

جامعة قاصدي مرباح، ورقلة - الجزائر

كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير

قسم العلوم التجارية

تقرير تربص مقدم لاستكمال متطلبات شهادة ماستر أكاديمي

الميدان : علوم اقتصادية والتسيير وعلوم التجارية

فرع علوم التجارية



التخصص: تسويق الخدمات

بعنوان

# استخدام تطبيق الهواتف النقالة لتقديم خدمة الاطعام واثرها على رضا الزبون

"دراسة ميدانية لعينة من الزبائن لمطعم الريس ورقلة"

من اعداد الطالبتين: مليك نجلاء قاسمي هنية

نوقشت وأجيزت علنا بتاريخ: 2020/10 /15

أمام اللجنة المكونة من السادة

الأستاذ/ حجاج الهاشمي (جامعة قاصدي مرباح ورقلة).....رئيسا.

الأستاذ/ شادلي شوقي (جامعة قاصدي مرباح ورقلة).....مشرفا.

الأستاذ/ دهوم خليدة (جامعة قاصدي مرباح ورقلة).....مناقشا.

الموسم الجامعي 2019 / 2020



جامعة قاصدي مرباح، ورقلة - الجزائر

كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير

قسم العلوم التجارية

تقرير تربص مقدم لاستكمال متطلبات شهادة ماستر أكاديمي

الميدان : علوم اقتصادية والتسيير وعلوم التجارية

فرع علوم التجارية



التخصص: تسويق الخدمات

بعنوان

# استخدام تطبيق الهواتف النقالة لتقديم خدمة الاطعام واثرها على رضا الزبون

"دراسة ميدانية لعينة من الزبائن لمطعم الريس ورقلة"

من اعداد الطالبتين: مليك نجلاء قاسمي هنية

نوقشت وأجيزت علنا بتاريخ: 2020/10 /15

أمام اللجنة المكونة من السادة

الأستاذ/ حجاج الهاشمي (جامعة قاصدي مرباح ورقلة)..... رئيسا.

الأستاذ/ شادلي شوقي (جامعة قاصدي مرباح ورقلة)..... مشرفا.

الأستاذ/ دهوم خليدة (جامعة قاصدي مرباح ورقلة)..... مناقشا.

الموسم الجامعي 2019 / 2020

# الإهداء

الى التي حملتني على وهن تسعة أشهر وغمرتني بحنانها وكانت سنداً لي في دربي، لتحقيق حلمي التي اوصلتني بفضل ربي وفضلها الى ما انا عليها اليوم فهي اعلى ما أملك في الوجود

امي الغالية حفظها الله

إلي الذي تكفل المشقة في تعليمي ولم يبخل علي بشي الى الذي رباني واراداني ان ابلغ المعالي

الي اعز ما عندي .....ابي العزيز ابقاه الله لي

الي كل أفراد عائلتي اخواتي واخي اسماء، ابتسام، رندة اكرم، وكذا عائلة صديقتي التي معي في مشوار الدراسة قاسمي هنية

إلى بنات اختي ريم وفاتن الي الاهل والاقارب

الي صديقاتي صليحة وفضيلة معي في السكن

الي كل صديق عزيز وصديقة لهم يد المساعدة في مذكرتي

الي كل ما ذكره قلبي ونسأه قلبي اهدي هذا العمل وارجو الله العلي القدير ان يوفقنا فيه خيراً واصلاح إن شاء الله

ملك نجلاء

# الإهداء

اليك يا خالقنا .....نتوجه بالشكر على نعمة العقل والعلم التي انعمت علينا .

الى صاحب المصطفى .....صاحب هدايا الاول ونبراس مسيرتنا على الارض.

الى من رباني صغيرا واحسن تعليمي كبيرا ، الى من لم يبخلوا علي يوما بنصحهم وحبهم وعطفهم الى من زرعوا في حب العلم .....والداي الكريمين متعكما الله بصحة والعافية واطال عمريكما.

الى منبع الحب والحنان الى من اضاءت طريقي بدعائها .....امي والى القلب الطاهر والنفس الطيبة ابي الغالي.

الى من علمني معنى التفوق، الى من زرع في حب المثابرة والاصرار الى من ذل لي جميع العقبات، الى من كان جهده سابقا جهدي في انجاز دراستي.....اخي احمد حفزه الله. والى رياحين قلبي وسر سعادتي وفرحتي شقيقتي ..... نعيمة، فائزة وكناكيت هديل ويعقوب.

الى من قضيت معهم اجمل اوقاتي صديقاتي .....وفقكم الله جميعا.

الى كل من سكن قلبي وتفاصيل حياتي ,, ,, ,, ,, ,, ,, ,, ,, ,, ,, وكل من سعتهم ذاكرتي ولم تسعهم مذكرتي.

الى كل دفعة تسويق الخدمات الى كل من ساعدني .....وادعا وبالتوفيق.

قاسمي هنية

# شكر و تقدير

قال رسول الله صلى الله عليه وسلم:

من اصطنع إليكم معروفا فجازه، فإن عجزتم عن مجازاته فادعوا له حتى تعلموا أنكم قد شكرتم،

فإن الله يحب الشاكرين

الحمد لله الذي لا إله إلا هو، لجلال وجهه وعظيم سلطانه، المتفرد بتصريف الأحوال على

التفصيل والجمال تقديرا وتدبيراً، المتعالى بعظمته ومجده وصلى الله على الحبيب وآله وصحبه

أجمعين.

لا يسعني وأنا في هذا المقام، إلا وأن أتقدم بوسع الشكر والتقدير الي اساتذتي الافاضل في

التسويق الذين لم يبخلون بإرشادينا لإكمال هذه الدراسة أطال الله في عمرهم.

إلى جميع طاقم التدريس بكلية العلوم الاقتصادية والتسيير والتجارة بجامعة قاصدي مرياح

و في اخير أتوجه بوافر الشكر والتقدير إلى كل من مد لي يد العون وساعدني في هذه الدراسة

راجية المولى العلي القدير أن يجعل هذه الجهود في موازين حسناتهم

## قائمة المحتويات

الصفحة	المحتوى
i	الإهداء
ii	شكر و عرفان
iii	قائمة المحتويات
iv	قائمة الجداول
v	قائمة الاشكال
vi	الملخص
أ	المقدمة
	الفصل الأول: الدراسات الادبية والنظرية لاستخدام تطبيق الهواتف النقالة لتقديم خدمة الاطعام واثره على رضا الزبون
02	تمهيد
03	المبحث الاول: استخدام تطبيق الهواتف النقالة واثره على رضا الزبون
03	المطلب الاول: ماهية تطبيق الهواتف النقالة
08	المطلب الثاني: ماهية تقديم خدمات الاطعام
14	المطلب الثالث: مفهوم رضا الزبون
18	المبحث الثاني: الدراسات السابقة
18	المطلب الاول: دراسات السابقة للتطبيقات الهواتف النقالة
20	المطلب الثاني : دراسات رضاء الزبون
21	المطلب الثالث: المقارنة بين الدراسات السابقة والدراسة الحالية.
24	خلاصة الفصل :
	الفصل الثاني الدراسة الميدانية للاستخدام تطبيق الهواتف النقالة لتقديم خدمة الاطعام واثرها على رضا الزبون في مطعم الرايس ورقلة
26	تمهيد
27	المبحث الاول: الطريقة والأدوات المستخدمة في الدراسة
27	المطلب الأول: الطريقة المعتمدة في الدراسة

28	المطلب الثاني: أدوات المستخدمة في الدراسة
31	المبحث الثاني: نتائج الدراسة الميدانية عرضها، تحليلها وتفسيرها
31	المطلب الأول : عرض نتائج الدراسة الميدانية وتحليلها
42	المطلب الثاني: مناقشة النتائج المتوصل إليها
53	الخاتمة
56	قائمة المراجع

## قائمة الجداول

الصفحة	الجدول
22	الجدول ( 1- 1 ): أوجه الشبه والاختلاف بين الدراسة الحالية والدراسات السابقة.
22	الجدول ( 1- 2 ): مقارنة الدراسة الحالية بالدراسات السابقة
28	جدول رقم (1.2): يوضح متغيرات الدراسة
29	الجدول رقم(2-2): سلم ليكارت الخماسي
30	الجدول رقم (2-3) نتائج اختبار الثبات
31	الجدول(2-4): توزيع مبحوثي عينة الدراسة حسب الجنس
31	الجدول (2-5): توزيع أفراد العينة حسب العمر
32	الجدول (2-6): توزيع مبحوثي العينة حسب مستوى التعليمي
32	الجدول(2-7) : توزيع مبحوثي العينة حسب السكن هنا بورقلة
34	الجدول(2-8): توزيع مبحوثي العينة حسب مكان الإقامة
34	الجدول(2-9): توزيع مبحوثي العينة حسب المعدات التكنولوجية
35	الجدول(2-10): توزيع مبحوثي العينة حسب ماركة الهواتف الذكية
35	الجدول(2-11): توزيع مبحوثي العينة حسب نوع نظام التشغيل
36	الجدول(2-12): توزيع مبحوثي العينة حسب استخدام تطبيق Rais Food
36	الجدول(2-13): توزيع مبحوثي العينة حسب استخدام تطبيق Rais Food خلال الاسبوع
37	الجدول(2-14): توزيع مبحوثي العينة حسب مستوي استخدام لتكنولوجيا المعلومات والاتصال
37	الجدول(2-15): توزيع مبحوثي العينة حسب كم مرة تعتقد انك تستخدم التطبيق في المستقبل
39	جدول(2-16): المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لإجابات الزبائن حول تطبيق Rais food.
40	جدول(2-17): المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لإجابات رضا الزبائن
42	جدول رقم (19.2): يوضح الارتباط الخطي بين المتغيرات المستقلة والمتغير التابع.
42	جدول رقم (20-2) : تحليل تباين خط الانحدار

44	جدول رقم (2-21) : قيم معاملات خط الانحدار لرضا الزبون
45	الجدول رقم (2-22) : يوضح اختبار (T) Teste لمتغير الجنس
46	الجدول (2-23): تحليل التباين الأحادي للاختبار تأثيرات لمتغير العمر على رضا الزبون
46	الجدول (2-24): تحليل التباين الأحادي للاختبار تأثيرات لمتغير مستوي التعليم على رضا الزبون
47	الجدول (2-25): تحليل التباين الأحادي للاختبار تأثيرات لمتغير السكن على رضا الزبون

### قائمة الأشكال

الصفحة	الشكل	الرقم
43	شكل رقم 01 يوضح المتغير تابع رضا الزبون	

## الملخص:

هدفت هذه الدراسة إلى معرفة مدى استخدام تطبيق الهواتف النقالة لتقديم خدمة الاطعام واثرها على رضا الزبون بالإضافة إلى التعرف على العلاقة بين متغيرات الدراسة، تم استخدام المنهج الوصفي التحليلي لدراسة الموضوع، كما تم الاعتماد على منهج دراسة الحالة من خلال المقابلة الشخصية والاستبيان والملاحظة كأداة رئيسية لجمع المعلومات، واقتصرت عملية التوزيع على عينة من زبائن مطعم الرايس ، تم الاعتماد على (60) استبانة للدراسة، وعلى ضوء ذلك تم جمع وتحليل البيانات واختبار الفرضيات عن طريق استخدام الحزم الإحصائية للعلوم الاجتماعية Spss و توصلنا إلى النتائج التالية :

- يوجد مستوى استخدام تطبيق الهواتف النقالة لتقديم خدمة الاطعام في مطعم الرايس ورقلة مرتفع؛
- يوجد مستوى مرتفع لرضا الزبائن في مطعم الرايس عن الخدمات المقدمة لها؛
- توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين استخدام تطبيق الهواتف النقالة لتقديم خدمة الإطعام ورضا الزبون في مطعم الرايس ورقلة؛
- لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية في رضا الزبون تعزى بالمتغيرات الشخصية (الجنس، العمر، المستوى التعليمي، السكن).

**الكلمات المفتاحية :** تطبيق الهواتف النقالة؛ خدمة الاطعام؛ رضا الزبون

## Summary:

This study aimed to know the extent of using the mobile application to provide food service and its impact on customer satisfaction, in addition to identifying the relationship between the study variables, the descriptive analytical approach was used to study the topic, and the case study approach was used through personal interview, questionnaire and observation as a main tool for collecting Information, and the distribution process was limited to a sample of Al-Rayes restaurant customers. 60 questionnaires were relied on for the study, and in the light of this, data were collected and analyzed and hypotheses tested by using statistical packages for Social Sciences Spss. And we reached the following results:

- There is a high level of customer satisfaction in Al Rayes Restaurant with the services provided to it.
- There is a statistically significant relationship between the use of the mobile application to provide catering service and customer satisfaction in Al Rayes Restaurant and Ouargla;
- There are no statistically significant differences in customer satisfaction due to personal variables (gender, age, educational level, housing).

**Keywords:** mobile application; Catering service; Customer satisfaction



مقدمة

## توطئة :

شهد العالم مؤخرًا تطورًا بمجال المطاعم كباقي المجالات المواكبة للعصر خاصة من حيث فكرة استخدام تطبيقات في الهواتف النقالة لتقديم خدمات الاطعام وتوصيل المأكولات بطرق سريعة و متطورة وصولا الى مجتمعنا الذي مسته هذه الظاهرة مؤخرًا ببعض المدن الكبرى، فسياسة التوصيلات تعتبر كعامل يساهم في التقرب أكثر من الزبون سواء داخل البيت أو مكان العمل، فهذه الطريقة الجديدة التي تبنتها العديد من المطاعم تساهم و بقوة في معرفة ايجابية المكان و سلبيته مما يزيد من عملية التطور و مواكبة الاحداث و المأكولات المرغوبة بكثرة ، فهي بعد ما كانت تنحصر فقط على عجائن البيترزا اصبحت مؤخرًا شاملة لجميع المأكولات بأنواعها .

فتناول الأكل السريع و الوجبات داخل المطاعم يعتبر بمثابة لحظات مرحة و ممتعة تتشارك فيها العائلة الواحدة أو الأصدقاء فيما بينهم، حيث بات معظم المواطنين يعشقون تناول هذه المأكولات المشبعة بالدهون، التي تغري راحتها المارة وتجذبهم إليها دون ارادتهم لدرجة أن البعض أصبح يفضل نقل هذه المأكولات إلى بيته لتناولها والاستمتاع بها. اين تعود الأسباب إلى عدة عوامل، بالإضافة الى عاملي الكسل والوقت يأتيان في الصدارة، حيث تبحث بعض الفئات العائلية عن الطريقة الأسهل والأسرع لتناول الطعام دون تحريك أي ساكن عن طريق هذه التطبيقات، بينما تفضل فئة أخرى التوصيل الفوري لخدمة العشاء او الغداء، بعد يوم شاق من العمل.

الا انه و برغم من حداثة هذه المطاعم، التي لقيت ترويحًا وإقبالًا كبيرًا من طرف المجتمع بجميع فئاته المحبة لفكرة المكوث ببيوتهم ووصول أطباقهم جاهزة وساخنة إليهم دون عناء بمجرد الضغط على هذا التطبيق في هواتفهم النقالة.

ونظرا للتطور السريع في أسلوب حياة مجتمعنا، مع زيادة المعدلات السكانية من الشباب وقدرات الشراء وفعالية وسائل الاتصال، أصبح التسابق إلى توصيل الطلبات الغذائية إلى المنازل أو إلى اماكن اخرى، أمرا جد مألوفًا لدى العديد من المجتمعات من بينها الدول الأوروبية وحتى العربية، و هو الأمر الذي صاحبه ارتفاع في وتيرة توصيل طلبات المأكولات عبر العديد من الاساليب المتطورة اهمها البرامج المقتنة عبر مواقع التواصل الاجتماعي من جهة و التطبيقات الهواتف النقالة من جهة اخرى ، إلا أن الجزائر كدولة عربية لازالت لم تشهد هذه التطورات بشكل كبير باستثناء بعض المطاعم الكبيرة المتواجدة على مستوى المدن الكبرى .

و بالرغم من التطور الذي مس هذا القطاع الخاص بخدمة الأطعمة السريعة ، و الذي انتشرت خدماته خلال فترة وجيزة عبر مختلف انحاء الوطن، و هذا ما أكده العديد من أصحاب محلات المأكولات السريعة، ومواكبة لتطورات العصر الخاصة بسلاسل المطاعم عبر مختلف الانحاء، و هو الذي سيؤدي الى اهتمام جد عظيم من قبل المواطنين على المطاعم ذوي الوجبات السريعة، مما يزيد من نسبة استثمار في جميع قنواتها لتوصيل الأطعمة بجميع الوسائل.

## مشكلة الدراسة واسئلتها:

وعلى ضوء ما سبق يمكن أن نسلط الضوء على إشكالية الدراسة فيما يلي:

- ما مدى استخدام تطبيق الهواتف النقالة لتقديم خدمة الاطعام واثرها على رضا الزبون؟  
وتندرج تحته الأسئلة الفرعية التالية:

1- ما هو مستوى استخدام تطبيق الهواتف النقالة لتقديم خدمة الاطعام في مطعم الرايس ورقلة؟

2- ما هو مستوى رضا الزبائن في مطعم الرايس عن الخدمات المقدمة لها؟

3- هل توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين استخدام تطبيق الهواتف النقالة لتقديم خدمة الاطعام ورضا الزبون في مطعم الرايس ورقلة؟

4- هل توجد فروق ذات دلالة إحصائية في رضا الزبون تعزى بالمتغيرات الشخصية (الجنس، العمر، المستوى التعليمي، السكن)؟

## فرضيات الدراسة:

1- مستوى استخدام تطبيق الهواتف النقالة لتقديم خدمة الاطعام في مطعم الرايس ورقلة؟

2- يوجد مستوى مرتفع لرضا الزبائن في مطعم الرايس عن الخدمات التطبيق المقدمة لها؛

3- توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين استخدام تطبيق الهواتف النقالة لتقديم خدمة الاطعام ورضا الزبون في مطعم الرايس ورقلة؛

4- توجد فروق ذات دلالة إحصائية في رضا الزبون تعزى بالمتغيرات الشخصية (الجنس، العمر، المستوى التعليمي، السكن).

## أهداف الدراسة:

- التعرف على درجة استخدام تطبيق الهواتف النقالة لتقديم خدمة الاطعام في مطعم الرايس ورقلة؛

- التعرف على مستوى رضا الزبائن في مطعم الرايس ورقلة؛

- التعرف على استخدام تطبيق الهواتف النقالة لتقديم خدمة الاطعام واثرها على رضا الزبائن في مطعم الرايس ورقلة؛

- التعرف على ما إذا كان هناك فروق ذات دلالة إحصائية في تصورات أفراد العينة لرضا الزبون في مطعم الرايس ورقلة تعزى

للمتغيرات الشخصية (الجنس، العمر، المستوى التعليمي، السكن)

## اهمية الدراسة:

تكمن اهمية هذا البحث في معرفة كيفية استخدام تطبيق الهواتف النقالة لتقديم خدمة الاطعام واثرها على رضا الزبون في مطعم الرايس وذلك في ظل التحديات التي تواجهها ومدى تأثيرها على آراء الزبائن من أجل احتلال المركز التنافسي الجيد مما يسمح لها بمواجهة الصعوبات.

## اسباب الدراسة:

- لارتياح الشخصي للباحث علي محلات هذا النوع من الاطعمة؛

- تخصصنا في الدراسة يسمح لنا بدراسة هذا الموضوع.

**حدود الدراسة:**

تتمثل حدود الدراسة في الحدود المكانية والزمانية ومفاهيمية، وسوف نتطرق إليها في النقاط التالية:

- **الحدود المكانية:** تقتصر الدراسة التطبيقية على مجموعة من زبائن مطعم الرايس -ورقلة-
- **الحدود الزمنية:** تمت معالجة الجانب النظري من بداية شهر جانفي 2019 أما الجانب التطبيقي من خلال شهر سبتمبر.

**المنهج المتبع وأدوات الدراسة:**

في ضوء طبيعة الدراسة والأهداف التي نسعى إلى تحقيقها تم استخدام منهجين هما المنهج الوصفي الذي استعمل في الجزء النظري من الدراسة وذلك بتقديم التعاريف وضبط المصطلحات والمفاهيم وباقي الإطار النظري للدراسة، والمنهج الوصفي والتحليلي الذي استعمل في الجزء التطبيقي من الدراسة من خلال تحليل استخدام تطبيق الهواتف النقالة لتقديم خدمة الاطعام واثرا على رضا الزبون؛ معتمدين في ذلك على الدراسة الميدانية، أما بالنسبة الأداة المستعملة في الدراسة فهي المقابلة والاستبيان والملاحظة.

**مرجعية الدراسة:**

تم الاعتماد على نوعين من المصادر لجمع المعلومات هي:

- الجانب النظري: ويشتمل على الكتب، الأوراق البحثية، المجلات والمذكرات، المقالات؛
- الجانب التطبيقي: ويشتمل على المقابلة، الاستبيان، الملاحظة الموجه إلى الزبائن مطعم الرايس بورقلة.

**صعوبات البحث:**

بشكل عام تمثلت صعوبات البحث في:

- تحديد حجم العينة المستقصاة نظرا لكبر مجتمع الدراسة؛
- قلة المراجع حول الموضوع؛
- واهم حاجة التي تسببت في دهورة العالم باسره فيروس كوفيد 19 (كورونا)

**هيكل البحث:**

بغية معالجة الإشكالية المطروحة واختيار الفرضيات قمنا بتقسيم البحث الذي يبدأ بطبيعة الحال بمقدمة وينتهي بخاتمة إلى

فصلين:

خصصنا الفصل الأول الذي عنوانه استخدام تطبيق الهواتف النقالة لتقديم خدمة الاطعام واثرا على رضا الزبون الي الادبيات النظرية في الموضوع المتعلق بالدراسات السابقة بالموضوع, اما الفصل الثاني فقد خصصناه لدراسة الحالة من خلال المقابلة الشخصية والاستبيان والملاحظة ومعالجته الإحصائية عن طريق برنامج SPSS.



