



كلية التسويق الرقمي

**تأثير مقاطع تذوق الطعام
التي يقدمها المؤثرون على
منصة تيك توك في السلوك
الاستهلاكي للجمهور السعودي**

إعداد الطالبة : حنين علي المقطري

إشراف الدكتورة : علياء قمر

العام الجامعي: 1447هـ - 2026م

1. المقدمة

مع الانتشار المتسارع لمنصة "تيك توك" كبيئة رقمية تفاعلية، برز محتوى "تذوق الطعام" كأحد أكثر الأنماط تأثيراً على جيل الشباب. يهدف هذا التقرير إلى رصد وتحليل تأثير مقاطع تذوق الطعام التي يقدمها المؤثرون عبر هذه المنصة في توجيه السلوك الاستهلاكي للجمهور السعودي، موضحاً الآليات التي تساهم في تحويل المشاهدة الرقمية إلى ممارسات شرائية فعلية.

2. الإطار المعرفي

يمكن تلخيص المرتكزات المعرفية لهذا الموضوع في ثلاثة محاور رئيسية: المؤثرون وصناعة محتوى التدوق: حيث يلعب المؤثرون دور "قادة الرأي" الذين يبنون جسوراً من الثقة، مما يجعل توصياتهم الغذائية دافعا قويا لتغيير اتجاهات المتابعين. تيك توك كبيئة محفزة: تعتمد المنصة على فيديوهات قصيرة سريعة الانتشار تستغل خوارزميات الذكاء الاصطناعي لخلق ما يُسمى بـ "الجوع البصري"، مما يزيد من جاذبية تجربة المطاعم. أثر المحتوى على الجمهور السعودي: أثبتت الدراسات أن العوامل المدركة (مثل تنوع العروض، جودة الطعام، وجودة التوصيل) التي يروج لها المؤثرون، تؤثر بشكل مباشر ومعنوي على نية الشراء لدى المستخدمين.

3. الخاتمة

يخلص هذا التقرير إلى أن مقاطع تذوق الطعام على تيك توك أصبحت محركاً أساسياً للقرار الاستهلاكي في المجتمع السعودي. ويوصي التقرير بضرورة تعزيز الوعي النقدي لدى الجمهور السعودي تجاه المحتوى التسويقي الرقمي، لضمان اتخاذ قرارات شرائية واعية ومبنية على الحاجة الفعلية لا التأثير البصري العابر.

4. المصادر والمراجع :

- العلي، (2023). دور المؤثرين الرقميين في تشكيل اتجاهات المستهلكين. مجلة العلوم الإنسانية والاجتماعية.
- القرشي، عبدربه حميد؛ وهدى. (2021). تأثير وسائل التواصل الاجتماعي على ثقافة الاستهلاك في المجتمع. مجلة كلية التربية (أسيوط)، 37 (6)، 106-131.
- المشد، عبدالعزيز؛ وآخرون. (2024). العوامل المؤثرة على نية العملاء للشراء من تطبيقات توصيل الطعام (FDA). مجلة راية الدولية للعلوم التجارية، 3 (10)، 815-872.