



الجمهورية العربية السورية
وزارة التعليم العالي والبحث العلمي
جامعة دمشق . كلية الاقتصاد
قسم إدارة الأعمال
مجلس تيسير تسويق

العوامل المؤثرة في الاستخدام الفعلي لخدمات المنصات الإلكترونية
(دراسة حالة: منصة بي أوردري)

**Factors influencing the actual use of e-platforms
services**

Case Study: BeeOrder platform

رسالة مقدمة لنيل درجة الماجستير في التسويق

إعداد الطالبة: لانا فؤاد الصفدي

إشراف الدكتورة: ندى علي

٢٠٢٣ - ٢٠٢٤ م

١٤٤٤ - ١٤٤٥ هـ

قرار لجنة الحكم



الجمهورية العربية السورية

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

جامعة دمشق . كلية الاقتصاد

قسم إدارة الأعمال

مجلس تسويق

عنوان الرسالة: العوامل المؤثرة في الاستخدام الفعلي لخدمات المنصات الإلكترونية

(دراسة حالة: منصة بي أوردر)

"قمت هذه الرسالة لنيل درجة الماجستير في التسويق من جامعة دمشق"

تاريخ المناقشة: ١١ / ٤ / ٢٠٢٤ م

لجنة المناقشة والحكم على الرسالة:

١- الدكتور مهند أرناؤط

الأستاذ المساعد في قسم إدارة الأعمال / كلية الاقتصاد / جامعة دمشق عضواً

٢- الدكتورة ندى علي

المدرس في قسم إدارة الأعمال / كلية الاقتصاد / جامعة دمشق عضواً مشرفاً

٣- الدكتورة ردينة محمود

المدرس في قسم إدارة الأعمال / كلية الاقتصاد / جامعة دمشق عضواً

التصريح:

العوامل المؤثرة في الاستخدام الفعلي لخدمات الغصات الإلكترونية

(دراسة حالة: منصة بي أوردر)

أصرح بأن هذا البحث غير مقتبس، أو منقول، أو محرف، من أي عمل علمي آخر، ولم يسبق أن قبلت قبلت للحصول على أية شهادة أو درجة علمية.

الإهداء:

إلى من ساندني في جميع خطواتي إلى داعمي الأكبر إلى حبيبي الأول.....والذي

إلى نبع العطاء اللامتناهي والحنان، إلى معلمتي الأولى ، إلى كل ما ليوالدتي

إلى فراشات القلب المؤمنات الغاليات أخواتي وثام ومرح

إلى سندي الغالي مرشدي الحبيب.....أخي الغالي غزوان

إلى نعمتي شريكي وصديقي في الحياة، داعمي ، من أكرمني الله بوجوده في حياتيحبيبي

.....حبيبي زوجي فراس

إلى أجمل ما في الحياة أولاد أخواتي وأخي....فرح وتامر وماسا وحمزة وآسر وأثينا وبسام.

إلى من كانوا نعم الأخوة وأصدقهم قولاً وفعلاً.....هنا، د. فادي، مجدي، رؤى

إلى صديقة وشريكة اللحظات في الدراسات العليا.....غاليتي مايا

إلى ألطف خلق الله..... المحامية الغالية لنا

إلى كل من علمني حرفاًشكراً

شكر وتقدير:

الحمد والشكر أولاً لله سبحانه وتعالى على فضله وتوفيقه لي لإتمام هذا العمل الحمد لله حتى يبلغ الحمد الحمد منتهاه.

ويطيب لي عرفاناً بالجميل أن أتقدم بالشكر الجزيل وعظيم الامتنان إلى:

الدكتورة ندى علي

كلية الاقتصاد جامعة دمشق

لتفضلها بالإشراف على هذه الرسالة ودعمها وتشجيعها المستمر وتقديمها لأثنى الملاحظات فكانت خير مرشد ودليل لم تبخل في وقت أو معلومة طوال فترة إعداد هذه الرسالة، كان لي الشرف بأن أتتلمذ على يديها في هذه الرسالة.

كما يطيب لي أن أتقدم إلى السادة أعضاء لجنة المناقشة الأكادم: الدكتور مهند أرناؤط والدكتورة ردينة ردينة محمود لتفضلهم بقبول مناقشة هذه الرسالة بجزيل الشكر على وقتهم وملاحظاتهم القيمة التي تثري تثري البحث.

وأتوجه بالشكر إلى جميع العاملين في كلية الاقتصاد جامعة دمشق كل من الكادر التعليمي والكادر الإداري الإداري على جهودهم المبذولة.

الملخص:

يهدف هذا البحث إلى وصف وتفسير لأثر مجموعة من العوامل (جودة المعلومات وجودة النظام، وتصميم وتصميم واجهة المستخدم، والتفاعلية المدركة والثقة وسهولة الاستخدام المدركة، والفائدة المدركة) في الاستخدام الفعلي لخدمات المنصات الإلكترونية تحديداً منصة بي أوردر.

حيث شمل مجتمع الدراسة المستخدمين لمنصة الطلب والتوصيل بي أوردر في دمشق، ولتحقيق أهداف البحث أهداف البحث توجب استخدام المنهج المختلط على النحو التالي:

في المرحلة الأولى (البحث النوعي): تم إجراء سبعة عشر مقابلة شبه مهيكلة وجهاً لوجه مع مستخدمين مستخدمين فعليين لبي أوردر في دمشق، وقامت الباحثة باستخدام برنامج 14 nvivo للمساعدة في عملية الترميز، وتحليل البيانات اتبعت أسلوب التحليل الموضوعي الذي نتج عنه تطوير لبعض المقاييس، المقاييس، وإضافة متغير الثقة للنموذج المقترح.

في المرحلة الثانية (البحث الكمي): تم تطوير الاستبانة بهدف جمع بيانات للتحقق من الفرضيات المقترحة المقترحة في المرحلة السابقة، وتم توزيع الاستبانة بشكل إلكتروني على المستخدمين لمنصة بي أوردر أوردر وبلغ عدد المفردات ٣٨٤ مفردة، وللتحليل الإحصائي قامت الباحثة باستخدام برنامج SPSS.

وقد توصل البحث إلى مجموعة من النتائج كان أهمها: يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لجودة المعلومات وجودة المعلومات وجودة النظام وتصميم واجهة المستخدم، والتفاعلية المدركة وسهولة الاستخدام المدركة والفائدة المدركة والثقة كل منها على حدى في الاستخدام الفعلي لخدمات المنصات الإلكترونية. فضلاً عن توسط كل من الفائدة المدركة، وسهولة الاستخدام المدركة لأثر كل من جودة المعلومات وجودة وجودة النظام وتصميم واجهة المستخدم، والتفاعلية المدركة في الاستخدام الفعلي لخدمات المنصات الإلكترونية، وتوسط الثقة أيضاً لأثر كل من جودة المعلومات وجودة النظام في الاستخدام الفعلي لخدمات لخدمات المنصات الإلكترونية.

يوصي البحث بي أوردر والياديين المشابهة بضرورة إعطاء التركيز الأكبر لكل من المعلومات، والسرية والسرية والخصوصية، كما ينصح الباحثين المهتمين بالانتباه إلى عنصر الوقت الذي ظهر كمتغير معدل مهم معدل مهم من الضروري دراسته مع نموذج تقبل التقنية.

الكلمات المفتاحية: الاستخدام الفعلي، الفائدة المدركة، سهولة الاستخدام المدركة، جودة المعلومات، جودة النظام، التفاعلية المدركة، تصميم واجهة المستخدم، الثقة.

قائمة المحتويات

الموضوع	الصفحة
العنوان	أ -
قرار لجنة الحكم	ب
الإهداء	ج
شكر وتقدير	د
الملخص باللغة العربية	هـ
قائمة المحتويات	و
قائمة الجداول	ح
قائمة الأشكال	م
قائمة الملاحق	م
١. الفصل الأول: الإطار المنهجي	١
مقدمة الفصل	٢
خلفية البحث	٢
مصطلحات البحث	٥
تساؤلات البحث	٦
النموذج المقترح	٧
الفرضيات	٨
أهداف البحث	٩
أهمية البحث	١١
مبررات البحث	١٢
الدراسات السابقة	١٢
حدود البحث	٢٥
معوقات البحث	٢٦
منهجية البحث	٢٦
نوع البحث:	٢٦
البحث المختلط	٢٨
خصائص البحث المختلط	٢٨
تصنيف الأبحاث المختلطة حسب التوقيت	٢٩
فلسفة البحث	٢٩

٣١	أسلوب البحث
٣٣	استراتيجية البحث
٣٥	أدوات جمع البيانات:
٣٥	مجتمع البحث
٣٦	عينة البحث
٣٩	الفصل الثاني: الإطار النظري للبحث
٤٠	<u>المبحث الأول: نموذج تقبل التقانة</u>
٤٠	نظرية الفعل المنطقي
٤٣	نظرية السلوك المخطط
٤٦	نموذج تقبل التقانة
٤٨	تطور نموذج تقبل التقانة
٥١	الاستخدام الفعلي
٥٣	الفائدة المدركة
٥٣	سهولة الاستخدام المدركة
٥٦	<u>المبحث الثاني: نموذج نجاح النظام المعلوماتي</u>
٥٧	نموذج نجاح النظام المعلوماتي
٥٩	تطور نموذج نجاح النظام المعلوماتي
٦٢	أبعاد نموذج نجاح النظام المعلوماتي
٦٣	مفهوم النظام المعلوماتي وخصائصه
٦٥	جودة النظام
٦٦	جودة المعلومات
٦٨	<u>المبحث الثالث: التفاعلية المدركة وتصميم واجهة المستخدم والثقة</u>
٦٩	مفهوم التفاعلية المدركة
٧٢	تعريف التفاعلية
٧٣	أبعاد التفاعلية
٧٤	أبعاد التفاعلية المدركة
٧٦	واجهة المستخدم كمفهوم
٧٨	عناصر واجهة المستخدم
٨٠	خصائص تصميم واجهة المستخدم
٨١	الثقة
٨٣	<u>المبحث الرابع: الربط بين المتغيرات</u>

٨٤	الدمج بين نموذج نجاح النظام المعلوماتي ونموذج تقبل التقنية
٨٦	التفاعلية مع نموذج تقبل التقنية ونموذج نجاح النظام المعلوماتي
٨٧	تصميم واجهة المستخدم مع نموذج تقبل التقنية ونموذج نجاح النظام المعلوماتي
٨٩	الثقة مع نموذج تقبل التقنية ونموذج نجاح النظام المعلوماتي
٩١	<u>المبحث الخامس: خدمات المنصات الإلكترونية</u>
٩٢	التسويق الإلكتروني
٩٤	المنصات الإلكترونية
٩٥	الخدمات الإلكترونية
٩٦	خصائص الخدمات الإلكترونية
٩٦	تصنيف الخدمات الإلكترونية
٩٧	الخدمات التي تقدمها المنصات الإلكترونية
٩٨	منصات طلب وتوصيل الطعام
١٠٠	خدمات منصات طلب وتوصيل الطعام
١٠١	منصة بي أوردر
١٠٢	الخدمات التي تقدمها المنصة
١٠٤	<u>الفصل الثالث: القسم العملي</u>
١٠٥	<u>المبحث الأول: البحث النوعي</u>
١٠٦	البحث النوعي
١٠٧	أداة البحث
١٠٩	الصدق والموثوقية
١١١	جمع البيانات
١١٢	تحليل البيانات واستخلاص المقترحات
١٣٤	<u>المبحث الثاني: البحث الكمي</u>
١٣٥	البحث الكمي
١٣٥	أداة البحث
١٣٧	تصميم استمارة الاستبانة
١٤٠	أساليب التحليل الإحصائي
١٤٠	اختبار الصدق والثبات
١٤١	التحليل العاملي الاستكشافي
١٤٤	وصف عينة البحث

١٥٥	اختبار التوزيع الطبيعي
١٥٦	اختبار المقترحات
١٩٦	مناقشة النتائج
٢٠٣	توصيات البحث
٢٠٥	الأبحاث المستقبلية
٢٠٧	الملاحق
٢٩١	المراجع
٣٠١	الملخص باللغة الإنكليزية
٣٠٢	الغلاف باللغة الإنكليزية

قائمة الجداول

رقم الجدول	عنوان الجدول	الصفحة
١	الدراسات السابقة	١٠
٢	البحث المختلط من حيث الفلسفة، الأسلوب، الاستراتيجية، أداة جمع البيانات	٢٤
٣	فوائد المنصة	١٠٠
٤	المواضيع والرموز	١١٥
٥	مقياس ليكرت الخماسي	١٣٤
٦	الفئات الكمية لمقياس ليكرت	١٣٤
٧	أسئلة الاستبانة	١٣٥
٨	الإحصاءات الوصفية للمتغيرات الديمغرافية	١٣٧
٩	الإحصاء الوصفي لأسئلة الاستبانة	١٤٠
١٠	اختبار التوزع الطبيعي لمحاوور الدراسة	١٥١
١١	معامل ثبات الاتساق الداخلي	١٥٢
١٢	مصفوفة العوامل بعد التدوير	١٥٣
١٣	دراسة الارتباط معامل سبيرمان	١٥٥
١٤	دراسة الارتباط بين الثقة وكل من متغيري جودة المعلومات وجودة النظام	١٥٨
١٥	دراسة الارتباط بين متغير الاستخدام الفعلي مع المتغيرات (سهولة الاستخدام الفعلي، الفعلي، الفائدة المدركة، الثقة)	١٥٩
١٦	اختبار ANOVA لاختبار معنوية النموذج (سهولة الاستخدام المدركة في الاستخدام الفعلي)	١٦٠

١٧	Coefficients لاستنتاج معادلة الانحدار الخطي البسيط (سهولة الاستخدام المدركة في في الاستخدام الفعلي)	١٦٠
١٨	اختبار ANOVA لاختبار معنوية النموذج (الفائدة المدركة في الاستخدام الفعلي)	١٦١
١٩	Coefficients لاستنتاج معادلة الانحدار الخطي البسيط (الفائدة المدركة في الاستخدام الاستخدام الفعلي)	١٦٢
٢٠	اختبار ANOVA لاختبار معنوية النموذج (جودة المعلومات في الاستخدام الفعلي)	١٦٣
٢١	Coefficients لاستنتاج معادلة الانحدار الخطي البسيط (جودة المعلومات في الاستخدام الاستخدام الفعلي)	١٦٣
٢٢	اختبار ANOVA لاختبار معنوية النموذج (جودة المعلومات في الفائدة المدركة)	١٦٤
٢٣	Coefficients لاستنتاج معادلة الانحدار الخطي البسيط (جودة المعلومات في الفائدة المدركة)	١٦٤
٢٤	اختبار ANOVA لاختبار معنوية النموذج (جودة المعلومات والفائدة المدركة معا)	١٦٥
٢٥	Coefficients لاستنتاج معادلة الانحدار الخطي البسيط (جودة المعلومات والفائدة المدركة معا)	١٦٥
٢٦	Sobel Test وساطة الفائدة المدركة لأثر جودة المعلومات في الاستخدام الفعلي	١٦٦
٢٧	اختبار ANOVA لاختبار معنوية النموذج (جودة المعلومات في سهولة الاستخدام)	١٦٧
٢٨	Coefficients لاستنتاج معادلة الانحدار الخطي البسيط (جودة المعلومات في سهولة الاستخدام)	١٦٧
٢٩	اختبار ANOVA لاختبار معنوية النموذج (سهولة الاستخدام المدركة في الاستخدام الفعلي)	١٦٨
٣٠	Coefficients لاستنتاج معادلة الانحدار الخطي البسيط (سهولة الاستخدام المدركة في في الاستخدام الفعلي)	١٦٨
٣١	اختبار ANOVA لاختبار معنوية النموذج (جودة المعلومات وسهولة الاستخدام معا) (معا)	١٦٩
٣٢	Coefficients لاستنتاج معادلة الانحدار الخطي البسيط (جودة المعلومات وسهولة الاستخدام معا)	١٦٩

٣٣	Sobel Test (وساطة سهولة الاستخدام المدركة لجودة المعلومات في الاستخدام الفعلي)	١٧٠
٣٤	اختبار ANOVA لاختبار معنوية النموذج (جودة المعلومات في الثقة)	١٧١
٣٥	Coefficients لاستنتاج معادلة الانحدار الخطي البسيط (جودة المعلومات في الثقة)	١٧١
٣٦	اختبار ANOVA لاختبار معنوية النموذج (جودة المعلومات والثقة معا)	١٧٢
٣٧	Coefficients لاستنتاج معادلة الانحدار الخطي البسيط (جودة المعلومات والثقة معا)	١٧٣
٣٨	Sobel Test (وساطة الثقة لأثر جودة المعلومات في الاستخدام الفعلي)	١٧٤
٣٩	اختبار ANOVA لاختبار معنوية النموذج (جودة النظام في الاستخدام الفعلي)	١٧٤
٤٠	Coefficients لاستنتاج معادلة الانحدار الخطي البسيط (جودة النظام في الاستخدام الفعلي)	١٧٥
٤١	اختبار ANOVA لاختبار معنوية النموذج (جودة النظام في الفائدة المدركة)	١٧٥
٤٢	Coefficients لاستنتاج معادلة الانحدار الخطي البسيط (جودة النظام في الفائدة المدركة)	١٧٦
٤٣	اختبار ANOVA لاختبار معنوية النموذج (جودة النظام والفائدة المدركة معا)	١٧٧
٤٤	Coefficients لاستنتاج معادلة الانحدار الخطي البسيط (جودة النظام والفائدة المدركة معا)	١٧٧
٤٥	Sobel Test وساطة الفائدة المدركة لأثر جودة النظام في الاستخدام الفعلي	١٧٨
٤٦	اختبار ANOVA لاختبار معنوية النموذج (جودة النظام في سهولة الاستخدام)	١٧٩
٤٧	Coefficients لاستنتاج معادلة الانحدار الخطي البسيط (جودة النظام في سهولة الاستخدام)	١٧٩
٤٨	اختبار ANOVA لاختبار معنوية النموذج (جودة النظام وسهولة الاستخدام معا)	١٨٠
٤٩	Coefficients لاستنتاج معادلة الانحدار الخطي البسيط (جودة النظام وسهولة الاستخدام معا)	١٨٠
٥٠	Sobel Test (وساطة سهولة الاستخدام المدركة لجودة النظام في الاستخدام الفعلي)	١٨١
٥١	اختبار ANOVA لاختبار معنوية النموذج (جودة النظام في الثقة)	١٨٢

٥٢	Coefficients لاستنتاج معادلة الانحدار الخطي البسيط(جودة النظام في الثقة)	١٨٢
٥٣	اختبار ANOVA لاختبار معنوية النموذج (الثقة في الاستخدام الفعلي)	١٨٣
٥٤	Coefficients لاستنتاج معادلة الانحدار الخطي البسيط(الثقة في الاستخدام الفعلي)	١٨٣
٥٥	اختبار ANOVA لاختبار معنوية النموذج (جودة النظام والثقة معا)	١٨٤
٥٦	Coefficients لاستنتاج معادلة الانحدار الخطي البسيط(جودة النظام والثقة معا)	١٨٤
٥٧	Sobel Test (وساطة الثقة لأثر جودة النظام في الاستخدام الفعلي)	١٨٥
٥٨	اختبار ANOVA لاختبار معنوية النموذج (تصميم واجهة المستخدم في الاستخدام الفعلي)	١٨٦
٥٩	Coefficients لاستنتاج معادلة الانحدار الخطي البسيط(تصميم واجهة المستخدم في الاستخدام الفعلي)	١٨٦
٦٠	اختبار ANOVA لاختبار معنوية النموذج (تصميم واجهة المستخدم في الفائدة المدركة)	١٨٧
٦١	Coefficients لاستنتاج معادلة الانحدار الخطي البسيط((تصميم واجهة المستخدم في الفائدة المدركة)	١٨٧
٦٢	اختبار ANOVA لاختبار معنوية النموذج ((تصميم واجهة المستخدم والفائدة المدركة معا)	١٨٨
٦٣	Coefficients لاستنتاج معادلة الانحدار الخطي البسيط ((تصميم واجهة المستخدم والفائدة المدركة معا)	١٨٨
٦٤	Sobel Test وساطة الفائدة المدركة لأثر (تصميم واجهة المستخدم في الاستخدام الفعلي)	١٩٠
٦٥	اختبار ANOVA لاختبار معنوية النموذج((تصميم واجهة المستخدم في سهولة الاستخدام)	١٩٠
٦٦	Coefficients لاستنتاج معادلة الانحدار الخطي البسيط((تصميم واجهة المستخدم في سهولة الاستخدام)	١٩٠
٦٧	اختبار ANOVA لاختبار معنوية النموذج ((تصميم واجهة المستخدم وسهولة الاستخدام)	١٩١

٦٨	Coefficients لاستنتاج معادلة الانحدار الخطي البسيط((تصميم واجهة المستخدم وسهولة وسهولة الاستخدام معاً)	١٩١
٦٩	Sobel Test (وساطة سهولة الاستخدام المدركة (تصميم واجهة المستخدم في الاستخدام (الاستخدام الفعلي)	١٩٣
٧٠	اختبار ANOVA لاختبار معنوية النموذج (التفاعلية المدركة في الاستخدام الفعلي)	١٩٣
٧١	Coefficients لاستنتاج معادلة الانحدار الخطي البسيط(التفاعلية المدركة في الاستخدام الفعلي)	١٩٣
٧٢	اختبار ANOVA لاختبار معنوية النموذج (التفاعلية المدركة في الفائدة المدركة)	١٩٤
٧٣	Coefficients لاستنتاج معادلة الانحدار الخطي البسيط(التفاعلية المدركة في الفائدة المدركة)	١٩٤
٧٤	اختبار ANOVA لاختبار معنوية النموذج (التفاعلية المدركة والفائدة المدركة معاً)	١٩٥
٧٥	Coefficients لاستنتاج معادلة الانحدار الخطي البسيط (التفاعلية المدركة والفائدة المدركة معاً)	١٩٥
٧٦	Sobel Test وساطة الفائدة المدركة لأثر (التفاعلية المدركة في الاستخدام الفعلي)	١٩٦
٧٧	اختبار ANOVA لاختبار معنوية النموذج (التفاعلية المدركة في سهولة الاستخدام)	١٩٧
٧٨	Coefficients لاستنتاج معادلة الانحدار الخطي البسيط(التفاعلية المدركة في سهولة سهولة الاستخدام)	١٩٧
٧٩	اختبار ANOVA لاختبار معنوية النموذج (التفاعلية المدركة وسهولة الاستخدام معاً)	١٩٨
٨٠	Coefficients لاستنتاج معادلة الانحدار الخطي البسيط(التفاعلية المدركة وسهولة الاستخدام معاً)	١٩٨
٨١	Sobel Test (وساطة سهولة الاستخدام المدركة التفاعلية المدركة في الاستخدام الفعلي)	١٩٩

قائمة الأشكال

رقم الشكل	عنوان الشكل	الصفحة
١	نموذج البحث	٣٦
٢	نموذج نظرية الفعل المنطقي	٤٣
٣	متغيرات نظرية السلوك المخطط والعلاقات فيما بينها	٤٦
٤	نموذج تقبل التقنية	٤٨
٥	نموذج تقبل التقنية TAM2	٥٠
٦	الصيغة الثالثة لنموذج تقبل التقنية TAM3	٥١
٧	نموذج نجاح النظام المعلوماتي ISSM	٦١
٨	نموذج نجاح النظام المعلوماتي المعدل	٦٢

قائمة الملاحق

رقم الملحق	الموضوع	الصفحة
١	دليل المقابلة قبل التحكيم	٢٠٧
٢	ملاحظات السادة المحكمين	٢١٠
٣	دليل المقابلة بعد أخذ ملاحظات السادة المحكمين	٢١١
٤	دليل المقابلة بعد إجراء الدراسة التجريبية	٢١٤
٥	المقابلات	٢١٧
٦	الاستمارة المبدئية للاستبانة	٢٦٩
٧	ملاحظات السادة المحكمين حول الاستمارة المبدئية للاستبانة	٢٧٢
٨	استمارة الاستبانة بعد أخذ ملاحظات السادة المحكمين	٢٧٦
٩	الاستبانة بعد الدراسة الاستطلاعية	٢٨٠
١٠	مخرجات برنامج NVIVO 14	٢٨٤

١. الفصل الأول: الإطار المنهجي

١,١	خلفية البحث
١,٢	مصطلحات البحث
١,٣	تساؤلات البحث
١,٤	النموذج المقترح للبحث
١,٥	فرضيات البحث
١,٦	أهداف البحث
١,٧	أهمية البحث
١,٨	مبررات البحث
١,٩	الدراسات السابقة
١,١٠	حدود البحث

١,٨,١ حدود موضوعية

١,٨,٢ حدود زمانية

١,٨,٣ حدود مكانية

١,١١ معوقات البحث

١,١٢ منهجية البحث

١,١٠,١ أنواع البحث

١,١٠,٢ فلسفة البحث:

١,١٠,٣ أسلوب البحث

١,١٠,٤ استراتيجية البحث:

١,١٠,٥ أدوات جمع البيانات:

١,١٠,٦ مجتمع البحث:

١,١٠,٧ عينة البحث:

مقدمة الفصل:

سنتناول في الفصل الأول من هذا البحث الإطار العام للبحث، والذي يتضمن كلاً من مصطلحات وخلفية البحث إلى جانب التساؤلات، والأهداف والأهمية بشقيها العلمي والعملية، ومبررات البحث وحدوده ومعوقاته، فضلاً عن منهجية البحث المعتمدة في هذا البحث ذلك من خلال استعراض لكل من نوع وفلسفة، وأسلوب البحث والاستراتيجية المتبعة لاختيار أدوات جمع البيانات، ومجتمع وعينة البحث أيضاً، إلى جانب النموذج المقترح للبحث والفرضيات المقترحة.

١،١ خلفية البحث:

يعد نموذج تقبل التقانة واحداً من أهم النماذج التي تسعى للتعرف على مدى تقبل المستخدم لتقنية معينة من خلال محاولة النموذج الإجابة على تساؤل لماذا يقبل أو يرفض المستخدم أي تقنية؟ (القحطاني و بن شهرير، ٢٠٢٠، صفحة ٥)، حيث أثبت نموذج تقبل التقانة جدواه وموثوقيته في فهم، وتفسير قبول المستخدمين لأنظمة المعلومات، والتقنيات المختلفة، وتم تناول النموذج الكلاسيكي منه بكثرة في الأبحاث، وظهرت تعديلات عليه بدمجه بنظريات أخرى مثلاً، أو تناول جزء من المتغيرات منه، أو إضافة متغيرات جديدة، للحصول على نماذج جديدة تتناسب مع ميادين مختلفة، تبعاً لأنه من أكثر النماذج مرونة والدليل على ذلك تعدد النماذج في الأبحاث (Yuanquan, Jiayin, & Huaying, 2008, pp. 273-274).

وفي هذا النموذج أعطيت كل من الفائدة المدركة وسهولة الاستخدام المدركة أهمية كبرى كعناصر أساسية يجب اختبارها عند البحث في تقبل تقنية معينة إذ اعتبرت محددات لسلوك المستخدم (Davis, 1989)، أو شروط أساسية مسبقة لتقبل التقانة لا يمكن الاستغناء عنها (Lu, Wai Lai, & Liu, 2019).

كما كان المتغير الأكثر تنوعاً واختلافاً في الدراسات التابعة للنموذج هو المتغير التابع، إذ كما ذكرنا يوفر نموذج تقبل التقانة مرونة في اختيار المتغيرات ونلاحظ أن أكثر المتغيرات التابعة تكرر: النية السلوكية أو نية الاستخدام المستمر أو المواقف أو الاستخدام الفعلي أو استخدام أكثر من متغير من هذه المتغيرات.

والتركيز الأكبر كان على متغير النية السلوكية للاستخدام كسابقة للاستخدام الفعلي، وأكدت ان النية السلوكية تساعد في التنبؤ بسلوك الاستخدام (Chen & Cheng, 2009).

ولكن لا يمكن إغفال أن النية قابلة للتغير في الفترة ما بين وقت قياسها، والأداء السلوكي المرافق لها (DAVIS, BAGOZZI, & WARSHAW, 1989, p. 997) ؛ لذلك كان من الأجدر أن نتناول الاستخدام

الفعلي كمتغير تابع، والتركيز على المستخدمين الفعليين فقط دون المستخدمين المحتملين.

عملاً بفكرة دمج متغيرات جديدة مع النموذج على اعتبارها محددات (وهي ما تم اقتراحه من قبل الباحثين في النموذج بإضافة متغيرات تعتبر محددات لكل من سهولة الاستخدام المدركة والفائدة المدركة كل منها على حدى) (Venkatesh & Davis, 2000)، وبالإطلاع على النماذج التي تناولت أنظمة المعلومات والتقنيات الجديدة ظهر لدينا ما يلي:

أولاً: ظهرت نقاط مشتركة بين نموذج تقبل التقنية ونموذج نجاح النظام المعلوماتي، حيث ستركز هذه الدراسة على اختبار مجموعة متغيرات ذات صلة بالوسيط التقني.

بناءً على ما سبق وبعد الإطلاع على الدراسات السابقة كان لإضافة جودة المعلومات وجودة النظام أهمية كبرى في هذا البحث الذي سيركز على الوسيط التقني (منصة الطلب والتوصيل).

نذكر باقتراح الدراسات السابقة بإضافة متغيرات أخرى لتحقيق فهم أكبر لقبول التقنية واستخدامها، بناءً عليه وبالإطلاع على الدراسات والأبحاث اقترحت الباحثة، إضافة كل من التفاعلية المدركة، وتصميم واجهة المستخدم إلى النموذج المقترح لإعطاء فهم أكبر حول تقبل الخدمات التي تقدمها منصة الطلب والتوصيل، ولتكون بذلك إضافة على النموذج، حيث:

ثانياً: أكدت دراسة (Lee & Lee, 2019) أن التفاعلية واحدة من المتغيرات الأساسية لتوسيع نموذج تقبل التقنية.

كما أن تناول التفاعلية في المستوى الإدراكي يمكننا من فهم ردود الفعل السلوكية والعاطفية (Liu, 2003) ، ونشير إلى مصطلح التفاعلية المدركة الذي ظهر في الدراسات النفسية أولاً (Song & Zinkhan, 2008)، وتبعاً لأن هذا البحث من الأبحاث السلوكية من البديهي أن يستمد الكثير من علم النفس سيتم اعتماد مصطلح "التفاعلية المدركة" في بحثنا هذا.

وعند الاطلاع على الدراسات التي أضافت التفاعلية كواحدة من محددات قبول التقنية نلاحظ أنها تمت دراستها إلى جانب الفائدة، وسهولة الاستخدام المدركة على أنها تؤثر جميعها في النية السلوكية للاستخدام حيث اعتبرت أن الفائدة وسهولة الاستخدام في سياق التجارة الإلكترونية غير كافية لذلك يتوجب إضافة متغيرات أخرى لفهم النية السلوكية (Suresh & Latha, 2019).

كما تم تناول التفاعلية المدركة كمتغير خارجي يؤثر في كل من سهولة الاستخدام المدركة، والفائدة المدركة التي تؤثر بدورها في المواقف والتي تؤثر أخيراً في النية للاستخدام (WU & SHANG, 2019) و (Marzuki, Rosly, Roslan, Abdullah, Kamal, & Azmi, 2016).

ثالثاً: إن واحدة من أهم المتغيرات الخارجية التي أكد الباحثين على أهميتها عند اختبار نموذج تقبل التقنية ؛ هي خصائص النظام الفنية وعند اختبارها يختبر أثرها المباشر على الفائدة المدركة، وغير المباشر عبر سهولة الاستخدام المدركة، كما أكد الباحثين أنه من ضمن استراتيجيات زيادة سهولة الاستخدام توفير واجهة مستخدم محسنة (DAVIS, BAGOZZI, & WARSHAW, 1989).

واعتبرت واجهة المستخدم سابقة أساسية لقبول التقنية واستخدامها (Cho, Cheng, & Lai, 2009, p. 216)، ونظراً لأن التصميم لواجهة المستخدم هو أول ما يلفت انتباه المستخدم، وهو محط اهتمام للباحث التسويقي المعني بفهم الشريحة المقصودة فهو ما ستركز عليه الباحثة.

للتنويه: في بعض الدراسات استخدم الباحثين من حيث المصطلح واجهة العميل، وأشاروا أنها لتمييز دراسات التجارة والتسويق الإلكتروني عن بقية الدراسات (Kim, 1999, p. 214).

ولكن في غالبية الدراسات التي اختبرت هذا المتغير مع نموذج تقبل التقنية استخدمت واجهة المستخدم، لهذا السبب سنعتمد في هذا البحث (Cho, Cheng, & Lai, 2009)، و (Cho, Cheng, & Hung, 2009)، و (Yalcin & Kutlu, 2019)، و (Tsai, Chang, Chen, & Chang, 2017)، و (Liu, Chen, Sun, و Wible, & Kuo, 2010).

رابعاً: ظهر أثناء إجراء المقابلات والتحليل النوعي لها ضرورة إضافة متغير الثقة لهذا البحث، وتحديدًا ظهر أثر جودة المعلومات وجودة النظام فيها كوسيط مهم، وعند العودة للدراسات السابقة ظهر ما يدعم إضافتها (Wang & Lin, 2016).

أخيراً إن قلة الدراسات العربية السابقة في هذا الميدان وضمن سياق نموذج تقبل التقنية تحديداً أظهر فجوة بحثية لا يمكن إهمالها.

٢، ١ مصطلحات البحث:

الفائدة المدركة: درجة اعتقاد الشخص بأن استخدامه لنظام معين يعزز أدائه الوظيفي (Davis, 1989, p. 320).

سهولة الاستخدام المدركة: درجة اعتقاد الشخص بأن استخدامه لنظام معين سوف يكون خالياً من الجهد بشكليه البدني والعقلي (Davis, 1989, p. 320).

الثقة: عرفت الثقة من خلال معتقدات الفرد حول ثلاثة نقاط رئيسية وهي: القدرة، والأمانة والإحسان (Gefen, Karahanna , & . Straub , 2003, p. 55).

جودة النظام: انعكاس لخصائص النظام نفسه مثل مرونة وتكامل النظام وزمن الاستجابة، وسهولة الاستخدام والتعلم فضلاً عن الفوائد المتحققة (رومي و صلاح، ٢٠١٢، صفحة ١٣٩).

جودة المعلومات: القدرة على تقديم المعلومات التي تعود بالنفع على المستخدمين من حيث الدقة والاكتمال والحدثة (Preciado-Ortiz, 2021).

التفاعلية المدركة: درجة السماحية التي يقدمها نظام الاتصال لمستخدم نهائي ، أو العديد من المستخدمين للتواصل مع مستخدمين آخرين أو أجهزة الاتصال كمرسلين أو متلقين، وإن هذا التواصل قد يكون إما في الوقت الفعلي، أو للتخزين وإعادة التوجيه (البريد الإلكتروني)، أو لطلب المعلومات (Fortin & Dholakia, 2005, p. 388).

تصميم واجهة المستخدم: وتشير إلى المظهر المرئي للنظام، والذي يتضمن ترتيب المحتويات من حيث التخطيط والألوان وأحجام الخطوط والأزرار والأيقونات (Tsai, Chang, Chen, & Chang, 2017, pp. 6-7).

الاستخدام الفعلي: هو تكرار الاستخدام (عدد مرات الاستخدام)، ومقدار الاستخدام (عدد ساعات الاستخدام في الأسبوع) لنظام معلومات معين (Davis, 1985, p. 94).

٣،١ تساؤلات البحث:

انطلاقاً من اعتبار المشكلة البحثية جملة تساؤلات عن العلاقة بين متغيرين أو أكثر، وأن الجواب على هذه التساؤلات هو الغرض من البحث العلمي (الدويري، ٢٠٠٠، صفحة ١٠٧)، سنقوم بإدراج مجموعة تساؤلات منبثقة من التساؤل الرئيسي للمشكلة على النحو التالي:

التساؤل الرئيسي: ما هي العوامل المؤثرة في الاستخدام الفعلي لخدمات المنصات الإلكترونية؟

ينبثق من التساؤل الرئيسي للبحث مجموعة من التساؤلات الفرعية هي كما يلي:

١. ما هو أثر سهولة الاستخدام المدركة في الاستخدام الفعلي لخدمات المنصات الإلكترونية؟

٢. ما هو أثر الفائدة المدركة في الاستخدام الفعلي لخدمات المنصات الإلكترونية؟

٣. ما هو أثر الثقة في الاستخدام الفعلي لخدمات المنصات الإلكترونية؟

٤. ما هو الأثر المباشر وغير المباشر (المتضمن وساطة كل من سهولة الاستخدام المدركة والفائدة

المدركة والثقة كل منها على مدى) لجودة المعلومات في الاستخدام الفعلي لخدمات المنصات

الإلكترونية؟

٥. ما هو الأثر المباشر وغير المباشر (المتضمن وساطة كل من سهولة الاستخدام المدركة والفائدة

المدركة والثقة كل منها على مدى) جودة النظام في الاستخدام الفعلي لخدمات المنصات الإلكترونية؟

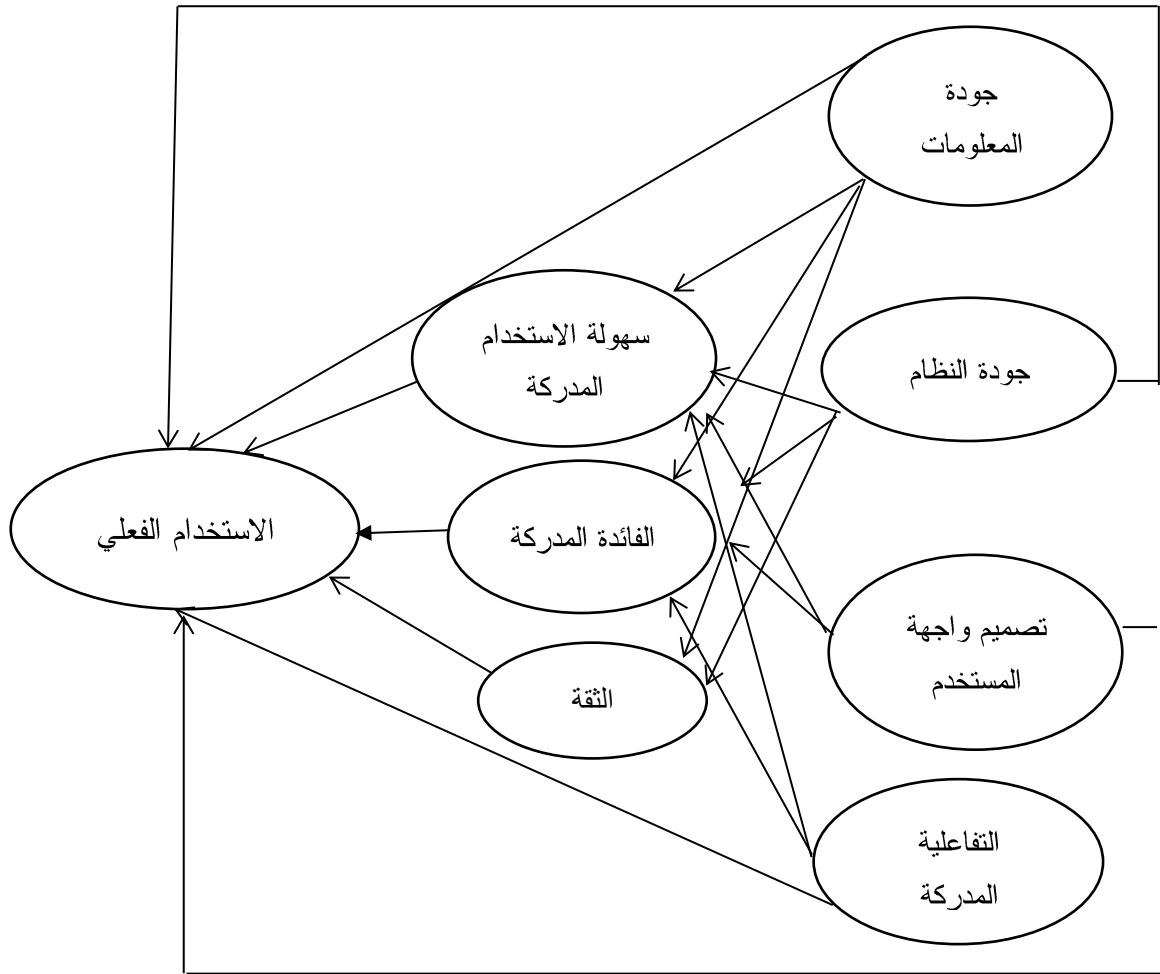
٦. ما هو الأثر المباشر وغير المباشر (المتضمن وساطة كل من سهولة الاستخدام المدركة والفائدة

المدركة كل منها على مدى) للتفاعلية المدركة في الاستخدام الفعلي لخدمات المنصات الإلكترونية؟

٧. ما هو الأثر المباشر وغير المباشر (المتضمن وساطة كل من سهولة الاستخدام المدركة والفائدة المدركة كل منها على حدى) لتصميم واجهة المستخدم في الاستخدام الفعلي لخدمات المنصات الإلكترونية؟

١,٤ النموذج المقترح للبحث:

يوضح الشكل رقم (١) نموذج البحث :



الشكل رقم (١) نموذج البحث، المصدر من إعداد الباحثة:

يتضمن نموذج البحث مجموعة المتغيرات التي سيتم اختبارها في هذا البحث حيث:

المتغير التابع: الاستخدام الفعلي.

المتغيرات الوسيطة: سهولة الاستخدام المدركة، والفائدة المدركة والثقة.

المتغيرات المستقلة: جودة المعلومات، وجودة النظام، والتفاعلية، وتصميم واجهة المستخدم.

١,٥ فرضيات البحث:

نظراً لأنّ المتغيرات التي سيتم اختبارها في هذا البحث، لم يتم جمعها كلها في دراسة واحدة، فضلاً عن أن الاختبار سيتم بالعودة إلى نظريتين بشكل رئيسي؛ نظرية السلوك المخطط العائدة لنظرية الفعل المبرر، ونظرية شانون وويفر في الاتصال، ولكن لم تكن الدراسات السابقة كافية لإعداد الفرضيات تحديداً أن الغالبية العظمى استخدمت النية السلوكية كمتغير تابع؛ بناءً عليه سيتم وضع مجموعة من المقترحات للاختبار ستعامل معاملة الفرضية وتختبر على النحو الذي تختبر فيه الفرضية.

ومنه فإن مقترحات البحث هي على النحو التالي:

P1 :يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لسهولة الاستخدام المدركة في الاستخدام الفعلي لخدمات المنصات الإلكترونية.

P2 :يوجد أثر ذو دلالة إحصائية للفائدة المدركة في الاستخدام الفعلي لخدمات المنصات الإلكترونية.

P3 : يوجد أثر ذو دلالة إحصائية للثقة في الاستخدام الفعلي لخدمات المنصات الإلكترونية

P4 : .يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لجودة المعلومات في الاستخدام الفعلي لخدمات المنصات الإلكترونية.

P5 : يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لجودة المعلومات في الاستخدام الفعلي لخدمات المنصات الإلكترونية من خلال سهولة الاستخدام المدركة كمتغير وسيط.

P6 : يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لجودة المعلومات في الاستخدام الفعلي لخدمات المنصات الإلكترونية من خلال الفائدة المدركة كمتغير وسيط.

P7: يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لجودة المعلومات في الاستخدام الفعلي لخدمات المنصات الإلكترونية من خلال الثقة كمتغير وسيط.

P8 : يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لجودة النظام في الاستخدام الفعلي لخدمات المنصات الإلكترونية.

P9 : يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لجودة النظام في الاستخدام الفعلي لخدمات المنصات الإلكترونية من خلال سهولة الاستخدام المدركة كمتغير وسيط.

P10 : يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لجودة النظام في الاستخدام الفعلي لخدمات المنصات الإلكترونية من خلال الفائدة المدركة كمتغير وسيط.

P11 : يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لجودة النظام في الاستخدام الفعلي لخدمات المنصات الإلكترونية من خلال الثقة كمتغير وسيط.

P12 : يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لتصميم واجهة المستخدم في الاستخدام الفعلي لخدمات المنصات الإلكترونية.

P13 : يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لتصميم واجهة المستخدم في الاستخدام الفعلي لخدمات المنصات الإلكترونية من خلال سهولة الاستخدام المدركة كمتغير وسيط.

P14 : يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لتصميم واجهة المستخدم في الاستخدام الفعلي لخدمات المنصات الإلكترونية من خلال الفائدة المدركة كمتغير وسيط.

P15 : يوجد أثر ذو دلالة إحصائية للتفاعلية في الاستخدام الفعلي لخدمات المنصات الإلكترونية.

P16 : يوجد أثر ذو دلالة إحصائية للتفاعلية في الاستخدام الفعلي لخدمات المنصات الإلكترونية من خلال سهولة الاستخدام المدركة كمتغير وسيط.

P17 : يوجد أثر ذو دلالة إحصائية للتفاعلية المدركة في الاستخدام الفعلي لخدمات المنصات الإلكترونية من خلال الفائدة المدركة كمتغير وسيط.

١,٦ أهداف البحث:

يندرج هذا البحث تحت هدف عام يتضمن شقين: الأول وصفي والثاني تفسيري حيث تسعى الباحثة بشكل أساسي؛ لاختبار نموذج يمكنها من وصف وتفسير لمجموعة من العوامل المؤثرة في الاستخدام الفعلي لخدمات المنصات الإلكترونية بالتركيز على الجانبين الاتصالي والسلوكي، تحديداً لفهم وتفسير العلاقة بين التقنية نفسها والمستخدم النهائي لها.

وبشكل أكثر تفصيلاً نذكر مجموعة الأهداف التي تدرج ضمن الهدف العام وفق ما يلي:

١- عملاً بأدبيات نموذج تقبل التقنية لا بدّ من التحقق من أثر سهولة الاستخدام المدركة في الاستخدام الفعلي لخدمات المنصات الإلكترونية.

٢- للسبب السابق نفسه: التحقق من أثر الفائدة المدركة في الاستخدام الفعلي لخدمات المنصات الإلكترونية.

٣- التحقق من أثر الثقة في الاستخدام الفعلي لخدمات المنصات الإلكترونية.

٤- التحقق من أثر جودة المعلومات في الاستخدام الفعلي لخدمات المنصات الإلكترونية، وغير المباشر لجودة المعلومات في الاستخدام الفعلي لخدمات المنصات الإلكترونية ذلك عبر وساطة كل من سهولة الاستخدام المدركة، والفائدة المدركة، والثقة.

٥- التحقق من أثر جودة النظام في الاستخدام الفعلي لخدمات المنصات الإلكترونية، وغير المباشر لجودة النظام في الاستخدام الفعلي لخدمات المنصات الإلكترونية ذلك عبر وساطة كل من سهولة الاستخدام المدركة، والفائدة المدركة، والثقة.

٦- التحقق من أثر التفاعلية المدركة في الاستخدام الفعلي لخدمات المنصات الإلكترونية، والتحقق من أثر التفاعلية المدركة غير المباشر في الاستخدام الفعلي لخدمات المنصات الإلكترونية ذلك عبر توسط كل من سهولة الاستخدام المدركة والفائدة المدركة.

٧- التحقق من الأثر المباشر لتصميم واجهة المستخدم في الاستخدام الفعلي؛ لخدمات المنصات الإلكترونية، والتحقق من أثره غير المباشر في الاستخدام الفعلي لخدمات المنصات الإلكترونية ذلك عبر توسط كل من سهولة الاستخدام المدركة والفائدة المدركة.

١,٧ أهمية البحث:

تقسم أهمية البحث إلى أهمية علمية (النظرية)، وأهمية عملية (التطبيقية).

• الأهمية العلمية:

١- البحث في موضوع بحث يوجد قلة قليلة من الدراسات العربية السابقة، وميدان بحث يوجد قلة قليلة من الدراسات العربية التي تطرقت له.

٢- التعرف على مجموعة من العوامل المؤثرة في الاستخدام الفعلي لخدمات المنصات الإلكترونية من خلال اختبار مجموعة من العوامل اتصالية، وأخرى سلوكية (جودة النظام وجودة المعلومات والتفاعلية المدركة وتصميم واجهة المستخدم والفائدة المدركة وسهولة الاستخدام المدركة والثقة) لم يسبق دمجها جميعاً معاً في دراسة واحدة.

٣- تجنب مجموعة الانتقادات التي طالت النية السلوكية للاستخدام على اعتبار أن النية لا تعني القيام بالسلوك، وتجنب الانتقادات التي طالت الاستخدام واعتبرته غامضاً ويجب تحديد طبيعته، ذلك من خلال تحديد الاستخدام الفعلي كمتغير تابع، وهو ما فرض القيام ببناء فرضيات.

٤- تجنب مجموعة الانتقادات التي طالت الباحثين المستخدمين لنموذج تقبل النقانة بكثرة استخدام التحليل الكمي والتركيز على استخدام استراتيجية المسح واستخدام الاستبانة لجمع البيانات؛ ذلك من خلال اعتماد البحث المختلط (من خلال البدء في التحليل النوعي لبناء المقترحات ثم التحليل الكمي لها لاختبارها) واستراتيجية دراسة الحالة الواحدة بما يمكن الباحث من الحصول على أكبر قدر من المعلومات حول الظاهرة موضع الدراسة.

• الأهمية العملية:

١- يعتبر هذا البحث بمثابة تغذية راجعة يمكن لمنصة بي أوردر الاستفادة من نتائجها في تطوير خدماتها الإلكترونية ذلك من خلال الاطلاع على نتائج هذه الدراسة من خلال ما أدلاه المبحوثين في الأداة الأولى والنسب المئوية في الأداة الثانية.

٢- يمكن الاستفادة أيضاً من نتائج هذا البحث من قبل باقي المنصات في سورية من خلال فهم سلوك المستخدمين وعلى ماذا يتوقف استخدامهم الفعلي من خلال الاطلاع على النسب المئوية لإجابات المبحوثين على كل عبارة من عبارات الاستبانة.

٣- كما يمكن للمهتمين بإقامة استثمارات ضمن سياق المنصات الإلكترونية أو التجارة الإلكترونية بالعموم الاستفادة من نتائج هذا البحث.

٨,١ مبررات البحث:

(١) مما لا شك فيه أن جائحة كورونا، وتداعيات التباعد الاجتماعي كان لها دور كبير في زيادة شعبية المنصات الإلكترونية، وعلى الصعيد المحلي ظهرت بوابر كثيرة هدفت لتقديم الخدمات بشكل إلكتروني سواء على شكل منصات إلكترونية، أو مواقع ويب، أو حتى على مواقع التواصل الاجتماعي، فكان لابد من البحث في استخدام المستهلك السوري لواحدة من هذه المنصات التي تقدم خدماتها عن طريق الانترنت.

(٢) أيضاً يعتبر نموذج تقبل التقنية من أكثر النماذج مرونة حيث يسمح بإضافة متغيرات تتناسب مع حالات مختلفة وهذا هو سبب اختياره.

(٣) أما عن اختيار بي أوردر فكان بعد ملاحظة الباحثة لانتقال خدمات المنصة للعديد من المحافظات السورية؛ حيث اعتبرته مؤشراً لظهور وقبول العديد من الخدمات عبر المنصات الإلكترونية.

٩,١ الدراسات السابقة:

سنستعرض في الجدول رقم (١) الدراسات السابقة التي تناولت نموذج تقبل التقنية مع متغيري جودة النظام وجودة المعلومات من نموذج نجاح النظام المعلوماتي، فضلاً عن الدراسات التي أضافت التفاعلية، والتي أضافت تصميم واجهة المستخدم:

الرقم	الدراسة	الهدف	المتغيرات المستقلة	المتغيرات الوسيطة والمعدلة	المتغير التابع	أهم النتائج	مكان الدراسة	عينة الدراسة
الدراسات التي تناولت TAM ضمن ميدان الخدمات الإلكترونية وطلب وتوصيل الطعام								
١	Feather man & Fuller, 2002)	التعرف على الأثر المعدل لتصورات المخاطر المحيطة بالخدمات الإلكترونية على نموذج تقبل التقنية	كل من الفائدة المدركة، وسهولة الاستخدام المدركة، والمعيار الشخصي	لمخاطر المدركة كمتغير معدل.	نية التبنّي	اختبر أثر المخاطر المدركة في أنه مؤثر رئيسي (خففت بشكل عام مستويات باقي المتغيرات)، وعلى أنه متغير لتجزئة العينة (لم تكن مؤشر مهم للفائدة المدركة)، وكمتغير معدل (مع ازدياد المخاطر المدركة تضعف العلاقة بين سهولة الاستخدام والفائدة المدركة)	الولايات المتحدة الأمريكية	٢٧٤ من طلاب الأعمال من جامعتين
٢	(Alagoz & Hekimo glu, 2012)	التحقيق التجريبي في العوامل التي تؤثر على مواقف طلاب الجامعة نحو طلب الطعام عبر الانترنت	سهولة الاستخدام المدركة، والفائدة المدركة، والابتكار، والثقة، والتأثير الخارجي.		المواقف اتجاه طلب الطعام عبر الانترنت	دعمت نتائج التحليل جميع الفرضيات، وان جميع المتغيرات المستقلة ذات دلالة وغير مرتبطة	تركيا	٢٣١ طلاب الجامعات

الرقم	الدراسة	الهدف	المتغيرات المستقلة	المتغيرات الوسيطة والمعدلة	المتغير التابع	أهم النتائج	مكان الدراسة	عينة الدراسة
٣	(Türkes, Stancioiu, Baltescu, & Marinescu, 2021)	تقييم أثر الابتكارات المرنة في الموقف والنية لاستخدام منصات طلب وتوصيل الطعام وفقا لكل من سهولة الاستخدام والمنفعة المدركة	الابتكارات الاجتماعية، وابتكار استراتيجية العمل، والابتكارات التكنولوجية، والابتكارات المرنة، كمتغيرات مستقلة الفائدة المدركة، وسهولة الاستخدام المدركة	الموقف اتجاه الاستخدام	نية الاستخدام	للمتغيرات الأربعة أثر إيجابي في النية السلوكية والموقف اتجاه استخدام منصات طلب وتوصيل الطعام، كان للابتكارات الاستراتيجية الأثر الأعظم تليها التكنولوجية	رومانيا	٤٠٢ من مديري المطاعم

الرقم	الدراسة	الهدف	المتغيرات المستقلة	المتغيرات الوسيطة والمعدلة	المتغير التابع	أهم النتائج	مكان الدراسة	عينة الدراسة
١	(Chen & Tsai, 2017)	فهم كيفية تصميم وتطوير تطبيق سياحي للتخطيط للسفر كنظام توصية شخصية بحيث يكون جذاب للمستخدم، من خلال البحث في نية الاستخدام.	جودة النظام وجودة المعلومات والراحة المدركة.	كل من الفائدة المدركة وسهولة الاستخدام المدركة كمتغيرات وسيطة	نية الاستخدام	سهولة الاستخدام والفائدة وجودة المعلومات تؤثر بشكل كبير على نية الاستخدام، ولجودة النظام أثر إيجابي في الفائدة المدركة، وكل من جودة النظام وجودة المعلومات لها أثر إيجابي في سهولة الاستخدام المدركة، وهي التي تملك الأثر الأكبر في النية للاستخدام.	تايوان	١٧٦ من المستخدمين
٢	(Alshuri deh, et al., 2021)	إضافة نموذج توسعي عن TAM الأصلي بإضافة أربعة متغيرات	جودة النظام وجودة المعلومات، وجودة المحتوى وجودة الخدمة.	الفائدة المدركة وسهولة الاستخدام المدركة كمتغيرات وسيطة	نية الاستخدام	العامل الأكثر أثر في نية الاستخدام هو جودة النظام، كما أن لجودة المعلومات دور أساس في كل من الفائدة المدركة وسهولة الاستخدام المدركة	منصات الامتحان الإمارات العربية المتحدة	

الرقم	الدراسة	الهدف	المتغيرات المستقلة	المتغيرات الوسيطة والمعدلة	المتغير التابع	أهم النتائج	مكان الدراسة	عينة الدراسة
٣	(Al-Momani, 2017)	وضع توسع لنموذج TAM والتحقق من علاقة المتغيرات المقترحة بكل من النية السلوكية للاستخدام والاستخدام الفعلي.	سهولة الاستخدام المدركة، والفائدة المدركة، وجود النظام، المعلومات، والتأثير الاجتماعي المدرك	النية السلوكية للاستخدام كمتغير وسيط.	الاستخدام الفعلي	لكل من جودة المعلومات والفائدة المدركة وسهولة الاستخدام المدركة والتأثير الاجتماعي أثر إيجابي في الاستخدام الفعلي في حين لا يوجد هذا الأثر لجودة النظام في الاستخدام الفعلي	الأردن	٣٤١
٤	(Al-Rahmi, et al., 2021)	استكشاف النية السلوكية والاستخدام الفعلي لدى الطلاب واستخدامهم الفعلي لوسائل التواصل الاجتماعي في دراساتهم العليا	الفائدة المدركة وسهولة الاستخدام المدركة جودة النظام وجود المعلومات وملاءمة التكنولوجيا	النية السلوكية للاستخدام والاستخدام الفعلي ورضا الطلبة	الأداء الأكاديمي للطلبة	يوجد أثر لكل من جودة النظام وجودة المعلومات والفائدة المدركة وسهولة الاستخدام المدركة في الاستخدام الفعلي لمنصات التعلم، كما تدعم هذه الدراسة الارتباط بين نموذجي تقبل التقنية ونجاح النظام المعلوماتي.	ماليزيا	١٢٠٠ طالب من أربعة جامعات عامة

الدراسات التي أضافت التفاعلية على TAM مع جودة النظام وجودة المعلومات

الرقم	الدراسة	الهدف	المتغيرات المستقلة	المتغيرات الوسيطة والمعدلة	المتغير التابع	أهم النتائج	مكان الدراسة	عينة الدراسة
١	(Yalcin & Kutlu, 2019)	اختبار لقبول الطلاب ونيتهم لاستخدام نظم إدارة التعلم ونية الاستخدام عبر اختبار نموذج موسع TAM .	العرف الاجتماعي وتصميم واجهة المستخدم، والكفاءة الذاتية لاستخدام الحاسوب.	الفائدة المدركة وسهولة الاستخدام المدركة.	الاستخدام الفعلي	إن تصميم واجهة المستخدم متغير مهم وله أثر في كل من الفائدة المدركة وسهولة الاستخدام المدركة.	تركيا	٢٨٢ من طلاب جامعتين
٢	(Cho, Cheng, & Lai, 2009)	التركيز على دراسة الإدراك العام لتصميم واجهة المستخدم، وأثره في نية استمرارية الاستخدام لأدوات التعلم الإلكتروني الذاتية.	الوظائف المدركة، دعم النظام المدرك، وتصميم واجهة المستخدم المدرك.	كل من الفائدة المدركة وسهولة الاستخدام المدركة ورضا المستخدم.	نية استمرارية الاستخدام	إن لتصميم واجهة المستخدم دور مهم للغاية في استمرار الاستخدام، كما وجد أنها تؤثر بشكل كبير على دعم النظام المدرك والوظائف المدركة التي تؤثر بدورها بكل من سهولة الاستخدام والفائدة المدركة.	هونغ كونغ	١٠٠ من طلاب الجامعة المستخدمين لأدوات التعلم

الرقم	الدراسة	الهدف	المتغيرات المستقلة	المتغيرات الوسيطة والمعدلة	المتغير التابع	أهم النتائج	مكان الدراسة	عينة الدراسة
٣	(Ho & Yang, 2015)	تحليل نية المستخدمين التايوانيين لاستخدام منصة بث الفيديو المباشر، وفهم العوامل المؤثر في نية الاستخدام، وتحديد أكثر العوامل تأثيراً.	تصميم واجهة المستخدم، والمرح المدرك، كمتغيرات مستقلة.	الفائدة المدركة وسهولة الاستخدام المدركة، والتفاعل المدرك كمتغيرات وسيطة.	نية الاستخدام	العامل الأكثر تأثيراً هو الموقف، وأن تصميم واجهة المستخدم يؤثر مباشرة على سهولة الاستخدام المدركة، والتي تؤثر بدورها بالفائدة المدركة.	تايوان	٢٨٠ مستخدم لمنصة بث الفيديو
٤	(Mouakk et & Bettaye b, 2015)	فهم العوامل المهمة التي تؤثر على نية استمرار المدرسين في الجامعات على استخدام أنظمة إدارة التعلم.	الخصائص التنظيمية (التدريب والدعم)، والخصائص التقنية (تصميم واجهة المستخدم)، والخصائص الفردية (الكفاءة الذاتية لاستخدام الحاسوب)	والفائدة المدركة كوسيط بالإضافة إلى الرضا.	نية استمرارية الاستخدام	أظهرت النتائج أهمية كل من الخصائص التنظيمية والخصائص التقنية المتمثلة في تصميم واجهة المستخدم، وأثرها في الفائدة المدركة.	الإمارات العربية المتحدة	١٥٨ مدرس جامعي

الرقم	الدراسة	الهدف	المتغيرات المستقلة	المتغيرات الوسيطة والمعدلة	المتغير التابع	أهم النتائج	مكان الدراسة	عينة الدراسة
٥	(Liu, Chen, Sun, Wible, & Kuo, 2010)	تقديم ارشادات لإنشاء مجتمع تعلم عبر الانترنت من خلال إضافة واختبار ثلاثة متغيرات، والتأكد من المتعلمين يشعرون ان النظام سهل الاستخدام ومفيد.	تصميم الدورة عبر الانترنت، وتصميم واجهة المستخدم، وخبرة التعلم السابقة عبر الانترنت كمتغيرات مستقلة	سهولة الاستخدام المدركة والفائدة المدركة، والتفاعل المدرك كمتغيرات وسيطة.	نية الاستخدام لمجتمع التعلم عبر الانترنت	تصميم الدورة هو العامل الأكثر أثرا في الفائدة المدركة، كما ان تصميم واجهة المستخدم هو العامل الأكثر تأثيرا في سهولة الاستخدام المدركة، كما ان أثر الفائدة المدركة في نية الاستخدام أكبر من أثر سهولة الاستخدام المدركة.	تايوان	٤٣٦ طالب في المرحلة الثانوية
الثقة مع نموذج تقبل التقنية ونموذج نجاح النظام المعلوماتي								
٢	(Hawash, Mokhtar, & Yusof, 2021)	قياس سلوكيات المستخدمين وقبولهم لنظام إدارة المخاطر المؤسسية	جودة المعلومات وجودة النظام وجودة الخدمة	الفائدة المدركة وسهولة الاستخدام المدركة والثقة المدركة (تمت دراسة أثر سهولة الاستخدام والفائدة المدركة في الثقة في هذه الدراسة)	النية السلوكية للاستخدام	دعمت النتائج تأثير العوامل الستة في نوايا الموظفين لقبول نظام إدارة المخاطر المؤسسية، ظهر أثر جودة النظام وجودة المعلومات في كل من الفائدة المدركة وسهولة الاستخدام المدركة	اليمن	٤١٥ من موظفي قطاع النفط والغاز

الرقم	الدراسة	الهدف	المتغيرات المستقلة	المتغيرات الوسيطة والمعدلة	المتغير التابع	أهم النتائج	مكان الدراسة	عينة الدراسة
١	(عبد الله، ٢٠١٨)	تقصي محددات تبني الحوسبة السحابية في شركة سيريتل للاتصالات باستخدام نموذج تقبل التقنية	الفائدة المدركة، سهولة الاستخدام المدركة، دعم الإدارة العليا، التسهيلات المتوافرة، وضوح النتائج، الأمن والخصوصية، القلق، الثقة		الاستخدام الفعلي للحوسبة	الثقة ليس لها أي تأثير في الفائدة المدركة في حين يوجد تأثير للأمن والخصوصية، أيضاً لا يوجد تأثير للثقة في سهولة الاستخدام، لا يوجد أثر للفائدة المدركة وسهولة الاستخدام والثقة في الاستخدام الفعلي للحوسبة السحابية.	دمشق- سوريا	٧٤ موظف مستخدم لخدمات الحوسبة السحابية
٢		دراسة العوامل المؤثرة في اتجاه مستخدمي الانترنت للشراء عبره بأخذ المتغيرات الديموغرافية بعين الاعتبار	الفوائد المدركة وسهولة الاستخدام المدركة والثقة كمتغيرات مستقلة	العوامل الديموغرافية كمتغير معدل		أثبتت الدراسة وجود أثر ذو دلالة معنوية لكل من الفوائد وسهولة الاستخدام المدركة والثقة في الاتجاه نحو الشراء عبر الانترنت. إلى جانب وجود فروق ذات دلالة إحصائية تبعاً لمتغير النوع الاجتماعي وعلى خلاف ذلك بالنسبة لكل من العمر والمستوى التعليمي	سوريا	١٢٠ من مستخدمي الانترنت في مدينة دمشق

التعليق على الدراسات السابقة:

- ❖ مما سبق يتبين لنا قلة الدراسات العربية ذات الصلة بموضوع وميدان الدراسة بالتالي تعتبر هذه الدراسة إضافة للدراسات العربية بشكل خاص إذ تم تناول النموذج في بعض الدراسات العربية (الخطيب و الخضر، ٢٠٢٣) و (عبد الله، ٢٠١٨) ولكن بعيداً عن هذا الميدان.
- ❖ نموذج تقبل التقنية نموذج مرن جداً يسمح بالتعديل ذلك بحذف أو بإضافة العديد من المتغيرات، واختبار علاقاتها ببقية المتغيرات وهو ما يعطي إضافات للنموذج (كل الدراسات التي تم ذكرها في الجدول استخدمت هذه الخاصية).
- ❖ كما أن نموذج تقبل التقنية ونموذج نجاح النظام المعلوماتي ارتبطوا في عدد كبير من الدراسات واختبرت العلاقات فيما بين غالبية المتغيرات ((Chen & Tsai, 2017) و (Alshurideh, et al., 2021) و (Al-Momani, 2017) و (Al-Rahmi, et al., 2021)) وغيرها الكثير من الدراسات.
- ❖ إن كل من جودة النظام وجودة المعلومات ، والتفاعلية المدركة (Abdullah, Jayaraman, Shariff, Bahari, & Nor, 2016) و (Alkali & Abu Mansor, 2017) و ((Lee & Lee, 2019) وتصميم واجهة المستخدم ((Yalcin & Kutlu, 2019) و (Cho, Cheng, & Lai, 2009) و (Ho & Yang, 2015) و (Mouakket & Bettayeb, 2015) و (Liu, Chen, Sun, Wible, & Kuo, 2010) هي متغيرات اختبرت في الأبحاث، التي استخدمت نموذج تقبل التقنية، ولكن لم يسبق جمعها في دراسة واحدة اختبرت ضمن سياق منصات الطلب والتوصيل، أو على نموذج تقبل التقنية ضمن أي ميدان آخر على حد علم الباحثة، وهي النقطة التي تعطي أصالة في هذا البحث.
- ❖ كما أن تصميم واجهة المستخدم لم يستخدم نهائياً أيضاً على حد علم الباحثة ضمن الأبحاث الخاصة في ميدان منصات طلب وتوصيل الطعام وهو إضافة أيضاً.