## الفصل الاول:

الدراسات الادبية والنظرية لاستخدام تطبيق  
الهواتف النقالة لتقديم خدمة الاطعام واثره

على رضا الزبون

**تمهيد:**

تعد التطبيقات الهواتف النقالة من احدث التكنولوجيات التي تحتم على المؤسسة اتباعها لمواجهة صعوبات التي توجهها؛ اذ اصبح الزبون محورها ومركزها وتحاول بشكل بأحر تكريس جهودها في تلبية حاجاته لتحسين الأداء المؤسسة من أجل الوصول إلى إرضائه ، وللتوضيح بشكل مفصل في موضوع استخدام تطبيق الهواتف النقالة لتقديم خدمة الاطعام و رضا الزبون .  
وقد قسم هذا الفصل كما يلي:

المبحث الاول: استخدام تطبيق الهواتف النقالة لتقديم خدمة الاطعام واثره على رضا الزبون

المبحث الثاني: الدراسات السابقة

## المبحث الاول: مفهوم تطبيق الهواتف النقالة ورضا الزبون

مفهوم الاستخدام:

- ❖ "جوزيات جوي" فقد حددت مفهوم الاستخدام على انه محدود ويعود على الاستعمالات البسطة للأداة التكنولوجية.<sup>1</sup>
- ❖ فرغ "IAROX" الاستخدامات على انها طرق استعمال تظهر متكررة بقدر كاف في شكل عادات تندرج في الحياة اليومية وتفرض نفسها ضمن تشكيلة التطبيقات الثقافية الموجودة مسبقا وتكرر وتصمد كلما اقتضى الامر باعتبارها تطبيقات اخرى منافسة لها او مرتبطة بها.<sup>2</sup>
- ❖ التعريف الإجرائي: ويقصد بالاستخدام في هذه الدراسة هو استخدام الزبائن لمختلف انواع التطبيقات وخدماتها عن طريق الهواتف النقالة بغرض تلبية احتياجات عن طريق التكنولوجيا.

### المطلب الاول: ماهية تطبيق الهواتف النقالة

نتطرق في عرضنا لمفهوم الهواتف النقالة الذكية وتطبيقات الهواتف النقالة الذكية إلى مختلف التعريفات التي اقترحت في مختلف السياقات، ونعرض خصائصها وأهميتها.

#### الفرع الاول: مفهوم الهواتف الذكية

##### اولا: التعريفات

- الهاتف النقال أو الجوال في بدايته كان يعرف بأنه جهاز الكتروني بعيد المدى، محمول متنقل يستخدم للاتصالات، فهو جهاز يشبه في عمله جهاز الراديو، ولكن الراديو بدرجة عالية من الدقة والتعقيد، كما يقوم بوظيفة المكالمات الصوتية للهاتف وكذلك خدمات مثل الرسائل النصية القصيرة SMS والبريد الالكتروني، والوصول إلى شبكة الانترنت ورسائل الوسائط المتعددة mms لإرسال واستقبال الصور والفيديو.<sup>3</sup>
- في حين يعرف الهاتف بأنه عبارة عن أجهزة لاسلكية، تتضمن مجموعة من البرامج و التطبيقات يمكن من خلالها تنفيذ بعض أنشطة التعليم وعرض المحتويات الرقمية المتنوعة، والدخول عبر الشبكات عبر إطار تفاعلي.<sup>4</sup>

<sup>1</sup> الاء الجيريسي تغريد الرحيلي وعائشة العمري، "اثر تطبيقات الهاتف النقال في مواقع تواصل الاجتماعي على تعلم تعليم القراءة لطالبات جامعة طيبة واتجاههن نحوها"، مجلة اردنية، سنة 2015، ص15.

<sup>2</sup> موهوب، كلثوم، "استخدامات الاساذ الجامعي للانترنت في التعليم دراسة ميدانية بجامعة 08 ماي 1945قالملة"، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماجستير، قسم علم الاجتماع والديمورافيا<sup>3</sup> جامعة قالملة، سنة 2010، ص 19.

<sup>3</sup> طاهر الكناني عذاب، تأثيرات الصحة للهاتف الجوال وابراجه وبعض الاجهزة الالكترونية، القاهرة، دار الفجر والنشر والتوزيع، 2012، ص 224.

<sup>4</sup> نحلة المتولي ابراهيم، سالم، التأثيرات الفارقة لانماط تفاعل المتعلم في تطبيقات الهواتف على تنمية مهارات المونتاج الالكتروني والانجاء نحوى التعليم النقال لدى الطلاب، دراسات عربية في التربية وعلم النفس 2015، ع 61، ص 224.

- ويعرف أيضا بأنه جهاز يحتوي على خدمات تقنية بنظام تشغيل متعدد المهام، كما يدعم تطبيقات التصوير والمشاركة، والبيع والشراء، والخدمات المكتبية والانترنت.<sup>1</sup>
- هو أحد وسائل الإعلام الجديد، يعتمد على الاتصال اللاسلكي عن طريق شبكة أبراج موزعة في منطقة معينة ويستخدم كجهاز حاسوب محمول باليد يستطيع حامله معرفة آخر الأخبار السياسية والاقتصادية عن طريق الاشتراك في خدمة الانترنت.<sup>2</sup>
- تتمتع الهواتف الذكية بمميزات وتطبيقات مهمة جعلتها جزا لا يتجزأ من حياتنا و من الانشطة التي يمكن للفرد القيام بها بواسطة الهاتف الذكي ما يلي:<sup>3</sup>
- نظام التموقع العالمي GPS او نظام تموقع عالمي معزز Assisted Global Positioning System ؛
- كاميرا فيديو عالية الجودة غالبا مع دعم تصوير الفيديوها عالية الدقة بصيغ p 720 و p 1080 وأكثر وحتى تصوير المقاطع ثلاثية الابعاد 3D Stereoscopic ؛
- منفذ لتوصيل الهاتف بالتلفزيون؛
- بلوتوث " دعم للبلوتوث 2.1 وحتى 4.0 الجديد كليا " ؛
- شاشة لمسية "Touch Screen" ذات دقة عالية تصل جودة 4 K؛
- دعم أفضل للألعاب ثلاثية الابعاد عن طريق 3D Video Acceleration؛
- أجهزة استشعار "Censors" تقوم بقياس العديد من المؤشرات.

#### ثانيا: خصائص الهواتف الذكية

تشارك جميع أنواع الهواتف الذكيّة في بعض الخصائص بغض النظر عن منصّات العمل وأجهزة التشغيل، التي تختلف حسب الشركات المصنّعة لها. أمّا هذه الخصائص المشتركة فهي:<sup>4</sup>

- ✓ اللمس: حيث يتم استخدام الهواتف باللمس، عوضا عن الأزرار التّاقرة؛
- ✓ نظم التشغيل: وهي البرامج التي يتم تشغيل تلك الهواتف من خلالها؛ بحيث تكون أداة التحكم بالجهاز من حيث الذاكرة والتخزين و الأوامر. ويعتبر نظام التشغيل أو (Operating System) من أهم سمات الهواتف الذكيّة. كما أنّها العامل المؤثّر في برامج الهاتف وتطبيقاته، وكل المميّزات والخدمات التي سوف يقدّمها للمستخدم؛

<sup>1</sup> الشمري ، حاكم ، مستجدات التعليم الالكتروني .متاح على الخط ، 2015 متاح على : <https://faculty.mu.edu.sa/falashammar1> تم الاطلاع عليه 2020\_06\_09.

<sup>2</sup> علي خليل شقرة، الاعلام الجديد شبكات التواصل الاجتماعي ، الاردن ، دار اسامة للنشر والتوزيع ، 2014، ص84.

<sup>3</sup> حسام الدين مرزوقي ، توظيف مواقع المؤسسات الاعلامية الاخبارية على شبكة الانترنت لأدوات الاعلام الاجتماعي .مذكرة مكلمة لنيل شهادة الماجستير ، غير منشورة ، كلية الاعلام والاتصال ، جامعة باتنة ،الجزائر 2012، ص83.

<sup>4</sup> سوزان محمد بدر زهر ، مهارات الطلاب في استخدام الهواتف الذكيّة في الوصول الى مصادر المعلومات ، دراسة مقارنة بين كليتي الطب والاداب بد، جامعة بيروت سنة، العدد43، ص16.

✓ التطبيقات: هي عبارة عن برمجيات بسيطة يتم تصميمها وفقاً لسمات برنامج التشغيل، و السمات

الخاصة بالهاتف الذكي كما أنّ كل تطبيق مصمم ليؤدي وظيفة مختلفة عن غيره(السيد، 2014، 57)؛

✓ الاتصال بشبكة الإنترنت: تعدّ سرعة الاتصال بالإنترنت من المميّزات المهمة بالنسبة للمستخدم، ويعرّز ذلك تطور

الشبكات الخلويّة بظهور الجيل الثالث 3G ، الربع ، 4G إضافة إلى الإنترنت اللاسلكي وفي Wi-Fi الموجودة في الهواتف الذكيّة كافة؛

✓ لوحة المفاتيح أو : Keyboard بحيث تكون الأحرف فيها مرتبة بطريقة ( QWERTY ) و هي تشير إلى اختصار

لأول ستة أحرف في لوحة المفاتيح المتاحة في الهواتف الذكيّة ؛

✓ المراسلة الفورية: التي تتمثل بإرسال واستقبال الرسائل النصيّة، والصّور، والتسجيلات الصّوتية، بشكل متزامن مع الشخص

الأخر، من خلال عدة تطبيقات مثل Tango, Viber, و Whatsapp ، فضلاً عن البريد الإلكتروني وشبكات التواصل الاجتماعي.

### ثالثاً: اهمية الهواتف الذكية

تحتل الهواتف الذكية بالكثير من الاهتمامات في حياتنا اليومية، وفي شتى المجالات سواء الاجتماعية، والثقافية تعليمية وغيرها،

لهذا يمكن إدراج أهمية الهواتف الذكية في النقاط التالية:<sup>1</sup>

- أتاحت الهواتف الذكية إمكانية التواصل بسهولة وبأقل تكلفة بين مستخدمي هذه الأجهزة ؛
- توفر الهواتف الذكية تطبيقات مختلفة ومتعددة الاستخدامات؛
- توفر الهواتف الذكية قدرة الولوج السريع إلى شبكة الانترنت ؛
- لم يقتصر استخدام الهواتف الذكية على التواصل فقط، بل تعدت ذلك لتشمل العديد من الأنشطة الاجتماعية التي يمكن أن يقوم بها الفرد؛
- توفير الهواتف الذكية لرجال الأعمال وأصحاب المهن الحرة السرعة والسهولة في إنجاز لأعمالهم ومهامهم، إضافة إلى قدرتهم على التواصل بشكل سريع من خلالها؛
- توفر إمكانية تنزيل تطبيقات مختلفة تسهل حياة المستخدم؛
- عرفت الهواتف الذكية شعبية كبيرة في العالم المتقدم، حيث نجد الجميع يريد الحصول على البيانات الشخصية والمعلومات معه في كل وقت، هذا ما جعلته الهواتف الذكية ممكناً؛
- مستودع معلومات: حيث يمكن استخدامها للوصول إلى الانترنت والبحث عن المعلومات دون صعوبة كبيرة وقد ساهمت الهواتف الذكية بشكل كبير في عصر المعلومات.

<sup>1</sup> رقية هشام سمر، استخدام الصحفيين الفلسطينيين لتطبيقات التوال الاجتماعي من خلال الهواتف الذكية، مذكرة لنيل شهادة الماجستير، الصحافة ، غزة ، الجامعة الاسلامية 2016، ص 52.

#### رابعا: وظائف الهواتف الذكية:

تقوم الهواتف الذكية بعدة وظائف ومهام رئيسية نذكر من بينها ما يلي:<sup>1</sup>

- إرسال واستقبال المكالمات الهاتفية الخلوية، إضافة إلى إجراء المكالمات كما يمكن إجراء المكالمات عبر الانترنت دون الحاجة إلى الحاسوب vol ؛
- إدارة المعلومات الشخصية من كتابة الملاحظات وجدول المواعيد وغيرها ؛
- إمكانية الاتصال مع الحواسيب الشخصية والمحمولة ؛
- القدرة على القيام بعملية التزامن للبيانات التي في الهاتف الذكي وبعض التطبيقات الحاسوبية مثل . Microsoft, Outlook, apple \\'sid ؛
- إمكانية إرسال الرسائل السريعة، وتفحص البريد الالكتروني؛
- وهناك ميزة جديدة لا تزال قيد التجربة يمكن أن تضاف قريبا على ميزات الهواتف الذكية، ألا وهي العمل بطاقة ائتمان لاسلكية ويمكن أن يجري الدفع عن طريقها في بعض المحلات؛
- الاتصال بالآخرين ورؤيتهم عن طريق الجيل الجديد من الأجهزة 4 DCR المزودة بالكاميرات الدقيقة؛
- يمكن إرسال الرسائل القصيرة لأي مكان في العالم، التسلية بالألعاب، وكذلك ألعاب الجاف الحديثة؛
- الاستماع ملفات صوتية بامتدادات مختلفة مثل MP3 وكذلك الاستماع إلى الراديو ومسجل الصوتيات وغيرها من الألعاب المشتركة بين الأجهزة و عبر الانترنت.

#### الفرع الثاني: مفهوم تطبيقات الهواتف الذكية

##### اولا: التعريفات

- لقد تعددت لأسماء الهواتف الذكية كثيرا منها الهواتف الخلوية والهواتف النقالة والهواتف المحمولة والهواتف الجواله.
- عرف خالد فرجون 2010 الهواتف الذكية على أنها عبارة عن خليط من الهواتف الخلوية والمساعدات الرقيمة خاصة مع الخدمات التي تقدمها من استعراض الانترنت ودعم لبرامج متنوعة خاصة بها, مما يجعلها تأخذ دورا مهما في التعلم المتنقل.<sup>2</sup>
  - يمكن أن تعرف التطبيقات الذكية بأنها " التكنولوجيا الداعمة للهواتف المحمولة، كالمعايير وأنظمة التشغيل ومنصات العمل والمتصفحات وبرمجيات تهيئة الملفات، المخصصة لعرضها اعتمادا على الهاتف المحمول".<sup>3</sup>
  - تعرف التطبيقات بأنها عبارة عن برمجيات صغيرة، أو حزم برمجية بسيطة، مصممة بشكل مصغر حتى تتلاءم مع طبيعة عمل الأجهزة أو الهواتف المحمولة أو الذكية، كما نجد كل شركة من شركات الهواتف المحمولة الذكية تمتلك متجرها الالكتروني لتنزيل التطبيقات

<sup>1</sup> سوزان محمد بدر زهر؛مرجع سبق ذكره ؛ ص 19.

<sup>2</sup> مطلق العتيبي : استخدامات الشباب للهواتف الذكية ؛أثنوجرافية بمكة المكرمة ؛ مجلة ام القرى للعلوم اجتماعية ؛ 2014 العدد 1 ص10.

<sup>3</sup> شهد طارق حميض ؛ واقع تصميم المستخدم في التطبيقات الهاتف الذكية ؛ رسالة مقدمة لنيل شهادة الماجستير في التميم الجرافيكى ؛ كلية العمارة والتصميم الجرافيكى ؛ جامعة الشرق الاوسط؛ 2017؛ ص 7.

الخاصة بها فنجد مثلا Google Play المتجر الخاص بتطبيقات شركة Google، Apple store، و متجر الخاص. بتطبيقات شركة<sup>1</sup>.

وعليه نجد أن أنواع تطبيقات الهواتف الذكية تختلف وتعدد، نذكر من بينها أكثر وأهم ثلاث أنواع معروفة وبسيطة وهي كالتالي:

### 1- التطبيق الأصلي: Native Apps

وهي التطبيقات التي تتطلب من المستخدم، تنزيلها وتثبيتها على هاتفه الذكي وقد صممت لتلائم أنظمة التشغيل جميعها، ويتكون من مجموعة من البرامج المكتوبة خصيصا لمواصفات المنصة المطلوبة، وقد كتبت تطبيقات الهواتف الذكية الأصلية خصيصا لتناسب مع نوع ومواصفات الجهاز المشغل لهذا النظام، لتواكب التطور التكنولوجي وتحقق أفضل ممارسة، فإذا كان باستطاعة المستخدم تنزيل التطبيق على هاتفه الذكي أو جهازه اللوحي فمن المحتمل أن يكون تطبيق أصلي<sup>2</sup>.

### 2- تطبيق الويب: Web Apps

وهي التطبيقات المتوفرة على الموقع الإلكتروني، ولا تتطلب من المستخدم تحميلها وتثبيتها على الهاتف الذكي الخاص به، وتعمل هذه التطبيقات تلقائيا على أي هاتف ذكي أو جهاز لوحي، أو جهاز محمول أو جهاز الحاسوب، متوافقة مع معايير متصفح الويب. والجدير بالذكر أن المضمون في تطبيق الويب، معنيون بتقديم تصاميم للواجهة بشكل كامل عكس التطبيق الأصلي فإن عناصر الواجهة تكون محددة، ومعلومة تلقائيا ن قبل شركتي آبل وجوجل<sup>3</sup>.

### 3- التطبيق الهجين أو المختلط: Hybrid Apps

ويعتبر مزيج من التطبيق الأصلي وتطبيق الويب، ليلائم الأجهزة المحمولة كافة ويكون متاح من خلال الموقع الإلكتروني للخدمة<sup>4</sup>.

#### ثانيا: خصائص تطبيقات الهواتف الذكية

- بعد أن تمت الإشارة إلى أنواع التطبيقات Applications ، لا بد من الإشارة إلى بعض الخصائص المشتركة فيما بينها<sup>5</sup>:
- ✓ سهولة الاستخدام والتحديثات الفورية: بحيث يتم تنزيل التحديثات بمجرد الاتصال بالإنترنت النقال. وتضمن هذه التحديثات استمرارية تلك التطبيقات، وانتشارها بين المستخدمين ما يشكل عنصر إفادة لصانعيها ؛
  - ✓ الملاءمة والتوافق: تتميز هذه التطبيقات بالتوافق مع أنظمة تشغيل الهواتف المحمولة الذكية، مثل Android الخاص بهواتف Samsung ؛
  - ✓ تعدد اللغات: تتوفر تلك التطبيقات بعدة لغات، وذلك لكي تتناسب مع المستخدمين بمختلف لغاتهم واحتياجاتهم ؛

<sup>1</sup> سوزان محمد بدر زهر ؛ مرجع سبق ذكره ؛ ص 17\_18.

<sup>2</sup> حريقص ،ايفا ؛ الخطيب رامن ؛ دراسة حول طرق تطوير تطبيقات الهاتف لمحمول متعددة المنصات العمل ؛ جامعة البعث ؛2015 ؛ ص 108.

<sup>3</sup> مطلق العتي مرجع سبق ذكره ص 52.

<sup>4</sup> شهد طارق حميض ؛ مرجع سبق ذكره ؛ ص 22\_23.

<sup>5</sup> سوزان محمد بدر زهر ؛ مرجع سبق ذكره ؛ العدد 43 ؛ ص 17\_18.

- ✓ الحماية Security : بما أنّ تلك التطبيقات تتطلب الحصول على بعض البيانات الشخصية للمستخدم، فهي تتسم بتشفير تلك البيانات وحمايتها، إذ يتم تخزين تلك البيانات بواسطة خوادم Servers لا يمكن اختراقها "محمد، 2014 ، 81؛"
- ✓ التخصيص أو Customization: تتميز تلك التطبيقات بتخصيص محتواها أو سماها حسب رغبات المستخدم. على سبيل المثال: تطبيق الخرائط GPS Geographic Position system " يمكن المستخدم تشغيله ويمكن إيقافه محمد، 2014 ، 81 .

### ثالثا: مكونات تطبيقات الهواتف الذكية

تمثلت مكونات الهواتف النقالة في: <sup>1</sup>

#### 1- الفعاليات Activistes

تستخدم الفعاليات لعمل الواجهات التفاعلية، وهي أول هذه المكونات توفر للمستخدم واجهة تفاعلية تمكنه من تنفيذ أمر ما مثل تصفح الأخبار، البحث عن المعلومة، الاتصال الهاتفي، التقاط الصور، عرض خريطة أو أي مهمة أخرى.

#### 2- الخدمات Services

الخدمة هي مكون يعمل في الخلفية لتنفيذ عمليات يحتاج تشغيلها لفترة طويلة، لا توفر واجهة للمستخدم حيث تعمل في الخلفية بدون تدخل من المستخدم، على سبيل المثال يمكن تفعيل خدمة تشغيل الملفات الصوتية في الخلفية بينما يقوم المستخدم بالتفاعل مع تطبيق مختلف، أو خدمة تنزيل بيانات عبر الشبكة دون عرقلة تفاعل المستخدم مع التطبيقات الأخرى.

#### 3- مزودات المحتوى Content providers

مزود المحتوى يتحكم في مشاركة قواعد بيانات أو ملفات، يمكنك من تخزين البيانات في نظام الملفات أو في قاعدة البيانات.

#### 4- مستقبلات النشر Brradcas.Rec

هو المكون الذي يستجيب للرسائل المرسله من النظام أو التطبيقات الأخرى على سبيل المثال عند انخفاض مستوى شحن البطارية أو إعادة تشغيل الجهاز يقوم النظام ببث رسائل الإبلاغ عن هذا الحدث.

### المطلب الثاني: ماهية تقديم خدمات الاطعام

نتطرق في عرضنا لمفهوم الخدمات و تقديم خدمات الاطعام إلى مختلف التعريفات التي اقترحت في مختلف السياقات، ونعرض خصائصها وأهميتها.

<sup>1</sup> اياد محمد القاسم الاغا ؛ اساسيات برمجة تطبيقات الهواتف الذكية باستخدام نظام اندرويد ؛ كلية جامعة العلوم التطبيقية ؛ 2015؛ ص 3\_12.

## الفرع الاول : مفهوم وخصائص الخدمات

### اولا: تعريف الخدمات

هناك مجموعة من المحاولات لتعريف الخدمات ومنها:

- الجمعية الأمريكية للتسويق: عرفت الخدمة بأنها النشاطات أو المنافع التي تعرض للبيع أو التي تعرض لارتباطها بسلعة معينة إلا أن هذا التعريف يتسم بكونه ضعيفا فضلا عن عدم تمييزه بصورة كافية بين السلعة والخدمة.<sup>1</sup>
- أما « 2000 » Zeitaml Bitner فقد عرفا الخدمات بأنها " عبارة عن افعال عمليات وانجازات او اعمال " ويقول Gronroos أن الخدمة هي اي نشاط أو سلسلة من الأنشطة ذات طبيعة غير ملموسة في العادة ولكن ليس ضروريا أن تحدث عن طريق التفاعل بين المستهلك وموظفي الخدمة أو الموارد المادية أو السلع أو الأنظمة والتي يتم تقديمها كحلول لمشاكل العميل.<sup>2</sup>
- أما فيليب كوتلر فيعرف الخدمة بأنها : «نشاط أو منفعة غير ملموسة يستطيع أن يقدمها طرف (وهو منتجها) إلى طرف آخر(وهو العميل الذي تقدم إليه ليستخدمها في إشباع حاجة غير مشبعة) دون أن يترتب على ذلك نقل للملكية من المنتج إلى العميل، كما و أن إنتاج الخدمة طبقا لهذا المفهوم قد يرتبط وقد لا يرتبط بناتج مادي ملموس » Kotler and Keller, 2006<sup>3</sup>
- يمكن تعريف الخدمات بصورة عامة بأنها عبارة عن تصرفات أو أنشطة أو أداء يقدم من طرف الى طرف آخر وهذه الأنشطة تعتبر غير ملموسة ولا يترتب عليها نقل ملكية اي شيء كما ان تقديم الخدمة قد يكون مرتبط أو غير مرتبط بمنتج مادي ملموس.<sup>4</sup>
- تعريف الاجرائي: يمكن تعريفها على أنها مجموعة من الأنشطة تقدم من طرف لطرف لتحقيق حاجات ورغبات الطرف الأخر.

### ثانيا: خصائص الخدمات

تتميز الخدمات بمجموعة من الخصائص نوجزها في الآتي:<sup>5</sup>

- **المعنوية (غير ملموسة):**

<sup>1</sup> هاني حامد ضمور؛ تسويق الخدمات ؛ دار وائل لنشر؛ البعة الثالثة؛ عمان ؛ 2005؛ ص 18.

<sup>2</sup> تيسير العجمارة ؛ التسويق السياحي ؛ دار حامد للنشر والتوزيع ؛ الطبعة الاولى ؛ عمان ؛ ص 20.

<sup>3</sup> اسعد حامد اورمان ؛ ابي سعد الديوه حي ؛ التسويق السياحي والفندقي ؛ دار الحماد لنشر والتوزيع ؛ الطبعة الاولى ؛ عمان ؛ 200 ؛ ص 04.

<sup>4</sup> هاني حامد ضمور؛ نفس المرجع ؛ ص 19.

<sup>5</sup> بلاطة مبارك ؛ كواشة خالد ؛ تسويق الخدمات السياحية ؛ مجلة العلوم الاقتصادية ؛ جامعة الجزائر ؛ العدد4؛ ص 53.

الخدمات هي بالأساس غير ملموسة، فهي غير مادية لذلك يكون من المستحيل تذوقها بالنسبة للمستهلك أو رؤيتها قبل شرائها، وهذه الخاصة في الخدمات تضع بعض القيود على التسويق، إذ يجب أن تركز القوى البيعية على إعلان الفوائد الناجمة على الخدمة وليس على الخدمة نفسها .

● **التلازم (عدم امكانية الفصل):**

لا يمكن فصل الخدمات عن بائعها وأن مقدم الخدمة يقدمها و يبيها في نفس وقت تقدمها وهذه الحالة ( التلازم) تعني أن قناة التوزيع في اغلب الاحيان سوف تكون مباشرة لذلك فإن خدمات البائع لا يمكن أن تباع في أكثر من سوق ولهذا يجب إيجاد جهة الخدمة مثل وكالات السفر .

● **التغير (عدم التشابه):**

يستحيل تحديد إنتاج أو قياس للخدمات سواء كانت لمجموعة باعة مختلفين أو حق البائع الواحد، فشركة النقل الجوي لا تقدم نفس نوعية الخدمة في كل رحلة وبسبب هذه الخاصية فالمشتري للخدمة لا يستطيع الحكم على نوعية الخدمة قبل شرائها بعكس الحال على المنتجات المادية ولذلك فالمنظمات الخدمية يجب أن تعطى اهتمام خاص لمرحلة تخطيط الإنتاج وتمن نوعية أداء الخدمة .

● **قابلية الفناء والطلب المتجدد:**

الخدمات تستهلك بسرعة ولا يمكن تخزينها، فالغرف الفندقية الغير مشغولة تعتبر عبئ على الفندق ولا يمكن تخزينها ، والمقاعد الشاغرة في رحلة جوية تمثل عدم إشغال وتعتبر طاقة مهدورة، كذلك الطلب على الخدمات يعتبر متذبذب بسبب الموسمية أو بسبب الظروف الطبيعية أو ظروف أخرى .

**ثالثا: اهمية الخدمات**

ازدادت أهمية الخدمات في الآونة الأخيرة عما كانت عليه بالسابق لأسباب عديدة أهمها:<sup>1</sup>

- ارتفاع نسبة العاملين في قطاع الخدمات، حيث تشير الدراسات إلى أن أكثر من ثلثي مجموع القوى العاملة في العالم تعمل في قطاع الخدمات؛

- ارتفاع نسبة الخدمات في الناتج القومي الإجمالي (GNP)، حيث تشير الإحصائيات أن الخدمات مساهمة في ( 72%) من الناتج القومي الإجمالي لاقتصاد الاتحاد الأوروبي ؛

- الزيادة في أعداد السلع التي تحتاج إلى خدمات فسلع الكمبيوتر و الانترنت وأنظمة الأمان تحتاج إلى خدمات متخصصة مثل التركيب والصيانة و التدريب وقطع الغيار ؛

- ارتفاع مستويات الدخل في كثير من دول العالم مما جعل الإنفاق على كثير من الخدمات أمرا ممكنا وميسورا؛

- التغيرات التكنولوجية التي حدثت في منظمات الأعمال فالتسويق الإلكتروني واستخدام التكنولوجيا أدى إلى زيادة

الحاجة إلى الخدمات المدعمة لهذه الأنشطة.

<sup>1</sup> تيسير العجاردة؛ التسويق السياحي؛ دار للنشر والتوزيع؛ الطبعة الاولى؛ عمان؛ 2005؛ ص20.

هناك عدة أهداف للخدمة منها:

تتمثل اهداف الخدمة في :<sup>1</sup>

- تشجيع روح المبادرة الفردية في إيصال المعلومات التي من شأنها حماية المجتمع وتحقيق المنفعة العامة؛
- أهمية الإحساس الذاتي بمسئوليتنا جميعا في تحقيق بيئة مستقبلية آمنة لأبنائنا ؛
- إشراك كافة المقيمين في عملية الحفاظ على أمن المجتمع و استقراره ؛
- توفير قناة اتصال آمنة و سريعة ؛
- توعية الجمهور بأهمية المعلومات وعدم التقليل من شأن رأيه بملاحظة أو معلومة ؛
- إيضاح الدور الإيجابي للمعلومات التي يقدمها وأهميته في التقليل من المخاطر.

### الفرع الثاني : مفهوم جودة الخدمة

اولا: تعريف جودة الخدمة

تتعد التعريفات بالنسبة لجودة الخدمة وذلك لاختلاف حاجات وتوقعات العملاء عند البحث عن جودة الخدمة المطلوبة ؛  
فجودة الخدمة بالنسبة لكبار السن تختلف عنها للشباب وتختلف لرجال الاعمال ومنه يمكن اعطاء تعريفات التالية :

➤ هي تلك الجودة التي تشمل على البعد الاجرائي والبعد الشخصي كابعاد مهمة في تقديم الخدمة ذات الجودة العالية ؛  
حيث يتكون الجانب الاجرائي من النظم والاجراءات المحددة لتقديم الخدمة اما الجانب الشخصي للخدمة فهو كيف يتفاعل العاملون مع العملاء .<sup>2</sup>

➤ هي جودة الخدمات المقدمة سواء كانت المتوقعة او المدركة اي التي يتوقعها العملاء او يدركونها في الواقع الفعلي ؛ وهي المحدد الرئيسي لرضا العميل او عدم رضاه حيث يعتبر في الوقت نفسه من الاوليات الرئيسية التي تريد تعزيز مستوى الجودة في خدمتها .<sup>3</sup>

➤ يمكن تعريف جودة الخدمة من خلال الابعاد الثلاثة الخاصة بالخدمات .

- **البعد التقني** : الذي يتمثل في تطبيق العلم والتكنولوجيا لمشكلة معينة ؛
- **البعد الوظيفي** : اي الكيفية التي تتم فيها عملية نقل الجودة الفنية الى العميل وتمثل ذلك التفاعل النفسي والاجتماعي بين مقدم الخدمة والعميل الذي يستخدم الخدمة ؛

- **الامكانيات المادية** : وهي المكان الذي تؤدي فيه الخدمة .<sup>4</sup>

<sup>1</sup> تيسير العجارمة؛ مرجع سبق ذكره؛ ص22.

<sup>2</sup> مأمون الدراكة؛ طارق شبلي؛ الجودة في المنظمات الحديثة؛ دار الصفاء للنشر والتوزيع؛ الطبعة الاولى؛ عمان؛ 2002؛ ص 18.

<sup>3</sup> مأمون الدراكة واخرون؛ ادرة الجودة الشاملة؛ دار صفاء للنشر والتوزيع؛ الطبعة الاولى ح عمان؛ 2001؛ ص 134.

<sup>4</sup> هاني حامد الضمور؛ مرجع سبق ذكره؛ ص 437.

**التعريف الاجرائي :** نستنتج ان جودة الخدمة تتعلق بتفاعل بين العميل ومقدم الخدمة حيث يرى العميل جودة الخدمة ا من خلال مقارنته بين ما يتوقعه ولأداء الفعلي للخدمة

**ثانيا : اهمية جودة الخدمات**

لجودة الخدمة اهمية كبيرة بنسبة للمؤسسات التي تهدف الى تحقيق النجاح والاستقرار ففي مجال المنتجات السلعية يمكن استخدام التخطيط في الانتاج و تصنيف المنتجات بانتظار العملاء لكن في مجال الخدمات ؛ لكك تكمن اهمية الجودة في تقديم الخدمة فيما يلي :<sup>1</sup>

- **نمو مجال الخدمة :** لقد ازداد عدد المؤسسات التي تقوم بتقديم الخدمات فمثلا نصف المؤسسات الأمريكية يتعلق نشاطها بتقديم الخدمات الى جانب ذلك فالمؤسسات الخدمائية مازالت في نمو متزايد ومستمر
- **ازدياد المنافسة :** ان تزايد عدد المؤسسات الخدمية سوف يؤدي الى وجود منافسة شديدة بينها لذلك فان الاعتماد على جودة الخدمة سوف يعطي لهذه المؤسسات مزايا تنافسية عديدة .
- **فهم العملاء :** ان العملاء يريدون معاملة جيدة ويكرهون التعامل مع المؤسسات التي تركز على الخدمة ح فلا يكفي تقديم الخدمة ذات جودة وسعر معقول دون توفير المعاملة الجيدة والفهم الاكبر للعملاء .
- **المدلول الاقتصادي لجودة الخدمة :** اصبحت المؤسسات الخدمية في الوقت الحالي تركز على توسيع حتها السوقية لذلك لا يجب على المؤسسات السعي من اجل عملاء جدد ح ولكن يجب كذلك المحافظة على العملاء الحاليين لتحقيق ذلك لابد من الاهتمام اكثر بمستوى جودة الخدمة.

**ثالثا: ابعاد جودة الخدمة**

لجودة الخدمة ابعاد هي :<sup>2</sup>

1. **الاتصالات :** وتمثل في القدرة على الاصغاء للعميل لفهم جميع رغباته ومتطلباته سواء تحدث او مت تعتبر ايضا وسيلة للتعبير ؛
2. **الفهم والادراك :** ويتمثل في استعداد مقدم الخدمة في اعطاء الوقت الكافي للعميل للتحدث وايداء وجهة نظر دون ملل او حر بهدف فهم الحاجات عميل الخفية ؛
3. **التوقيت :** ويتمثل في محاولة تحقيق رغبة العميل في تقديم الخدمة له في الوقت الذي يريده ؛
4. **الثقة في اداء الخدمة :** وهذه الثقة انما تتأثر من خلال السمعة التي يتمتع بيها مقدم الخدمة ؛
5. **المضمون الذاتي للخدمة :** يتمثل في المهارة التي يجب ان يتمتع بيها مقدم الخدمة وذلك فيما يتعلق بطريقة عرض الخدمة واقناع الزبائن بها ؛

<sup>1</sup> مأمون الدراكة ؛ نفس المرجع ؛ ص 151

<sup>2</sup> د محمد عبد الفتاح الصيرفي ؛ ادارة الرائدة ؛ دار الصفاء للنشر والتوزيع ؛ الطبعة الاولى ؛ عمان ؛ 2003 ؛ ص 278

6. الاستمرارية : تعني المقدرة على اداء الخدمة بنفس الكفاءة والفاعلية طوال الوقت ؛
7. المطابقة : اي تحقيق التجانس بين تطلعات العميل والخدمة المقدمة اي تحقيق الخدمة درجة الاشباع التي يتطلع عليها العميل ؛
8. الادوات : قد يتطلب تقديم بعض الخدمات استعمال بعض الادوات المادية مثل الادوات التي يستخدمها الطيب وهنا يتوقع العميل بان تكون هذه الادوات على درجة عالية من الكفاءة .

### الفرع الثالث : مفهوم تقديم خدمات الاطعام

#### اولا: تعريف خدمات الاطعام

- عملية توصيل الطعام أو نقله الى أماكن بعيدة أو قريبة كانت ,من خلال تطبيق الهاتف المحمول أو من خلال موقع انترنت , هذا النمط من توصيل الطعام اكتسب شعبية كبيرة مع مرور الزمن وخاصة جيل الشباب الذين يفضلون استخدام تطبيق طلب الطعام حيث يمكن للزبون إنشاء طلب دون الحاجة إلى شرحه لشخص آخر وتوصيل الطعام عند بابه<sup>1</sup>.

#### ثانيا: اهمية خدمات الاطعام

هذه التطبيقات موجهة للبحث عن المطاعم المحلية وأنواع المأكولات يتم عرض القائمة بأكملها على التطبيق وعلى العميل الاختيار من القائمة بنقرة زر واحدة. ومع ذلك ، يحتاج العملاء إلى تنزيل التطبيق على هواتفهم المحمولة تسجيل أنفسهم في التطبيق من خلال إنشاء ملف التعريف الخاص بهم والذي سيحتوي على عناوينهم ومعلومات الدفع الخاصة بهم. عادةً ما يكون الدفع غير نقدي من خلال بطاقة الائتمان أو الخصم إذا تم الدفع عبر الإنترنت أو نقدًا مقابل التسليم. ستختلف التطبيقات عن بعضها البعض من حيث الميزات المقدمة ومن خلال تحسين البحث ، بناءً على الأكثر طلبًا ، والتسعير ، وسجل الطلبات ، ومراجعات العملاء ، والعروض الترويجية ، إلخ.<sup>2</sup>

#### ثالثا: خصائص خدمات الاطعام

تتمثل خصائص الاطعام الخدمة فيما يلي<sup>3</sup>:

- يمكن لأي مطاعم مهتمة ترغب في تحسين أعمالها الدخول في شراكة مع الشركة؛
- أن يكون منفذ الطعام محببًا ، أو مقهى ، أو مطعمًا ؛
- ان يكون المعيار الرئيسي للتعاون هو جودة المنتجات ؛
- على الزبون أن يدفع نسبة معينة كعمولة على كل طلب ؛
- يجب على المطعم دفع رسوم إعلان للشركة ؛

<sup>1</sup> Kanbappan BaIasupramanian, AdaIarasu Balraj, .Jeetesh kumar, Jaumar ,customer preferences to select a Reestaurant Throgh Smart Phone Applications An Exploratory stud ,4, 2011 p 2

<sup>2</sup> Kanbappan BaIasupramanian, AdaIarasu Balraj, .Jeetesh kumar, Jaumar ,nfs almarjie p 3

<sup>3</sup>Sonali Jabhav , food ordering mobile Applications ,Anew wave in food Entrepreneurship, 2018 ,p 110

- يجب على العميل تنزيل التطبيق على هاتفه وتسجيل الاسم البريد الإلكتروني والعنوان ورقم الهاتف؛
- بعد ذلك يمكنه البحث عن المطاعم المحيطة به وطلب الأطعمة الشهية من مكانه المفضل؛
- ان يحمل الشخص المسؤول عن التوصيل تطبيقاً يستخدم من خلاله الخريطة للعثور على مكان العميل.

#### رابعا : تقديم خدمات الاطعام

يعد توصيل الطعام ثاني أكثر الأعمال التجارية القائمة على التطبيقات شيوعاً بعد حجز سيارة الأجرة في السوق عند الطلب. في الأساس، الغذاء هو السلعة الأساسية للجميع ولا يمكن لأحد أن ينكر ذلك. هناك القليل من الوقت لطهي وجبات الطعام للعائلة. لذلك، يفضل معظم العاملين و خاصة العاملات تناول الطعام بالخارج أو طلبه عبر تطبيقات مختلفة. أيضاً مع خدمة توصيل الطعام عبر الإنترنت، يمكنك طلب الطعام وتناوله على راحتك دون حتى زيارة المطعم. قد يبدو مفهوم هذا العمل غير مستدام من الخارج ولكن، لحسن الحظ ، فإن الرعاية التي حصل عليها من الناس تجعل العمل لا يمكن إيقافه في السنوات القادمة.<sup>1</sup>

#### المطلب الثالث: مفهوم رضا الزبون

يعد الزبون المحرك الاساسي للمؤسسة، فهي تسعى دائما لإرضائه والحصول على ولائه، لان فهم حاجاته يزيد من قدرة المؤسسة للوصول الي افضل مستوي للنمو فالمؤسسة التي لها القدرة على ارضاء زبائنها تتمكن من المحافظة على حصتها السوقية والتوسع والنمو والزيادة في الارباح مستقبلا، ومن هنا سنتطرق الي معرفة واهمية رضا الزبون وعلاقته بخدمات الاطعام.

#### الفرع الاول: مفهوم رضا الزبون

##### اولا: تعريف رضا الزبون

➤ تعددت تعريف رضا الزبون وهذا راجع إلى اختلاف آراء وجهات نظر المؤلفين والباحثين والكتاب، وكذا تطوره. إذ عرفه كوتلر: بأنه ذلك الشعور الذي يوحى للزبون السرور أو عدم السرور الذي ينتج عنه مقارنة أداء المنتج الملاحظ مع التوقعات لزبون.<sup>2</sup>

➤ وعرف (Hall Reed) رضا الزبون على انه : "درجة إدراك الزبون مدى فاعلية المنظم في تقديم المنتجات التي تلي احتياجاته ورغباته.<sup>3</sup>

➤ كما تم تعريف رضا الزبون بأنه الدرجة التي في حدودها، توقعات الزبون لإعادة شراء منتج أو خدمة ما، تكون مستجابة (محققة، منجزة) أو تفوق تلك التوقعات.

وبالتالي رضا الزبون يمكن أن يتحقق بصورة فعلية في اتجاهات متعددة منها :

<sup>1</sup>Sonali Jabhav , nfs almarjie ,p 111

<sup>2</sup> يوسف حجيم سلطان الطائي ؛ هاشم فوزي ؛ العبادي دباس ؛ ادارة العلاقات مع الزبون ؛ الطبعة الاولى ؛ دار المعارف للنشر ؛ الاردن ؛ 2009 ؛ ص ؛ 220

<sup>3</sup> يوسف حجيم ؛ سلطان الطائي ؛ هاشم فوزي ؛ دباس العبادي ؛ نفس المرجع ؛ ص 222

- مستوى الأداء العالي للخدمة المقدمة ؛
  - إمكانية الخدمة المقدمة في إشباع الحاجات والرغبات لدى الزبون ؛
  - تفوق أداء الخدمة على توقعات الزبون؛
  - حرية الزبون في الاختيار والمفاضلة بين الخدمات المقدمة.<sup>1</sup>
- كما يؤكد (caraman) على وجود مفهومين لرضا الزبون احدهما يركز على التمييز بين جودة الخدمة والاخر على الرضا القائم على تبادلات متراكمة, اذا يتحقق الاول من عمليات التبادل التي ستحدد ضوء مستوي توقعات الزبون السابق مع الناتج النهائي, اما المفهوم الثاني يقوم على اجمالي خبرة الاستخدام لدى الزبون عبر مدة زمنية معينة.<sup>2</sup>
- ثانيا: اهمية رضا الزبون**

- يعد رضا الزبون من المعايير المهمة في تقييم أداء المظلمات واتجاهاتها المستقبلية ولا سيما في ظل التكنولوجيا المتقدمة وأجهزة الاتصال الحديثة التي دخلت أبواب كل منظمة خدمية اليوم لتقدم من خلالها خدماتها عبر احدث وسائل الاتصال والإعلان عنها, لذا تكمن أهمية الزبون من خلال العديد من المحاور والاتجاهات والتي تتناول مختلف الأطراف المتقدمة والمستفيدة من الخدمة ,ومن هذه المحاور والاتجاهات مايلي:<sup>3</sup>
- أن الزبائن هم معظمي القيمة , ومنهم هم الذين يكونون القيمة ويعملون على أساس ذلك ؛
  - رضا الزبون هو أداة للأداء المتحقق لتوقعات الزبون , لذا يؤدي الرضا الوافي إلى الولاء الكبير الذي يظهره الزبون تجاه المنظمة ؛
  - يزيد تقديم الخدمات المتجددة دوماً إلى الزبائن من حالة الرضا لدى الزبون وتحديثه عن ذلك أمام الآخرين عن الخدمات التي تقدمها المنظمة ؛
  - أن خسارة أي زبون وفقدانه يمكن أن يؤثر بشكل كبير على أنشطة المنظمة وأرباحها ؛
  - تعد جودة الخدمة المقدمة وقدرتها على تلبية حاجات الزبون ورغبته من أهم متطلبات ديمومة العلاقة بين المنظمة وزبائنها.

### ثالثا: خصائص رضا الزبون

وتتمثل خصائص الرضا في التالي:<sup>4</sup>

#### 1- الرضا ذاتي :

يتعلق رضا العميل هنا بعنصرين أساسيين: طبيعة ومستوى التوقعات الشخصية للعميل من جهة والإدراك الذاتي للخدمات المقدمة من جهة أخرى، فنظرة العميل هي النظرة الوحيدة التي يمكن أخذها بعين الاعتبار فيما يخص موضوع يوسف حجيم سلطان

<sup>1</sup> امال كمال البرزنجي ؛ سالم حميد الجبوري ؛ اعتماد نموذج لقياس رضاء الزبون في الفنادق العراقية ؛ مجلة الادارة والاقتصاد ؛ العدد 65 . 2007 ص 210

<sup>2</sup> يوسف حجيم ؛ السلطان الطائي ؛ هشام فوزي؛ دباس العبادي ؛ مرجع سبق ذكره ؛ ص02

<sup>3</sup> امجد عقيل ؛ اكرم رياض ؛ علاقة جودة الخدمات المصرفية بتحقيق رضاء الزبون ؛ قسم ادارة الاعمال كلية الادارة والاقتصاد ؛ سنة 2017 ؛ ص 23

<sup>4</sup> بوغان نور الدين ؛ جودة الخدمات واثرها على رضاء العميل ؛ مذكرة تدخل ضمن نيل شهادة الماجستير ؛ جامعة محمد بوضياف المسيلة ؛ 2007 ؛ ص 114\_115

الطائي وهاشم فوزي دباس العبادي<sup>1</sup> الرضا، فالعميل لا يحكم على جودة الخدمة بواقعية وموضوعية، فهو يحكم على جودة الخدمة من خلال ما يتوقعه من الخدمة، فالعميل الذي يرى بأن الخدمة المقدمة بأنها أحسن من الخدمات المنافسة، يراها عميل آخر بأنها أقل جودة من الخدمات الموجودة في السوق، ومن هنا تظهر أهمية الانتقال من النظرة الداخلية التي تركز على ( الجودة - المطابقة )، إلى النظرة الخارجية التي تعتمد على ( الجودة - الرضا )، فالمؤسسة يجب أن لا تقدم خدمات وفق مواصفات ومعايير محددة وإنما تنتج وفق ما يتوقعه ويحتاجه العميل؛

إن الخاصية الذاتية للرضا ينتج عنها ضرورة وجود عناصر مادية خاصة بالأنشطة الخدمية، أي جعل العناصر المعنوية للخدمة ملموسة، حتى نجعل جودة الخدمة مرئية، ومن أجل إظهار الرضا الخفي لدى العميل .

## 2- الرضا نسبي :

لا يتعلق الرضا هنا بحالة مطلقة وإنما بتقدير نسبي فكل عميل يقوم بالمقارنة من خلال نظراته لمعايير السوق، فبرغم من أن الرضا ذاتي إلا أنه يتغير حسب مستويات التوقع، ففي حالة عميلان يستعملان نفس الخدمة في نفس الشروط يمكن أن يكون رأيهما حولها مختلف تماماً لأن توقعاتهما الأساسية نحو الخدمة مختلفة، وهذا ما يفسر لنا بأنه لسيت الخدمات الأحسن هي التي تباع بمعدلات كبيرة . فالمهم ليس أن تكون الأحسن، ولكن يجب أن تكون الأكثر توافقاً مع توقعات العملاء ؛

من هنا يمكن أن نفهم بشكل أفضل الدور المهم لتقسيم السوق في مجال التسويق، فليس بهدف تحديد القطاعات السوقية وإنما لتحديد التوقعات المتجانسة للعملاء من أجل تقديم خدمات تتوافق مع هذه التوقعات.

## 3- الرضا تطوري :

يتغير رضا العميل من خلال تطوير هاذين المعيارين: مستوى التوقع من جهة، ومستوى الأداء المدرك من جهة أخرى، فمع مرور الزمن يمكن لتوقعات العميل أن تعرف تطوراً نتيجة لظهور خدمات جديدة أو تطور المعايير الخاصة بالخدمات المقدمة، وذلك بسبب زيادة المنافسة، ونفس الشيء بالنسبة لإدراك العميل لجودة الخدمة الذي يمكن أن يعرف هو أيضاً تطوراً خلال عملية تقديم الخدمة، إن قياس رضا العميل، أصبح يتبع نظام يتوافق مع هذه التطورات عن طريق الأخذ في الحسبان جميع التغيرات الحاصلة.

## رابعا: أبعاد رضا الزبون

يفترض البحث ان جودة الخدمات تتكون من ثلاث ابعاد رئيسية وهذه الابعاد تؤثر بشكل مباشر على متلقي الخدمة , وهذه الابعاد هي على النحو التالي<sup>1</sup>:

○ اجراء سير المعاملات: وتشمل انجاز المعاملات في وقت محدود دون تأخير, ووضوح الاجراءات وبساطتها وبعدها عن الروتين ؛

<sup>1</sup> احمد عقيل مسلم ؛ آكرم رياض صاحب ؛ علاقة جودة الخدمات المصرفية بتحقيق رضا الزبون ؛ دراسة لاستكمال متطلبات شهادة البكالوريوس؛ كلية الادارة والاقتصاد ؛

- كفاءة العاملين وحسن تعاملهم: وتشمل لطف العاملين في تعاملهم مع المراجعين واستجاباتهم لاحتياجاتهم وتواجدهم الدائم على رأس اعمالهم وتنفيذهم الاجراءات دون تمييز, وتقيدهم بالمواعيد المحددة لإنجاز المعاملات ؛
  - الخدمات المقدمة من قبل المنظمة : وتشمل فاعلية مكتب خدمة الجمهور, وتوفير مواقف سيارات ملائمة للوحدات الارشادية الدالة على مواقع المديرية والاقسام, وتوفير قاعات الانتظار, وكذلك فاعلية الاتصال الهاتفي مع المنظمة.
- خامسا: مراحل تحقيق رضا الزبون

يعد مفهوم رضا الزبون من المفاهيم غير الثابتة لإمكانية تأثرها بسرعة في الكثير من العوامل الداخلية والخارجية التي يمكن ان تغير رضاه الى عدم رضاه عن الخدمات المقدمة, ويرى كل من Boon و Kurtz , والطائي و Nigel Piercy بان مراحل رضا الزبون تتألف من ثلاث مراحل هي:<sup>1</sup>

أ. فهم حاجات الزبون: تعد الخطوة الأولى في صياغة رضا الزبون وقياسه, الأمر الذي يتطلب مراقبة السمات التي تهتم بها والعناصر المؤثرة في رضاه, لوجود احتمالية ظهور فجوات بين الجودة المتوقعة والجودة المدركة للخدمات المقدمة, حدد Spenh و Hutt أربعة عناصر تؤثر في رضا الزبون هي:

- العناصر الأساسية للخدمة التي يتوقع الحصول عليها من المنافسين ؛
  - خدمات الدعم الأساسية التي تجعل الخدمة أكثر فاعلية ؛
  - إصلاح المشكلات بشكل صحيح ؛
  - الخدمات الاستثنائية التي تحل المشكلات المتفرقة لأكثر الزبائن.
- ب. التغذية العكسية للزبون: اي تعقب آراء الزبائن في الأداء الحالي للمنظمة, لمعرفة مدى تلبيتها لتوقعات الزبائن, وتكون بطريقتين, أما الاستجابة Reactive والمسبقة Proactive وطريقة الاستجابة هي الأكثر شيوعا وتعتمد على:
- نظام الشكاوى والمقترحات لارضا الزبون ؛
  - تحليل فقدان الزبائن وهو من الطرائق المسبقة Proactive لاعتماده على تحليل أسباب الفشل في عدم إرضاء الزبون وليس فقط في إجراء المقابلة معه أو وضع خطوط هاتفية ساخنة لشكاوى الزبائن عن سوء الخدمة المقدمة.
- ج. القياس المستمر: اي قيام الشركات او المنظمات بإعداد برامج لقياس رضا الزبائن على مر الزمن, يتيح لها معرفة التغيرات الحاصلة في آرائهم ورضاهم, وتحليل أسباب عدم الرضا, ومتابعة معدل فقدان الزبائن, لان زيادة هذا المعدل يعني فشل الشركات او المنظمات بإرضاء زبائنهم.

<sup>1</sup> اميرة شكر ولي البياتي ؛ ندى اسماعيل ؛ جهوري القماح ؛ اثر جودة الخدمة التعليم العالي على رضا الزبون ؛ دراسة استطلاعية في كليات طب الاسنان الاهلية ببغداد ؛ مجلة

## المبحث الثاني: الدراسات السابقة

### المطلب الاول: دراسات السابقة للتطبيقات الهواتف النقالة

#### الفرع الاول : دراسات اللغة العربية

- دراسة الاء الجبرسي تغريد الرحيلي وعائشة العمري تحت عنوان اثر التطبيقات الهاتف النقال في مواقع التواصل الاجتماعي على التعلم والتعليم في القران الكريم لطلبات جامعة طيبة واتجاههن نحوها \_مجلة الاردنية في علوم التربية سنة 2015

- هدفت الدراسة الى قياس مستويات اداء الطالبات في تعلم القران الكريم لطلبات جامعة طيبة ومن اجل تحقيق هذه الاهداف تم استخدام المنهج الشبه التجريبي وتم استخدام المنهج الشبه التجريبي وتمثالا عينة الدراسة في 34 طالبة من طالبات كلية التربية بجامعة طيبة المدينة المنورة , وتم استخدام ادوات هي بطاقة الملاحظة ومقياس الاتجاهات وبعض تطبيقات الهاتف النقال ,من بين النتائج التي توصلت اليها الدراسة وجود فروق ات دلالة احصائية بين متوسط درجات المجموعة التجريبية ودرجات المجموعة الضابطة في التطبيق البعدي لبطاقة الملاحظة على التعلم القران الكريم لصالح المجموعة التجريبية والى عدم وجود فروقات ذات دلالة احصائية بين متوسطي درجات التطبيقين القبلي والبعدي لطلبات المجموعة التجريبية في اتجاههن نحوى استخدام تطبيقات الهاتف النقال في مواقع التواصل الاجتماعي على تعلم وتعليم القران الكريم.

- دراسة بوقيرة مريم تحت عنوان مساهمة تطبيقات الهاتف الذكي في تحقيق الميزة التنافسية دراسة ميدانية على عينة من موظفي المؤسسة سنة 2018 **condor** وزبائنها مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماستر في علوم الانسانية سنة

- تهدف الدراسة الى معرفة مدى مساهمة تطبيقات الهاتف الذكي في تحقيق الميزة التنافسية للمؤسسة الاقتصادية

#### Condor

- معرفة مدى مساهمة تطبيقات الهاتف الذكي في تحقيق الابداع التكنولوجي للمؤسسة الاقتصادية ؛
- معرفة ان كانت تطبيقات الهاتف الذكي تساهم في تنافسية ؛
- تعرف على واقع ودوافع استخدام الزبائن للتطبيقات الذكية الخاصة بالمؤسسة ؛ وقد اعتمدت في ذلك على المنهج الوصفي وعلى استمارة الاستبيان كأداة لجمع البيانات المتعلقة بالبحث وتم توزيعها على 100 زبون .

#### ومن بين النتائج التي تولت اليها الدراسة

- امتلاك المؤسسة لتطبيقات الهاتف الذكية تتمثل جودتها في الخدمات التي تقدمها ؛
- استخدام مؤسسة لتطبيقات تتماشى مع أنشطتها وتقديمها لخدمات جديدة باستمرار لزبائنها
- تسعى المؤسسة من خلال تطبيقاتها خدمة الزبون اولاً وانتشار علامتها ووصولها لكافة الناس.

- دراسة سة ايمان قدورة وكريمة بوعزة تحت عنوان الهواتف الذكية ومدى استخدامها من طرف طلبة علم المكتبات في وصول الى المعلومات العلمية والتقنية \_ طلبة علم المكتبات بجامعة خميس مليانة انموذجا مذكرة مقدمة لاستكمال متطلبات الحصول على شهادة ماستر في علم المكتبات سنة 2017 .

تهدف الدراسة الى التعرف على مجموعة من الاهداف من بينها:

- التعرف على مهارات طلبة علم المكتبات والتوثيق في الوصول الى المعلومات من خلال استخدام الهواتف الذكية ؛
- لتعرف على انواع وتطبيقات الهواتف الذكية والحواسيب اللوحية الاكثر استخداما؛ ا \_
- التعرف على ادوار والامكانات التي تؤديها الهواتف الذكية للوصول الى المعلومات وعوامل شراء تلك الهواتف.
- لتحقيق اهداف الدراسة قمنا بتميم استبيان بهدف معرفة وجمع مختلف المعلومات تؤطر استخدام افراد العينة لهواتفهم الذكية ووزع الاستبيان على 65 طالب علم المكتبات والتوثيق مستخدم للهواتف الذ وتم معالجة البيانات بطريقة احصائية عن طريق الحزمة الاحصائية للعلوم الاجتماعية .
- وتم التوصل الى النتائج التالية:

- ان طلبة علم المكتبات يستخدمون الهواتف الذكية حسب الوقت المتوفر لديهم باماكن مختلفة؛
- اغلبية الباحثين يستخدمون هواتفهم الذكية في الوصول الى المعلومات؛
- يستخدم الباحثين بشكل مكثف لأشكال الملفات النصوص.
- دراسة سوزان بدر زهر تحت عنوان مهارات في استخدام الهواتف الذكية للوصول الى مصادر المعلومات \_دراسة مقارنة كليتي الطب والآداب في جامعة بيروت العربية سنة 2016

- هدفت الدراسة الى التعرف على مهارات طلاب المرحلة الاولى وصولا الى المعلومات من خلال الهواتف الذكية ؛
- التعرف على انواع وتطبيقات الهواتف الذكية والحواسيب اللوحية الاكثر استخداما ؛
- التعرف على الادوار والامكانيات التي تؤديها الهواتف الذكية في الوصول الى المعلومات وعوامل الشراء تلك الهواتف ؛
- التعرف على عادات واتجاهات استخدام الهاتف الذكية لدى الطلاب ؛
- وقد تم اعتمدت الباحثة في الدراسة على المنج الوصفي المسحي المقارن ؛
- وقد توصلت الدراسة الى القلة استخدام المصادر الالكترونية من الهواتف الذكية لدى طلاب وقد اشارت الدراسة الى ان طلاب كلية الطب يستخدمونها اكثر من ذويهم في كلية الآداب .

الفرع الثاني : دراسات باللغة الاجنبية

- Walsh andrew Mobile information literacy. Preliminary outline of information behavior in mobile information . 2012. Masters Loughborough university . uk

- اشارت هذه الدراسة التي اجريت في جامعة Heather field في ولايات المتحدة الامريكية , الى اهمية ودور الهواتف المحمولة في الوصول مصادر المعلومات الالكترونية , لاسيما وان المستقبل التعليمي ويرتكز على استخدام الهواتف الذكية في الوصول المعلومات لسهولة استخدامه وسرعة اتصاله بالانترنت .
  - Miller rebecca Mobile Information Literacy . using tablets to brmote inquiry skills students need to suucceed 2012.Masters thsis virginia . us
  - هدفت الدراسة التي اجريت في جامعة virginia tech في الولايات المتحدة الامريكية الى دور الهواتف النقالة والحواسيب اللوحية في تحسين مهارات الوعي المعلوماتي والوصول الى المعلومات كما اشارت الى بعض الصعوبات التي في هذا المجال وتوصلت الى رغبة الطلاب في الوصول الى المعلومات من خلال Mobile من أكثر من اي شيء في العالم اخر .
  - Nutritional application software for restaurants: the tool of customer satisfaction and behaviour Georgios Palisidis, Katerina Giazitzi, Vaios Karathanos and George Boskou\*2016 Harokopio University,
  - اشارت الدراسة الى دور التكنولوجيا المقدمة الى العملاء كما اشارت الى ان التطبيق التحليل الغذائي لعناصر القائمة واقتراحات شخصية وفقا للمتطلبات الغذائية سهل الاستخدام على الزبون، ويعتبر المتطوعون ان هذا التطبيق يساهم في الصحة العامة من خلال تمكين وتعديل الجسم من خلال الخيارات الصحية والحد من تناول السعرات الحرارية و المراقبة الذاتية كما توصلت النتائج الى ان هذا التطبيق مفيد للعملاء ، ويبدأ انه اداة فعالة لمقدمي الطعام وخبراء التغذية، كما يمكنه تقديم الخدمات ذات القيمة المضافة.
- المطلب الثاني : دراسات رضا الزبون**
- الفرع الاول : دراسات باللغة العربية**
- دراسة بوعنان نور الدين تحت عنوان جودة الخدمات واثرها على رضا العملاء دراسة ميدانية في المؤسسة المينائية لسكيكدة \_ مذكرة مقدمة للحصول شهادة الماجستير سنة 2007
  - هدفت الدراسة الى تحليل العلاقة بين جودة الخدمة ورضا العملاء ؛
  - تطبيق نموذج لتقييم جودة الخمة المقدمة ؛
  - التأكيد على اهمية الجودة المقدمة كمصدر للميزة التنافسية في ظل الانفتاح على السوق العلمي .
- وقد تم الاعتماد على المنهج الوفي التحليلي الي يتلاءم مع طبيعة الموضوع حيث تم استغلال المعلومات عليها لوف الخلفية النظرية للموضوع ثم التوجه الى ميدان الدراسة وجمع البيانات الخاصة بالمؤسسة ثم تبويبها .
- وتم التوصل الى النتائج التالية :

- عملية الاتصال بين المؤسسة وعملائها ضعيفة وهذا يفسر عدم علم اغلبية العملاء بحول المؤسسة على شهادة الايزو التي يعتبر من اهم التغيرات التي حدثت في المؤسسة ؛
- اغلبية عملاء المؤسسة وضعوا خدمة الشحن والتفريغ في المرتبة الاولى وذلك يدل على ان هذه الخدمة تحتاج الى يد عاملة كبيرة؛
- يعتبر عملاء المؤسسة ان الاداء الفعلي للخدمة المقدمة يتميز بالضعف ؛
- دراسة ندى اسماعيل جبوري القماج و اميرة شكر ولي البياتي تحت عنوان تأثير جودة الخدمة التعليم العالي على رضا الزبون دراسة استطلاعية في كليات طب الاسنان الاهلية بغداد سنة 2017

- هدفت الدراسة الى قياس رضا الطلبة الدارسين عن الخدمات التعليمية المقدمة ضمن الاختصاصات الطبية وتحديد العوامل المؤثرة على رضا الزبون من خلال دراسة استطلاعية في كليات طب الاسنان الاهلية بغداد . وتم توزيع 50 استبانة على والاجابة عليها واعتمد على المنهج الوصفي ومن بين النتائج التي توصل اليها تحسين مستوى الاداء الخدمة المقدمة في الجامعات الاهلية على رضا الطلبة بشكل عادي لطلبة كلية طب الاسنان في الجامعات الاهلية من وجهة نظر الطلبة , كذلك بينت الدراسة تأثير المتغيرات تسجيل قبول الطلبة في الكليات الاهلية .

- دراسة lawrence feick and janghyuk lee and jonathzn lee سنة 2001: حول اثر التكاليف التحول على العلاقة بين الرضاء الزبائن والولاء في خدمات الهاتف النقال في فرنسا

- هدفت الدراسة الى فحص علاقة كلفة التحول كمتغير وسيط في العلاقة بين رضاء الزبائن وولائهم ثم تحديد تجزئة الزبائن حسب نوع البرنامج المقدم وفحص اختلاف الربط بين الرضا والولاء باختلاف شرائح المستهلكين حسب هذه لم يمكن لكلف التحول التأثير على محبي الهاتف النقال كما اشارت الدراسة الى العلاقة بين رضاء الزبائن وولائهم هي فعالة في كافة انواع شرائح الزبائن مع ان الزبائن يختلفون في تفاعلهم مع مكونات الرضاء تبعا للبرامج المختلفة توصلت النتائج الى ان كلفة التحول تلعب دورا وسيطا فعالا في العلاقة الرابطة بين رضاء الزبائن وولائهم في كافة انواع الشرائح الزبائن مع ان الزبائن يختلفون في تفاعلهم مع مكونات الرضاء تبعا للبرامج المختلفة .

### المطلب الثالث: المقارنة بين الدراسات السابقة والدراسة الحالية.

سنحاول في هذا المطلب تقديم مقارنة بين الدراسة الحالية والدراسات السابقة (العربية والأجنبية ) واستخراج أوجه التشابه والاختلاف بينهما.

الجدول ( 1- 1 ): أوجه الشبه والاختلاف بين الدراسة الحالية والدراسات السابقة.

اعتمدت كل من الدراسة الحالية والدراسات السابقة على الاستبيان كأداة لجمع المعلومات	ادوات جمع المعلومات	اوجه التشابه
تم الاعتماد على المنهج الوصفي التحليلي لكلا الدراسات (الحالية والسابقة)	المنهج المستعمل	أوجه الاختلاف
تم الاعتماد على البرنامج الاحصائي spss كأداة لتحليل المعلومات لكل الدراسات الحالية والسابقة.	أداة تحليل المعلومات	
أجريت الدراسة الحالية في القطاع الخاص اما الدراسات السابقة تنوعت بين قطاع الخاص والعام .	نوع القطاع	
بالرغم من أوجه التشابه إلا أنه لا تخلو من الاختلاف بين الدراسة الحالية والدراسة السابقة من حيث المكان، الزمان، العينة، المتغيرات، أبعاد		

المصدر: من إعداد الطالبان بالاعتماد على الدراسات السابقة

لجدول ( 1 - 2 ): مقارنة الدراسة الحالية بالدراسات السابقة

الدراسات السابقة	الدراسة الحالية	
تمت الدراسة في بيئة عربية وأجنبية وكانت في السنوات ما بين 2001-2018 م.	تمت الدراسة في مطعم الرئيس _ للموسم الجامعي 2019-2020	من حيث الزمان والمكان
تناولت الدراسات السابقة عينات مختلفة أقل وأكبر من الدراسة الحالية.	تناولت الدراسة (64) زبون لمطعم الرئيس	من حيث العينة
تناولت الدراسة متغيرات مختلفة منها: الميزة التنافسية، ، جودة خدمة تعليم العالي ؛ مصادر المعلومات ، ... الخ	هدفت هذه الدراسة إلي معرفة تطبيق الهاتف النقال لتقديم خدمة الاطعام و دوره في تفعيل رضا الزبون	من حيث متغيرات الدراسة
تناولت الدراسة السابقة ابعاد متغير التابع	تناولت الدراسة ابعاد المتغير التابع	من حيث متغيرات الدراسة

المصدر: من إعداد الطالبين

❖ مجال الاستفادة من الدراسات السابقة:

يضمن مجال الاستفادة من الدراسات السابقة كونها:

1. تعتبر الدراسات السابقة كقاعدة أساسية في البحث وانطلاقة جيدة لإعداد الدراسة الحالية وخاصة عند تحديد المشكلة ؛
2. أسهمت في إثراء وإعداد الأدبيات النظرية وصياغة فرضيات الدراسة ؛
3. المساعدة في الاطلاع على الأساليب والأداة الإحصائية المستخدمة في الدراسات السابقة مما فتح المجال الباحثان على تحديد الأداة المناسبة لاختبار صحة فرضيات الدراسة الحالية ؛
4. الإلمام بالنتائج المتوصل إليها من الدراسات السابقة ، مما مكن الباحثان من الانطلاق في الدراسة الحالية.

### خلاصة الفصل:

من خلال دراستنا لهذا الفصل وبدءا بالمبحث الأول والذي يتضمن الأدبيات النظرية لتطبيق الهواتف النقالة لتقديم خدمة الاطعام والتطرق إلى ماهية تطبيق الهواتف النقالة ، مفهومها، أهميتها، بالإضافة إلى الإطار المفاهيمي لرضا الزبون حيث تطرقنا إلى اهمية والخصائص وأهم الابعاد المرتبطة به .

اما بالنسبة للمبحث الثاني فتضمن الدراسات التطبيقية للموضوع العربية والاجنبية منها وهذا من خلال توضيح الهدف من الدراسة والاداة المستخدمة والنتائج المتوصله اليها .

## الفصل الثاني

الدراسة الميدانية للاستخدام تطبيق الهواتف النقالة لتقديم  
خدمة الاطعام واثرها على رضا الزبون في مطعم الرايس

ورقة

## تمهيد

بعد التطرق في الفصل الأول إلى مفاهيم حول استخدام تطبيق الهواتف النقالة لتقديم خدمة الاطعام واثرها على رضا الزبون ، وكذا أهم الدراسات السابقة في هذا المجال ، في هذا الفصل سنحاول التطرق إلى الدراسة التطبيقية لكي تكون دراستنا أكثر واقعية ، قمنا باختيار مطعم الرايس -ورقلة- وذلك بأخذ عينة من زبائننا المتداولة. وفي هذا الصدد سنتطرق إلى تقسيم هذا الفصل إلى مبحثين أساسيين: المبحث الأول: يتم التطرق إلى الطريقة والأدوات المستخدمة في الدراسة. المبحث الثاني: عرض النتائج، تحليلها ومناقشتها.

