيانات الديموغرافية			

ملاحظات المحكم وتعديلاته المقترحة: