

بسم الله الرحمن الرحيم

أخي الكريم / أختي الكريمة

السلام عليكم ورحمة الله وبركاته

يقوم الباحث بإجراء دراسة بعنوان " أثر التلاعب بالمراجعات والتقييمات على الثقة بالمتاجر الإلكترونية: دراسة تطبيقية على مستخدمي تطبيقات التسوق في الرياض"، وذلك استكمالاً لمتطلبات الحصول على درجة البكالوريوس في الإعلام الرقمي من كلية الإعلام والتسويق بجامعة ميدأوشن، تحت إشراف د. توفيق عمري.

نرجو من سيادتكم التكرم بالإجابة عن عبارات هذا الاستبيان بدقة وموضوعية، علماً بأن البيانات ستُستخدم لأغراض البحث العلمي فقط وستُعامل بسرية تامة.

شكراً لتعاونكم

المحور الأول: البيانات الديموغرافية

المتغير الديموغرافي	الفئات
الجنس	ذكر
	أنثى
العمر	أقل من 18 سنة
	من 18 إلى أقل من 25 سنة
	من 25 إلى أقل من 35 سنة
	من 35 إلى أقل من 45 سنة
	45 سنة فأكثر
المستوى التعليمي	ثانوية عامة أو أقل
	دبلوم
	بكالوريوس
	دراسات عليا (ماجستير / دكتوراه)
مستوى الدخل الشهري	أقل من 5,000 ريال
	من 5,000 إلى أقل من 10,000 ريال
	من 10,000 إلى أقل من 15,000 ريال
	من 15,000 إلى أقل من 20,000 ريال
	20,000 ريال فأكثر
	لا يوجد دخل (طالب / غير عامل)
معدل التسوق الإلكتروني	يوميًا
	عدة مرات أسبوعيًا
	مرة أسبوعيًا
	مرة إلى مرتين شهريًا

أقل من مرة شهرياً

المحور الأول: التلاعب بالمراجعات والتقييمات (المتغير المستقل)

البُعد الأول: المراجعات المزيفة

م	العبارة	موافق بشدة	موافق بشدة	محايد أوافق	لا أوافق بشدة
1	بعض المتاجر تنشر مراجعات إيجابية لم يكتبها مشتركون حقيقيون.				
2	توجد مراجعات متشابهة في الصياغة على منتجات مختلفة مما يدل على أنها مُصطنعة.				
3	بعض المراجعات تبالغ في مدح المنتج دون ذكر أي سلبيات.				
4	سبق أن وجدت أن جودة المنتج لا تتطابق مع ما ورد في مراجعاته الإيجابية.				
5	بعض المتاجر تستخدم حسابات وهمية لكتابة مراجعات إيجابية عن منتجاتها.				
6	تظهر مراجعات إيجابية كثيرة على بعض المنتجات فور طرحها بشكل غير طبيعي.				

البُعد الثاني: التقييمات المضخمة

م	العبارة	موافق بشدة	موافق بشدة	محايد أوافق	لا أوافق بشدة
7	بعض المنتجات تحمل تقييمات مرتفعة لا				

					تعكس جودتها الحقيقية.
8					يوجد تناقض بين التقييم الرقمي المرتفع لبعض المنتجات ومحتوى مراجعاتها السلبية.
9					بعض المتاجر تمنح حوافز (خصومات، هدايا) مقابل الحصول على تقييمات مرتفعة.
10					بعض البائعين يُجرون عمليات شراء صورية لرفع تقييم منتجاتهم.
11					بعض المنتجات تحمل تقييمًا مرتفعًا رغم قلة عدد المُقيِّمين بشكل مريب.
12					التقييمات المضخمة تُعطي انطباعًا أوليًا مُضللاً عن جودة المنتج.

البُعد الثالث: حذف المراجعات السلبية أو إخفاؤها

م	العبارة	موافق بشدة	موافق	محايد	لا أوافق بشدة	لا أوافق
13	بعض المتاجر تحذف المراجعات السلبية المكتوبة من عملاء حقيقيين.					
14	سبق أن لاحظت اختفاء مراجعة سلبية كتبتها أو قرأتها على أحد المنتجات.					
15	بعض التطبيقات تُرتّب المراجعات بطريقة تُبرز الإيجابية وتُخفي السلبية.					
16	بعض المنتجات تخلو من أي مراجعة سلبية رغم كثرة المراجعات وهو أمر غير طبيعي.					

					17 بعض المتاجر ترفض نشر المراجعات التي تتضمن انتقادات حقيقية للمنتج.
					18 إخفاء المراجعات السلبية يحرم المستهلك من تكوين رأي متوازن عن المنتج.

المحور الثاني: الثقة بالمتاجر الإلكترونية (المتغير التابع)

البُعد الأول: الثقة في المصادقية

م	العبارة	موافق بشدة	موافق	محايد لا أوافق	لا أوافق بشدة
19	الشك في مصداقية المراجعات يُقلّل ثقتي بالمتجر الإلكتروني.				
20	اكتشاف مراجعات مزيفة يجعلني أشك في جميع معلومات المتجر.				
21	المتجر الذي يسمح بنشر مراجعات مزيفة يفتقر إلى الشفافية.				
22	تضخيم التقييمات يعني أن المتجر يُقدّم صورة مُضللة للمستهلك.				
23	حذف المراجعات السلبية الحقيقية يُفقدني الثقة بمصداقية المتجر.				

البُعد الثاني: الثقة السلوكية (نية الشراء والاستمرار)

م	العبارة	موافق	موافق	محايد لا أوافق	لا أوافق
---	---------	-------	-------	----------------	----------

بشدة	أوافق	بشدة	بشدة	بشدة	بشدة
24	وجود مراجعات مزيفة يجعلني أتردد في الشراء من المتجر.				
25	اكتشاف تلاعب في التقييمات يدفعني لتقليل استخدام التطبيق.				
26	أَتوقف عن التعامل مع المتجر إذا تأكدت من تلاعبه بالمراجعات.				
27	أُفضّل متجرًا بمراجعات نزيهة حتى لو كانت أسعاره أعلى.				
28	التلاعب بالمراجعات يدفعني للبحث عن متاجر بديلة.				

البُعد الثالث: الثقة في الموثوقية وحماية المستهلك

م	العبارة	موافق	موافق	محايد	لا	لا أوافق
بشدة	بشدة	بشدة	بشدة	بشدة	بشدة	بشدة
29	المتجر المتلاعب بالمراجعات لا يهتم بحماية حقوق المستهلك.					
30	أثق أكثر بالمتاجر التي تعرض المراجعات الإيجابية والسلبية معًا.					
31	وجود نظام "مشتري مُعتمد" يزيد ثقتي بمراجعات المتجر.					
32	التلاعب بالمراجعات يُضعف الموثوقية العامة للتسوق الإلكتروني بالمملكة.					

					33 تطبيق سياسات مكافحة المراجعات المزيفة يمنحني شعورًا بالأمان عند التسوق.
--	--	--	--	--	---