## المبحث الأول: الطريقة والأدوات المستخدمة في الدراسة

يتضمن هذا المبحث الطريقة المعتمدة في الدراسة الميدانية، بما فيها من تقديم العينة وعرض منهج الدراسة بالإضافة إلى الأدوات التي استخدمناها في جمع البيانات وفي معالجتها من أدوات إحصائية وبرامج.

### المطلب الأول: الطريقة المعتمدة في الدراسة

#### الفرع الأول: منهج الدراسة

يوضح المنهج الخطوات التي يعتمد عليها الباحث في دراسته للوصول إلى النتائج والأهداف الموضوعية، ويمثل المنهج الطريقة التي يتبعها الباحث لدراسة ظاهرة ما، أو موضوع معين بهدف التعرف على أسبابها وتقديم حلول لها، ومن أجل تحقيق الأهداف المرجوة من بحثنا سوف نعتمد على المناهج التالية:

#### أولاً: المنهج الوصفي التحليلي

والذي يمكن بواسطته جمع البيانات والمعلومات عن الظاهرة محل الدراسة ووصف النتائج التي تم التوصل إليها وتحليلها وتفسيرها، كما تم الاعتماد في الجانب الميداني على أداة الاستبيان من أجل جمع البيانات وكذلك المقابلة.

#### ثانياً: المنهج الإحصائي

والذي يمكننا من اختبار صحة الفرضيات باستعمال الأساليب والأدوات الإحصائية في تحليل البيانات، ليقوم "استخدام تطبيق الهواتف النقالة لتقديم خدمة الاطعام واثرها على رضا الزبون"، وذلك من خلال عينة من مطعم الرايس -ورقلة-.

### الفرع الثاني: طرق الدراسة

#### أولاً: التعريف بالمؤسسة محل الدراسة

- مؤسسة خدمية تتمتع بالشخصية المعنوية والاستقلالية والمعنوية تأسست سنة 2016 بحي سي الحواس ببلدية الشرفة بورقلة في بيئة ملائمة حيث ان نشاطها خدمي وعدد عمالها 17 عامل تتميز بحسن معاملة مع الزبون لتلبية احتياجاته ورغباته ؛ وتقدم منتجات عصرية وهذا ما يوفر لها بيئة تنافسية خاصة مع البهجة وتميز ب :
- من اشهر اطباقيهم المميزة لدى مطعم الرايس طبق مشوي مفور بالخروف و كوردون بلو دجاج (دجاج ملفوف) ؛
  - منتجاتها طبيعية من المزرعة المعني بالأمر (عمي كمال) ؛
  - يستطيع الزبون طلب اي وجبة غير موجودة في القائمة وتليتها له؛
  - الراحة الزبون في التحدث مع الشاف ؛
  - تكون المتابعة الدورية 2 او 3 مرات في الاسبوع على الالتزام المطعم بقواعد الغذائي والصحة .

الفصل الثاني: الدراسة الميدانية للاستخدام تطبيق الهواتف النقالة لتقديم خدمة الاطعام واثرها على رضا الزبون في مطعم الرايس ورقلة.

ثانيا: متغيرات الدراسة

جدول رقم (1.2): يوضح متغيرات الدراسة

المتغيرات	
المتغير التابع	رضا الزبون
المتغير المستقل	استخدام تطبيق الهواتف النقالة لتقديم خدمة الاطعام

المصدر: من إعداد الطالبتين

ثالثا: مجتمع وعينة الدراسة

✓ مجتمع الدراسة: يتمثل مجتمع دراستنا في زبائن مطعم الرايس-ورقلة-،

✓ عينة الدراسة: تم توزيع 60 استبيان على زبائن مطعم الرايس ورقلة، تم استرداد 40، واستبعاد 20 استبيانات منها لكونها غير قابلة للتحويل .

المطلب الثاني: أدوات المستخدمة في الدراسة

الفرع الأول: الأدوات المستخدمة في الجمع

المقابلة: تم الاعتماد على المقابلة كوسيلة لجمع البيانات وذلك بطرح اسئلة دقيقة لمعرفة مدى استخدام تطبيق الهواتف النقالة لتقديم خدمة الاطعام واثرها على رضا الزبون؛

إعداد الاستبيان: تم إعداده على النحو التالي:

- إعداد استبيان أولية من أجل استخدامها في جمع البيانات والمعلومات؛
- عرض الاستبيان على المشرف من اجل اختبار مدى ملاءمتها لجمع البيانات؛
- تم عرض الاستبيان على مجموعة من الأساتذة المحكمين والذين قاموا بدورهم بتقديم النصح والإرشاد وتعديل وحذف ما يلزم
- تم توزيع (60) استبيان على أفراد العينة وتم استرجاع (40) وقد تم الاعتماد على (40) قابلة للدراسة خلال الفترة 2020/09/10 إلى 2020/09/24.

بناء الاستبيان: صمم الاستبيان وفق طريقة مبسطة وشمل من الأسئلة واضحة وسهلة، كما كانت الاجابة على الأسئلة وفق منهاج الإجابات المغلقة وهذا من أجل تسهيل عملية تحليل النتائج، واحتوى الاستبيان على:

الفصل الثاني: الدراسة الميدانية للاستخدام تطبيق الهواتف النقالة لتقديم خدمة الاطعام واثرها على رضا الزبون في مطعم الرايس ورقلة.

○ مقدمة الاستبيان:

تعد مقدمة الاستبيان حسب العديد من الأبحاث والدراسات ضرورية في الاستبيان ، وكانت مقدمتنا عبارة عن رسالة للمطعم وذلك لتقديم موضوع الدراسة المستقصى منهم ، وقد تم تحديد استخدام تطبيق الهواتف النقالة لتقديم خدمة الاطعام واثرها على رضا الزبون.

○ محتوى الدراسة:

تم تقسيم الاستبيان إلى ثلاثة أجزاء كما يلي:

أ- الجزء الأول: يتكون من البيانات الشخصية لعينة الدراسة ويتكون من 5 فقرات؛

ب- الجزء الثاني: يتناول أسئلة تتعلق باستخدام تطبيق الهواتف النقالة لتقديم خدمات الاطعام ويتكون من 9 فقرات .

ت- الجزء الثالث: يتكون من أسئلة تتعلق برضا الزبون ويتكون من 14 فقرة.

موافق بشدة	موافق	محايد	غير موافق	غير موافق بشدة
5	4	3	2	1

واعتمادا على ما تقدم فان قيم المتوسطات الحسابية التي توصلت اليها الدراسة تم التعامل معها وفق الحسابات التالي تم تحديد مجال المتوسط الحسابي من خلال حساب المدى (5-1=4) ثم نقسمه على الخلايا (  $0.8=4/5$  )، ثم إضافة هذه القيمة إلى أقل قيمة في المقياس وهي (1) وذلك لتحديد الحد الادنى لهذه الخلية وهكذا أصبح طول الخلايا كما يلي:

الجدول رقم (2-2): سلم ليكارت الخماسي

الاجابة على الاسئلة	الرمز	المتوسط الحسابي	المستوى الموافق له
غير موافق بشدة	1	من 1 إلى 1.79	ضعيف جدا
غير موافق	2	من 1.80 إلى 2.59	ضعيف
محايد	3	من 2.6 إلى 3.39	متوسط
موافق	4	من 3.4 إلى 4.19	قوي
موافق بشدة	5	من 4.2 إلى 5	قوي جدا

المصدر: من اعداد الطالبتان من خلال الدراسات السابقة

## الفرع الثاني: صدق وثبات الاستبيان

لقد تم إجراء العديد من الاختبارات على الاستبيان للتأكد من صحته وثباته ، مستخدماً في ذلك تحكيم الاستبيان من خلال محكمين أساتذة متخصصين في هذا الموضوع ، بالإضافة للاختبارات اللازمة للتحقق من الصدق والثبات.

### أولاً: صدق الاستبيان

تم عرض الاستبيان على الاستاذ المشرف وذلك بغية التعرف على مدى وضوح أسئلة الاستبيان وللتعرف على توجيهاته وكذلك اساتذة متخصصين في هذا المجال ، وذلك لتصحيح الاخطاء وصياغة العبارات بشكل واضح وملائم لتظهر بشكلها النهائي .

### ثانياً: ثبات الاستبيان

من أجل اختبار مصداقية ثبات الاستبيان، وللتأكد من مصداقية المستجوبين في الإجابة على أسئلة الاستبيان ولكل متغير على حدى، فقد تم استخدام معامل ألفا كرونباخ لتحقيق الغرض المطلوب ، الذي بلغت قيمته 0.882 وهو معامل ثبات جيد.

### الجدول رقم (2-3) نتائج اختبار الثبات

المتغيرات	ألفا كرونباخ
23	0.882

المصدر: من اعداد الطالبتان بالاعتماد على معطيات spss

### ثالثاً : الأساليب الإحصائية المستخدمة

للإجابة على أسئلة الدراسة واختبار صحة الفرضيات تم استخدام أساليب الإحصاء الوصفي ، حيث تم ترميز وإدخال المعطيات إلى الحاسوب باستخدام البرنامج الإحصائي للعلوم الاجتماعية SPSS النسخة 19 عن طريق تفرغ بيانات قوائم الاستبيان في Excel ونقلها مباشرة إلى SPSS ، وتم استخدام الاختبارات الإحصائية التالية:

- 1- النسب المئوية والتكرارات لوصف عينة الدراسة؛
- 2- الوسط الحسابي والانحراف المعياري لقياس مدى توافر أبعاد الالتزام التنظيمي وجودة الخدمة الصحية في العيادة محل الدراسة؛
- 3- اختبار ألفا كرونباخ Cronbach's Alpha لمعرفة ثبات أبعاد الالتزام التنظيمي وجودة الخدمة الصحية في العيادة محل الدراسة؛
- 4- تحليل الانحدار البسيط لاختبار العلاقة الارتباطية بين المتغير المستقل والمتغير التابع؛
- 5- اختبار Test T لعينات المستقلة لاختبار تأثير متغير الجنس ومتغير ديمومة الوظيفة على المتغير التابع؛

الفصل الثاني: الدراسة الميدانية للاستخدام تطبيق الهواتف النقالة لتقديم خدمة الاطعام وأثرها على رضا الزبون في مطعم الرايس ورقلة.

6- اختبار One way ANOVA لا اختبار تأثير المتغيرات الشخصية الأخرى (السن والمستوى التعليمي... الخ) على المتغير التابع.

### المبحث الثاني: نتائج الدراسة الميدانية عرضها، تحليلها وتفسيرها

سنقوم في هذا المبحث بعرض نتائج الدراسة وتحليلها وتفسيرها وكذا اختبار الفرضيات ومناقشتها

#### المطلب الأول : عرض نتائج الدراسة الميدانية وتحليلها

نحاول في هذا المطلب القيام بعرض النتائج التي تم التوصل إليها باستخدام الأدوات الإحصائية والقياسية والبرامج المستعملة في معالجة البيانات التي تم جمعها عن طريق الاستبيان.

#### الفرع الأول: خصائص عينة الدراسة

فيما يلي سوف نتطرق إلى دراسة خصائص مبحوثين عينة الدراسة حسب المتغيرات الشخصية.

#### الجدول (2-4): توزيع مبحوثي عينة الدراسة حسب الجنس

الجنس	التكرار	النسبة المئوية
ذكر	16	40%
أنثى	24	60%
المجموع	40	100%

المصدر: من اعداد الطالبان بالاعتماد على مخرجات spss

نلاحظ من خلال الجدول اعلاه ان نسبة الاناث في عينة الدراسة أكبر من نسبة الذكور حيث بلغت نسبة الاناث 60% و بينما بلغت نسبة الذكور 40% وهذا الامر يعود في وقتنا الحالي الى ارتفاع نسبة النساء العاملات بحكم زيادة مهامهم وضيق الوقت مما ادى الى زيادة على طلب الاكل الجاهز من قبلهم .

#### الجدول (2-5): توزيع أفراد العينة حسب العمر

الفئة العمرية	التكرار	النسبة المئوية
من 18_29	23	57,5%
من 29 الى 40 سنة	10	25,0%
من 40 الى 60 سنة	6	15,0%
من 60 سنة فأكثر	1	2,5%

الفصل الثاني: الدراسة الميدانية للاستخدام تطبيق الهواتف النقالة لتقديم خدمة الاطعام واثرها على رضا الزبون في مطعم الرايس ورقلة.

المجموع	40	%100
---------	----	------

المصدر: من إعداد الطالبان بالاعتماد على مخرجات برنامج spss

نلاحظ من خلال الجدول اعلاه ان الفئة من 18 الى 29 سنة جاءت في المرتبة الاولى بنسبة 57,5% تليها الفئة من 29 الى 40 سنة بنسبة 25% تليها كل من الفئتين على التوالي الفئة من 40 الى 60 سنة بنسبة 15% والفئة اكثر من 60 سنة بنسبة 2,5% ، وهذا يدل على ان الفئة الاكثر طلبا للاكل الجاهز هي الفئة الشبابية.

الجدول (2-6): توزيع مبحوثي العينة حسب مستوى التعليمي

النسبة المئوية	التكرار	المستوى التعليمي
%00	0	ابتدائي
%10,0	4	متوسط
%20,0	8	ثانوي
%60,0	24	جامعي
%10,0	4	دراسات عليا
%100	40	المجموع

المصدر: من إعداد الطالبان بالاعتماد على مخرجات برنامج spss

من خلال الجدول يتضح لنا توزيع أفراد عينة الدراسة حسب مستوى التعليمي، نلاحظ أن 60% من المستجوبين من حاملي الشهادات الجامعية، في حين كان 20% من المستجوبين ذوي مستوى ثانوي يليه كل من مستوى المتوسط ودراسات العليا بنسبة 10% بينما كانت نسبة الافراد ذوي المستوى الابتدائي معدومة وهذا دليل على أن مأكولات مطعم الرايس مطلوبة من جميع المستويات .

الجدول (2-7): توزيع مبحوثي العينة حسب السكن هنا بورقلة

النسبة المئوية	التكرار	السكن بورقلة
%77,5	31	دائم
% 20	8	مؤقت لأشهر
%2,5	1	عابر للأيام فقط
%100	40	المجموع

الفصل الثاني: الدراسة الميدانية للاستخدام تطبيق الهواتف النقالة لتقديم خدمة الاطعام وأثرها على رضا الزبون في مطعم الرايس ورقلة.

المصدر: من إعداد الطالبتان بالاعتماد على مخرجات برنامج spss

من خلال الجدول يتضح لنا توزيع أفراد عينة الدراسة حسب السكن بورقلة، نلاحظ أن نسبة 77,5% من المستجوبين القانطين بورقلة بشكل الدائم، في حين كانت نسبة 20% من المستجوبين المستقرين بورقلة لفترة اشهر فقط، وفي الاخير جاءت نسبة 2,5% من المستجوبين عابرين لايام فقط وهذا يدل على ان القانطين الدائمين بورقلة هم الاكثر طلبا لمأكولات Rais Food.

الجدول (2-8): توزيع مبحوثي العينة حسب مكان الاقامة

البلديات	التكرار	النسبة المئوية
ورقلة	19	47,5%
رويسات	7	17,5%
تقرت	3	7,5%
بلدة عمر	2	5%
عين البيضاء	2	5%
حاسي مسعود	2	5%
سيدي خويلد	2	5%
نقوسة	2	5%
حي النصر	1	2,5%
حاسي بن عبد الله	0	00
البرمة	0	00
الحجيرة	0	00
العالية	0	00
الطيات	0	00
بن ناصر	0	00
نقر	0	00
نزلة	0	00
تيس بست	0	00

الفصل الثاني: الدراسة الميدانية للاستخدام تطبيق الهواتف النقالة لتقديم خدمة الاطعام واثرها على رضا الزبون في مطعم الرايس ورقلة.

00	0	زاوية العابدية
00	0	المقارين
00	0	سيدي سليمان
%100	40	المجموع

المصدر: من إعداد الطالبتان بالاعتماد على مخرجات spss

من خلال الجدول اعلاه يتضح لنا توزيع العينة حسب محل الإقامة نلاحظ ان اعلي نسبة كانت ببلدية ورقلة بنسبة %47,5، تليها بلدية رويسات بنسبة %17,5، من بلدية تقرت بنسبة %7,5، من ثم البلديات (بلدة عمر، عين البيضاء، حاسي مسعود، سيدي خويلد، نقوسة) نسبتهم %5، بينما كانت نسبة بلدية حي النصر بنسبة %2.5، في حين انعدمت النسبة في البلديات التالية (حاسي بن عبد الله، البرمة، الحجيرة، العالية، الطيبات، بن ناصر، نقر، نزلة، تبسبست، زاوية العابدية، المقارين، سيدي سليمان) نلاحظ ان البلديات الاكثر طلبا هم البلديات الاقرب جغرافيا من موقع مطعم الرايس.

الجدول (2\_9): توزيع مبحوثي العينة حسب المعدات التكنولوجية

النسبة المئوية	التكرار	المعدات التكنولوجية
% 27.5	11	حاسوب ثابت
% 40	16	حاسوب محمول
% 17.5	7	لوحة ذكي
% 27.5	11	هاتف محمول بسيط
% 70	28	هاتف ذكي
% 10	4	تلفاز عادي
%52.5	21	تلفاز ذكي
00	00	اخرى حدد

المصدر: من إعداد الطالبتان بالاعتماد على مخرجات spss

من خلال الجدول اعلاه نلاحظ توزيع افراد العينة حسب المعدات التكنولوجية اكبر نسبة من المستجوبين يمتلكون هاتف ذكي % 70 ، تليها الافراد الذين يمتلكون بنسبة تلفاز ذكي %52.5، بينما قدرت نسبة % 40 للأفراد الذين يمتلكون حاسوب محمول، في حين تشاركت نسبة % 27.5 لكل من الافراد الذين يمتلكون (حاسوب ثابت ، هاتف محمول بسيط)، اما الافراد الذين

الفصل الثاني: الدراسة الميدانية للاستخدام تطبيق الهواتف النقالة لتقديم خدمة الاطعام وأثرها على رضا الزبون في مطعم الرايس ورقلة.

يتملكون لوح ذكي بنسبة 17.5%، تليها نسبة تلفاز عادي 10%، بينما انعدمت نسبة في معدات اخرى، نلاحظ ان الجهاز التكنولوجي الاكثر استعمالا هو هاتف ذكي وتلفاز ذكي.

الجدول(2-10): توزيع مبحوثي العينة حسب ماركة الهواتف الذكية

النسبة المئوية	التكرار	ماركة الهواتف
25,0%	10	<b>Samsung</b>
15,0%	6	<b>Oppo</b>
12,5%	5	<b>LG</b>
17,5%	7	<b>Condor</b>
12,5%	5	<b>RedMi</b>
10,0%	4	أي فون (iPhone)
7,5%	3	نوكيا (Nokia)
100%	40	المجموع

المصدر: من إعداد الطالبتان بالاعتماد على مخرجات spss

من خلال الجدول اعلاه نلاحظ توزيع العينة حسب ماركة الهواتف الذكية أكبر نسبة من المستجوبين يمتلكون Samsung بنسبة 25,0%، تليها الافراد الذين يمتلكون ماركة Condor بنسبة 17,5%، بينما قدرت نسبة 15,0% للافراد الذين يمتلكون ماركة Oppo، في حين تشاركت بنسبة 12,5% لكل من الافراد الذين يمتلكون ماركة (RedMi، LG)، اما الافراد الذين يمتلكون ماركة أي فون (iPhone) بنسبة 10,0%، بينما اقل نسبة للافراد الذين يمتلكون ماركة نوكيا (Nokia) بنسبة 7,5%، نلاحظ ان الافراد الاكثر استعمالا لماركة Samsung لانها الماركة المستحوذة والاكثر طلبا في الجزائر.

الجدول(2-11): توزيع مبحوثي العينة حسب نوع نظام التشغيل

النسبة المئوية	التكرار	نوع نظام التشغيل
90%	36	أندرويد (Android)
10%	4	أيوس (IOS)
100%	40	المجموع

المصدر: من إعداد الطالبتان بالاعتماد على مخرجات spss

الفصل الثاني: الدراسة الميدانية للاستخدام تطبيق الهواتف النقالة لتقديم خدمة الاطعام وأثرها على رضا الزبون في مطعم الرايس ورقلة.

من خلال الجدول اعلاه نلاحظ ان توزيع العينة حسب نوع نظام التشغيل اكبر نسبة من المستجوبين يمتلكون نظام التشغيل أندرويد (Android) بنسبة 90%، بينما قدرت نسبة نظام التشغيل إيوس (IOS) بنسبة 10%، نلاحظ ان الافراد الاكثر استعمالا لنظام التشغيل أندرويد (Android) وهذا يعود على نوعية الهواتف المستخدمة.

#### الجدول(2-12): توزيع مبحوثي العينة حسب استخدام تطبيق Rais Food

النسبة المئوية	التكرار	استخدام تطبيق Rais Food
100%	40	نعم
100%	40	المجموع

المصدر: من إعداد الطالبتان بالاعتماد على مخرجات spss

من خلال الجدول اعلاه نلاحظ ان المستجوبين أجابوا بنعم بنسبة 100% ما يدل على ان كل المستجوبين يمتلكون تطبيق Rais Food

#### الجدول(2-13): توزيع مبحوثي العينة حسب استخدام تطبيق Rais Food خلال الاسبوع

النسبة المئوية	التكرار	كم مرة
52,5%	21	مرة واحدة
15,0%	6	مرتين
10,0%	4	ثلاث مرات
10,0%	4	أربع مرات
5,0%	2	خمس مرات
7,5%	3	ستة مرات
100%	40	المجموع

المصدر: من إعداد الطالبتان بالاعتماد على مخرجات spss

من خلال الجدول اعلاه نلاحظ ان توزيع العينة حسب استخدام تطبيق Rais Food اكبر نسبة من المستجوبين الذين يستخدمون تطبيق مرة واحدة في الاسبوع بنسبة 52.5% تليها نسبة 15% لأفراد العينة الذين يستخدمون تطبيق مرتين في الاسبوع، في حين تشاركت نسبة 10% لكل من المستجوبين الذين يستخدمون تطبيق ثلاث مرات، اربع مرات في الاسبوع، تليها نسبة من

الفصل الثاني: الدراسة الميدانية للاستخدام تطبيق الهواتف النقالة لتقديم خدمة الاطعام وأثرها على رضا الزبون في مطعم الرايس ورقلة.

7,5 من الافراد الذين يستخدمون التطبيق ستة مرات في الاسبوع وفي الاخير نسبة 5 % من الافراد الذين يستخدمون التطبيق خمسة مرات في الاسبوع وهذا ما يدل على ان العينة تستخدم التطبيق باستمرار .