❖ أضف إلى ذلك متغير الثقة الذي تمت إضافته إلى النموذج بعد إجراء التحليل النوعي، وهي عنصر مهم جداً ليس فقط لهذا البحث بل في دراسات التسويق وسلوك المستهلك عموماً والإلكتروني منها خاصةً، حيث ظهر الاهتمام الملفت بهذا المتغير في نموذج تقبل النقانة عند العودة للدراسات السابقة للتأكد من ضرورة إضافته ((الخطيب و الخضر، ٢٠٢٣) و (Hawash, Mokhtar , & Yusof , 2021) و (Wang & lin, 2016) و (Gefen, Karahanna , & . Straub , 2003)).

❖ فضلاً عن أن الغالبية العظمى للدراسات التابعة للنموذج وفي هذا الميدان اهتمت بالنية السلوكية كمتغير تابع ((Featherman & Fuller, 2002) و (Türkes, Stancioiu, Baltescu, & Marinescu, 2021) و (Ran, 2021))، أو المواقف اتجاه الاستخدام (Alagoz & Hekimoglu, 2012) ونحن في هذا البحث سنستخدم متغير الاستخدام الفعلي كمتغير تابع عملاً بالصيغة الرئيسية للنموذج، وهو ما فرض أيضاً على البحث أن يكون مختلطاً ويستخدم أداتين لجمع البيانات وتحليلها كماً ونوعاً، وهي نقطة تميز هذا البحث تحديداً في ضل الانتقادات التي توجه للنموذج باعتماده التحليل الكمي في غالبية الأبحاث.

١,١٠ حدود البحث

١,١٠,١ الحدود الموضوعية:

تمثلت الحدود الموضوعية لهذا البحث في التحقق من أثر مجموعة من العوامل (جودة المعلومات، وجودة النظام وتصميم واجهة المستخدم والتفاعلية المدركة، والثقة والفائدة المدركة وسهولة الاستخدام المدركة) في الاستخدام الفعلي لخدمات المنصات الإلكترونية بأخذ منصة بي أوردر كحالة للدراسة. أضف إلى ذلك سهولة الاستخدام المدركة والفائدة المدركة كمتغيرات وسيطة كل منها على حدى لأثر تصميم واجهة المستخدم والتفاعلية المدركة في الاستخدام الفعلي لخدمات المنصات الإلكترونية. كذلك سهولة الاستخدام المدركة والفائدة المدركة والثقة كمتغيرات وسيطة كل منها على حدى لأثر جودة المعلومات وجودة النظام في الاستخدام الفعلي لخدمات المنصات الإلكترونية.

ولا يمكن إنكار وجود عوامل أخرى أيضاً تعتبر عوامل مؤثرة في الاستخدام الفعلي لخدمات المنصات الإلكترونية لم تتمكن الباحثة من دراستها تبعاً لكثرة المتغيرات في هذه الدراسة.

١,١٠,٢ الحدود الزمانية:

تتمثل الحدود الزمانية للبحث في الفترة الممتدة ما بين عامي ٢٠٢٢-٢٠٢٤م.

١,١٠,٣ الحدود المكانية:

تتمثل الحدود المكانية في أخذ المستخدمين للمنصة فقط في محافظة دمشق وعدم قدرة الباحثة على أخذ مستخدمي المنصة في بقية المحافظات السورية التي انتقلت إليها أيضاً خدمات المنصة.

١,١١ معوقات البحث:

واجهت البحث مجموعة معوقات بدأت باختيار المتغير التابع والذي فرض المزيد من الوقت للقسم النظري، وصعوبة في البحث عن الدراسات التي دمجت المتغيرات المستقلة موضع الدراسة مع المتغير التابع. ضرورة استخدام أداتين الذي فرض المزيد من الوقت والجهد في القسم العملي، إلى جانب صعوبة إجراء المقابلات على الباحثة التي استهلكت الكثير من الوقت فيما بين إجراء الاستطلاعية منها؛ ثم النهائية والتحليل وظهور متغيرات جديدة فرض العودة إلى النظري مرة أخرى.

صعوبة استخدام برنامج Nvivo المستخدم في هذا البحث للمساعدة في الترميز للبيانات النوعية.

١,١١ منهجية البحث

١,١٢,١ نوع البحث:

للبحوث العلمية أنواع وهي: البحث الكمي، والبحث النوعي، والبحث المختلط، يفرض كل بحث حسب طبيعته وطبيعة متغيراته والعلاقات فيما بينها نوع البحث، وإن هذا البحث هو بحث مختلط وهو البحث الذي يجمع بين البحث النوعي والبحث الكمي وسيتم توضيح كل منها على حدى في الفصل الثالث الذي يتضمن القسم العملي، وفيما يلي سنعطي لمحة عن البحث المختلط الذي يقع هذا البحث ضمنه:

من حيث التعريف هو: تصميم لبحث يقوم فيه الباحث بجمع، ودمج، وتحليل كلاً من البيانات الكمية، والنوعية في دراسة واحدة، أو كبرنامج استفسار متعدد المراحل (Almeida, 2018, p. 138) من أجل الحصول على الفهم الكامل للمشكلة البحثية (Ivankova & Creswell, 2009, p. 137).

كما ينظر إليه على أنه لوحة إبداعية لطرق توليد البيانات تدمج النوعية منها والكمية، وتشجع الباحثين على التفكير خارج الصندوق بحيث تقوم الأسئلة بقيادة البحث (Mason, 2006, pp. 13-14) إذ يحوي البحث المختلط على طريقة كمية واحدة على الأقل، وطريقة نوعية لجمع البيانات في دراسة واحدة (Creswell, 1999, p. 461).

نلاحظ أن الفكرة الرئيسية تكمن في كونه يجمع ما بين البحث النوعي، والبحث الكمي؛ إذ يوفر البحث المختلط ما لا يستطيع توفيره البحث الكمي أو النوعي وحده من حيث العمق والاتساع (Ivankova & Creswell, 2009, p. 136).

ولا يوفر فقط طرق جديدة لجمع البيانات وتحليلها الأهم من ذلك ما يقدمه من إمكانية لتعزيز بناء النظرية (Wu, 2012, p. 175).

يتضمن الجدول رقم (٢) ما يتناسب مع البحث المختلط من حيث: الفلسفة، والأسلوب، والاستراتيجية، وأدوات جمع البيانات:

البحوث المختلط	الفلسفة	الأسلوب	الاستراتيجية	أدوات جمع البيانات
	- الواقعية - النقدية - البراغماتية	- الاستقرائي - الاستنتاجي - الاستدلالي	- دراسة الحالة - البحث الإجمالي	- الملاحظة - المقابلة - الاستبانة - التقارير - الشفوية
	(Saunders, Lewis, & Thornhill, 2019, p. 181)	(Saunders, Lewis, & Thornhill, 2019, p. 181)	(Ivankova & Creswell, 2009, p. 136)	(Ivankova & Creswell, 2009, p. 136)

الجدول رقم (٢): البحث المختلط من حيث الفلسفة، الأسلوب، الاستراتيجية، أداة جمع البيانات

البحث المختلط هو البحث الذي يقع بحثنا ضمنه؛ بدايةً لأن واحدة من أهم الانتقادات التي وجهت للباحثين المستخدمين لنموذج تقبل التقانة هي كثرة استخدام المسح الكمي، وحتى نضمن الحصول على فهم عميق لقبول التقانة لا بدّ من اتباع النهج المختلط (Wu, 2012, p. 173)، الأهم من ذلك هو ما فرضته طبيعة علاقة المتغيرات المستقلة والوسيطية بالمتغير التابع موضع الدراسة لذلك سنعطي تفاصيل أكبر حوله.

١. خصائص البحث المختلط: (Ivankova & Creswell, 2009, pp. 138-139)

١- التوقيت: المقصود فيه تسلسل أو ترتيب جمع وتحليل البيانات الكمية، والنوعية في الدراسة (ربما يبدأ الباحث بالنوعية وينتقل بعدها للكمية، أو العكس، أو يجمع، ويحل كلاهما معاً).

٢- الترتيب: الأولوية المعطاة لنوع واحد من البيانات في الدراسة (إعطاء التركيز للبيانات الكمية مثلاً أو للنوعية أو إعطاءهم وزن متساو، يتم ذلك من خلال تحديد الهدف، وأي البيانات أكثر مركزية للدراسة، فضلاً عن الاجراءات المستخدمة للتحليل وأيهما أكثر تعقيداً).

٣- الخلط أو الدمج: طريقة دمج البيانات الكمية، والنوعية خلال عملية البحث (يمكن ان يحدث الخلط في مرحلة جمع البيانات، أو تحليلها، أو تفسير النتائج، ويتم اختيار الطريقة تبعاً للهدف من الدراسة، وتصميمها، واستراتيجيات جمع البيانات، والتحليل).

⇐ بالنسبة للتوقيت: في هذا البحث سيكون على شكل تسلسلي بدايةً تحليل بيانات نوعية، ثم تحليل بيانات كمية.

⇐ بالنسبة للترتيب: إعطاء وزن متساو.

⇐ بالنسبة للاختلاط: يحدث الاختلاط أثناء تحليل البيانات النوعية لرموز، وهي التي ستستخدم عند صياغة أسئلة الاستبانة.

لا يستخدم هذا النمط في الأبحاث ذات المشكلات المعقدة فقط؛ إذ يستخدم لمواءمة تفضيلات الباحثين في المجالات متعددة الاختصاصات أيضاً، يتم ذلك من خلال أخذ نقاط القوة من كل من الطرق الكمية والنوعية معاً (Almeida, 2018, p. 138).

كما أن واحدة من أهم النقاط التي لا يمكن إغفالها أن الأبحاث المختلطة تعتبر بمثابة تحدي للباحثين المبتدئين (Ivankova & Creswell, 2009, p. 136).

٢. تصنيف الأبحاث المختلطة من حيث التوقيت:

تصنف الأبحاث المختلطة من حيث التوقيت إلى نوعين: (Almeida, 2018, p. 139)

أولاً: المتسلسلة: في هذا النوع يتمّ البحث على مرحلتين في الأولى منها تجمع بيانات إما نوعية أو كمية، وفي المرحلة الثانية تجمع بيانات من النوع الذي لم يتمّ جمعه في المرحلة الأولى.

ثانياً: المتزامنة: وفي هذا النوع تجمع البيانات من كلا النوعين في المرحلة نفسها.

⇐ يتوافق بحثنا مع المتسلسلة منها، والتي تعتبر سهلة الاستخدام ولكنها تزيد من الوقت اللازم لتطوير الدراسة بعكس المتزامنة (Almeida, 2018, p. 147).

١٢،٢،٢ فلسفة البحث:

أولى النقاط التي يتوجب على الباحث البدء في تحديدها بعد تحديد نوع البحث هي فلسفة البحث.

بالعموم ترتبط فلسفة البحث بالمعرفة: تنميتها، وطبيعتها (Saunders, Lewis, & Thornhill, 2012, p. 127)، ومن حيث المفهوم تشير فلسفة البحث إلى: منظومة من المعتقدات والافتراضات حول تنمية المعرفة (Saunders, Lewis, & Thornhill, 2019, p. 130).

إن هذه الافتراضات لا محالة هي التي تعبر عن فهم البحث من خلال الأسئلة والطرق المستخدمة وكيفية تفسير النتائج (Saunders, Lewis, & Thornhill, 2012, p. 128).

يبدأ التفكير الفلسفي من مجموعة افتراضات سواء أكان حول الإنسان أو المعرفة، ومجموعة الحقائق التي توضح كيفية فهم الباحث لمشكلة وأسئلة بحثه (Saunders, Lewis, & Thornhill, 2012, p. 128).

أسلفنا سابقاً أن الفلسفات المناسبة في الأبحاث المختلطة هي البراغمية والواقعية النقدية (Saunders, Lewis, & Thornhill, 2019, p. 181).

وفي هذا البحث قامت الباحثة باختيار الفلسفة البراغماتية Pragmatism دون غيرها من الفلسفات للعديد من الأسباب:

أولاً: واحدة من أهم النقاط في الفلسفة البراغماتية هي أن طرق التفسير متعددة، ولا توجد وجهة نظر واحدة تستطيع إعطاء صورة كاملة، وأن الحقائق نفسها تتعدد (Saunders, Lewis, & Thornhill, 2012, p. 130)

ثانياً: أنها الفلسفة التي تدعم اختيار طرق البحث التي تمكن الباحث من الإجابة على الأسئلة، تعطي الحرية في تكييف ما نحتاج من بيانات (Yin R. , 2011, p. 311)

ثالثاً: أنها الفلسفة التي تركز على المشكلة، وأهميتها، وحلّها، وتعطي الباحث الحرية في اختيار نوع البحث (النوعي، والكمي، والمختلط، والمتعدد) في سبيل الوصول إلى النتائج (Saunders, Lewis, & Thornhill, 2019, p. 145).

رابعاً: تنظر الفلسفة البراغماتية للحقيقة الحالية على أنها مؤقتة وتتغير بمرور الوقت أي أن نتائج البحث هي حقائق مؤقتة (Sekaran & Bougie, 2016, p. 29) (هذه النقطة توضح لنا العين المرنة التي ينظر من خلالها البراغماتيون)، وهي فكرة مهمة جداً تحديداً في أبحاث تواكب التطورات والتحديثات المتعلقة بشبكة الانترنت، وما يكيّفه البشر يومياً ليصبح إلكتروني، والملاحظ حالياً بشأن ثورة الذكاء الاصطناعي الذي سيغير الكثير أيضاً.

خامساً: لا يلغي البراغماتيون أهمية النظريات في أبحاثهم على الرغم من المرونة التي يتمتعون بها بل على العكس من ذلك، يرى البراغماتيون أنّ النظريات والمفاهيم هي أدوات مهمة لإيجاد طريقنا في العالم (Sekaran & Bougie, 2016, p. 29).

في بحثنا لم نقلل من شأن النظريات المستند إليها وأهميتها؛ بل على العكس قامت الباحثة بذكر النظريات المستندة إليها وحتى مراحل تطور النظرية.

وسبب اختيار الباحثة الفلسفة البراغمية دون الواقعية النقدية Critical Realism تحديداً كونها تتناسب مع الأبحاث المختلطة (بشكل عام ان الواقعية النقدية هي انتقاد حول قدرتنا على فهم العالم & Sekaran (Bougie, 2016, p. 29) تبعاً؛ لأن الواقعية النقدية تركز على التحليل التاريخي المعمق للهياكل الاجتماعية، وكيف يتغير سلوك الانسان بمرور الوقت (Saunders, Lewis, & Thornhill, 2019, p. 148) فنلاحظ بينما تنتظر البراغمية بعين الحاضر والمستقبل تنظر الواقعية النقدية للماضي. أخيراً تبعاً لفلسفة البحث يتم اختيار استراتيجية البحث وأدوات جمع البيانات، بعد تحديد أسلوب البحث (Saunders, Lewis, & Thornhill, 2019, p. 131).

١،٢،٣ أسلوب البحث:

عند تحديدنا لأسلوب البحث يجب أن نتأكد من الإجابة على سؤال مهم وهو: هل سنقوم باختبار نظرية؟ أم بناء نظرية؟ (Saunders, Lewis, & Thornhill, 2019, p. 152). للإجابة على هذا السؤال يتوجب على الباحث فهم مشكلة البحث والمتغيرات وطبيعة علاقات المتغيرات وما تمّ اختباره من علاقات في الدراسات السابقة وما لم يتمّ اختباره فهماً دقيقاً. أسلوب البحث يوضح لنا علاقة الباحث بالنظرية، وأساليب البحث هي: الأسلوب الاستقرائي، والأسلوب الاستنتاجي، والأسلوب الاستدلالي (Saunders, Lewis, & Thornhill, 2019, p. 155). وفي بحثنا الحالي ان الأسلوب المستخدم هو الأسلوب الاستدلالي الذي يجمع بين أسلوب الاستنتاج وأسلوب الاستقراء (Saunders, Lewis, & Thornhill, 2019, p. 155)، في حين يهتم الاستقراء بالاستكشاف ويقوم الاستنتاج بإعادة الاختبار يأتي الاستدلال بين الاثنين.

فبدلاً من الانتقال من النظرية إلى البيانات كما في الاستنتاج، أو الانتقال من البيانات إلى النظرية كما في الاستقراء يأتي الاستدلال (Saunders, Lewis, & Thornhill, 2012, p. 147) وهو الأسلوب الذي يجري ذهاباً وإياباً بين المواد التجريبية والأدب ويتضمن عناصر أربعة: (Rashid, Rashid, Warraich, 2019, p. 5) . Sabir, & Waseem,

(١) مواد تجريبية وهي التي تمثل الواقع.

(٢) الأدب أو النظريات الحالية.

(٣) الحالة التي تتطور تدريجياً.

(٤) الإطار التحليلي وهو نتيجة الدراسة.

وهو الأسلوب الذي يقبل النظرية الموجودة على عكس الاستقراء، كما يتمتع بمرونة كافية لاستخدام النظرية

في البحث أقل من الاستنتاجي (Rashid, Rashid, Warraich, Sabir, & Waseem, 2019, p. 4).

وتمّ اختياره تبعاً للعديد من الأسباب:

أولاً: يتناسب أسلوب الاستدلال مع الفلسفة البراغماتية وهي الفلسفة المتناسبة مع هذا البحث كما أسلفنا

(Saunders, Lewis, & Thornhill, 2019, p. 156).

ثانياً: هو أسلوب يقع بين الاستنتاج والاستقراء كما أسلفنا، وفي بحثنا هذا يوجد دراسات سابقة ذات صلة،

والنظريات محددة وواضحة ولكنها لا تكفي لفهم وتفسير علاقات المتغيرات موضع الدراسة، لذلك سيتمّ جمع

بيانات (للتحليل النوعي) لاستكشاف المشكلة وصياغة المقترحات التي ستعامل معاملة الفرضيات في الاختبار

(لاستخدامها في التحليل الكمي) (Saunders, Lewis, & Thornhill, 2019, p. 153).

ثالثاً: يطلق عليه أيضاً إعادة الانتاج (Saunders, Lewis, & Thornhill, 2019, p. 156) يمكن من خلاله

اختبار ظاهرة جديدة في الوقت الحاضر والعودة في الزمن لتحديد الآليات الأساسية التي انتجته.

رابعاً: يمكننا هذا الأسلوب من توليد نظرية، أو تعديل نظرية، أو دمج نظرية. (Saunders, Lewis, &

Thornhill, 2019, p. 153).

خامساً: هو الأسلوب المناسب عند وجود معلومات عن موضوع الدراسة في ميادين تختلف عن ميدان الباحث

بما يمكنه من تعديل النظرية (Saunders, Lewis, & Thornhill, 2012, p. 148) وهذه النقطة بالتحديد

من أهم أسباب الباحثة في اختيارها لهذا الأسلوب.

١٢,٤, استراتيجية البحث:

تتعدد استراتيجيات جمع البيانات في الأبحاث العلمية، ويتمّ تحديدها بعد تحديد نوع فلسفة البحث وأسلوبها لتكون هي الأساس لاختيار أدوات جمع البيانات.

نذكر من هذه الاستراتيجيات: المسح، والتجربة، ودارسة الحالة، والنظرية المجردة، والأجناس البشرية. من المتعارف عليه أنّ الاستراتيجية: هي خطة عمل لتحقيق هدف، وبالتالي استراتيجية البحث هي الخطة التي يضعها الباحث للإجابة على سؤال بحثه، وهي الرابط بين فلسفة البحث وطرق جمع البيانات وتحليلها (Saunders, Lewis, & Thornhill, 2019, p. 189).

الاستراتيجية التي تلائم هذا البحث هي استراتيجية دارسة الحالة وسنورد توضيحاً حولها، وحول أسباب اختيارها فيما يلي:

دراسة الحالة Case study:

من حيث التعريف تعتبر استراتيجية دارسة الحالة: استفسار تجريبي يبحث بعمق في ظاهرة معاصرة ضمن معطيات الواقع المحيطة بها، خاصة عندما تكون الحدود بين الظاهرة، ونطاقها غير واضحة (Yin R. , 2009, p. 18).

هي استراتيجية بحثية تتضمن دارسة تجريبية حول ظاهرة معاصرة معينة ضمن سياقها الواقعي باستخدام طرق متعددة لجمع البيانات (Sekaran & Bougie, 2016, p. 98).

وهي دارسة متعمقة حول موضوع معين أو ظاهرة معينة في الحياة الواقعية (Saunders, Lewis, & Thornhill, 2019, p. 196).

ترتكز في جوهرها على قرار أو مجموعة قرارات في محاولة لفهم لماذا تم اتخاذها؟، وكيف تم تنفيذها؟ وماهي النتائج التي تترتب عليها؟ (Yin R. , 2009, p. 17).

إن دراسة الحالة هي الاستراتيجية الأكثر استخداماً من قبل الباحثين المهتمين بالبحث النوعي (Rashid, Rashid, Warraich, Sabir, & Waseem, 2019, p. 1)، تكمن قوتها في الفحص العميق

لحالة معينة ضمن سياقها الواقعي (Yin R. , 2004, p. 1).

على الرغم من أن الاهتمام الأكبر يتركز على الأبحاث الكمية في ميدان إدارة الأعمال؛ ذلك تبعاً لما يزعم دعائه بالأهمية طويلة الأمد؛ إلا أن هذا البحث يقع بين الاثنين، وسيستخدم استراتيجية دراسة الحالة التي تعتبر الأكثر استخداماً في الأبحاث النوعية إلى جانب المختلطة أيضاً.

وسنوجز أسباب اختيارها دون غيرها من الاستراتيجيات البحثية: (Rashid Y. , Rashid, Warraich, Sabir, & Waseem, 2019, pp. 1-2)

١- إن الغرض الأساسي من استخدام دراسة الحالة هو الحصول على صورة واضحة من الحياة الواقعية من وجهات نظر مختلفة؛ باستخدام العديد من طرق جمع البيانات وتفسيرها وتحليلها سواء كمياً أو نوعياً (Sekaran & Bougie, 2016, p. 98).

٢- فضلاً عن إمكانية استخدام هذه الاستراتيجية للأهداف الوصفية والتفسيرية (Saunders, Lewis, & Thornhill, 2019, p. 197).

٣- وتوفر استراتيجية الحالة إمكانية لاستنتاج الفرضيات أو تطويرها (Sekaran , 2003, p. 35)؛ ذلك من خلال بناء النظرية ومن ثم اختبارها، حيث سنقوم ببناء الفرضيات في المرحلة الأولى ومن ثم اختبارها في المرحلة الثانية.

٤- كما أن ما توفره دراسة الحالة من إمكانية لاستخدام أكثر من أداة لجمع البيانات يعطيها ميزة العمق والدقة والاتساع والثراء (Rashid, Rashid, Warraich, Sabir, & Waseem, 2019, p. 6).

يجب مراعاة أنها تتطلب مهارة المحقق، وخبرته في مرحلة جمع البيانات، وتتطلب دقة في تفسيرها وتحليلها (Yin R. , 2004, p. 4).

وأخيراً استناداً إلى استراتيجية البحث يتم اختيار أدوات جمع البيانات.

١٢,٥ أدوات جمع البيانات:

بدايةً نشير إلى أن البيانات هي مجموعة قيم المتغيرات النوعية أو الكمية (Yin R. , 2016, p. 138). وأدوات جمع البيانات هي الطرق التي يستخدمها الباحث؛ للحصول على المعلومات التي يحتاجها لبحثه وتتنوع فمنها ما يناسب الأبحاث الكمية، ومنها ما يناسب الأبحاث النوعية ومنها ما يستخدم في الأبحاث المختلطة، تختلف هذه الطرق من بحث إلى آخر تبعاً لطبيعة ومتطلبات البحث. وتبعاً لأنّ الاستراتيجية هي المحدد الأساسي للأدوات، ونحن هنا في دراسة الحالة والتي تتطلب فحص ظاهرة في سياقها الواقعي باستخدام طرق متعددة؛ لجمع البيانات والتي قد توفر بيانات كمية أو نوعية أو كلاهما معاً (Saunders, Lewis, & Thornhill, 2019, p. 197) أي أننا لن نكتفي بأداة واحدة هنا. من الممكن أن تستخدم الأبحاث التي تتبع استراتيجية دراسة الحالة مزيج من الأدوات: الوثائق، والملاحظة، والمقابلة، والاستبانة، وغيرها (Saunders, Lewis, & Thornhill, 2019, p. 198). وتبعاً لأنّ بحثنا مختلط سنتناول في القسم الأول منه بيانات نوعية، وهي التي تكون على شكل كلمات، ونحصل عليها من خلال المقابلات أو الاستبيانات المفتوحة أو الملاحظة (Sekaran & Bougie, 2016, p. 2) ذلك بهدف صياغة مقترحات البحث التي ستعامل معاملة الفرضيات عند اختبارها في الأداة الثانية وهي الاستبانة.

١٢,٦ مجتمع البحث:

من حيث المفهوم يشير مجتمع البحث إلى: المجموعة الكاملة من الأشخاص الواقعيين ضمن نطاق اهتمام الباحث للتحقق منهم حول موضوع البحث (Sekaran , 2003, p. 265) أو باختصار: كل الأفراد المراد دراستهم (الضامن، ٢٠٠٧، صفحة ١٦٠).

كم ذكرنا سابقاً أنّ الهدف من هذا البحث هو التحقق من أثر مجموعة من العوامل في الاستخدام الفعلي لخدمات المنصات الإلكترونية، ومن المعروف أنّ هناك عدداً كبيراً من المنصات على الصعيد المحلي وفي ميادين مختلفة، ولكن تبعاً لأنّ السلع الأكثر استهلاكاً هي السلع الغذائية؛ وجهت الباحثة نظرها نحو منصات

طلب وتوصيل الطعام كونها الخدمات الأكثر قابلية للاستخدام، طبعاً فيما بعد تم إضافة المزيد من الخدمات إلى جانب الأطعمة في منصة بي أوردر.

واختارت الباحثة دراسة الحالة الواحدة فقط ليكون الفهم معمق أكثر، ولتجنب المقارنات واختارت منصة بي أوردر تحديداً بعد ملاحظة انتقال خدمات المنصة لمحافظات عدة.

بناءً على ما سبق فإن المجتمع المستهدف في هذا البحث، هو المستخدمون لخدمات منصة بي أوردر.

١,٢,٧ عينة البحث:

بدايةً يمكن تصنيف الأبحاث الإحصائية من حيث الشمول إلى: أولاً: بحث الحصر الشامل والتي تستخدم عند عدم معرفة الباحث؛ لمفردات مجتمع البحث بحيث لا يتمكن من اختيار عينة تمثل مجتمع الدراسة، ثانياً: بحث العينات وهي المستخدمة في حال امتلاك الباحث لمعلومات عن مجتمع الدراسة، أو في حالة تعذر استخدام الحصر الشامل (العزاوي، ٢٠٠٨، صفحة ١٦٢).

إن عينة البحث هي: مجموعة فرعية من مجتمع البحث (Sekaran , 2003, p. 266) وهنا هي تحديداً المستخدمين لمنصة بي أوردر في محافظة دمشق ذلك تبعاً لأسبقية تواجد خدماتها في دمشق. وغالباً ما يتم الاعتراف بأنه من الصعوبة أن يتم وضع قواعد تحدد حجم العينة في الأبحاث النوعية (Yin R. 2016, p. 98) , وغالباً ما تكون العينة في الأبحاث النوعية أصغر من الكمية ذلك تبعاً لأنها غالباً ما تهتم في الفهم المعمق لظاهرة معينة كما ذكرنا.

ولكن تبعاً لأنّ البحث مختلط قسم منه نوعي والآخر كمي سنتناول كل منها على حدى:

في الأبحاث النوعية والتي تستخدم دراسة الحالة كاستراتيجية بحث، والمقابلات كأداة لجمع البيانات عادةً نستخدم عينات غير احتمالية (Saunders, Lewis, & Thornhill, 2019, p. 315).

بناءً عليه يمكن تصنيف العينة التي سنستخدمها في المقابلات على أنها عينة غير احتمالية، وما يقصد بها هو أنّها عينة يتم اختيارها بشكل غير عشوائي إذ يتم استثناء بعض عناصر الدراسة من الظهور للعديد من الأسباب منها كبر حجم مفردات مجتمع الدراسة ، أو صعوبة الوصول إلى هذه المفردات (دويدري، ٢٠٠٠،

صفحة ٣١٠)، مما يجعل إمكانية تعميم النتائج تضعف ولكن بنفس الوقت تتيح للباحث الحصول على معلومات جوهرية عن المجتمع الذي يهتم به الباحث (سيكاران، ٢٠٠٦، صفحة ٣٩٥).

وكنوع دقيق ضمن العينات غير الاحتمالية؛ فإنّ العينة الملائمة لهذا البحث هي عينة الصدفة أو العينة الملائمة، والمقصود بها إعطاء عناصر المجتمع الحرية في المشاركة في البحث ويتم اختيارهم من بين أول مجموعة يصادفها الباحث بشرط أن يكونوا ممثلين لمجتمع الدراسة (دويدري، ٢٠٠٠، صفحة ٣١٤)، يرافقها مقولة " خذهم أينما تجدهم " (الضامن، ٢٠٠٧، صفحة ١٧١)، وإن العينة لهذا البحث هي المستخدمين لخدمات منصة بي أوردر ضمن محافظة دمشق لأسبقية تواجد الخدمات في المحافظة.

بالنسبة لحجم العينة للأداة الأولى: لا يوجد ضوابطاً أو قواعداً محددة، ولكن يقترح باحثون أن يكون حجم العينة ما بين ١٥-٦٠ في العينات غير الاحتمالية (Saunders, Lewis, & Thornhill, 2019, p. 317). غالباً يتم التوقف عند الوصول إلى حد الإشباع (التشبع) من البيانات، أو عدم الحصول على حالات أخرى جديدة (Saunders, Lewis, & Thornhill, 2019, p. 323)، أو عدم الوصول إلى معلومات جديدة تثري البحث، أو حتى عند حدوث تكرار في المعلومات (Braun & Clarke, 2022, p. 12).

أما بالنسبة للأداة الثانية وهي الاستبانة التي تم توزيعها بشكل إلكتروني ليسهل الوصول إلى أكبر عدد من المستخدمين لمنصة بي أوردر ضمن محافظة دمشق: فإننا لتحديد حجم العينة نأخذ بعين الاعتبار أن حجم العينة الذي يتراوح بين ٣٠-٥٠ مفردة هو حجم ملائم لمعظم البحوث (دويدري، ٢٠٠٠، صفحة ٣٠٨)، كما أن حجم العينة الملائم لمجتمع كبير هو ٣٨٤ مفردة (الضامن، ٢٠٠٧، صفحة ١٦٥).

خاتمة الفصل:

استعرضنا في الفصل الأول من هذا البحث؛ الإطار المنهجي ذلك بتوضيح كل من خلفية البحث، ومصطلحات، وأهمية وأهداف، وتساؤلات البحث، وأهم الدراسات السابقة، فضلاً عن النموذج المقترح للبحث إلى جانب المقترحات أو الفرضيات المقترحة، سنتابع في الفصل الثاني بالقسم النظري لتوضيح النظريات والمتغيرات وعلاقات المتغيرات ببعضها البعض.

٢. الفصل الثاني: القسم النظري

- | | |
|-----|--|
| ١,٢ | المبحث الأول: نموذج تقبل التقنية |
| ٢,٢ | المبحث الثاني: نموذج نجاح النظام المعلوماتي |
| ٣,٢ | المبحث الثالث: التفاعلية وتصميم واجهة المستخدم |
| ٤,٢ | المبحث الرابع: الربط بين المتغيرات |
| ٥,٢ | المبحث الخامس: خدمات المنصات الإلكترونية |

٢,١ المبحث الأول: نموذج تقبل التقنية

٢,١,١ نظرية الفعل المنطقي

٢,١,٢ نظرية السلوك المخطط

٢,١,٣ نموذج تقبل التقنية

٢,١,٤ تطور نموذج تقبل التقنية

٢,١,٥ الاستخدام الفعلي

٢,١,٦ سهولة الاستخدام المدركة

٢,١,٧ الفائدة المدركة

تمهيد:

سنناول في هذا المبحث الأدب النظري في نموذج قبول النقانة، إذ يعتبر واحداً من أهم النماذج المعتمدة في الكثير من الدراسات العربية؛ منها والأجنبية لشرح وتفسير قبول المستخدمين لوسيلة تقنية معينة، وحتى في التنبؤ بسلوكيات الاستخدام لها، وهو واحد من النماذج المرتكزة على نظرية السلوك المخطط التي تعود جذورها إلى نظرية الفعل المنطقي.

كما أنها واحدة من النظريات التي تحاول فهم السلوكيات الطوعية للأفراد، والتنبؤ بالسلوكيات من خلال معرفة النية التي تتحدد من خلال مجموعة من المحددات منها المواقف والمعايير الذاتية، أي إن هذا البحث يندرج تحت مظلة الأبحاث السلوكية.

٢,١,١ نظرية الفعل المنطقي:

تعرف اختصاراً بـ TRA (Theory of Reasoned Action) وأطلق عليها في الدراسات العربية نظرية الفعل المنطقي، أو المبرر، أو الفاعل المسبب، أو السلوك العقلاني. تم وضع النظرية من قبل Ajzen & Fishbein عام ١٩٧٥م حيث قدما نموذجاً من النماذج الاجتماعية النفسية الذي يبين محددات السلوك الواعي (الدويك، ٢٠١٦، صفحة ٤٠). تعتبر من نظريات علم النفس وتقوم على: (Davis, 1993, p. 476)

١. تحديد كيفية قياس السلوك، ومكونات المواقف ذات الصلة.

٢. التمييز بين المعتقدات والمواقف.

٣. كيفية ربط المنبهات الخارجية سببياً بكل من المعتقدات والمواقف والسلوك.

وتم استخدامها بكثرة في الدراسات التابعة لإدارة الأعمال وتحديدًا في دراسات سلوك المستهلك، حيث ومن خلال النوايا والمواقف يمكن التعرف على سلوكيات المستهلكين المختلفة سواء اتجاه المنتجات أو الخدمات (Effendi, Murad, Rafiki, & Lubis, 2020).

ونظراً لأن هذه النظرية تقع تحت إطار عام ، وهو دراسات السلوك البشري (سعيد، ٢٠١٥، صفحة ٣٥٨)، بمعنى أو بآخر هي من النظريات التي تفسر سلوك المستهلك (مسعود، ٢٠١٥، صفحة ١٧٩)؛ لذلك نالت النظرية اهتماماً كبيراً من قبل الباحثين في سلوك المستهلك حيث ، وحسب رأي العديد منهم لم يساعد هذا النموذج على التنبؤ بالسلوكيات من خلال النوايا وتفسيرها فحسب بل يمكن أيضاً من خلاله العمل على تغيير سلوكيات المستهلكين أيضاً (Sheppard, Hartwick, & Warshaw, 1988, p. 325) من خلال دراسة العلاقة بين المواقف والسلوك (بشقه، ٢٠١٥، صفحة ١٣٨).

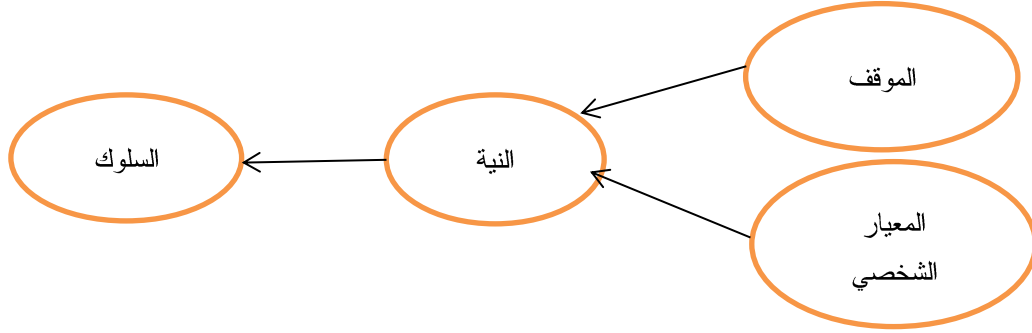
⇐ إن هذا الجانب من وجهة نظر الباحثة يعتبر نقطة قوة للنظرية ؛ إذ من المعروف أن التسويق بشكل مبسط لا يعمل على الإقناع بمنتج معين فقط إنما العمل على إنتاج منتج يتناسب مع احتياجات المستهلكين، أو خلق احتياجات جديدة أيضاً، وأن نتمكن من تغيير سلوك المستهلك اتجاه منتج معين هي بالفعل نقطة قوة.

بنظرة خاطفة للأفكار والنماذج السابقة التي قامت عليها النظرية نجد أن التركيز الأكبر كان على النية السلوكية، ونموذج فيشبين لعام ١٩٦٧م وهو نموذج نظري للتنبؤ بالنوايا السلوكية، والسلوكيات المقابلة، وفي الدراسات السابقة أيضاً للنظرية أوضح الباحثين ان السلوك يتحدد بمجموعة من العوامل منها الموقف، والأعراف الاجتماعية، والنتائج المتوقعة من السلوك، والخصائص الشخصية وغيرها (Ajzen & Fishbein, 1969, p. 400).

نقترح نظرية الفعل المنطقي أن المحدد للسلوك الإرادي هو نية الفرد للانخراط في السلوك (Conner & Armitag, 1998)، أو بمعنى آخر أن السلوك المباشر هو نتيجة للنوايا السلوكية التي يتم تحديدها من خلال المواقف والتصورات (Maloney, Lapinski, & Neuburger, 2013, p. 2377) كما أن النية السلوكية يمكن اعتبارها مقياس لأداء أي فعل بصفته التطوعية ؛ فإذا لم تتغير النية السلوكية لأداء سلوك معين فإنه من الممكن ان نتنبأ بهذا السلوك (Sheppard, Hartwick, & Warshaw, 1988, p. 325).

من الملاحظ جداً في العديد من الدراسات التي اختبرت النظرية هو قيامها باختبار سلوك معين، وأن هذا السلوك لا يقع تحت الدوافع اللاواعية أو المتقلبة مثلاً؛ لذلك أعطيت النية السلوكية أهمية عظمى في الدراسات كما في دراسة (Shimp & Kavas, 1984) وغيرها الكثير.

الشكل رقم (2) يوضح متغيرات نظرية الفعل المنطقي والعلاقات فيما بين المتغيرات:



الشكل رقم (2): نموذج نظرية الفعل المنطقي، المصدر: (Madden, Ellen, & Ajzen, 1992, p. 4)

حيث: النية: هي باختصار مؤشر يدل على قابلية الفرد واستعداده للقيام بسلوك محدد (Fishbein & Ajzen, 2010, p. 39).

الموقف: هو نزعة داخلية أو ميل للاستجابة لهدف نفسي مع درجة معينة من الأفضلية أو عدم الأفضلية (Fishbein & Ajzen, 2010, p. 76).

المعيار الشخصي: تصور الفرد بأن معظم الأشخاص المهمين بالنسبة له يقومون أو لا يقومون بأداء السلوك المحدد (Fishbein & Ajzen, 2010, p. 131).

⇐ ملاحظات الباحثة من النموذج: إنَّ النية أعطيت أهمية كبرى في النظرية على الرغم من أن النية لا تعني القيام بالسلوك؛ حيث لها محدداتها إلا أنها اعتبرت أساساً للتنبؤ بالسلوك، ومن المنطقي جداً أن يؤثر كلاً من المواقف والمعيار الذاتي في النية، وبالتالي نتمكن من التنبؤ بالسلوك؛ ولكن على أرض الواقع من الصعب أن يحدث هذا في الغالب نتيجة وجود محددات أخرى ترتبط بالبيئة المحيطة قد تعرقل أو تشجع على أداء السلوك.

إنَّ نظرية الفعل المنطقي واحدة من النظريات التي جذبت الباحثين في علم الاجتماع، وعلم النفس، وإدارة الأعمال بناءً عليه تم إعادة اختبارها وانتقادها من الانتقادات التي وجهت لها أخذها لسلوكيات السيطرة عليها

كاملة؛ فضلاً عن الاكتفاء بدراسة المحددات والأداء لسلوك واحد فقط وإغفال السلوكيات البديلة (Sheppard, Hartwick, & Warshaw, 1988, p. 326).

ومن الجدير بالذكر هنا أن Ajzen & Fishbein اعترفا صراحة بحدود النموذج في التمييز بين النية الهدف والنية السلوك ؛ حيث يظهر هذا الاختلاف في اختلاف قوة العلاقة بين النية والأداء، إذ إن التنبؤ بتحقيق الهدف يكون أضعف بكثير من التنبؤ بالسلوك الإرادي (Sheppard, Hartwick, & Warshaw, 1988, p. 326).

لتوضيح الفرق بين النية الهدف والسلوك خير مثال هو فقدان الوزن الذي يعتبر هدف، وهذا الهدف يمكن تحقيقه من خلال سلوكيات مختلفة منها اتباع نظام غذائي أو ممارسة الرياضة وغيرها من السلوكيات التي قد تساعد في تحقيق هذا الهدف (Fishbein & Ajzen, 2010, p. 36).
بناءً على مجموعة الانتقادات التي وجهت للنظرية قام Ajzen & Fishbein بتطوير النظرية إلى نظرية السلوك المخطط عام ١٩٨٥م.

٢,١,٢ نظرية السلوك المخطط:

تعرف اختصاراً TPB (Theory of Planned Behavior) تعتبر نظرية السلوك المخطط امتداد لنظرية الفعل المنطقي ؛ حيث إنها كانت ضرورية لعدم قدرة النظرية السابقة على التعامل مع سلوكيات الأفراد الذين يمتلكون سيطرة إرادية غير كاملة (George, 2004, p. 199) ؛ إذ تمت الدراسات على سلوكيات تقع تحت السيطرة الإرادية الكاملة لذلك تم تطوير النظرية من قبل Ajzen & Fishbein عام ١٩٨٥م ؛ لتتضمن التحكم السلوكي المدرك والذي يعتبر سابقة للنية السلوكية (Madden, Ellen, & Ajzen, 1992, p. 1).

حيث ينظر إلى أن العامل المركزي أو بمعنى آخر المحور الذي يتم التركيز عليه في دراسات السلوك المخطط هو نية الأفراد للقيام بسلوك معين كما في نظرية الفعل المنطقي (Ajzen, 1991, p. 181).

والاختلاف الرئيسي بين النظريتين يكمن في أن نظرية السلوك المخطط أضافت التحكم السلوكي الفعلي ، والمدرّك كمحددات للنوايا والسلوك (Ajzen, 2020, p. 316)، إنّ التحكم السلوكي يتحقق من خلال تضمين معتقدات تتعلق بامتلاك كل من الموارد والفرص لأداء سلوك معين ويعامل التحكم السلوكي كمتغير خارجي له - تأثير مباشر على السلوك وتأثير غير مباشر - أيضاً من خلال النوايا (Madden, Ellen, & Ajzen, 1992, p. 4)، كما يشير التحكم السلوكي المدرّك إلى مدى إدراك الناس لسهولة أو صعوبة أداء السلوك موضع الاهتمام (Ajzen, 1991, p. 183).

من المتعارف عليه فيما يتعلق بالسلوك كلما كانت المواقف والمعايير الذاتية أكثر ملاءمة ؛ فضلاً عن السيطرة السلوكية المدرّكة ، فإنّ النية تصبح أقوى لأداء السلوك بذلك نتمكن من توقع السلوك حيث يتم افتراض أنّ النية هي سابقة مباشرة للسلوك (Ajzen, Albarracin, & Hornik, 2007, p. 5)، وهذا الافتراض قائم في الأصل على أنّ الفرد منطقي في استخدامه لما هو متاح من المعلومات التي سينتج عنها السلوك، كما أنّ هذه المعلومات تتشكل من خلال المعتقدات والاتجاهات التي تساعد في شرح السلوك والتنبؤ به (كفان، ٢٠٢٠، صفحة ١٨٣).

بصرف النظر عن الكيفية التي يكتسب فيها الفرد معتقداته المرتبطة؛ بسلوك معين فإنّها تقوم بتوجيه القرار في القيام بهذا السلوك أو عدم القيام به، ونميز بين أنواع ثلاثة من المعتقدات هي (Fishbein & Ajzen, 2010, pp. 20-21 و (Bamberg, Ajzen, & Schmidt, 2003, p. 175):

أولاً: الناس: يمتلك الناس معتقدات تمكنهم من معرفة العواقب سواء أكانت الإيجابية أم السلبية التي قد تحدث لهم جراء القيام بسلوك معين وهي ما يطلق عليها "معتقدات سلوكية".

ثانياً: يكون الأشخاص معتقداتهم من خلال الأشخاص، أو المجموعات المهمة في حياتهم ذلك من خلال معرفة تأييدهم أو رفضهم للقيام بالسلوك المعني ، أو من خلال معرفة قيامهم شخصياً بهذا السلوك أو عدم قيامهم، يطلق على هذه المعتقدات "معتقدات معيارية" (تتمثل في الضغط الاجتماعي).

ثالثاً: يكون الأشخاص معتقدات حول العوامل الشخصية والبيئية التي تدعم قيامهم بالسلوك أو ترفضه وهي ما يطلق عليها أيضاً "معتقدات التحكم".

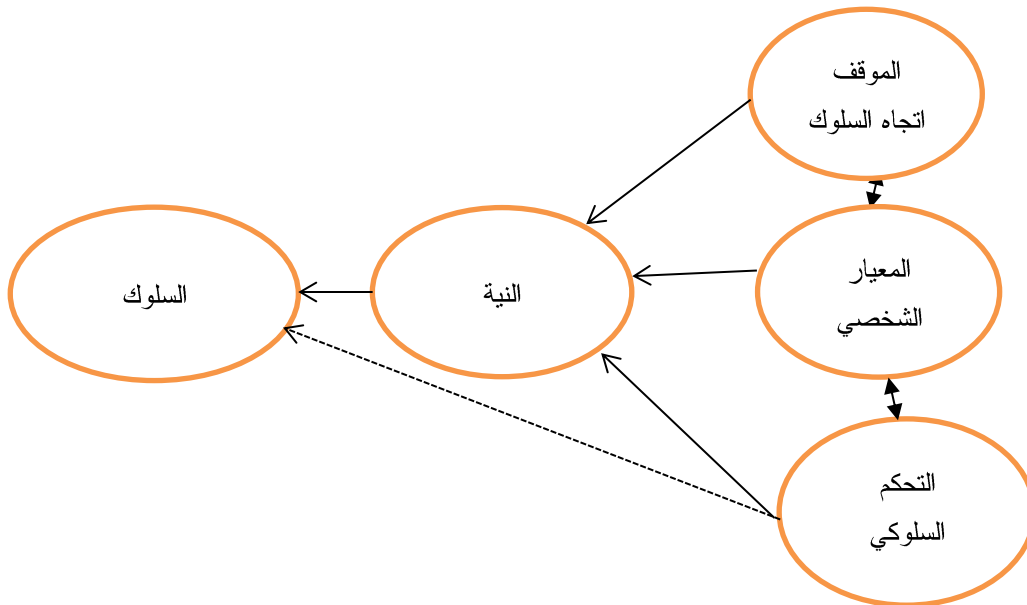
⇐ يمكننا القول إنّ هذه المعتقدات هي التحفيزات؛ لتكوين النوايا السلوكية التي بدورها تساعدنا على التنبؤ في سلوك معين، وإنّ هذه المعتقدات أضيفت لها معتقدات التحكم زيادة على المعتقدات الموجودة في نظرية الفعل المنطقي لتعطينا بذلك نظرية السلوك المخطط.

⇐ من وجهة نظر الباحثة هذه الإضافة هي التي أعطت النظرية قيمة أكبر وهي السبب في استخدام النظرية في الأبحاث حتى اليوم، إذ كلما كانت المحددات أكثر دقة للنية تمكنا من التنبؤ بالسلوك بشكل أكثر دقة من حيث نوع السلوك ووقت القيام به.

وفقاً لـ Ajzen فإنّ النوايا تتحكم بالسلوكيات على الرغم من أنه ليست كل النوايا قابلة للتحقق؛ حيث منها ما يتم مراجعته أو التخلي عنه أو مراجعة الظروف الممكن تغييرها بحيث يصبح السلوك ممكن (Ajzen, 1985).

⇐ بشكل أكثر اختصاراً يمكننا القول إنّ النية السلوكية أو كما سميت في العديد من المراجع العربية "القصد السلوكي" تشير إلى احتمالية القيام بالسلوك.

يوضح الشكل رقم (٣) متغيرات نظرية السلوك المخطط والعلاقات فيما بينها:



الشكل رقم (٣): نموذج نظرية السلوك المخطط، المصدر: (Ajzen, 1991, p. 182)

حيث: السلوك: باختصار هو الاستجابة الواضحة لظرف معين اتجاه هدف معين مطلوب تحقيقه، وإنّ هذا السلوك يتكون من مجموعة من النيات الموافقة له (رمضان، ٢٠١٢، صفحة ٣٧٢).

التحكم السلوكي المدرك: يشير إلى تصورات الأفراد حول إلى أي درجة هم قادرون على التحكم في أداء السلوك (Fishbein & Ajzen, 2010, p. 64).

٢,١,٣ نموذج تقبل التقنية:

بدايةً وقبل كل شيء، إنّ عدم قبول المستخدم لنظام معلوماتي جديد يعتبر عائق أمام نجاح هذا النظام، ولطالما كان هو السبب في فشله؛ لذلك اعتبر القبول العامل المحوري لتحديد نجاح أو فشل النظام المعلوماتي (Davis, 1993, p. 475)، وإنّ نموذج تقبل التقنية جاء كمحاولة لشرح المستخدم وتفسيره وقبوله لنظام معين فضلاً عن إمكانية التنبؤ بالاستخدام.

يعرف اختصاراً ب: TAM (Technology Acceptance Model) وهو نموذج قدمه Davis عام ١٩٨٥م في أطروحته، والذي يعتمد في أساسه النظري بشكل عام على نظرية السيكلولوجية الاجتماعية (الدويك، ٢٠١٦، صفحة ٤٢).

وخاصة على نظرية السلوك المخطط التي أسلفنا سابقاً أنها امتداد لنظرية الفعل المنطقي، وإنّما في الأصل من النظريات التي تدرس سلوك المستهلك، وبشكل أكثر دقة تجدر الإشارة إلى أنّ نموذج فيشبين لعام ١٩٦٧م (وهو ما جرى فيما بعد تحليله وتنقيحه حتى وضعت نظرية الفعل المنطقي عام ١٩٧٥م) هو النموذج المرجعي لتطوير نموذج تقبل التقنية (Davis, 1985).

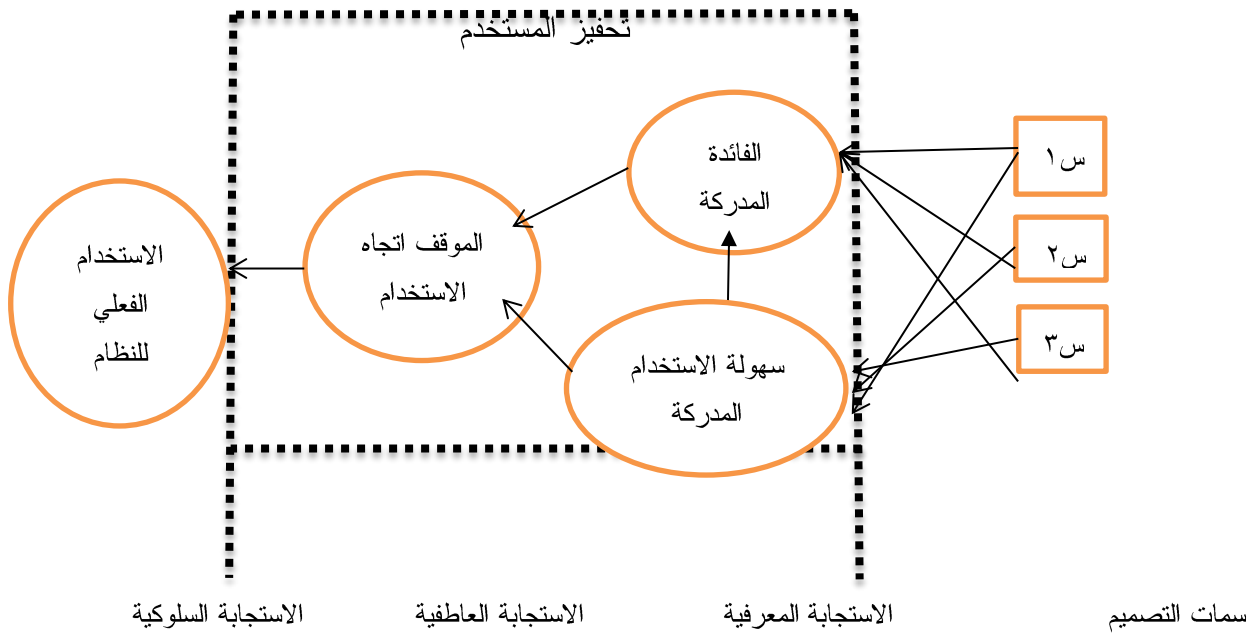
إنّ هذا النموذج واحد من النماذج الصادقة والموثوقة لتفسير قبول المستخدم لنظام معلومات معين (عبد الله، ٢٠١٨، صفحة ١٤٥).

حيث يسعى لمعرفة وتفسير قبول المستخدم أو عدم قبوله؛ للتقنيات الحديثة من خلال محاولة الإجابة على سؤال مهم جداً وهو " لماذا يقبل أو يرفض المستخدم أي تقنية؟ (القحطاني و بن شهرير، ٢٠٢٠، صفحة ٥).

إنّ التنوع في أنظمة المعلومات وتعقيدها يزيد من صعوبة التعامل ، والتفاعل مع النظام وتعتبر من العناصر التي تعيق استخدام نظام المعلومات، حتى أنّ هذا التعقيد سبب لفشل أنظمة المعلومات الجديدة (مصطفى، ٢٠١٦، الصفحات ٣٤-٣٥)، إن هذه المعرفة تتم من خلال التعرف على تأثير مجموعة من العوامل الخارجية على المعتقدات والمواقف والنوايا وأخيراً الاستخدام (Yusoff, Muhammad, Zahari, Pasah, 2009) ولا يجب إغفال المستوى التعليمي عند اختبار النموذج تبعاً للدور المهم الذي يلعبه في تقبل أنظمة المعلومات؛ فضلاً عن التدريب على استخدام التقنية وهو أكثر شيوعاً في الشركات (mao & palvia, 2001, p. 1750)، ومن الجانب الذي يهملنا وهو استخدام التقنيات في الأنشطة التجارية ؛ فإنّ استخدام النموذج يكون مجدياً حيث يركز على التحليل النفسي للعملاء ، والذي يستند بشكل أو بآخر على تجارب هؤلاء العملاء اتجاه التقنيات (Ngangi & Santoso, 2019, p. 135).

نلاحظ أنّ النموذج استخدم بكثرة في الدراسات للاختبار على وسائل تقنية متنوعة، ومستخدمون مختلفون وأنّ التركيز الأساسي في الاختبار اعتمد على سهولة الاستخدام المدركة، والفائدة المدركة على اعتبار أنّ أي نظام من نظم المعلومات ليحقق قبولاً يجب أن يكون سهلاً للاستخدام، ويحقق فائدة لمستخدميه.

الشكل رقم (٤) يوضح متغيرات نموذج تقبل التقنية والعلاقات فيما بينها:



الشكل رقم (٤): نموذج تقبل التقنية: المصدر: (Davis, 1985)

إنَّ الموقف اتجاه الاستخدام يشير إلى درجة التأثير التقييمي ؛ لاستخدام الفرد لنظام محدد في وظيفته (Davis, 1993, p. 476).

من أهم الانتقادات التي وجهت للنموذج من قبل ماتسيو هو تركيزه على سهولة الاستخدام المدركة، والفائدة المدركة في تفسير قبول المستخدم أو رفضه؛ للتعامل مع تقنية معينة حيث تعتبر عوامل تنبؤية من وجهة نظره؛ فضلاً عن إهماله للعوامل الخارجية على الرغم من دورها المهم في قبول التقنية أو عدم قبولها (مصطفى، ٢٠١٦، الصفحات ٣٩-٤٠).

٢,١,٤ تطور نموذج تقبل التقنية:

حظي نموذج تقبل التقنية باهتمام كبير تبعاً لما أثبتته من فاعلية في شرح قبول المستخدم وتفسيره؛ لتقنية جديدة فضلاً عن إمكانية التنبؤ بسلوكيات الاستخدام، ولكن كغيره من النماذج تعرض لبعض الانتقادات التي أدت إلى تطوره وصياغة النموذج ثانياً وثالثاً (TAM3, TAM2).

أولاً: إنَّ عمومية النموذج لا توفر فهماً كافياً لمصممي نظم المعلومات لإنشاء نظم تلقى قبولاً، فضلاً عن أنه تم حذف المواقف من النموذج نتيجة التوسط الجزئي؛ لتأثير المعتقدات على النية من خلال الموقف والعلاقة الضعيفة بين الموقف والفائدة المدركة، وعلى العكس من ذلك قوة العلاقة بين الفائدة المدركة والنية (Venkatesh, 2000, p. 344).

وما هو ملاحظ في عدد كبير من الدراسات ؛ فإنَّ التركيز على سهولة الاستخدام المدركة أهمل تأثير الفائدة المدركة على الرغم من أهميتها ؛ إذ تعتبر المحرك الأساسي لنية الاستخدام بينما سهولة الاستخدام تأثيرها أقل، وهذا كان السبب الجوهرى لوضع نموذج TAM2 (عند فهم محددات الفائدة المدركة يتمكن وبشكل أفضل من تصميم نظم تمتلك القدرة على زيادة قبول المستخدم واستخدامه للأنظمة الجديدة)، حيث تم تطويره ليشمل محددات إضافية على سهولة الاستخدام المدركة والفائدة المدركة ، وفهم كيفية تغيير تأثيرات هذه المحددات مع زيادة تجربة المستخدم بمرور الوقت مع النظام المستهدف (Venkatesh & Davis, 2000, p. 187).

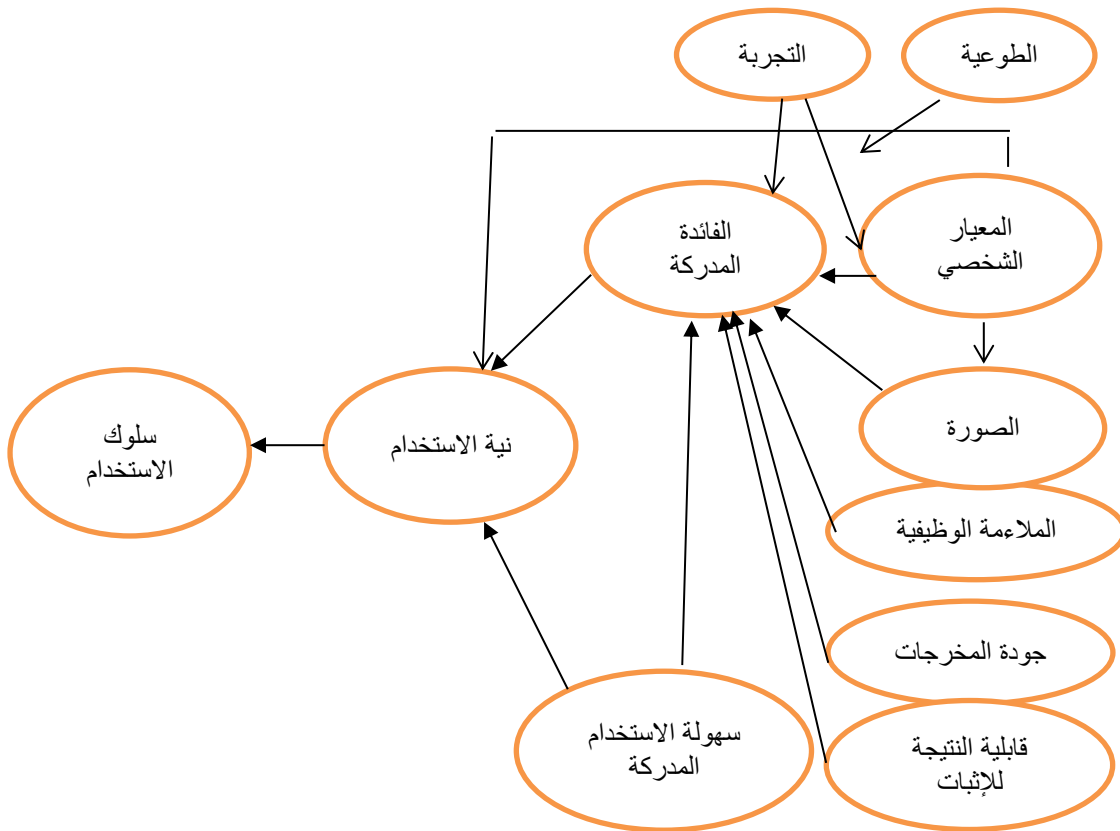
يوضح الشكل رقم (٥) النموذج المعدل بالصيغة الثانية لتقبل التقنية حيث يوضح المتغيرات التي تمت إضافتها والعلاقات فيما بين المتغيرات، حيث:

الصورة: الدرجة التي يدرك فيها الفرد أن استخدامه للابتكار سيعزز من مكانته في النظام الاجتماعي (Venkatesh & Bala, 2008, p. 277).

الملاءمة الوظيفية: درجة إدراك الفرد لمطابقة النظام مع وظيفته (Venkatesh & Bala, 2008, p. 277).

جودة المخرجات: درجة اعتقاد الفرد بأداء النظام لمهام الوظيفة بشكل جيد (Venkatesh & Bala, 2008, p. 277).

قابلية النتيجة للإثبات: درجة اعتقاد الفرد بأن نتائج استخدام النظام ملموسة يمكن ملاحظتها (Venkatesh & Bala, 2008, p. 277).

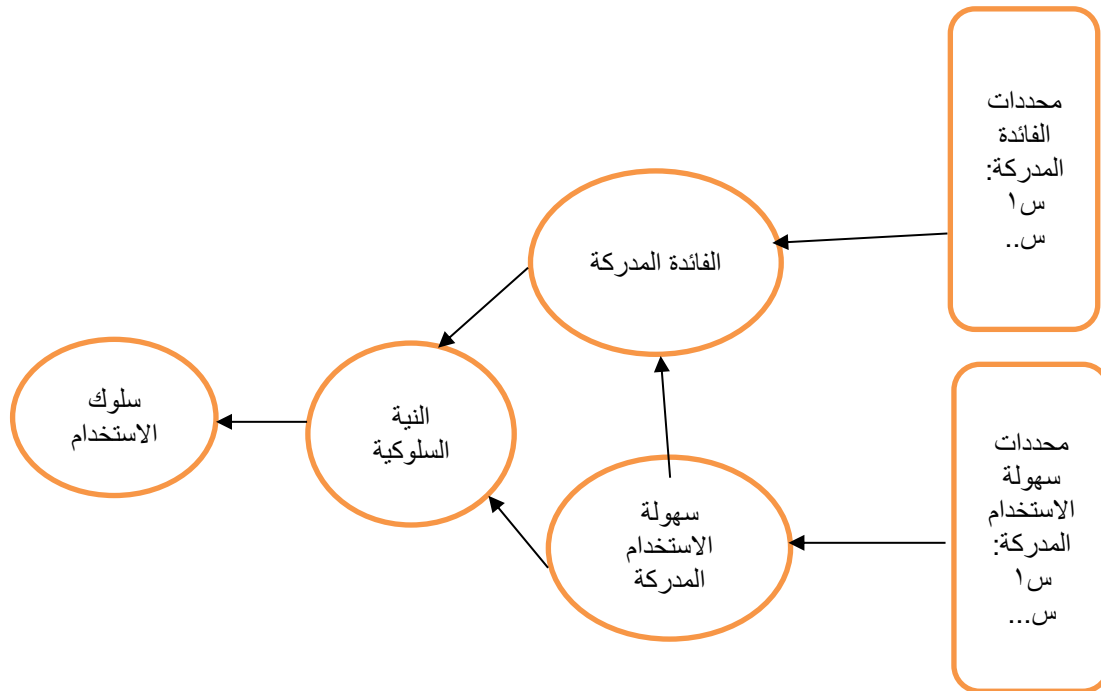


الشكل رقم (٥) نموذج تقبل التقنية TAM2 المصدر: (Venkatesh & Davis, 2000, p. 188)

← من الملاحظ أنّ التغيير المهم الذي حدث في النموذج، هو إضافة النية السلوكية كسابقة للاستخدام، وهو ما يتوافق مع نظرية السلوك المخطط، وحذف تأثير الموقف بناء على الدراسات اللاحقة.

ثانياً: نتيجة تزايد الأبحاث والدراسات في النموذج وكثرة الاختبارات؛ فضلاً عن الانتقادات تم تعديل النموذج إلى صيغة ثالثة وفقاً لوصف؛ Venkatesh فإنه قدم نموذج لشبكة اسمية لمحددات تبني الأفراد للتقنيات واستخدامها ليتجاوز بذلك TAM2، وفي كل من النموذج الأصلي والنموذج المعدل أعطيت سهولة الاستخدام أهمية كبرى.

وفي الصيغة الثالثة تم وضع العديد من المحددات لكل من سهولة الاستخدام المدركة، والفائدة المدركة على حدى (ملاحظة: إنّ هذه المحددات اختلفت تبعاً للوسيلة التقنية قيد الاختبار ومجتمع الدراسة).
الشكل رقم (٦) يوضح نموذج TAM3 بشكل مختصر لمتغيراته والعلاقات بين المتغيرات:



الشكل رقم (٦) الصيغة الثالثة لنموذج تقبل التقنية TAM3 المصدر: (Venkatesh & Bala, 2008, p. 280)

إنّ الأبحاث مازالت مستمرة في النموذج لما يوفره من مرونة في التحديث، والتطوير ويمكن اعتبار النظرية الموحدة؛ لقبول التكنولوجيا وامتدادها أيضاً من النماذج التي تمّ تطويرها عن نموذج تقبل التقنية نظراً للحاجة للتنبؤ بقبالية الاستخدام (Faqih & Jaradat, 2015, p. 39).

← نلاحظ مما سبق ومن خلال الدراسات التي تمّ الاطلاع عليها أن نموذج تقبل التقنية أثبت جدواه في العديد من الدراسات؛ حيث يساعد في التعرف على مدى تقبل تقانة معينة؛ إذ إن الأنظمة صعبة التعامل والتي لا تحقق فائدة محسوسة هي أنظمة فاشلة تتطلب تطويراً حتى تلقى قبولاً، وهو ما يمكن تحقيقه من خلال هذا النموذج.

٢,١,٥ الاستخدام الفعلي:

يشير الاستخدام إلى الاستخدام المباشر والفعلي لنظام محدد في سياق وظيفته (Davis, 1985, p. 25). أعطى بعض الباحثين الاستخدام الفعلي اهتماماً خاصاً نظراً للانتقادات التي وجهت للنية السلوكية (عبد الله، ٢٠١٨، صفحة ١٣٨)

إنّ الاستخدام الفعلي أو عدم الاستخدام الفعلي بشكل عام يتحدد من خلال المواقف التي تعتبر دالة لاثنتين من المعتقدات الرئيسية، وهي سهولة الاستخدام المدركة والفائدة المدركة (Davis, 1989, p. 320). فضلاً عن أن الاستخدام الفعلي وعدم استخدامه ؛ لنظام المعلومات قضية مهمة في تصميم واختيار أنظمة المعلومات (Davis, 1985, p. 10).

لقياس الاستخدام الفعلي تم التركيز على كل من: (Davis, 1985, pp. 94-95)

✓ التكرار: الذي يشير إلى عدد مرات الاستخدام لنظام معلومات معين.

✓ مقدار الاستخدام: عدد ساعات استخدام النظام في الأسبوع.

وفي دراسات أخرى: (Henderson & Divett, 2003, p. 387)

- عدد مرات تسجيل الدخول.
- عدد مرات التوصيل والتسليم.
- قيمة الشراء: المقصود فيها الأموال المنفقة.

كما أنّ الدراسات التي اختبرت النموذج بمتغير تابع هو الاستخدام تفترض أنّ الارتباط بين الاستخدام، وسهولة الاستخدام المدركة يكون ارتباطاً إيجابياً، وينطبق أيضاً هذا على العلاقة بين الفائدة المدركة، والاستخدام أيضاً (Yuanquan, Jiayin, & Huaying, 2008, p. 274)

نشير أخيراً إلى دور المصممين في تعزيز الاستخدام الفعلي، والذي يتم من خلال: إضافة قدرات وظيفية على النظام، أو عن طريق تسهيل التعامل مع الوظائف الموجودة (Davis, 1993, p. 477).

← وهذا أحد أسباب اختيار الباحثة لتصميم واجهة المستخدم كواحدة من المتغيرات التي سيتم اختبارها هنا حيث هو العنصر المشاهد للمستخدمين بشكل عام وللعلماء بشكل خاص.

ببساطة يمكن القول إنّ الاستخدام الفعلي هو مؤشر وهدف في آن واحد؛ حيث يعتبر المؤشر الأوضح لاستخدام أو عدم استخدام التقنية، وبالتالي قبولها، وهو هدف لأي نظام معلومات يسعى لأن يلقى قبولاً، ويكتب له النجاح.

على الرغم من أنّ الاستخدام الفعلي يعتبر المتغير التابع لنموذج تقبل التقنية؛ إلا أنه لم يأخذ حقه بالجانب النظري، وهو السبب الرئيسي لقيام الباحثة باستخدام المقابلات ، والتي ظهر من خلالها مقاييس منها يتناسب مع الدراسات السابقة للنموذج مثل تكرار الاستخدام ، أو زيادة الاستخدام أو الاستمرار في الاستخدام.

وظهرت مقاييس تشير إلى درجات عالية من الاستخدام مثل استخدام العديد من الخدمات التي تقدمها المنصة. كما ظهر ما يشير إلى الرضا عن الاستخدام مثل نصيحة الغير بالاستخدام والتي تعتبر كلمة فم منطوقة.

وظهر ما يشير إلى الولاء مثل عدم البحث عن منصة أخرى تلبي الخدمات نفسها التي تقدمها المنصة موضع الدراسة.

إنّ كل هذه المقاييس على الرغم من أنها تتقاطع مع مقاييس أخرى، إلا أنّها حقيقة تعتبر مؤشرات للاستخدام الفعلي، وكلها تتقاطع مع تكرار الاستخدام ومقدار الاستخدام وإنفاق الأموال.

٢,١,٦ الفائدة المدركة:

حتى نقول عن نظام معين أنه مفيد يجب أن ينتج فوائد، بحيث تكون تكاليف الحصول عليها أقل بكثير من أهمية هذه الفوائد (Seddon P. B., 1997, p. 246).

وحتى يقبل الأفراد التقنية ويحدث سلوك الاستخدام يجب أن يكون استخدامها مفيداً، حيث يمكن اعتبار الفائدة من الدوافع للقبول أو الرفض (Igbaria, Iivari, & Maragahh, 1995, p. 229).

إنّ الفائدة المدركة (PU) Perceived Usefulness تعني: درجة اعتقاد الشخص بأن استخدامه لنظام معين يعزز أدائه الوظيفي، إنّ هذا التعريف مشتق من كلمة مفيد (Davis, 1989, p. 320).

أيضاً هي الاحتمال الذاتي للمستخدم المحتمل بأن استخدامه لنظام معين سوف يحسن عمله (السواح، ٢٠٢١، صفحة ٢٠).

كما نلاحظ من النموذج أنّ الفائدة المدركة لها تأثير مباشر على النية السلوكية وإنّ سهولة الاستخدام المدركة لها تأثير غير مباشر على النية من خلال الفائدة المدركة ؛ فمن البديهي كلما كان استخدام التقنية أسهل كلما كانت الفائدة أكثر (Venkatesh, 2000, p. 355).

تتعلق الفائدة المدركة بالتأثير الكلي المتوقع من استخدام نظام معين على الأداء الوظيفي (العملية والانتاجية) (Davis, 1993, p. 477).

٢,١,٧ سهولة الاستخدام المدركة:

إذا لم يكن النظام أو التقنية أو التطبيق سهل الاستخدام فلماذا استخدم؟! "هذا ما ذكره غالبية المبحوثين في بحثنا".

بدايةً إنّ سهولة الاستخدام كمفهوم نشأ من تفاعل الانسان مع الحاسوب (الجهني، ٢٠١٩، صفحة ٥).

وفقاً للمنظمة الدولية للمواصفات والمقاييس ISO ؛ فإنّ سهولة الاستخدام في سياق استخدام محدد تدل على مدى إمكانية استخدام منتج محدد من قبل مستخدمين محددين ، ولأهداف محددة فضلاً عن كل من الفعالية والكفاءة والرضا (الجهني، ٢٠١٩، صفحة ٥).

في تعريفات سهولة الاستخدام اعتمد الباحثين ثلاثة معايير وهي: أولاً الجهد المطلوب من المستخدمين، ثانياً تحقيق النظام للأهداف التي وجد من أجلها، ثالثاً: الزمن اللازم لتعلم كيفية التعامل مع النظام (النور، ٢٠١٨، صفحة ١٧).

تشير سهولة الاستخدام المدركة (Perceived Ease Of Use (PEOU إلى: الدرجة التي يعتقد فيها الشخص أن استخدامه لنظام معين سوف يكون خالياً من الجهد بنوعيّه البدني والعقلي، وهذا مشتق من مفهوم السهولة (Davis, 1989, p. 320).

من وجهة نظر أخرى: في ظل كل من الراحة والثقة والرضا كمحددات؛ فهي القدرة على استخدام نظام معين بسهولة لإنجاز مجموعة من المهام يوضع النظام بالأصل لإنجازها (مصطفى، ٢٠١٦، صفحة ٤٢).
كما أنها درجة اعتقاد الشخص بأن استخدامه لنظام معين سوف يتم بأقل جهد ومنه يمكن ترشيد السلوك المستقبلي (السواح، ٢٠٢١، صفحة ٢٠).

إنّ كلاً من الفائدة المدركة وسهولة الاستخدام المدركة تعمل كمحددات أساسية لسلوك المستخدم (Davis, 1989, p. 321).

من الجدير بالذكر أنّ سهولة الاستخدام تعتبر بمثابة عقبة أولية يتعين على المستخدمين تجاوزها لقبول النظام، وتبنيه واستخدامه في حالة عدم وجود الكثير من المعرفة حول النظام المستهدف ومحدودية الخبرة السلوكية سيعتمد الأفراد على سهولة الاستخدام من خلال معايير عامة ومحدودة (Venkatesh, 2000, p. 345).
بالعودة إلى النموذج في الشكل رقم (٣) إنّ سهولة الاستخدام المدركة لها تأثير على الفائدة المدركة والنية السلوكية، ولكن لا يوجد تأثير من الفائدة المدركة على سهولة الاستخدام.

خاتمة المبحث الأول:

لقد استعرضنا في هذا المبحث الأساس النظري لنموذج تقبل التقنية وهو النموذج المعتمد للاختبار في هذا البحث، حيث أوضحنا النظريات السالفة للنموذج فضلاً عن التعرف على مفهوم كل من سهولة الاستخدام المدركة، والفائدة المدركة والاستخدام الفعلي وهي من ضمن المتغيرات التي سوف يتم اختبارها، ومن خلال

ملاحظات الباحثة حول الدراسات حيث وجدت دراسات اهتمت بسهولة الاستخدام المدركة ، وأخرى بالفائدة المدركة ودراسات أخرى اهتمت في البحث في محددات جديدة يمكن إضافتها للنموذج ، وإن بحثنا هذا يقع ضمن الأخيرة منها وهذا ما سنتناوله في المبحث الثاني والثالث من هذا الفصل حيث نتيجة لمرونة النموذج ؛ فإنه يوفر إمكانية لتطويره بما يتناسب مع تقنية جديدة ومستخدمين جدد كما أسلفنا.

٢,٢ المبحث الثاني: نموذج نجاح النظام المعلوماتي

٢,٢,١ نموذج نجاح النظام المعلوماتي

٢,٢,٢ تطور نموذج نجاح النظام المعلوماتي

٢,٢,٣ أبعاد نموذج نجاح النظام المعلوماتي

٢,٢,٤ مفهوم النظام المعلوماتي وخصائصه

٢,٢,٥ جودة النظام

٢,٢,٦ جودة المعلومات

تمهيد:

في ضوء ما سبق سنتابع في هذا المبحث ، ونتحدث عن متغيرين سوف يتم دراستهما بالدمج مع المتغيرات التي تحدثنا عنها من نموذج تقبل التقنية، هذان المتغيران هما جودة النظام وجودة المعلومات، وهي في الأصل متغيرات تتبع لنموذج نجاح النظام المعلوماتي ، والذي سمي أيضاً باسم نموذج ديون ومكسين، الذي يعود بدوره إلى نظرية شانون وويفر في الاتصالات، والذي لطالما تم دمج مع نموذج تقبل التقنية نظراً لوجود نقاط مشتركة كثيرة فيما بين النموذجين في العديد من الدراسات، إلى جانب المرونة التي يتمتع فيها كل منهما، وهذا هو السبب الرئيسي لإعطاء لمحة عامة عن النموذج في هذا المبحث؛ ذلك لتسليط الضوء على العلاقة فيما بين النموذجين بشكل أساسي ، (وهذه النقطة مضمنة بفقرة خاصة في المبحث الرابع)، والتعرف على المتغيرات التي سنقوم بإدخالها إلى نموذج البحث بشكل خاص.

٢,٢,١ نموذج نجاح النظام المعلوماتي:

في عام ١٩٨٠م في مؤتمر لنظم المعلومات أشار keen إلى ضرورة تحديد متغير تابع ليجري عليه البحث في أبحاث نظم المعلومات ذلك؛ للتعرف على العوامل التي تؤثر على نجاح نظام المعلومات (Dwivedi, Wade, & Schneberger, 2011, p. 2).

بذلك تعددت المحاولات التي قام بها الباحثون لقياس نجاح أنظمة المعلومات حيث اعتبر البعض (Petter, Delone, & McLean, 2012, p. 346) :

- إن الهدف هو المعيار والمقصود به: التعرف على ما إذا كان النظام قادر على تحقيق الأهداف التي وضع من أجلها.

- فيما بعد تمّ القياس من خلال موارد النظام والمقصود فيها: قدرة النظام على تلبية احتياجات المستخدمين وتسهيل الاتصال وتحسين الرضا الوظيفي.

ارتبطت هذه الأبحاث بالتقنيات الجديدة ولا تغفل أهم الأسئلة التي حاولت الإجابة عليها مع انتشار الحواسيب الصغيرة في الشركات هو:

كيف يمكن للشركة ان تقوم باستخدام الحاسوب بنجاح؟ (Delone, 1988, p. 51).

بعد مجموعة من المحاولات وضع نموذج نجاح النظام المعلوماتي والذي يعرف اختصاراً بـ ISSM (Information System Success Model).

والذي يعتبر نتيجة للجهد الذي قام به كل من ديلون ومكلين من خلال مراجعة للدراسات ما بين ١٩٨١ و ١٩٩٠ ، وبالاستناد إلى نظرية شانون وويفر في الاتصال وضعاً نموذجاً لقياس نجاح نظام المعلومات من خلال أبعاد ستة (الجهني، ٢٠٢٠، صفحة ٢٧٣).

ويقوم النموذج على افتراض رئيسي هو: أن الأفراد يقومون بتقييم العواقب من استخدام التقنية بطرق مختلفة ووفقاً لـ Seddon ؛ فإن نجاح النظام المعلوماتي هو حكم صادر عن فرد معين من وجهة نظر بعض أصحاب المصلحة ، (والمقصود بأصحاب المصلحة شخص أو مجموعة يتم تقييم نجاح النظام المعلوماتي لصالحها) (Seddon, Staples, Patnayakuni, & Bowtell, 1999, p. 4).

الأبعاد التي تم تحديدها في البداية هي: جودة النظام، وجودة المعلومات، والاستخدام، ورضا المستخدم، والأثر الفردي، وأثر المنظمة (Delone & McLean, 1992, p. 62).

فيما بعد وضع تعديل للنموذج أيضاً بالاستناد إلى نظرية شانون وويفر للاتصالات ١٩٤٩م حيث تم تحديد معايير ثلاثة للنجاح هي: (Ghandour, Deans, Benwell, & Pillai, 2008, p. 322).

- المستوى التقني (دقة نقل الرسالة للمتلقي).
- المستوى الدلالي (دقة تلقي العميل للرسالة).
- مستوى الفعالية (يشير إلى المنفعة المتراكمة لأصحاب المصلحة من خلال الاستخدام).

ومن الملاحظ في العديد من الدراسات ورود مصطلح فعالية ، ومصطلح النجاح لنفس الغرض حيث ذكر صراحة في دراسة لديلون ومكلين " النجاح أو الفعالية " (Petter, Delone, & McLean, 2012, p. 342)، إذ إن الهدف من نموذج نجاح النظام المعلوماتي هو قياس فعالية نظام المعلومات من خلال الأبعاد التي سبق ذكرها.

إلا أن استخدام المصطلحين للغرض نفسه ؛ فضلاً عن استخدام الفاعلية في بعض الأحيان بشكل عام أثار جدل حيث اعتبر باحثين آخرين أنه حتى يتحقق نجاح النظام يجب أن يتسم بالكفاءة إلى جانب الفاعلية ، وإن هذا النموذج في رأي البعض يقيس الفاعلية فقط (العدواني، الملاحسن، و الحياي، ٢٠١٣، صفحة ٢٥١)، ومنهم من اعتبر أن هذا النموذج يستطيع إعطاء الفهم الشامل لنجاح نظام معلوماتي معين من خلال دراسة الأبعاد ، ومعرفة أيها أكثر تأثيراً حتى أنها اعتبرت أبعاد حاسمة لنجاح نظام المعلومات (Sabeh, Husin, .Kee, Baharudin, & Abdullah, 2021, p. 81210).

٢,٢,٢ تطور نموذج نجاح النظام المعلوماتي:

سنتناول في هذه الفقرة التعديلات على النموذج والتي ساهمت في تطوره.

بداية قام التعديل بالأصل بالاعتماد على مراحل عملية الاتصال كما حددها ماسون في عام ١٩٧٨م، هذه المراحل هي:

١-إنتاج المعلومات، ٢-المنتج (المعلومات)، ٣-تلقي المعلومات، ٤-التأثير على المتلقي، ٥-التأثير على النظام.

من هذه المراحل الخمسة اشتقت الأبعاد لقياس نجاح النظام المعلوماتي

(Ballantine, Bonner, Leavy, Martin, MUNRO, & POWELL, 1996, p. 8).

لفهم التعديل أكثر من حيث المتغيرات بشكل مختصر: عدل على الأثر الفردي وأثر المنظمة إذ تمّ دمجها ، واستبدلها ببعدها جديد هو صافي المنافع (الجهني، ٢٠٢٠، صفحة ٢٧٤).

إذ نظراً للقيام بالعديد من الاختبارات على النموذج تبين أن التأثير يكون على العديد من الأطراف (Delone & McLean, 2002, p. 7).

كما أعطيت المنافع أو الفوائد الصافية التي تنتج عن استخدام النظام اهتماماً ملحوظاً؛ حتى أنه نظر إليها على أنها العامل الحاسم لقياس نجاح نظام معلوماتي معين، وليس الاستخدام للنظام (Seddon P. B., 1997, p. 242).

ولكن فيما بعد وكنتيجة لاستخدام صافي المنافع أو الفوائد كتعبير عن النتائج الإيجابية فقط، اقترح تعديلا بأن يطلق عليها صافي التأثير (Delone & McLean, 2016, p. 8).

كما عدل على الاستخدام ووضع نية الاستخدام، وإضافة بعد جديد هو جودة الخدمة، إن هذا التعديل وضع بعد تحليل أكثر من ١٥٠ مقالة استخدمت النموذج (Delone & McLean, 2002, p. 1).

نسلط الضوء على أن إضافة جودة الخدمة جاءت للتأكيد على أهمية الخدمة، والدعم لأنظمة التجارة الإلكترونية (Dwivedi, Wade, & Schneberger, 2011, pp. 3-4)، حيث نظراً لأهمية التجارة الإلكترونية قام ديلون ومكلين بتطوير النموذج بشكل أساسي لقياس نجاح أنظمة التجارة الإلكترونية (Delone & McLean, 2003, p. 9).

وعلى الرغم من إمكانية التعديل على متغيرات النموذج تبعاً لخصوصية كل نظام معلومات؛ إلا أن متغيرات الجودة الموضوعة في النموذج (تبعاً لتأثيرها الكبير على الرضا عن الاستخدام والاستخدام) يجب أن تقاس كل على حدى (رومي وصلاح، ٢٠١٢، صفحة ١٤١).

ومن الجدير بالذكر أنه في تعديل ديلون ومكلين ، وإضافة النية للاستخدام كان ذلك بمثابة استجابة لانتقادات سيدون حول غموض مفهوم الاستخدام في نموذجهما الأساسي (Delone & McLean, 2016, p. 7). بالعودة إلى النموذج ١٩٩٢م نلاحظ أن الاستخدام فعلاً ذكر فقط على أنه مقياس للتفاعل بين المعلومات والمتلقي لها، أي بالفعل بقي غامض (Delone & McLean, 1992, p. 62).

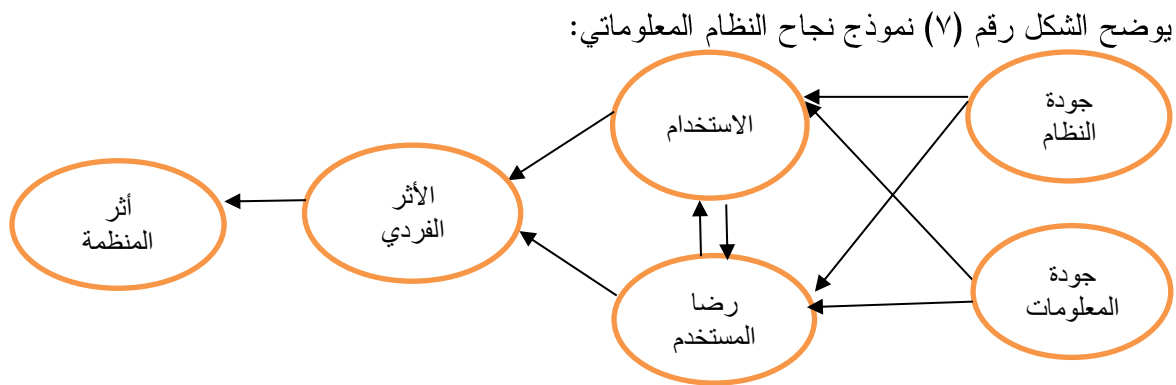
ولكن في رد ديلون ومكلين على هذا الانتقاد بداية كان الاصرار على متغير الاستخدام للنظام حيث ووفقاً لهم؛ فإن المزيد من الاستخدام يحقق المزيد من الفوائد، ولكن نصحوا الباحثين في تحديد طبيعة الاستخدام وملاءمته وجودته (Delone & McLean, 2002, p. 5).

⇐ من وجهة نظر الباحثة إن الفوائد لا يمكن ان نتحقق منها إلا من خلال الاستخدام، وإن زيادة الاستخدام هي مؤشر لزيادة الفوائد ولنجاح النظام، وعلى الرغم من أن الاستخدام بشكل عام قد يكون عرضي، وإذا لم يحقق الفوائد المتوقعة منه فلن يتكرر الاستخدام (لذلك لا يمكن اعتبار الفوائد هي العامل الحاسم).

← وحتى هذه الفوائد كما أسلفنا انها عدلت إلى التأثيرات، وفي هذا البحث كما ذكرنا سابقاً لقد حددنا الاستخدام الفعلي، وبقول الاستخدام الفعلي نكون حددنا طبيعة الاستخدام تماشياً مع رأي ديلون ومكلين.

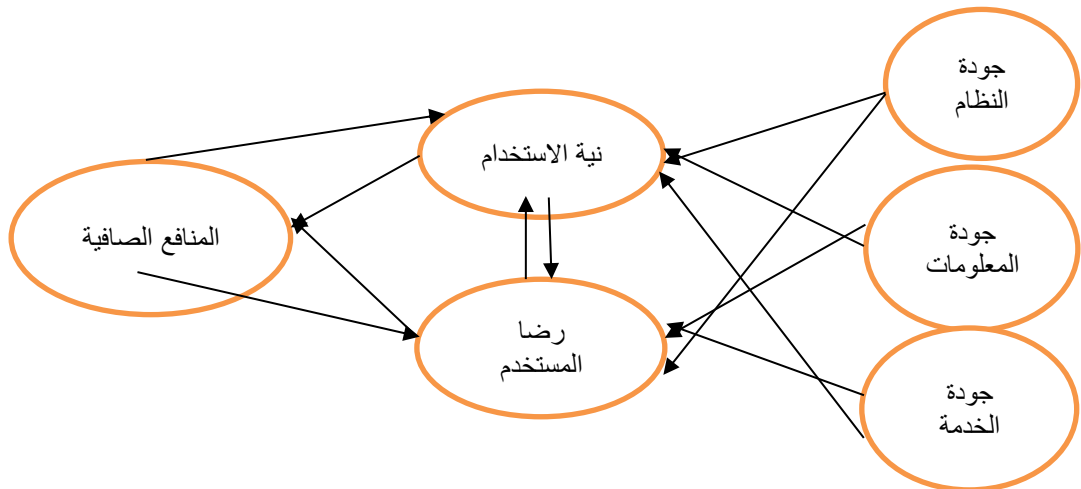
نذكر الآن واحداً من أهم الانتقادات التي وجهت للنموذج: ضعف تفسيره للعلاقات السببية بين الأبعاد الستة (Gable, Sedera, & Chan, 2008, pp. 7-8)، هذا الانتقاد جذب العديد من الباحثين للتحقق من صحة النموذج واختبار العلاقات فيما بين الأبعاد.

ولكن على الرغم من تشكيك العديد من الباحثين بالنموذج، واعتباره غير مكتمل إلا أنه من النماذج الرائدة في أبحاث نظم المعلومات ويعود ذلك لبساطة النموذج وقابليته للفهم (Dwivedi, Wade, & Schneberger, 2011, p. 3).



الشكل رقم (٧) نموذج نجاح النظام المعلوماتي، المصدر: (Delone & McLean, 1992)

يوضح الشكل رقم (٨) النموذج بعد تعديله:



الشكل رقم (٨) نموذج نجاح النظام المعلوماتي المعدل، المصدر: (Delone & McLean, 2002)

٢,٢,٣ أبعاد نموذج نجاح النظام المعلوماتي:

كما أسلفنا سابقاً إن نموذج نجاح النظام المعلوماتي بشكل أساسي يتضمن أبعاد ستة هذه الأبعاد؛ تمثل مقاييس تم اعتمادها بناءً على دراسات ونظريات ، ومن خلالها يمكننا قياس نجاح النظام المعلوماتي، سنقوم في هذه الفقرة باستعراض لمفاهيم هذه الأبعاد:

- جودة النظام: هي السمات المرغوب في توافرها في نظام المعلومات الذي يقوم بإنتاج المعلومة

(Delone & McLean, 1992, p. 62).

- جودة المعلومات: وهي الخصائص المرغوب توافرها في المعلومات المنتجة من نظام المعلومات مثل

الدقة والموثوقية والتوقيت وغيرها (Delone & McLean, 1992, p. 62)، "سنتحدث عنها وعن

جودة النظام بإسهاب فيما بعد".

- الاستخدام ورضا المستخدم: يشير إلى التفاعل الحاصل بين المعلومات المنتجة والمتلقين لهذه

المعلومات (Delone & McLean, 1992, p. 62).

يعتبر رضا المستخدم كواحد من مقاييس نجاح النظام المعلوماتي عن مستوى رضا المستخدم أثناء استخدامه

للنظام (Dwivedi, Wade, & Schneberger, 2011, p. 7)

على الرغم من أن رضا المستخدم اعتبر مقياساً غير مباشر لنجاح النظام المعلوماتي إلا أنه استخدم بكثرة

لسهولة التعامل معه (Zviran & Erlich, 2003, p. 83).

وبشكل أكثر تخصيصاً فإن الاستخدام: يدل على درجة اعتماد المستخدم على أنظمة المعلومات في تنفيذ مهامه

(Rai, Lang, & Welker, 2002, p. 57).

كما أنه يشير إلى الدرجة أو الطريقة التي من خلالها يقوم الموظفون، أو العملاء بالتعامل مع قدرات نظام

المعلومات، من خلال التعرف على معدل وطبيعة وتكرار الاستخدام للنظام والهدف من هذا الاستخدام

(Delone & McLean, 2016, p. 10).

• الأثر الفردي: يشير إلى تأثير المعلومات المنتجة على قرارات الإدارة (Delone & McLean, 1992, p. 62).

• الأثر التنظيمي: يشير إلى الأثر الناجم عن المعلومات المنتجة على الأداء التنظيمي (Delone & McLean, 1992, p. 62).

• جودة الخدمة: أداة لقياس نجاح النظام المعلوماتي تم تكييفها من التسويق، وهنا تشير إلى جودة الدعم الذي يتلقاه مستخدم النظام من منظمة نظم المعلومات، وموظفي دعم تكنولوجيا المعلومات (Delone & McLean, 2016, p. 10).

• صافي التأثيرات: يشير إلى مدى مساهمة (أو عدم مساهمة) أنظمة المعلومات في نجاح الأفراد، أو المجموعات، أو المنظمات، أو الصناعات، أو الدول (Delone & McLean, 2016, p. 11).

٢,٢,٤ مفهوم النظام المعلوماتي وخصائصه:

قد يتهيا للقارئ ان أنظمة المعلومات ترتبط بالتقانة إلا أن أنظمة المعلومات موجودة منذ أكثر من ٦٠٠٠ عام، لكنها أخذت العديد من الأشكال، وإن تقنية المعلومات تدرج كجزء من هذه الأنظمة حيث إن الأنظمة هي الأشمل (بينسون و ستاندينج، ٢٠٢٠، الصفحات ٤٣-٤٧).

كما أن أنظمة التجارة الإلكترونية، والتي يدرج هذا البحث من ضمنها، والتي تتبع بالأصل إلى أنظمة المعلومات تستوجب علينا أن نفهم ما هو النظام المعلوماتي، وماهي أهم خصائصه؟.

بداية يجب ان نتطرق إلى مفهوم النظام حيث تعددت التعاريف الخاصة بالنظام ونذكر منها التالي:

النظام: مجموعة من العناصر التي تتصف بحركة ديناميكية ومتبادلة ومنظمة ذلك لتحقيق هدف محدد (لزهر، ٢٠٠٦، صفحة ٩٧).

⇐ من ملاحظة الباحثة بالاطلاع على مجموعة من التعاريف الخاصة بالنظام وجدت أن هذه التعاريف

تتضمن شقين:

الأول: إنَّ أيَّ نظام يتكون من مجموعة عناصر، وإنَّ هذه العناصر تمتلك العديد من العلاقات فيما بينها، والثاني: إنَّ هذه العناصر مجتمعة مع العلاقات فيما بينها تسعى لتحقيق هدفاً مشتركاً.

المعلومات: هي مجموعة من البيانات التي تمت معالجتها لتصبح أكثر نفعاً وفي مضمونها هي ذات قيمة مدركة أو حقيقية لقرارات الأفراد وتصرفاتهم (لزهر، ٢٠٠٦، صفحة ٨٠).

إنَّ النظام المعلوماتي من حيث المفهوم يتم تفسيره بطرق مختلفة نذكر منها:

نظام تقني يرتبط بالحاسب الآلي والاتصالات، أو نظام اجتماعي كما في المنظمات، أو نظام مفاهيمي وغيرها (Falkenberg, et al., 1998, p. 5).

إنَّ كثرة هذه التفسيرات وتناولها من العديد من الجهات يجعل من الصعب وضع تعريف دقيق لأنظمة المعلومات.

⇐ من وجهة نظر الباحثة بأخذ الجانب التطبيقي من أنظمة المعلومات في المنظمات إنَّ النظام المعلوماتي جزء من النظام العام للمنظمة، ويتكون من العديد من الأنظمة الفرعية، ويتضمن مجموعة من الاتصالات الصاعدة والهابطة محملة بالمعلومات، يتم نقلها سواء بواسطة تقانة معينة أم بواسطة الأشخاص؛ ذلك لتحقيق أهداف محددة تتناسب مع رؤية المنظمة.

٢,٢,٥ جودة النظام :

بدايةً تعتبر كل من جودة النظام المعلوماتي وجودة المعلومات من ضمن خصائص النظام (Alshurideh, et al., 2021) ، ويعبر عن جودة النظام المعلوماتي بالمستوى الفني (الجهني، ٢٠٢٠، صفحة ٢٧٣) أو التقني ويقصد فيه دقة وكفاءة النظام الذي ينتج المعلومة (Delone & McLean, 2016, p. 5).

وهي تتضمن كل من العناصر الآتية والتي تعتبر مقاييس لجودة النظام: الموثوقية وإمكانية الوصول والسرعة والمرونة (بلي، ٢٠٢١، صفحة ٣١).

أيضاً: الملاءمة الفنية والتتقل والخصوصية والأمان (Gupta et al, 2021) ؛ فضلاً عن وقت الاستجابة وجودة المعلومات كما يعتبر قبول العملاء وسهولة الاستخدام من المعايير الرئيسية لجودة أي نظام (Alshurideh, et al., 2021) ، كذلك يمكن أن نأخذ بعين الاعتبار التخصيص والتفاعل ودقة النظام والتطور وميزات النظام (Dwivedi, Wade, & Schneberger, 2011, p. 5)

تم تعريفها على أنها انعكاس لخصائص النظام نفسه مثل مرونة وتكامل النظام وزمن الاستجابة، وسهولة الاستخدام والتعلم فضلاً عن الفوائد المتحققة (رومي و صلاح، ٢٠١٢، صفحة ١٣٩).

كما أنها تعبر عن أداء النظام والذي يشير إلى كيفية توفير المعلومات من خلال قدرات الأجهزة والبرامج والسياسات والإجراءات التي يمتلكها النظام (Kusumawati, Pribadi, & Astuti, 2013, p. 157). كما تشير جودة النظام إلى السمات الرئيسية للنظام الذي يقوم بإنتاج المعلومات (Chen & Tsai, 2017, p. 21).

وتدل على الدرجة التي يرى فيها الفرد إن النظام مرضي له من حيث سرعة النقل والموثوقية-Preciado Ortiz, 2021).

⇐ أخيراً يمكن اختصار القول بأن جودة النظام تعبر عن مجموعة السمات التي يجب (ليست فقط السمات المرغوبة حيث يجب وضروري أن تحقق هذه السمات معايير الجودة) توافرها في نظام المعلومات حتى يضمن استمراره وبالتالي يحقق إمكانية أن يكتب النجاح للنظام.

تجدر الإشارة أيضاً إلى أن جودة النظام التقنية هي الهدف الذي تركز عليه المنظمات، وإن هذه الأنظمة يجب أن يتم تطويرها باستمرار لضمان استمرار قبولها لدى المستخدمين، ولا يجب أن نغفل أنها على الرغم من أهميتها ؛ فليست هي من يعود على المجتمع والمنظمة بالفائدة إنما المعلومات التي تنتج عن هذا النظام (Petter, Delone, & McLean, 2012, p. 355).

٢,٢,٦ جودة المعلومات:

توضح نظرية الاتصال الطبيعة التسلسلية للمعلومات بحيث يقوم نظام المعلومات بإنتاج المعلومات التي تنتقل إلى المستخدم، وهذا المستخدم قد يتأثر أو لا يتأثر بالمعلومات، وبالتالي يحدث السلوك (الاستخدام أو عدم الاستخدام أو الأداء التنظيمي أو الاستهلاك تبعاً لنوع النظام) (Delone & McLean, 2016).

إن المعلومات هي اسم نستخدمه للإشارة إلى محتوى ما يتم تبادله مع العالم الخارجي عندما نتكيف معه ونجعل تعديلنا محسوساً عليه، وإن العيش بشكل فعال هو العيش مع معلومات كافية (Wiener, 1954).

تعرف جودة المعلومات أيضاً بالمستوى الدلالي (الجهني، ٢٠٢٠، صفحة ٢٧٣)، وهو بمعنى قدرة المعلومات ونجاحها في نقل المعنى المقصود (Delone & McLean, 2016, p. 5)، تمّ التعارف عليها على أنها مقياس لنجاح النظام المعلوماتي من خلال إجابتها عن تساؤل رئيسي هو:

هل يقدم النظام المعلوماتي المعلومات الدقيقة التي يحتاجها المستخدم؟ (McGill, Hobbs, & Klobas, 2003, p. 32).

أعطيت جودة المعلومات أهمية كبيرة في الدراسات التي قامت بخصوص أي نظام معلوماتي حيث نظر إليها على أنها العنصر الأبرز الذي يساعدنا على التنبؤ بسلوك المستهلكين (Alshurideh, et al., 2021). وفي سياق الانترنت تحديداً أن المستخدمين لأنظمة المعلومات عبر الانترنت يتفاعلون ويعالجون المعلومات والمحتوى ليقوموا أخيراً باتخاذ القرارات (Gupta et al, 2021).

تعددت العناصر التي تمت دراستها في هذا السياق؛ إذ إن جودة المعلومات تتضمن كلاً من: توافر المعلومات وصحتها وحدائتها وطريقة عرضها (بلي، ٢٠٢١، صفحة ٣١).

فضلاً عن دقة المعلومات وكفايتها، واكتمالها واتساقها وتفردها وقابليتها للفهم وفائدتها وقابلية استخدامها (Dwivedi, Wade, & Schneberger, 2011, p. 6).

وفي غالبية التعريفات تمّ استخدام مجموعة من هذه العناصر في وضع التعريف حيث إنها:

تعتبر عن مخرجات نظام المعلومات، والتي ترتبط بقيمة وفوائد وأهمية وضرورة المعلومات المنتجة (Kusumawati, Pribadi, & Astuti, 2013, p. 157).

كما يمكن النظر إليها على أنها تمثل مجموعة من المقاييس للمعلومات، والتي يجب أن تتضمن خصائصاً مثل: الدقة، والحدثة، والاكتمالية، والموثوقية، والإيجاز، والصلة بالموضوع، القابلية للمقارنة (رومي و صلاح، ٢٠١٢، صفحة ١٤٠).

كما أنها الخصائص المرغوب تواجدها في المعلومات نفسها مثل الدقة والموثوقية والالتزام (Delone & McLean, 2016, p. 10).

الدقة والموثوقية والاكتمال والتوقيت والارتباط بين البيانات التي ينتجها نظام المعلومات (Chen & Tsai, 2017, p. 21).

تعرف أيضاً على أنها القدرة على تقديم المعلومات التي تعود بالنفع على المستخدمين من حيث الدقة والاكتمال والحدثة (Preciado-Ortiz, 2021).

⇐ إن جودة المعلومات هي المحط الأكبر لقلق المستخدم، وهي العنصر الأساسي الذي تتنافس عليه جميع أنظمة المعلومات، ولا يجب إغفالها أبداً حيث وفي فضاء الانترنت تتعدد المعلومات ومصادر الحصول عليها وان يتصف نظام معلوماتي بجودة معلوماته هي نقطة أكثر من إيجابية.

خاتمة المبحث الثاني:

تناولنا في هذا المبحث نموذج نجاح النظام المعلوماتي، واستعرضنا كل من جودة النظام وجودة المعلومات كمتغيرات سوف يتم استخدامها في هذا البحث، سنتابع في المبحث الثالث مع المتغيرات التي سيتم اختبارها أيضاً وإضافتها إلى نموذج البحث إلى جانب ما سبق، وهي كل من التفاعلية وتصميم واجهة المستخدم، والثقة للتعرف عليها، وعلى علاقتها ببقية المتغيرات التي تحدثنا عنها في المبحثين الأول والثاني.

٢,٣ المبحث الثالث: التفاعلية المدركة وتصميم واجهة المستخدم والثقة

٢,٣,١	مفهوم التفاعلية
٢,٣,٢	تعريف التفاعلية وأبعاد التفاعلية
٢,٣,٣	أبعاد التفاعلية المدركة
٢,٣,٤	واجهة المستخدم كمفهوم
٢,٣,٥	عناصر واجهة المستخدم
٢,٣,٦	خصائص تصميم واجهة المستخدم
٢,٣,٧	الثقة

تمهيد:

تناولنا في المبحثين الأول والثاني من القسم النظري كلاً من نموذج تقبل الثقافة ، ونموذج نجاح النظام المعلوماتي، وتعرفنا على العلاقة فيما بينهما، وعلى المتغيرات التي سنقوم باختبارها في هذا البحث، وسنتابع في هذا المبحث في نفس السياق ونتناول بقية المتغيرات التي سيتم اختبارها في نموذج البحث. وهي كل من: التفاعلية المدركة، وتصميم واجهة المستخدم، حيث سنقوم باستعراض لمفاهيم هذه المتغيرات ، وعلاقتها ببقية المتغيرات والنماذج التي أسلفنا ذكرها ، وسبب اختيارها دون غيرها من المتغيرات، فضلاً عن المتغير الذي كان لا بد من إضافته بعد إجراء المقابلات وهو متغير الثقة.

٢,٣,١ مفهوم التفاعلية المدركة:

ترجع جذور المصطلح إلى نظرية التحكم الذاتي أو ما يتعارف عليها بالنظرية السيبرانية لوينر ١٩٤٨م، ونظرية شانون وويفر للاتصال ١٩٤٩م التي تختلف عنها بالتركيز على التغذية العكسية (Kioussis, 2002, p. 359).

ووفقاً للدراسات الإعلامية فإنها كمصطلح ذكر لأول مرة في عام ١٩٥٤م ، حيث إن وسائل الإعلام التقليدية هي وسائل ذات اتصال أحادي الاتجاه في حين التفاعلية ؛ تتضمن الاتصال ثنائي الاتجاه (اللبان، ٢٠٠٥، الصفحات ٦٥-٦٦)، وضع المصطلح من قبل ويلبر شرام عندما قال إنه من الضروري وجود خبرة مشتركة بين المرسل والمستقبل تساهم في حدوث التفاعلية (زيدان و عبد الوهاب، ٢٠١٧، صفحة ٢٠٢).

من أكثر النقاط الجدلية تحديداً في الدراسات التسويقية هي تناول التفاعلية كوظيفة ، أو تناول التفاعلية المدركة (Kim, Spielmann, & McMillan, 2012, p. 1545).

إن أول اقتراح لاستخدام مصطلح "التفاعلية المدركة" كان عام ١٩٩٥م ، وكان الهدف من إضافة مصطلح "المدركة" بالدرجة الأولى لتناولها كمتغير نفسي (Song & Zinkhan, 2008, p. 100).

ومن الجدير بالذكر أيضاً أن الإدراك كمفهوم أيضاً يتوافق مع تقاليد التسويق (Mcmillan & Hwang, 2002, p. 30) لذلك نلاحظ وجود " التفاعلية المدركة" في غالبية الدراسات التسويقية.

التفاعلية Interactivity كمصطلح يتكون من شقين "Inter": بين، و "Activity": النشاط والمحصلة تكون النشاط الثنائي، أما بالنسبة للمصطلح في اللغة العربية فهو مصدر صناعي ، ومن حيث المعنى يشير إلى القيام بالفعل بنشاط وإتقان (جفال، حداد، و مسامح، ٢٠١٩، الصفحات ١٣٢-١٣٣).

وفي بدايات مناقشة المفهوم نلاحظ أنه بني على الاستجابة أولاً. (Rafaeli, 1988, p. 118)

ونظراً لأنه تم تناول التفاعلية في سياقات مختلفة تم فرزها كمفهوم في مجموعات ثلاث هي:

(Hui & Nadda, 2015, pp. 165-167) و (Hui, 2011, pp. 34-36).

❖ وجهة نظر عملية (مفادها أنها عملية لتبادل الرسائل) تظهر بشكل واضح في أبحاث الاتصالات الحاسوبية.

❖ وجهة النظر الوظيفية (مفادها أن التفاعلية سمة من سمات التقنية بشكل عام ، وسمة للوسيط الذي يتم التفاعل من خلاله بشكل خاص) كذلك ظهر هذا المفهوم بكثرة في أبحاث تقنيات الإعلام.

❖ وجهة النظر الإدراكية (كيفية إدراك المستخدم للعملية التفاعلية، كما ينظر له هنا على أنه سمة من سمات المستخدم) هذا المفهوم هو المفهوم الذي يتوافق أكثر من غيره مع الدراسات التسويقية.

❖ إن الاتصال التفاعلي يجب ان يتسم بشرطين: (Liu Y. , 2003, p. 2).

الأول: يجب أن تتسم المعلومات بالترابط الوثيق مع بعضها بعض وأن يكون تدفقها في اتجاهين.

الثاني: يجب أن يتم تبادل المعلومات بسرعة، في بعض الدراسات أضيف التحكم أيضاً.

في السياق نفسه نشير إلى أن جوهر الاتصال التفاعلي هو استخدام المعلومات من العميل وليس عن العميل (Hui & Nadda, 2015, p. 167).

تتكون التفاعلية من أبعاد ثلاثة تنبؤية وهي: (Gleason & Lane, 2009, pp. 7-13).

١. الميزات التقنية (المرونة والسرعة والاستجابة).

٢. تجارب المستخدم (المهارة والخبرة وحتى الحالة المزاجية للمستخدم).

٣. فضلاً عن المحتوى التفاعلي (ويتحدد المحتوى الذي يتفاعل معه المستخدم من خلال تحكمه فيما

سيعرض له من محتويات وبأي الاشكال السمعية أو البصرية وغيرها).

وفي بدايات ظهور مصطلح التفاعلية أشار وينر إلى أن الرسائل تنتقل من الإنسان إلى الآلة وبالعكس وبين الآلات (Wiener, 1954).

فيما بعد ذكرت ثلاثة أنماط وهي: (Mcmillan, 2005, pp. 1-3).

❖ من إنسان إلى إنسان (من الأمثلة عليها غرف الدردشة والروابط).

❖ ومن الإنسان إلى الحاسوب (كتأثير مرور الفأرة على المواقع القابلة للبحث).

❖ ومن الإنسان إلى محتوى (مثل المحتوى المعبر عن مواصفات المنتجات أو صورها).

برأي الباحثين أن هذه العلاقات تؤكد على فكرة إن التفاعلية هي سمة من سمات المستهلك، وليست من سمات الوسيط وإن الوسيط هو فقط لتسهيل التفاعلية (Schumann, Artis, & Rivera, 2001, p. 45).

وبرأي آخرين إن التفاعلية: هي عملية مرتبطة بالإعدادات المتغيرة لخصائص النظام (Rafaeli & Sudweeks, Networked Interactivity, 1997, p. 3)، أي بشكل أو بآخر هذه إشارة إلى أنها سمة من سمات الوسيط.

← برأي الباحثة لا يمكن اعتبارها فقط سمة للمستخدم أو سمة للوسيط، إنما هي سمة للوسيط بالدرجة الأولى (يتم وضعها من قبل مصممي الوسيط الذين يمتلكون معلومات عن المستخدمين الممكنين والكيفية التي ممكن أن يتفاعلوا فيها)؛ يعززها أولاً إدراك المستخدم لها.

ثانياً اختياره لاستخدام الوسيط، ولا ننسى أنه حتى الكيفية التي يتفاعل فيها المستخدمون تختلف من مستخدم إلى آخر.

أخيراً من الجدير بالذكر أن نمو الاهتمام بالتفاعلية من قبل وسائل الاعلام، وتزايد استخدام الانترنت كان بمثابة مؤشر لتكون التفاعلية بمثابة نعمة للاتصالات التسويقية، وسبب لتزايد الاهتمام فيها من قبل الباحثين التسويقيين (Kim, Spielmann, & McMillan, 2012, p. 1543).

٢,٣,٢ تعريف التفاعلية :

لقد تعددت التعريفات نظراً لتناولها من وجهات نظر مختلفة في ميادين مختلفة أكاديمية منها، ومهنية إذ تم تناوله في مجالات اتصالية، وغير اتصالية، وعلم الاجتماع، وعلم النفس، فضلاً عن علوم تصميم الحاسوب (Kiousis, 2002, p. 357).

التفاعلية Interactivity: هي تعبير يشير إلى أي مدى يرتبط إرسال أي طرف ثالث (أو لاحق) أو الرسالة بالعمليات التبادلية الأسبق لها في سلسلة معينة من عمليات تبادل الاتصالات (Rafaeli, 1988, p. 111). كما تشير إلى أي درجة يمكن للمستخدمين أن يشاركوا في تعديل المحتوى من خلال بيئة وسيطة في وقت محدد (Schumann, Artis, & Rivera, 2001, p. 45).

ومن خلال دمج عنصري التحكم والاتصال ثنائي الاتجاه عرفت التفاعلية على أنها الدرجة التي يستطيع من خلالها طرفان، أو أكثر الاتصال مع بعضهم البعض عبر وسيط اتصالي ورسائل (Liu Y. , 2003, p. 3). كما تعكس درجة السماح التي يقدمها نظام الاتصال لمستخدم نهائي، أو العديد من المستخدمين للتواصل مع مستخدمين آخرين أو أجهزة الاتصال كمرسلين أو متلقين، وأن هذا التواصل قد يكون إما في الوقت الفعلي، أو للتخزين وإعادة التوجيه (البريد الإلكتروني)، أو لطلب المعلومات (Fortin & Dholakia, 2005, p. 388). وهي مدى مشاركة الفرد في حلقة الاتصال وإدراكه لتبادلية الاتصال، وسرعة الاستجابة كما يتميز هذا الاتصال باستخدام معلومات غير لفظية (Johnson, Bruner II, & Kumar, 2006, p. 41).

كما تشير التفاعلية بشكل مبسط إلى درجة مشاركة المستخدم في عملية الاتصال فضلاً عن السمات التفاعلية للتقانة (Gleason & Lane, 2009, p. 5).

التفاعلية المدركة: المدى الذي يشعر في الشخص بأن تجربته تمثل محاكاة للتفاعل الذي يحدث بين الأشخاص في الحياة الاجتماعية (Zhao & Lu, 2010, p. 943).

كما أن التفاعلية المدركة هي الصورة الذهنية التي تتكون لدى المستقبل بعد تفاعله مع المرسل أو الرسالة أو الوسيلة أو جميع المكونات الاتصالية (بودربالة، ٢٠١٩، صفحة ٣٢).

كما عرفت ضمن سياق الأعمال على أنها مزيج يساهم في تكوين تجربة المستهلك، ويتكون هذا المزيج من محتوى غني، وذكاء نشط، فضلاً عن اتصالات تعاونية (Ha & James, 1998, p. 461)

⇐ أخيراً برأي الباحثة وفي سياق هذا البحث أن التفاعلية ببساطة هي: مزيج للأفعال وردود الأفعال التي تحدث بين المستخدمين والوسيط التقني.

٢,٣,٣ أبعاد التفاعلية

من الملاحظ في العديد من الدراسات وجود "أبعاد التفاعلية" وأن هذه الأبعاد اختلفت من باحث إلى آخر سنستعرض "الأبعاد العامة" والتي وردت في العديد من الدراسات:

- البعد الاجتماعي: يتناول هذه البعد دراسة للتفاعلات التي تحدث بشكل يومي سواء بين إنسان وإنسان أو بين الإنسان والآلة، وفهم التأثير المتبادل بين الطرفين والذي يمثل جوهر التفاعلية، وبشكل عام إن هذه الدراسات ترجع إلى علم الاجتماع وعلم النفس الاجتماعي (تومي، ٢٠٠٨، صفحة ٤٦).
- البعد الإدراكي: وهو البعد الأكثر تداولاً تحديداً في المجال التقني، والتسويقي؛ لأن كيفية إدراك الأفراد للتفاعلية تعتبر من أهم العناصر لتطوير التقنيات، حيث إن الخصائص الفردية تؤثر على تبني أي وسيلة تقنية (بودربالة، ٢٠١٩، صفحة ٣٨).

كما نذكر أبعاداً للتفاعلية المدركة تبعاً للاحتياجات المختلفة وهي (Ha & James, 1998, p. 461):

١- المرح ٢- الاختيار ٣- الترابط أو الانضمام ٤- جمع المعلومات ٥- التواصل المتبادل

- البعد النفسي الاجتماعي: يدرس هذا البعد التفاعل الذي يحدث بين الإنسان والحاسوب على اعتبار أن الفرد يتفاعل ضمناً مع كائنات بشرية داخل الحاسوب، وأن الفرد يتحكم في تجربته الذاتية مع الحاسوب (بودربالة، ٢٠١٩، الصفحات ٣٨-٣٩).

- البعد التكنولوجي للتفاعلية: في هذا البعد يتم التركيز على التفاعلية من جانب الوسيط أو الوسيلة التقنية، وليس من جانب العملية أو المستخدم، بشكل عام ينظر إلى الوسيط الإلكتروني الذي يجب أن يتضمن

اتصالات متعددة الاتجاهات، ويعطي للمستخدم إمكانية التحكم بالاتصال، فضلاً عن إمكانية تبادل الأدوار بين المرسل والمتلقي في الوقت نفسه (تومي، ٢٠٠٨، الصفحات ٥١-٥٢).

اقترحت أبعاد مختلفة للتفاعلية من قبل الباحثين في ميادين مختلفة، وتطورت مع تطور المفهوم، نذكر من هذه التصنيفات: (Hui, 2011, pp. 38-39)

١- تعقيد الخيارات المتاحة أمام المستخدمين.

٢- الجهد الذي يبذله المستخدمون حتى يتمكنوا من الوصول إلى المعلومات.

٣- الاستجابة للمستخدم.

٤- الرقابة على المعلومات التي يتم استخدامها تكون أشبه بالتتبع.

٥- سهولة إضافة المعلومات.

٦- تسهيل الاتصال بين الأشخاص.

نذكر أيضاً من الأبعاد المقترحة: قابلية التشغيل، وسهولة الاستخدام، والتواجد عن بعد، والمتعة، والعلاقة الودية (Zhao & Lu, 2010, p. 944)

٢,٣,٤ أبعاد التفاعلية المدركة

تم اقتراح ثلاثة أبعاد للتفاعلية المدركة وهي: (Mcmillan & Hwang, 2002, p. 30)

١- اتجاه الاتصال، ٢- تحكم المستخدم، ٣- الوقت.

كما اقترح التحكم النشط، والاتصال ثنائي الاتجاه، فضلاً عن التزامن (Liu & Shrum, 2002, p. 54)، إن هذه الأبعاد استخدمت في الكثير من الدراسات التي اختبرت التفاعلية، وهي التي سيتم التركيز عليها أيضاً في هذا البحث لذلك سنقوم بتفصيل الأبعاد الثلاثة هذه:

أولاً: التحكم النشط: هو قدرة المستخدم على المشاركة الطوعية والتواصل والتأثير بشكل فعال (Liu Y. , 2003, p. 3)

يتميز التحكم بالنشط بالعمل التطوعي، والفعال الذي يؤثر بشكل مباشر على تجربة المستخدم (Liu & Shrum, 2002, p. 54).

في سياق التحكم بالنشط يمكن للمستخدمين طوعية البحث واختيار المعلومات، وتخصيصها، ومشاركتها، والمحتويات والقيام بإضافة أو تعديل على محتوى معين (Hui, 2011, p. 59)

ثانياً: الاتصال ثنائي الاتجاه: وهو تدفق المعلومات ثنائي الاتجاه (Liu Y. , 2003, p. 3)، ويشير إلى إمكانية التواصل المتبادل بين الشركات والمستخدمين، والمستخدمين مع بعضهم البعض (Liu & Shrum, 2002, p. 55)، إن هذا البعد من أهم الأبعاد التي تساعدنا في تتبع سلوك المستهلكين عبر الانترنت وفهمه؛ إذ تطور معه. نشير إلى أنه تم استخدام العديد من المصطلحات للإشارة إلى هذا المفهوم وهي: الحوار، وردود الأفعال، فضلاً عن المعاملة بالمثل، واستخدمت أيضاً التغذية العكسية والاستجابة (Hui, 2011, pp. 60-61).

ثالثاً: التزامن: يتوافق مع سرعة التفاعل (Liu Y. , 2003, p. 3)، ويشير إلى المحاكاة المتزامنة التي تحدث عند دخول المستخدمين في اتصال معين والاستجابة التي يتلقونها من هذا الاتصال (Liu & Shrum, 2002, p. 55).

إن هذا البعد يرتبط بالإنترنت ارتباط وثيق؛ لأنّ التعاملات أو الاتصالات التي تستغرق وقت طویل بالواقع قد لا تستغرق سوى بضع ثواني عبر الإنترنت، وتتم في الوقت نفسه دون الحاجة للانتظار.

ترتكز التفاعلية على الاستجابة، وإن هذه الاستجابة يجب أن تكون في الوقت الفعلي، نشير أيضاً إلى أن الاتصال في الوقت الفعلي إلى المصطلح نفسه "التزامن" (Hui, 2011, p. 62)، ومن البديهي أن توفر المنصات قدرات عالية في التزامنية، إذ حتى تحدث التزامنية تتطلب وجود أطراف الاتصال والاتصال.

⇐ إن هذا المزيج من جهة نظر الباحثة يعكس جوهر التفاعلية لذلك ستستخدمها في اختبار متغير التفاعلية المدركة في هذا البحث.

٢,٣,٥ واجهة المستخدم كمفهوم :

ظهر الاهتمام من قبل الباحثين في الدراسات الاجتماعية والنفسية والإدارية في تصميم الأنظمة مع تزايد

أهمية الشبكات (Branscomb & Thomas, 1984, p. 232).

للهولة الأولى قد يتبادر إلى أذهاننا أن تصميم الأنظمة يشمل الجوانب البرمجية والتقنية ، ولكن لتصميم واجهة المستخدم حصة كبيرة من جهود المصممين.

والتي تزايد الاهتمام بها أكثر وأكثر مع وجود مواقع التجارة الإلكترونية، حيث لوحظ في بدايتها أن واحداً من أهم العوامل التي تؤدي لانخفاض المبيعات هو صعوبة فهم الواجهة، والتعامل معها نتيجة ضعف التصميم (Purwati, 2011, p. 78)، إذ إنّها بالنسبة للمستخدمين هي مجمل النظام (Tsai, Chang, Chen, & Chang, 2017, p. 3).

حيث تعتبر واجهة المستخدم التي تزيد من قابلية الاستخدام هي مفتاح للنجاح (DAVIS, BAGOZZI, & WARSHAW, 1989, p. 1000).

وعندما أصبح المستهلك مستخدم للواجهة (أي بالانتقال إلى التجارة الإلكترونية) اقترح البعض تسميتها واجهة المستهلك، واعتبرت واجهة المستخدم مصطلح عام معني بالدراسات التابعة لأنظمة المعلومات (أي للناحية البرمجية) ، وغيرها بينما واجهة المستهلك أو العميل تستخدم في دراسات التجارة الإلكترونية والتسويق الإلكتروني (Kim J. , 1999, p. 214).

ننوه إلى أن تصميم الواجهات لأغراض التجارة الإلكترونية أصعب الواجهات ؛ لأنها تتطلب استيعاب أكبر عدد من شرائح المستخدمين الممكنين (Purwati, 2011, p. 79).

وعرفت في هذا السياق على أنّها وسيلة الاتصال الوحيدة بين المستخدم وموقع التجارة الإلكترونية (Ogut, 2016, p. 12)

وتعرف واجهة المستهلك على أنّها: واجهة المستخدم الخاصة بمراكز التسوق الإلكترونية، والتي يتفاعل معها المستهلكين للبحث عن عناصر محددة والقيام بالشراء (Kim J. , 1999, pp. 213–214).

← حتى وكأن الواجهة هي مرآة تعكس ما يريد البائعون إيصاله للمستهلكين ، وكلما كان المستخدم متفاعل أكثر كانت الواجهة مرضية أكثر .

نذكر إنه في اختبارات واجهة المستهلك تم التركيز على كل من: العنوان، القوائم، والألوان، وغيرها (Kim & Moon, 1997, p. 284)، في الاختبارات اللاحقة سميت عوامل تصميم واجهات الخدمات الإلكترونية من منظور العميل (Kim & Moon, 1998, p. 12)، وهذا تحديداً ما سنهتم به في هذا البحث.

← لكن في هذا البحث من حيث المصطلح سنستخدم "واجهة المستخدم" للتعبير عن هذا المتغير عملاً بالدراسات السابقة في هذا الميدان، إلا أننا من حيث المضمون سنتناول تصميم واجهة المستخدم من وجهة نظر المستهلك.

من التعريفات المذكورة سابقاً لواجهة المستخدم التالي:

هي كل شيء مصمم في أجهزة المعلومات والتي قد يتفاعل معها الإنسان، ومن الممكن أن يشمل ذلك: الفأرة أو القلم الضوئي، أو الظهور في سطح المكتب، والرسائل، فضلاً عن الكيفية التي يدعو من خلالها تطبيق أو موقع ويب للتفاعل معه والاستجابة (Singh A. , 2005, p. 16).

كما يمكن أن يطلق عليها تصميم الشاشة، وتشير إلى المظهر المرئي للنظام، والذي يتضمن ترتيب المحتويات من حيث التخطيط والألوان وأحجام الخطوط والأزرار والأيقونات (Tsai, Chang, Chen, & Chang, 2017, pp. 6-7)

← برأي الباحثة أن واجهة المستخدم هي ميدان التفاعل الأول بين المستخدم النهائي، والوسيط التقني؛ فمن البديهي ان تكون هذه الواجهة مصممة بشكل يتناسب مع المستخدمين، من حيث الألوان والأزرار وأماكن توضعها والخيارات التي توفرها والقوائم وطريقة العرض والبحث وغيرها.

٢,٣,٦ عناصر واجهة المستخدم:

يصنف تصميم واجهة المستخدم في ثلاثة فئات وهي: (Ivory & Hearst, 2002, pp. 56-57)

- (١) تصميم المعلومات: يركز على مجموعة المعلومات والمحتويات التي تعكس بنية معلومات الموقع.
- (٢) تصميم الملاحة أو التنقل: وفي التصميم من حيث التنقل يتم التركيز على أسطرة التنقل والروابط التي تسهل التفاعل مع المعلومات.

(٣) التصميم الغرافيكي: هو الذي يركز على العرض المرئي.

(٤) تصميم التجربة: يشمل الثلاثة فئات السابقة.

يوجد مجموعة عناصر عامة في أي واجهة مستخدم نذكر منها:

- (١) الأزرار: التي يجب أن تكون مصممة بشكل متناسق، فضلاً عن الملاحظات المرئية (Liu, Chen, Sun, Wible, & Kuo, 2010, p. 602).

- (٢) وضع شعار الشركة في بداية وأعلى الصفحة، وأن يتضمن رابط تشعبي، ووضع إشارة العودة بحيث يسهل خروج المستخدم، ووضع عناصر التحكم على طول الصفحة في الجانب الأيسر منها، وضع إشعار ترحيب عند كل تسجيل دخول أو تنقل في الصفحات، ووضع ارتباط تشعبي يتضمن اتصل بنا في كل صفحة من الأسفل، فضلاً عن روابط الخصوصية والأمان، ووضع اقتراحات عن هدايا أو عروض وغيرها (Najjar L. J., 2005, pp. 517-518).

- (٣) المعلومات: يجب أن يتم ترتيبها وتنظيمها عرضها بشكل واضح، فضلاً عن تضمين الصور عندما يتطلب الأمر (Liu, Chen, Sun, Wible, & Kuo, 2010, p. 602).

هذه المهمة أو كالت حالياً لمن يطلق عليهم اسم "صناع المحتوى" اللذين ازداد الاهتمام بهم بشكل كبير؛ لوضع المعلومات بأسلوب مميز يجذب انتباه القارئ.

نظراً لأنّ واجهة المستخدم في هذا البحث لها الطابع التجاري سنضيف مجموعة عناصر مطلوب وجودها عند تصميم واجهة المستخدم لأغراض التجارة الإلكترونية:

(١) المساعدة أو إرشادات المستخدم: على شكل ملاحظات يتم تقديمها للمستخدم سواء عند حدوث أخطاء أو لمساعدته على الاستخدام (Ogut, 2016, p. 14).

(٢) حقل البحث: حيث يجب أن يكون حقل البحث واضح لا يربك المستخدم (Najjar L. , 2011, p. 298).

(٣) قائمة المنتجات: يجب أن تتضمن واجهة المستخدم قائمة بالمنتجات الموجودة والخيارات المتاحة أمام المستهلكين (الكتالوجات) (Ogut, 2016, p. 13)

(٤) عربات التسوق: خاصية تميز المواقع الجارية أيضاً تتضمن المنتجات التي يتم اختيارها قبل وضع أمر الشراء (Purwati, 2011, p. 79)، تمكن عربة التسوق المستخدم من مراجعة المنتجات التي قتم باختيارها ومراجعة التفاصيل كافة عن الكميات والأسعار والدفع وغيرها (Najjar L. J., 2005, p. 520)

(٥) معلومات مخصصة لمجموعة محددة من العملاء دون غيرهم (Purwati, 2011, p. 80)، إنّ هذا شكل من أشكال العلاقات طويلة الأمد كما نعلم، وفي ميدان دراستنا هذا تكون مثلاً على شكل أكواد حسم.

(٦) اللون والضوء: هي واحدة من أهم العناصر، ومن المتعارف عليه في أدبيات التسويق، للون تأثير كبير على المستهلك.

يرتبط اللون بالضوء إلى حد كبير حيث يجب أن تختلف الإضاءة عند استخدام ألوان دافئة عنها عند استخدام ألوان باردة. (Singh S. , 2006, p. 783)

يؤثر اللون على المستهلك نظراً لأن اللون يرتبط بالمشاعر؛ حتى أنها صنفت إلى ألوان سعيدة وألوان حزينة، والفئات العمرية (تختلف ألوان الأطفال عن ألوان الشباب عن ألوان كبار السن وحتى أنها تختلف تبعاً للنوع الاجتماعي، والثقافة، والدين) (Singh S. , 2006, pp. 784-785).

نشير إلى أن وجود صورة للمنتج وأن تكون هذه الصورة قابلة للتحويل والتكبير، وأن يوجد ملخص أسفل الصورة يشرح مجموعة تفاصيل عن المنتج تهم المتسوق منها مكونات، ومواصفات المنتج وسعره فضلاً عن إمكانية عرض مراجعات المستخدمين، فضلاً عن اقتراح بدائل للمتسوق عند نفاذ المخزون (Najjar L. J., 2005, pp. 518-519).

٢,٣,٧ خصائص تصميم واجهة المستخدم:

يجب أن يتوافر في تصميم واجهة المستخدم مجموعة من الخصائص نذكر منها:

(١) أن يتضمن تصميم واجهة المستخدم مرونة عالية، وتكيف مع الاحتياجات التي ستختلف للمستخدمين

اليوم عن غد. (Branscomb & (DAVIS, BAGOZZI, & WARSHAW, 1989, p. 1000)،

Thomas, 1984, pp. 228-229)

(٢) أن تكون قابلة للاستخدام حتى بالنسبة لأشخاص لم يعتادوا على استخدامها إذ يجب أن يكون الاستخدام

بديهياً ولا يحتاج للتعليم (Kotler, Kartajaya, & Setiawan, 2017, p. 156)

(٣) يجب أن تكون الواجهة قابلة للترجمة إلى عدة لغات (Branscomb & Thomas, 1984, p. 227)

(٤) الفحص المستمر لتصميم واجهة المستخدم تحديداً في البداية حتى لا يتم وضع واجهات للأنظمة

ويرفضها المستخدمين، فضلاً عن استمرارية التعديل بما يواكب التعديلات في الميدان نفسه، وبما

يستجيب لآراء العملاء (DAVIS, BAGOZZI, & WARSHAW, 1989, p. 1000).

(٥) يجب أن تتسم الواجهة بالبساطة ويتمكن المستخدم من التحكم بعملية الاتصال كاملة (Singh A. ,

2005, p. 16)

(٦) يجب تضمين القيم الثقافية في تصميم واجهة المستخدم لما لها من دور مهم في سلوك الاستخدام (Alsswey & Al-Samarraie, 2020, p. 1).

(٧) تمتع كل واجهة بخصوصية مما يجعل من الصعوبة أن يتم تعميم مجموعة خصائص تنطبق على جميع الواجهات، لكن بشكل عام يجب أن تتضمن مصطلحات مفهومة للمستخدم، وأن تكون الأزرار والرموز واضحة، وأن تكون سهلة التنقل (Thong, Hong, & Tam, 2002, pp. 219-220).

(٨) في سياق التسوق عبر الانترنت من الضروري أن يتم تصميم واجهة المستخدم بما يتوافق مع الشريحة المستهدفة من المستهلكين، ذلك من خلال أخذ الأجهزة التي يمكن ان يقوموا بالتسوق من خلالها، ودقة الشاشة، وحجم العرض، وسرعة الاتصال، وغيرها (Najjar L. J., 2005, pp. 514-515).

(٩) ضمن سياق نفسه من الضروري في واجهة المستخدم إلى جانب وضوح المعلومات والصور والبحث عن المنتجات؛ وجود واحدة من أكثر ما يلتفت إليه، ويطلبه المستخدمين وهي مراجعات المستخدمين، حيث إن غموضها أو عدم وجودها يثير شك المستهلك (Najjar L. , 2011, p. 298).

(١٠) تضمين مصطلحات ومفاهيم مألوفة لشريحة المستخدمين المحتملين (Ogutu, 2016, p. 14)

٢,٣,٨ الثقة:

إن الثقة وهي المتغير المضاف إلى بحثنا بعد الدراسة النوعية ظهرت أهميتها من خلال المبحوثين، وكانت عنصر مهم جدا وهذا يعتبر طبيعي عند الحديث عن أي نشاط تجاري وعن أي نشاط إلكتروني وإذا ما اجتمع النشاطين معا تتضاعف أهميتها.

من حيث المفهوم فإن الثقة تشير إلى التوقع بأن الأشخاص الذين يختار الشخص الثقة بهم لن يتصرفوا بشكل استغلالي (Gefen, Karahanna , & . Straub , 2003, p. 54).

عرفت الثقة من خلال معتقدات الفرد حول ثلاثة نقاط رئيسية وهي: القدرة، والأمانة والإحسان (Gefen, Karahanna , & . Straub , 2003, p. 55).

تشير الثقة إلى نية الأفراد أو استعدادهم للاعتماد على شيء ما (Wang & Lin, 2016, p. 4). من الملفت أنها كانت واحدة من أهم التفسيرات لسلوك إعادة الشراء للعميل أو إعادة زيارة نفس الموقع الإلكتروني (Gefen, Karahanna , & . Straub , 2003, p. 52)، ونقصها سبب لعدم الشراء إذ يعود ذلك لمجموعة من المخاوف بالدرجة الأولى الدفع الإلكتروني والخوف على البيانات الشخصية التي يتوجب على الفرد إضافتها سواء عند بدء تشغيل المنصة، أو عند القيام بعملية الشراء، بالإضافة على الخوف المرتبط بجودة المنتج المطلوب (الخطيب و الخضر، ٢٠٢٣، صفحة ٩).

تتبع أهمية الثقة من كونها مخفضة للمخاطر والشكوك التي يفكر فيها المستهلك فهي جوهر العلاقات كلها (Gefen, Karahanna , & . Straub , 2003, pp. 51-52)

"تخلق الثقة خزاناً من حسن النية" (Gefen, Karahanna , & . Straub , 2003, p. 62).

خاتمة المبحث:

تناولنا في هذا المبحث كل من التفاعلية وتصميم واجهة المستخدم كمتغيرات سنقوم باختبار تأثيرها على الاستخدام الفعلي؛ لخدمات المنصات الإلكترونية والتعرف على علاقتها بكل من نموذج تقبل التقنية ونموذج نجاح النظام المعلوماتي بذلك نكون قد أنهينا ما يتعلق بمتغيراتنا ، وسننتقل للتعرف على المنصات الإلكترونية والخدمات التي تقوم بتقديمها، وأخيرا التعرف على منصات توصيل الطعام وتحديداً منصة بي أورد.

المبحث الرابع: علاقة المتغيرات بنموذج تقبل التقنية

٢,٤,١ نموذج تقبل التقنية وعلاقته بنموذج نجاح النظام المعلوماتي

٢,٤,٢ التفاعلية المدركة مع نموذج تقبل التقنية

٢,٤,٣ واجهة المستخدم مع نموذج تقبل التقنية ونموذج نجاح النظام المعلوماتي

٢,٤,٤ الثقة مع نموذج تقبل التقنية ونموذج نجاح النظام المعلوماتي

تمهيد:

انطلاقاً مما تحدثنا عنه حول المرونة التي يتمتع فيها نموذج تقبل التقانة، وإمكانية إضافة متغيرات والتعديل على النموذج واشتقاق نماذج جديدة؛ بحيث تعطي قوة تفسيرية أكبر للمتغيرات سنتحدث في هذا المبحث عن ربط النموذج في المتغيرات التي توصلت إليها الباحثة؛ بما يتناسب مع موضوع البحث. بحيث سنستعرض علاقة نموذج تقبل التقانة بكل من جودة المعلومات وجودة النظام، فضلاً عن علاقته مع كل من التفاعلية المدركة وتصميم واجهة المستخدم والثقة كل على حدى.

٢,٤,١ نموذج تقبل التقانة وعلاقته بنموذج نجاح النظام المعلوماتي:

على الرغم من كثرة استخدام النموذج في الدراسات والأبحاث، إلا أن الاستخدام الأكبر كان للمتغيرات الموجودة في النموذج (كمتغيرات تساعد بالدرجة الأولى في التنبؤ) بالدمج مع متغيرات أخرى، ذلك كان السبب في خلق نماذج هجينة وهو ما يشجع عليه ديلون ومكلين للحصول على قوة تفسيرية أكبر لمتغيرات نموذجهم الأساسي (Sabeh, Husin, Kee, Baharudin, & Abdullah, 2021, pp. 81215-81217).

وهذا هو السبب أيضاً لدمج هذا النموذج مع نموذج تقبل التقانة في العديد من الدراسات، "وهو ما سيتم اعتماده في هذا البحث لتكوين نموذج هجين يقع بين النموذجين".

إنّ سيدون وهو واحد من أهم الباحثين الذين أعادوا البحث في النموذج اقترح واختبر أثر كل من جودة النظام وجودة المعلومات في الفائدة المدركة (Seddon P. B., 1997, p. 245).

كما اقترح البعض أخذ مدخلات النظام بعين الاعتبار عند اختبار النموذج هذه المدخلات تتضمن الموارد المتاحة إلى جانب احتياجات المستخدم، وإضافة تغذية عكسية فيما بينها وبين صافي المنافع (العدواني، الملاحسن، و الحيايلى، ٢٠١٣، الصفحات ٢٥٦-٢٥٧).

أن كل من جودة المعلومات، ورضا المستخدم، وقبول التقانة، وقيمة أنظمة المعلومات ظهرت جلية وزاد استخدامها من قبل الباحثين في الفترة ما بين (١٩٨٠-١٩٩٠) بظهور الحاسوب الشخصي (Petter,

(Delone, & McLean, 2012, pp. 345-347)، وهذا دليل على أن هذه النماذج ظهرت لأسباب تتقاطع مع معطيات الواقع في تلك الفترة.

وهنا أصبحت الأبحاث تأخذ بشكل أكبر البحث من وجهة نظر المستخدم أياً كان (سابقاً كان التركيز على المستخدمين من المديرين بالغالب؛ إذ اقتصرَت التقانة على المستويات الإدارية العليا)، ومع الانتشار السريع للتقانة أصبح الفرد الواحد يتعامل مع العشرات من أنظمة المعلومات يومياً ويتعرض للعشرات ويرفض التعامل مع العشرات وهو ما يجذب الباحثين السلوكيين بشكل كبير.

من الملاحظ أن نقطة الالتقاء المشتركة بين نموذج نجاح النظام المعلوماتي ونموذج تقبل التقانة هو ، إنَّ أي تقانة جديدة تبنى على نظام معلوماتي ، وإنَّ نجاح هذا النظام يتوقف على مدى تقبل مستخدمه له، ومنه النقطة الأساسية هي نظام المعلومات.

وهذا هو السبب الذي جعل الباحثة تأخذ متغيرات من نموذج النجاح وتدمجها مع نموذج التقبل؛ حيث وبرأي الباحثة لتحقيق فهم للسلوك ، وإمكانية التنبؤ به يتطلب أيضاً تحقيق فهم لعملية الاتصال أيضاً، وإن هذا الفهم لا يحدث من خلال العودة إلى النظريات السلوكية فقط ؛ إنما يتطلب الاتصالية أيضاً، وهذا ما قامت به أيضاً العديد من الدراسات وهو ما تحدثنا عنه سابقاً والأمثلة على هذه الدراسات كثيرة: (Linh, 2021) و (Alshurideh, 2021) et al., (2021) و (Chen & Tsai, 2017) و (Gupta, Prashar, Vijay, & Parsad, 2021) .

كما أنه من جهة أخرى ينظر إلى نموذج قبول التقانة على أنه واحد من نماذج قياس نجاح أنظمة المعلومات حيث أنه يشرح قبول المستخدمين لأنظمة المعلومات (Petter, Delone, & McLean, 2012, p. 346).
إنَّ غالبية الدراسات التابعة لنموذج نجاح النظام المعلوماتي هي دراسات اهتمت بالمنافع الصافية (yosep, 2015) .

حتى يتم استخدام أي نظام يجب أن يكون المستخدم قادراً على تحديد ما إذا كانت الفوائد التي ستعود من استخدامه تفوق التكاليف (المادية والوقت والجهد)، فضلاً عن التأثير الاجتماعي الذي لا يمكن إغفال دوره في هذا الخصوص أيضاً (Gelderman, 1998, p. 12).

أما بالنسبة للبحث الذي بين أيدينا فإنه كما ذكرنا المتغير التابع هو الاستخدام الفعلي ، وهو نقطة مشتركة بين النموذجين إذ اعتبر مقياس تمّ اعتماده في الكثير من الدراسات لكلا النموذجين.

⇐ وهذه النقطة تحديداً تعطينا إمكانية لاختبار التأثير المباشر لكل من جودة النظام ، والمعلومات على الاستخدام إلى جانب اختبار التأثير عبر وساطة كل من سهولة الاستخدام والفائدة المدركة.

كما في دراسة (Al-Momani, 2017) التي تناولت كل من جودة المعلومات والنظام والفائدة المدركة ، وسهولة الاستخدام المدركة كمتغيرات تؤثر بشكل مباشر على الاستخدام الفعلي وتأثير غير مباشر من خلال توسط النية السلوكية للتأثير.

ولكن هناك بعض المخاوف من تناول الاستخدام كمقياس للنجاح حيث اعتبر البعض أنه يساعد فقط في التعرف على الأنظمة الفاشلة (Gelderman, 1998, p. 12) .

أخيراً برأي الباحثة لا يمكن الفصل بين النموذجين في الأبحاث التي تسعى لقياس الاستخدام أو القبول للتقانة، إذ إنه حتى ينتج أي سلوك فهو بحاجة إلى معلومات واتصالات تكون محددات للقيام بسلوك معين، ولا تكفي نظرية تتبع لمجال واحد فحسب لإعطاء تفسير أكثر دقة.

ولا يمكننا إغفال أن أنظمة المعلومات اليوم محيطة بنا كما الهواء، ولكل نظام خصائصه ولكل نظام شريحة مستخدمين تختلف عن نظام آخر، والبحوث في هذا المجال تهدف بشكل أساسي لتطوير الأنظمة بما يتناسب مع احتياجات المستخدمين الحالية والمتوقعة، ويجعل حصولهم على المعلومات أسهل وأسرع، ويقدم الخدمات المطلوبة منه بالجودة المتوقعة حتى يضمن قبوله واستمراره.

٢,٤,٢ التفاعلية المدركة مع نموذج تقبل التقانة

أولاً من المفيد التذكير بأن هذا البحث من أبحاث التسويق ، ولضمان التسويق الناجح عبر الانترنت فإن

التفاعلية من أهم العناصر المطلوب وجودها (Hui, 2011, p. 32).

وفي الحديث عن ارتباطات التفاعلية: ترتبط التفاعلية بالأبعاد السلوكية لكل من القبول والرضا، وهذه نقطة أساسية لاختبارها في نموذج التقبل (Rafaeli & Sudweeks, 1997, p. 4).

← من أهم النقاط المشتركة، وكنا قد جئنا على ذكرها سابقاً، وهي أن التفاعلية تعود في جذورها إلى نظرية شانون وويفر، والتي يعود نموذج نجاح النظام المعلوماتي في جذوره لها.

نلاحظ من الدراسات السابقة أنه تم دمجها في الدراسات التسويقية (ذكرنا أنها نعمة في الاتصالات التسويقية) ، وتحديدًا في دراسات سلوك المستهلك، وتبعاً لنموذج:

SOR (Stimuli–Organism–Response) يمكن اعتبار كلاً من جودة النظام وجودة المعلومات والتفاعلية في دراسات سلوك المستهلك اتجاه تطبيقات الهاتف المحمول على أنها خصائص للتطبيقات ، واعتبرت بمثابة محفزات، كما استخدمت الفائدة المدركة ، وسهولة الاستخدام المدركة كعوامل استجابة داخلية (Gupta, Prashar, Vijay, & Parsad, 2021, p. 273).

وإن الاختلاف في غالبية الدراسات كان في تحديد متغير الاستجابة الذي تم تناوله على أنه النية السلوكية للاستخدام (Suresh & Latha, 2019) ، أو نية الاستمرارية في الاستخدام (Gupta, Prashar, Vijay, & Parsad, 2021) و (Lee & Lee, 2019).

"ولكن كما أسلفنا انه لم يتم الاتفاق على أبعاد محددة عند اختبار التفاعلية إذ لكل دراسة خصوصيتها". كما اعتبرت بعض الدراسات أن التفاعلية المدركة التي تحدث بين العميل، ومقدم الخدمة من السوابق لتقبل التقنية بأخذ عناصر الاستجابة المدركة، والاتصال المدرك والتحكم المدرك، (Lu, Wai Lai, & Liu, 2019, p. 2).

← ختام القول إن التفاعلية تقع بين النموذجين TAM وISSM، وأعطاهما الباحثون قدراً من الاهتمام نظراً إلى أن الانترنت وفر القدرة العالية على التفاعل بين المستخدمين، والوسيط.

٢,٤,٣ واجهة المستخدم مع نموذج تقبل التقنية ونموذج نجاح النظام المعلوماتي

واحد من أهم المواضيع التي حاول الباحثون تفسيرها، وفهمها هي كيفية تحسين قبول المستخدم من خلال تصميم النظام، حيث يخضع اختيار الخصائص الوظيفية، والواجهة لنظام جديد لسيطرة مصممي نظم المعلومات (Davis, 1993, p. 475).

إنّ عملية التصميم والتحسين المستمر يجب أن تركز على كل من الفائدة المدركة وسهولة الاستخدام المدركة (Vatolkina, Gorbashko, Kamynina, & Fedotkina, 2020, p. 15).

كما اعتبر تصميم واجهة المستخدم من أكثر العوامل المقترح إضافتها إلى نموذج تقبل التقنية للاختبار (Yalcin & Kutlu, 2019).

⇐ وبرأي الباحثة إنّ السباق في هذا الميدان سباق مع الزمن لمواكبة التطور، وإن دخول هذا المجال يتطلب فهماً عالياً للمرونة التي يجب أن تتمتع فيها المنصات، وأن واجهة المستخدم بما تحتوي من عناصر هي أساس لانعكاس التطور.

وننوه إلى أن نموذج تقبل التقنية في بداية تطوره كان للسمات الفنية للنظام نصيب كبير في التركيز عليها من ضمن المتغيرات الخارجية في نموذج تقبل التقنية (DAVIS, BAGOZZI, & WARSHAW, 1989, p. 983).

أكد على ذلك Venkatesh واعتبرها السمات التي يبني على أساسها المستخدم تصورات حول الفائدة وسهولة الاستخدام لنظام معين (Venkatesh & Bala, 2008, p. 276).

واعتبر تصميم واجهة المستخدم من ضمن السمات الفنية (Mouakket & Bettayeb, 2015, p. 493). ونشير إلى أن تقييم قابلية الواجهة للاستخدام هو المفتاح لتطوير وتحسين تصميم النظام (Tsai, Chang, 3). لذلك من الضروري دراستها إلى جانب جودة النظام وجودة المعلومات. ولا ننسى أنّ الاهتمام بها لا يعتبر حديث حيث تمّ وضع مقاييس لقياس سهولة استخدام الواجهة من ضمن هذه المقاييس مقياس هاليسند، الذي عمل على توسيع نطاقه ليشمل التنبؤ بسهولة استخدام الواجهات (Branscomb & Thomas, 1984, pp. 232-233).

⇐ إنّ هذا العنصر تحديداً هو أهم عنصر لقبول المستخدم للتعامل مع أي منصة كانت، أو تقنية على وجه العموم، وإنّ غياب أي عنصر فيها سواء بالقوائم، أو الأزرار، أو الألوان، أو الحجم، أو ترتيب المحتويات، والتنقل ضمنها؛ يجعل من الصعوبة في مكان استمرار العميل بالتعامل مع المنصة نفسها،

ونذكر بأن باحثي التسويق أخبر من غيرهم في هذا المجال إذ يجب ان يتكامل عملهم مع عمل المصممين التقنيين.

٢,٤,٤ الثقة مع نموذج تقبل التقنية ونموذج نجاح النظام المعلوماتي

في سياق التسوق عبر الانترنت أو التجارة الإلكترونية بشكل عام لا تقل أهمية الثقة عن المحددات في نموذج تقبل التقنية (سوابق أو محددات التقنية)، وهما الفائدة المدركة وسهولة الاستخدام المدركة (Gefen, 2003, p. 51). Karahanna , & Straub , 2003, p. 51)

الثقة وهي المتغير المضاف في هذا البحث بعد الانتهاء من التحليل النوعي تمت إضافته تبعاً للعديد من الأسباب: أولاً: لأنه ذكر كثيراً من قبل المبحوثين، ثانياً: لأن له تأثير كامن كمتغير وسيط تم استنتاجه خصوصاً عند الحديث عن جودة النظام وجودة المعلومات، هذا ما استدعى البحث مجدداً في علاقة الثقة بنموذج تقبل التقنية. حيث دعمت الدراسات السابقة وبشدة إضافة هذا المتغير على اعتبار أنه كلما توفرت معلومات تتمتع بجودة عالية كلما ازدادت مستويات الثقة (Wang & Lin, 2016, p. 3).

وفي سياق الأنظمة تشير الثقة إلى قدرة مقدم الخدمة على الوفاء بالتزاماته اتجاه العملاء، وهذا بدوره يعتبر مؤشر لتأثير جودة النظام في الثقة حيث لا يثق الناس في الأنظمة صعبة الاستخدام، أو التنقل وغيرها من العوامل التي تعتبر مؤشرات لجودة النظام (Wang & Lin, 2016, p. 3).

تجدر الإشارة إلى أن المستهلك بشكل عام عندما يتقبل فكرة استخدام الانترنت للحصول على خدمات قد اعتاد سابقاً الحصول عليها بحضوره شخصياً ، وطلبه لخدمة معينة فهو سيتقبل هذه الفكرة بناءً على أنها ستعطيه إمكانية للحصول على منافع محددة إضافية عن التجارب السابقة، إلى جانب كونها أسهل وأبسط فإذا كانت أصعب ستكون بمثابة عقبة كذلك هو الأمر بالنسبة للثقة التي تعد معرقة للاستخدام في حال نقصها (الخطيب و الخضر، ٢٠٢٣، صفحة ١٠) ، خصوصاً أن استخدام المنصات والتطبيقات بشكل عام يتطلب إدخال المعلومات الشخصية حتى موقع الشخص وحسابه البنكي وغيرها من المعلومات التي تهم المستخدم.

ينبغي ذكر أن الثقة تعتبر محفز للنية السلوكية ذلك تبعاً ؛ لأنّ الثقة تخفض من الخطر الذي يتوقعه المستخدم للتقنية من خلال التقليل من التعقيد الاجتماعي الذي يحيط بالفرد ويزيد من شكوكه (Gefen, Karahanna, Straub , 2003, p. 55) .&تحديداً عند الحديث عن الخدمات الإلكترونية؛ بحيث تزداد الشكوك حول الانتهاكات للمعلومات الشخصية التي يضعها المستخدم والخوف من التتبع الممكن لسلوكيات عبر الانترنت. كما أن ما توفره الثقة من الضمان الشخصي للمستخدم أو للمستهلك بشكل عام؛ بأن المنصة ستقوم بالوفاء بالتزاماتها إلى جانب تقديمها لدرجات عالية من الاهتمام كل ذلك يزيد من الفوائد المتوقعة، وعلى العكس من ذلك فإن نقص الثقة أو الشك وإدراك المخاطر يقلل من توقع الفوائد (Gefen, Karahanna , & . Straub , 2003, p. 62).

بالإشعور ودون وعي يبحث الأفراد عن الثقة عند القيام بأي نشاط تجاري، وحتى الاجتماعي أيضاً، وفي العالم الإلكتروني وأخص بالذكر عالم الخدمات الإلكترونية وعندما لا يرى الشخص أثناء التفاعل سوى الواجهة التي يتفاعل من خلالها.

والتي يجب أن تكون سهلة الفهم والتنقل، وبالمعنى الأشمل يجب أن تكون سهلة الاستخدام حتى تساعد في خلق الثقة، وعلى العكس من ذلك النقص في سهولة الاستخدام يجعل المستخدم يشك في الطرف الآخر وما يخفيه عن المستخدم. (Gefen, Karahanna , & . Straub , 2003, pp. 65-66)

خاتمة المبحث:

مع نهاية هذا المبحث نكون اختتمنا ما يتعلق بالنظريات التي يتبع لها هذا البحث؛ فضلاً عما يتعلق بالمتغيرات وعلاقاتها فيما بينها من الناحية النظرية، ويتبقى من الناحية النظرية أن نتعرف على نطاق الدراسة وهو ما سنتناوله في المبحث الأخير من القسم النظري.

٢,٥ المبحث الخامس: خدمات المنصات الإلكترونية

٢,٥,١ التسويق الإلكتروني

٢,٥,٢ المنصات الإلكترونية

٢,٥,٣ الخدمات الإلكترونية

٢,٥,٤ الخدمات التي تقدمها المنصات الإلكترونية

٢,٥,٥ منصات طلب وتوصيل الطعام

٢,٥,٦ خدمات منصات طلب وتوصيل الطعام

٢,٥,٧ منصة بي أوردر

٢,٥,٨ الخدمات التي تقدمها المنصة

تمهيد:

تحدثنا سابقاً عن الأساس النظري للعوامل التي سيتم دراستها، واختبارها في هذا البحث بقي لدينا أن نعطي إضاءة حول التسويق الإلكتروني والمنصات الإلكترونية، ونتعرف على خدمات المنصات الإلكترونية، وهو ما سنتناوله في هذا المبحث حيث سنتعرف على المنصات الإلكترونية وأبرز الخدمات التي تقدمها؛ فضلاً عن إعطاء لمحة عن منصة بي أوردر ميدان الدراسة والخدمات التي تقدمها.

٢,٥,١ التسويق الإلكتروني

في هذا المبحث سنتناول المنصات الإلكترونية، والخدمات التي تقدمها، لكن لن ننسى أن الغرض منها تسويق بحت لذلك سنعطي إضاءة على التسويق الإلكتروني بداية.

إن استخدام تكنولوجيا المعلومات في البدايات كان بمثابة ميزة تنافسية للشركة المستخدمة لها، ومع تزايد الاستخدام للإنترنت أصبحت ضرورة لا يمكن الاستغناء عنها.

ومما لا شك فيه أن الإنترنت فعل مالم يستطع البائعون أو المشتري فعله من قبل، ووفر طريق يوصل المستهلك للسلع والخدمات التي يريدها، ويسهل على الشركات إيجاد عملائها، هذا ما حفز وجود التجارة الإلكترونية، والتي تعرف بأنها أي نشاط فيه تبادل للسلع والخدمات باستخدام الإنترنت كوسيط للاتصال (Ogut, 2016, p. 6).

النمط الأشيع منها في عالم اليوم هو التجارة عبر الهاتف المحمول (M-Commerce): تشير إلى عمليات الشراء التي تتم من خلال الهواتف المحمولة للمستهلكين (Najjar L. , 2011, p. 297)، إذ يعتبر التسوق أكثر سهولة عبر الهواتف الذكية والأجهزة اللوحية (Turban, King, Lee, Liang, & Turban, 2015, p. 279).

إن كلاً من الأعمال الإلكترونية والتجارة الإلكترونية، والتسويق الإلكتروني تعتبر تطبيقات للإنترنت (Strauss & Frost, 2014, p. 23).

لعدم الخلط بين التجارة الإلكترونية والتسويق الإلكتروني، فإنّ التجارة الإلكترونية تكون معنية بعمليات البيع والشراء بينما التسويق الإلكتروني يأخذ دور الفلسفة الإرشادية لوظائف ونشاطات المنظمة ولا يقتصر على البيع والشراء فقط (العلاق، ٢٠١٩، صفحة ١٩).

يتضمن التسويق الإلكتروني العمليات التي تسبق العملية الانتاجية وترافقها، وحتى بعد الحصول على الخدمات أو المنتجات (العلاق، ٢٠١٩، صفحة ١٦)

التسويق الإلكتروني: هو استخدام تكنولوجيا المعلومات في الأنشطة التسويقية، والاتصالات، والتبادل للعروض التي لها قيمة للعملاء والشركات والمجتمع ككل، وبشكل مختصر هو نتيجة تطبيق تكنولوجيا المعلومات على التسويق التقليدي (Strauss & Frost, 2014, p. 23).

يعبر عن استخدام الانترنت والتقنيات لجذب انتباه المستخدمين من أجل زيادة المبيعات، أو تقديم الاتصال لذلك وصف التسويق الإلكتروني بأنه المفتاح لتحويل المشاهد إلى مشتري (Guerrero, 2010, p. 9).

أما بالنسبة للتسويق عبر الهاتف المحمول تعتبر مجموعة فرعية من التجارة المتنقلة، والتسويق عبر الهاتف المحمول (Turban, King, Lee, Liang, & Turban, 2015, p. 439).

ولقد تمّ توجيه المسوقين نحو تطبيقات الهواتف الذكية، باعتبارها أفضل القنوات لجذب العملاء؛ منذ تزايد أعداد المستخدمين للهواتف الذكية حيث كان من المتوقع أن تأخذ تطبيقات الهواتف الذكية أهمية عظيمة (Kotler, Kartajaya, & Setiawan, 2017, p. 154).

إنّ هذا التوجيه ضرورة لا غنى عنها فإذا ما عدنا لتعريف التسويق الذي يقول بأن التسويق هو اشراك العملاء، وبناء علاقات قوية معهم وخلق قيمة للعملاء من أجل الحصول على قيمة للشركات في المقابل (Kotler, Armstrong, Harris, & He, 2020, p. 6).

نلاحظ أن التطبيقات والمنصات الإلكترونية هي أفضل الميادين التي تشرك العملاء؛ إذ تكاد لا تخلو منصة من طلب التقييم أو الاستبيانات للتطوير، عدا عن عشرات الخيارات المتاحة للعميل والتي تمكنه من المشاركة في كل العمليات التي يريد المشاركة فيها وابداء رأيه.

← من المتعارف عليه في هذا الوقت إنّ التسوق عبر الهاتف الذكي هو أسهل أشكال التسوق، ومن حيث السرعة لا يتطلب الكثير من الوقت أو الجهد حتى تتم عملية الشراء.

٢,٥,٢ المنصات الإلكترونية

كثيراً ما نسمع ونرى عن: منصات التواصل الاجتماعي مثل فيسبوك، أو منصات مشاركة الوسائط مثل يوتيوب أو المنصات التعليمية كمنصة إدراك، أو منصات الحجز الفندقي، أو منصات الطلب والتوصيل، إلى ماذا يشير مفهوم المنصة؟.

المنصة Platform: في اللغة العربية تشير إلى المكان المرتفع، وظهرت كمصطلح في القرن الخامس عشر، وتمّ تناولها في ميادين مختلفة، فيما بعد ونتيجة للتطور المرافق لشبكة الانترنت والتحويلات في الشركات العالمية مثل أمازون انتشر مصطلح "المنصة الإلكترونية" (السويدي، ٢٠٢٠، صفحة ١٧).

تعرف بأنها: نشاط تجاري يهدف إلى خلق القيمة من خلال التفاعلات التي تحدث بين المنتجين والمستهلكين (السويدي، ٢٠٢٠، صفحة ١٥).

نشير إلى أنّ المنصات اعتبرت أفضل الميادين للفئات الشابة تبعاً؛ لأنّ انتشارها كان مرافق لنمو الفئة العمرية التي شبت على استخدام الانترنت (Turban, King, Lee, Liang, & Turban, 2015, p. 297).

نشير إلى منصات الخدمات الإلكترونية: والتي تعني البنى التحتية التي تقدم التوصيل الآمن، والمطور للخدمات الإلكترونية لكل من العملاء، والشركات (Casati, Sayal, & Shan, 2001, p. 144).

وهي التي تسمح لمقدمي الخدمة بالإعلان وتسجيل الخدمات التي يقدمونها، كما تسمح من جهة أخرى للمستخدمين بالبحث عن الخدمات التي يريدونها والوصول إليها (Casati, Sayal, & Shan, 2001, p. 144).

للتعامل مع المنصات الإلكترونية كما في حالة دراستنا تكون من خلال تحميل تطبيق على الهاتف الذكي للاستفادة من المنصة والخدمات التي تقدمها.

ولتطوير تطبيق جيد يجب اتباع الخطوات التالية (Kotler, Kartajaya, & Setiawan, 2017, p. 155):

١. تحديد حالات الاستخدام (أي ماهي الأهداف التي يسعى العملاء لتحقيقها عند استخدام التطبيق؟).

٢. تصميم الوظائف الرئيسية وواجهة المستخدم.

٣. تأمين الدعم الخلفي لجعل تجربة المستخدم بأقل العيوب الممكنة.

⇐ تؤكد هذه الخطوات الارتباط الكبير بين الاستخدام، وتصميم واجهة المستخدم.

٢,٥,٣ الخدمات الإلكترونية

من أكثر الميادين التي يتمّ تغطيتها إلكترونياً هي الخدمات تبعاً لطبيعتها اللاملموسة، و الجدير بالذكر أن هذه الخدمات قد تأخذ المنحى التجاري (الخدمات التسويقية والمصرفية وغيرها)، أو المنحى غير التجاري (الحكومة الإلكترونية، والصحة الإلكترونية وغيرها) (Mou, Shin, & Cohen, 2017, p. 256).

وتكاد تغطي الخدمات الإلكترونية كل المجالات التجارية نذكر منها: التسويق، وسلاسل التوريد، وإدارة العلاقات العامة، والمحاسبة، وإدارة الموارد، والخدمات الأخرى التي يتمّ تسليمها عبر الانترنت، وغيرها الكثير (Tiwana & Ramesh, 2001, p. 1).

تشمل الخدمات الإلكترونية جميع أشكال التفاعلات والمعاملات التي تتمّ عبر شبكات الاتصال الإلكترونية بين مقدمي الخدمات، ومستهلكيها (Mou, Shin, & Cohen, 2017, p. 256).

تعرف الخدمات الإلكترونية على أنّها: خدمات تفاعلية يتمّ تقديمها عبر الانترنت باستخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصالات (Guerrero, 2010, p. 12).

الخدمات الإلكترونية: هي نموذج معياري وسريع للخدمات التي يمكن توفيرها لكل من العملاء، والأعمال الأخرى عبر وسائل إلكترونية يتربع على عرشها الانترنت، كما أنّه أي نوع من الأعمال يمكن أن يتم تحويل الخدمات إلى خدمات إلكترونية، بحيث يصبح تقديمها أسرع وأكثر كفاءة (Bataineh & Al Mutawa, 2016, pp. 1-2).

بشكل أبسط هي: مجموعة العمليات والسياسات والإجراءات، والأشخاص، والأدوات التي تمكن المؤسسات من تقديم الخدمات للعملاء باستخدام الانترنت كمنصة (Featherman & Fuller, 2002).

بشكل مختصر تقوم الخدمة الإلكترونية على تقديم الخدمة عبر وسائل وشبكات إلكترونية (العلاق، ٢٠١٩، صفحة ١١٥).

كما تعتبر أنظمة الطلب من الخدمات الرئيسية التي يمكن أن تقدمها الشركات عبر الانترنت (Guerrero, 2010, p. 12).

تتمتع الخدمة الإلكترونية بخصائص تتطابق مع الخصائص العامة للخدمات مثل اللاملموسية، أو عدم إمكانية ملكيتها، أو الاحتفاظ بها وتخزينها وغيرها من الخصائص .

أما أهم الخصائص التي تميز الخدمات الإلكترونية:

١- التلازم: عدم قابلية الفصل بمعنى أو بآخر تزامن الاستهلاك والانتاج والتسويق يعزى هذا للمرونة

العالية التي تتمتع فيها الخدمة الإلكترونية (Taherdoost, Sahibuddin, & Jalaliyoon, 2014, p. 207).

٢- الطبيعة التفاعلية للخدمة: في النظرة العامة يشير إلى التفاعل الحاصل بين الشركات والعملاء أما في الوقت الحالي ؛ فإنه تفاعل العملاء مع الواجهات الإلكترونية (Taherdoost, Sahibuddin, & Jalaliyoon, 2014, p. 208).

٣- غير منافسة في الطلب: بما معناه يحصل العميل على الخدمة التي يريد دون التأثير في عميل آخر يريد الخدمة في الوقت نفسه (Taherdoost, Sahibuddin, & Jalaliyoon, 2014, p. 208).

يتم تصنيف الخدمات الإلكترونية في ثلاثة مجموعات وهي: (Tiwana & Ramesh, 2001, p. 2):

١- المادية: عملية الإنتاج الرئيسية تدعمها خدمة إلكترونية من خلال التصميم، أو التجميع أو التوصيل، أي أن السلعة مادية والخدمة كذلك من حيث تجميعها وتوصيلها مثل خدمات تتبع الطرود FedEx.

٢- الرقمية: يكون المنتج النهائي الذي تقدمه الخدمة الإلكترونية هو منتج معلومات أي هي سلع رقمية مجمعة موجودة أساسا في شكل الكتروني، مثال: مكتبة ACM الرقمية التي تسلم المجالات إلكترونيا

بصيغة PDF.

٣- الخدمة النقية: المنتج النهائي في هذا النوع من الخدمة لا يكون منتج معلومات بشكل كامل، ولا منتج مادي صرف، في هذا النوع تقع التجارة الإلكترونية؛ حيث من الممكن أن تكون المدخلات إلكترونية، والمخرجات مادية، مثال: مقدمو خدمات التطبيقات وتخطيط موارد المؤسسات عبر الويب، مثال آخر يؤمن MSN Messenger المراسلة الفورية للمستهلكين أثناء تعرضهم للإعلان.

٢,٥,٤ الخدمات التي تقدمها المنصات الإلكترونية:

أسلفنا فيما سبق أن الخدمات الإلكترونية قد يكون تطبيقها ضمن ميدان تجاري، أو غير تجاري يمتد هذا المفهوم نحو المنصات التي يمكن القول عنها أنها البيئة الحاضنة للخدمات الإلكترونية.

في أواخر القرن العشرين تمحورت وظائف وخدمات المنصات الإلكترونية حول: عرض المحتويات، وإطلاع المستخدم على المنتجات، والخدمات بإنشاء قناة اتصال بين المنتج والمستهلك (السويدي، ٢٠٢٠، صفحة ١٧). تقدم المنصات خدمات إلكترونية هذه الخدمات تأخذ أحد الشكلين:

- خدمة مركبة أو هجينة مثل تطبيقات التسوق: في هذا النوع تأخذ الخدمة الشكل الإلكتروني، ولكن في جزء منها لا تكون إلكترونية بحتة ففي تطبيقات التسوق نختار المتجر، وما نريد من منتجات وتنتمى الخدمة تكون ملموسة وهي المنتجات التي تصل للمنزل.
- خدمة رقمية: مثل يوتيوب، تأخذ هنا الخدمة شكل إلكتروني بحت من بداية طلب الخدمة وحتى الانتهاء منها.

⇐ إذا بالمجمل سيكون نصيب الأنشطة التجارية الخدمات الهجينة منها.

تجنباً للخلط إن أي خدمة مركبة هي خدمة إلكترونية (Casati, Sayal, & Shan, 2001, p. 175)، وتصنيف مركبة يأتي ضمنها ليس فقط؛ لأن قسم منها إلكتروني وقسم غير إلكتروني إنما تبعاً للعقد التي يمر فيها الطلب. تتنوع الخدمات التي تقدمها المنصة الإلكترونية تبعاً للميدان الذي تغطيه، والبيئة التي تقدم فيها الخدمة، فنلاحظ أن المنصات التعليمية كما في منصة إدراك تقدم مجموعة خدمات كلها ذات طابع رقمي من خلال الدورات والتدريبات والشهادات وغيرها، تطبيقات النقل تأخذ طابع آخر أيضاً مثل تطبيق yalla go الذي يعتمد بشكل

أساسي على نظام تحديد المواقع ؛ لتقدم بعد ذلك خدمة النقل فيكون جزء من الخدمة إلكتروني والآخر خدمة مادية، كما تختلف أيضاً في منصات الحجز الفندقي أيضاً التي توفر تغطية واسعة للفنادق ، وتقييماتها وأسعارها وعروضها وغيرها من المعلومات التي تهتم العميل؛ فضلاً عن العديد من المجالات الخدمية التي تتم تغطيتها إلكترونياً؛ لذلك لا يمكن حصر الخدمات التي تقدمها المنصات الإلكترونية.

⇐ إن هذا التوجه حقيقة لا يمكن اغفالها، بل على العكس يجب علينا التعايش معها، إذ لا يمكن الاستهتار بما توفره من وقت وجهد وحتى مال ؛ فضلاً عن عدم الاحتكاك المباشر مع العديد من الأشخاص للحصول على الخدمة المطلوبة.

ومن البديهي أن التوجه عالمي لتحويل كل ما يمكن تحويله إلى خدمات إلكترونية ذلك في أي صناعة (النقل، الملابس، الأغذية خدمات مصرفية مثل الدفع الإلكتروني، وغيرها).

كما نذكر التوجه الحكومي على الصعيد المحلي هنا أيضاً بإضافة بوابة الخدمات الإلكترونية ، وتوافر تطبيق "معاملاتي" الذي يسهل على المواطن إجراء المعاملات ويوفر إمكانية الدفع الإلكتروني أيضاً.

٢,٥,٥ منصات طلب وتوصيل الطعام:

بغض النظر عن نوع المنصة (أي نوع الخدمة المقدمة عبرها) ؛ فإن المنصات الناجحة هي المنصات التي تستطيع أن تستقطب عدداً كبيراً من المستخدمين بسرعة كبيرة (Bivona, 2022, p. 2)

بدايةً تدرج الخدمات التي تقدمها منصات طلب، وتوصيل الطعام من ضمن خدمات المنصات الإلكترونية، وتحديدًا من ضمن الخدمات المركبة منها؛ نظراً لمرور البحث والطلب بالعديد من العقد أولها اختيار المطعم ثانيها اختيار الطعام وهكذا (Casati, Sayal, & Shan, 2001, p. 179).

أو يطلق عليها اسم خدمة هجينة: ذلك للإشارة إلى أنها خدمة يتم تقديمها عبر الإنترنت، ويتم تسليم نتيجة هذه الخدمة لطلابها (Vatolkina, Gorbashko, Kamynina, & Fedotkina, 2020, p. 2)

تشير منصات توصيل الطعام إلى مؤسسات جديدة قائمة على الويب تسهل، أو تعزز مطابقة الطلب بين العملاء ومقدمي الخدمة، وتحقق ربحها من المعاملات المنجزة (Bivona, 2022, p. 1).

من الجدير بالذكر أن هذا الميدان أخذ صدى كبير، وأجريت العديد من الدراسات للبحث في العوامل التي من الممكن أن تؤثر في مواقف المستهلكين اتجاهها، وواحد من أهم الأطر النظرية التي أوصي بها لاختبار العوامل من خلالها هو نموذج تقبل التقنية (Alagoz & Hekimoglu, 2012, p. 1138).

يمكن إيجاز الفوائد التي تتحقق من المنصات على الشكل التالي: (He, Han, Cheng, Fan, & Dong, 2018, p. 2)

يستعرض الجدول رقم (٣) أهم الفوائد بالنسبة للعميل وللمنصة وللمطاعم:

بالنسبة للمطاعم	بالنسبة للعميل	بالنسبة للمنصة نفسها
توفير إيرادات جديدة، وعملاء جدد دون تكاليف تتعلق بإضافة مقاعد أو طاولات وغيرها.	توفير مجموعة خيارات واسعة للعميل تتضمن المطاعم، والوجبات والتقييمات والمراجعات وخيارات الدفع.	إيراد يأتي من العمولات على العمليات التي تتم بين المطاعم والعملاء.

الجدول رقم (٣): فوائد المنصة.

يجب أن نميز بين نوعين لمنصات توصيل الطعام: (Hirschberg, Rajko, Schumacher, & Wrulich, 2016)

١. النوع الأول هو ما يطلق عليه المجمعين Aggregators: تقدم خيارات لمجموعة من المطاعم والوجبات الموجودة ضمنها وغيرها من المعلومات، هذا الشكل هو الأقدم وأصبح يعتبر تقليدياً، طريقة عملهم تكون بأخذ الطلبات من العملاء، ومن ثم توجيهها إلى المطاعم وهي التي تتعامل مع تسليم الطلبات.
 ٢. النوع الثاني التوصيل الجديد New Delivery: هذا النوع كما في سابقه يقومون بأخذ الطلبات من العملاء، ولكن للتوصيل والتسليم رجال توصيل مخصصين فليس لكل المطاعم رجال توصيل.
- ⇐ يكمن الاختلاف بالخدمات اللوجستية التي يتم تقديمها، في النوع الثاني تدفع المطاعم عمولة لرجال التوصيل حيث توفر رجال توصيل للمطاعم الذين لا يملكون رجال توصيل، بمعنى آخر ظهر التطور

الجديد ليكون هناك أربعة أطراف في العلاقة العملاء من جهة والمطاعم من جهة ورجال التوصيل من جهة والجامع والمنسق بينهم جميعاً هو المنصة.

٢,٥,٦ خدمات منصات الطلب والتوصيل

نذكر الآن أبرز الخدمات التي يحصل عليها مستخدمي المنصة:

١- توفر المنصة التسليم حتى الباب وهي من أكثر الأشياء المرغوبة عند استخدام هذا النوع من المنصات، ثم يأتي دور عوامل أخرى لاختيار منصة دون أخرى مثل الراحة وسهولة الاستخدام، كما أن للخبرة وتأثير الوسط الاجتماعي والمحيطين تأثير أيضاً (Das, 2018, p. 162).

٢- كما تعطي إمكانية تغطية شرائح مختلفة من المستهلكين (ذلك من خلال وجود خيارات متعددة للمطاعم، والأسعار المختلفة للوجبات (PANSE, RASTOGI, SHARMA, & DORJI, 2019, p. 4355).

٣- الشفافية في عرض قائمة تتضمن الأسعار والمعلومات الكاملة حول الخدمة (Reddy & Aradhya, 2020, p. 131).

٤- انخفاض التكاليف فضلاً عن تقديم حسومات مستمرة للعملاء (من الملاحظ في العديد من المنصات مثلاً وجود التجربة الأولى المجانية، ووجود حسومات عند تكرار الشراء) (PANSE, RASTOGI, SHARMA, & DORJI, 2019, p. 4355).

⇐ ملاحظة: من الأشكال الأكثر رواجاً على مواقع التواصل: تقديم حسومات المؤثرين، فضلاً عن المسابقات في المناسبات، والأحداث الكبرى مثل كأس العالم.

٥- توفير إشعارات الدفع، وخيارات الدفع المتعددة والبحث باستخدام نظام تحديد المواقع العالمي GPS الذي يساعد في تحديد المطاعم القريبة (Reddy & Aradhya, 2020, p. 131).

٦- التقديم المستمر للخدمات على مدار الساعة طيلة أيام الأسبوع (PANSE, RASTOGI, SHARMA, & DORJI, 2019, p. 4355).

نشير أخيراً إلى واحدة من أهم الإضافات للتطبيق ضمن هذا الميدان Blockchain التي تمكن من اعطاء معلومات آمنة، وصادقة وجديرة بالثقة سواء عن المطاعم أو الوجبات الموجودة ضمنها؛ حيث تمكن هذه التقنية من تتبع المعلومات المعروضة للجميع الموجودة، والغير قابلة للتغيير (Shankar, Jebarajakirthy, Naya, Maseeh, Kumar, & Sivapalan, 2022, p. 16).

← من وجهة نظر الباحثة هذه الأخيرة سيكون لها الحصة الأكبر ضمن سياق خدمات المنصات الإلكترونية في الأبحاث المستقبلية.

واحدة من أهم نقاط الضعف التي لا يمكن إغفالها، إنّ الأطعمة بشكل عام هي سلع سريعة التلف؛ لذلك يجب على مصممي المنصة الحذر تجاه هذه النقطة، وتحديد نطاق تغطية معين لكل مطعم، وهذه واحدة من أهم النقاط التي جعلت الباحثة تحدد عينة الدراسة بمدينة دمشق فقط، إذ إنّ الوقت محور جودة هذه الخدمة، ونحن في هذا البحث عن القبول للمنصة أي من الناحية التقنية تحديداً ذلك لتجنب الخلط.

٢,٥,٧ منصة بي أوردر

تأسست عام ٢٠١٦ كأول منصة لطلب الطعام من خلال الانترنت في الجمهورية العربية السورية. والتي امتدت خدماتها فيما بعد لتشمل خدمات إضافية إلى جانب توصيل الطعام مثل السوبر ماركت، والصيدلية، والمكتبة، والمتاجر.

تعمل منصة بي أوردر كوكيل للمطاعم والمتاجر المشتركة، وذلك لإتمام جميع الطلبات وإدارة الخدمة مع العملاء ومقدم خدمة التوصيل وذلك من خلال متابعة عملية توريد الطلب مع الجهات المرتبطة وما بعد ذلك. كل شريك له منطقة توصيل محددة قد تتغير تبعاً للطقس، أو للطلب المتزايد وذلك بهدف وصول الطلب بأقصى جودة ممكنة.

قد تعمل في بعض الأحيان على التسعير الديناميكي؛ مما يعني أن الأسعار ورسوم التوصيل قد تتغير أثناء التصفح، كما توفر بي أوردر إمكانية اختيار وقت التوصيل بشكل فوري أو لاحق، ويتم اخبار العميل بالوقت المتوقع لتسليم الطلب.

إنّ تكلفة التوصيل تختلف تبعاً للمسافة بين عنوان التسليم والمطعم والمتجر الشريك، ويتم الدفع إما نقداً أو عن طريق الدفع الإلكتروني عبر الحساب المصرفي لدى أحد المصارف الشريكة، أو باستخدام المحفظة الإلكترونية لدى السيريتل كاش.

يقدم الشركاء (المطاعم والمتاجر) أحياناً عروض خاصة عبر بي أوردر والتي تظهر عند النظر إلى القائمة وتكون هذه العروض وفقاً لتقدير الشركاء.

توسع نطاق خدمات بي أوردر وامتدت للعديد من المحافظات السورية إلى جانب دمشق طبعاً منها: حمص وحلب وطرطوس.

٢,٥,٨ الخدمات التي تقدمها منصة بي أوردر:

ننتقل الآن إلى الخدمات التي تقدمها منصة طلب الطعام بي أوردر:

١- تمكين المستخدم من الحصول على تجربة سهلة، وسلسلة للبحث على طلبه من الخدمات التي تقدمها المنصة وتأمين الوصول المريح.

٢- تؤمن للمستهلكين إمكانية البحث عن المطاعم والأطعمة بسهولة، وتوفر إمكانية التوصيل الفوري واللاحق.

٣- تمكن المستهلكين من مقارنة الأسعار المختلفة.

٤- توفر للمطاعم والمتاجر طلبات من مستهلكين مختلفين دون جهد منهم في البحث عن المستهلكين.

٥- تروج للمطاعم والمتاجر نيابة عنهم مما يساهم في بناء العلامة التجارية عن طريق الحملات الإعلانية.

٦- تقديم عروضات وحسومات للتحفيز على الشراء.

٧- الاهتمام بالتغذية العكسية من العملاء على اعتبار أن المطاعم جزء من عملهم، ويجب مساعدتهم على التطوير والتكيف مع طلبات المستهلكين.

٨- إلى جانب خدمة الدفع الإلكتروني.

٩- تمكن المستخدم من مراقبة طلبه بالتفصيل حتى وصوله إلى العنوان المقصود.

خاتمة المبحث الخامس:

استعرضنا في هذا المبحث المفهوم العام للمنصات الإلكترونية والخدمات التي تقدمها، والتعرف على منصة طلب الطعام بي أوردر والخدمات التي تقدمها.

وبهذا نكون قد اختتمنا القسم النظري من بحثنا وتعرفنا على الأدب النظري، والدراسات السابقة ضمن سياق قبول الخدمات الإلكترونية، وسنتابع في الفصل الثالث: القسم العملي الذي سيتضمن تحليل نوعي ستصاغ الفرضيات بناء عليه ويتم اختبارها، والتحقق منها فيما بعد في تحليل كمي.

٣. الفصل الثالث: القسم العملي

٣,١ المبحث الأول: البحث النوعي

٣,٢ المبحث الثاني: البحث الكمي

٣,١ المبحث الأول: البحث النوعي

٣,١,١ البحث النوعي

٣,١,٢ أداة البحث

٣,١,٣ الصدق والموثوقية

٣,١,٢ جمع البيانات

٣,١,٣ التحليل الموضوعي

٣,١,٤ تحليل البيانات

٣,١ البحث النوعي:

٣,١,١ البحث النوعي

يسعى الباحث هنا إلى فهم الظاهرة باتباع استراتيجية الحالة أو علم الوجود، حيث يجمع الباحث الكلمات بدلاً من الأرقام، من خلال الملاحظات، أو المقابلات دون وجود فرضية مسبقة.

إذاً الهدف ليس إثبات أو نفي فرضية إنما استكشاف ثم وصف بتفاصيل غنية حول ظاهرة معينة (Ivankova, 2009, p. 137).

البحث النوعي يوفر لنا التحليل والتفسير للظواهر من خلال الإجابة على سؤال لماذا؟ وكيف؟ (Mason, 2006, p. 16)، (Yin, 2009, p. 8).

يعرف البحث النوعي من خلال خمسة مزايا (Yin R. , 2011, pp. 7-8):

١. دراسة حياة الناس في ظل الظروف الحقيقية لحياتهم.
٢. تمثيل لآراء ووجهات نظر الناس (يطلق عليهم ضمن البحث النوعي في غالبية الدراسات اسم المشاركين تبعاً لاعتبارهم جزء من البحث).
٣. تغطية الظروف السياقية التي يعيشها المشاركون.
٤. المساهمة في إعادة النظر في المفاهيم الحالية، أو الناشئة التي تساعد على تفسير السلوك البشري.
٥. السعي لاستخدام مصادر متنوعة بدلاً من الاكتفاء بمصدر واحد.

ومن حيث الفلسفة: يرتبط البحث النوعي بالفلسفة التفسيرية، ومن الممكن أن يرتبط بالفلسفة البراغماتية والفلسفة الواقعية، أما من حيث الأسلوب، غالباً ما تبدأ الأبحاث النوعية بالأسلوب الاستقرائي، ومن حيث الاستراتيجية: البحث الإجمالي، ودراسة الحالة، والاثنوجرافي (Saunders, Lewis, & Thornhill, 2019, pp. 179-180).

٣,١,٢ أداة البحث:

كما ذكرنا في الفصل الأول أداة جمع البيانات الأولى لهذا البحث هي المقابلة، وقد تمّ تطوير دليل المقابلة شبه المهيكلية في الملاحق من ١ إلى ٤، وتمّ استعراض المقابلات التي تمّ اجراؤها مع ١٧ شخصاً من مستخدمي منصة بي أوردرد في الملحق رقم (٥)، وسنتناول في هذا المبحث مقاييس الصدق والموثوقية بالإضافة إلى تحليل البيانات وفق أسلوب التحليل الموضوعي واستخلاص الفرضيات.

تعتبر المقابلة استبيان شفوي إذ تأخذ شكل محادثة بين الباحث، وأشخاص آخرين؛ للوصول إلى حقيقة معينة ذلك لتحقيق الأهداف من البحث (دويدري، ٢٠٠٠، صفحة ٣٢٣).

هي ببساطة محادثة هادفة، وموجهة بين شخصين أو أكثر (Sekaran , 2003, p. 113).

كما ينظر إليها من حيث جمعها للقصص، وفي هذا الصدد تعتبر رواية القصص الأساس في عملية صنع المعنى؛ لأن كل كلمة تسرد تعتبر صورة مصغرة لمستوى الوعي (Seidman, 2006, p. 7).

وهي عملية تتم بين باحث وشخص آخر أو أكثر إذ يتم طرح أسئلة وتسجيل الإجابات على هذه الأسئلة (الضامن، ٢٠٠٧، صفحة ٩٨).

وصفت المقابلات على أنها: محادثة بهدف، أو محادثة مهنية، أو حتى أنها المعيار الذهبي للأبحاث النوعية (Richards, 2009, p. 183).

إن هذه المحادثة تمثل تحدياً نظراً، لأن البحث يغدو أكثر صعوبة عندما يتحدث الباحث والشخص الذي يجري معه المقابلة ذات اللغة (Yin R. , 2011, pp. 135-136).

حيث تعطي المقابلات إمكانية للفهم المعمق لمتغيرات محددة (Sekaran & Bougie, 2016, p. 123).

لا تقتصر المقابلة على المعلومات الشفهية فقط إنما تمتد لتشمل تعابير الوجه، والإيماءات، والحركات (الضامن، ٢٠٠٧، صفحة ٩٨).

١. مراحل إعداد المقابلة: (Hancock & Algozzine, 2006, pp. 39-40)

- ١- تحديد مجموعة الأشخاص الذين ستجرى معهم المقابلة، وتحديد كونها مقابلات فردية أم جماعية.
- ٢- تطوير دليل للمقابلة أو ما يطلق عليه بروتوكول المقابلة (يتضمن مجموعة الأسئلة التي يبحث عنها الباحث).
- ٣- تحديد وسيلة تسجيل المقابلة، وأخذ الإذن من الشخص الذي ستجرى مع المقابلة قبل التسجيل.
- ٤- أن يأخذ بعين الاعتبار المتطلبات القانونية والأخلاقية، وأن يضمن عدم تعرض الأشخاص موضع المقابلة لأي أذى جسدي أو نفسي.
- ٥- أخيراً استخلاص المعلومات من المقابلات ليتم تحليلها واستخلاص النتائج منها.

٢. أنماط المقابلة

- ١- المقابلات المنظمة: تكون على شكل مجموعة من الأسئلة الموحدة، والمحددة مسبقاً كما الاستبانة، ويجب على الباحث ألا يظهر أي تحيز أثناء طرح الأسئلة. (Saunders, Lewis, & Thornhill, 2019, p. 437) تبعاً لدقتها وإمكانية وضعها في جداول توفر إمكانية مقارنة الأجوبة. (Richards, 2009, p. 184).
- ٢- المقابلة شبه المنظمة: تتضمن مجموعة من الأسئلة عن المواضيع الرئيسية، وتطرح الأسئلة تبعاً للافتراضات الفلسفية المحددة مسبقاً هي الأكثر استخداماً؛ إذ تعتبر الحل الوسط وتتمتع بما يكفي من المرونة (Richards, 2009, p. 185).
- ٣- المقابلة المفتوحة: شكل غير رسمي للمقابلات تكون استكشافية، وتسعى للفهم بعمق دون الحاجة لتحديد

المواضيع أو الأسئلة مسبقاً (Saunders, Lewis, & Thornhill, 2019, pp. 438-439)، إنما

يترك للمستجوب الحرية في الحديث تعرف بأنها المعمقة وغير المنظمة، وبالنسبة للمقارنة تكون (Richards, 2009, p. 185).

٣,١,٣ الصدق والموثوقية

يستخدم كل من الصدق والموثوقية للحكم على جودة البحث بحيث يعبر الأول عن ملائمة التدابير المستخدمة، ودقة تحليل النتائج، وقابليتها للتعميم فيما يشير الآخر إلى التكرار والتناسق (Saunders, Lewis, & Thornhill, 2019, pp. 213-214).

سنتناول أولاً مقاييس الصدق والثبات للأداة الأولى: المقابلات، وتبعاً لأنها القسم الذي سيتم تحليله تحليلًا نوعياً؛ فمن المفيد ذكره أنه لم يتم التعامل مع صدق المقياس أو موثوقيته بشكل ثابت في جميع الأبحاث؛ ففي الأبحاث ذات التوجه الخاص بدراسة علم الأجناس أو دراسة الإنسان يتم تناول الصدق والموثوقية كمقياس عرضي، ولا تفصل أداة القياس عن الباحث، ووجهة النظر الأخرى تقول أن المقياس المهم للأبحاث النوعية هو الصدق في حين أن الموثوقية تظهر أهميتها في الأبحاث الكمية (Goodwin & Goodwin, 1984, p. 416). أما الموقف الأهم من وجهة نظر الباحثة تحديداً عندما يكون البحث نوعي هو أن الصدق والموثوقية يمكن تقديرها ودارستها مباشرة (Goodwin & Goodwin, 1984, p. 417) ذلك بتنشيط تحيز الباحث. أولاً: الصدق Validity: هي كلمة اشتقت من كلمة يونانية Validus والتي تعني القوة (الضامن، ٢٠٠٧، صفحة ١١٥).

تختلف طرق قياس الصدق في الأبحاث النوعية عنها في الأبحاث الكمية والممكن تطبيقه في هذا البحث من طرق قياس الصدق:

صدق المحتوى Content Validity : والذي يعتبر دلالة على جودة تحديد عناصر وأبعاد المفهوم، ولقياس صدق المحتوى يتم عرض الأداة على لجنة تحكيم من خبراء في المجال (Sekaran & Bougie, 2016, p. 221). الهدف من هذا الاختبار هو الإجابة على سؤالين: هل الفقرات تمثل المحتوى المطلوب اختباره أم لا؟، وهل العينة المختارة شاملة لهذا المحتوى أم لا؟.

ثانياً: الموثوقية Reliability: الموثوقية هي المقياس الأكثر إثارة للجدل ولكن لا يمكن استبعادها! تشير موثوقية المقياس إلى أي درجة يخلو المقياس من التحيز فهو يدل على الاستقرار والاتساق الذي تقاس فيه الأداة، وهي بشكل أساسي وسيلة لتقييم جودة القياس (Sekaran , 2003, p. 223).

موثوقية القائم بالمقابلة وتعني التزامه وبقاؤه متسق في تقنيات جمع البيانات، وتحديد محل واحد باستمرار لنفس البيانات، نشير إلى أن تقدير الموثوقية يصعب هنا نظراً لأن الظاهرة قيد الدراسة قد تخضع لتغير، وأن الباحث نفسه يتغير اهتمامه أو قدرته وغيرها من الأسباب (Goodwin & Goodwin, 1984, p. 420).

الاستقرار: وهنا يتم التركيز على تكرار السلوك أو الموقف الذي يعبر عنه الأفراد وهو الأهم في مرحلة جمع البيانات ويجب على تساؤل: إلى أي درجة ممكن أن تتشابه إجابات الفرد إذا تمت مقابلته مرة ثانية في وقت لاحق؟ (Goodwin & Goodwin, 1984, p. 422).

في هذا الصدد من الممكن استخدام:

مبدأ الاختبار وإعادة: من خلال إعادة طرح الأسئلة نفسها على المستجوبين بعد مدة زمنية معينة والتحقق من أن المشارك أعطى نفس المعلومات في المرحلتين (Brink, 1993, p. 36).

مبدأ اعتبار المشاركين محكمين: من خلال استعراض الباحث لما قام بتدوينه من معلومات وملاحظات أثناء جمع البيانات على المشاركين ذلك؛ بهدف تحكيم هذه الأجوبة وتصحيح أي فكرة أساء الباحث فهمها في حال وجودها (Brink, 1993, p. 36).

أخيراً التقنيات التي استخدمت في هذا البحث للمساعدة في اختبار الصدق والموثوقية لأسئلة المقابلة هي:

١. اعتبار المشاركين محكمين: فيقوم الباحث باستعراض ما استخلصه من معلومات وملاحظات أثناء جمعه للبيانات ويقوم المشارك بتحكيم هذه الأجوبة، وتصحيح المعلومات في حال أساء الباحث فهم أي فكرة، وهذا ما قامت به الباحثة لثلاثة من المقابلات النهائية.

٢. إعادة إجراء مقابلة مع أحد أفراد العينة التجريبية، ولم تلاحظ الباحثة تغيير ملحوظ في إجابات هذا المبحوث سواء عن أسئلة الوصف أو التفسير أو الترتيب للعوامل حسب الأكثر أهمية.

٣. إن استعراض النسخ الحرفية من المقابلات إلى جانب الملاحظات التفصيلية، وهي في الملحق رقم (٥)

أيضاً يعتبر من ضمن التقنيات كما أسلفنا. ومن الجدير بالذكر أن موافقة المبحوثين على تسجيل المقابلة

كمقطع صوتي ساعد على التفريغ بدقة إلى جانب ما تم تدوينه من ملاحظات أثناء المقابلات.

٤. لاختبار صدق المحتوى تم عرض الأسئلة على لجنة للتحكيم، وهم خمسة من الأساتذة المختصين في

قسم إدارة الأعمال في كلية الاقتصاد بجامعة دمشق وهذه الملاحظات تم تدوينها في الملحق الثاني.

٥. إضافة اقتباسات من أجوبة المبحوثين عند تحليل البيانات.

٣,١,٤ جمع البيانات

عملاً بأدبيات البحث قامت الباحثة بإجراء خمسة مقابلات تجريبية، وبناءً على هذه المقابلات قامت بتعديل

الأسئلة مرة أخيرة، وهذا موضح في الملحق الرابع، بعد ذلك تم جمع البيانات من خلال إجراء المقابلات النهائية

مع سبعة عشر شخصاً هم من مستخدمي منصة بي أوردر وتم تفرغها في الملحق الخامس.

أخذت المقابلات شكل المقابلات شبه المهيكلية المعدة مسبقاً، وكانت البيانات على شكل كلمات ووصف لم تأخذ

شكل الأرقام؛ فإن هذه الأداة سيتم تحليلها نوعياً بالتالي نحتاج الوصف وحتى الابتسامة مهمة بالنسبة للباحث

هنا.

حاولت الباحثة قدر المستطاع الحصول على أجوبة عن كل الأسئلة المعدة؛ ولكن فقط جودة النظام كانت المتغير

الذي تطلب سؤال الخيارات ليتضح المعنى لدى المبحوث، وبعدها أظهر أن له أهمية كبرى من الممكن لو تمّ

السؤال بطريقة أخرى أن نحصل على إجابات متنوعة أكثر، إلى جانب الملل لدى بعض المبحوثين تبعاً لتكرار

بعض الأسئلة خاصة المتعلقة منها بسهولة الاستخدام المدركة والفائدة المدركة.

الملاحظات أثناء مرحلة جمع البيانات للأداة الأولى المقابلات:

- بشكل عام كان هناك تعاوناً كبيراً من قبل المبحوثين وقبول لتسجيل المقابلات، ولكن قسم منهم أعطى أجوبة

مقتضبة وذلك لضيق الوقت.

• أخذ إجراء المقابلات وقتاً طويلاً وذلك لأن رغبة الباحثة كانت باعتماد عينة كرة الثلج، حيث دعم هذا النمط من العينة في دراسات مشابهة والتي تقوم على فكرة الانتقال من مستخدم إلى آخر، ولكن لم تتمكن الباحثة من ذلك حيث لم يظهر التجاوب المطلوب، وذلك فرض تأخير؛ لذلك اضطرت إلى عدم استخدام عينة كرة الثلج.

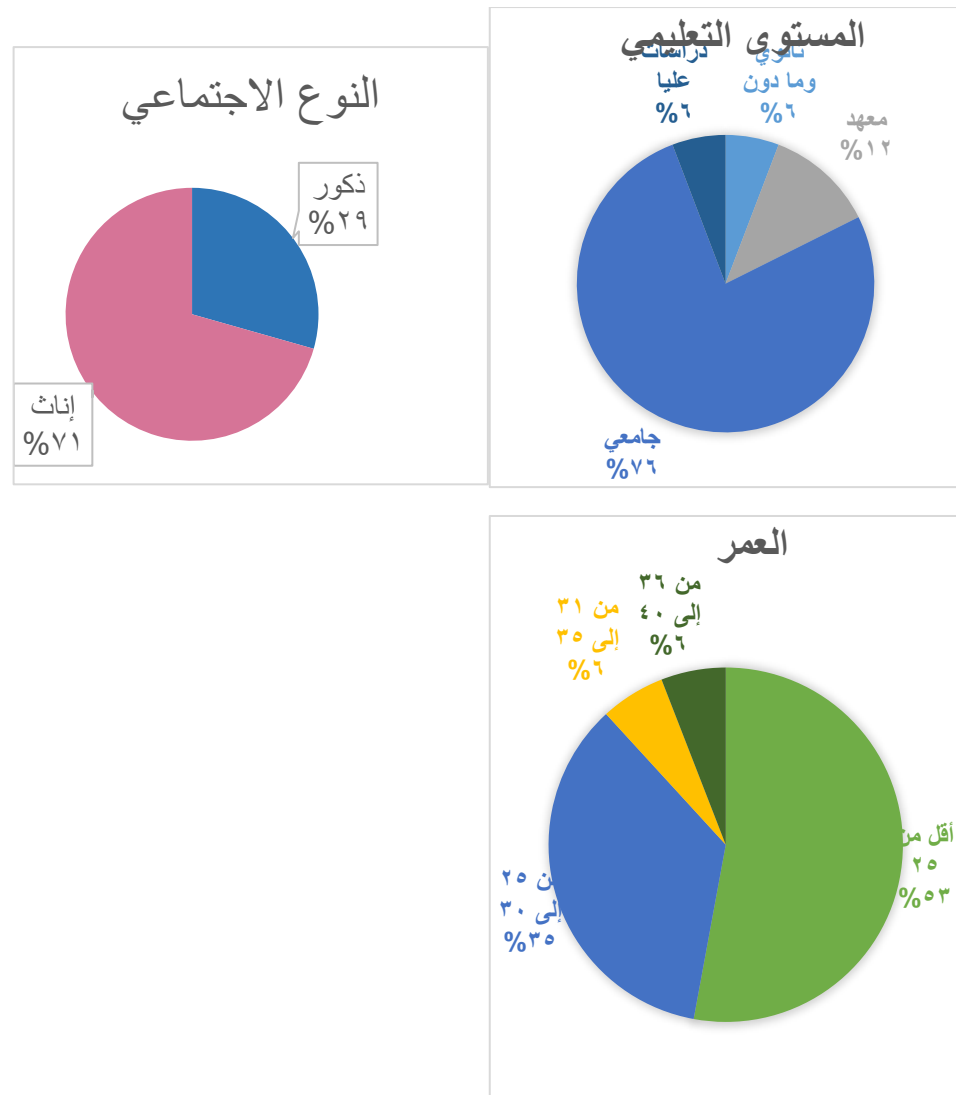
- ظهر الملل واضحاً للمبحوثين في السؤال الأخير وهو ترتيب العوامل تحديداً عند طلب تفسير الترتيب.
- على الرغم من كثرة المتغيرات إلا أن المقابلات بشكل عام لم تأخذ وقت كبير من المبحوثين بشكل عام المفاهيم واضحة باستثناء جودة النظام التي ظهر صعوبة في فهمها.

٣,١,٥ تحليل البيانات واستخلاص المقترحات

في حقيقة الأمر لا يمكن فصل مرحلة جمع البيانات عن مرحلة تحليل البيانات تحديداً عندما تكون الأداة المقابلات، والتحليل لها نوعي فيبدأ الباحث بتحليل البيانات منذ البدء بعملية الجمع؛ إذ يتمكن من تكوين صورة مبدئية حول البيانات التي يقوم بجمعها وتفسير للنتائج أوضح، وفهم أكبر لمتغيرات الدراسة كلما تعمق الباحث بالمقابلات أكثر فأكثر.

ومن المعروف وما قمنا بذكره سابقاً يتوقف الباحث النوعي عن جمع البيانات عند الوصول لمرحلة التشبع أي عندما لا يتم الحصول على معلومات جديدة، وهنا يصل الباحث لمرحلة يستطيع فيها تفسير أكبر قدر ممكن من النتائج، وبالنسبة للبحث الحالي قامت الباحثة بالتوقف عن جمع البيانات عند المقابلة السابعة عشر عند الوصول إلى حد الإشباع.

أولاً: بالنسبة لوصف عينة البحث:



كان هناك تفاوتاً كبيراً في أجوبة المبحوثين حول الخدمات الإلكترونية الغالبية العظمى تحدثت عن بي أوردو ويا غو يبرر ذلك من وجهة نظر الباحثة؛ بأن هذا له علاقة كبيرة بالوضع المعيشي تحديداً أن مصطلح "عروضات" تكرر جداً والاحتياجات القادر المستهلكين عموماً على تلبيتها تتمثل بالاحتياجات الرئيسية وأولها الغذاء وثانيها التنقل بحكم العمل.

ذكر قسم من المبحوثين منصات أخرى مثل موفو وديجي شي وكمون وأسواق وغيرها بالطبع تبين من خلال المقابلات أن أحدهم يعمل في الهندسة المعلوماتية ، وهذا النطاق يهمه بالتالي من البديهي أن يكون على دراية واطلاع بجميع المنصات والتطبيقات التي تقدم خدمات إلكترونية، وآخر يعمل في شركة تصميم وبرمجة وأيضاً هذا النطاق مهم له، وآخر ظهر أن اهتمامه جاء من أخ أكبر تحديداً بالحديث عن متعة مراقبة الطلب حتى

يصل وتتبع رجل التوصيل، وآخر يعمل في مطعم لم يوضح إذا كان بي أورد رهي المنصة التي يستخدمها مكان عمله أم منصة أخرى ، ولكن كان ممتع بالنسبة له.

كما كان نوع الخدمة الأكثر طلباً هو طلب الطعام قسم قليل جداً من ذكر خدمات أخرى، يعود ذلك لأن بقية الخدمات تم إضافتها فيما بعد، أو لاعتقاد الأفراد بأنهم سيدفعون أكثر، أو لأن الأفراد لم يتشجعوا بعد على تجربة خدمات أخرى مثل السوبر ماركت.

ما سبق يؤكد أن المستوى التعليمي وطبيعة العمل وتأثير المحيط له تأثير كبير على الرغبة والمتعة في الاستخدام. لم تتمكن الباحثة من السؤال عن مستويات الدخل بالطبع، ولكن ظهر بشكل واضح من أجوبة المبحوثين أن ذوي الدخل المرتفع قد يصل استخدامهم للاستخدام اليومي، والاستخدام الشامل لبقية الخدمات: م ٢: "استخدامي غالباً ما يكون يومي في مكان العمل نقوم بطلب جماعي"، م. ١٠: " أحيانا يتكرر يومياً حسب ضغط العمل" م. ١١: " يتوقف ذلك على قدرتي الشرائية" م. ١٢: " تبعاً للميزانية"، ومن الطبيعي عمل أكثر يعطي دخل أكبر.

وتبعاً لنطاق تغطية المنصة طبعاً: م. ١: "مرة أو مرتين في الشهر رغبتني في أن أستخدمه أكثر من ذلك ولكن عند الطلب لا يصل إلى دمر للداخل".

وتبعاً للحالة الاجتماعية وهذا ما ذكره م. ١٧ عند السؤال عن كم مرة يستخدم المنصة: "بشكل كبير جداً ممكن أن يصل إلى ٢٠ مرة بالشهر تبعاً لأنني أعزب".

لم تلاحظ الباحثة أن للنوع الاجتماعي تأثير كبير على استخدام هذا النوع من المنصات، أو أجوبة ملفتة اتجاه هذه النقطة، على الرغم من أنه يتبادر للذهن للوهلة الأولى أن يكون الذكور أكثر طلباً تبعاً لأن الإناث تمتلك القدرة على إعداد الطعام أكثر من الذكور، قد يعود ذلك إلى طبيعة الحياة في الوقت الراهن التي تحتم على النساء العمل.

ولم يظهر أن للمستوى التعليمي تأثير كبير، قد يكون لطبيعة هذا التعليم تأثير أكبر في القبول الأسرع لهذه التقنيات، فلو نتمكن من إجراء دراسة لطلاب مثلاً كليات جامعة دمشق المختلفة في السنة الدراسية نفسها،

وإجراء إحصاء لهم حول تجربة أو عدم تجربة الخدمات التي تقدمها المنصات الإلكترونية سيظهر هذا التفاوت الذي لمستته الباحثة على أرض الواقع.

دعم هذا الاستفسار بالاستفسار الآخر حول الوقت اللازم لإجراء الطلب، وكانت الأجوبة متقاربة جداً بمعنى أو بآخر الوقت اللازم للطلب يرتبط بشدة بمستوى التعليم، وطالما أنه متقارب جداً إذا التأثير أكبر لنوع التعليم في سرعة القبول من الطبيعي أن يكون دارس الاقتصاد المتتبع لكافة الأنشطة الاقتصادية أن يتابع الإلكترونية منها ويجربها، ومن الطبيعي بنفس الوقت أن يتابع الدارس للمعلوماتية كل الأنشطة الإلكترونية ويكون من المتبنين الأوائل.

قسم كبير من المقابلات تم إجراؤها ضمن كليات جامعة دمشق، وبشكل أكبر قليلاً ضمن كلية الاقتصاد وخمسة من المقابلات خارج نطاق الكليات تماماً.

وبالعودة للدراسات السابقة نلاحظ أن أكثر العوامل التي تم تناولها على أنها متغيرات معدلة هي المتغيرات الديموغرافية، وخاصة النوع الاجتماعي والعمر، أما عن مستويات الدخل والتعليم والمهنة اعتبرت عوامل مربكة (Al-Gahtani, 2008, pp. 181-182).

ثانياً: لتحليل بقية البيانات يوجد العديد من الأساليب الممكن استخدامها للتحليل النوعي والتحليل الموضوعي thematic analysis واحدا منها، وخطواته كما حددها (Braun & Clarke, 2006, p. 87) على النحو التالي:

المرحلة الأولى: التعرف على البيانات.

المرحلة الثانية: توليد الرموز الأولية.

المرحلة الثالثة: البحث عن المواضيع .

المرحلة الرابعة: مراجعة المواضيع.

المرحلة الخامسة: تعريف وتسمية المواضيع.

المرحلة السادسة: إعداد التقرير النهائي.

"يتوجب هنا توضيح ما يلي: بالنسبة للمواضيع والرموز فإن المتغيرات التي تم وضعها بصورة مبدئية هي فعلاً المواضيع لهذا البحث، ولكن ظهر أثناء التحليل مواضيع إضافية منها الثقة التي تمت إضافتها تبعاً لتكرار المصطلح من قبل المبحوثين بالإضافة إلى أنه عند العودة للدراسات السابقة ظهر ما يدعم إضافتها إلى نموذج البحث هذا (Gefen, Karahanna , & . Straub , 2003)، كما ظهر أيضاً إلى جانب المقاييس الموجودة في الدراسات السابقة لهذه المتغيرات مقاييس أخرى (الرموز) وإن هذه المقاييس التي تمت إضافتها يمكننا التحقق من دقتها أيضاً عند تحليل البيانات بشكل كمي ذلك من خلال اختبار الثبات واختبار التحليل العاملي (Jr & A, 1979, p. 66).

وبشكل تطبيقي سنوجز مراحل التحليل الموضوعي للبيانات وفقاً لما أوصى به (Terry, Hayfield, Clarke, & Braun, 2017, p. 11):

المرحلة الأولى: الانغماس في البيانات التي تمّ جمعها ذلك من خلال قراءة المقابلات، وإعادة قراءتها أكثر من مرة ذلك لتتمكن الباحثة من الفهم الأولي للمبحوثين ووضع ملاحظاتها الأولية، كما أن لتفريغ المقابلات دور مهم في هذه المرحلة ليصبح الباحث مشبع بالبيانات.

المرحلة الثانية: وهي مرحلة استخراج الرموز الأولية أو المصطلحات الرئيسية بمعنى أو بآخر المتغيرات التي سيتم دراستها في الأداة الثانية حيث، وعلى الرغم من أن الباحثة كانت قد وضعت المتغيرات المتوقعة دراستها إلا أنه ظهر تغييرات في هذه المرحلة حيث تمّ إضافة المزيد هذه الرموز هي: (تكرار الاستخدام، استمرار الاستخدام، استخدام المزيد من الخدمات، عدم البحث عن منصة أخرى، نصيحة الغير بالاستخدام، الدقة، الكفاية، مواكبة الواقع، التخصيص، الأمان، الاستجابة الفورية، أن يكون متاح، المرونة، وضوح عملية التشغيل، الألوان المتناسقة، وضوح مكان البحث، وضوح الأزرار والقوائم، التصميم مرتب ومريح بحيث يمكن قراءة المعلومات بسهولة، سهولة استخدام الواجهة، أن تظهر ما يلفت المستخدمين فور فتحها، الاتصال ثنائي الاتجاه، التزامن، طواعية الاتصال، تعلم الاستخدام سهل، مع الوقت يصبح بديهي، بسيطة، واضحة ومفهومة، التفاعل مرن، التمكن من الوصول إلى المعلومات بسهولة، التصنيفات الموجودة في المنصة تسهل الاستخدام، توفير الوقت

والجهد، توفير المال، الحصول على الطلب بسرعة، مفيدة، مريحة، المصادقية، بشكل عام جدير بالثقة، الثقة بالمعلومات، الثقة في التعامل (إدخال المعلومات الشخصية ووضع الطلب).

المرحلة الثالثة: وهي مرحلة جمع وكتابة المواضيع التابعة للرموز التي تم استخراجها والتي ظهرت كما يلي: جودة المعلومات، وجودة النظام، وتصميم واجهة المستخدم، والتفاعلية المدركة، وسهولة الاستخدام المدركة، والفائدة المدركة، والثقة.

المرحلة الرابعة، والمرحلة الخامسة: والتي من الممكن صياغتها معاً، وهي مرحلة ربط الرموز بالمواضيع المستخرجة من المرحلتين الثانية والثالثة، وللتوضيح قامت الباحثة باستخدام برنامج NVIVO14 للمساعدة في وضع وترتيب الرموز والمواضيع وهذا موضح في الملحق العاشر.

الجدول رقم (٤) يوضح المواضيع والرموز المستخرجة:

الموضوع	الرموز
جودة المعلومات	١- الدقة، ٢- الكفاية، ٣- مواكبة الواقع، ٤- التخصيص.
جودة النظام	١- الأمان، ٢- الاستجابة الفورية، ٣- أن يكون متاح، ٤- المرونة، ٥- وضوح عملية التشغيل.
تصميم واجهة المستخدم	١- الألوان المتناسقة، ٢- وضوح مكان البحث، ٣- وضوح الأزرار والقوائم، ٤- التصميم مرتب ومريح بحيث يمكن قراءة المعلومات بسهولة، ٥- سهولة استخدام الواجهة، ٦- أن تظهر ما يلفت المستخدمين فور فتحها.
التفاعلية المدركة	١- الاتصال ثنائي الاتجاه، ٢- طواعية الاتصال، ٣- التزامن.
الثقة	١- بشكل عام جدير بالثقة، ٢- الثقة بالمعلومات، ٣- الثقة في التعامل (إدخال المعلومات الشخصية ووضع الطلب).
سهولة الاستخدام المدركة	١- تعلم الاستخدام سهل، ٢- مع الوقت يصبح بديهي، ٣- البساطة، ٤- واضحة ومفهومة، ٥- التفاعل من ٦- التمكن من الوصول إلى المعلومات بسهولة، ٧- التصنيفات الموجودة في المنصة تسهل الاستخدام.
الفائدة المدركة	١- توفير الوقت والجهد، ٢- توفير المال، ٣- الحصول على الطلب بسرعة، ٤- مفيدة، ٥- مريحة، ٦- المصادقية.
الاستخدام الفعلي	١- تكرار الاستخدام، ٢- استمرار الاستخدام، ٣- استخدام المزيد من الخدمات، ٤- عدم البحث عن منصة أخرى، ٥- نصيحة الغير بالاستخدام.

الجدول رقم (٤): المواضيع والرموز

المرحلة السادسة: هي المرحلة الأخيرة والتي تتمثل في وضع التقرير النهائي وهنا يتوجب على الباحث أن يصف بإيجاز للقصة التي ترويها البيانات داخل المواضيع بما يقنع القارئ (Braun & Clarke, 2006, p. 93).

أولاً: سهولة الاستخدام المدركة:

كانت وصوف المبحوثين كلها إيجابية اتجاه سهولة استخدام بي أوردر حيث: وصفت من قبل كل من: م. ١ او م. ٣ و م. ٤ و م. ١١ و م. ١٤ بأنها "سهلة"، ومن قبل م. ٦ و م. ٩ و م. ١٠ و م. ١٦ و م. ١٧ "سهلة جداً"، توافقت سهولة مع لا يعتبر صعب مثلاً.

م. ١٢ "يعتبر سهل الاستخدام لا يوجد فيه تعقيدات أو صعوبات"، و م. ١٣ "لا يتصف بصعوبة الاستخدام يعتبر سهلاً يمكن لأي شخص أن يستخدمه"، كما توافقت سهولة مع التقسيم إلى فئات مثلاً م. ٢، و م. ٥ حين ذكر "كل شيء واضح حتى لا أضطر للكتابة المأكولات كلها مقسمة، ومن خلال الفئات نبحث عن الوجبات من خلال الصور والشروحات"، و م. ١٥ "سهل الاستخدام يتضمن تصنيفات بشكل منظم"، م. ٧ ذكر أنها "متسلسلة"، كما تكرر مصطلح بسيطة لدى م. ٣ و م. ٨، يمكن إيجاز الرموز بما يلي:

- كان تعلم الاستخدام سهلاً: كانت الأكثر أهمية لدى كل من المبحوثين رقم: ٨ و ٩ و ١١ و ١٢، كما ذكر م. ١٣ "يمكن لأي شخص أن يستخدمه" وهذا يعتبر مؤشر لسهولة التعلم، وعند السؤال عن وقت الطلب ظهر جواباً هو ضمناً يعبر عن فكرة تعلم الاستخدام فجواب م. ٦: "في أول مرة احتجت وقت ولكن في المرات اللاحقة بخمس دقائق إلى حد ال ١٠ دقائق أقصى حد".

- مع الوقت يصبح بديهي: كانت هذه النقطة هي الأكثر أهمية لدى كل من المبحوث رقم: ١٧ و ٣ و ١٠ و ١٣ و ١٥ و برر ذلك لدى م. ١ بـ: "لأنه في بداية الاستخدام قد يجد صعوبة" و م. ٣ أيضاً: "لأننا نحتاج وقت حتى نتعرف عليها" م. ٦: "الأهم أن يصبح بديهياً"، م. ١٠: "يجب أن يتحقق هذا بزيادة الاستخدام فلا أضيع وقتي". كما ذكر م. ٨ أن تعلم الاستخدام هو الأهم "لأن الاستخدام الأول مهم جداً وفيما بعد يصبح بديهي".

• بسيطة: ذكرت بشكل مباشر في وصف المبحوثين لسهولة الاستخدام من قبل م. ٣ و م. ٨ وأضاف م. ٢ عن السؤال عن أثر سهولة الاستخدام في الاستخدام " أصل لمرحلة أنصح غيري به كلما كان سهلاً وبسيطاً".

• واضحة ومفهومة: ذكرت كإجابة مباشرة لدى م. ٤ و م. ٥. كانت الأكثر أهمية لدى كل من: م. ٤٠ و م. ٦٠ و م. ١٧٠ .

• التفاعل واضح كانت الأهم لدى: م. ٣ "التفاعل الواضح يعطي راحة، لأنه من الضروري أن يكون كل شيء واضح".

• التمكن من الوصول إلى المعلومات بسهولة: هذا ما اشتق من أجوبة المبحوثين المباشرة وبكثرة لدى كل من المبحوثين رقم: ١٧٠ و ٢٠ و ٣٠ و ٦٠ و ٧٠ و ٩٠ و ١٠٠ و ١١٠ و ١٢٠ و ١٣٠ و ١٤٠ و ١٥٠ و ١٦٠ و ١٧٠ .

• التفاعل في المنصة مرن: كانت الأكثر أهمية لدى كل من: م. ٢٠ و م. ٥٠ و م. ٦٠ و م. ١٤٠ .

التفاعل مرن كانت الأهم لدى: أربعة من المبحوثين برأي اثنين منهم أنها تتضمن كل ما سبق أو أنها تعني السهولة أو أنها تعني لا يوجد صعوبة.

• التصنيفات الموجودة في المنصة تسهل الاستخدام: اشتقت من أجوبة المبحوثين ذكرت صراحة ومباشرة من قبل م. ١٥٠ كما تعدد ذكرها لدى المبحوثين أثناء المقابلات بشكل سياقي مثل: م. ٥٠ و م. ٨٠ و م. ٩٠ و م. ١٦٠ .

❖ أخيراً كان لتأثير سهولة الاستخدام المدركة في الاستخدام الفعلي أهمية لدى السبعة عشر مبحوث، وأكدوا أن توافرها مشجع مهم للاستخدام ولنصيحة الآخرين في الاستخدام، وعدم توافرها يعني البحث عن منصات أخرى تلبي الغرض نفسه.

نستنتج مما سبق وهو ما دعم في دراسات أخرى أيضاً وجود مقترح حول أثر سهولة الاستخدام المدركة في الاستخدام الفعلي لخدمات المنصات الإلكترونية وهو المقترح الأول لهذا البحث.

نلاحظ: يوجد خطين عريضين في سهولة الاستخدام الخط الأول منذ البداية سهولة يعني استمرار بالاستخدام، والآخر لا يمكنني الحكم على أي شيء جديد منذ أول استخدام أو ثاني استخدام كل شيء في البداية صعب مع

الوقت يجب أن يصبح بديهي، كلا التفسيرين منطقيين يتوقف ذلك على تقبل الشخص نوع التقنية، والسؤال الأهم هل هذه التقنية تتبع مجال يهمله؟ وإلى أي درجة تهمله؟.

ثانياً: الفائدة المدركة:

تنوعت الأجوبة جداً وتداخلت وأعطى كل مبحث ضمن الإجابة الواحدة أكثر من إجابة متداخلة يمكن حصرها بما يلي: لدى م. ٢ و م. ١٣ "أحصل على ما أريد ويصل إلى منزلي"، ولدى م. ١ و م. ٥ و م. ١٠ "أحصل على ما أريد بسرعة"، وبالنسبة ل م. ٣ و م. ٧ و م. ١٢ و م. ١٥ و م. ١٧ "توفير الوقت والجهد".
الراحة لدى م. ١٦ أو كما ذكرها م. ٩ "تسهيل عملية التوصيل"، وأضاف م. ١ و م. ٩ "الاقتصاد في إنفاق الأموال"، م. ٤ "تلبية طلباتي بمصداقية"، م. ٦ "أحصل على ما أريد ولا يكون مغاير لما أطلب"، وأضاف م. ٨ و م. ١٤ على السرعة وتوفير الوقت "أن يصل طعامي ساخناً"، يمكن إيجاز الرموز التي ظهرت من أجوبة المبحوثين ودعمت في الأسئلة اللاحقة بما يلي:

- توفير الوقت والجهد: هذا ما دعمه المبحوثين في أجوبتهم المباشرة وهم المبحوث رقم:

٣ و ٥ و ٧ و ١٠ و ١١ و ١٢ و ١٤ و ١٥ و ١٧

- توفير المال من خلال متابعة العروض والخصومات: هذا ما دعمه: م. ٣ و م. ٩ و م. ١١.
- الراحة: ذكر هذا الجواب بشكل مباشر من قبل م. ٢ و م. ١٦ هذا ما دعمه كل من المبحوثين رقم:

١ و ٢ و ٣ و ٤ و ٦ و ٧ و ١٠ و ١٣ و ١٤ و ١٦ و ١٧.

وكانت "استخدامها مريح للحياة اليومية" الأهم لدى إحدى عشر مبحث: كان نفسه المبرر المرتبط بالوقت في الغالب على اعتبار أن توفير الوقت الذي يقدمه بي أو ردر يعطي راحة للحياة اليومية، أكثر من كونها فائدة؛ فإذا ما قمنا بمقارنة صغيرة نجد أن الطعام المعد في المنزل أكثر راحة أقل خوف، أقل توتر، أوفر (قمنا بذكر مثال الطعام تبعاً لأهميته).

- مفيدة: ذكرت على أنها الأهم لدى م. ١٥، وذكرت بشكل مباشر لدى م. ٩.

وكانت "استخدامها مفيد للحياة اليومية" الأهم لدى واحد من المبحوثين: كلها مهمة بالنسبة لهذا المبحوث إلا أنها الأهم تبعاً لعملي.

• الحصول على الطلب بسرعة: ذكرت على أنها الأكثر أهمية لدى كل من المبحوث رقم: ٥٨ و ٩١ و ١١ و ١٢ كان التبرير بالمجمل لتوفير الوقت.

• المصادقية: تكرر مصطلح المصادقية أكثر من مرة من قبل المبحوثين وهنا ذكر من قبل المبحوث ضمن الفائدة المدركة لأكثر من مرة وهم: م. ٣. و م. ٤. و م. ٥، تشير إلى أن هذا المقياس لم تتم إضافته لأنه من الممكن أن يؤخذ كمتغير وله مقاييسه؛ لذلك تجنباً لاستخدام المزيد من المتغيرات والمزيد من الفرضيات لم يتم أخذه في هذا البحث.

❖ لدى المبحوثين السبعة عشر كانت الفائدة مهمة جداً واعتبر البعض أن وجودها المستمر يشجعهم على استخدام بقية الخدمات التي تقدمها بي أوردر، وقسم منهم اعتبرها مؤثراً مهماً لزيادة الاستخدام وحتى نصيحة الآخرين في الاستخدام.

هذا يدعم وجود مقترح لأثر الفائدة المدركة في الاستخدام الفعلي لخدمات المنصات الإلكترونية وهو المقترح الثاني لهذا البحث.

نلاحظ: أن الاستخدام يتوقف على الفوائد التي يتوقعها المستخدم من المنصة أو حتى يتم إدراك الفائدة نحتاج للاستخدام لفترة من الزمن؛ منذ بدء المقابلات وحتى الانتهاء لاحظت الباحثة العلاقة القوية بين الوقت والفائدة، إذ أن إدراك الشخص للفائدة يتوقف على الوقت؛ أي وقت تعامله السابق، ووقت تعامله الحالي، والمستقبلي.

ثالثاً: جودة المعلومات:

عند السؤال عن الخصائص المرغوب توافرها في المعلومات كان لدى المبحوثين حماساً عالياً للإجابة عن هذا السؤال، حتى من خلال نبرات صوته وتعبير وجوههم ظهرت أهميتها بشكل كبير أيضاً بتنوع الإجابات وتداخلها حيث أن مصادقية المعلومات ذكرت من قبل م. ٩. و م. ١٠. مؤكدين أن بي أوردر تقدم هذه الخاصية

فعلاً، في حين تكررت الدقة ستة مرات كمصطلح، وتطابق المعلومات مع الواقع؛ فضلاً عن تطابق وقت التسليم مع الوقت الفعلي ذكرت من قبل م. ٤. م. ٥. م. ٨. م. ١٢.

كما ذكر السعر بكثرة لدى المبحوثين كانت من أهم المعلومات التي يبحث عنها المستخدمين مثلاً المبحوثين رقم (١) و(٢) و(٦) و(٧) و(٨) و(١١) إلى جانب العروض التي ذكرت من قبل م. ٦. أيضاً.

وكان من النقاط المهمة أسماء المطاعم والوجبات ودقة وصف ما تحتويه الوجبات إلى جانب الصور مثلاً المبحوثين رقم (٢) و(٣) و(٥) و(٦) و(٧) و(٩) و(١٢) و(١٣) و(١٤) و(١٧)، كما ذكر إمكانية الاطلاع على آراء مستخدمين آخرين من قبل مبحوث واحد، تطابق المعلومات مع الواقع ذكرت من قبل م. ١٥.

انطلاقاً من الأجوبة السابقة بنيت الرموز وتم دعمها من قبل الأسئلة اللاحقة سنوضح ذلك فيما يلي:

• الدقة: ذكرت الدقة لدى كل من م. ٨. م. ١٢. م. ١٤. بشكل مباشر كما ذكرت على أنها الأهم لدى كل من المبحوثين رقم: ٢ و ٦ و ٧ و ١٤ و ١٥ و ١٧.

والتي تنوع ذكرها بأكثر من وصف:

دقة وصف الوجبات: وذكرت من قبل المبحوث رقم ٩ "تفاصيل المكونات".

دقة الأسعار ومطابقتها لما يدفع فعلاً: هذا ما دعم بكثرة من المبحوثين وتم أخذ هذه العبارة من إجابات المبحوثين المباشرة عند السؤال عن جودة المعلومات عند كل من المبحوثين رقم: ١ و ٢ و ٣ و ٥ و ٦ و ٧ و ٨ و ١١ و ١٢ و وصفت بضرورة دقتها ومطابقتها.

الدقة في وقت التسليم: تم أخذها من إجابات المبحوثين في المقابلات حيث تكررت لدى كل من المبحوثين رقم ١ و ٢ و ٤ و ٥ و ٨ و ١٢.

• الكفاية: ذكرت على أنها الأهم لدى كل من: م. ٥. م. ٩. وكانت مهمة عند م. ٨.

• قربية للواقع: كانت الأهم لدى كل من المبحوثين رقم: ١ و ٣ و ٤ و ٥ و ١١ و ١٣ و ١٥ و ١٦، ذكرت من قبل

م. ٢: "رؤيتي لكل شيء واضح وتقاطع مع الواقع بشكل صحيح تزيد من توقعي للفوائد"، م. ٧: "حصولي

على المنتج دقيق المعلومات والمطابق للواقع يزيد من موثوقية المنصة".

- التخصيص: ذكر التخصيص على أنه شيء إيجابي لدى م.١٠ وم.٢٠ وم.٩٠ كما كان الأكثر أهمية لدى م.٨٠.
- وعند السؤال عن الأكثر أهمية لاحظت الباحثة أن الدقة أيضاً حظيت بأهمية أقل من تطابق المعلومات مع الواقع؛ حيث كانت الأهم لدى ستة مبحوثين فقط والأخرى كانت الأهم لدى ثمانية منهم، وبرروا ذلك بأنه من غير المنطقي طلب شيء ووصول شيء مغاير، وأضيفت الدقة في التفسير واعتبرت مكتملة لدى أربعة منهم حيث اعتبروا أن غياب الدقة هو الأصعب، وهي معيار للاستمرار أو عدم الاستمرار ذكر التخصيص مرة واحدة.

وأضاف م.٨٠ أن "بتكاملها مع الكفاية أكون على بينة في كل شيء بأدق التفاصيل"، وأخيراً اختيرت الكفاية من قبل اثنان من المبحوثين على أنها الأهم ولكن أضاف عليها مبحث الدقة على اعتبار أنها مكتملة، وأضاف م.٩٠ التخصيص مبرراً بـ "توفر علينا في كل شيء الأسئلة والوقت".

- تكررت الدقة مع التطابق واعتبرت مرافقة لها.
- تكرر التخصيص مع الكفاية للتعرف على ادق التفاصيل وتوفير الوقت.
- ❖ بالنسبة للتأثير في الاستخدام: كانت الأجوبة بعدم اختيار بديل يعطي نفس الخدمة لدى اثنان من المبحوثين. اعتبرت أيضاً نقطة مهمة جداً لبناء الثقة لدى أربعة مبحوثين وللمصادقية مرة واحدة، واعتبرت أساساً للاستخدام أو عدمه أو زيادته لدى ستة منهم، غيابها يكون مزعج ولكن في بي أورد الحل مرضية لدى واحد، غيابها يمنعني من تكرار التجربة لدى اثنان، وأنصح غيري بها واحد فقط.
- ملاحظة: من خلال أجوبة المبحوثين اعتبار جودة المعلومات أساساً للاستخدام أو عدم الاستخدام، هذا ما دعم المقترح الرابع.

- ❖ أما بالنسبة للتأثير في سهولة الاستخدام المدركة: كانت لدى سبعة من المبحوثين لا يوجد تأثير لجودة المعلومات فيها قسم منهم ذكر أن التأثير يكون فقط في الاستخدام، وقسم اعتبر وجود جودة المعلومات أهم من سهولتها فلو اتصفت المعلومات بالجودة وكانت المنصة صعبة لن يتأثر الاستخدام، واعتبر أحد المبحوثين وهو مختص في تكنولوجيا المعلومات أن للسهولة مؤشرات أهم من هذه.

اعتبرها تسعة من البحوث مؤثرة في سهولة الاستخدام برروا ذلك بأن المعلومات ذات الجودة تسهل عملية البحث، ويكون كل شيء واضح أو أنها تعطي سهولة وراحة في الاستخدام، وأضاف م.٩٠ أن وضوح المعلومات يعطي درجة من الراحة في الاستخدام "وكان هدفهم لا يعتبر تجاري".

كانت إجابة واحدة محايدة أضافت أنه ممكن أن تتأثر رغبتها في الاستخدام.

كانت الأجوبة متنوعة وتدعم وجود مقترح حول أثر غير مباشر لجودة المعلومات في الاستخدام الفعلي لخدمات المنصات الإلكترونية من خلال المتغير الوسيط سهولة الاستخدام المدركة وهو المقترح الخامس لهذا البحث.

❖ وبالنسبة للتأثير في الفائدة المتوقعة:

لدى السبعة عشر مستخدم يوجد تأثير لجودة المعلومات في إدراكهم للفوائد (هذا ما يدعم المقترح السادس)؛ المختلف في الأجوبة هو طريقة التفسير اعتبر البعض، وهم ثلاثة أن جودة المعلومات تدعم عنصر الثقة (المقترح السابع) وأن وجود الثقة يزيد من معرفتهم للفوائد التي سيحصلون عليها ووضع شرط الوقت في بعض الأجوبة لدى ثلاثة أيضاً، كانت جميع الأجوبة إيجابية تدعم تأثير جودة المعلومات في الفائدة المتوقعة، وذكر أحد المبحوثين أن طريقة توقع الفوائد تصبح أفضل، ويصبح مرغوب للاستخدام بالنسبة لي أكثر وهنا ربط المبحوث مع الاستخدام، ووصفها أحد المبحوثين بأنها فائدة مستمرة هذا دليل على أهميتها الكبرى فائدة مستمرة يعني علاقات طويلة الأجل وبالتالي الاستمرار بالاستخدام.

رابعاً : جودة النظام: والتي تم السؤال بدايةً من خلال تعريفها:

- كانت في تعابير وجه المبحوثين إشارات استفهام حتى أن ثلاثة منهم فقط أعطى إجابات ما تبقى طلب الانتقال إلى السؤال التالي كانت إجاباتهم: توفير الأمان، سريع الاستجابة، ألا يكون بطيئاً ويحتاج انترنت قوياً.

- وبعد اقتراح الخيارات (وهي الرموز هنا) على المبحوثين كانت ردود أفعالهم من خلال تعابير وجوههم أنهم يعلمون أن هذا ما يعبر عن خصائص النظام، ولكن لسبب أو آخر لم يدركوا أن هذا المقصود فتتوعت

الإجابات واعتبروا أنها كلها نقاط مهمة جداً، حتى أنهم بعد اختيار الأهم أضافوا إلى جانب كذا في غالبية الأجوبة.

- الاستجابة الفورية: كانت إجابة مباشرة لدى م. ١٦ وم. ١٧ وذكرت على أنها الأكثر أهمية كل من المبحوثين رقم: ٣ و٥ و٦ و٧ و١٣ و١٦ و١٧.

- الأمان (السرية والخصوصية): كانت الأكثر أهمية لدى كل من المبحوثين رقم: ٤ و١٠ و١٤ و١٥.
- عملية تشغيلها واضحة: كانت القابلية للاستخدام ذات أهمية لدى واحد فقط من المبحوثين لذلك كان من الأفضل إيجاد صيغة جديدة تكون أقرب للمبحوثين.

- المرونة: كانت مرونة النظام ذات أهمية لدى كل من م. ٢ وم. ٩ وم. ١٠ وم. ١٣، ومن إجابات المبحوثين كان من الأفضل أن يتم تعديل الصيغة نحو التحديث؛ لأنه هو العنصر الأكثر ملاحظة في المرونة.

- كانت مرونة النظام الأهم لدى ثلاثة منهم فضلاً عن مبحوث اعتبرها هي، والاستجابة على حد سواء لا يمكن أن يفاضل بينها كانت المبررات لاختيار؛ بأنه يجب أن يكون النظام قادر على مواكبة التحديثات، وكان توفر النظام مهم لدى شخص واحد حيث اعتبر أنها أهم شيء ليتمكن من الحصول عليه وأضاف بعد ذلك يجب أن تكون الاستجابة فورية، والقابلية للاستخدام أيضاً شخص واحد برر ذلك بأنه لا يفضل الاستعانة ببرامج أخرى ليتمكن من فتح البرنامج.

- بينما السرية، والخصوصية كانت الأهم لدى خمسة واعتبروا أنها مهمة لبناء الثقة في هذه الأعمال، فضلاً عن أهمية المعلومات الشخصية والحسابات البنكية والاستجابة حققت الأهم لدى ستة منهم كانت المبررات لتوفير الوقت وأنها نقطة مهمة ممكن أن يتحول المستخدم إلى منصة أخرى إذا كانت استجابتها أسرع، واعتبرها أحدهم تتضمن القابلية للاستخدام والمرونة، واعتبرها أحدهم أنها من أكثر الخصائص التي يحبها في بي أوردر.

- أن يكون النظام متاح: كانت الأهم لدى م. ١.

❖ عند السؤال عن التأثير في الاستخدام الفعلي: كان لها تأثير لدى ستة عشر من المستخدمين كان المستخدم الوحيد بالنسبة له لا يؤثر المبحوث ٨ " بالنسبة لبي أورد لا يؤثر لأن التطبيق معروف ومشهور، ولدي ثقة به، لو كان تطبيق جديد يختلف الموضوع" اعتبر اثنان أن غياب أي نقطة كفيل بعدم الاستخدام، اعتبرها آخرون مؤثرة في استمرار الاستخدام وفي زيادة الاستخدام، أيضاً ذكرت الثقة ثلاثة مرات صراحة لدى المبحوثين، وذكر أحدهم أنه ينصح غيره بالاستخدام أيضاً بتوفر جودة النظام (المقترح الثامن).

❖ عند السؤال حول التأثير في سهولة الاستخدام: خمسة من المبحوثين أجابوا لا تؤثر منهم من اعتبر أن جودة النظام تشير إلى الأمان، ولا علاقة لهذا بسهولة الاستخدام وأنه يؤثر فقط في زيادة وتكرار الاستخدام.

❖ لدى إحدى عشر من المبحوثين كانت جودة النظام مؤثرة في سهولة الاستخدام، حيث اعتبروا أن وجود مشاكل في النظام تعني أخطاء في الاستخدام ومنهم من اعتبر أن جودة النظام تظهر أساساً من خلال سهولة الاستخدام ومنهم من اعتبرها مؤثرة في الراحة أثناء الاستخدام (ما سبق يدعم المقترح التاسع).

❖ عند السؤال حول التأثير في الفائدة المتوقعة: جميع المبحوثين أجابوا بأنه يؤثر وبإجابات تأكيدية طبعاً أو أكيد، أجاب م. ١: "أكيد لأنه كلما كان أسهل في الاستخدام التحديث واستجابته فورية يزداد توقعي للفائدة التي أحصل عليها بالتالي استخدم أكثر وأطلب أكثر" (هذا ما يدعم المقترح العاشر).

خامساً: تصميم واجهة المستخدم: والتي كانت كمصطلح مفهومة لدى جميع المبحوثين وبذلك أجابوا براحة ملحوظة وتنوعت أجوبتهم على النحو التالي:

عرض ما يهم المستخدمين عند فتح المنصة ظهر عند كل من م. ١٠ وم. ٢٠ وم. ١٤، كما ظهر اللون كعنصر مهم مثلاً م. ٩٠ وم. ١٠٠ وم. ١١٠ وم. ٣٠ حين ذكر "اللون الأصفر يمنحني تفاؤلاً" وأضاف م. ٤٠ على اللون ترتيب المعلومات، كما ذكر أن تكون واضحة من خلال التصنيفات الموجودة من قبل م. ٥٠ وم. ٧٠ وم. ٨٠ وم. ٩٠، كان للصور والرسوم أهمية لدى م. ٢٠ وم. ١٠ وم. ٦٠ "العنصر الجاذب"، أن تكون مرتبة لدى م. ٣٠ وم. ١٥٠ وم. ١٦٠ وم. ١٧٠.

ذكرت النحلة خمسة مرات وهذا يشير إلى أن الفكرة من شعار مع الاسم مع الغرض من المنصة حاضرة في ذهن المستخدمين.

الرموز المشتقة مما سبق إلى جانب ما دعمها من أجوبة المبحوثين على الأسئلة اللاحقة:

- الألوان المتناسقة: كانت الأكثر أهمية لدى كل من: م. ١٠ وم. ٢٠ وم. ٩٠ وم. ١١٠ بحسب م. ٩٠: "الألوان هي أول ما نراه وتعطي انطباع أولي". وذكر مصطلح "متناسقة" من قبل المبحوثين أكثر من "مريحة" لذلك أخذته الباحثة بعين الاعتبار. كان اللون مهم أثراً بطريقة سلبية لدى اثنين من المبحوثين أحدهم (م. ١٠) قال بأنه "يفتقد اللون الأحمر" والآخر (م. ١١) كان يفضل أن تكون الألوان من "الفوايح وألا تكون باهتة" واثنان أعجبتهم الألوان واعتبرها أحدهم مناسبة ، وأن شكل النحلة يعطي فعلاً تصور للخدمة وأضاف آخر أن النحلة تعني السرعة وهي صفة لهم فعلاً وأن اللون الأصفر يمنحني تفاؤلاً، وآخر اضاف أنها ألوان متناسقة، اعتبر أحدهم أنه إلى جانب الاسم الصورة التي تعبر عن الغرض.
- وضوح مكان البحث: كانت الأكثر أهمية لدى كل من: م. ٥٠ وم. ٨٠ وم. ١٢٠ وم. ١٣٠ وم. ١٥٠ كما ذكرت مباشرة عند م. ٩٠ بحسب م. ١٢٠: "وضوح البحث يختصر الوقت".
- ذكر مكان البحث مرة واحدة إلى جانب وضوح كل الأقسام لسهولة التنقل، وألا تحتوي الكثير من الرموز.
- وضوح الأزرار والقوائم: كانت الأكثر أهمية لدى م. ٧٠ فيسهل علي الوصول إلى العروض"، وأضيفت على أنها مهمة ومكاملة.
- التصميم مرتب ومريح بحيث يمكن قراءة المعلومات بسهولة: كانت الأكثر أهمية لدى كل من: م. ٦٠ وم. ٦٠ وتم إضافة مصطلح "مرتب" تبعاً لأنه ذكر من قبل م. ١٣٠ وم. ١٧٠.
- سهولة استخدام الواجهة: كانت الأكثر أهمية لدى كل من: م. ٣٠ وم. ٤٠ وم. ١٠٠ وم. ١٤٠ وم. ١٧٠.
- تظهر ما يهم وما يلفت انتباه المستخدمين فور فتحها: أخذت من أجوبة المبحوثين المباشرة المبحوثين رقم: ٢ و ٣ و ٦ و ٧ و ٩ و ١٢ و ١٤ و ١٦ و ١٧.

- القصص وهي ميزة تسهل علي معرفة العروض، وهذا يعتبر تفاعلي، تحاكي عقل المستخدم وتكون منظمة.
- اعتبر آخرون أن أهم شيء ظهور ما يلتفت الانتباه فور فتحها مثل العروض وأكواد الحسم والصور والرسوم والخدمات المميزة.
- كان الأهم أن تعكس الغرض الذي وجدت من أجله والتصنيفات والرموز التي تسهل التنقل، إلى جانب الألوان.
- التصميم الذي يجعل القراءة سهلة الأهم لدى اثنان من المبحوثين حيث اعتبر م.٦ أن "لأنها تتضمن التصميم كشكل وما سنقرأ أيضاً"، وم. ١٤: يجب أن يكون كل شيء مصنف وواضح حتى ألا أضطر لأقرأ الصنف أن تعبر الصورة عن الموجود".
- سهولة استخدام الواجهة: كان الأهم لدى خمسة من المبحوثين اعتبرها م.١٠ "للوصول إلى ما نريد بسرعة هي تتضمن وضوح مكان البحث ووضوح الأزرار والقوائم أيضاً"، وم. ٣: "إذا كانت الواجهة سهلة الاستخدام يكون كل شيء سهل".
- ❖ عند السؤال حول التأثير في الاستخدام: اعتبر واحد من المبحوثين أنه لا يؤثر بشكل كبير في الشراء إنما تعتبر مشجعة للشراء، وبقي أحدهم محايد واجاب عند معرفتي للمطاعم والوجبات لا أتأثر كثيراً، واعتبرها آخر مؤثر محتمل ولكن ليس في بي أورد ف هو سهل جداً (المقترح الثاني عشر).
- ❖ وكانت مؤثرة لدى أربعة عشر من المبحوثين واعتبر م. ٤: "التناسق يعني أنني أطلب بهدوء وأرغب بالبحث أكثر"، وم. ٩: الرئيسية الألوان الغير مريحة والمزعجة كقيلة بعدم الاستخدام".
- ❖ عند السؤال حول التأثير في سهولة استخدام بي أورد: لا تؤثر لدى اثنان منهم أجاب أحدهم بأنها لا تؤثر "ما فائدة جميلة باستجابة بطيئة أو تنقل صعب".
- ❖ كانت مؤثرة لدى خمسة عشر من المبحوثين وصبت جميع الاجوبة في أنها تضمن سهولة التنقل، فضلاً عن أنها تضيف المتعة على الاستخدام (المقترح الثالث عشر).

❖ وعند السؤال حول التأثير في الفائدة المدركة: اعتبر أربعة منهم أنها لا تؤثر على اعتبار أن التصميم يجذب ولكن نحتاج المزيد من التجارب حتى ندرك الفائدة (المقترح الرابع عشر).

❖ أما البقية أيدوا تأثير تصميم الواجهة في الفائدة من خلال الصور والشروحات وهذا ما يحقق اختصار الوقت.

❖ واعتبر أحدهم انها تعطي مؤشر لزيادة اهتمامهم بالعمل وهو ما يثير الفضول للتجربة للطلب وكيف سيصل الطلب.

❖ أضف إلى ذلك جودة المعلومات إلى جانب جودة النظام كلاهما يتجلى في تصميم واجهة المستخدم.

ساساً: التفاعلية المدركة:

لم يعطي المبحوثين رموز إضافية على أبعاد التفاعلية المدركة المعروفة كانت الإجابات متمحورة حول الأبعاد المتعارف عليها.

