

Midocean University
College of Media and Marketing
of Digital Media Bachelor



جامعة ميدأوشن
كلية الإعلام والتسويق
بكالوريوس الإعلام الرقمي

السلام عليكم ورحمة الله وبركاته

أقوم بإجراء هذا الاستبيان ضمن متطلبات إعداد بحث علمي بعنوان “دور الإعلانات الرقمية في تشكيل قرارات الشراء لدى الجمهور السعودي: دراسة ميدانية على مستخدمي تيك توك”، ويهدف هذا الاستبيان إلى التعرف على مدى تأثير الإعلانات الرقمية في منصة تيك توك على قرارات الشراء لدى المستخدمين في المملكة العربية السعودية.

تستغرق الإجابة على الاستبيان حوالي 3 إلى 5 دقائق فقط، وجميع المعلومات التي سيتم جمعها سرية تمامًا وستستخدم لأغراض البحث العلمي فقط.

شاكرين لكم تعاونكم ووقتكم.

أولاً: البيانات الشخصية

1-1 الجنس

نكر () أنثى ()

2-1 الفئة العمرية:

أقل من 20 سنة () من 20 إلى أقل من 30 () من 30 إلى أقل من 40 () 40 سنة فأكثر ()

3-1 المستوى التعليمي

ثانوي أو أقل () دبلوم () بكالوريوس () دراسات عليا ()

4-1 هل تستخدم تطبيق تيك توك؟

نعم () لا ()

5-1 كم تقضي من الوقت يوميًا في استخدام تيك توك؟

أقل من ساعة () من ساعة إلى ساعتين () من ساعتين إلى ثلاث ساعات () أكثر من ثلاث ساعات ()

يرجى قراءة كل عبارة من العبارات التالية بعناية، ثم اختيار درجة الموافقة التي تعبر عن رأيك من بين البدائل التالية:

(أوافق بشدة) إذا كنت متفقاً تماماً مع العبارة،

(أوافق) إذا كنت تميل إلى الموافقة عليها،

(محايد) إذا لم يكن لديك رأي محدد،

(لا أوافق) إذا كنت تميل إلى عدم الموافقة،

(لا أوافق بشدة) إذا كنت غير متفق تماماً مع العبارة.

يرجى اختيار إجابة واحدة فقط لكل عبارة.

ثانياً: التعرض لإعلانات تيك توك

(اختر درجة موافقتك)

1-2 ألاحظ ظهور إعلانات أثناء استخدامي لتطبيق [TikTok](#).

() أوافق بشدة () أوافق () محايد () لا أوافق () لا أوافق بشدة

2-2 تظهر لي الإعلانات في تيك توك بشكل متكرر.

() أوافق بشدة () أوافق () محايد () لا أوافق () لا أوافق بشدة

2-3 الإعلانات في تيك توك تجذب انتباهي أثناء مشاهدة الفيديوهات.

() أوافق بشدة () أوافق () محايد () لا أوافق () لا أوافق بشدة

2-4 أتابع بعض الحسابات بسبب الإعلانات التي تظهر في التطبيق.

() أوافق بشدة () أوافق () محايد () لا أوافق () لا أوافق بشدة

2-5 طريقة عرض الإعلانات في تيك توك تجعلها ممتعة للمشاهدة.

() أوافق بشدة () أوافق () محايد () لا أوافق () لا أوافق بشدة

ثالثاً: اتجاهات المستخدمين نحو إعلانات تيك توك

3-1 تساعدني إعلانات تيك توك على التعرف على منتجات جديدة.

() أوافق بشدة () أوافق () محايد () لا أوافق () لا أوافق بشدة

3-2 تقدم إعلانات تيك توك معلومات مفيدة عن المنتجات.

() أوافق بشدة () أوافق () محايد () لا أوافق () لا أوافق بشدة

3-3 أشعر أن بعض الإعلانات في تيك توك صادقة وموثوقة.

() أوافق بشدة () أوافق () محايد () لا أوافق () لا أوافق بشدة

4-3 أسلوب عرض المنتجات في فيديوهات تيك توك يجعلها أكثر جاذبية.

() أوافق بشدة () أوافق () محايد () لا أوافق () لا أوافق بشدة

5-3 مشاهدة تجارب المؤثرين في تيك توك تجعلني مهتمًا بالمنتج.

() أوافق بشدة () أوافق () محايد () لا أوافق () لا أوافق بشدة

رابعاً: تأثير الإعلانات على قرار الشراء

1-4 سبق أن اشتريت منتجاً بعد مشاهدته في إعلان على تيك توك.

() أوافق بشدة () أوافق () محايد () لا أوافق () لا أوافق بشدة

2-4 تؤثر إعلانات المؤثرين في تيك توك في قراري لشراء بعض المنتجات.

() أوافق بشدة () أوافق () محايد () لا أوافق () لا أوافق بشدة

3-4 مشاهدة مراجعات المنتجات في تيك توك تشجعني على الشراء.

() أوافق بشدة () أوافق () محايد () لا أوافق () لا أوافق بشدة

4-4 أفضل تجربة المنتجات التي أراها في فيديوهات تيك توك.

() أوافق بشدة () أوافق () محايد () لا أوافق () لا أوافق بشدة

5-4 الإعلانات في تيك توك قد تغير رأيي تجاه بعض المنتجات.

() أوافق بشدة () أوافق () محايد () لا أوافق () لا أوافق بشدة

6-4 فيديوهات تجربة المنتجات تشجعني على تجربة المنتج.

() أوافق بشدة () أوافق () محايد () لا أوافق () لا أوافق بشدة