الجدول(2-14): توزيع مبحوثي العينة حسب مستوى استخدام لتكنولوجيا المعلومات والاتصال

النسبة المئوية	التكرار	التقييم
00 %	0	ضعيف جدا
10,0 %	4	ضعيف
37,5 %	15	متوسط
40,0 %	16	جيد
12,5 %	5	جيد جدا
100,0 %	40	المجموع

المصدر: من إعداد الطالبان بالاعتماد على مخرجات spss

نلاحظ من خلال الجدول اعلاه ان توزيع العينة حسب مستوى استخدام لتكنولوجيا المعلومات والاتصال اكبر نسبة من المستجوبين الذين يستخدمون لتكنولوجيا المعلومات والاتصال بشكل جيد بنسبة 40 %، تليها نسبة 37,5 % من افراد العينة الذين يستخدمون لتكنولوجيا المعلومات والاتصال بشكل متوسط، بينما تليها نسبة 12,5 % من الافراد الذين يستخدمون لتكنولوجيا المعلومات والاتصال بشكل جيد جدا ، وتليها نسبة 10 % من الافراد الذين يستخدمون لتكنولوجيا المعلومات والاتصال بشكل ضعيف، وهذا ما يدل على ان مستوى استخدام التكنولوجيا المعلومات والاتصال جيد .

الجدول(2-15): توزيع مبحوثي العينة حسب كم مرة تعتقد انك تستخدم التطبيق في المستقبل

النسبة المئوية	التكرار	كم تعتقد
2.5 %	1	لن أستخذه
22.5 %	9	مرة واحدة في الشهر
40.0 %	16	مرة واحدة في الاسبوع
27.5 %	11	أكثر من مرة في الاسبوع
7.5 %	3	يوميا
100 %	40	المجموع

المصدر: من إعداد الطالبان بالاعتماد على مخرجات spss

الفصل الثاني: الدراسة الميدانية للاستخدام تطبيق الهواتف النقالة لتقديم خدمة الاطعام واثرها على رضا الزبون في مطعم الرايس ورقلة.

من خلال الجدول اعلاه نلاحظ ان توزيع العينة حسب كم مرة تعتقد انك تستخدم التطبيق في المستقبل حيث اكبر نسبة من المستجوبين الذين يستخدمون بنسبة %40.0 هم الذين مرة واحدة في الاسبوع وتليها نسبة %27,5 من افراد العينة الذين يستخدمون التطبيق اكثر من مرة في الاسبوع؛ وتليها نسبة %22,5 من افراد العينة الذين يستخدمون التطبيق مرة واحدة في الشهر، تليها نسبة %7,5 من افراد العينة الذين يستخدمون التطبيق يوميا، وتليها نسبة %2.5 الذين لن يستخدمون التطبيق وهذا ما يدل على ان اغلب الزبائن مستقبلا يطلبون من التطبيق Rais food مرة واحدة في الاسبوع.

### الفرع الثاني : تقييم استخدام تطبيق الهواتف النقالة في تقديم خدمة الاطعام واثرها على رضا الزبون في المؤسسة محل الدراسة

ومن اجل تحليل بيانات العبارات اعتمدنا على مقياس "ليكارث" ذي 05 درجات الذي تم ذكره سابقا، والنتائج التالية توضح ذلك :

#### 1- مستوى استخدام تطبيق الهواتف النقالة لتقديم خدمة الاطعام:

يوضح الجدول رقم (2-16) إجابات عينة الدراسة حول تطبيق الهواتف النقالة وتقديم خدمة الاطعام، حيث نلاحظ أن حل العبارات كانت اتجاه الإجابة فيها من موافق إلى موافق بشدة.

#### جدول(2-16): المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لإجابات الزبائن حول تطبيق Rais food.

رقم	العبارات	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الترتيب	الاتجاه
1	التطبيق يستخدم الألوان بشكل صحيح	3.15	1.189	8	متوسط
2	يجعله التطبيق المحمول تسمح بتمضية وقت أكثر	3.40	1.297	7	قوي
3	يوفر إمكانية للزبائن (المستخدم) لتقاسم تعليقاتهم و مناقشاتهم	3.60	1.236	3	قوي
4	يوفر التطبيق تسهيلات كافية للبحث عن المنتجات والخدمات	3.43	1.059	6	قوي
5	يسهل التطبيق على المستخدم العثور على المحتوى الذي يحتاجه	3.58	1.196	4	قوي
6	تطبيق الهاتف المحمول دائما شغال ومتاح دائما عند فتحه و تشغيله	3.60	1.128	2	قوي
7	محتوى مخصص للمستخدمين	2.95	1.218	9	متوسط
8	يوفر التطبيق استجابة سريعة لطلبات المستخدمين ( الزبائن)	3.65	1.099	1	قوي

الفصل الثاني: الدراسة الميدانية للاستخدام تطبيق الهواتف النقالة لتقديم خدمة الاطعام وأثرها على رضا الزبون في مطعم الرايس ورقلة.

9	يعطي التطبيق ضمانات للاحتفاظ بمعلومات البطاقة الائتمانية ( البطاقة الذهبية، البطاقات الاخرى CIB..للبنوك أخرى ...	3.45	0.986	5	قوي
المجموع	المتوسط العام للمتغير المستقل	3.4222	0.70056	--	قوي

المصدر: من إعداد الطالبان بالاعتماد على مخرجات spss

من خلال الجدول أعلاه نلاحظ أن المتوسط العام لاستخدام تطبيق الهواتف النقالة لتقديم خدمة الاطعام جاءت بدرجة قوي حيث بلغ المتوسط الحسابي (3.4222) والانحراف المعياري قد بلغ (0.70056) مما يدل على وجود اهتمام كبير بهذا التطبيق، حيث احتلت العبارة 8 (وفر التطبيق استجابة سريعة لطلبات المستخدمين ( الزبائن ) المرتبة الاولى بمتوسط حسابي 3.65 وانحراف معياري 1.099 هذا يدل على ان التطبيق يلبي طلبات الزبائن بشكل سريع، تشاركت العبارتان 6 (تطبيق الهاتف المحمول دائما شغال ومتاح دائما عند فتحه و تشغيله) و 3 (يوفر إمكانية للزبائن (المستخدم) لتقاسم تعليقاتهم و مناقشاتهم بمتوسط حسابي 3.60 وانحراف معياري على التوالي 1.236، 1.128، وهذا يدل على ان التطبيق شغال وسهل الاستعمال لكافة الزبائن، تليها العبارة 5 (يسهل التطبيق على المستخدم العثور على المحتوى الذي يحتاجه) التي احتلت المرتبة الرابعة بمتوسط حسابي 3.58 وانحراف معياري 1.196 وهذا يدل على ان التطبيق يسهل على الزبون في طلب المحتوى، تليها العبارة 9 (يعطي التطبيق ضمانات للاحتفاظ بمعلومات البطاقة الائتمانية ( البطاقة الذهبية، البطاقات الاخرى CIB..للبنوك أخرى ...)) التي احتلت المرتبة الخامسة بمتوسط حسابي 3.45 وانحراف معياري 0.986، تليها العبارة 4 (يوفر التطبيق تسهيلات كافية للبحث عن المنتجات والخدمات) التي احتلت المرتبة السادسة بمتوسط حسابي 3.43 وانحراف معياري 1.059، تليها العبارة 2 (يجعله التطبيق المحمول تسمح بتمضية وقت أكثر) تحتل المرتبة السابعة بمتوسط حسابي 3.40 وانحراف معياري 1.297، تليها العبارة 8 (التطبيق يستخدم الألوان بشكل صحيح) تحتل المرتبة الثامنة بمتوسط حسابي 3.15 وانحراف معياري 1.189، تليها اخر عبارة 7 (محتوى مخصص للمستخدمين) تحتل المرتبة الاخيرة بمتوسط حسابي 2.95 وانحراف معياري 1.218، وهذا يدل على ان المحتوى المخصص للمستخدمين لا يتم استخدامه كثيرا.

جدول(2-17): المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لإجابات رضا الزبائن

الرقم	العبارات	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الترتيب	الاتجاه
1	التطبيق جدير بالثقة	3.52	1.176	8	قوي
2	للتطبيق مصداقية عالية في المعاملات	3.35	1.122	14	متوسط
3	تطابق المنتجات المعروضة مع المنتجات الحقيقية	3.43	1.130	10	قوي

الفصل الثاني: الدراسة الميدانية للاستخدام تطبيق الهواتف النقالة لتقديم خدمة الاطعام وأثرها على رضا الزبون في مطعم الرايس ورقلة.

4	حماية خصوصية الزبون مضمونة من قبل التطبيق عند استخدامه	3.40	1.128	11	قوي
5	يحصل الزبون على ما يستحقه بعد استخدام التطبيق	3.80	1.018	3	قوي
6	ينتج عن استخدام التطبيق نتيجة إيجابية للغاية من قبل الزبون	3.38	1.213	13	متوسط
7	بالمقارنة مع مدخلات استخدام خدمات التطبيق ، فإن المستخدم راضي عما يتلقاه	3.63	1.005	6	قوي
8	يستحق استخدام خدمات التطبيق أن يرضي المستخدم ببعض الوقت والجهد	3.50	1.320	9	قوي
9	يشعر المستخدم بالحصول على خدمات تطبيقات جيدة بسعر معقول	3.52	1.132	7	قوي
10	بشكل عام أنت كزبون مستخدم لخدمات التطبيق ما مدى رضاك	3.93	1.118	1	قوي
11	بشكل عام ما مدى رضاك على أداء نظام التطبيق مقابل خدمات التطبيق المثالية	3.38	1.005	12	متوسط
12	هل واجهت أي صعوبات في الاتصال بالتطبيق؟	2.92	1.141	2	قوي
13	هل ستقوم بتوصية التطبيق لأصدقائك ومعارفك؟	3.80	1.203	4	قوي
14	هل ترى أن التطبيق بشكل عام مفيد جدا ؟	3.80	1.244	5	قوي
المجموع	المتوسط العام للمتغير التابع	3.5250	0.66172	--	قوي

المصدر: من إعداد الطالبتان بالاعتماد على مخرجات spss

من خلال الجدول أعلاه نلاحظ أن المتوسط العام لإجابات رضا الزبائن جاءت بدرجة قوي حيث بلغ المتوسط الحسابي (3.5250) والانحراف المعياري قد بلغ (0.66172) وهذا ما يدل على ان الزبائن راضيين على المطعم، حيث احتلت العبارة 10(بشكل عام أنت كزبون مستخدم لخدمات التطبيق ما مدى رضاك) المرتبة الاولى بمتوسط حسابي(3.93) وانحراف معياري (1.118) هذا ما يدل على ان الزبون راضي بالتطبيق، تليها العبارة 12 (هل واجهت أي صعوبات في الاتصال بالتطبيق؟) التي احتلت المرتبة الثانية بمتوسط حسابي 2.92 و انحراف معياري 1.141 وهذا ما يدل على سهولة الاتصال بالتطبيق، تشاركت العبارات 5 ( يحصل الزبون على ما يستحقه بعد استخدام التطبيق) و13( هل ستقوم بتوصية التطبيق لأصدقائك ومعارفك؟) و14 (هل ترى أن التطبيق بشكل عام مفيد جدا؟) بمتوسط حسابي 3.80 وانحراف معياري على التوالي 1.018، 1.203، 1.244 وهذا يدل على ان التطبيق مفيد ويلبي احتياجات الزبون، تليها العبارة 7(بالمقارنة مع مدخلات استخدام خدمات التطبيق ، فإن المستخدم راضي عما يتلقاه) التي احتلت المرتبة السادسة بمتوسط حسابي 3.63 وانحراف معياري 1.005 وهذا ما يدل على ان

## الفصل الثاني: الدراسة الميدانية للاستخدام تطبيق الهواتف النقالة لتقديم خدمة الاطعام وأثرها على رضا الزبون في مطعم الرايس ورقلة.

المستخدم راضي بمدخلات التي يتلقاها من التطبيق، تليها العبارة 9 (يشعر المستخدم بالحصول على خدمات تطبيقات جيدة بسعر معقول) التي احتلت المرتبة السابعة وهذا ما يدل على ان المستخدم يحصل على خدمات جيدة من التطبيق وبسعر معقول، وتليها العبارة 1 (التطبيق جدير بالثقة) التي احتلت المرتبة الثامنة بمتوسط حسابي 3.52 وانحراف معياري 1.176 وهذا ما يدل على ان التطبيق يمتاز بثقة، تليها العبارة 8 (يستحق استخدام خدمات التطبيق أن يضحي المستخدم ببعض الوقت والجهد) التي احتلت المرتبة التاسعة بمتوسط حسابي 3.50 وانحراف معياري 1.320 وهذا ما يدل على ان مستخدم التطبيق يحتاج الى بعض الجهد والوقت لاستخدامه، وتليها العبارة 3 (تطابق المنتجات المعروضة مع المنتجات الحقيقية) التي احتلت المرتبة العاشرة بمتوسط حسابي 3.43 وانحراف معياري 1.130 وهذا ما يدل على ان تطابق بين المنتجات المعروضة في التطبيق والحقيقة، وتليها العبارة 4 (حماية خصوصية الزبون مضمونة من قبل التطبيق عند استخدامه) التي احتلت المرتبة الحادي عشر بمتوسط حسابي 3.40 وانحراف معياري 1.128 وهذا ما يدل على ان خصوصية الزبون محمية من قبل التطبيق، وتليها العبارة 11 (بشكل عام ما مدى رضاك على أداء نظام التطبيق مقابل خدمات التطبيق المثالية) التي احتلت المرتبة الثاني عشر بمتوسط حسابي 3.38 وانحراف معياري 1.005 وهذا ما يدل على كيفية أداء نظام التطبيق مقابل الخدمات المثالية، وتليها العبارة 6 (ينتج عن استخدام التطبيق نتيجة إيجابية للغاية من قبل الزبون) التي تحتل المرتبة الثالثة عشر بمتوسط حسابي 3.38 وانحراف معياري 1.213 وهذا ما يدل على ان تطبيق ينتج نتيجة إيجابية لزبون عند استخدامه، وتليها العبارة 2 (للتطبيق مصداقية عالية في المعاملات) التي احتلت المرتبة الرابع عشر هذا ما يدل على تطبيق لديه مصداقية عالية.

### المطلب الثاني: مناقشة النتائج المتوصل إليها

#### الفرع الأول: ربط النتائج بالفرضيات وتفسيرها

أولاً: اختبار الفرضية الأولى على انه يوجد مستوي مرتفع لاستخدام تطبيق الهواتف النقالة لتقديم خدمة الاطعام في

مطعم الرايس ورقلة ؟ وبعد القيام بدراسة الميدانية تم الحصول على النتائج المبينة في الجدول اعلاه (2-16): المتوسطات الحسابية

والانحرافات المعيارية لإجابات الزبائن حول تطبيق Rais food الزبائن ومنه نأكد صحة الفرضية

ثانياً : اختبار الفرضية الثانية على انه يوجد مستوي مرتفع لرضا الزبائن في مطعم الرايس عن الخدمات المقدمة لها

وبعد القيام بدراسة الميدانية تم الحصول على النتائج المبينة في الجدول اعلاه جدول (2-17): المتوسطات الحسابية

والانحرافات المعيارية لإجابات رضا الزبائن ومنه نأكد صحة الفرضية .

ثالثاً : اختبار الفرضية الثالثة التي نصت على انه :توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين استخدام تطبيق الهواتف

النقالة لتقديم خدمة الاطعام ورضا الزبون في مطعم الرايس ورقلة .

1\_ تحليل الانحدار الخطي لاختبار العلاقة بين المتغير المستقل (الالتزام التنظيمي)، المتغير التابع (جودة

الخدمات الصحية):

الفصل الثاني: الدراسة الميدانية للاستخدام تطبيق الهواتف النقالة لتقديم خدمة الاطعام وأثرها على رضا الزبون في مطعم الرايس ورقلة.

يمكن اختبار ذلك من خلال تحليل الانحدار الخطي باستخدام طريقة المربعات الصغرى Entry عند مستوى دلالة 0,05، حيث المتغيرات المستقلة هي (استخدام تطبيق الهواتف النقالة لتقديم خدمة الاطعام) والمتغير التابع (رضا الزبون)، والجدول التالي يوضح الارتباط الخطي بين المتغيرات المستقلة والمتغير التابع.

جدول رقم (19.2): يوضح الارتباط الخطي بين المتغيرات المستقلة والمتغير التابع.

Modèle	R	R-deux	R-deux ajusté	Erreur standard de l'estimation
1	.586 <sup>a</sup>	.343	.552	.54345

المصدر: من إعداد الطالبان بالاعتماد على مخرجات spss

من خلال الجدول أعلاه نلاحظ ان معامل الارتباط الخطي بين استخدام تطبيق الهواتف النقالة وتقديم خدمة الاطعام كمتغيرات مستقلة و رضا الزبون كمتغير تابع هو (58,6%) أي أن هناك علاقة ارتباطية طردية متوسطة، وبلغت نسبة اختبار (R-deux 34,3%) والتي تبين مدى دقة عبارات استخدام تطبيق الهواتف النقالة لتقديم خدمة الاطعام في تقدير رضا الزبون، أي أن (55,2%) من رضا الزبون يعود لعبارات رضا الزبون والنسبة المتبقية (54,3%) ترجع لعوامل أخرى أو عوامل عشوائية أو الخطأ ومنه نقبل الفرضية القائلة بانه: توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين استخدام تطبيق الهواتف النقالة لتقديم خدمة الاطعام ورضا الزبون في مطعم الرايس ورقلة.

2-تباين خط الانحدار

أ\_ عرض النتائج

جدول رقم (20-2) : تحليل تباين خط الانحدار

ANOVA <sup>b</sup>						
Modèle		Somme des carrés	Ddl	Moyenne des carrés	D	Sig.
1	Régression	5.854	1	5.854	19.823	.000 <sup>a</sup>
	Résidu	11.223	38	.295		
	Total	17.077	39			

المصدر: من إعداد الطالبان بالاعتماد على مخرجات spss

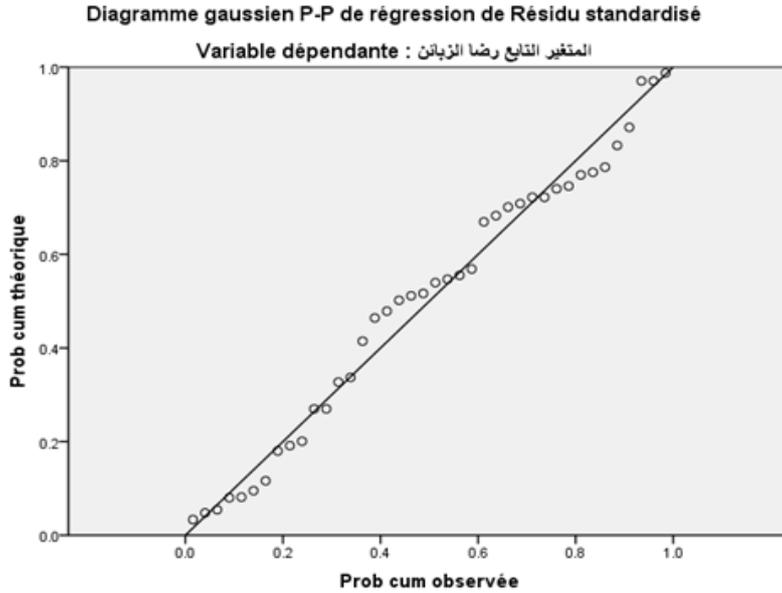
ب-تحليل النتائج :

من الجدول السابق نلاحظ ما يلي :

الفصل الثاني: الدراسة الميدانية للاستخدام تطبيق الهواتف النقالة لتقديم خدمة الاطعام واثرها على رضا الزبون في مطعم الرايس ورقلة.

#### Coefficients<sup>a</sup>

- مجموع مربعات الانحدار يساوي ومجموع 5.854 مربعات البواقي هو 11.223 ومجموع المربعات الكلي يساوي 17.077؛
- درجة حرية الانحدار هي 1 ودرجة حرية البواقي هي 38 ؛
- معدل مربعات الانحدار هو 5.854 ومعدل مربعات البواقي 295؛
- قيمة اختبار تحليل التباين لخط الانحدار هو 19.823؛
- مستوى دلالة الاختبار 0.00 أقل من مستوى الدلالة 0,05، فنرفضها، وبالتالي خط الانحدار يلاءم المعطيات والشكل التالي يوضح ذلك، وحسب الرسم لا توجد مشكلة فالنتائج تتوزع وفق التوزيع الطبيعي.



حسب الرسم لا توجد مشكلة فالنتائج تتوزع وفق التوزيع الطبيعي

2\_دراسة معاملات خط الانحدار:

عرض النتائج :

جدول رقم (2-21) : قيم معاملات خط الانحدار لرضا الزبون

الفصل الثاني: الدراسة الميدانية للاستخدام تطبيق الهواتف النقالة لتقديم خدمة الاطعام وأثرها على رضا الزبون في مطعم الرايس ورقلة.

Modèle		Coefficients non standardizes		Coefficient s standardisés	T	Sig.
		A	Erreur standard	Bêta		
1	(Constante)	1.632	.434		3.764	.001
	المتغير المستقل استخدام تطبيق الهواتف النقالة لتقديم خدمة الإطعام رايس فود	.553	.124	.586	4.452	.000

المصدر: من إعداد الطالبتان بالاعتماد على مخرجات spss

### ✓ تحليل النتائج:

من خلال الجدول السابق نلاحظ أن:

مقطع خط الانحدار يساوي 1.632 الذي يمثل الثابت a من معادلة المستقيم  $Y=a+bx$  ومن خلال قيمة Sig التي تساوي 0,001 وهي اصغر من 0.05 وبالتالي له دلالة إحصائية ، أما ميل خط الانحدار b في الجدول هو 0,553 ومن خلال قيمة Sig التي تساوي 0.000 وهي أقل من 0.05 وبالتالي له دلالة إحصائية ؛

- نتيجة اختبار t على فرضيات ميل خط الانحدار للمتغير المستقل 3.764 ومقطع خط الانحدار 4.452؛

كما نلاحظ أن إشارة معامل  $B\hat{e}ta$  هي موجبة للدلالة على العلاقة الطردية بين استخدام تطبيق هواتف النقالة لتقديم خدمة الاطعام ورضا الزبون، وهي تعني انه كلما زادت الإجراءات المحققة لاستخدام تطبيق الهواتف الذكية لتقديم خدمة الاطعام كلما زاد رضا الزبون .

وبالتالي يمكن كتابة معادلة الانحدار التي تعبر عن علاقة المتغير المستقل (استخدام تطبيق الهواتف النقالة لتقديم خدمة الاطعام(X)) بالمتغير المستقل (رضا الزبون(Y)) كالآتي :

$$Y=a+bx$$

$$Y=1.632+0.553x$$

حيث:

X: المتغير المستقل (استخدام تطبيق الهواتف النقالة لتقديم خدمة الاطعام)

Y: المتغير التابع (رضا الزبون).