حيث وصف غالبية المبحوثين تجربة الشراء عبر منصة بي أوردر بأنها مشابهة جداً أو أنها مطابقة حتى للشراء في الواقع هذا يعتبر بشكل أو بآخر مؤشر لتزامن الاتصال ولكن قسم من المبحوثين فضلها مثلاً م.٩ حين ذكر "أطلب ما أريد بسهولة دون أن أتعامل مع أشخاص، أزعجهم أو يزعجونني" وكأن المبحوث هنا يشير إلى أن الاتصال ثنائي الاتجاه يأخذ شكل أفضل عندما تصبح الخدمة إلكترونية، كما أضيف أنها أكثر متعة لدى م.٣، م.١٠، م.١٦، وم.١٧ لكن المتعة هنا لا يمكن إضافتها هنا مع الرموز لأنها أخذت شكل متغير وسيط ليس فقط للتفاعلية المدركة ولتصميم واجهة المستخدم أيضاً حيث ذكرها م.٣، م.١٥، وقسم أجاب بأنها في المنزل أكثر راحة وأوفر وقت أكثر وخيارات أكثر؛ والقسم الآخر ضل في حيرة وشك اتجاه بعض النقاط مثل النظافة، اعتبار المنصة تفتقد لحاسة الشم والتذوق نقطة مهمة؛ مما يشير إلى أن المستخدم يبحث حالياً عن تجربة متكاملة في التفاعلية يبحث عن الرائحة بالدرجة الأولى.

• الاتصال ثنائي الاتجاه: كان الاتصال ثنائي الاتجاه هو الأكثر أهمية لدى كل من المبحوث رقم:

٣ و٤ و٦ و٧ و٨ و١٢ و١٣ و١٥ و١٦.

• الاتصال ثنائي الاتجاه: كانت الأهم لدى عشرة مبحوثين، ذكر أحدهم "من المهم أن يستمعوا إلي وأن يكون لي حق في الشكوى، التواصل تفاعلي وممتع".

• التزام: كان التزام الأكثر أهمية لدى كل من: م. ١٠وم. ٢٠وم. ٩٠وم. ١٠٠وم. ١٤ على اعتبار أنه يعطي مزايا إضافية عن الشراء الواقعي، لأن هذه الميزة تدعم توفير الوقت والدقة أيضاً.

• طوعية الاتصال: كانت أكثر أهمية لدى: م. ٥٠وم. ١٠وم. ١٧. على اعتبار أن لهم التحكم الكامل في التجربة، فضلاً عن حرية التنقل.

لدى غالبية المبحوثين كان من المهم أن يشعروا بالتفاعل وبأهمية آراءهم، وكيفية التعامل مع ملاحظاتهم وشكواهم، وكأنها تشعرهم بمدى أهميتهم لدى الشركة كانت محفز ومشجع، وسبب في زيادة الاستخدام وتكراره.

❖ عند السؤال حول الأثر في سهولة الاستخدام: لدى خمسة منهم لا تؤثر دون أسباب تذكر، لدى اثنان منهم أثر ضعيف ولدى عشرة منهم تؤثر، على اعتبار أنها تضيف سهولة في الاتصالات، واعتبر أحدهم أنها تضيف المتعة على التجربة (السادس عشر).

❖ وعند السؤال حول الأثر في الفائدة المدركة: لدى اثنان فقط من المبحوثين لا تؤثر باعتبار أن هذا يتوقف على الوقت، وخمسة عشر مبحوث اعتبروها مؤثر أيضاً من خلال شعورهم بأهميتهم (السابع عشر).

❖ نظرا لكثرة المتغيرات وترابطها فضلاً عن اعتبارها نقطة أساسية في الاستخدام، ولا تتحمل الجدول لم تظهر أهميتها لدى المبحوثين فهي موجودة ضمناً في بقية المتغيرات.

❖ فنلاحظ التداخل في الأجوبة حول التفاعلية المدركة وتصميم واجهة المستخدم بشكل كبير يعود ذلك من وجهة نظر الباحثة إلى أن التفاعلية مضمنة في تصميم واجهة المستخدم حيث أن الواجهة سهلة الاستخدام، والواضحة وسهلة التنقل وسريعة الاستجابة تحقق التفاعلية، والعكس صحيح.

سابعاً: الاستخدام الفعلي: كان من المجدي السؤال حول الاستخدام الفعلي في المقابلات حيث توضح فهم المبحوثين للمصطلح، وأعطى الباحثة تنوع كبير في المقاييس التي كان من المعتاد استخدامها لمتغيرات أخرى كالولاء أو الرضا، أو كلمة الفم المنطوقة، ولكن فعلياً عدا عن أن الاستخدام الفعلي هو الاستخدام المتكرر

والمستمر إلا أن جميعها ولا يمكننا الإنكار كانت مؤشرات للتكرار ، والاستمرار فقط تم أخذها بعين الاعتبار كما يراها المستخدم، أضف إلى ذلك المتعة وهي التي لم تظهر في هذا المتغير في الدراسات السابقة؛ ولكن حتى المتعة تعطي فرصة للتكرار والاستمرار بناءً عليه فإن الرموز :

- تكرار الاستخدام: هذا أكثر ما ذكر من قبل المبحوثين عند السؤال الاستخدام الفعلي.
- نصيحة الغير بالاستخدام: اشتقت من أجوبة المبحوثين وتفسيراتهم التي غالباً ما كانت مرتبطة بدرجات متقدمة من الرضا ٢ و ٥ و ١٥ و ١٦.
- عدم البحث عن منصة أخرى تلبي نفس الغرض الذي تلبيه المنصة: اشتقت من تبريرات المبحوثين الذين أجريت معهم المقابلات ٨ و ١٠ و ١١ و ١٢ و ١٤.
- الانتقال لاستخدام العديد من الخدمات التي تقدمها: أضاف م.٣ وم.١٥ في التفسيرات من الممكن أن استخدم بقية الخدمات التي تقدمها بي أورد و هذه النقطة مهمة توضح إلى أي درجة ممكن أن ينخرط الشخص في هذا النوع من المنصات.
- الاستخدام المستمر للمنصة: ذكر إلى درجة كبير من قبل المبحوثين وقريبة جداً لتكرار الاستخدام، وظهر جلياً في أجوبة جميع المبحوثين عندما أضافوا المزيد من الاستخدام أو ساستمر بالاستخدام أو الطلب أكثر.

المتغيرات التي من المقترح إضافتها:

- ١- الثقة كمتغير وسيط لجودة المعلومات وجودة النظام حيث ذكرت من قبل المبحوثين رقم: ٣ و ٤ و ٥ و ٨ و ٩ و ١٠ و ١١ و ١٢ و ١٤ و ١٦ و ١٧، وبعد الاطلاع على الدراسات السابقة وجدت الباحثة العديد من الدراسات التي دعمت أثر جودة المعلومات وجودة النظام فيها ودورها الوسيط أيضاً.
- وهذا المتغير تمت إضافته فعلاً بعد الاطلاع على الدراسات السابقة وارتباط الثقة بكل من نموذج تقبل النقانة، ونموذج نجاح النظام المعلوماتي (المقترح الثالث).

٢- المتغير الثاني والذي ذكر بكثرة في أجوبة المبحوثين هو الوقت ولكن كمعدل لأثر كل من سهولة الاستخدام المدركة والفائدة المدركة في الاستخدام الفعلي.

ولكن لم تتمكن الباحثة من إضافته تبعاً لكثرة متغيرات الدراسة وما تتطلبه هذه الإضافة من وقت.

٣- أيضاً المتعة ظهرت من خلال أجوبة المبحوثين عند السؤال عن تصميم واجهة المستخدم والتفاعلية المدركة وكذلك عند السؤال عن سهولة الاستخدام المدركة.

أخيراً بالنسبة لسؤال الترتيب: لم يتطابق الترتيب لدى المبحوثين ١٠٠% لدى أي منهم ولكن التشابه كان في تفسيراتهم حول اختيار الأكثر أهمية أو الأقل أهمية بالطبع نشير هنا إلى أن غالبية المبحوثين لم يبرروا سبب الترتيب غالباً للشعور بالملل تحديداً كونه السؤال الأخير، نستعرض الترتيب بشكل وسطي بدءاً بالأكثر أهمية على النحو التالي:

أولاً: كانت سهولة الاستخدام الأكثر تأثير لدى خمسة من المبحوثين واعتبرت محدد مهم للاستخدام أو عدم الاستخدام برروا ذلك بأن صعوبة الاستخدام تمنعهم من الاستخدام، وكانت الأقل تأثيراً لدى أربعة منهم اعتبروا أن كل شيء في بداية استخدامه يكون صعب ويحتاج وقت حتى يصبح سهلاً، وحظيت أهمية متوسطة أقرب للعليا لدى خمسة من المبحوثين أعطوها الترتيب الثاني والثالث، وأخذت الترتيب الرابع لدى ثلاثة فقط لم تأخذ رقم خمسة نهائياً.

ثانياً: كانت الفائدة الأكثر أهمية لدى خمسة من المبحوثين اعتبروا أنهم لولا الفوائد لا يستخدموا أصلاً، كانت الأقل أهمية لدى ثلاثة فقط اعتبروا أنهم بحاجة لوقت إضافي حتى يدركوا الفوائد أخذت الترتيب الثاني والثالث لدى ستة من المبحوثين والترتيب الرابع والخامس لدى ثلاثة.

ثالثاً: حظيت جودة المعلومات بالمرتبة الأولى لدى ثلاثة من المبحوثين واعتبرت محدد أساسي للاستخدام أو عدم الاستخدام لم تحتل المرتبة الخامسة ولا السادسة مطلقاً، حتى الرابعة كانت فقط لدى أربعة من المبحوثين تركزت في المرتبة الثانية والثالثة لدى عشرة من المبحوثين.

رابعاً: حظيت جودة المعلومات بالمرتبة الأولى لدى اثنان من المبحوثين لم تأخذ الترتيب الأخير مطلقاً كانت في المرتبة الثانية والثالثة لدى تسعة منهم واحتلت المرتبة الرابعة والخامسة لدى ستة منهم.

خامساً: حظيت الواجهة بالترتيب رقم واحد لدى اثنان من المبحوثين واعتبروا أنها أول ما يروه ، احتلت الترتيب السادس لدى أربعة اعتبروا أنها تشجع على الاستخدام ، وتضيف متعة ولكن بقية العناصر أهم للاستخدام أو عدم الاستخدام.

سادساً: لم تحظى التفاعلية بالمرتبة الأولى ولا الثانية وحتى الثالثة كانت لدى ثلاثة فقط من المبحوثين، وأخذت الرقم ٦ لدى ستة من المبحوثين ليس لأنها لا تهمهم ، ولكن معتبرين أن توفر بقية العناصر يعني توفر التفاعلية ضمناً ، وأخذت الترتيب الرابع والخامس لدى ثمانية من المبحوثين.

إذا ما قمنا بحساب بسيط لمتوسط الإجابات في الترتيب نلاحظ أن جودة المعلومات تأخذ رقم واحد، جودة النظام ثانياً، ثالثاً سهولة الاستخدام، رابعاً الفائدة المدركة، خامساً تصميم واجهة المستخدم، سادساً التفاعلية المدركة.

خاتمة المبحث:

استعرضنا في هذا المبحث التحليل والتفسير للبيانات التي تم جمعها من خلال المقابلات وسننتقل لاختبار المقترحات التي تمت صياغتها في هذه المرحلة من خلال الاستبيانات؛ للتحقق من صحتها، وتفسير النتائج ووضع أهم التوصيات والأبحاث المستقبلية.

٣,٢ المبحث الثاني: البحث الكمي

٣,٢,١ البحث الكمي

٣,٢,٢ أداة البحث

٣,٢,٣ تصميم استمارة الاستبانة

٣,٢,٤ أساليب التحليل الإحصائي

٣,٢,٥ اختبار الصدق والثبات

٣,٢,٦ التحليل العاملي الاستكشافي

٣,٢,٧ وصف عينة البحث

٣,٢,٨ اختبار التوزيع الطبيعي

٣,٢,٩ اختبار الفرضيات

٣,٢,١٠ مناقشة النتائج

٣,٢,١١ توصيات البحث

٣,٢,١٢ الأبحاث المستقبلية

٣,٢ البحث الكمي

إن أبسط أشكال التمييز بين البحث النوعي والكمي هي النظر إلى البيانات أيها رقمية، وأيها ليست رقمية؟ ، إلا أن هذا التمييز يعتبر ضيق تحديداً في أبحاث إدارة الأعمال (Saunders, Lewis, & Thornhill, 2019, p. 175).

والمقصود فيها أن البحث الكمي في الغالب يتعامل مع بيانات رقمية، والبحث النوعي بياناته ليست رقمية، ولكن الملاحظ على أرض الواقع يختلف قليلاً حيث نجد في أبحاث إدارة الأعمال تطويع للبيانات النوعية ؛ بحيث يتيح الباحث إمكانية استخدام أساليب إحصائية تستخدم في الأبحاث الكمية.

في البحث الكمي: يتم جمع البيانات من خلال الاستبانة مثلاً ثم تحليل البيانات التي يحصل عليها الباحث من الردود من خلال برامج ، وأساليب إحصائية والنتائج الرقمية في النهاية إما تدعم الفرضية أو ترفضها، ومن أهم مزاياها إمكانية التعميم (Ivankova & Creswell, 2009, p. 137).

يرتبط عموماً بالفلسفة الوضعية، ومن الممكن ان يرتبط بالفلسفة البراغماتية، والفلسفة الواقعية، أما من حيث الأسلوب: عادةً ما يرتبط بالأسلوب الاستنتاجي، ومن حيث الاستراتيجية: البحث التجريبي، والمسح (Saunders, Lewis, & Thornhill, 2019, pp. 176–178).

٣,٢,١ أداة البحث

هي من أكثر أدوات البحث استخداماً في الأبحاث الاجتماعية ، وبالأخص الأبحاث التي تهتم بآراء وتصورات الأفراد اتجاه ظاهرة معينة (دويدري، ٢٠٠٠، صفحة ٣٣٠).

كثيراً ما ينصح باستخدامها مع طرق جمع بيانات أخرى، تحديداً في الأبحاث المختلطة (Saunders, Lewis, & Thornhill, 2019, p. 505).

تعتبر الاستبانة أداة جمع بيانات فعالة عندما يكون الباحث على دراية بالمتغيرات وكيفية قياسها (Sekaran , 2003, p. 236) .

بعد وضع الفرضيات نقوم بتحليلها كمياً لاختبارها ، والتحقق من امكانية التعميم وهي واحدة من أدوات جمع البيانات الممكن استخدامها ضمن استراتيجية دراسة الحالة (Sekaran & Bougie, 2016, p. 145) .

ولكن غالباً ما تتبع الاستبانة لاستراتيجية المسح كما توصف ؛ بأنها جوهر المسح وهي التي تهدف للإجابة على تساؤلات مثل: ماذا؟، ومن؟، ومتى، وكم؟، والتي تتناسب مع الأهداف الوصفية (Yin R. , 2009, pp. 8-9).

في الاستبانة تجمع البيانات من خلال طرح نفس الأسئلة على مجموعة من الأشخاص (Saunders, Lewis, & Thornhill, 2019, p. 503).

بالنسبة للبيانات الكمية وهي التي نعبر عنها من خلال الأرقام فإنها تستخدم بشكل عام نمط الأسئلة المنظمة (Sekaran & Bougie, 2016, p. 2).

• من أهم مزايا الاستبانة:

لا تتطلب وقت كبير للحصول على الاستجابات من المبحوثين (Sekaran , 2003, p. 237).

قد تعاني الاستبانات من تحيز الباحث لذلك يجب الانتباه إلى هذه النقطة ، والتعامل معها بحذر في مرحلة وترميزها، وتصنيف المتغيرات ،صياغة الأسئلة (Sekaran , 2003, pp. 237-238).

• يمكن صياغة الأسئلة في الاستبانة بطرق مختلفة (دويدري، ٢٠٠٠، الصفحات ٣٣٣-٣٣٤)

أسئلة مغلقة: هي الأسئلة التي تتضمن خيارات محددة.

أسئلة مفتوحة: هي الأسئلة التي تترك للمجيب حرية في الإجابة ويتم في هذه الحالة فرز الإجابات ضمن فئات أصغر وترميزها.

أسئلة مغلقة ومفتوحة: تتضمن الأسلوبين السابقين.

يمكن جمع الاستبانة بوسائل مختلفة تبعاً لما يمليه البحث، وما يتوفر للباحث من وسائل كالتوزيع اليدوي أو من خلال الأجهزة المحمولة أو عبر الإنترنت (Saunders, Lewis, & Thornhill, 2019, p. 506).

٣,٢,٢ تصميم استمارة الاستبانة

في هذا القسم، سيتم وصف متغيرات الدراسة من خلال عرض النسب المئوية والمتوسطات والانحرافات المعيارية لإجابات المستجيبين التي استخدمت مقياس Likert الخماسي، والذي يعتبر مقياساً رتبياً ويتم التعامل معه أثناء التحليل من خلال الأوزان الكمية المقابلة لكل حالة من حالاتها:

مقياس Likert الخماسي: جدول رقم (٥) يوضح مقياس ليكرت الخماسي

الأوزان الكمية	الحالات
1	غير موافق بشدة
2	غير موافق
3	محايد
4	موافق
5	موافق بشدة

يتم تفسير النتائج التي نحصل عليها من مختلف الأنواع على أنها متوسط وفقاً للجدول التالي: طول الفترة = ٨,٠، وتم حسابها بقسمة ٤ على ٥.

4 = عدد المسافات بين الاختيارات (١ إلى ٢، ٢ إلى ٣، ٣ إلى ٤، ٤ إلى ٥).

5 = عدد من الخيارات.

وبالتالي، يتم تحديد اتجاه المستجيبين لكل سؤال وفقاً للفئات التالية:

يوضح الجدول رقم (٦) الفئات الكمية المقابلة لمقياس Likert

الحالات	غير موافق بشدة	غير موافق	محايد	موافق	موافق بشدة
الفئات	1-1.8	1.8-2.6 أكبر من	2.6-3.4 أكبر من	3.4-4.2 أكبر من	4.2-5 أكبر من

مثال: إذا كان المتوسط ضمن النطاق ١-٨، فإننا نقول إن اتجاه المستجيبين غير موافق بشدة. أسئلة الاستبانة: موضحة في الجدول رقم (٧) (تم تطويرها على عدة مراحل موضحة في الملحق السادس والسابع والثامن والتاسع).

المحاور	الترقيم	العبارات
جودة المعلومات	Q1	أعتقد أن المعلومات الموجودة في منصة Bee Order كافية.
	Q2	أعتقد أن المعلومات الموجودة في منصة Bee Order يتم تحديثها باستمرار أي مواكبة للواقع.
	Q3	أعتقد أن المعلومات الموجودة في منصة Bee Order دقيقة مثلا وصف الوجبات أو الأسعار أو وقت التسليم.
	Q4	أعتقد أن المعلومات الموجودة في منصة Bee Order مخصصة مثل ارسال أكواد الحسم في أعياد ميلاد المستخدمين أو النقاط وغيرها.
جودة النظام	Q5	أعتقد أن الدخول إلى منصة Bee Order سهل في أي وقت.
	Q6	أعتقد أن النظام يوفر لي ما يكفي من الأمان.
	Q7	أعتقد أن النظام في منصة Bee Order مرّن ويتم تحديثه باستمرار.
	Q8	أعتقد أن نظام المنصة يتسم بسرعة الاستجابة.
	Q9	يمكن لأي شخص تحميل التطبيق الخاص في Bee Order بسهولة.
تصميم واجهة المستخدم	Q10	تساعد واجهة المستخدم على قراءة المعلومات في منصة Bee Order بشكل مريح.
	Q11	أعتقد أن الألوان الموجودة في المنصة متناسقة.
	Q12	لا يعاني المستخدم في إيجاد المكان المخصص لإدخال المعلومات التي يرغب في البحث عنها مثل البحث عن الوجبات.
	Q13	أعتقد أن الانتقال بين القوائم في منصة Bee Order واضح.
	Q14	أعتقد أن الواجهة في منصة Bee Order مصممة بحيث تظهر لي ما يهمني عند فتحها مثل الصور أو العروض أو أكواد الحسم.
التفاعلية المدركة	Q15	تتيح منصة Bee Order إضافة ملاحظات.
	Q16	تتفاعل منصة Bee Order مع ملاحظات المستخدمين.
	Q17	يمكنني اختيار ما أريد بحرية أثناء استخدامي لـ Bee Order .
	Q18	يمكنني التنقل بحرية من صفحة إلى أخرى في Bee Order.
	Q19	تتم معالجة طلباتي بسرعة عند إدخال المعلومات في Bee Order.

أتمكن من الحصول على المعلومات التي أريدها في Bee Order بسرعة دون تأخير.	Q20	
أعتقد أن تعلم استخدام Bee Order كان سهلاً بالنسبة لي.	Q21	سهولة الاستخدام المدركة
أعتقد أن منصة Bee Order واضحة من حيث عملية تسجيل الدخول والبحث والشراء.	Q22	
أعتقد أن Bee Order سهلة الاستخدام.	Q23	
أعتقد أن التفاعل في Bee Order مرن يمكنني بسهولة التنقل واستخدام العديد من الخدمات التي تقدمها.	Q24	
مع الوقت يصبح أكثر سهولة استخدامي لمنصة Bee Order.	Q25	
أعتقد أن التصنيفات الموجودة في واجهة Bee Order تسهل الاستخدام.	Q26	الفائدة المدركة
استخدامي ل Bee Order يوفر لي الوقت.	Q27	
يعتبر استخدامي Bee Order مفيد لحياتي اليومية.	Q28	
يعتبر استخدامي لمنصة Bee Order مريح لحياتي اليومية.	Q29	
تمكنني متابعة العروض والحسومات في منصة Bee Order من توفير المال.	Q30	
يمكنني استخدامي ل Bee Order من الحصول على طلبي بسرعة.	Q31	
أعتقد أن منصة Bee Order جديرة بالثقة.	Q32	الثقة
أثق في المعلومات المعروضة في Bee Order.	Q33	
أثق في عملية الطلب عبر Bee Order.	Q34	
تمنحني Bee Order أفضل الخيارات بالنسبة لي.	Q35	
تقي Bee Order في وعودها اتجاه المستخدمين.	Q36	
يتكرر استخدامي ل Bee Order مرة على الأقل في الشهر .	Q37	الاستخدام الفعلي
أنصح غيري باستخدام Bee Order.	Q38	
يتم استخدام Bee Order بشكل مستمر .	Q39	
استخدم العديد من الخدمات التي تقدمها Bee Order.	Q40	
لا أضطر للبحث عن منصة أخرى تلبي نفس الخدمات التي تقدمها Bee Order	Q41	

٣,٢,٣ أساليب التحليل الإحصائي

نستعرض في هذه الفقرة الأساليب الإحصائية المستخدمة في هذا البحث لتحليل البيانات التي تمّ جمعها في الأداة

الثانية حيث:

- استخدم ألفا كورنباخ لحساب ثبات الاستبانة.
- التحليل العاملي الاستكشافي لقياس صدق الاستبانة.
- لوصف عينة البحث استخدمت التكرارات والنسب المئوية.
- المتوسطات الحسابية لإجابات مفردات عينة البحث على جميع عبارات الاستبانة لكل المتغيرات.
- لاختبار المقترحات:

أولاً لدراسة الارتباط: استخدم معامل سبيرمان.

ثانياً لدراسة الأثر الانحدار الخطي البسيط، تحليل التباين من خلال اختبار ANOVA.

ثالثاً: لاختبار الوساطة استخدم الانحدار الخطي المتعدد وتحليل التباين واختبار الوساطة slobel test .

٣,٢,٤ اختبار الصدق والثبات

اعتمدت الدراسة على أداة صدق المحتوى (سيكاران، ٢٠٠٦، صفحة ٢٩٦) للتأكد من صدق أداة جمع البيانات وجدواها باستعراض الاستبانة على مجموعة من المحكمين من السادة الأعضاء الهيئة التدريسية في كلية الاقتصاد جامعة دمشق قسم إدارة الأعمال تم توضيح ذلك في الملحق السابع وتم تعديل عبارات الاستبانة بناء عليها في الملحق الثامن، أما بالنسبة لما يتعلق بثبات أداة الدراسة تم استخدام معامل الاتساق الداخلي للتأكد من ثبات الأداة حسب معامل ألفا كرونباخ وهو المقياس الذي يقيس تناسق الإجابات والارتباط بين مكونات المقياس (سيكاران، ٢٠٠٦، صفحة ٢٩٥)، وجذر معامل ألفا كرونباخ الذي يمثل معامل الصدق، حيث تم إجراء الاختبار على كامل مفردات العينة ويوضح الجدول (١١) معامل ثبات الاتساق الداخلي إضافة إلى معامل الصدق لجميع محاور الاستبانة:

Reliability Statistics

Reliability Statistics		
المحاور	معامل ألفا	معامل الصدق
جودة المعلومات	0.778	0.882
جودة النظام	0.871	0.933
تصميم واجهة المستخدم	0.707	0.841
التفاعلية المدركة	0.766	0.875
سهولة الاستخدام المدركة	0.٧٠٠	0.837
الفائدة المدركة	0.777	0.881
الثقة	0.885	0.941
الاستخدام الفعلي	0.798	0.893

نلاحظ أن قيم معامل ألفا كانت (٠,٧٧٨)، و (٠,٨٧١)، (٠,٧٠٧)، (٠,٧٦٦)، (٠,٧٠٠)، (٠,٧٧٧)، (٠,٨٨٥)، (٠,٧٩٨) لمحاور الاستبانة على الترتيب، وكانت جميعها أكبر من (٠,٦٠) وبالتالي يمكن القول أن محاور الاستبانة ذات درجة ثبات عالية، أما بالنسبة لقيم معامل الصدق (الجذر التربيعي لمعامل الثبات) فنلاحظ أن قيمه أيضاً مرتفعة لكل المحاور مما يعني أن الاستبانة صادق وممثل للمجتمع الذي سحبت منه العينة.

التحليل العاملي الاستكشافي:

يستخدم التحليل العاملي للتأكد من صدق مقاييس المفاهيم المختلفة إذ يستخدم للإشارة إلى العوامل المناسبة لكل بعد (سيكاران، ٢٠٠٦، صفحة ٢٩٨).

جدول رقم (١٢) مصفوفة العوامل بعد التدوير Rotated Component Matrix

أسئلة الاستبانة	1	2	3	4	5	6	7	8
Q1	0.620		0.191	0.179	0.207	0.159	– 0.144	
Q2	0.563	0.175					0.125	0.118
Q3	0.428	0.181						0.401
Q4	0.710							0.111
Q5		0.530	0.349	0.212	0.107	0.140		
Q6	0.150	0.401		0.115	0.126	0.219	0.115	0.240

	0.159	0.227	0.190	– 0.124	0.134	0.384	0.189	Q7
			0.323			0.331	0.309	Q8
0.105						0.642	0.182	Q9
	0.139		0.317	0.102	0.575			Q10
	0.272		– 0.106		0.456	0.290	0.395	Q11
	0.217	0.127			0.663		0.179	Q12
			0.253		0.536	0.127		Q13
	0.296				0.416	0.224	0.250	Q14
	0.172	0.205		0.369			0.312	Q15
	0.102			0.703				Q16
		– 0.116		0.530	0.177	0.218	0.138	Q17
0.158	0.134	0.180		0.509		0.170		Q18
		0.133		0.670				Q19
		0.194		0.595	0.246			Q20
0.268	0.128	0.307	0.307	0.١٢٢	0.231		–0.114	Q21
	0.271	0.283	0.530		0.106	0.120	0.258	Q22
0.253		– 0.141	0.580		0.241			Q23
			0.572			– 0.278	0.335	Q24
		0.241	0.463	0.148	0.109	0.239		Q25
		0.135	0.314	0.221		0.260		Q26
٠,٢٢١		0.736						Q27
		0.543					0.108	Q28
	0.121	0.423		0.110	0.236		0.274	Q29
0.110		0.352					0.113	Q30
	0.126	0.512		0.192	0.328	0.309	–0.145	Q31
	0.721	0.206	0.135			0.189	0.191	Q32

	0.497	0.235		0.212	0.278	0.127	0.263	Q33
	0.626	0.128			0.248	0.122		Q34
0.139	0.611		0.157	0.120			0.127	Q35
	0.704		0.155					Q36
0.648		0.435	– 0.180		0.126	0.136	0.252	Q37
0.453				0.183				Q38
0.346	0.367	0.150	0.238			0.204		Q39
0.704			0.226	0.203	0.309		0.147	Q40
0.530						0.102		Q41

يوضح الجدول السابق مصفوفة العوامل بعد لتدوير والتي تتضمن عوامل ثمانية .

والقاعدة أن أي عامل لديه علاقات أكبر من (٠,٣٠) مع ثلاث متغيرات أو أكثر يمكن اعتباره مكوناً جيداً للأخذ به وفي حالات (Over load) نأخذ القيم الأكبر .

- العامل الأول لديه علاقات قوية مع ٤ أسئلة من أصل ٤١ .
- العامل الثاني لديه علاقات قوية مع ٥ أسئلة من أصل ٤١
- العامل الثالث لديه علاقات قوية مع ٥ أسئلة من أصل ٤١ .
- العامل الرابع لديهم علاقة قوية مع ٦ أسئلة من أصل ٤١ .
- العامل الخامس لديه علاقة قوية مع ٦ أسئلة من أصل ٤١ .
- العامل السادس لديه علاقة قوية مع ٥ أسئلة من أصل ٤١ .
- العامل السابع لديه علاقة قوية مع ٥ أسئلة من أصل ٤١ .
- العامل الثامن لديه علاقة قوية مع ٥ أسئلة من أصل ٤١ .

٣,٢,٥ وصف عينة البحث

لوصف عينة البحث نستخدم أساليب وصفية وهي التي تستخدم لوصف عينة البحث دون التعمق في التحليل ومن ضمن هذه الأساليب التكرار الذي نأخذ فيه عدد مرات تكرار المشاهدات خاصة في حالة المقاييس الأسمية والأخذ بعين الاعتبار النسبة المئوية المقابلة لكل فئة (دويدري، ٢٠٠٠، صفحة ٢٦٢).

الجدول رقم (٨) الاحصاءات الوصفية للمتغيرات الديمغرافية:

المتغيرات الديمغرافية	التكرار	النسبة
النوع الاجتماعي	أنثى	214
	ذكر	170
	Total	384
الحالة الاجتماعية	أعزب/عزباء	259
	متزوج/ة	125
	Total	384
العمر	أقل من ٢٥	126
	من ٢٥ إلى ٣٥	201
	من ٣٦ إلى ٤٥	38
	من ٤٥ إلى ٦٠	19
	Total	384
المستوى التعليمي	معهد	38
	جامعي	213
	دراسات عليا	133
	Total	384
المنصات الأكثر استخداماً	بي أوردر	315
	موفو	13
	يلا غو	44
	غير ذلك	12
	Total	384
أكثر الخدمات المستخدمة في بي أوردر	الأطعمة	366
	سوبر ماركت	6
	متاجر	6
	غير ذلك	6
	Total	384

من الجدول السابق نلاحظ ما يلي:

- ٥٥,٧% من عينة الدراسة إناث.

نسبة الإناث المستخدمة للمنصة أكبر قد يعود ذلك إلى توجه الذكور نحو السفر بشكل كبير، وأن الأعمار الأكثر تواجداً حالياً هي من ال ٤٠ عاماً فما فوق وهم في الغالب في هذه الأعمار متزوجين.

- الحالة الاجتماعية لنسبة ٦٧,٤% من عينة الدراسة هي أعزب/عزباء.

من الطبيعي أيضاً أن يكون الأعزب أو العزباء أكثر استخداماً تبعاً لأن أولوياتهم تختلف عن أولويات ومسؤوليات المتزوجين.

- تراوحت أعمار ٥٢,٣% من عينة الدراسة بين ٢٥ إلى ٣٥ عام، يليها في المرتبة الثانية نسبة ٣٢,٦%

كانت أعمارهم أقل من ٢٥ عام، يليها في المرتبة الثالثة نسبة ٩,٩% تراوحت أعمارهم بين ٣٦ إلى ٤٥

عام، وأخيراً من المرتبة الأخيرة نسبة ٥% تراوحت أعمارهم بين ٤٦ إلى ٦٠ عام.

بالنسبة للعمر فمن المتوقع أن تكون الشريحة الأكثر استخداماً هي ما بين ال ٢٥ عاماً وال ٣٥ عاماً تبعاً ؛ لأنّ هذه الشريحة في مرحلة الانتاج والعمل الكثير يضاف إلى ذلك أنها شريحة قادرة على التعامل مع التقنيات الحديثة، وأنّ الشريحة الأصغر من البديهي أن يكون فيها عدداً كبيراً من المستخدمين تبعاً لشغف هذه الشريحة في التقنيات الحديثة حتى ، ولو اقتصر على الاستخدام لفترات قصيرة جداً أو لمرات معدودة، وهنا يأتي دور القائمين على تصميم المنصات بقدرتهم على جذب هؤلاء للاستخدام أكثر، إما بالنسبة للشرائح الأكبر فبرأيي الباحثة هذا يتبع بشكل أو بآخر للمستوى التعليمي ولتقبل الجديد ولهذه الشريحة تحديداً خصوصية في البحث حيث تتأثر بعدد كبير من العوامل.

- ٥٥,٥% من عينة الدراسة كان مستواهم التعليمي جامعي، يليها في المرتبة الثانية نسبة ٣٤,٦% دراسات

عليا، وأخيراً نسبة ٩,٩% طلاب معاهد.

قد لا تعكس الأجوبة صراحة أعداد المستخدمين فالجامعيين ، أو طلاب الدراسات العليا لديهم ما يكفي من الإدراك حول البحث العلمي قد يتأثر البعض إذا لم يأخذ فكرة البحث العلمي على محمل الجد قد يظن البعض أنها لأغراض تجارية أو غيرها.

- ٨٢% من عينة الدراسة كانت منصة بي أوردر هي الأكثر استخداماً لديهم، يليها في المرتبة الثانية منصة يلا غو بنسبة ١١,٥%، وقد بلغت نسبة الأفراد الذين يستخدمون منصة موفو ٣,٤% ومنصات أخرى قد بلغت النسبة ٣,١%.

من الطبيعي أن يكون العدد الأكبر لمستخدمي بي أوردر تبعاً لأن صياغة أسئلة الاستبانة منذ البداية في العنوان لمستخدمي منصة بي أوردر.

- كانت الخدمات الأكثر استخداماً في منصة بي أوردر هي خدمات الأطعمة بنسبة ٩٥,٢%، بينما تساوت نسب استخدام خدمات السوبر ماركت مع خدمات المتاجر والخدمات الأخرى وقد بلغت هذه النسبة ١,٦%.

- طبعا حظيت الأطعمة بنسبة الاستخدام الأكبر من بين الخدمات الأخرى التي تقدمها المنصة تبعاً لأنها كانت أول الخدمات التي قدمتها ونشأت لأجلها المنصة ، ولكن تزايد أعداد المستخدمين والتقبل للتقانة فرض توسع شريحة الخدمات التي تقدمها.

لوصف عبارات الاستبانة أخذنا بعين الاعتبار كل من المتوسط الحسابي من قياسات النزعة المركزية لوصف قيم المشاهدات ، و من مقاييس التشتت التي تستخدم لقياس الانسجام بين متغيرات الدراسة تم استخدام الانحراف المعياري وهو الجذر التربيعي للتباين يقوم بقياس التشتت بين مشاهدات الدراسة

(دويدري، ٢٠٠٠، الصفحات ٢٦٢-٢٦٥)

الجدول رقم (٩) الاحصاء الوصفي لعبارات الاستبانة

المحاور	غير موافق بشدة	غير موافق	محايد	موافق	موافق بشدة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	النتيجة
جودة المعلومات	Q1	6%	12%	24%	29%	3.59	1.20	موافق
	Q2	9%	12%	26%	24%	3.54	1.26	موافق
	Q3	6%	10%	29%	26%	3.59	1.19	موافق
	Q4	8%	11%	26%	31%	3.54	1.19	موافق
جودة النظام	Q5	8%	12%	23%	29%	3.56	1.23	موافق
	Q6	8%	12%	23%	27%	3.59	1.25	موافق

موافق	1.20	3.57	27%	28%	27%	10%	8%	Q7	
موافق	1.23	3.56	29%	25%	25%	15%	6%	Q8	
موافق	1.24	3.54	28%	28%	21%	16%	7%	Q9	
موافق	1.16	3.74	32%	30%	22%	11%	5%	Q10	تصميم واجهة المستخدم
موافق	1.24	3.53	26%	30%	23%	12%	9%	Q11	
موافق	1.22	3.44	22%	32%	24%	12%	10%	Q12	
موافق	1.20	3.63	28%	32%	20%	14%	6%	Q13	
موافق	1.25	3.61	30%	28%	20%	14%	7%	Q14	
موافق	1.16	3.56	25%	28%	29%	11%	6%	Q15	التفاعلية المدرسة
موافق	1.17	3.45	22%	28%	30%	13%	7%	Q16	
موافق	1.19	3.55	25%	31%	23%	14%	6%	Q17	
موافق	1.22	3.52	26%	29%	24%	14%	8%	Q18	
موافق	1.21	3.61	28%	32%	22%	11%	8%	Q19	
موافق	1.20	3.61	28%	31%	23%	11%	7%	Q20	
موافق	1.23	3.60	28%	31%	22%	11%	8%	Q21	سهولة الاستخدام المدرسة
موافق	1.20	3.54	25%	30%	26%	11%	8%	Q22	
موافق	1.22	3.65	30%	31%	22%	10%	8%	Q23	
موافق	1.24	3.59	29%	30%	22%	11%	8%	Q24	
موافق	1.26	3.56	31%	24%	24%	15%	7%	Q25	
موافق	1.17	3.66	29%	31%	23%	11%	5%	Q26	
موافق	1.19	3.68	30%	32%	21%	12%	6%	Q27	الفائدة المدرسة
موافق	1.23	3.51	24%	32%	23%	12%	9%	Q28	
موافق	1.20	3.56	27%	29%	25%	12%	7%	Q29	
موافق	1.21	3.46	23%	29%	26%	14%	8%	Q30	
موافق	1.27	3.54	28%	29%	21%	13%	9%	Q31	
موافق	1.23	3.58	28%	28%	25%	11%	8%	Q32	الثقة
موافق	1.21	3.50	25%	29%	23%	16%	7%	Q33	
موافق	1.25	3.63	29%	32%	20%	9%	9%	Q34	
موافق	1.20	3.43	29%	32%	20%	9%	9%	Q35	
موافق	1.18	3.61	28%	30%	24%	12%	6%	Q36	
موافق	1.21	3.59	26%	34%	22%	10%	8%	Q37	

موافق	1.22	3.60	29%	30%	22%	12%	7%	Q38	الاستخدام الفعلي
موافق	1.17	3.42	21%	28%	31%	12%	8%	Q39	
موافق	1.19	3.45	22%	30%	26%	15%	7%	Q40	
موافق	1.21	3.54	27%	26%	26%	14%	6%	Q41	

من الجدول السابق نلاحظ ما يلي:

الأسئلة المتعلقة بجودة المعلومات

Q1: وافق أكثر المستجيبون على العبارة " أعتقد أن المعلومات الموجودة في منصة Bee Order كافية "، حيث بلغت نسبتهم (٢٩%) وكان المتوسط الحسابي للإجابات (٣,٥٩)، وهو ما يتوافق مع درجة "الموافقة" وذلك بانحراف معياري قدره (١,٢٠) وهذا يعني ان متوسط الانحرافات عن الوسط الحسابي كانت (١,٢٠).

Q2: وافق بشدة أكثر المستجيبون على العبارة " أعتقد أن المعلومات الموجود في منصة Bee Order يتم تحديثها باستمرار أي مواكبة للواقع"، وحيث بلغت نسبتهم (٣٠%) وكان المتوسط الحسابي للإجابات (٣,٥٤)، وهو ما يتوافق مع در "الموافقة" وذلك بانحراف معياري قدره (١,٢٦) وهذا يعني ان متوسط الانحرافات عن الوسط الحسابي كانت ((١,٢٦).

Q3: حايذ أكثر المستجيبون في إجاباتهم على العبارة " أعتقد أن المعلومات الموجود في منصة Bee Order دقيقة مثلا وصف الوجبات أو الأسعار أو وقت التسليم"، حيث بلغت نسبتهم (٢٩%) ، وكان المتوسط الحسابي للإجابات (٣,٥٩)، وهو ما يتوافق مع درجة "الموافقة" وذلك بانحراف معياري قدره (١,١٩) وهذا يعني ان متوسط الانحرافات عن الوسط الحسابي كانت (١,١٩)، (قد يعود ذلك إلى أن الدقة تشمل العديد من النقاط ولو تمكننا من تفصيلها في أسئلة متعددة لاختلّت الإجابات ، ولكن بذلك نكون قد أعطينا الدقة أهمية كبرى على حساب بقية المقاييس).

Q4: وافق أكثر المستجيبون على العبارة " أعتقد أن المعلومات الموجود في منصة Bee Order مخصصة مثل ارسال أكواد الحسم في أعياد ميلاد المستخدمين أو النقاط وغيرها"، وحيث بلغت نسبتهم (٣١%) وكان

المتوسط الحسابي للإجابات (٣,٥٤)، وهو ما يتوافق مع درجة الموافقة وذلك بانحراف معياري قدره (١,١٩) وهذا يعني ان متوسط الانحرافات عن الوسط الحسابي كانت (١,١٩).

الأسئلة المتعلقة بجودة النظام

Q5:وافق أكثر المستجيبون على العبارة " أعتقد أن الدخول إلى منصة Bee Order سهل في أي وقت"، حيث بلغت نسبتهم (٢٩%) وكان المتوسط الحسابي للإجابات (٣,٥٦)، وهو ما يتوافق مع درجة "الموافقة" وذلك بانحراف معياري قدره (١,٢٣) وهذا يعني ان متوسط الانحرافات عن الوسط الحسابي كانت (١,٢٣).

Q6:وافق بشدة أكثر المستجيبون على العبارة " أعتقد أن النظام يوفر لي ما يكفي من الأمان"، حيث بلغت نسبتهم (٣٠%) وكان المتوسط الحسابي للإجابات (٣,٥٩)، وهو ما يتوافق مع درجة "الموافقة" وذلك بانحراف معياري قدره (١,٢٥) وهذا يعني ان متوسط الانحرافات عن الوسط الحسابي كانت (١,٢٥).

Q7:وافق أكثر المستجيبون على العبارة " أعتقد أن النظام في منصة Bee Order مرن ويتم تحديثه باستمرار"، حيث بلغت نسبتهم (٢٨%) ، وكان المتوسط الحسابي للإجابات (٣,٥٧)، وهو ما يتوافق مع درجة "الموافقة" وذلك بانحراف معياري قدره (١,٢٠) وهذا يعني ان متوسط الانحرافات عن الوسط الحسابي كانت (١,٢٠).

Q8:وافق بشدة أكثر المستجيبون على العبارة " أعتقد أن نظام المنصة يتسم بسرعة الاستجابة"، حيث بلغت نسبتهم (٢٩%) ، وكان المتوسط الحسابي للإجابات (٣,٥٦)، وهو ما يتوافق مع درجة "الموافقة" وذلك بانحراف معياري قدره (١,٢٣) وهذا يعني ان متوسط الانحرافات عن الوسط الحسابي كانت (١,٢٣).

Q9:تساوت نسبة الموافقين والموافقين بشدة على العبارة "يمكن لأي شخص تحميل التطبيق الخاص في Bee Order بسهولة"، حيث بلغت نسبتهم (٢٨%) ، وكان المتوسط الحسابي للإجابات (٣,٥٤)، وهو ما يتوافق مع درجة "الموافقة" وذلك بانحراف معياري قدره (١,٢٤) وهذا يعني ان متوسط الانحرافات عن الوسط الحسابي كانت (١,٢٤).

الأسئلة المتعلقة بتصميم واجهة المستخدم

Q10: وافق بشدة أكثر المستجيبون على العبارة "تساعد واجهة المستخدم على قراءة المعلومات في منصة Bee Order بشكل مريح"، حيث بلغت نسبتهم (٣٢%)، وكان المتوسط الحسابي للإجابات (٣,٧٤)، وهو ما يتوافق مع درجة "الموافقة" وذلك بانحراف معياري قدره (١,١٦) وهذا يعني ان متوسط الانحرافات عن الوسط الحسابي كانت (١,١٦) ..

Q11: وافق أكثر المستجيبون على العبارة "أعتقد أن الألوان الموجودة في المنصة متناسقة"، حيث بلغت نسبتهم (٣٠%) وكان المتوسط الحسابي للإجابات (٣,٥٤)، وهو ما يتوافق مع درجة "الموافقة" وذلك بانحراف معياري قدره (١,٢٤) وهذا يعني ان متوسط الانحرافات عن الوسط الحسابي كانت (١,٢٤).

Q12: وافق أكثر المستجيبون على العبارة "لا يعاني المستخدم في إيجاد المكان المخصص لإدخال المعلومات التي يرغب في البحث عنها مثل البحث عن الوجبات"، حيث بلغت نسبتهم (٣٢%) وكان المتوسط الحسابي للإجابات (٣,٤٤)، وهو ما يتوافق مع درجة "الموافقة" وذلك بانحراف معياري (١,٢٢) وهذا يعني ان متوسط الانحرافات عن الوسط الحسابي كانت (١,٢٢).

Q13: وافق أكثر المستجيبون على العبارة "أعتقد أن الانتقال بين القوائم في منصة Bee Order واضح"، حيث بلغت نسبتهم (٣٢%) وكان المتوسط الحسابي للإجابات (٣,٦٣)، وهو ما يتوافق مع درجة "الموافقة" وذلك بانحراف معياري قدره (١,٢٠) وهذا يعني ان متوسط الانحرافات عن الوسط الحسابي كانت (١,٢٠).

Q14: وافق بشدة أكثر المستجيبون على العبارة "أعتقد أن الواجهة في منصة Bee Order مصممة بحيث تظهر لي ما يهمني عند فتحها مثل الصور أو العروض أو أكواد الحسم"، حيث بلغت نسبتهم (٣٠%) وكان المتوسط الحسابي للإجابات (٣,٦١)، وهو ما يتوافق مع درجة "الموافقة" وذلك بانحراف معياري قدره (١,٢٥) وهذا يعني ان متوسط الانحرافات عن الوسط الحسابي كانت (١,٢٥).

الأسئلة المتعلقة بالتفاعلية المدركة

Q15: حايذ أكثر المستجيبون في إجاباتهم على العبارة "تتيح منصة Bee Order إضافة ملاحظات"، حيث بلغت نسبتهم (٢٩%) وكان المتوسط الحسابي للإجابات (٣,٥٦)، وهو ما يتوافق مع درجة "الموافقة" وذلك بانحراف معياري قدره (١,١٦) وهذا يعني ان متوسط الانحرافات عن الوسط الحسابي كانت (١,١٦).

Q16: حايذ أكثر المستجيبون في إجاباتهم على العبارة "تتفاعل منصة Bee Order مع ملاحظات المستخدمين"، حيث بلغت نسبتهم (٣٠%) وكان المتوسط الحسابي للإجابات (٣,٥٤)، وهو ما يتوافق مع درجة "الموافقة" وذلك بانحراف معياري قدره (١,١٧) وهذا يعني ان متوسط الانحرافات عن الوسط الحسابي كانت (١,١٧).

Q17: وافق أكثر المستجيبون في إجاباتهم على العبارة "يمكنني اختيار ما أريد بحرية أثناء استخدامي لـ Bee Order"، حيث بلغت نسبتهم (٣١%) وكان المتوسط الحسابي للإجابات (٣,٥٥)، وهو ما يتوافق مع درجة الموافقة وذلك بانحراف معياري قدره (١,١٩) وهذا يعني ان متوسط الانحرافات عن الوسط الحسابي كانت (١,١٩).

Q18: وافق أكثر المستجيبون في إجاباتهم على العبارة "يمكنني التنقل بحرية من صفحة إلى أخرى في Bee Order"، حيث بلغت نسبتهم (٢٩%) وكان المتوسط الحسابي للإجابات (٣,٥٢)، وهو ما يتوافق مع درجة "الموافقة" وذلك بانحراف معياري قدره (١,٢١) وهذا يعني ان متوسط الانحرافات عن الوسط الحسابي كانت (١,٢١).

Q19: وافق أكثر المستجيبون في إجاباتهم على العبارة "يمكنني التنقل بحرية من صفحة إلى أخرى في Bee Order"، حيث بلغت نسبتهم (٣٢%) وهو ما يتوافق مع درجة "الموافقة" وذلك بانحراف معياري قدره (١,٢١) وهذا يعني ان متوسط الانحرافات عن الوسط الحسابي كانت (١,٢١).

Q20: وافق أكثر المستجيبون في إجاباتهم على العبارة "تتم معالجة طلباتي بسرعة عند إدخال المعلومات في Bee Order"، حيث بلغت نسبتهم (٣١%) وهو ما يتوافق مع درجة "الموافقة" وذلك بانحراف معياري قدره (١,٢٠) وهذا يعني ان متوسط الانحرافات عن الوسط الحسابي كانت (١,٢٠).

الأسئلة المتعلقة بسهولة الاستخدام

Q21: وافق أكثر المستجيبون في إجاباتهم على العبارة "أعتقد أن تعلم استخدام Bee Order كان سهلاً بالنسبة لي"، حيث بلغت نسبتهم (٣١%) وكان المتوسط الحسابي للإجابات (٣,٦٠)، وهذا ما يتوافق مع درجة "الموافقة" وذلك بانحراف معياري قدره (١,٢٣) وهذا يعني أن متوسط الانحرافات عن الوسط الحسابي كانت (١,٢٣).

Q22: وافق أكثر المستجيبون في إجاباتهم على العبارة "أعتقد أن منصة Bee Order واضحة من حيث عملية فتحها والبحث والشراء"، حيث بلغت نسبتهم (٣٠%) ، وكان المتوسط الحسابي للإجابات (٣,٥٤)، وهو ما يتوافق مع درجة "الموافقة" وذلك بانحراف معياري قدره (١,٢٠) وهذا يعني أن متوسط الانحرافات عن الوسط الحسابي كانت (١,٢٠).

Q23: وافق أكثر المستجيبون في إجاباتهم على العبارة "أعتقد أن Bee Order سهلة الاستخدام"، حيث بلغت نسبتهم (٣١%) وكان المتوسط الحسابي للإجابات (٣,٦٥)، وهو ما يتوافق مع درجة "الموافقة" وذلك بانحراف معياري قدره (١,٢٢) وهذا يعني أن متوسط الانحرافات عن الوسط الحسابي كانت (١,٢٢).

Q24: وافق أكثر المستجيبون في إجاباتهم على العبارة "أعتقد أن التفاعل في Bee Order مرّن يمكنني بسهولة التنقل واستخدام العديد من الخدمات التي تقدمها"، حيث بلغت نسبتهم (٣٠%) وكان المتوسط الحسابي للإجابات (٣,٥٩)، وهو ما يتوافق مع درجة "الموافقة" وذلك بانحراف معياري قدره (١,٢٤) وهذا يعني أن متوسط الانحرافات عن الوسط الحسابي كانت (١,٢٤).

Q25: وافق بشدة أكثر المستجيبون في إجاباتهم على العبارة "مع الوقت يصبح أكثر سهولة استخدامي لمنصة Bee Order"، حيث بلغت نسبهم (٣١%) ، وكان المتوسط الحسابي للإجابات (٣,٥٦)، وهو ما يتوافق مع درجة "الموافقة" وذلك بانحراف معياري قدره (١,٢٦) وهذا يعني أن متوسط الانحرافات عن الوسط الحسابي كانت (١,٢٦).

Q26: وافق أكثر المستجيبون في إجاباتهم على العبارة "أعتقد أن التصنيفات الموجودة في واجهة Bee Order تسهل الاستخدام"، حيث بلغت نسبتهم (٣١%) ، وكان المتوسط الحسابي للإجابات (٣,٦٦)، وهو ما يتوافق مع

درجة "الموافقة" وذلك بانحراف معياري قدره (١,١٧) وهذا يعني ان متوسط الانحرافات عن الوسط الحسابي كانت (١,١٧).

الأسئلة المتعلقة بالفائدة المدركة

Q27: وافق أكثر المستجيبون في إجاباتهم على العبارة " استخدامي ل Bee Order يوفر لي الوقت"، حيث بلغت نسبتهم (٣٢%) وكان المتوسط الحسابي للإجابات (٣,٦٨)، وهو ما يتوافق مع درجة "الموافقة" وذلك بانحراف معياري قدره (١,١٩) وهذا يعني ان متوسط الانحرافات عن الوسط الحسابي كانت (١,١٩).

Q28: وافق أكثر المستجيبون في إجاباتهم على العبارة " يعتبر استخدامي Bee Order مفيد لحياتي اليومية"، حيث بلغت نسبتهم (٣٢%) وكان المتوسط الحسابي للإجابات (٣,٥١)، وهو ما يتوافق مع درجة "الموافقة" وذلك بانحراف معياري قدره (١,٢٣) وهذا يعني ان متوسط الانحرافات عن الوسط الحسابي كانت (١,٢٣).

Q29: وافق أكثر المستجيبون في إجاباتهم على العبارة " يعتبر استخدامي لمنصة Bee Order مريح لحياتي اليومية"، حيث بلغت نسبتهم (٢٩%) ، وكان المتوسط الحسابي للإجابات (٣,٥٦)، وهو ما يتوافق مع درجة "الموافقة" وذلك بانحراف معياري قدره (١,٢٠) وهذا يعني ان متوسط الانحرافات عن الوسط الحسابي كانت (١,٢٠).

Q30: وافق أكثر المستجيبون في إجاباتهم على العبارة " تمكيني متابعة العروض والحسومات في منصة Bee Order من توفير المال"، حيث بلغت نسبتهم (٢٩%) وكان المتوسط الحسابي للإجابات (٣,٤٦)، وهو ما يتوافق مع درجة "الموافقة" وذلك بانحراف معياري قدره (١,٢١) وهذا يعني ان متوسط الانحرافات عن الوسط الحسابي كانت (١,٢١).

Q31: وافق أكثر المستجيبون في إجاباتهم على العبارة " يمكنني استخدامي ل Bee Order من الحصول على طلبي بسرعة"، حيث بلغت نسبتهم (٢٩%) ، وكان المتوسط الحسابي للإجابات (٣,٥٤)، وهو ما يتوافق مع درجة "الموافقة" وذلك بانحراف معياري قدره (١,٢٧) وهذا يعني ان متوسط الانحرافات عن الوسط الحسابي كانت (١,٢٧).

الأسئلة المتعلقة بالثقة

Q32: تساوت نسبة الموافقين والموافقين بشدة في إجاباتهم على العبارة " أعتقد أن منصة Bee Order جديرة بالثقة"، حيث بلغت نسبتهم (٢٨%) ، وكان المتوسط الحسابي للإجابات (٣,٥٨)، وهو ما يتوافق مع درجة الموافقة وذلك بانحراف معياري قدره (١,٢٣) وهذا يعني ان متوسط الانحرافات عن الوسط الحسابي كانت (١,٢٣).

Q33: وافق أكثر المستجيبون في إجاباتهم على العبارة " أثق في المعلومات المعروضة في Bee Order"، حيث بلغت نسبتهم (٢٩%) ، وكان المتوسط الحسابي للإجابات (٣,٥٠)، وهو ما يتوافق مع درجة "الموافقة" وذلك بانحراف معياري قدره (١,٢١) وهذا يعني ان متوسط الانحرافات عن الوسط الحسابي كانت (١,٢١).

Q34: وافق أكثر المستجيبون في إجاباتهم على العبارة " أثق في عملية الطلب عبر Bee Order"، حيث بلغت نسبتهم (٣٢%) ، وكان المتوسط الحسابي للإجابات (٣,٦٣)، وهو ما يتوافق مع درجة "الموافقة" وذلك بانحراف معياري قدره (١,٢٥) وهذا يعني ان متوسط الانحرافات عن الوسط الحسابي كانت (١,٢٥).

Q35: وافق أكثر المستجيبون في إجاباتهم على العبارة " تمنحني Bee Order أفضل الخيارات بالنسبة لي"، حيث بلغت نسبتهم (٣٢%) ، وكان المتوسط الحسابي للإجابات (٣,٤٣)، وهو ما يتوافق مع درجة "الموافقة" وذلك بانحراف معياري قدره (١,٢٠) وهذا يعني ان متوسط الانحرافات عن الوسط الحسابي كانت (١,٢٠).

Q36: وافق أكثر المستجيبون في إجاباتهم على العبارة " تفي Bee Order في وعودها اتجاه المستخدمين"، حيث بلغت نسبتهم (٣٠%) ، وكان المتوسط الحسابي للإجابات (٣,٦١)، وهو ما يتوافق مع درجة "الموافقة" وذلك بانحراف معياري قدره (١,١٨) وهذا يعني ان متوسط الانحرافات عن الوسط الحسابي كانت (١,١٨).

الأسئلة المتعلقة بالاستخدام الفعلي

Q37: وافق أكثر المستجيبون في إجاباتهم على العبارة " يتكرر استخدامي ل Bee Order مرة على الأقل في الشهر"، حيث بلغت نسبتهم (٣٤%) ، وكان المتوسط الحسابي للإجابات (٣,٥٩)، وهو ما يتوافق مع درجة "الموافقة" وذلك بانحراف معياري قدره (١,٢١) وهذا يعني ان متوسط الانحرافات عن الوسط الحسابي كانت (١,٢١).

Q38: وافق أكثر المستجيبون في إجاباتهم على العبارة " أنصح غيري باستخدام Bee Order"، حيث بلغت نسبتهم (٣٠%) ، وكان المتوسط الحسابي للإجابات (٣,٦٠)، هو ما يتوافق مع درجة "الموافقة" وذلك بانحراف معياري قدره (١,٢٢) وهذا يعني ان متوسط الانحرافات عن الوسط الحسابي كانت (١,٢٢).

Q39: حايذ أكثر المستجيبون في إجاباتهم على العبارة " يتم استخدام Bee Order بشكل مستمر"، حيث بلغت نسبتهم (٢٨%) ، وكان المتوسط الحسابي للإجابات (٣,٤٢)، وهو ما يتوافق مع درجة "الموافقة" وذلك بانحراف معياري قدره (١,١٧) وهذا يعني ان متوسط الانحرافات عن الوسط الحسابي كانت (١,١٧).

Q40: وافق أكثر المستجيبون في إجاباتهم على العبارة " استخدم العديد من الخدمات التي تقدمها Bee Order"، حيث بلغت نسبتهم (٣٠%) ، وكان المتوسط الحسابي للإجابات (٣,٤٥)، وهو ما يتوافق مع درجة "الموافقة" وذلك بانحراف معياري قدره (١,١٩) وهذا يعني ان متوسط الانحرافات عن الوسط الحسابي كانت (١,١٩).

Q41: وافق بشدة أكثر المستجيبون في إجاباتهم على العبارة " لا أضطر للبحث عن منصة أخرى تلبي نفس الخدمات التي تقدمها Bee Order"، حيث بلغت نسبتهم (٢٧%) وكان المتوسط الحسابي للإجابات (٣,٥٤)، وهو ما يتوافق مع درجة "الموافقة" وذلك بانحراف معياري قدره (١,٢١) وهذا يعني ان متوسط الانحرافات عن الوسط الحسابي كانت (١,٢١).

٣,٢,٦ اختبار التوزيع الطبيعي

جدول رقم (١٠) اختبار التوزيع الطبيعي لمحاوور الدراسة

Tests of Normality			
Kolmogorov-Smirnov ^a			المتغيرات
P-value	df	Statistic	
.000	384	.130	جودة المعلومات
.000	384	.109	جودة النظام
.000	384	.098	تصميم واجهة المستخدم
.000	384	.085	التفاعلية المدركة
.000	384	.092	سهولة الاستخدام المدركة
.000	384	.123	الفائدة المدركة

الثقة	0.100	384	0.000
الاستخدام الفعلي	0.113	384	0.000

من الجدول السابق نلاحظ ما يلي:

- تبلغ القيمة الاحتمالية ($P\text{-value}=0.000$) لجميع المتغيرات (جودة المعلومات، جودة النظام، تصميم واجهة المستخدم، التفاعلية المدركة، سهولة الاستخدام المدركة، الفائدة المدركة، الثقة، الاستخدام الفعلي)، وهذه القيمة أصغر من مستوى الدلالة المفترض ($\alpha=0.05$)، وبالتالي فإننا نرفض فرضية العدم التي تنص على أن المتغيرات الثمانية السابقة تتبع التوزيع الطبيعي ونقبل الفرضية البديلة التي تنص على أن هذه المتغيرات لا تتبع التوزيع الطبيعي.
- تبعاً لما لاحظته الباحثة عند إجراء المقابلات في مرحلة جمع البيانات الأولى كان من الطبيعي ألا تتبع البيانات للتوزيع الطبيعي، وهذا بديهي فعند سؤال مستخدمين للتطبيق عن مجموعة من العوامل المتعلقة بالاستخدام الفعلي سيكون هناك نزعة مثلاً زيادة جودة المعلومات، أو بمعنى آخر الاهتمام بخصائص جودة المعلومات لها دور كبير إيجابي سيكون بنفس الوقت لنقصها تأثير سلبي، وهذا كله يصب في أن التوزيع لن يتبع التوزيع الطبيعي.

٣,٢,٧ اختبار المقترحات

دراسة الارتباط والأثر: أولاً الارتباط: جدول رقم (١٣) دراسة الارتباط معامل سبيرمان

Correlations						
جودة المعلومات	جودة النظام	تصميم المستخدم	واجهة	التفاعلية المدركة		
.466**	.460**	.468**		.535**	الاستخدام الفعلي	Spearman's rho
0.000	0.000	0.000		0.000		
384	384	384		384		
.377**	.433**	.467**		.467**	الفائدة المدركة	

0.000	0.000	0.000	0.000	Sig. (2-tailed)	سهولة الاستخدام	
384	384	384	384	N		
.546**	.557**	.510**	.426**	Correlation Coefficient		
0.000	0.000	0.000	0.000	Sig. (2-tailed)		
384	384	384	384	N		

من الجدول السابق نلاحظ ما يلي:

- معنوية اختبار Spearman's (P-value=0.000) لدراسة الارتباط بين الاستخدام الفعلي وجودة المعلومات أصغر من مستوى الدلالة ($\alpha=0.05$)، وبالتالي نرفض فرضية العدم التي تنص على عدم وجود ارتباط بين المتغيرين، ونقبل الفرضية البديلة التي تنص على وجود علاقة بينهما، وقد بلغت قيمة معامل الارتباط بينهما ٤٦,٦% مما يدل على أن العلاقة بين المتغيرين طردية متوسطة.
- معنوية اختبار Spearman's (P-value=0.000) لدراسة الارتباط بين الاستخدام الفعلي وجودة النظام أصغر من مستوى الدلالة ($\alpha=0.05$)، وبالتالي نرفض فرضية العدم التي تنص على عدم وجود ارتباط بين المتغيرين ونقبل الفرضية البديلة التي تنص على وجود علاقة بينهما، وقد بلغت قيمة معامل الارتباط بينهما ٤٦% مما يدل على أن العلاقة بين المتغيرين طردية متوسطة.
- معنوية اختبار Spearman's (P-value=0.000) لدراسة الارتباط بين الاستخدام الفعلي وتصميم واجهة المستخدم أصغر من مستوى الدلالة ($\alpha=0.05$)، وبالتالي نرفض فرضية العدم التي تنص على عدم وجود ارتباط بين المتغيرين ونقبل الفرضية البديلة التي تنص على وجود علاقة بينهما، وقد بلغت قيمة معامل الارتباط بينهما ٤٦,٨% مما يدل على أن العلاقة بين المتغيرين طردية متوسطة.
- معنوية اختبار Spearman's (P-value=0.000) لدراسة الارتباط بين الاستخدام الفعلي والتفاعلية المدركة أصغر من مستوى الدلالة ($\alpha=0.05$)، وبالتالي نرفض فرضية العدم التي تنص على عدم وجود

ارتباط بين المتغيرين، ونقبل الفرضية البديلة التي تنص على وجود علاقة بينهما، وقد بلغت قيمة معامل الارتباط بينهما ٥٣,٥% مما يدل على أن العلاقة بين المتغيرين طردية متوسطة.

