

استبيان

بحث علمي بعنوان:

تأثير المحتوى التسويقي عبر منصة تيك توك على السلوك الشرائي لمستهلكات منتجات العناية الشخصية
والتجميل في المملكة العربية السعودية

دراسة وصفية تحليلية ميدانية

بحث مقدم ضمن مشروع تخرج للحصول على درجة بكالوريوس التسويق الرقمي

من كلية الإعلام والتسويق – جامعة ميد أوشن

عزيزتي المشاركة

نرجو منكم التكرم بالإجابة عن جميع الأسئلة بكل موضوعية وصدق، علماً بأن جميع البيانات سرية،
ولن نستخدم إلا لأغراض البحث العلمي فقط.

شاكرين لكم حسن تعاونكم ووقتكم الثمين.

القسم الأول: أسئلة اختيار وتصفية المشاركين:

السؤال الأول: هل تقيم في المملكة العربية السعودية:

- نعم
- لا

السؤال الثاني: هل تمتلكين حسابا او تتصفحين منصة التيك توك TikTok

- نعم
- لا

السؤال الثالث: هل قمت مسبقا بشراء منتجات التجميل والعناية بالبشرة؟

- نعم
- لا

القسم الثاني: معلومات المشاركة الشخصية (البيانات الديموغرافية)

السؤال الأول: (العمر) كم فئتك العمرية؟

- اقل من 18 سنة
- من 18 الى 25 سنة
- 26 الى 35 سنة
- أكثر من 35 سنة

السؤال الثاني: (معدل الاستخدام): ما هو معدل تصفحك لمنصة التيك توك يوميا؟

- اقل من ساعة
- من ساعة الى اقل من ثلاث ساعات
- 3 ساعات فأكثر

• القسم الثالث: أسئلة قياس أثر المحتوى “تيك توك”

الخيارات لكل سؤال: (موافق بشدة/موافق/محايد/غير موافق/غير موافق بشدة)

السؤال الأول: هل يمنحك المحتوى العفوي والبسيط الذي يصنعه المستخدمون العاديون ثقة اعلى بالمنتج التجميلي.

السؤال الثاني: هل تتقن في توصيات المؤثرات اللواتي يعرضن نتائج حقيقة (قبل وبعد الاستخدام) بدون مبالغة.

السؤال الثالث: هل تنجح الفيديوهات القصيرة والمعتمدة على الموسيقى الرائجة (الترندات) في جذب انتباهك للماركات الجديدة.

السؤال الرابع: هل زوايا التصوير القريبة التي تظهر ملمس وتفاصيل منتج التجميل بدقة تزيد من مصداقيته امامك

السؤال الخامس: هل تفضلين المحتوى التعليمي الذي يقدمه مختصون (أطباء جلدية وخبراء) لشرح تركيبات ومكونات منتجات العناية؟

القسم الرابع: أسئلة قياس السلوك الشرائي ومراحل اتخاذ القرار

الخيارات لكل سؤال: (موافق بشدة / موافق / محايد / غير موافق / غير موافق بشدة)

- السؤال الأول: هل ساعدتك منصة تيك توك في التعرف على ماركات تجميل وعناية ناشئة ومحلية لم تكوني تعرفينها من قبل؟
- السؤال الثاني: هل تعتمدين على هاشتاغات المنصة (مثل #TikTokMadeMeBuyIt) كمرجعية أساسية للبحث عن بدائل المنتجات وتقييمها؟
- السؤال الثالث: هل رؤية المنتج التجميلي على درجات بشرة متنوعة عبر تيك توك يقلل من مخاوفك بشأن ملائمتك قبل الشراء؟
- السؤال الرابع: هل يسهم تصفح مراجعات الفتيات في التعليقات على مقاطع تيك توك في تسريع اتخاذك لقرار الشراء الفعلي؟

لقسم الخامس: أسئلة قياس الشراء الاندفاعي.

الخيارات لكل سؤال: (موافق بشدة / موافق / محايد / غير موافق / غير موافق بشدة)

- السؤال الأول: هل تشعرين برغبة مفاجئة وغير مخطط لها لشراء منتج تجميلي فور مشاهدتك لمؤثرة تستخدمه في بث مباشر (Live)؟
- السؤال الثاني: هل يندفع سلوكك الشرائي سريعاً عند توفير أكواد خصم فورية أو روابط شراء مباشرة مدمجة داخل مقطع الفيديو؟
- السؤال الثالث: هل يحفزك الخوف من فوات الفرصة ونفاذ الكمية المعروضة في تيك توك على اتخاذ قرار الشراء في غضون دقائق؟
- السؤال الرابع: هل تشتري أحياناً منتجات تجميلية لم تكوني بحاجة لها لمجرد محاكاة الفتيات وتجريب لما هو رائج (Trend) في المنصة؟