ثالثا: الفرضية الرابعة التي نصت على: عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية في تصورات أفراد عينة الدراسة لرضا الزبون

في مطعم الرايس تعزى إلى المتغيرات الشخصية (الجنس، العمر، المستوى التعليمي، السكن)

الفصل الثاني: الدراسة الميدانية للاستخدام تطبيق الهواتف النقالة لتقديم خدمة الاطعام وأثرها على رضا الزبون في مطعم الرايس ورقلة.

1- متغير الجنس: يقوم هذا الاختبار على أساس بيان العلاقة بين المتغير التابع والمتغيرات الشخصية التي لا تحمل إلا على إجابتين والهدف منه بيان هل العلاقة بين الجنس والمتغير التابع (رضا الزبون) ذات دلالة إحصائية أم لا.

❖ عرض النتائج:

الجدول رقم (2-22): يوضح اختبار (T) Teste لمتغير الجنس

Test d'échantillons indépendants										
		Test de Levene sur l'égalité des variances		Test-t pour égalité des moyennes						
		F	Sig.	t	Ddl	Sig. (bilatérale)	Différence moyenne	Différence écart-type	Intervalle de confiance 95% de la difference	
									Inférieure	Supérieure
المتغير التابع رضا الزبائن	Hypothèse de variances égales	3.528	.068	-1.359	38	.182	-.28720-	.21129	-.71493-	.14052
	Hypothèse de variances inégales			-1.273	25.190	.215	-.28720-	.22556	-.75157-	.17717

المصدر: من إعداد الطالبان وفقا لمخرجات برنامج Spss

❖ تحليل النتائج

يظهر من خلال الجدول أعلاه لاختبار T أن مستوى المعنوية لاختبار ليفن لتجانس العينتين (الذكور- إناث) قد بلغ 0,182، مما يدل على وجود تجانس بين العينتين، أما مستوى المعنوية لاختبار T بلغ 0,068 وهي أكبر من مستوى المعنوية 0.05 وبالتالي عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متغير الجنس ورضا الزبون ومنه متغير الجنس للمبحوثين لا يؤثر على رضا الزبون.

1- متغير العمر:

▪ عرض النتائج:

الجدول (2-23): تحليل التباين الأحادي للاختبار تأثيرات لمتغير العمر على رضا الزبون

ANOVA					
	Somme des carrés	Ddl	Moyenne des carrés	F	Signification
Inter-	1.426	3	.475	1.094	.364

الفصل الثاني: الدراسة الميدانية للاستخدام تطبيق الهواتف النقالة لتقديم خدمة الاطعام وأثرها على رضا الزبون في مطعم الرايس ورقلة.

groupes					
Intra- groupes	15.651	36	.435		
Total	17.077	39			

المصدر: من إعداد الطالبتان وفقا لمخرجات برنامج Spss

#### ■ تحليل النتائج

نتيجة تحليل التباين تبعا لمتغير العمر لرضا الزبون كانت القيمة  $\text{Sig} = 0.364$  وهي أكبر من 0.05 وبالتالي عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متغير العمر ورضا الزبون، ومنه متغير العمر للزبائن لا يؤثر على رضا الزبون، أي لا توجد فروق بين اجابات الزبائن.

2- متغير مستوي التعليم:

➤ عرض النتائج :

الجدول (2-24): تحليل التباين الأحادي للاختبار تأثيرات لمتغير مستوي التعليم على رضا الزبون

ANOVA					
	Somme des carrés	D dl	Moyen ne des carrés	F	Significatio n
Inter-groupes	.799	3	.266	.5 89	.626
Intra-groupes	16.278	36	.452		
Total	17.077	39			

المصدر: من إعداد الطالبتان وفقا لمخرجات برنامج Spss

➤ تحليل النتائج :

نتيجة تحليل التباين لمتغير المستوي التعليمي لرضا الزبون كانت القيمة  $\text{Sig} = 0.626$ ، وهي أكبر من 0.05 وبالتالي عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متغير مستوي التعليمي ورضا الزبون، ومنه متغير المستوي التعليمي لا يؤثر على رضا الزبون، أي لا توجد فروق بين إجابات الزبائن.

الفصل الثاني: الدراسة الميدانية للاستخدام تطبيق الهواتف النقالة لتقديم خدمة الاطعام وأثرها على رضا الزبون في مطعم الرايس ورقلة.

### 3- متغير السكن:

○ عرض النتائج :

الجدول (2-25): تحليل التباين الأحادي للاختبار تأثيرات لمتغير السكن على رضا الزبون

ANOVA					
	Somme des carrés	Ddl	Moyenne des carrés	F	Signification
Inter-groupes	.144	2	.072	.157	.855
Intra-groupes	16.934	37	.458		
Total	17.077	39			

المصدر: من إعداد الطالبتان وفقا لمخرجات برنامج Spss

○ تحليل النتائج

نتيجة تحليل التباين لمتغير السكن لرضا الزبون كانت القيمة Sig 0.855=، وهي أكبر من 0.05 وبالتالي عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متغير السكن ورضا الزبون، ومنه متغير السكن لا يؤثر على رضا الزبون، أي لا توجد فروق بين إجابات الزبائن.

وعموما اشار التحليل الى : عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية في تصورات أفراد عينة الدراسة لرضا الزبون في مطعم الرايس تعزى إلى المتغيرات الشخصية (الجنس، العمر، المستوى التعليمي، السكن). وبناء عليه نأكد صحة الفرضية

### الفرع الثاني: مناقشة نتائج الدراسة

بعد تحليل الاستبيان واختبار فرضيات الدراسة بالأساليب الإحصائية المناسبة، وكذلك إجراء مقابلات شخصية مع بعض زبائن مطعم الرايس، من أجل تحليل بعض المتغيرات تم التوصل إلى النتائج التالية :

• مناقشة النتائج الإحصائية:

#### ❖ دراسة معاملات خط الانحدار:

من خلال الجدول رقم ( 21) الذي يوضح قيم معاملات خط الانحدار لرضا الزبون ، وبناء على النتائج الإحصائية السابقة توصلنا إلى معادلة خط الانحدار كما يلي :  $Y=1.632+0.553x$  ، X متغير مستقل Y متغير تابع ، حيث أن (X) تمثل استخدام تطبيق الهواتف النقالة لتقديم خدمة الاطعام ، و(Y) تمثل رضا الزبون وحسب المعادلة العلاقة بينهما طردية متوسطة، وهذا يعني أن زيادة وحدة واحدة من استخدام تطبيق الهواتف النقالة لتقديم خدمة الاطعام تؤثر في الزيادة رضا الزبون ، وبالتالي

نستنتج أن استخدام تطبيق الهواتف النقالة لتقديم خدمة الاطعام له أهمية كبيرة في تحقيق رضا الزبون، وعليه فإن مطعم الرايس يهتم برضا الزبون وتلبية احتياجاته .

#### ❖ اختبار الفرضيات

لقد قامت دراستنا على اربع فرضيات وقبل أن يتم اختبارها سنحاول التذكير بالمشكل الرئيسي للدراسة:

#### الفرضية الاولى :

أثبتت الدراسة انه مستوي استخدام تطبيق الهواتف النقالة لتقديم خدمة الاطعام في مطعم الرايس ورقلة مرتفع من خلال حساب المتوسطات الحسابية لكل عبارة وهذا ما يعززه المتوسط الحسابي الإجمالي لرضا الزبون الذي كانت قيمته 3.4222 وهو مستوى مرتفع، وهذا ما يؤكد صحة الفرضية الأولى، والتي تنص اعلى: يوجد مستوي مرتفع استخدام تطبيق الهواتف النقالة لتقديم خدمة الاطعام في مطعم الرايس ورقلة مرتفع.

#### الفرضية الثانية :

أثبتت الدراسة انه يوجد مستوي مرتفع لرضا الزبائن في مطعم الرايس عن الخدمات المقدمة لها من خلال حساب المتوسطات الحسابية لكل عبارة وهذا ما يعززه المتوسط الحسابي الإجمالي الذي كانت قيمته 3.5250 وهو مستوى مرتفع، وهذا ما يؤكد صحة الفرضية الثانية ، والتي تنص اعلى: يوجد مستوي مرتفع لرضا الزبائن في مطعم الرايس عن الخدمات المقدمة لها.

#### الفرضية الثالثة:

أثبتت الدراسة أن توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين استخدام تطبيق الهواتف النقالة لتقديم خدمة الاطعام ورضا الزبون في مطعم الرايس ورقلة عند مستوى دلالة أقل أو يساوي (0.05) ويعزز هذا بقيمة ارتباط  $(R=0.586)$  والعلاقة طردية متوسطة لأن إشارته موجبة ، أما القوة التفسيرية لقد بلغت  $(R^2=0.343)$ ، مما يعني أن المتغير المستقل يفسر ما مقداره (34.3%) من المتغير التابع (رضا الزبون)، والباقي يرجع لعوامل أخرى وهذا ما يؤكد صحة الفرضية الثالثة التي تنص على: توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين استخدام تطبيق الهواتف النقالة لتقديم خدمة الاطعام ورضا الزبون في مطعم الرايس ورقلة

#### الفرضية الرابعة:

لقد تم اختبار صحة هذه الفرضية عن طريق استعمال اختبار ((T)TESTE و ANOVA وأثبتت الدراسة أنه لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية في تصور أفراد عينة الدراسة لرضا الزبون تعزى إلى المتغيرات الشخصية ( الجنس، العمر، المستوى التعليمي، السكن)، حيث نجد أن مستوى الدلالة لدى الجنس هو (0.068) وهو أكبر من (0.05) مستوى الدلالة المعتمد، وأن مستوى متغير العمر كان مستوى الدلالة المحسوب (0.364) وهو أكبر من (0.05) مستوى الدلالة معتمد، وكذا متغير

الفصل الثاني: الدراسة الميدانية للاستخدام تطبيق الهواتف النقالة لتقديم خدمة الاطعام واثرها على رضا الزبون في مطعم الرايس ورقلة.

---

المستوى التعليمي كان مستوى الدلالة المحسوب ( 0.626 ) وهو أكبر من (0.05) مستوى المعتمد، وإن متغير السكن كان مستوى الدلالة المحسوب هو (0.855) وهو أكبر من (0.05) مستوى الدلالة المعتمد وهذا ما يؤكد صحة الفرضية الرابعة والتي تنص على : " عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية في تصورات أفراد عينة الدراسة لرضا الزبون في مطعم الرايس تعزى إلى المتغيرات الشخصية (الجنس، العمر، المستوى التعليمي، السكن).

### خلاصة الفصل:

تطرقنا في هذا الفصل الى استخدام تطبيق الهواتف النقالة لتقديم خدمة الاطعام واثرها على رضا الزبون في مطعم الرايس - ورقلة، من خلال إعداد استبانة واقتصرت عملية التوزيع على عينة عشوائية بسيطة تقدر ب(40) زبون، وذلك من خلال تحليل الاستبيان باستعمال البرنامج الإحصائي (SPSS) تم تطرقنا إلى عرض النتائج وتحليلها وفي الأخير مناقشتها بغية التوصل إلى إثبات أو نفي فرضيات الدراسة، ومن خلال ما قمنا به في هذا الفصل توصلنا الى النتائج التالية :

- مستوى استخدام تطبيق الهواتف النقالة لتقديم خدمة الاطعام في مطعم الرايس ورقلة مرتفع؛
- يوجد مستوى مرتفع لرضا الزبائن في مطعم الرايس عن الخدمات المقدمة لها؛
- توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين استخدام تطبيق الهواتف النقالة لتقديم خدمة الاطعام ورضا الزبون في مطعم الرايس ورقلة؛
- لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية في رضا الزبون تعزى بالمتغيرات الشخصية (الجنس، العمر، المستوى التعليمي، السكن).

خاتمة

تناولت هذه المذكرة إشكالية ، ما مدى استخدام تطبيق الهواتف النقالة لتقديم خدمة الاطعام واثرها على رضا الزبون؟ حيث تم معالجتها عبر فصلين باستخدام منهجية IMRAD ، تناولنا في الفصل الأول الأدبيات النظرية للموضوع من خلال مراجعة ما جاء في الدراسات والأبحاث والمقالات حول استخدام تطبيق الهواتف النقالة واثرها على رضا الزبون ، كما تناولنا بعض الدراسات السابقة بالغتين العربية والأجنبية التي لها علاقة بالموضوع والتي تمكنا من الحصول عليها ، وحاولنا التعرف على مفهومي استخدام تطبيق الهواتف النقالة ورضا الزبون و إبراز مدى أهمية تطبيق الهواتف النقالة، بالإضافة إلى ذلك تأثير رضا الزبون في هذه العملية ، على اعتبار أن الزبون هو الركيزة الأساسية التي يعتمد عليها، ومن خلال الدراسة الميدانية للعينة في مطعم الرايس \_ورقلة ، ولمعرفة مدى استخدام تطبيق الهواتف النقالة لتقديم خدمة الاطعام على رضا الزبون ، قمنا بإسقاط ما جاء في الأدبيات النظرية والتطبيقية لاستخدام تطبيق الهواتف النقالة لتقديم خدمة الاطعام واثرها على رضا الزبون في المؤسسة محل الدراسة ، حيث توصلنا إلى اختبار للفرضيات ومجموعة من النتائج والاقتراحات والآفاق المستقبلية والمتمثلة فيما يلي:

#### أولاً-النتائج المتعلقة باختبار الفرضيات :

##### ❖ الفرضية الاولى :

أثبتت الدراسة انه يوجد مستوى استخدام تطبيق الهواتف النقالة لتقديم خدمة الاطعام في مطعم الرايس ورقلة مرتفع من خلال حساب المتوسطات الحسابية لكل عبارة وهذا ما يعززه المتوسط الحسابي الإجمالي لرضا الزبون الذي كانت قيمته 3.4222 وهو مستوى مرتفع، وهذا ما يؤكد صحة الفرضية الأولى، والتي تنص اعلى: يوجد مستوى مرتفع استخدام تطبيق الهواتف النقالة لتقديم خدمة الاطعام في مطعم الرايس ورقلة مرتفع.

##### ❖ الفرضية الثانية :

أثبتت الدراسة انه يوجد مستوى مرتفع لرضا الزبائن في مطعم الرايس عن الخدمات المقدمة لها من خلال حساب المتوسطات الحسابية لكل عبارة وهذا ما يعززه المتوسط الحسابي الإجمالي الذي كانت قيمته 3.5250 وهو مستوى مرتفع، وهذا ما يؤكد صحة الفرضية الثانية ، والتي تنص اعلى : يوجد مستوى مرتفع لرضا الزبائن في مطعم الرايس عن الخدمات المقدمة لها.

##### ❖ الفرضية الثانية:

أثبتت الدراسة أن توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين استخدام تطبيق الهواتف النقالة لتقديم خدمة الاطعام ورضا الزبون في مطعم الرايس ورقلة عند مستوى دلالة أقل أو يساوي (0.05) ويعزز هذا بقيمة ارتباط (R=0 586). والعلاقة طردية متوسطة لأن إشارته موجبة ، أما القوة التفسيرية لقد بلغت (R2 =0.343)، مما يعني أن المتغير المستقل يفسر ما مقداره (34.3%) من المتغير التابع (رضا الزبون )، والباقي يرجع لعوامل أخرى وهذا ما يؤكد صحة الفرضية الثالثة التي تنص على: توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين استخدام تطبيق الهواتف النقالة لتقديم خدمة الاطعام ورضا الزبون في مطعم الرايس ورقلة.

❖ الفرضية الثالثة:

لقد تم اختبار صحة هذه الفرضية عن طريق استعمال اختبار (T) (TESTE) وANOVA وأثبتت الدراسة أنه لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية في تصور أفراد عينة الدراسة لرضا الزبون تعزى إلى المتغيرات الشخصية ( الجنس، العمر، المستوى التعليمي، السكن، مكان الإقامة)، حيث نجد أن مستوى الدلالة لدى الجنس هو (0.068) وهو أكبر من (0.05) مستوى الدلالة المعتمد، وأن مستوى متغير العمر كان مستوى الدلالة المحسوب (0.364) وهو أكبر من (0.05) مستوى الدلالة المعتمد، وكذا متغير المستوى التعليمي كان مستوى الدلالة المحسوب (0.626) وهو أكبر من (0.05) مستوى المعتمد، وإن متغير السكن كان مستوى الدلالة المحسوب هو (0.855) وهو أكبر من (0.05) مستوى الدلالة المعتمد وهذا ما يؤكد صحة الفرضية الرابعة والتي تنص على: " عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية في تصورات أفراد عينة الدراسة لرضا الزبون في مطعم الرايس تعزى إلى المتغيرات الشخصية (الجنس، العمر، المستوى التعليمي، السكن، مكان الإقامة).

ثانيا: اقتراحات الدراسة:

من خلال النتائج المتوصل إليها، واستكمالا لمتطلبات الدراسة بغرض الاستفادة منها يمكن تقديم الاقتراحات التالية:

- ✓ نقترح على مسير مطعم الرايس بتخفيض الاسعار على الطلب داخل تطبيق Rais food؛
- ✓ يجب ان يركز المطعم على تفعيل برامج التدريبية للعاملين بهدف اكتساب مهارات وخبرة اكبر في تقديم الخدمة؛
- ✓ لتحقيق ولاء الزبائن يجب ان تعمل الادارة على الحفاظ على زبائنها الحاليين والعمل على ارضائهم؛
- ✓ ضرورة تفعيل نظام الحوافز الذي يساهم في تشجيع العاملين على الاداء الجيد.

ثالثا: افاق المستقبلية:

من خلال الدراسة التي قمنا بها تبين لنا أن هناك مفاهيم جديدة وكل مفهوم يشكل مجال بحث واسع إذا تمت معالجته قد تستطيع المؤسسة محل الدراسة، وغيرها من المؤسسات التغلب على الكثير من العقبات التي تواجهها ومنه تم اقتراح المواضيع التالية لتكون نقطة انطلاق لبحوث مستقبلية :

- استخدام تطبيق الهواتف النقالة لتقديم الخدمة الصحية واثرها على المرضى؛
- استخدام تطبيق الهواتف النقالة لتقديم خدمة النقل واثرها على زيادة ولاء الزبائن؛
- استخدام تطبيق الهواتف النقالة لتقديم خدمة التعليم واثرها على زيادة اداء استاذ الباحث والطالب؛
- استخدام تطبيق الهواتف النقالة لتقديم خدمة التوصيل واثرها على رضاء زبائن.

المراجع

1. الاء الجيريسي تغريد الرحيلي وعائشة العمري،"اثر تطبيقات الهاتف النقال في مواقع تواصل الاجتماعي على تعلم تعليم القراءان لطالبات جامعة طيبة واتجاههن نحوها"، مجلة اردنية، سنة 2015.
2. اسعد حامد اورمان؛ ابي سعد الديوه حي؛ التسويق السياحي والفندقي؛ دار الحماد لنشر والتوزيع؛ الطبعة الاولى؛ عمان؛ 200 .
3. اياد محمد القاسم الاغا؛ اساسيات برمجة تطبيقات الهواتف الذكية باستخدام نظام اندرويد؛ كلية جامعة العلوم التطبيقية؛ 2015.
4. بلاطة مبارك؛ كواشة خالد؛ تسوق الخدمات السياحية ؛ مجلة العلوم الاقتصادية؛ جامعة الجزائر؛ العدد04.
5. تيسير العجارمة؛ التسويق السياحي؛ دار حامد للنشر والتوزيع؛ الطبعة الاولى؛ عمان؛
6. حريقص ايفا؛ الخطيب رامز؛ دراسة حول طرق تطوير تطبيقات الهاتف لمحمول متعددة المنصات العمل؛ جامعة البعث، 2015 .
7. حسام الدين مرزوقي، توظيف مواقع المؤسسات الاعلامية الاخبارية على شبكة الانترنت لأدوات الاعلام الاجتماعي مذكرة مكلملة لنيل شهادة الماجستير، غير منشورة، كلية الاعلام والاتصال، جامعة باتنة، الجزائر 2012.
8. رقوت هشام سمر، استخدام الصحفيين الفلسطينيين لتطبيقات التوال الاجتماعي من خلال الهواتف الذكية، مذكرة لنيل شهادة الماجستير، الصحافة ، غزة ، الجامعة الاسلامية، 2016.
9. سوزان محمد بدر زهر، مهارات الطلاب في استخدام الهواتف الذكية في الوصول الى مصادر المعلومات، دراسة مقارنة بين كليتي الطب والاداب بد، جامعة بيروت سنة، العدد43.
10. الشمري، حاكم، مستجدات التعليم الالكتروني، متاح على الخط، 2015 متاح على: <https://faculty.mu.edu.sa/falashammarl>
11. شهد طارق حميض، واقع تصميم المستخدم في التطبيقات الهواتف الذكية؛ رسالة مقدمة لنيل شهادة الماجستير في التميم الجرافيكى؛ كلية العمارة والتصميم الجرافيكى؛ جامعة الشرق الاوسط؛ 2017.

12. طاهر الكناي عذاب، تأثيرات الصحة للهاتف الجوال وابراجه وبعض الاجهزة الالكترونية، القاهرة، دار الفجر والنشر والتوزيع، 2012.
13. علي خليل شقرة، الاعلام الجديد شبكات التواصل الاجتماعي، الاردن، دار اسامة للنشر والتوزيع، 2014.
14. مأمون الدراكة وآخرون؛ ادرة الجودة الشاملة؛ دار صفاء للنشر والتوزيع؛ الطبعة الاولى عمان؛ 2001 .
15. مامون الدراكة؛ طارق شبلي؛ الجودة في المنظمات الحديثة؛ دار الصفاء للنشر والتوزيع؛ الطبعة الاولى؛ عمان؛ 2002 .
16. مطلق العتيبي: استخدامات الشباب للهواتف الذكية؛ اثوجرافية بمكة المكرمة؛ مجلة ام القرى للعلوم اجتماعية؛ 2014 العدد1.
17. موهوب؛ كلثوم، " استخدامات الاستاذ الجامعي للأترنت في التعليم دراسة ميدانية بجامعة 08ماي 1945قائمة"، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماجستير، قسم علم الاجتماع والديمورافيا؛ جامعة قلمة، سنة 2010.
18. نهلة المتولي ابراهيم، سالم، التأثيرات الفارقة لانماط تفاعل المتعلم في تطبيقات الهواتف على تنمية مهارات المونتاج الالكتروني والاتجاه نحو التعليم النقال لدى الطلاب، دراسات عربية في التربية وعلم النفس 2015.
19. هاني حامد ضمور؛ تسويق الخدمات ؛ دار وائل لنشر؛ البعة الثالثة؛ عمان ؛ 2005 .
20. د محمد عبد الفتاح الصيرفي؛ ادارة الرائدة؛ دار الصفاء للنشر والتوزيع؛ الطبعة الاولى؛ عمان؛ 2003 .
21. يوسف حجيم سلطان الطائي؛ هاشم فوزي؛ العبادي دباس؛ ادارة العلاقات مع الزبون؛ الطبعة الاولى؛ دار المعارف للنشر؛ الاردن؛ 2009 .
22. امال كمال البرزنجي؛ سالم حميد الجيوري؛ اعتماد نموذج لقياس رضاء الزبون في الفنادق العراقية؛ مجلة الادارة والاقتصاد؛ العدد 65. 2007.