- معنوية اختبار Spearman's (P-value=0.000) لدراسة الارتباط بين الفائدة المدركة وجودة

المعلومات أصغر من مستوى الدلالة ($\alpha=0,05$)، وبالتالي نرفض فرضية العدم التي تنص على عدم وجود ارتباط بين المتغيرين ونقبل الفرضية البديلة التي تنص على وجود علاقة بينهما، وقد بلغت قيمة معامل الارتباط بينهما ٣٧,٧% مما يدل على أن العلاقة بين المتغيرين طردية متوسطة.

- معنوية اختبار Spearman's (P-value=0.000) لدراسة الارتباط بين الفائدة المدركة، وجودة النظام

أصغر من مستوى الدلالة ($\alpha=0,05$)، وبالتالي نرفض فرضية العدم التي تنص على عدم وجود ارتباط بين المتغيرين، ونقبل الفرضية البديلة التي تنص على وجود علاقة بينهما، وقد بلغت قيمة معامل الارتباط بينهما ٤٣,٣% مما يدل على أن العلاقة بين المتغيرين طردية متوسطة.

- معنوية اختبار Spearman's (P-value=0.000) لدراسة الارتباط بين الفائدة المدركة وتصميم واجهة

المستخدم أصغر من مستوى الدلالة ($\alpha=0,05$)، وبالتالي نرفض فرضية العدم التي تنص على عدم وجود ارتباط بين المتغيرين ونقبل الفرضية البديلة التي تنص على وجود علاقة بينهما، وقد بلغت قيمة معامل الارتباط بينهما ٤٦,٧% مما يدل على أن العلاقة بين المتغيرين طردية متوسطة.

- معنوية اختبار Spearman's (P-value=0.000) لدراسة الارتباط بين الفائدة المدركة والتفاعلية

المدركة أصغر من مستوى الدلالة ($\alpha=0,05$)، وبالتالي نرفض فرضية العدم التي تنص على عدم وجود ارتباط بين المتغيرين، ونقبل الفرضية البديلة التي تنص على وجود علاقة بينهما، وقد بلغت قيمة معامل الارتباط بينهما ٤٦,٧% مما يدل على أن العلاقة بين المتغيرين طردية متوسطة.

- معنوية اختبار Spearman's (P-value=0.000) لدراسة الارتباط بين سهولة الاستخدام وجودة

المعلومات أصغر من مستوى الدلالة ($\alpha=0,05$)، وبالتالي نرفض فرضية العدم التي تنص على عدم وجود

ارتباط بين المتغيرين ونقبل الفرضية البديلة التي تنص على وجود علاقة بينهما، وقد بلغت قيمة معامل الارتباط بينهما ٤٢,٦%؛ مما يدل على أن العلاقة بين المتغيرين طردية متوسطة.

- معنوية اختبار Spearman's (P-value=0.000) لدراسة الارتباط بين سهولة الاستخدام وجودة النظام أصغر من مستوى الدلالة ($\alpha=0,05$)، وبالتالي نرفض فرضية العدم التي تنص على عدم وجود ارتباط بين المتغيرين ونقبل الفرضية البديلة التي تنص على وجود علاقة بينهما، وقد بلغت قيمة معامل الارتباط بينهما ٥١% مما يدل على أن العلاقة بين المتغيرين طردية متوسطة.
- معنوية اختبار Spearman's (P-value=0.000) لدراسة الارتباط بين سهولة الاستخدام وتصميم واجهة المستخدم أصغر من مستوى الدلالة ($\alpha=0,05$)، وبالتالي نرفض فرضية العدم التي تنص على عدم وجود ارتباط بين المتغيرين ونقبل الفرضية البديلة التي تنص على وجود علاقة بينهما، وقد بلغت قيمة معامل الارتباط بينهما ٥٥,٧% مما يدل على أن العلاقة بين المتغيرين طردية متوسطة.
- معنوية اختبار Spearman's (P-value=0.000) لدراسة الارتباط بين سهولة الاستخدام والتفاعلية المدركة أصغر من مستوى الدلالة ($\alpha=0,05$)، وبالتالي نرفض فرضية العدم التي تنص على عدم وجود ارتباط بين المتغيرين ونقبل الفرضية البديلة التي تنص على وجود علاقة بينهما، وقد بلغت قيمة معامل الارتباط بينهما ٥٤,٦% مما يدل على أن العلاقة بين المتغيرين طردية متوسطة.

جدول رقم (١٤) دراسة الارتباط بين الثقة وكل من متغيري جودة المعلومات وجودة النظام

Correlations			جودة النظام	جودة المعلومات
الثقة	Spearman's rho	Correlation Coefficient	.494**	.417**
		Sig. (2-tailed)	0.000	0.000
		N	384	384

من الجدول السابق نلاحظ ما يلي:

- معنوية اختبار Spearman's (P-value=0.000) لدراسة الارتباط بين الثقة وجودة المعلومات أصغر من مستوى الدلالة ($\alpha=0,05$)، وبالتالي نرفض فرضية العدم التي تنص على عدم وجود ارتباط

بين المتغيرين ونقبل الفرضية البديلة التي تنص على وجود علاقة بينهما، وقد بلغت قيمة معامل الارتباط بينهما ١,٧% مما يدل على أن العلاقة بين المتغيرين طردية متوسطة.

- معنوية اختبار Spearman's (P-value=0.000) لدراسة الارتباط بين الثقة وجودة النظام أصغر من مستوى الدلالة ($\alpha=0,05$)، وبالتالي نرفض فرضية العدم التي تنص على عدم وجود ارتباط بين المتغيرين، ونقبل الفرضية البديلة التي تنص على وجود علاقة بينهما، وقد بلغت قيمة معامل الارتباط بينهما ٩,٤% مما يدل على أن العلاقة بين المتغيرين طردية متوسطة.

جدول رقم (١٥) دراسة الارتباط بين متغير الاستخدام الفعلي مع المتغيرات (سهولة الاستخدام الفعلي، الفائدة المدركة، الثقة)

Correlations					
الثقة	الفائدة المدركة	سهولة الاستخدام المدركة	Correlation Coefficient	الاستخدام الفعلي	Spearman's rho
.503**	.480**	.499**	Sig. (2-tailed)		
0.000	0.000	0.000	N		
384	384	384			

من الجدول السابق نلاحظ ما يلي:

- معنوية اختبار Spearman's (P-value=0.000) لدراسة الارتباط بين الاستخدام الفعلي وسهولة الاستخدام المدركة أصغر من مستوى الدلالة ($\alpha=0,05$)، وبالتالي نرفض فرضية العدم التي تنص على عدم وجود ارتباط بين المتغيرين، ونقبل الفرضية البديلة التي تنص على وجود علاقة بينهما، وقد بلغت قيمة معامل الارتباط بينهما ٩,٩% مما يدل على أن العلاقة بين المتغيرين طردية متوسطة.
- معنوية اختبار Spearman's (P-value=0.000) لدراسة الارتباط بين الاستخدام الفعلي والفائدة المدركة أصغر من مستوى الدلالة ($\alpha=0,05$)، وبالتالي نرفض فرضية العدم التي تنص على عدم وجود ارتباط بين المتغيرين، ونقبل الفرضية البديلة التي تنص على وجود علاقة بينهما، وقد بلغت قيمة معامل الارتباط بينهما ٨% مما يدل على أن العلاقة بين المتغيرين طردية متوسطة.

- معنوية اختبار Spearman's (P-value=0.000) لدراسة الارتباط بين الاستخدام الفعلي والثقة أصغر من مستوى الدلالة ($\alpha=0.05$)، وبالتالي نرفض فرضية العدم التي تنص على عدم وجود ارتباط بين المتغيرين، ونقبل الفرضية البديلة التي تنص على وجود علاقة بينهما، وقد بلغت قيمة معامل الارتباط بينهما ٤٥٠,٣% مما يدل على أن العلاقة بين المتغيرين طردية متوسطة.

دراسة الأثر:

دراسة أثر سهولة الاستخدام المدركة في الاستخدام الفعلي:

جدول رقم (١٦) اختبار ANOVA لاختبار معنوية النموذج

ANOVA						
Sig.	F	Mean Square	df	Sum of Squares	Model	
.000 ^b	80.266	38.602	1	40.30	Regression	1
		.395	383	155.82	Residual	
			384	196.12	Total	

جدول رقم (١٧) Coefficients لاستنتاج معادلة الانحدار الخطي البسيط

Coefficients						
Sig.	t	Standardized Coefficients	Unstandardized Coefficients		Model	
		Beta	Std. Error	B		
.000	13.493		.12	1.8	(Constant)	1
.000	10.5	.461	.041	.439	سهولة الاستخدام	

بالنظر إلى مخرجات الجدول يمكننا استخراج معادلة الانحدار الخطي البسيط التي تمثل العلاقة بين المتغير المستقل (سهولة الاستخدام)، والمتغير التابع (الاستخدام الفعلي)، حيث بلغت قيمة ثابتة الانحدار (١,٨)، وقيمة

ميل الانحدار (٠,٤٣٩) والذي يدل على وجود علاقة طردية بين المتغيرين، حيث كلما زادت سهولة الاستخدام وحدة سوف يتأثر الاستخدام الفعلي بالزيادة بمقدار (٠,٤٣٩).

وبالتالي فإن شكل معادلة الانحدار:

$$Y = 1.8 + 0.439X$$

من جدول Coefficients تشير قيمة sig المقابلة للمعاملات إلى معنوية هذا المعامل مما يعني أن المعلمات تختلف عن الصفر عند مستوى دلالة ($\alpha=0.05$)، ويشير جدول ANOVA إلى أن النموذج معنوي.

نتيجة الفرضية: يوجد أثر لسهولة الاستخدام المدركة في الاستخدام الفعلي لخدمات المنصات الإلكترونية.

دراسة أثر الفائدة المدركة في الاستخدام الفعلي:

جدول رقم (١٨) اختبار ANOVA لاختبار معنوية النموذج

ANOVA						
Sig.	F	Mean Square	df	Sum of Squares	Model	
.000 ^b	105.266	41.602	1	41.602	Regression	1
		.395	383	151.366	Residual	
			384	192.968	Total	

جدول رقم (١٩) Coefficients لاستنتاج معادلة الانحدار الخطي البسيط

Coefficients						
Sig.	t	Standardized Coefficients	Unstandardized Coefficients		Model	
		Beta	Std. Error	B		
.000	12.493		.156	1.952	(Constant)	1
.000	10.260	.464	.043	.442	الفائدة المدركة	

بالنظر إلى مخرجات الجدول يمكننا استخراج معادلة الانحدار الخطي البسيط التي تمثل العلاقة بين المتغير

المستقل (الفائدة المدركة) والمتغير التابع (الاستخدام الفعلي)، حيث بلغت قيمة ثابت الانحدار (١,٩٥٢)، وقيمة

ميل الانحدار (٠,٤٤٢) والذي يدل على وجود علاقة طردية بين المتغيرين، حيث كلما زادت الفائدة المدركة وحدة سوف يتأثر الاستخدام الفعلي بالزيادة بمقدار (٠,٤٤٢).

وبالتالي فإن شكل معادلة الانحدار:

$$Y = 1.952 + 0.442X$$

من جدول Coefficients تشير قيمة sig المقابلة للمعاملات إلى معنوية هذا المعامل مما يعني أن المعلمات تختلف عن الصفر عند مستوى دلالة ($\alpha=0.05$)، ويشير جدول ANOVA إلى أن النموذج معنوي.

نتيجة الفرضية: يوجد أثر للفائدة المدركة في الاستخدام الفعلي لخدمات المنصات الإلكترونية.

دراسة أثر الثقة في الاستخدام الفعلي

جدول رقم (٢٠) اختبار ANOVA لاختبار معنوية النموذج

ANOVA ^a						
Sig.	F	Mean Square	df	Sum of Squares	Model	
.000 ^b	128.549	48.492	1	48.492	Regression	1
		.377	383	144.476	Residual	
			384	192.968	Total	

جدول رقم (٢١) Coefficients لاستنتاج معادلة الانحدار الخطي البسيط

Coefficients ^a						
Sig.	t	Standardized Coefficients	Unstandardized Coefficients		Model	
		Beta	Std. Error	B		
.000	10.961		.159	1.748	(Constant)	1
.000	11.338	.501	.044	.499	الثقة	

بالنظر إلى مخرجات الجداول السابقة يمكننا استخراج معادلة الانحدار الخطي البسيط التي تمثل العلاقة بين المتغير المستقل (الثقة)، والمتغير التابع (الاستخدام الفعلي)، حيث بلغت قيمة ثابت الانحدار (١,٧٤٨)، وقيمة

ميل الانحدار (٠,٤٩٩)، والذي يدل على وجود علاقة طردية بين المتغيرين، حيث كلما زادت الثقة وحدة سوف يتأثر الاستخدام الفعلي بالزيادة بمقدار (٠,٤٩٩).

وبالتالي فإن شكل معادلة الانحدار:

$$Y = 1.748 + 0.499X$$

من جدول Coefficients تشير قيمة sig المقابلة للمعاملات إلى معنوية هذا المعامل مما يعني أن المعلمات تختلف عن الصفر عند مستوى دلالة ($\alpha=0,05$)، ويشير جدول ANOVA إلى أن النموذج معنوي. النتيجة تم قبول الفرضية وبالتالي: يوجد أثر ذو دلالة إحصائية للثقة في الاستخدام الفعلي للمنصة.

دراسة أثر جودة المعلومات في الاستخدام الفعلي من خلال الفائدة المدركة كمتغير وسيط

دراسة أثر جودة المعلومات في الاستخدام الفعلي:

جدول رقم (٢٢) اختبار ANOVA لاختبار معنوية النموذج

ANOVA ^a						
Sig.	F	Mean Square	df	Sum of Squares	Model	
.000 ^b	107.814	42.388	1	42.388	Regression	1
		.393	383	150.580	Residual	
			384	192.968	Total	

جدول رقم (٢٣) Coefficients لاستنتاج معادلة الانحدار الخطي البسيط

Coefficients ^a						
Sig.	t	Standardized Coefficients	Unstandardized Coefficients		Model	
		Beta	Std. Error	B		
.000	12.954		.152	1.974	(Constant)	1

جودة المعلومات	.434	.042	.469	10.383	.000
----------------	------	------	------	--------	------

بالنظر إلى مخرجات الجدول (٢٣) يمكننا استخراج معادلة الانحدار الخطي البسيط التي تمثل العلاقة بين المتغير المستقل (جودة المعلومات)، والمتغير التابع (الاستخدام الفعلي)، حيث بلغت قيمة ثابت الانحدار (١,٩٧٤)، وقيمة ميل الانحدار (٠,٤٣٤)، والذي يدل على وجود علاقة طردية بين المتغيرين، حيث كلما زادت جودة المعلومات وحدة سوف يتأثر الاستخدام الفعلي بالزيادة بمقدار (٠,٤٣٤).

وبالتالي فإن شكل معادلة الانحدار:

$$Y = 1.974 + 0.434X$$

من جدول Coefficients تشير قيمة sig المقابلة للمعاملات إلى معنوية هذا المعامل مما يعني أن المعلمات تختلف عن الصفر عند مستوى دلالة $(\alpha=0.05)$ ، ويشير جدول ANOVA إلى أن النموذج معنوي. نتيجة الفرضية: يوجد أثراً ذي دلالة إحصائية لجودة المعلومات في الاستخدام الفعلي لخدمات المنصات الإلكترونية.

دراسة أثر جودة المعلومات في الفائدة المدركة

جدول رقم (٢٤) اختبار ANOVA لاختبار معنوية النموذج

ANOVA ^a						
Sig.	F	Mean Square	df	Sum of Squares	Model	
.000 ^b	65.859	31.223	1	31.223	Regression	1
		.474	383	181.578	Residual	
			384	212.801	Total	

جدول رقم (٢٥) Coefficients لاستنتاج معادلة الانحدار الخطي البسيط

Coefficients ^a					
Sig.	t	Standardized	Unstandardized		Model
		Coefficients	Coefficients		
		Beta	Std. Error	B	

.000	13.272		.167	2.220	(Constant)	1
.000	8.115	.383	.046	.372	جودة المعلومات	

بالنظر إلى مخرجات الجدول (٢٥) يمكننا استخراج معادلة الانحدار الخطي البسيط التي تمثل العلاقة بين المتغير المستقل (جودة المعلومات)، والمتغير التابع (الفائدة المدركة)، حيث بلغت قيمة ثابت الانحدار (٢,٢٢٠)، وقيمة ميل الانحدار (٠,٣٧٢) والذي يدل على وجود علاقة طردية بين المتغيرين، حيث كلما زادت جودة المعلومات وحدة سوف تتأثر الفائدة المدركة بالزيادة بمقدار (٠,٣٧٢).

وبالتالي فإن شكل معادلة الانحدار:

$$Y = 2.220 + 0.372X$$

من جدول Coefficients تشير قيمة sig المقابلة للمعاملات إلى معنوية هذا المعامل مما يعني أن المعلمات تختلف عن الصفر عند مستوى دلالة ($\alpha=0,05$)، ويشير جدول ANOVA إلى أن النموذج معنوي. النتيجة: تم قبول الفرضية وبالتالي يوجد أثرا ذي دلالة إحصائية لجودة المعلومات في الفائدة المدركة لخدمات المنصات الإلكترونية.

دراسة أثر المتغيرين معاً

جدول رقم (٢٦) اختبار ANOVA لاختبار معنوية النموذج

ANOVA ^a						
Sig.	F	Mean Square	df	Sum of Squares	Model	
.000 ^b	87.717	30.365	2	60.730	Regression	1
		.346	382	132.238	Residual	
			384	192.968	Total	

جدول رقم (٢٧) Coefficients لاستنتاج معادلة الانحدار الخطي المتعدد

Coefficients ^a					
Sig.	t	Standardized Coefficients	Unstandardized Coefficients		Model
		Beta	Std. Error	B	

.000	7.340		.173	1.268	(Constant)	1
.000	7.433	.341	.042	.315	جودة المعلومات	
.000	7.279	.334	.044	.318	الفائدة المدركة	

من أجل معرفة العلاقة بين المتغير التابع (الاستخدام الفعلي)، والمتغيرات المستقلة (جودة المعلومات، الفائدة المدركة)، تم استخدام نموذج الانحدار الخطي المتعدد، ويشير جدول ANOVA إلى أن النموذج معنوي ومن جدول Coefficients تشير قيمة sig المقابلة للمعاملات إلى معنوية هذا المعامل مما يعني أن المعلمات تختلف عن الصفر عند مستوى دلالة $(\alpha=0.05)$.

كما جاءت قيمة معامل الانحدار التي توضح العلاقة بين متغير جودة المعلومات ومتغير الاستخدام الفعلي (٠,٣١٥) ذات دلالة إحصائية حيث كانت القيمة الاحتمالية (P-value=0.000) أصغر من مستوى الدلالة $(\alpha=0.05)$ ، وبالتالي نرفض فرضية العدم التي تنص على عدم وجود تأثير للمتغير المستقل على المتغير التابع ، ونقبل الفرضية البديلة التي تنص على وجود تأثير حيث كلما زادت جودة المعلومات وحدة واحدة زاد الاستخدام الفعلي بمقدار (٠,٣١٥)، بينما كانت قيمة معامل الانحدار التي توضح العلاقة بين الفائدة المدركة والاستخدام الفعلي (٠,٣١٨) ذات دلالة إحصائية حيث كانت القيمة الاحتمالية (P-value=0.000) أصغر من مستوى الدلالة $(\alpha=0.05)$ ، وبالتالي نرفض الفرضية العدم التي تنص على عدم وجود تأثير للمتغير المستقل (الفائدة المدركة على المتغير التابع (الاستخدام الفعلي) ، ونقبل الفرضية البديلة التي تنص على وجود هذا التأثير حيث كلما زادت الفائدة المدركة وحدة واحدة زاد الاستخدام الفعلي بمقدار (٠,٣١٨) .

$$Y = 1.268 + 0.315X + 0.318X$$

إن قيمة معامل الانحدار للعلاقة بين متغير جودة المعلومات مع متغير الاستخدام الفعلي بلغت ٠,٤٣٤، بينما بلغت قيمة معامل الانحدار بين المتغيرين ع وجود المتغير الوسيط (الفائدة المدركة) ٠,٣١٥ وبالتالي فإن الفرق بين معاملي الانحدار هو ٠,١١٩.

جدول رقم (٢٨) Sobel Test

P -value	Std. Error	Test Statistic	Sobel Test
----------	------------	----------------	------------

0.003	0.0391	8.48988	
-------	--------	---------	--

من الجدول نلاحظ أن قيمة P أصغر من ٥% مستوى الدلالة المدروسة وبالتالي يوجد أثراً ذي دلالة إحصائية للاختبار، والمتغير الفائدة المدركة يتوسط العلاقة بين جودة المعلومات والاستخدام الفعلي.

دراسة أثر جودة المعلومات في الاستخدام الفعلي من خلال سهولة الاستخدام المدركة كمتغير وسيط

دراسة أثر جودة المعلومات في سهولة الاستخدام المدركة

اختبار *ANOVA* لاختبار معنوية النموذج جدول رقم (٢٩)

ANOVA ^a					
Sig.	F	Mean Square	df	Sum of Squares	Model
.000 ^b	91.329	37.453	1	37.453	Regression
		.410	383	157.065	Residual
			384	194.518	Total

جدول رقم (٣٠) *Coefficients* لاستنتاج معادلة الانحدار الخطي البسيط

Coefficients لاستنتاج معادلة الانحدار الخطي البسيط					
Coefficients ^a					
Sig.	t	Standardized Coefficients	Unstandardized Coefficients		Model
		Beta	Std. Error	B	
.000	13.814		.156	2.149	(Constant)
.000	9.557	.439	.043	.408	جودة المعلومات

بالنظر إلى مخرجات الجداول يمكننا استخراج معادلة الانحدار الخطي البسيط التي تمثل العلاقة بين المتغير المستقل (جودة المعلومات) والمتغير التابع (سهولة الاستخدام المدركة)، حيث بلغت قيمة ثابت الانحدار (٢,١٤٩)، وقيمة ميل الانحدار (٠,٤٠٨) والذي يدل على وجود علاقة طردية بين المتغيرين، حيث كلما زادت جودة المعلومات وحده سوف تزداد سهولة الاستخدام المدركة بمقدار (٠,٤٠٨).

وبالتالي فإن شكل معادلة الانحدار:

$$Y = 2.149 + 0.408X$$

من جدول Coefficients تشير قيمة sig المقابلة للمعاملات إلى معنوية هذا المعامل مما يعني أن المعلمات تختلف عن الصفر عند مستوى دلالة ($\alpha=0.05$)، ويشير جدول ANOVA إلى أن النموذج معنوي. النتيجة تم قبول الفرضية وبالتالي: يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لجودة المعلومات في سهولة الاستخدام المدركة.

دراسة أثر سهولة الاستخدام المدركة في الاستخدام الفعلي:
جدول رقم (٣١) اختبار ANOVA لاختبار معنوية النموذج

ANOVA ^a						
Sig.	F	Mean Square	df	Sum of Squares	Model	
.000 ^b	126.833	48.005	1	48.005	Regression	1
		.378	383	144.963	Residual	
			384	192.968	Total	

جدول رقم (٣٢) Coefficients لاستنتاج معادلة الانحدار الخطي البسيط

Coefficients ^a						
Sig.	t	Standardized Coefficients	Unstandardized Coefficients		Model	
		Beta	Std. Error	B		
.000	10.680		.162	1.730	(Constant)	1
.000	11.262	.499	.044	.497	سهولة الاستخدام المدركة	

بالنظر إلى مخرجات الجدول (٣٢) يمكننا استخراج معادلة الانحدار الخطي البسيط التي تمثل العلاقة بين المتغير المستقل (سهولة الاستخدام المدركة)، والمتغير التابع (الاستخدام الفعلي)، حيث بلغت قيمة ثابت الانحدار (١,٧٣٠)، وقيمة ميل الانحدار (٠,٤٩٧)، والذي يدل على وجود علاقة طردية بين المتغيرين، حيث كلما زادت سهولة الاستخدام المدركة وحدة سوف يتأثر الاستخدام الفعلي بالزيادة بمقدار (٠,٤٩٧).

وبالتالي فإن شكل معادلة الانحدار:

$$Y = 1.730 + 0.497X$$

من جدول Coefficients تشير قيمة sig المقابلة للمعاملات إلى معنوية هذا المعامل مما يعني أن المعلمات تختلف عن الصفر عند مستوى دلالة ($\alpha=0,05$)، ويشير جدول ANOVA إلى أن النموذج معنوي. النتيجة تم قبول الفرضية وبالتالي: يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لسهولة الاستخدام المدركة في الاستخدام الفعلي للمنصة.

دراسة أثر المتغيرين معاً: جدول رقم (٣٣) اختبار ANOVA لاختبار معنوية النموذج

ANOVA ^a						
Sig.	F	Mean Square	df	Sum of Squares	Model	
.000 ^b	92.411	31.460	2	62.921	Regression	1
		.340	382	130.047	Residual	
			384	192.968	Total	

جدول رقم (٣٤) Coefficients لاستنتاج معادلة الانحدار الخطي المتعدد

Coefficients ^a						
Sig.	t	Standardized Coefficients	Unstandardized Coefficients		Model	
		Beta	Std. Error	B		
.000	6.895		.174	1.197	(Constant)	1
.000	7.766	.363	.047	.362	سهولة الاستخدام المدركة	
.000	6.619	.309	.043	.286	جودة المعلومات	

من أجل معرفة العلاقة بين المتغير التابع (الاستخدام الفعلي)، والمتغيرات المستقلة (سهولة الاستخدام المدركة، جودة المعلومات)، تم استخدام نموذج الانحدار الخطي المتعدد، ويشير جدول ANOVA إلى أن النموذج معنوي ومن جدول Coefficients تشير قيمة sig المقابلة للمعاملات إلى معنوية هذا المعامل مما يعني أن المعلمات تختلف عن الصفر عند مستوى دلالة ($\alpha=0,05$).

كما جاءت قيمة معامل الانحدار التي توضح العلاقة بين متغير سهولة الاستخدام المدركة ومتغير الاستخدام الفعلي (٠,٣٦٢) ذات دلالة إحصائية حيث كانت القيمة الاحتمالية ($P\text{-value}=0.000$) أصغر من مستوى الدلالة ($\alpha=0.05$) ، وبالتالي نرفض فرضية العدم التي تنص على عدم وجود تأثير للمتغير المستقل (سهولة الاستخدام المدركة) على المتغير التابع (الاستخدام الفعلي) ، ونقبل الفرضية البديلة التي تنص على وجود هذا التأثير، حيث كلما زادت سهولة الاستخدام المدركة وحدة واحدة زاد الاستخدام الفعلي بمقدار (٠,٣٦٢)، بينما كانت قيمة معامل الانحدار التي توضح العلاقة بين جودة المعلومات والاستخدام الفعلي (٠,٢٨٦) ذات دلالة إحصائية حيث كانت القيمة الاحتمالية ($P\text{-value}=0.000$) أصغر من مستوى الدلالة ($\alpha=0.05$) ، وبالتالي نرفض الفرضية العدم التي تنص على عدم وجود تأثير للمتغير المستقل (جودة المعلومات) على المتغير التابع (الاستخدام الفعلي) ونقبل الفرضية البديلة التي تنص على وجود هذا التأثير حيث كلما زادت جودة المعلومات وحدة واحدة زاد الاستخدام الفعلي بمقدار (٠,٢٨٦).

$$Y = 1.197 + 0.362X + 0.286X$$

إن قيمة معامل الانحدار للعلاقة بين متغير جودة المعلومات مع متغير الاستخدام الفعلي بلغت ٠,٤٣٤، بينما بلغت قيمة معامل الانحدار بين المتغيرين مع وجود المتغير الوسيط (سهولة الاستخدام المدركة) ٠,٢٨٦، وبالتالي فإن الفرق بين معاملي الانحدار هو ٠,١٤٨ وبالتالي يوجد تأثير للمتغير الوسيط على العلاقة بين المتغيرين.

Sobel Test جدول رقم (٣٥)

P –value	Std. Error	Test Statistic	Sobel Test
0.006	0.0391	11.34	

من الجدول نلاحظ أن قيمة P أصغر من ٥% مستوى الدلالة المدروسة وبالتالي يوجد أثر ذو دلالة إحصائية للاختبار ومتغير سهولة الاستخدام المدركة يتوسط العلاقة بين جودة المعلومات والاستخدام الفعلي.

دراسة أثر جودة المعلومات في الاستخدام الفعلي من خلال الثقة كمتغير وسيط:

دراسة أثر جودة المعلومات في الثقة

جدول رقم (٣٦) اختبار ANOVA لاختبار معنوية النموذج

ANOVA ^a						
Sig.	F	Mean Square	df	Sum of Squares	Model	
.000 ^b	87.508	36.149	1	36.149	Regression	1
		.413	383	158.213	Residual	
			384	194.362	Total	

جدول رقم (٣٧) Coefficients لاستنتاج معادلة الانحدار الخطي البسيط

Coefficients ^a						
Sig.	t	Standardized	Unstandardized		Model	
		Coefficients	Coefficients			
		Beta	Std. Error	B		
.000	13.579		.156	2.121	(Constant)	1
.000	9.355	.431	.043	.401	جودة المعلومات	

بالنظر إلى مخرجات الجدول يمكننا استخراج معادلة الانحدار الخطي البسيط التي تمثل العلاقة بين المتغير المستقل (جودة المعلومات)، والمتغير التابع (الثقة)، حيث بلغت قيمة ثابت الانحدار (٢,١٢١)، وقيمة ميل الانحدار (٠,٤٠١)، والذي يدل على وجود علاقة طردية بين المتغيرين، حيث كلما زادت جودة المعلومات وحدة سوف تتأثر الثقة بالزيادة بمقدار (٠,٤٠١).

وبالتالي فإن شكل معادلة الانحدار:

$$Y = 2.121 + 0.401X$$

من جدول Coefficients تشير قيمة sig المقابلة للمعاملات إلى معنوية هذا المعامل مما يعني أن المعلمات تختلف عن الصفر عند مستوى دلالة ($\alpha=0.05$)، ويشير جدول ANOVA إلى أن النموذج معنوي. النتيجة تم قبول الفرضية وبالتالي: يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لجودة المعلومات في الثقة بالمنصة.

جدول رقم (٣٨) اختبار ANOVA لاختبار معنوية النموذج

ANOVA ^a						
Sig.	F	Mean Square	df	Sum of Squares	Model	
.000 ^b	93.911	31.802	2	63.605	Regression	1
		.339	382	129.363	Residual	
			384	192.968	Total	

جدول رقم (٣٩) Coefficients لاستنتاج معادلة الانحدار الخطي المتعدد

Coefficients ^a						
Sig.	t	Standardized Coefficients	Unstandardized Coefficients		Model	
		Beta	Std. Error	B		
.000	6.956		.172	1.197	(Constant)	1
.000	6.680	.310	.043	.287	جودة المعلومات	
.000	7.915	.368	.046	.366	الثقة	

من أجل معرفة العلاقة بين المتغير التابع (الاستخدام الفعلي) والمتغيرات المستقلة (الثقة، جودة المعلومات)، تم استخدام نموذج الانحدار الخطي المتعدد، ويشير جدول ANOVA إلى أن النموذج معنوي ومن جدول Coefficients تشير قيمة sig المقابلة للمعاملات إلى معنوية هذا المعامل مما يعني أن المعلمات تختلف عن الصفر عند مستوى دلالة ($\alpha=0.05$).

كما جاءت قيمة معامل الانحدار التي توضح العلاقة بين متغير جودة المعلومات ومتغير الاستخدام الفعلي (٠,٢٨٧) ذات دلالة إحصائية حيث كانت القيمة الاحتمالية ($P\text{-value}=0.000$) أصغر من مستوى الدلالة ($\alpha=0.05$) ، وبالتالي نرفض فرضية العدم التي تنص على عدم وجود تأثير للمتغير المستقل (جودة المعلومات) على المتغير التابع (الاستخدام الفعلي) ، ونقبل الفرضية البديلة التي تنص على وجود هذا التأثير، حيث كلما زادت جودة المعلومات وحدة واحدة زاد الاستخدام الفعلي بمقدار (٠,٢٨٧)، بينما كانت قيمة معامل

الانحدار التي توضح العلاقة بين جودة الثقة والاستخدام الفعلي (٠,٣٦٦) ذات دلالة إحصائية حيث كانت القيمة الاحتمالية (P-value=0.000) أصغر من مستوى الدلالة ($\alpha=0.05$) وبالتالي نرفض الفرضية العدم التي تنص على عدم وجود تأثير للمتغير المستقل (الثقة) على المتغير التابع (الاستخدام الفعلي) ونقبل الفرضية البديلة التي تنص على وجود هذا التأثير حيث كلما زادت الثقة وحدة واحدة زاد الاستخدام الفعلي بمقدار (٠,٣٦٦).

$$Y = 1.197 + 0.287X + 0.366X$$

إنَّ قيمة معامل الانحدار للعلاقة بين متغير جودة المعلومات مع متغير الاستخدام الفعلي بلغت ٠,٤٣٤، بينما بلغت قيمة معامل الانحدار بين المتغيرين مع وجود المتغير الوسيط (الثقة) ٠,٢٨٧، وبالتالي فإنَّ الفرق بين معاملي الانحدار هو ٠,١٤٧.

Sobel Test جدول رقم (٤٠)

P -value	Std. Error	Test Statistic	Sobel Test
0.001	0.022	٩	

من الجدول نلاحظ أن قيمة P أصغر من ٥% مستوى الدلالة المدروسة وبالتالي يوجد أثراً ذي دلالة إحصائية للاختبار، ومتغير الثقة يتوسط العلاقة بين جودة المعلومات والاستخدام الفعلي.

ثانياً: دراسة أثر جودة النظام في الاستخدام الفعلي من خلال الفائدة المدركة كمتغير وسيط:

دراسة أثر جودة النظام في الاستخدام الفعلي:

جدول رقم (٤١) اختبار ANOVA لاختبار معنوية النموذج

ANOVA ^a						
Sig.	F	Mean Square	df	Sum of Squares	Model	
.000 ^b	111.038	43.371	1	43.371	Regression	1
		.391	383	149.597	Residual	
			384	192.968	Total	

جدول رقم (٤٢) Coefficients لاستنتاج معادلة الانحدار الخطي البسيط

Coefficients ^a

Sig.	t	Standardized	Unstandardized		Model	
		Coefficients	Coefficients			
		Beta	Std. Error	B		
.000	11.156		.164	1.827	(Constant)	1
.000	10.537	.474	.045	.475	جودة النظام	

بالنظر إلى مخرجات الجدول (٤٢) يمكننا استخراج معادلة الانحدار الخطي البسيط التي تمثل العلاقة بين المتغير المستقل (جودة النظام)، والمتغير التابع (الاستخدام الفعلي)، حيث بلغت قيمة ثابت الانحدار (١,٨٢٧)، وقيمة ميل الانحدار (٠,٤٧٥)، والذي يدل على وجود علاقة طردية بين المتغيرين، حيث كلما زادت جودة النظام وحدة سوف يتأثر الاستخدام الفعلي بالزيادة بمقدار (٠,٤٧٥).

وبالتالي فإن شكل معادلة الانحدار:

$$Y = 1.827 + 0.475X$$

من جدول Coefficients تشير قيمة sig المقابلة للمعاملات إلى معنوية هذا المعامل مما يعني أن المعلمات تختلف عن الصفر عند مستوى دلالة ($\alpha=0.05$)، ويشير جدول ANOVA إلى أن النموذج معنوي. النتيجة تم قبول الفرضية وبالتالي: يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لجودة النظام في الاستخدام الفعلي للمنصة.

دراسة أثر جودة النظام في الفائدة المدركة:

جدول رقم (٤٣) اختبار ANOVA لاختبار معنوية النموذج

ANOVA ^a						
Sig.	F	Mean Square	df	Sum of Squares	Model	
.000 ^b	94.088	41.967	1	41.967	Regression	1
		.446	383	170.834	Residual	
			384	212.801	Total	

جدول رقم (٤٤) Coefficients لاستنتاج معادلة الانحدار الخطي البسيط

Coefficients ^a				
Sig.	t	Standardized Coefficients	Unstandardized Coefficients	Model

		Beta	Std. Error	B		
	10.755		.175	1.883	(Constant)	1
.000	9.700	.444	.048	.467	جودة النظام	

بالنظر إلى مخرجات الجداول يمكننا استخراج معادلة الانحدار الخطي البسيط التي تمثل العلاقة بين المتغير المستقل (جودة النظام)، والمتغير التابع (الفائدة المدركة)، حيث بلغت قيمة ثابت الانحدار (١,٨٨٣)، وقيمة ميل الانحدار (٠,٤٦٧)، والذي يدل على وجود علاقة طردية بين المتغيرين، حيث كلما زادت جودة النظام وحدة سوف تتأثر الفائدة المدركة بالزيادة بمقدار (٠,٤٦٧).

وبالتالي فإن شكل معادلة الانحدار:

$$Y = 1.883 + 0.467X$$

من جدول Coefficients تشير قيمة sig المقابلة للمعاملات إلى معنوية هذا المعامل مما يعني أن المعلمات تختلف عن الصفر عند مستوى دلالة ($\alpha=0,05$)، ويشير جدول ANOVA إلى أن النموذج معنوي. النتيجة تم قبول الفرضية وبالتالي: يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لجودة النظام في الفائدة المدركة للمنصة.

دراسة أثر المتغيرين معاً

جدول رقم (٤٥) اختبار ANOVA لاختبار معنوية النموذج

ANOVA ^a						
Sig.	F	Mean Square	df	Sum of Squares	Model	
.000 ^b	83.814	29.426	2	58.852	Regression	1
		.351	382	134.116	Residual	
			384	192.968	Total	

جدول رقم (٤٦) Coefficients لاستنتاج معادلة الانحدار الخطي المتعدد

Coefficients ^a						
Sig.	t	Standardized Coefficients	Unstandardized Coefficients		Model	
		Beta	Std. Error	B		
.000	7.114		.177	1.261	(Constant)	1

0.000	6.640	0.316	0.045	0.301	الفائدة المدركة
0.000	7.009	0.334	0.048	0.334	جودة النظام

من أجل معرفة العلاقة بين المتغير التابع (الاستخدام الفعلي) والمتغيرات المستقلة (الفائدة المدركة، جودة النظام)، تم استخدام نموذج الانحدار الخطي المتعدد، ويشير جدول ANOVA إلى أن النموذج معنوي ومن جدول Coefficients تشير قيمة sig المقابلة للمعاملات إلى معنوية هذا المعامل مما يعني أن المعلمات تختلف عن الصفر عند مستوى دلالة $(\alpha=0.05)$.

كما جاءت قيمة معامل الانحدار التي توضح العلاقة بين متغير الفائدة المدركة ومتغير الاستخدام الفعلي (0.301)، ذات دلالة إحصائية حيث كانت القيمة الاحتمالية ($P\text{-value}=0.000$) أصغر من مستوى الدلالة $(\alpha=0.05)$ ، وبالتالي نرفض فرضية العدم التي تنص على عدم وجود تأثير للمتغير المستقل (الفائدة المدركة) على المتغير التابع (الاستخدام الفعلي) ونقبل الفرضية البديلة التي تنص على وجود هذا التأثير، حيث كلما زادت الفائدة المدركة وحدة واحدة زاد الاستخدام الفعلي بمقدار (0.301)، بينما كانت قيمة معامل الانحدار التي توضح العلاقة بين جودة النظام والاستخدام الفعلي (0.334) ذات دلالة إحصائية حيث كانت القيمة الاحتمالية ($P\text{-value}=0.000$) أصغر من مستوى الدلالة $(\alpha=0.05)$ وبالتالي نرفض الفرضية العدم التي تنص على عدم وجود تأثير للمتغير المستقل (جودة النظام) على المتغير التابع (الاستخدام الفعلي) ونقبل الفرضية البديلة التي تنص على وجود هذا التأثير حيث كلما زادت جودة النظام وحدة واحدة زاد الاستخدام الفعلي بمقدار (0.334).

$$Y = 1.261 + 0.301X + 0.334X$$

إن قيمة معامل الانحدار للعلاقة بين متغير جودة النظام مع متغير الاستخدام الفعلي بلغت 0.475، بينما بلغت قيمة معامل الانحدار بين المتغيرين مع وجود المتغير الوسيط (الفائدة المدركة) 0.334 وبالتالي فإن الفرق بين معاملي الانحدار هو 0.141.

Sobel Test جدول رقم (٤٧)

P -value	Std. Error	Test Statistic	Sobel Test
0.000	0.0311	7.8	

من الجدول نلاحظ أن قيمة P أصغر من ٥% مستوى الدلالة المدروسة وبالتالي يوجد أثر ذو دلالة إحصائية للاختبار والمتغير الفائدة المدركة يتوسط العلاقة بين جودة النظام والاستخدام الفعلي.

دراسة أثر جودة النظام في الاستخدام الفعلي من خلال سهولة الاستخدام المدركة كمتغير وسيط:

دراسة أثر جودة النظام في سهولة الاستخدام المدركة

جدول رقم (٤٨) اختبار ANOVA لاختبار معنوية النموذج

ANOVA ^a						
Sig.	F	Mean Square	df	Sum of Squares	Model	
.000 ^b	129.163	49.056	1	49.056	Regression	1
		.380	383	145.462	Residual	
			384	194.518	Total	

جدول رقم (٤٩) Coefficients لاستنتاج معادلة الانحدار الخطي البسيط

Coefficients ^a						
Sig.	t	Standardized Coefficients	Unstandardized Coefficients		Model	
		Beta	Std. Error	B		
.000	11.161		.162	1.803	(Constant)	1
.000	11.365	.502	.044	.505	جودة النظام	

بالنظر إلى مخرجات الجدول (٤٩) يمكننا استخراج معادلة الانحدار الخطي البسيط التي تمثل العلاقة بين المتغير المستقل (جودة النظام)، والمتغير التابع (سهولة الاستخدام المدركة)، حيث بلغت قيمة ثابت الانحدار (١,٨٠٣)، وقيمة ميل الانحدار (٠,٥٠٥) والذي يدل على وجود علاقة طردية بين المتغيرين، حيث كلما زادت جودة النظام وحدة واحدة سوف تزداد سهولة الاستخدام المدركة بمقدار (٠,٥٠٥).

وبالتالي فإن شكل معادلة الانحدار:

$$Y = 1.803 + 0.505X$$

من جدول Coefficients تشير قيمة sig المقابلة للمعاملات إلى معنوية هذا المعامل مما يعني أن المعلمات تختلف عن الصفر عند مستوى دلالة ($\alpha=0.05$)، ويشير جدول ANOVA إلى أن النموذج معنوي. النتيجة تم قبول الفرضية وبالتالي: يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لجودة النظام في سهولة الاستخدام المدركة.

دراسة أثر المتغيرين معاً

جدول رقم (٥٠) اختبار ANOVA لاختبار معنوية النموذج

ANOVA ^a						
Sig.	F	Mean Square	df	Sum of Squares	Model	
.000 ^b	88.091	30.454	2	60.908	Regression	1
		.346	382	132.060	Residual	
			384	192.968	Total	

جدول رقم (٥١) Coefficients لاستنتاج معادلة الانحدار الخطي المتعدد

Coefficients ^a						
Sig.	t	Standardized Coefficients	Unstandardized Coefficients		Model	
		Beta	Std. Error	B		
.000	6.772		.177	1.201	(Constant)	1
.000	7.122	.349	.049	.347	سهولة الاستخدام	
.000	6.109	.299	.049	.300	جودة النظام	

من أجل معرفة العلاقة بين المتغير التابع (الاستخدام الفعلي)، والمتغيرات المستقلة (سهولة الاستخدام المدركة، جودة النظام)، تم استخدام نموذج الانحدار الخطي المتعدد، ويشير جدول ANOVA إلى أن النموذج معنوي ومن جدول Coefficients تشير قيمة sig المقابلة للمعاملات إلى معنوية هذا المعامل مما يعني أن المعلمات تختلف عن الصفر عند مستوى دلالة ($\alpha=0.05$).

كما جاءت قيمة معامل الانحدار التي توضح العلاقة بين متغير سهولة الاستخدام المدركة ومتغير الاستخدام الفعلي (٠,٣٤٧) ذات دلالة إحصائية حيث كانت القيمة الاحتمالية ($P\text{-value}=0.000$) أصغر من مستوى الدلالة ($\alpha=0.05$)، وبالتالي نرفض فرضية العدم التي تنصّ على عدم وجود تأثير للمتغير المستقل (سهولة الاستخدام المدركة) على المتغير التابع (الاستخدام الفعلي)، ونقبل الفرضية البديلة التي تنصّ على وجود هذا التأثير، حيث كلما زادت سهولة الاستخدام المدركة وحدة واحدة زاد الاستخدام الفعلي بمقدار (٠,٣٤٧)، بينما كانت قيمة معامل الانحدار التي توضح العلاقة بين جودة النظام والاستخدام الفعلي (٠,٣٠٠) ذات دلالة إحصائية حيث كانت القيمة الاحتمالية ($P\text{-value}=0.000$) أصغر من مستوى الدلالة ($\alpha=0.05$). وبالتالي نرفض الفرضية العدم التي تنصّ على عدم وجود تأثير للمتغير المستقل (جودة النظام) على المتغير التابع (الاستخدام الفعلي)، ونقبل الفرضية البديلة التي تنصّ على وجود هذا التأثير حيث كلما زادت جودة النظام وحدة واحدة زاد الاستخدام الفعلي بمقدار (٠,٣٠٠).

$$Y = 1.201 + 0.347X + 0.3X$$

إن قيمة معامل الانحدار للعلاقة بين متغير جودة النظام مع متغير الاستخدام الفعلي بلغت ٠,٤٧٥ بينما بلغت قيمة معامل الانحدار بين المتغيرين مع وجود المتغير الوسيط (سهولة الاستخدام المدركة) ٠,٣٠٠ وبالتالي فإن الفرق بين معاملي الانحدار هو ٠,١٧٥.

Sobel Test جدول رقم (٥٢)

P -value	Std. Error	Test Statistic	Sobel Test
0.000	0.0291	8.2224	

من الجدول نلاحظ أن قيمة P أصغر من ٥% مستوى الدلالة المدروسة وبالتالي يوجد أثر ذو دلالة إحصائية للاختبار ومتغير سهولة الاستخدام المدركة يتوسط العلاقة بين جودة النظام والاستخدام الفعلي.

سادسا: دراسة أثر جودة النظام في الاستخدام الفعلي من خلال الثقة كمتغير وسيط:

دراسة أثر جودة النظام في الثقة

جدول رقم (٥٣) اختبار ANOVA لاختبار معنوية النموذج

ANOVA ^a						
Sig.	F	Mean Square	df	Sum of Squares	Model	
.000 ^b	116.908	45.453	1	45.453	Regression	1
		.389	383	148.909	Residual	
			384	194.362	Total	

جدول رقم (٥٤) Coefficients لاستنتاج معادلة الانحدار الخطي البسيط

Coefficients ^a						
Sig.	t	Standardized Coefficients	Unstandardized Coefficients		Model	
		Beta	Std. Error	B		
.000	11.111		.163	1.816	(Constant)	1
.000	10.812	.484	.045	.486	جودة النظام	

بالنظر إلى مخرجات الجداول يمكننا استخراج معادلة الانحدار الخطي البسيط التي تمثل العلاقة بين المتغير

المستقل (جودة النظام) والمتغير التابع (الثقة)، حيث بلغت قيمة ثابت الانحدار (١,٨١٦)، وقيمة ميل الانحدار

(٠,٤٨٦) والذي يدل على وجود علاقة طردية بين المتغيرين، حيث كلما زادت جودة النظام وحدة سوف تتأثر

الثقة بالزيادة بمقدار (٠,٤٨٦).

وبالتالي فإن شكل معادلة الانحدار:

$$Y = 1.816 + 0.486X$$

من جدول Coefficients تشير قيمة sig المقابلة للمعاملات إلى معنوية هذا المعامل مما يعني أن المعاملات

تختلف عن الصفر عند مستوى دلالة ($\alpha = 0.05$)، ويشير جدول ANOVA إلى أن النموذج معنوي.

النتيجة تم قبول الفرضية وبالتالي: يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لجودة النظام في الثقة بالمنصة.

جدول رقم (٥٥) اختبار ANOVA لاختبار معنوية النموذج

ANOVA ^a						
Sig.	F	Mean Square	df	Sum of Squares	Model	
.000 ^b	90.439	31.005	2	62.009	Regression	1
		.343	382	130.959	Residual	
			384	192.968	Total	

جدول رقم (٥٦) Coefficients لاستنتاج معادلة الانحدار الخطي المتعدد

Coefficients ^a						
Sig.	t	Standardized Coefficients	Unstandardized Coefficients		Model	
		Beta	Std. Error	B		
.000	6.715		.176	1.185	(Constant)	1
.000	7.373	.355	.048	.354	الثقة	
.000	6.279	.302	.048	.303	جودة النظام	

من أجل معرفة العلاقة بين المتغير التابع (الاستخدام الفعلي)، والمتغيرات المستقلة (الثقة، جودة النظام)، تم استخدام نموذج الانحدار الخطي المتعدد، ويشير جدول ANOVA إلى أن النموذج معنوي، ومن جدول Coefficients تشير قيمة sig المقابلة للمعاملات إلى معنوية هذا المعامل مما يعني أن المعلمات تختلف عن الصفر عند مستوى دلالة $(\alpha=0.05)$.

كما جاءت قيمة معامل الانحدار التي توضح العلاقة بين متغير الثقة، ومتغير الاستخدام الفعلي (0.354) ذات دلالة إحصائية حيث كانت القيمة الاحتمالية $(P\text{-value}=0.000)$ أصغر من مستوى الدلالة $(\alpha=0.05)$ ، وبالتالي نرفض فرضية العدم التي تنص على عدم وجود تأثير للمتغير المستقل (الثقة) على المتغير التابع (الاستخدام الفعلي)، ونقبل الفرضية البديلة التي تنص على وجود هذا التأثير،

حيث كلما زادت الفائدة المدركة وحدة واحدة زاد الاستخدام الفعلي بمقدار (0.354) ، بينما كانت قيمة معامل الانحدار التي توضح العلاقة بين جودة النظام، والاستخدام الفعلي (0.303) ذات دلالة إحصائية حيث كانت

القيمة الاحتمالية ($P\text{-value}=0.000$) أصغر من مستوى الدلالة ($\alpha=0.05$) ، وبالتالي نرفض الفرضية العدم التي تنصّ على عدم وجود تأثير للمتغير المستقل (جودة النظام) على المتغير التابع (الاستخدام الفعلي) ، ونقبل الفرضية البديلة التي تنصّ على وجود هذا التأثير حيث كلما زادت جودة النظام وحدة واحدة زاد الاستخدام الفعلي بمقدار (٠,٣٠٣).

$$Y = 1.185 + 0.354X + 0.303X$$

إن قيمة معامل الانحدار للعلاقة بين متغير جودة النظام مع متغير الاستخدام الفعلي بلغت ٠,٤٧٥، بينما بلغت قيمة معامل الانحدار بين المتغيرين مع وجود المتغير الوسيط (الثقة) ٠,٣٥٤ وبالتالي فإنّ الفرق بين معاملي الانحدار هو ٠,٠٥١.

Sobel Test جدول رقم (٥٧)

P -value	Std. Error	Test Statistic	Sobel Test
0.002	0.011	٦,٤٤٦٦	

من الجدول نلاحظ أن قيمة P أصغر من ٥% مستوى الدلالة المدروسة، وبالتالي يوجد أثر ذو دلالة إحصائية للاختبار، ومتغير الثقة يتوسط العلاقة بين جودة النظام والاستخدام الفعلي.

دراسة أثر تصميم واجهة المستخدم في الاستخدام الفعلي من خلال الفائدة المدركة كمتغير وسيط:

دراسة أثر تصميم واجهة المستخدم في الاستخدام الفعلي

جدول رقم (٥٨) اختبار ANOVA لاختبار معنوية النموذج

ANOVA ^a						
Sig.	F	Mean Square	df	Sum of Squares	Model	
.000 ^b	103.747	41.130	1	41.130	Regression	1
		.396	383	151.838	Residual	
			384	192.968	Total	

Coefficients لاستنتاج معادلة الانحدار الخطي البسيط جدول رقم (٥٩)

Coefficients ^a						
Sig.	t	Standardized Coefficients	Unstandardized Coefficients		Model	
		Beta	Std. Error	B		
.000	10.736		.170	1.823	(Constant)	1
.000	10.186	.462	.046	.473	تصميم واجهة المستخدم	

بالنظر إلى مخرجات الجداول يمكننا استخراج معادلة الانحدار الخطي البسيط التي تمثل العلاقة بين المتغير المستقل (تصميم واجهة المستخدم)، والمتغير التابع (الاستخدام الفعلي)، حيث بلغت قيمة ثابت الانحدار (١,٨٢٣)، وقيمة ميل الانحدار (٠,٤٧٣) والذي يدل على وجود علاقة طردية بين المتغيرين، حيث كلما زادت جودة تصميم واجهة المستخدم وحدة سوف يتأثر الاستخدام الفعلي بالزيادة بمقدار (٠,٤٧٣).

وبالتالي فإن شكل معادلة الانحدار:

$$Y = 1.823 + 0.473X$$

من جدول Coefficients تشير قيمة sig المقابلة للمعاملات إلى معنوية هذا المعامل مما يعني أن المعلمات تختلف عن الصفر عند مستوى دلالة ($\alpha=0,05$)، ويشير جدول ANOVA إلى أن النموذج معنوي. النتيجة تم قبول الفرضية وبالتالي: يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لتصميم واجهة المستخدم في الاستخدام الفعلي للمنصة.

دراسة أثر تصميم واجهة المستخدم في الفائدة المدركة

جدول رقم (٦٠) اختبار ANOVA لاختبار معنوية النموذج

ANOVA ^a						
Sig.	F	Mean Square	df	Sum of Squares	Model	
.000 ^b	111.884	48.110	1	48.110	Regression	1
		.430	383	164.691	Residual	
			384	212.801	Total	

جدول رقم (٦١) Coefficients لاستنتاج معادلة الانحدار الخطي البسيط

Coefficients ^a						
Sig.	t	Standardized Coefficients	Unstandardized Coefficients		Model	
		Beta	Std. Error	B		
.000	9.681		.177	1.712	(Constant)	1
.000	10.578	.475	.048	.512	تصميم واجهة المستخدم	

بالنظر إلى مخرجات الجداول يمكننا استخراج معادلة الانحدار الخطي البسيط التي تمثل العلاقة بين المتغير المستقل (تصميم واجهة المستخدم)، والمتغير التابع (الفائدة المدركة)، حيث بلغت قيمة ثابت الانحدار (١,٧١٢)، وقيمة ميل الانحدار (٠,٥١٢)، والذي يدل على وجود علاقة طردية بين المتغيرين، حيث كلما زادت جودة تصميم واجهة المستخدم وحدة سوف تتأثر الفائدة المدركة بالزيادة بمقدار (٠,٥١٢).

وبالتالي فإن شكل معادلة الانحدار:

$$Y = 1.712 + 0.512X$$

من جدول Coefficients تشير قيمة sig المقابلة للمعاملات إلى معنوية هذا المعامل؛ مما يعني أن المعلمات تختلف عن الصفر عند مستوى دلالة ($\alpha=0,05$)، ويشير جدول ANOVA إلى أن النموذج معنوي.

النتيجة تم قبول الفرضية وبالتالي: يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لتصميم واجهة المستخدم في الفائدة المدركة للمنصة.

دراسة أثر المتغيرين معاً

جدول رقم (٦٢) اختبار ANOVA لاختبار معنوية النموذج

ANOVA ^a						
Sig.	F	Mean Square	df	Sum of Squares	Model	
.000 ^b	78.233	28.036	2	56.072	Regression	1
		.358	382	136.896	Residual	

			384	192.968	Total	
--	--	--	-----	---------	-------	--

جدول رقم (٦٣) *Coefficients* لاستنتاج معادلة الانحدار الخطي المتعدد

Coefficients ^a						
Sig.	t	Standardized Coefficients	Unstandardized Coefficients		Model	
		Beta	Std. Error	B		
.000	7.258		.180	1.307	(Constant)	1
.000	6.457	.316	.047	.301	الفائدة المدركة	
.000	6.354	.311	.050	.319	تصميم واجهة المستخدم	

من أجل معرفة العلاقة بين المتغير التابع (الاستخدام الفعلي)، والمتغيرات المستقلة (الفائدة المدركة، تصميم واجهة المستخدم)، تم استخدام نموذج الانحدار الخطي المتعدد، ويشير جدول ANOVA إلى أن النموذج معنوي ومن جدول Coefficients تشير قيمة sig المقابلة للمعاملات إلى معنوية هذا المعامل؛ مما يعني أن المعلمات تختلف عن الصفر عند مستوى دلالة ($\alpha=0.05$).

كما جاءت قيمة معامل الانحدار التي توضح العلاقة بين متغير الفائدة المدركة ، ومتغير الاستخدام الفعلي (٠,٣٠١) ذات دلالة إحصائية حيث كانت القيمة الاحتمالية ($P\text{-value}=0.000$) أصغر من مستوى الدلالة ($\alpha=0.05$)، وبالتالي نرفض فرضية العدم التي تنص على عدم وجود تأثير للمتغير المستقل (الفائدة المدركة) على المتغير التابع (الاستخدام الفعلي)، ونقبل الفرضية البديلة التي تنص على وجود هذا التأثير، حيث كلما زادت الفائدة المدركة وحدة واحدة زاد الاستخدام الفعلي بمقدار (٠,٣٠١)، بينما كانت قيمة معامل الانحدار التي توضح العلاقة بين تصميم واجهة المستخدم والاستخدام الفعلي (٠,٣١٩) ذات دلالة إحصائية حيث كانت القيمة الاحتمالية ($P\text{-value}=0.000$) أصغر من مستوى الدلالة ($\alpha=0.05$).

وبالتالي نرفض الفرضية العدم التي تنص على عدم وجود تأثير للمتغير المستقل (تصميم واجهة المستخدم) على المتغير التابع (الاستخدام الفعلي)، ونقبل الفرضية البديلة التي تنص على وجود هذا التأثير حيث أي تغير في تصميم واجهة المستخدم سوف يزداد الاستخدام الفعلي بمقدار (٠,٣١٩).

$$Y = 1.307 + 0.301X + 0.319X$$

إنَّ قيمة معامل الانحدار للعلاقة بين متغير تصميم واجهة المستخدم مع متغير الاستخدام الفعلي بلغت ٠,٤٧٣، بينما بلغت قيمة معامل الانحدار بين المتغيرين مع وجود المتغير الوسيط (الفائدة المدركة)، ٠,٣١٩، وبالتالي فإن الفرق بين معاملي الانحدار هو ٠,١٥٤.

Sobel Test جدول رقم (٦٤)

P -value	Std. Error	Test Statistic	Sobel Test
0.001	0.0451	10.535	

من الجدول نلاحظ أنَّ قيمة P أصغر من ٥% مستوى الدلالة المدروسة، وبالتالي يوجد أثر ذو دلالة إحصائية للاختبار والمتغير الفائدة المدركة يتوسط العلاقة بين تصميم واجهة المستخدم والاستخدام الفعلي.

تاسعا: دراسة أثر تصميم واجهة المستخدم في الاستخدام الفعلي من خلال سهولة الاستخدام المدركة كمتغير وسيط:

دراسة أثر تصميم واجهة المستخدم في سهولة الاستخدام المدركة

جدول رقم (٦٥) اختبار ANOVA لاختبار معنوية النموذج

ANOVA ^a						
Sig.	F	Mean Square	df	Sum of Squares	Model	
.000 ^b	167.262	59.127	1	59.127	Regression	1
		.354	383	135.391	Residual	
			384	194.518	Total	

جدول رقم (٦٦) Coefficients لاستنتاج معادلة الانحدار الخطي البسيط

Coefficients ^a						
Sig.	t	Standardized Coefficients	Unstandardized Coefficients		Model	
		Beta	Std. Error	B		
.000	9.779		.160	1.568	(Constant)	1

	تصميم واجهة المستخدم	.567	.044	.551	12.933	.000
--	----------------------	------	------	------	--------	------

بالنظر إلى مخرجات الجداول يمكننا استخراج معادلة الانحدار الخطي البسيط التي تمثل العلاقة بين المتغير المستقل (تصميم واجهة المستخدم)، والمتغير التابع (سهولة الاستخدام المدركة)، حيث بلغت قيمة ثابت الانحدار (١,٥٦٨)،

وقيمة ميل الانحدار (٠,٥٦٧)، والذي يدل على وجود علاقة طردية بين المتغيرين، حيث كلما تغير تصميم واجهة المستخدم وحدة سوف تزداد سهولة الاستخدام المدركة بمقدار (٠,٥٦٧).