23. اجد عقيل؛ اكرم رياض؛ علاقة جودة الخدمات المصرفية بتحقيق رضاء الزبون؛ قسم ادارة الاعمال كلية الادارة والاقتصاد؛ سنة 2017 .
24. بوعدنان نور الدين؛ جودة الخدمات واثرها على رضاء العميل؛ مذكرة تدخل ضمن نيل شهادة الماجستير؛ جامعة محمد بوضياف المسيلة؛ 2007.
25. اجد عقيل مسلم؛ اكرم رياض صاحب؛ علاقة جودة الخدمات المصرفية بتحقيق رضاء الزبون؛ دراسة لاستكمال متطلبات شهادة البكالوريوس؛ كلية الادارة والاقتصاد؛ 2011 .
26. اميرة شكر ولي البياتي؛ ندى اسماعيل ؛ جهوري القماج؛ اثر جودة الخدمة التعليم العالي على رضاء الزبون؛ دراسة استطلاعية في كليات طب الاسنان الاهلية بغداد؛ مجلة جامعة التنمية البشرية؛ العدد 02؛ 2017.
- 27.Kanbappan Balasupramanian, AdaIarasu Balraj, .Jeetesh kumar, Jaumar ,**customer preferences to select a Reestaurant Throgh Smart Phone Applications** An Exploratoy stud ,4, 2011 .
- 28.Kanbappan Balasupramanian, AdaIarasu Balraj, .Jeetesh kumar, Jaumar ,nfs almarjie .
- 29.Sonali Jabhav , **food ordering mobile Applications** ,Anew wave in food Entrepreneurship, 2018 .
- 30.Sonali Jabhav , nfs almarjie.

الملاحق

## الملحق: 01

## استبيان

تحية طيبة وبعد....

ضمن اطار تحضير لنيل شهادة الماستر في علوم التجارية وتخصص التسويق الخدماتي بعنوان " استخدام تطبيق الهواتف النقالة لتقديم خدمة الاطعام واثرها على رضا الزبائن " يسرني ان اضع بين ايديكم هذه الاستمارة ، نرجو من سيادتكم الاطلاع عليها والاجابة علي الاسئلة المطروحة ،الرجاء عدم ترك عبارة بدون إجابة،مع العلم أن إجاباتك ستحظى بالسرية التامة ولا تستعمل إل الغرض البحث العلمي ،نشكرك مسبقا على تعاونك .

البيانات الشخصية : يرجى وضع علامة X في الخانة المناسبة .

- الجنس : ذكر  أنثى
- السن : من 18 الى 29  من 29 الى 40  من 40 الى 60  فوق 60 سنة
- المستوى التعليمي : ابتدائي  متوسط  ثانوي  جامعي  دراسات عليا
- السكن هنا بولاية ورقلة : دائم  مؤقت لأشهر  عابر لأيام فقط
- مكان اقامتك : الولاية ..... البلدية .....

السؤال 1: أي من المعدات التكنولوجية التالية تتوفر عندك؟ يمكن اختيار عدة إجابات

- حاسوب ثابت  حاسوب محمول  لوح ذكي  هاتف محمول بسيط  هاتف ذكي
- تلفاز عادي  تلفاز ذكي  أخرى حدد  .....

السؤال 2: أي علامة (الماركة) من الهواتف الذكية لديك؟ .....

السؤال 3 : ما نوع نظام التشغيل الذي يعمل عليه هاتفك الذكي؟

- أندرويد Android أجهزة مثل Samsung . oppo . الخ ..
- iOS (أجهزة iPhone ، iPod ، iPad ، ...)

السؤال 4: هل تستخدم تطبيق طلبات الإطعام RaisFood  نعم  لا

السؤال 5: كم مرة تستخدم التطبيق RaisFood في الأسبوع؟ .....

السؤال 6: كم تقيم مستواك كمستخدم لتكنولوجيا المعلومات و الاتصال ؟ ضع العلامة X

- ضعيف جدا  ضعيف  متوسط  جيد  جيد جدا

السؤال رقم 7: ضع علامة X أمام الإجابة الموافقة لاختيارك من ( غير موافق تماما - موافق تماما )

موافق تماما	موافق	محايد	غير موافق	غير موافق تماما	
					1 التطبيق يستخدم الألوان بشكل صحيح
					2 يجعله التطبيق المحمول تسمح بتمضية وقت أكثر
					3 يوفر إمكانية للزيائن (المستخدم) لتقاسم تعليقاتهم و مناقشاتهم
					4 يوفر التطبيق تسهيلات كافية للبحث عن المنتجات والخدمات
					5 يسهل التطبيق على المستخدم العثور على المحتوى الذي يحتاجه
					6 تطبيق الهاتف المحمول دائما شغال ومتاح دائما عند فتحه و تشغيله
					7 محتوى مخصص للمستخدمين
					8 يوفر التطبيق استجابة سريعة لطلبات المستخدمين ( الزياين)
					9 يعطي التطبيق ضمانات للاحتفاظ بمعلومات البطاقة الائتمانية ( البطاقة الذهبية، البطاقات الاخرى CIB..للبنوك أخرى .....)
					10 التطبيق جدير الثقة
					11 التطبيق مصداقية عالية في المعاملات
					12 تطابق المنتجات المعروضة مع المنتجات الحقيقية
					13 حماية خصوصية الزبون مضمونة من قبل التطبيق عند استخدامه
					14 يحصل الزبون على ما يستحقه بعد استخدام التطبيق
					15 ينتج عن استخدام التطبيق نتيجة إيجابية للغاية من قبل الزبون
					16 بالمقارنة مع مدخلات استخدام خدمات التطبيق ، فإن المستخدم راضي عما يتلقاه
					17 يستحق استخدام خدمات التطبيق أن يضحى المستخدم ببعض الوقت والجهد
					18 يشعر المستخدم بالحصول على خدمات تطبيقات جيدة بسعر معقول
					19 بشكل عام أنت كزبون مستخدم لخدمات التطبيق ما مدى رضاك
					20 بشكل عام ما مدى رضاك على أداء نظام التطبيق مقابل خدمات التطبيق المثالية
					21 هل واجهت أي صعوبات في الاتصال بالتطبيق؟
					22 هل ستقوم بتوصية التطبيق لأصدقائك ومعارفك؟
					23 هل ترى أن التطبيق بشكل عام مفيد جدا ؟

السؤال 8: كم مرة تعتقد أنك ستستخدم التطبيق في المستقبل؟

- لن استخدمه  مرة واحدة في الشهر  مرة واحدة في الأسبوع  أكثر من  
 مرة في الأسبوع  يوميا

## الملحق:02

نتائج تحليل استبيان استخدام تطبيق الهواتف النقالة لتقديم خدمة الإطعام وأثرها على رضا الزبائن

العبارات الخاصة بالمتغير المستقل استخدام تطبيق الهواتف النقالة لتقديم خدمة

الإطعام هي: 1-7-8-15-19-24-29-31-38

العبارات الخاصة بالمتغير التابع رضا الزبائن هي : من 40 إلى 53

معام اتساق الفا كرونباخ

## Statistiques de fiabilité

Alpha de Cronbach	Nombre d'éléments
.882	23

مقاييس الإحصاء الوصفي وذلك لوصف عينة الدراسة وإظهار خصائصها، وهذه الأساليب هي المتوسط الحسابي والانحرافات المعيارية للإجابة عن أسئلة الدراسة وترتيب عبارات كل متغير تنازليا

## الجنس

	Effectifs	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide ذكر	16	40.0	40.0	40.0
أنثى	24	60.0	60.0	100.0
Total	40	100.0	100.0	

## السن

	Effectifs	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide من 18 إلى 29	23	57.5	57.5	57.5
من 29 إلى 40	10	25.0	25.0	82.5
من 40 إلى 60	6	15.0	15.0	97.5
فوق 60	1	2.5	2.5	100.0
Total	40	100.0	100.0	

## المستوى التعليمي

	Effectifs	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide متوسط	4	10.0	10.0	10.0
ثانوي	8	20.0	20.0	30.0

جامعي	24	60.0	60.0	90.0
دراسات عليا	4	10.0	10.0	100.0
Total	40	100.0	100.0	

السكن هنا بولاية ورقلة

	Effectifs	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide دائم	31	77.5	77.5	77.5
موقت لأشهر	8	20.0	20.0	97.5
عابر لأيام فقط	1	2.5	2.5	100.0
Total	40	100.0	100.0	

حاسوب ثابت

	Effectifs	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide no	29	72.5	72.5	72.5
حاسوب ثابت	11	27.5	27.5	100.0
Total	40	100.0	100.0	

حاسوب محمول

	Effectifs	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide no	24	60.0	60.0	60.0
حاسوب محمول	16	40.0	40.0	100.0
Total	40	100.0	100.0	

لوحة ذكي

	Effectifs	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide no	33	82.5	82.5	82.5
لوحة ذكي	7	17.5	17.5	100.0
Total	40	100.0	100.0	

هاتف محمول بسيط

	Effectifs	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide no	29	72.5	72.5	72.5
هاتف محمول بسيط	11	27.5	27.5	100.0
Total	40	100.0	100.0	

هاتف ذكي

	Effectifs	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide no	12	30.0	30.0	30.0
هاتف ذكي	28	70.0	70.0	100.0
Total	40	100.0	100.0	

تلفاز عادي

	Effectifs	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide no	36	90.0	90.0	90.0
تلفاز عادي	4	10.0	10.0	100.0
Total	40	100.0	100.0	

تلفاز ذكي

	Effectifs	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide no	19	47.5	47.5	47.5
تلفاز ذكي	21	52.5	52.5	100.0
Total	40	100.0	100.0	

أجهزة أخرى

	Effectifs	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide no	40	100.0	100.0	100.0

ماركة الهواتف

	Effectifs	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide Samsung	10	25.0	25.0	25.0
Oppo	6	15.0	15.0	40.0
LG	5	12.5	12.5	52.5
Condor	7	17.5	17.5	70.0
RedMi	5	12.5	12.5	82.5
أي فون (iPhone)	4	10.0	10.0	92.5
نوكيا (Nokia)	3	7.5	7.5	100.0
Total	40	100.0	100.0	

نوع نظام التشغيل

	Effectifs	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide أندرويد (Android)	36	90.0	90.0	90.0

إيوس (IOS)	4	10.0	10.0	100.0
Total	40	100.0	100.0	

هل تستخدم تطبيق طلبيات الإطعام Rais Food

	Effectifs	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide نعم	40	100.0	100.0	100.0

كم مرة تستخدم التطبيق

	Effectifs	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide مرة واحدة	21	52.5	52.5	52.5
مرتين	6	15.0	15.0	67.5
ثلاث مرات	4	10.0	10.0	77.5
أربع مرات	4	10.0	10.0	87.5
خمس مرات	2	5.0	5.0	92.5
ستة مرات	3	7.5	7.5	100.0
Total	40	100.0	100.0	

كم تقيم مستواك كـمستخدم لتكنولوجيا المعلومات

	Effectifs	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide ضعيف	4	10.0	10.0	10.0
متوسط	15	37.5	37.5	47.5
جيد	16	40.0	40.0	87.5
جيد جدا	5	12.5	12.5	100.0
Total	40	100.0	100.0	

كم مرة تعتقد أنك ستستخدم التطبيق

	Effectifs	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide لن أستخدمة	1	2.5	2.5	2.5
مرة واحدة في الشهر	9	22.5	22.5	25.0
مرة واحدة في الأسبوع	16	40.0	40.0	65.0
أكثر من مرة في الأسبوع	11	27.5	27.5	92.5
يومية	3	7.5	7.5	100.0
Total	40	100.0	100.0	

Statistiques descriptives

	N	Moyenne	Ecart
Q07_01	40	3.15	1.15
Q07_07	40	3.40	1.15

Q07_08	40	3.60	1.236
Q07_15	40	3.43	1.059
Q07_19	40	3.58	1.196
Q07_24	40	3.60	1.128
Q07_29	40	2.95	1.218
Q07_31	40	3.65	1.099
Q07_38	40	3.45	.986
Q07_40	40	3.52	1.176
Q07_41	40	3.35	1.122
Q07_42	40	3.43	1.130
Q07_43	40	3.40	1.128
Q07_44	40	3.80	1.018
Q07_45	40	3.38	1.213
Q07_46	40	3.63	1.005
Q07_47	40	3.50	1.320
Q07_48	40	3.52	1.132
Q07_49	40	3.93	1.118
Q07_50	40	3.38	1.005
Q07_51	40	2.92	1.141
Q07_52	40	3.80	1.203
Q07_53	40	3.80	1.244
المتغير التابع رضا الزبائن	40	3.5250	.66172
المتغير المستقل استخدام تطبيق الهواتف النقالة لتقديم خدمة الإطعام رايس فود	40	3.4222	.70056
N valide (listwise)	40		

اختبار فرضيات الارتباطات بين المتغيرات

تحليل الانحدار الخطي باستخدام طريقة المربعات الصغرى Entry عند مستوى دلالة 0.05

حيث المتغير المستقل والمتغير التابع حيث الجدول الموالي يوضح الارتباط الخطي بينهما :

Variables introduites/supprimées<sup>b</sup>

Modèle	Variables introduites	Variables supprimées	Méthode
1	المتغير المستقل استخدام تطبيق الهواتف النقالة لتقديم خدمة الإطعام رايس فود	.	Entrée

a. Toutes variables requises saisies.

b. Variable dépendante : الزبائن رضا التابع المتغير :

Récapitulatif des modèles<sup>b</sup>

Modèle	R	R-deux	R-deux ajusté	Erreur standard de l'estimation
1	.586 <sup>a</sup>	.343	.326	.54345

- a. Valeurs prédites : (constantes), النقالة الهواتف تطبيق استخدام المستقل المتغير, فود رايس الإطعام خدمة لتقديم  
 b. Variable dépendante : الزبائن رضا التابع المتغير

ANOVA<sup>b</sup>

Modèle	Somme des carrés	ddl	Moyenne des carrés	f
1 Régression	5.854	1	5.854	19.3
Résidu	11.223	38	.295	
Total	17.077	39		

- a. Valeurs prédites : (constantes), دمة لتقديم النقالة الهواتف تطبيق استخدام المستقل المتغير, فود رايس الإطعام خدمة لتقديم  
 b. Variable dépendante : الزبائن رضا التابع المتغير

Coefficients<sup>a</sup>

Modèle	Coefficients non standardizes		Cst
	A	Erreur standard	
1 (Constante)	1.632	.434	
المتغير المستقل استخدام تطبيق الهواتف الناقلة لتقديم خدمة الإطعام رايس فود	.553	.124	

- a. Variable dépendante : زبائن رضا التابع المتغير

Statistiques des résidus<sup>a</sup>

	Minimum	Maximum	Moyenne	Ecart-type	f
Prévision	2.6155	4.2132	3.5250	.38744	4
Résidu	-.99580-	1.22006	.00000	.53643	4
Erreur Prévision	-2.347-	1.776	.000	1.000	4
Erreur Résidu	-1.832-	2.245	.000	.987	4

- a. Variable dépendante : الزبائن رضا التابع المتغير

أولاً إختبار تي تاست اثر الجنس لا توجد فروق بين إجابات العمال تبعا الجنس على المتغير التابع

Statistiques de groupe

الجنس	N	Moyenne	Ecart-type	Erreur si moye
المتغير التابع رضا الزبائن ذكر	16	3.3527	.77787	.194
أنثى	24	3.6399	.55985	.114

Test d'échantillons indépendants

		Test de Levene sur l'égalité des variances		Test-t pour égalité				
		F	Sig.	T	Ddl	Sig. (bilatér ale)	Différence moyenne	Différen ty
المتغير التابع رضا الزبائن	Hypothèse de variances égales	3.528	.068	-1.359-	38	.182	-.28720-	.2
	Hypothèse de variances inécales			-1.273-	25.190	.215	-.28720-	.2

تحليل التباين الأحادي (One Way ANOVA) للاختبار تأثيرات المتغيرات الشخصية (الديمغرافية)

على المتغير التابع؛

ثانيا علاقة العمر لا توجد فروق بين إجابات العمال تبعا للعمر

ANOVA

المتغير التابع رضا الزبائن

	Somme des carrés	Ddl	Moyenne des carrés	F	Significa
Inter-groupes	1.426	3	.475	1.094	.364
Intra-groupes	15.651	36	.435		
Total	17.077	39			

ثالثا علاقة بالمستوى التعليمي لا توجد فروق بين إجابات العمال تبعا للمستوى

ANOVA

المتغير التابع رضا الزبائن

	Somme des carrés	Ddl	Moyenne des carrés	F	Significa
Inter-groupes	.799	3	.266	.589	.626

Intra-groupes	16.278	36	.452	
Total	17.077	39		

رابعا علاقة السكن لا توجد فروق بين إجابات العمال

**ANOVA**

المتغير التابع رضا الزبائن

	Somme des carrés	Ddl	Moyenne des carrés	F	Significati
Inter-groupes	.144	2	.072	.157	.855
Intra-groupes	16.934	37	.458		
Total	17.077	39			

جدول باسماء المحكمين:

الملحق: 03

مكان العمل	الاسم	الرقم
كلية علوم الاقتصادية والعلوم التجارية وعلوم التسيير - جامعة ورقلة	ذ. بن تفات عبد الحق	01
كلية علوم الاقتصادية والعلوم التجارية وعلوم التسيير - جامعة ورقلة	د. مناصرية رشيد	02
كلية علوم الاقتصادية والعلوم التجارية وعلوم التسيير - جامعة ورقلة	د. ملاك	03





Restaurant Rais



## Nos Sandwichs

سنڊوئيٽس

	<b>Cheese Burger</b>	200da	تشيز برجر
	<b>Big Chicken</b>	300da	بيغ تشيكن
	<b>Big Burger</b>	300da	بيغ برجر
	<b>Tacos</b>	350da	ٽاڪوس
	<b>Chawarma</b>	250da	چاوا ورماء
	<b>Sandwich Mexicain</b>	300da	سنڊوئيٽس ميڪسيڪان
	<b>Sandwich Taouk</b>	300da	سنڊوئيٽس ٽاؤڪ
	<b>Sandwich Kebab</b>	300da	سنڊوئيٽس ڪباب
	<b>Makloub Kebab</b>	350da	مڪلوب ڪباب
	<b>Makloub Shish Taouk</b>	350da	مڪلوب شيش ٽاؤڪ
	<b>Makloub Kebda</b>	350da	مڪلوب ڪبڊا
	<b>Sandwich Suprême</b>	300da	سنڊوئيٽس ڪينٽائني

الطعم لائيف ٽيمپل اللومڊ المجدرة

وجاج - شابلور - جين - بطاطس - طماطم - سلطنة



# RaisFood: order food onli... 4,7★

Ratings and reviews



ETS SIAD



★★★★★ 2019/10/15

Nice delicious food

Was this review helpful?

Yes

No

DTO .LT

2019/11/03

Thank u



Rami BOUAFIA



★★★★★ 2019/10/08

جيد واصلو

Was this review helpful?

Yes

No



houssam khemgani



★★★★★ 2019/10/08

Good food

Was this review helpful?

Yes

No



# RaisFood: order food onli... 4,7★

Ratings and reviews

جيد واصلو

Was this review helpful?

Yes

No



houssam khemgani



★★★★★ 2019/10/08

Good food

Was this review helpful?

Yes

No

DTO .LT

2019/11/03

Thank u



hakim abadli



★★★★★ 2019/10/08

Nice delivery

Was this review helpful?

Yes

No

DTO .LT

2019/11/03

Thank you

الفهرس

الصفحة	المحتوى
i	الإهداء
ii	شكر و عرفان
iii	قائمة المحتويات
iv	قائمة الجداول
v	قائمة الاشكال
vi	الملخص
أ	المقدمة
الفصل الأول: الدراسات الادبية والنظرية لاستخدام تطبيق الهواتف النقالة لتقديم خدمة الاطعام واثره على رضا الزبون	
02	تمهيد
03	المبحث الاول: استخدام تطبيق الهواتف النقالة واثره على رضا الزبون
03	المطلب الاول: ماهية تطبيق الهواتف النقالة
03	الفرع الاول: مفهوم الهواتف الذكية
06	الفرع الثاني: مفهوم تطبيقات الهواتف الذكية
08	المطلب الثاني: ماهية تقديم خدمات الاطعام
09	الفرع الاول : مفهوم وخصائص الخدمات
11	الفرع الثاني : مفهوم جودة الخدمة
13	الفرع الثالث : مفهوم تقديم خدمات الاطعام
14	المطلب الثالث: مفهوم رضا الزبون
14	الفرع الاول: مفهوم رضا الزبون
18	المبحث الثاني: الدراسات السابقة
18	المطلب الاول: دراسات السابقة للتطبيقات الهواتف النقالة
18	الفرع الاول : دراسات اللغة العربية
19	الفرع الثاني : دراسات باللغة الاجنبية
20	المطلب الثاني : دراسات رضا الزبون
20	الفرع الاول : دراسات باللغة العربية
21	المطلب الثالث: المقارنة بين الدراسات السابقة والدراسة الحالية.
24	خلاصة الفصل

الفصل الثاني	
الدراسة الميدانية للاستخدام تطبيق الهواتف النقالة لتقديم خدمة الاطعام واثرها على رضا الزبون في مطعم الرايس ورقلة	
26	تمهيد
27	المبحث الاول: الطريقة والأدوات المستخدمة في الدراسة
27	المطلب الأول: الطريقة المعتمدة في الدراسة
27	الفرع الاول: منهج الدراسة
27	الفرع الثاني: طرق الدراسة
28	المطلب الثاني: الأدوات المستخدمة في الدراسة
30	الفرع الاول : الأدوات المستخدمة في الجمع
30	الفرع الثاني : صدق وثبات الاستبيان
31	المبحث الثاني: نتائج الدراسة الميدانية عرضها، تحليلها وتفسيرها
31	المطلب الأول : عرض نتائج الدراسة الميدانية وتحليلها
31	الفرع الأول :خصائص عينة الدراسة
38	الفرع الثاني : تقييم استخدام تطبيق الهواتف النقالة في تقديم خدمة الاطعام واثرها على رضا الزبون في المؤسسة محل الدراسة
41	المطلب الثاني: مناقشة النتائج المتوصل إليها
41	الفرع الأول : ربط النتائج بالفرضيات وتفسيرها
47	الفرع الثاني : مناقشة نتائج الدراسة
53	الخاتمة
56	قائمة المراجع