وبالتالي فإن شكل معادلة الانحدار:

$$Y = 1.568 + 0.567X$$

من جدول Coefficients تشير قيمة sig المقابلة للمعاملات إلى معنوية هذا المعامل مما يعني أن المعلمات تختلف عن الصفر عند مستوى دلالة ($\alpha = 0.05$)، ويشير جدول ANOVA إلى أن النموذج معنوي.

النتيجة تم قبول الفرضية وبالتالي: يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لتصميم واجهة المستخدم في سهولة الاستخدام المدركة.

دراسة أثر المتغيرين معاً

جدول رقم (٦٧) اختبار ANOVA لاختبار معنوية النموذج

ANOVA ^a						
Sig.	F	Mean Square	df	Sum of Squares	Model	
.000 ^b	81.408	28.834	2	57.667	Regression	1
		.354	382	135.300	Residual	
			384	192.968	Total	

جدول رقم (٦٨) Coefficients لاستنتاج معادلة الانحدار الخطي المتعدد

Coefficients ^a				
Sig.	t	Standardized Coefficients	Unstandardized Coefficients	Model

		Beta	Std. Error	B		
	.000	7.106	.179	1.275	(Constant)	1
	.000	6.833	.051	.349	سهولة الاستخدام المدركة	
	.000	5.223	.053	.275	تصميم واجهة المستخدم	

من أجل معرفة العلاقة بين المتغير التابع (الاستخدام الفعلي)، والمتغيرات المستقلة (سهولة الاستخدام المدركة، تصميم واجهة المستخدم)، تم استخدام نموذج الانحدار الخطي المتعدد، ويشير جدول ANOVA إلى أن النموذج معنوي ومن جدول Coefficients تشير قيمة sig المقابلة للمعاملات إلى معنوية هذا المعامل؛ مما يعني أن المعاملات تختلف عن الصفر عند مستوى دلالة $(\alpha=0.05)$.

كما جاءت قيمة معامل الانحدار التي توضح العلاقة بين متغير سهولة الاستخدام المدركة، ومتغير الاستخدام الفعلي (0.349) ذات دلالة إحصائية حيث كانت القيمة الاحتمالية $(P\text{-value}=0.000)$ أصغر من مستوى الدلالة $(\alpha=0.05)$ ، وبالتالي نرفض فرضية العدم التي تنص على عدم وجود تأثير للمتغير المستقل (سهولة الاستخدام المدركة) على المتغير التابع (الاستخدام الفعلي)، ونقبل الفرضية البديلة التي تنص على وجود هذا التأثير، حيث كلما زادت سهولة الاستخدام المدركة وحدة واحدة زاد الاستخدام الفعلي بمقدار (0.349) ، بينما كانت قيمة معامل الانحدار التي توضح العلاقة بين تصميم واجهة المستخدم، والاستخدام الفعلي (0.275) ذات دلالة إحصائية حيث كانت القيمة الاحتمالية $(P\text{-value}=0.000)$ أصغر من مستوى الدلالة $(\alpha=0.05)$ وبالتالي نرفض الفرضية العدم التي تنص على عدم وجود تأثير للمتغير المستقل (تصميم واجهة المستخدم) على المتغير التابع (الاستخدام الفعلي)، ونقبل الفرضية البديلة التي تنص على وجود هذا التأثير حيث كلما غيرت تصميم واجهة المستخدم سوف يزداد الاستخدام الفعلي بمقدار (0.275) .

$$Y = 1.275 + 0.349X + 0.275X$$

إنَّ قيمة معامل الانحدار للعلاقة بين متغير تصميم واجهة المستخدم مع متغير الاستخدام الفعلي بلغت 0.473 ، بينما بلغت قيمة معامل الانحدار بين المتغيرين مع وجود المتغير الوسيط (سهولة الاستخدام المدركة) 0.275 ، وبالتالي فإن الفرق بين معاملي الانحدار هو 0.198 .

Sobel Test جدول رقم (٦٩)

P -value	Std. Error	Test Statistic	Sobel Test
0.000	0.078	5.356	

من الجدول نلاحظ أن قيمة P أصغر من ٥% مستوى الدلالة المدروسة وبالتالي يوجد أثر ذو دلالة إحصائية للاختبار، ومتغير سهولة الاستخدام يتوسط العلاقة بين تصميم واجهة المستخدم والاستخدام الفعلي.

دراسة أثر التفاعلية المدركة في الاستخدام الفعلي من خلال الفائدة المدركة كمتغير وسيط:

دراسة أثر التفاعلية المدركة في الاستخدام الفعلي

جدول رقم (٧٠) اختبار ANOVA لاختبار معنوية النموذج

ANOVA ^a						
Sig.	F	Mean Square	df	Sum of Squares	Model	
.000 ^b	140.761	51.860	1	51.860	Regression	1
		.368	383	141.108	Residual	
			384	192.968	Total	

جدول رقم (٧١) Coefficients لاستنتاج معادلة الانحدار الخطي البسيط.

Coefficients ^a						
Sig.	t	Standardized Coefficients	Unstandardized Coefficients		Model	
		Beta	Std. Error	B		
.000	8.713		.173	1.505	(Constant)	1
.000	11.864	.518	.048	.568	التفاعلية المدركة	

بالنظر إلى مخرجات الجدول يمكننا استخراج معادلة الانحدار الخطي البسيط التي تمثل العلاقة بين المتغير المستقل (التفاعلية المدركة)، والمتغير التابع (الاستخدام الفعلي)، حيث بلغت قيمة ثابت الانحدار (١,٥٠٥)، وقيمة ميل الانحدار (٠,٥٦٨)، والذي يدل على وجود علاقة طردية بين المتغيرين، حيث كلما زادت التفاعلية المدركة وحدة سوف يتأثر الاستخدام الفعلي بالزيادة بمقدار (٠,٥٦٨).

وبالتالي فإن شكل معادلة الانحدار:

$$Y = 1.505 + 0.568X$$

من جدول Coefficients تشير قيمة sig المقابلة للمعاملات إلى معنوية هذا المعامل؛ مما يعني أن المعلمات تختلف عن الصفر عند مستوى دلالة $(\alpha=0.05)$ ، ويشير جدول ANOVA إلى أن النموذج معنوي.

النتيجة تم قبول الفرضية وبالتالي: يوجد أثر ذو دلالة إحصائية للتفاعلية المدركة في الاستخدام الفعلي للمنصة.

دراسة أثر التفاعلية المدركة في الفائدة المدركة

جدول رقم (٧٢) اختبار ANOVA لاختبار معنوية النموذج

ANOVA ^a						
Sig.	F	Mean Square	df	Sum of Squares	Model	
.000 ^b	105.361	45.911	1	45.911	Regression	1
		.436	383	166.891	Residual	
			384	212.801	Total	

جدول رقم (٧٣) Coefficients لاستنتاج معادلة الانحدار الخطي البسيط

Coefficients ^a						
Sig.	t	Standardized Coefficients	Unstandardized Coefficients		Model	
		Beta	Std. Error	B		
.000	8.793		.188	1.651	(Constant)	1
.000	10.265	.464	.052	.534	التفاعلية المدركة	

بالنظر إلى مخرجات الجدول يمكننا استخراج معادلة الانحدار الخطي البسيط التي تمثل العلاقة بين المتغير

المستقل (التفاعلية المدركة)، والمتغير التابع (الفائدة المدركة)، حيث بلغت قيمة ثابت الانحدار (١,٦٥١)، وقيمة

ميل الانحدار (٠,٥٣٤)، والذي يدل على وجود علاقة طردية بين المتغيرين، حيث كلما زادت التفاعلية المدركة

وحدة سوف تتأثر الفائدة المدركة بالزيادة بمقدار (٠,٥٣٤).

وبالتالي فإن شكل معادلة الانحدار:

$$Y = 1.651 + 0.534X$$

من جدول Coefficients تشير قيمة sig المقابلة للمعاملات إلى معنوية هذا المعامل؛ مما يعني أن المعلمات تختلف عن الصفر عند مستوى دلالة ($\alpha=0.05$)، ويشير جدول ANOVA إلى أن النموذج معنوي. النتيجة تم قبول الفرضية وبالتالي: يوجد أثر ذو دلالة إحصائية للتفاعلية المدركة في الفائدة المدركة للمنصة.

دراسة أثر المتغيرين معاً

جدول رقم (٧٤) اختبار ANOVA لاختبار معنوية النموذج

ANOVA ^a						
Sig.	F	Mean Square	df	Sum of Squares	Model	
.000 ^b	95.125	32.077	2	64.154	Regression	1
		.337	382	128.814	Residual	
			384	192.968	Total	

جدول رقم (٧٥) Coefficients لاستنتاج معادلة الانحدار الخطي المتعدد

Coefficients ^a						
Sig.	t	Standardized Coefficients	Unstandardized Coefficients		Model	
		Beta	Std. Error	B		
.000	5.833		.181	1.057	(Constant)	1
.000	6.038	.285	.045	.271	الفائدة المدركة	
.000	8.178	.386	.052	.423	التفاعلية المدركة	

من أجل معرفة العلاقة بين المتغير التابع (الاستخدام الفعلي)، والمتغيرات المستقلة (الفائدة المدركة، التفاعلية المدركة)، تم استخدام نموذج الانحدار الخطي المتعدد، ويشير جدول ANOVA إلى أن النموذج معنوي ومن جدول Coefficients تشير قيمة sig المقابلة للمعاملات إلى معنوية هذا المعامل؛ مما يعني أن المعلمات تختلف عن الصفر عند مستوى دلالة ($\alpha=0.05$).

كما جاءت قيمة معامل الانحدار التي توضح العلاقة بين متغير الفائدة المدركة ، ومتغير الاستخدام الفعلي (٠,٢٧١) ذات دلالة إحصائية حيث كانت القيمة الاحتمالية (P-value=0.000) أصغر من مستوى الدلالة ($\alpha=0.05$) ، وبالتالي نرفض فرضية العدم التي تنص على عدم وجود تأثير للمتغير المستقل (الفائدة المدركة) على المتغير التابع (الاستخدام الفعلي) ، ونقبل الفرضية البديلة التي تنص على وجود هذا التأثير، حيث كلما زادت الفائدة المدركة وحدة واحدة زاد الاستخدام الفعلي بمقدار (٠,٢٧١)، بينما كانت قيمة معامل الانحدار التي توضح العلاقة بين التفاعلية المدركة ، والاستخدام الفعلي (٠,٤٢٣) ذات دلالة إحصائية حيث كانت القيمة الاحتمالية (P-value=0.000) أصغر من مستوى الدلالة ($\alpha=0.05$) ، وبالتالي نرفض الفرضية العدم التي تنص على عدم وجود تأثير للمتغير المستقل (التفاعلية المدركة) على المتغير التابع (الاستخدام الفعلي) ، ونقبل الفرضية البديلة التي تنص على وجود هذا التأثير حيث كلما زادت التفاعلية المدركة وحدة واحدة زاد الاستخدام الفعلي بمقدار (٠,٤٢٣).

$$Y = 1.057 + 0.271X + 0.423X$$

إنَّ قيمة معامل الانحدار للعلاقة بين متغير التفاعلية المدركة مع متغير الاستخدام الفعلي بلغت ٠,٥٦٨، بينما بلغت قيمة معامل الانحدار بين المتغيرين مع وجود المتغير الوسيط (الفائدة المدركة) ٠,٤٢٣، وبالتالي فإنَّ الفرق بين معاملي الانحدار هو ٠,١٤٥.

Sobel Test جدول رقم (٧٦)

P -value	Std. Error	Test Statistic	Sobel Test
0.010	0.332	8.786	

من الجدول نلاحظ أنَّ قيمة P أصغر من ٥% مستوى الدلالة المدروسة ، وبالتالي يوجد أثر ذو دلالة إحصائية للاختبار ، والمتغير الفائدة المدركة يتوسط العلاقة بين التفاعلية المدركة والاستخدام الفعلي.

دراسة أثر التفاعلية المدركة في الاستخدام الفعلي من خلال سهولة الاستخدام المدركة كمتغير وسيط:

دراسة أثر التفاعلية المدركة في سهولة الاستخدام المدركة

جدول رقم (٧٧) اختبار **ANOVA** لاختبار معنوية النموذج

ANOVA^a						
Sig.	F	Mean Square	df	Sum of Squares	Model	
.000 ^b	151.333	55.091	1	55.091	Regression	1
		.364	383	139.427	Residual	
			384	194.518	Total	

جدول رقم (٧٨) **Coefficients** لاستنتاج معادلة الانحدار الخطي البسيط

Coefficients^a						
Sig.	t	Standardized Coefficients	Unstandardized Coefficients		Model	
		Beta	Std. Error	B		
.000	8.888		.172	1.526	(Constant)	1
.000	12.302	.532	.048	.585	التفاعلية المدركة	

بالنظر إلى مخرجات الجدول يمكننا استخراج معادلة الانحدار الخطي البسيط التي تمثل العلاقة بين المتغير المستقل (التفاعلية المدركة)، والمتغير التابع (سهولة الاستخدام المدركة)، حيث بلغت قيمة ثابت الانحدار (١,٥٢٦)، وقيمة ميل الانحدار (٠,٥٨٥)، والذي يدل على وجود علاقة طردية بين المتغيرين، حيث كلما زادت التفاعلية المدركة وحدة سوف تزداد سهولة الاستخدام المدركة بمقدار (٠,٥٨٥).

وبالتالي فإن شكل معادلة الانحدار:

$$Y = 1.526 + 0.585X$$

من جدول **Coefficients** تشير قيمة sig المقابلة للمعاملات إلى معنوية هذا المعامل؛ مما يعني أن المعلمات تختلف عن الصفر عند مستوى دلالة ($\alpha=0.05$)، ويشير جدول ANOVA إلى أن النموذج معنوي.

النتيجة تم قبول الفرضية وبالتالي: يوجد أثر ذو دلالة إحصائية للتفاعلية المدركة في سهولة الاستخدام المدركة.

دراسة أثر المتغيرين معاً

جدول رقم (٧٩) اختبار ANOVA لاختبار معنوية النموذج

ANOVA ^a						
Sig.	F	Mean Square	df	Sum of Squares	Model	
.000 ^b	97.544	32.617	2	65.234	Regression	1
		.334	382	127.734	Residual	
			384	192.968	Total	

جدول رقم (٨٠) Coefficients لاستنتاج معادلة الانحدار الخطي المتعدد.

Coefficients ^a						
Sig.	t	Standardized Coefficients	Unstandardized Coefficients		Model	
		Beta	Std. Error	B		
.000	5.712		.181	1.032	(Constant)	1
.000	6.324	.311	.049	.310	سهولة الاستخدام المدركة	
.000	7.178	.353	.054	.387	التفاعلية المدركة	

من أجل معرفة العلاقة بين المتغير التابع (الاستخدام الفعلي)، والمتغيرات المستقلة (سهولة الاستخدام المدركة، التفاعلية المدركة)، تم استخدام نموذج الانحدار الخطي المتعدد، ويشير جدول ANOVA إلى أن النموذج معنوي ومن جدول Coefficients تشير قيمة sig المقابلة للمعاملات إلى معنوية هذا المعامل؛ مما يعني أن المعاملات تختلف عن الصفر عند مستوى دلالة $(\alpha=0.05)$.

كما جاءت قيمة معامل الانحدار التي توضح العلاقة بين متغير سهولة الاستخدام المدركة، ومتغير الاستخدام الفعلي (٠,٣١٠) ذات دلالة إحصائية حيث كانت القيمة الاحتمالية (P-value=0.000) أصغر من مستوى

الدلالة ($\alpha=0.05$) ، وبالتالي نرفض فرضية العدم التي تنص على عدم وجود تأثير للمتغير المستقل (سهولة الاستخدام المدركة) على المتغير التابع (الاستخدام الفعلي)، ونقبل الفرضية البديلة التي تنص على وجود هذا التأثير، حيث كلما زادت سهولة الاستخدام المدركة وحدة واحدة زاد الاستخدام الفعلي بمقدار (٠,٣١٠)، بينما كانت قيمة معامل الانحدار التي توضح العلاقة بين التفاعلية المدركة ، والاستخدام الفعلي (٠,٣٨٧) ذات دلالة إحصائية حيث كانت القيمة الاحتمالية ($P\text{-value}=0.000$) أصغر من مستوى الدلالة ($\alpha=0.05$) ، وبالتالي نرفض الفرضية العدم التي تنص على عدم وجود تأثير للمتغير المستقل (التفاعلية المدركة) على المتغير التابع (الاستخدام الفعلي) ، ونقبل الفرضية البديلة التي تنص على وجود هذا التأثير حيث كلما زادت التفاعلية المدركة وحدة واحدة زاد الاستخدام الفعلي بمقدار (٠,٣٨٧).

$$Y = 1.032 + 0.31X + 0.387X$$

إنَّ قيمة معامل الانحدار للعلاقة بين متغير التفاعلية المدركة مع متغير الاستخدام الفعلي بلغت ٠,٥٦٨، بينما بلغت قيمة معامل الانحدار بين المتغيرين مع وجود المتغير الوسيط (سهولة الاستخدام المدركة) ٠,٣٨٧ وبالتالي فإن الفرق بين معاملي الانحدار هو ٠,١٨١.

Sobel Test جدول رقم (٨١)

P -value	Std. Error	Test Statistic	Sobel Test
٠,٠٠٤	0.036	12.554	

من الجدول نلاحظ أنَّ قيمة P أصغر من ٥% مستوى الدلالة المدروسة، وبالتالي يوجد أثر ذو دلالة إحصائية للاختبار ومتغير سهولة الاستخدام يتوسط العلاقة بين التفاعلية المدركة والاستخدام الفعلي.

٣,٢,٨ النتائج ومناقشتها:

١- يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لسهولة الاستخدام المدركة في الاستخدام الفعلي لخدمات المنصات الإلكترونية.

هذه النقطة هي نقطة متفق عليها في بعض الدراسات على الرغم من عدم توسط نية الاستخدام لهذه العلاقة

إلا أنَّ سهولة الاستخدام اعتبرت محدد رئيسي لتقبل التقنية في الغالبية العظمى للدراسات التي تناولت نموذج تقبل التقنية، عدا عن ظهور هذه النتيجة سلفاً في الأداة الأولى أنظر صفحة رقم (١١٨).

وهذا ما اتفق مع دراسة (Al-Momani, 2017) (Al-Rahmi , et al., 2021) (Siyam, 2019). بالإضافة إلى دراسة (adams, nelson, & todd, 1992) والتي كانت واحدة من نقاط الجدل هي لماذا يختلف تأثير سهولة الاستخدام المدركة من حالة إلى حالة؟، هذه الدراسة تضمنت حالتين أعطيت سهولة الاستخدام المدركة أهمية أقل في الاستخدام مقارنة بالفائدة المدركة في الدراسة رقم ١ من هذه المقالة (ذكر في هذه الدراسة مصطلح الاستخدام ولكن من حيث المقاييس هي نفسها الاستخدام الفعلي)، في حين اختلفت في الدراسة رقم ٢. من الممكن تبرير ذلك بأنه تبعاً لنوع التقنية موضع الدراسة وتبعاً للشريحة المستخدمة لها قد يختلف هذا التأثير، باعتقاد الباحثة أن أي تقنية يجب أن تكون سهلة الاستخدام لحد معين، لا أن تصل إلى حد سخي قد يشعر المستخدم بالملل، وبالتالي يبحث عن شيء جديد، هذا هو السبب نفسه الذي يحتم على المبرمجين ومصممي واجهات المستخدم إجراء التغييرات والتعديلات بشكل مستمر حتى يبقى لدى المستخدم رغبة في المزيد من الاستخدام.

ولكن هذه النتيجة لم تتفق مع دراسة (عبد الله، ٢٠١٨) التي لم تدعم وجود أثر لسهولة الاستخدام المدركة في الاستخدام الفعلي للحوسبة السحابية

٢- يوجد أثر للفائدة المدركة في الاستخدام الفعلي لخدمات المنصات الإلكترونية.

هذا يتفق مع الأداة الأولى أنظر صفحة رقم (١٢٠) وهو ما اختبر في بعض الدراسات وتم تأكيده مثل دراسة: (Ogutu, 2016) (Al-Rahmi , et al., 2021) (Siyam, 2019). ولكم لم تتفق مع دراسة (عبد الله، ٢٠١٨) التي لم تؤكد على وجود أثر للفائدة المدركة في الاستخدام الفعلي للحوسبة السحابية وكذلك دراسة (Al-Momani, 2017).

على الرغم من الجدل الكبير والاختلافات في الدراسات حول أثر الفائدة المدركة وأثر سهولة الاستخدام المدركة إلا أنها أثبتت جدواها كمحددات لقبول التقنية، وهذا البحث أيضاً دعماً وهي نتيجة اتفقت الغالبية العظمى من الدراسات عليها.

٣- يوجد أثر ذو دلالة إحصائية للثقة في الاستخدام الفعلي للمنصة.

هذا ما دعم في الأداة الأولى أساساً أنظر صفحة رقم (١٣١) وبالعودة للدراسات السابقة تم أخذ الثقة بأنظمة التجارة الإلكترونية كمحدد للاستخدام الفعلي (Almajali, 2021)، ولكن لم تتفق مع نتيجة دراسة (عبد الله، ٢٠١٨) التي لم تدعم وجود أثر للشعور بالثقة في الاستخدام الفعلي للحوسبة السحابية.

٤- يوجد أثراً ذي دلالة إحصائية لجودة المعلومات في الاستخدام الفعلي لخدمات المنصات الإلكترونية.

وهذا يتفق مع ما ظهر في الأداة الأولى أنظر صفحة رقم (١٢١) من هذا البحث، كما يتفق مع دراسة : (Al-Rahmi , et al., 2021، ودراسة (Al-Momani, 2017).

٥- يوجد أثراً ذي دلالة إحصائية لجودة المعلومات في الفائدة المدركة لخدمات المنصات الإلكترونية.

وهذا يتفق مع الأداة الأولى أنظر صفحة رقم (١٢٢)، ويتفق مع دراسة: (MARTONO, NURKHIN, MUKHIBAD, ANISYKURLILLAH, & WOLOR, 2020)

٦- يوجد أثراً ذي دلالة إحصائية للاختبار، والمتغير الفائدة المدركة يتوسط العلاقة بين جودة المعلومات والاستخدام الفعلي.

من المفيد هنا توضيح أن هذه العلاقة لم يتم اختبارها مسبقاً في الدراسات السابقة على الرغم من دعم علاقة المتغير المستقل بالمتغير الوسيط، إلا أن عدم التركيز على اختبار الاستخدام الفعلي كمتغير تابع ضمن الدراسات التابعة لنموذج تقبل التقنية.

وكان هو السبب الرئيسي لعدم دعم هذا المقترح من فرضيات في دراسات سابقة حيث نوهنا سابقاً إلى أن التركيز الأكبر كان على نية الاستخدام بالدرجة الأولى وعلى الاتجاهات في الدرجة الثانية.

وإذا ما أخذنا بعين الاعتبار ما أدلى به المبحوثين في الأداة الأولى أنظر صفحة رقم (١٢٢) نلاحظ أن مجرد اتّسام المعلومات ببعض خصائص الجودة يعني توقع للمزيد من الفوائد، وبالتالي المزيد من الاستخدام، وأتى التحليل الإحصائي في الأداة الثانية ليدعم هذا المقترح.

٧- يوجد أثر ذو دلالة إحصائية للاختبار ومتغير سهولة الاستخدام المدركة يتوسط العلاقة بين جودة المعلومات والاستخدام الفعلي.

ينطبق على هذا المقترح ما انطبق على مقترحات الوساطة السابقة فلم يسبق اختباره إنّما ظهر من أجوبة المبحوثين (انظر صفحة ١٢١) أيضاً حيث اعتبر البعض أنه كلما زادت جودة المعلومات وأصبح كل شيء أكثر وضوحاً أصبح الاستخدام أسهل ومن الطبيعي عند زيادة سهولة الاستخدام أن يزداد الاستخدام، "ولكن لحد معين" (كان واحداً من الأجوبة الملفتة لدى المبحوثين أنه لا يجب أن يكون سهلاً لدرجة كبيرة).

ونلاحظ أن هذا المقترح أيضاً دعم من قبل التحليل الإحصائية لأنه أساساً حتى لو درست هذه الوساطة سابقاً على متغير نية الاستخدام إلا أنها سابقة أساساً للاستخدام الفعلي، وهذا يعتبر مبرر مهم لقبول هذه المقترحات ودعمها.

٨- يوجد أثراً ذي دلالة إحصائية للاختبار، ومتغير الثقة يتوسط العلاقة بين جودة المعلومات والاستخدام الفعلي. وهذه النتيجة كانت متوقعة طبقاً لما صدر من المبحوثين من أجوبة مباشرة أظهرت متغير مهم جداً توجب إضافته، وهو متغير الثقة الذي ذكر على لسان المبحوثين صراحة على أنه وسيط للعلاقة.

حيث كلما زادت جودة المعلومات زادت الثقة في المنصة وبالتالي المزيد من الاستخدام، وبالعودة إلى الدراسات السابقة، وكما أسلفنا فإنّ متغير الثقة ارتبط ارتباطاً وثيقاً بكل من جودة المعلومات وجودة النظام في الدراسات التابعة لنموذج نجاح النظام المعلوماتي، ولكن تبعاً للمتغير التابع موضع الدراسة فإن الدراسات السابقة لم تأخذ علاقة الوساطة هذه، ولكن بعد اختبار هذه العلاقة كمياً دعم هذا المقترح.

في الأداة الأولى أنظر صفحة رقم (١٢١).

٩- يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لجودة المعلومات في الثقة بالمنصة.

وهذا ما يتفق مع أجوبة المبحوثين مثلاً المبحوث رقم (٩) " طبعاً لأنها تؤثر في الثقة " أنظر صفحة ١٢١، وهذا يتفق مع دراسة (Wang & Lin, 2016)، للتذكير ظهر متغير الثقة خلال مرحلة الترميز للبيانات.

ننكر أن الثقة مهمة جداً في هذه الأعمال الإلكترونية جميعها وحتى في أي نشاط تجاري أو خدمي، وهنا في هذا المقترح من البديهي أن تزداد الثقة كلما زادت الخصائص المرغوب توافرها في المعلومات حيث: المزيد من المعلومات الدقيقة، الكافية، المطابقة للواقع يعني المزيد من الثقة فيما يعرض أمام المستخدم، وبالتالي الاستخدام أكثر بمعنى أو بآخر الاستخدام براحة وثقة.

١٠- يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لجودة المعلومات في سهولة الاستخدام المدركة. هذا ما يتفق مع الأداة الأولى أنظر الصفحة رقم (١٢١) كما يتفق مع دراسة: (Chen & Tsai, 2017) و (MARTONO, NURKHIN, MUKHIBAD, ANISYKURLILLAH, & WOLOR, 2020) يوجد أثر ذو دلالة إحصائية للاختبار والمتغير الفائدة المدركة يتوسط العلاقة بين جودة النظام والاستخدام الفعلي.

هذا أيضاً مقترح مضاف في هذا البحث ذلك بأخذ مبدأ الفائدة المدركة وسهولة الاستخدام المدركة كمحددات رئيسية في نموذج تقبل التقنية فكان لا بدّ من التحقق من أثر جودة النظام في الاستخدام الفعلي من خلال توسط الفائدة المدركة للعلاقة، وبالنظر إلى الدراسات التي دعمت تأثير جودة النظام في الفائدة المدركة، رغم أن هذا الأثر واضح إلا أنه برأي الباحثة يصعب على المستخدم إدراك هذه النقطة بسهولة، ومن الطبيعي أن يكون لتوسط الثقة أو سهولة الاستخدام أثر أكبر.

١١- يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لجودة النظام في الاستخدام الفعلي للمنصة. هذا ما اتفق سابقاً مع الأداة الأولى من هذا البحث أنظر صفحة رقم (١٢٤)، وهو ما اتفق أيضاً مع دراسة: (Al-Rahmi, et al., 2021)، لم يتفق مع دراسة (Al-Momani, 2017) التي أظهرت نتائجها أنه لا يوجد أثر كبير مباشر لجودة النظام في الاستخدام الفعلي.

١٢- يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لجودة النظام في سهولة الاستخدام المدركة.

هذا يتفق مع دراسة (Chen & Tsai, 2017)، (Hawash, Mokhtar , & Yusof , 2021)، (MARTONO, NURKHIN, MUKHIBAD, ANISYKURLILLAH, & WOLOR, 2020)

في الأداة الأولى أنظر صفحة رقم (١٢٤).

١٣- يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لجودة النظام في الفائدة المدركة للمنصة.

هذا يتفق مع دراسة (Chen & Tsai, 2017)، و(Hawash, Mokhtar , & Yusof , 2021)، و (MARTONO, NURKHIN, MUKHIBAD, ANISYKURLILLAH, & WOLOR, 2020)

وفي الأداة الأولى أنظر صفحة رقم (١٢٤).

١٤- يوجد أثر ذو دلالة إحصائية للاختبار ومتغير سهولة الاستخدام المدركة يتوسط العلاقة بين جودة

النظام والاستخدام الفعلي، هذا المقترح من ضمن المقترحات التي تمت إضافتها في هذا البحث ودعمتها

الأداة الأولى بشكل بسيط على اعتبار أن النظام ذا الجودة العالية يكون سهل الاستخدام والعكس صحيح،

وبالتالي يحقق المزيد من الاستخدام، ثم دعم من قبل الأداة الثانية.

١٥- يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لجودة النظام في الثقة بالمنصة.

وهذا ما يتفق مع الأداة الأولى أنظر صفحة رقم (١٢٤)، ومع دراسة (Wang & Lin, 2016) .

١٦- يوجد أثر ذو دلالة إحصائية للاختبار، ومتغير الثقة يتوسط العلاقة بين جودة النظام والاستخدام

الفعلي.

هذا المقترح الذي تمت إضافته بعد القيام بإجراء المقابلات واشتق من أجوبة المبحوثين كان مهماً جداً مثلاً

المبحوث رقم (٥) " أساس الجذب فإذا حصلت على التطبيق بسهولة ولم يتصف بالتعقيدات فيه وأعطاني ما

يكفي من الثقة مباشرة أنصح غيري به "، ولا ننكر أن الثقة ارتبطت بنموذج نجاح النظام المعلوماتي من جهة

كذلك ارتبطت بنموذج تقبل التقنية من جهة أخرى، هي متغير مهم جداً لم تتمكن الباحثة من تجنبه أو إغفاله

على الرغم من كثرة المتغيرات التي تمت دراستها في هذا البحث؛ ذلك لما ذكره المبحوثين أثناء المقابلات عن

أهميتها تحديداً عند الحديث عن جودة النظام.

١٧- يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لتصميم واجهة المستخدم في الفائدة المدركة للمنصة.

توصل البحث إلى أن تصميم واجهة المستخدم له تأثير ذو دلالة إحصائية في الفائدة المدركة وهذا يتفق مع دراسة (Yalcin & Kutlu, 2019)، (Cho, Cheng, & Lai, 2009)، (yan, Minhua , & Zhong , 2014) ودراسة (Joo, Lee, & Ham, 2014) التي دعمت أثر تصميم واجهة المستخدم في الفائدة المدركة ذلك من خلال تصميم الشاشة الرئيسي إلى جانب الألوان والحجم وشكل الخط حتى، وهذه النقطة أكثر نقطة اهتمت الباحثة فيها في بحثنا هذا تبعاً لأنّ تصميم الواجهة بهذه العناصر هي الأكثر أهمية لدى الباحث التسويقي، ودراسة (Tsai, Chang, Chen, & Chang, 2017) و (Mouakket & Bettayeb, 2015) هذه الدراسة التي اهتمت فقط في أثر هذا المتغير في الفائدة المدركة ، وهي التي اعتبرت أنه كلما كان تصميم واجهة المستخدم جيد كلما توقعنا المزيد من الفوائد.

وهو ما اتفق أساساً مع الأداة الأولى (أنظر صفحة رقم ١٢٦).

١٨- يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لتصميم واجهة المستخدم في الاستخدام الفعلي للمنصة.

بالعودة إلى الدراسات السابقة فإنّ من أكثر العبارات تكراراً، أنه كلما كان تصميم واجهة المستخدم قريباً من المستخدم كلما كان الاستخدام أكثر (yan, Minhua , & Zhong , 2014)، وهذا ما تفق مع الأداة الأولى أنظر صفحة رقم ١٢٦.

١٩- يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لتصميم واجهة المستخدم في سهولة الاستخدام المدركة.

وهذا يتفق مع دراسة (Yalcin & Kutlu, 2019)، و(Cho, Cheng, & Lai, 2009)، (Nikou & Economides , 2017)، و(yan, Minhua , & Zhong , 2014)، (Joo, Lee, & Ham, 2014) ودراسة (Liu, Chen, Sun, Wible, & Kuo, 2010) التي دعمت أثر تصميم واجهة المستخدم فقط في سهولة الاستخدام المدركة ، ولم تأخذ الفائدة المدركة بعين الاعتبار وهذا يعتبر منطقي بعض الشيء وفقاً لمظهر من برود في ردود المبحوثين في الأداة الأولى عند السؤال عن تأثير

الفائدة المدركة ؛ بتصميم واجهة المستخدم والأجوبة التأكيدية عن السؤال عن سهولة الاستخدام المدركة،

عدا عن اعتبار سهولة استخدام الواجهة مقياساً لتصميم واجهة المستخدم، أنظر صفحة رقم (١٢٦).

٢٠- يوجد أثر ذو دلالة إحصائية للاختبار والمتغير الفائدة المدركة يتوسط العلاقة بين تصميم واجهة المستخدم والاستخدام الفعلي.

٢١- يوجد أثر ذو دلالة إحصائية للاختبار، ومتغير سهولة الاستخدام يتوسط العلاقة بين تصميم واجهة المستخدم والاستخدام الفعلي، في الأداة الأولى أنظر صفحة رقم (١٢٧).

٢٢- يوجد أثر ذو دلالة إحصائية للتفاعلية المدركة في الاستخدام الفعلي للمنصة، هذه ما يتفق مع الأداة الأولى أنظر صفحة رقم ١٢٩.

٢٣- يوجد أثر ذو دلالة إحصائية للتفاعلية المدركة في سهولة الاستخدام المدركة، وهذا ما يتفق مع دراسة (Alkali & Abu Mansor , 2017) ، (Lu, Wai Lai, & Liu, 2019) ، في الأداة الأولى أنظر صفحة رقم (١٢٩)

٢٤- يوجد أثر ذو دلالة إحصائية للتفاعلية المدركة في الفائدة المدركة للمنصة.

هذا ما يتفق مع دراسة (Alkali & Abu Mansor , 2017) ، وفي الأداة الأولى أنظر صفحة رقم (١٢٩).

٢٥- يوجد أثر ذو دلالة إحصائية للاختبار، والمتغير الفائدة المدركة يتوسط العلاقة بين التفاعلية المدركة والاستخدام الفعلي، في الأداة الأولى أنظر صفحة رقم (١٢٩)

٢٦- يوجد أثر ذو دلالة إحصائية للاختبار ومتغير سهولة الاستخدام يتوسط العلاقة بين التفاعلية المدركة والاستخدام الفعلي، في الأداة الأولى أنظر صفحة رقم (١٢٩).

٣,٢,٩ توصيات البحث

١- يتوجب إعطاء المعلومات أهمية كبرى من قبل المصممين في منصة بي أوردر بشكل خاص ضمن

سياق التجارة الإلكترونية بشكل عام تبعاً للدور الكبير الذي تلعبه في الثقة والفائدة المدركة وسهولة

الاستخدام المدركة، وبالتالي الاستخدام الفعلي والقبول يتم ذلك من خلال الاهتمام بدقة المعلومات

المعروضة من حيث مكونات الوجبات على سبيل المثال دقة الأسعار، بالإضافة إلى تطابق الصور مع الواقع.

٢- من الضروري الانتباه إلى عنصر السرية والخصوصية من قبل بي أوردر، والذي يعتبر محدد مهم لجودة النظام، ومحفز للثقة بالدرجة الأولى بالإضافة إلى سهولة الاستخدام المدركة والفائدة المدركة وبالتالي القيام بسلوكيات إيجابية ويتم ذلك من خلال توضيح سياسات السرية والخصوصية وتوفير طرق دفع إلكترونية مع جهات موثوقة.

٣- على الراغبين بالقيام باستثمارات في قطاعات مشابهة إعطاء المزيد من الاهتمام للعناصر المرئية ضمن واجهة المستخدم وأهمها الألوان، والصور والرسوم لها تأثير كبير في إقبال المستخدم على الشراء تحديداً عند تطابق الصور مع الواقع.

٤- يتوجب على القائمين بأعمال بي أوردر والمنصات المشابهة الانتباه إلى هذه النقطة: يعتبر المستخدمين أن المستخدمين الآخرين هم الأكثر مصداقية لذا يتوجب إعطاء أهمية إضافية لعنصر التقييم المرئي للمستخدمين الآخرين؛ بإظهار التعليقات بشفافية من الملاحظ في العديد من التطبيقات، ومواقع الويب وغيرها وجود رمز النجمة في نهاية الصفحة ذلك لإعطاء تقييم، ومن المعروف أن هذه النجمة مهمة لبعض المستخدمين، ولكن يبقى لدى المستخدم شك حول الأشخاص الذين أعطوا التقييم ولذلك للتعليقات أهمية أكبر بحيث تعطي انطباع أكثر راحة للمستخدم.

٥- من الناحية التسويقية يتوجب على إدارة التسويق في بي أوردر العمل على وضع العروض بصورة ظاهرة وواضحة للمستخدمين حول الخدمات الأخرى التي تقدمها غير الأطعمة؛ حتى يتجرؤوا على الاستخدام الأول فكرة القصص كانت فكرة محببة لدى المبحوثين.

٦- استمتع المبحوثين عند الحديث عن كيفية تعامل بي أوردر مع شكاويهم أو أكواد الحسم في المناسبات المميزة، إن لهذه القصص تأثير كبير في المستخدمين الآخرين كما أن هذا النوع من الاهتمام يطلبه

المستخدم، ويشعر فيه بشدة التخصيص فيجب الاستمرار بالتعامل مع الشكاوى بهذه الطريقة، وهي بشكل أو بآخر تعطي كلمة فم منطوقة إيجابية.

٧- يتوجب على بي أوردر ومثيلاتها العمل على تطوير طرق العرض بحيث تعطي مصداقية أكبر اتجاه شكل المنتج، والروائح المتوقعة حيث اتّضح من المقابلات، أن للرائحة تأثير كبير وأن هذه الرائحة التي تعكس نظافة المكان وبالتالي قد تجعل التطبيق موضع شك من الممكن العمل على إظهار بعض من هذه المطاعم والعاملين فيها بما يعطي المستخدم للمنصة ثقة أكبر.

٨- إن تغطية بي أوردر للأحداث المختلفة من مناسبات دينية واجتماعية وعالمية وحتى الشخصية منها مثل أعياد الميلاد لها تأثير إيجابي يجب الاستمرار بالعمل على هذه التغطية.

٣,٢,١٠ الأبحاث المستقبلية

١- ظهر اهتمام كبير لدى المبحوثين في تطبيق يلاغو وهذا مؤشر جيد لأخذه ميدان دراسة ضمن قطاع النقل.

٢- كما ذكرت العديد من المنصات والتطبيقات الإلكترونية من قبل المبحوثين، والتي تقدم الخدمات من الممكن الانتباه لها في دراسات أخرى كميدان للدراسة.

٣- ظهر في المقابلات التي قامت بها الباحثة متغير الوقت كمتغير معدل لكل من الفائدة المدركة، وسهولة الاستخدام المدركة سيعطي إضافة مميزة عند أخذه بعين الاعتبار.

٤- كما ظهرت المتعة أيضاً من خلال أجوبة المبحوثين من الممكن إعطاء إضاءة على هذا المتغير في دراسات قادمة.

٥- من الممكن أخذ جودة الخدمة بعين الاعتبار ولكن ذلك يتوقف على ميدان الدراسة.

٦- ظهر في الدراسات السابقة تداخلات كبيرة للثقة مع سهولة الاستخدام المدركة، والفائدة المدركة تعتبر هذه النقطة مؤشر؛ لبحث مهم يمكن الاكتفاء فيه بهذه المتغيرات والتعمق بدراسة العلاقات فيما بينها.

- ٧- أظهر البحث اختلاف جوهري في الشرائح العمرية هذا الاختلاف له تبعات مهمة جداً من الممكن العمل على دراسة لمستخدمين، ولكن بفصل العينة تبعاً للشرائح العمرية ومقارنة النتائج، أو حتى العمل على دراسة لمعرفة العوامل المؤثرة في استخدام المستخدمين من شرائح عمرية كبيرة، أو صغيرة فقط.
- ٨- كان لتأثير المحيط والمستوى التعليمي ولطبيعة العمل دوراً كبيراً على الاستخدام من الممكن أخذ هذه المتغيرات كمتغيرات معدلة في دراسات أخرى.
- ٩- قد يكون للدراسات المهمة بمتغير المستوى التعليمي أهمية أكبر؛ فيما لو كانت عينة الدراسة طلاب جامعة دمشق على سبيل المثال، ولكن مع أخذ تفوت الكلية ونوع الاختصاص بعين الاعتبار.
- ١٠- إن إدارة شكاوى العملاء دراسة ممتعة في هذا المجال، وتغني الباحثون التسويقيون بالكثير من المعلومات حول كيفية التعامل مع الشكاوى في هذا النوع من الإهمال الذي يتطلب حلول سريعة وذكية.

خاتمة الفصل:

أخيراً قدّم الفصل الثالث؛ وهو الفصل الأخير من هذا البحث تحليلاً للبيانات التي قامت الباحثة بجمعها، واستعراضاً لأهم النتائج التي توصلت إليها بعد جمع البيانات وتحليلها للأداتين المستخدمتين في هذا البحث. وقد توضح في هذا الفصل إجابة البحث عن الأسئلة، والأهداف التي سعى لتحقيقها من خلال استعراض النتائج، إلى جانب توضيح علاقة هذه النتائج بنتائج الدراسات السابقة وربط نتائج الأداتين المستخدمتين؛ فضلاً عن إضافة مجموعة من التوصيات عسى أن تكون مفيدة للباحثين اللاحقين وللميادين المهمة بالتسويق الإلكتروني.

الملاحق

الملحق الأول: دليل المقابلة قبل التحكيم

أسعد الله أوقاتك:

لأغراض البحث العلمي سنقوم بحال موافقتك بإجراء مقابلة لأغراض علمية، وفقط علمية لبحث حول العوامل المؤثرة في الاستخدام الفعلي لخدمات المنصات الإلكترونية بأخذ منصة بي أوردر كميدان للدراسة.
شاكراً حسن تعاونك

القسم الأول: المعلومات الديموغرافية:

١- النوع الاجتماعي: ☐ ذكر ☐ أنثى

٢- العمر:

٣- المستوى التعليمي:

٤- الدخل:

٥- ماهي المنصات الإلكترونية التي تستخدمها.

٦- ما الخدمات التي حصلت عليها من استخدام المنصات الإلكترونية.

القسم الثاني:

ال الجولة الكبرى السؤال العام عن تجربة استخدام خدمات منصة الطلب والتوصيل ، والعوامل المؤثرة في الاستخدام.

منذ أول طلب لك عبر منصة بي أوردر وحتى اليوم لماذا قمت باستخدامها؟ وكيف تصف تجربتك مع المنصة؟ وما هي العوامل التي تؤثر في استخدامك لخدمات هذه المنصة؟.

القسم الثالث:

تجزئة التجربة وفق العوامل المؤثرة في الاستخدام بأخذ كل عامل بشكل مفصل على حدى:

- **جودة النظام:** نتعرف هنا على سهولة تعلم الاستخدام، تطور النظام، الخصوصية، والأمان.
- ١- كيف يمكن أن تؤثر جودة النظام (وهي الخصائص المرغوب توافرها في النظام الذي يعطي المعلومة) في استخدامك الفعلي للمنصة؟.
 - عند استخدامك الأول للمنصة ما هي المساعدة التي احتجتها حتى تتعامل معها؟.
 - منذ بداية استخدامك للمنصة ماذا لاحظت فيها من تغيير؟.
 - لماذا يتجنب الناس مشاركة المعلومات الكاملة حولهم عند استخدام هذا النوع من المنصات؟.
 - هل تعتبره نظام سهل الاستخدام؟.
 - هل يحقق الفائدة التي تتوقعها من استخدامه؟.
 - كيف تؤثر العناصر السابقة في استخدامك الفعلي للمنصة؟.
- **جودة المعلومات:** نتعرف هنا على دقة المعلومات، وكفائتها، وحدائتها، إلى آخره.

١- كيف يمكن أن تؤثر جودة المعلومات (وهي الخصائص المرغوب توافرها في المعلومات) في المنصة على استخدامك الفعلي للمنصة؟

- كيف يمكن أن تصف دقة المعلومات الموجودة في المنصة؟.
- كيف يمكن أن تصف كفاية هذه المعلومات؟.
- كيف يمكن أن تصف مواكبة المعلومات للواقع؟.
- هل المعلومات الموجودة يسهل استخدامها؟.
- هل تحقق الفائدة المتوقعة منها؟.
- كيف يمكن أن تؤثر العناصر السابقة في استخدامك الفعلي للمنصة؟.
- **تصميم واجهة المستخدم:** هنا سنتعرف على العناصر الأساسية في تصميم واجهة المستخدم الألوان، والبحث، والقوائم والأزرار.

١- كيف يمكن أن يؤثر تصميم واجهة المستخدم في استخدامك الفعلي للمنصة؟.

- ما هي الألوان التي تتذكرها عند قول منصة بي أوردر؟.
- أين يقع مكان البحث في المنصة؟.
- هل الأزرار والقوائم واضحة أم تجد صعوبة في التعامل معها وفي حال وجودها أين تكمن هذه الصعوبة؟.

- هل تعتبر الواجهة سهلة الاستخدام؟.
- هل تحقق الفائدة المتوقعة منها؟.
- كيف تؤثر العناصر السابقة في استخدامك الفعلي للمنصة؟ .
- **التفاعلية المدركة:** وهنا سنقوم بالتعرف على تأثير أبعاد التفاعلية المدركة: التزامن، والاتصال ثنائي الاتجاه، والتحكم النشاط.

١- كيف يؤثر إدراكك للتفاعلية على استخدامك الفعلي للمنصة؟.

- كيف تصف اتصالك بالمنصة واتصال المنصة بك؟.
- كم يستغرق من الوقت رد المنصة عند كل نقرة، هل تعتبره سريع متزامن مع طلبك أم متأخر؟.
- هل تصلك اشعارات تزعجك من المنصة تؤثر في طوعية الاتصال؟ وهل تجد صعوبة في اختيارك لما تريد، أو في اعطاء رأيك في أي تفصيل؟.

- هل تعاني من مشاكل في التفاعلية بينك وبين المنصة ؟.
- هل التفاعلية التي تحدث بينك وبين المنصة تحقق لك فوائد؟.
- كيف تؤثر العناصر السابقة في استخدامك الفعلي للمنصة؟.
- **سهولة الاستخدام المدركة:** نتعرف على الجهد المطلوب من قبل المستخدم، تحقيق النظام للأهداف التي وجد من أجلها، والزمّن اللازم لتعلم التعامل مع النظام.

١- كيف يؤثر إدراكك لسهولة استخدام المنصة بالاستخدام الفعلي لها؟.

- كيف تعبر عن صعوبة استخدام المنصة؟.

- لماذا تستخدم المنصة؟
- كم احتجت من الوقت تقريبا حتى تعلمت كيفية استخدام المنصة ؟.
- كيف تؤثر العناصر السابقة في استخدامك الفعلي للمنصة؟.
- كيف يؤثر إدراكك الفائدة المتوقعة من استخدام المنصة في استخدامك الفعلي لها؟.
- ماذا يكلفك حصولك على خدمة من خدمات المنصة؟.
- على ماذا تحصل عند استخدامك للمنصة؟.
- إذا قمنا بموازنة بين هذه التكاليف والفوائد إلى من ترجح كفة الميزان؟.
- كيف تؤثر الفائدة المدركة في استخدامك الفعلي للمنصة؟.

الملحق الثاني: ملاحظات السادة المحكمين على دليل المقابلة

اسم المحكم	الملاحظات التي تم إيدؤها
أ.د. سامر المصطفى	يوجد قلة في سؤال لماذا وهو ضروري. تكرار كبير في أسئلة سهولة الاستخدام والفائدة المدركة. من الممكن تعديل ترتيب أسئلة الفائدة المدركة وسهولة الاستخدام المدركة الاهتمام بعنصر السرية والخصوصية. الاهتمام بأسئلة الاستخدام الأول مثل كيفية تسجيل الدخول، بالإضافة إلى المطابقة مع الواقع وتوفير الوقت
أ.د. مهند أرناؤوط	إضافة أسئلة لماذا. وضع تصنيفات للمعلومات الديموغرافية بالاعتماد على المراجع العلمية. وضع أسئلة مغلقة إلى جانب الأسئلة المفتوحة أي تحديد عدد من الخيارات للمبحوث لكل متغير ووضع أسئلة مفتوحة أيضا لكل متغير كيف ولماذا. حذف أسئلة الوساطة من المقابلة. إضافة أسئلة من نمط الترتيب حسب الأكثر أهمية بالنسبة للمبحوث.
د. نهى سعود	بي أوردت هي تطبيق أم منصة؟ (ولكن هو ليس أمر جوهري في البحث) إغفال وقت الاستجابة والتوفر في متغير جودة النظام. التحكم النشاط أو طوعية الاتصال : إضافة حرية الاختيار وحرية التنقل. في الاتصال ثنائي الاتجاه : الترحيب بالشكوى وتلبية الرغبات. إذا كان وقت الاستخدام وتكرار الاستخدام مقاييس للاستخدام الفعلي فيجب أن يضاف سؤال عند كل متغير. إضافة سؤال لماذا عند كل بعد.
د. نعمى عباس	المقدمة يجب أن تكون أبسط فهي شفوية. المعلومات الديموغرافية لا توضع ضمن أسئلة المقابلة إنما يتم وضع جدول عند استعراض الدراسة النوعية ؛ كما يتم وضع تعريف بسيط لكل مستجوب عند استخدام أجوبته في التحليل. يفضل حذف سؤال الدخل. لا داعي للمقدمة للأسئلة تطرح بشكل مباشر. إضافة كلمة برأيك قبل طرح سؤال كيف. يفضل أن تكون الأسئلة أبسط بمصطلحات أبسط ليس من الضروري ذكر اسم المتغير صراحة. تكرار أسئلة سهولة الاستخدام والفائدة المدركة.
د. ندى علي	تغيير شكل المقابلة من المفتوحة إلى شبه المهيكلة بإضافة بعض التقييدات عند كل متغير. طلب التوضيح من المبحوثين حول المفاهيم. إضافة أسئلة لماذا لأن كل شيء له سبب.

الملحق الثالث: دليل المقابلة بعد أخذ ملاحظات السادة المحكمين:

أسعد الله أوقاتك:

لأغراض البحث العلمي سنقوم بحال موافقتك بإجراء مقابلة حول العوامل المؤثرة في الاستخدام الفعلي لخدمات المنصات الإلكترونية دراسة حالة منصة بي أوردر.

شاكراً حسن تعاونك

القسم الأول: المعلومات الديموغرافية: الرجاء وضع إشارة ✓ في المربع وفقاً لمعلوماتك الشخصية

١- النوع الاجتماعي: ☐ ذكر ☐ أنثى

٢- العمر:

☐ أقل من ٢٥ سنة ☐ من ٢٥ إلى ٣٠ سنة ☐ من ٣١ إلى ٣٥ سنة ☐
☐ من ٣٦ إلى ٤٠ سنة ☐ من ٤١ إلى ٤٥ سنة ☐ أكثر من ٤٥ سنة

٣- المستوى التعليمي:

☐ ثانوي وما دون ☐ معهد ☐ جامعة ☐ دراسات عليا

٤- ما هي المنصات الإلكترونية التي تستخدمها، وماهي أكثر الخدمات استخداماً؟.

٥- كم مرة ممكن أن يتكرر استخدام لمنصة بي أوردر شهرياً؟ ولماذا؟.

٦- كم تمضي من الوقت على المنصة حتى تقوم بطلب الخدمة؟.

القسم الثاني:

• جودة المعلومات: (وهي الخصائص المرغوب توافرها في المعلومات)

١- عند الحديث عن جودة المعلومات يتبادر إلى ذهنك بالدرجة الأولى:

- دقة المعلومات.
- كفاية المعلومات.
- التخصيص في المعلومات.
- قرب المعلومات من الواقع وملاءمتها.
- أمان المعلومات.

ولماذا؟

١- هل من الممكن ترتيبها حسب الأكثر أهمية بالنسبة لك؟ وإذا كان لديك خصائص إضافية هل من الممكن إضافتها؟.

٢- برأيك كيف تؤثر جودة المعلومات هذه في استخدامك للمنصة؟.

• جودة النظام:

١- عند ذكر جودة النظام ما الذي يتبادر إلى ذهنك بالدرجة الأولى:

- مرونة النظام
- توفر النظام
- سهولة استخدام النظام

- توفير النظام للسرية والخصوصية
- استجابته الفورية

ولماذا؟

٢- هل من الممكن ترتيب هذه الخصائص حسب أهميتها بالنسبة لك؟ وإذا كان لديك خصائص إضافية يرجى إضافتها؟.

٣- برأيك كيف تؤثر جودة النظام هذه في استخدامك للمنصة؟.

- تصميم واجهة المستخدم:

١- عند ذكر تصميم واجهة المستخدم يتبادر إلى ذهنك بالدرجة الأولى:

- التصميم والتخطيط في الواجهة والذي يجعل قراءة المعلومات سهلة.
- الألوان الموجودة في المنصة مريحة.
- وضوح مكان البحث.
- الأزرار والقوائم واضحة.
- سهولة استخدام الواجهة.

ولماذا؟

٢- هل من الممكن أن ترتب العناصر السابقة حسب الأكثر أهمية بالنسبة لك؟ وهل يوجد نقاط إضافية
تثير اهتمامك ضمن تصميم واجهة المستخدم؟ في حال وجودها ماهي؟.

٣- برأيك كيف يؤثر تصميم واجهة المستخدم في استخدامك للمنصة؟.

- التفاعلية المدركة:

١- كيف تصف اتصال بالمنصة واتصال المنصة بك:

- سهلت التواصل ثنائي الاتجاه بينك وبينها.
- تتفاعل المنصة مع جميع ملاحظاتك.
- عندما تواجه مشاكل بتعاملك مع المنصة توفر لك حلول مناسبة.

٢- كيف تصف تزامن التفاعل بينك وبين المنصة:

- يتم معالجة مداخلاتك بسرعة.
- يكون الحصول على المعلومات فوري.
- تتمكن من فتح المنصة وإدخال المعلومات بسرعة كبيرة.

٣- كيف تصف طوعية الاتصال:

- عند استخدامك للمنصة يمكنك اختيار ما تريد بحرية.
- يمكنك التحكم في تجربتك مع المنصة وطلب ما تريد.
- عند الاختيار فإن القوائم تمكنك من الاختيار بوضوح.

٤- هل من الممكن أن تعطي تريبا لكل من الاتصال ثنائي الاتجاه والتزامن ، وطوعية الاتصال بحسب الأكثر أهمية بالنسبة لك؟ ولماذا؟.

٥- كيف تؤثر التفاعلية بينك وبين المنصة في استخدامك لها؟.

- سهولة الاستخدام المدركة:

١- يمكن وصف سهولة الاستخدام من خلال ما يلي:

- تعلم استخدامها كان أمرا سهلا.
- مع الوقت يصبح بديهي.
- التفاعل بينك وبين بي أوردت واضح ومفهوم.
- تجد التفاعل مرن.

٢- أي العناصر السابقة أكثر أهمية بالنسبة لك؟ ولماذا؟.

٣- كيف تؤثر سهولة الاستخدام في استخدامك للمنصة؟.

- الفائدة المدركة:

يمكن وصف الفائدة المدركة من خلال:

- يمكنك استخدامه من الحصول على ما تريد بسرعة.
- تجد أن استخدامها مفيد لحياتك اليومية.
- تجد أن استخدامها مريح لحياتك اليومية.

١- ما هو الأكثر أهمية بالنسبة لك مما سبق؟ ولماذا؟.

٢- كيف يؤثر إدراكك للفائدة المتوقعة من بي أوردت في استخدامك لها؟.

هل من الممكن ترتيب العوامل من ١ إلى ٦ بدءا الأكثر تأثيرا في استخدامك للمنصة؟

سهولة الاستخدام المدركة	الفائدة المدركة	جودة النظام	جودة المعلومات	التفاعلية المدركة	تصميم المستخدم واجهة

الملحق الرابع: دليل المقابلة بعد إجراء الدراسة التجريبية:

الملاحظات على المقابلات الخمسة التجريبية:

- ١- في متغير جودة النظام كان من الصعب على المبحوثين إعطاء وصف فورا، ولكن بعد عرض الخيارات توضح أنّ المفهوم واضح ولكن من خلال مقاييسه أكثر، وأخذت ترتيب متقدم لدى الخمسة تراوح بين الثاني والثالث والرابع ولم يكن الأهم ولا الأقل أهمية.
- ٢- جودة المعلومات حظيت بالاهتمام الأكبر ، ولكن كان من الأفضل حذف أمان المعلومات من المقاييس لتوقف المبحوثين عنده.
- ٣- بالنسبة للترتيب لم يتطابق لدى الجميع.
- ٤- حظيت التفاعلية في الترتيب السادس لدى ثلاثة من المبحوثين على اعتبار أن توفر بقية العناصر يعني توفر التفاعلية سلف.
- ٥- وكان من الأفضل حذف سؤال ترتيب أبعاد التفاعلية أيضا ح لانزعاج المبحوثين من كثرة الأسئلة.
- ٦- لاحظت الباحثة أيضا ملل المبحوثين عند السؤال عن الفائدة المدركة ، وسهولة الاستخدام المدركة حيث كانت الأجوبة مقتضبة جدا.

فيما يلي دليل المقابلة بعد إجراء الدراسة التجريبية:

أسعد الله أوقاتك:

لأغراض البحث العلمي سنقوم بحال موافقتك بإجراء مقابلة حول العوامل المؤثرة في الاستخدام الفعلي لخدمات المنصات الإلكترونية دراسة حالة منصة بي أوردر.

شاكرة حسن تعاونك

القسم الأول: المعلومات الديموغرافية: الرجاء وضع إشارة ✓ في المربع وفقا لمعلوماتك الشخصية

١- النوع الاجتماعي: ☐ ذكر ☐ أنثى

٢- العمر:

☐ أقل من ٢٥ سنة ☐ من ٢٥ إلى ٣٠ سنة ☐ من ٣١ إلى ٣٥ سنة ☐ من ٣٦ إلى ٤٠ سنة ☐ من ٤١ إلى ٤٥ سنة ☐ أكثر من ٤٥ سنة

٣- المستوى التعليمي:

☐ ثانوي وما دون ☐ معهد ☐ جامعة ☐ دراسات عليا

٤- ما هي المنصات الإلكترونية التي تستخدمها، وماهي أكثر الخدمات استخداما؟.

٥- كم مرة ممكن أن ينكرر استخدام لمنصة بي أوردر شهريا؟ ولماذا؟.

٦- كم تمضي من الوقت على المنصة حتى تقوم بطلب الخدمة؟.

القسم الثاني:

١- كيف تصف سهولة استخدام بي أوردر؟

يمكننا أيضا وصفها من خلال مايلي:

▪ تعلم استخدام بي أوردر كان أمراً سهلاً بالنسبة لك.

- مع الوقت استخدام بي أوردن أصبح أمر بديهي.
- التفاعل بينك وبين بي أوردن واضح ومفهوم.
- تجد التفاعل مرن.
- ٢- أي العناصر السابقة أكثر أهمية بالنسبة لك ولماذا؟ .
- ٣- برأيك كيف تؤثر سهولة الاستخدام في استخدامك لها؟.
- الفائدة المدركة:
- ١- ما هي الفائدة التي تتوقعها من استخدام بي أوردن؟.
- يمكن أيضا وصفها من خلال مايلي:
- يمكنك استخدامها من الحصول على ما تريد بسرعة.
- تجد ان استخدامك لها مفيد في حياتك اليومية.
- تجد أن هذا الاستخدام مريح لحياتك اليومية.
- ٢- أي العوامل السابقة أكثر أهمية بالنسبة لك، ولماذا؟
- ٣- كيف يؤثر ادراكك للفائدة المتوقعة من استخدام المنصة في استخدامك لها؟
- جودة المعلومات: (وهي الخصائص المرغوب توافرها في المعلومات)
- ١- برأيك ماهي الخصائص التي يجب أن تتمتع بها المعلومات حتى تتسم بالجودة؟ ولماذا؟
- من الخصائص أيضا يمكن ذكر:
- دقة المعلومات.
- كفاية المعلومات.
- التخصيص في المعلومات.
- قرب المعلومات من الواقع وملاءمتها.
- أمان المعلومات.
- ٢- أي الخصائص السابقة أكثر أهمية بالنسبة لك؟ ولماذا؟.
- ٣- كيف تؤثر جودة المعلومات في استخدامك للمنصة؟.
- ٤- برأيك هل تؤثر جودة المعلومات في سهولة استخدام بي أوردن؟ ولماذا؟.
- ٥- برأيك هل تؤثر جودة المعلومات في الفائدة التي تتوقعها من استخدام بي أوردن؟ ولماذا؟.
- جودة النظام:
- ١- برأيك ماهي الخصائص التي تعطي الجودة للنظام؟
- يمكن ذكر الخصائص التالية أيضا:
- مرونة النظام.
- توفر النظام.
- القابلية للاستخدام.
- توفير النظام للسرية والخصوصية.

■ الاستجابة الفورية.

٢- أي هذه الخصائص أكثر أهمية بالنسبة لك؟، ولماذا؟.

٣- كيف تؤثر جودة النظام في استخدامك للمنصة؟

٤- برأيك هل تؤثر جودة النظام في سهولة استخدام بي أوردر؟ ولماذا؟.

٥- برأيك هل تؤثر جودة النظام في الفائدة التي تتوقعها من استخدام بي أوردر؟ ولماذا؟.

● تصميم واجهة المستخدم:

١- عند قولنا تصميم واجهة المستخدم برأيك ما هو أهم عنصر يجب أن يتوافر ضمن هذه الواجهة؟ ولماذا؟.

من ضمن العناصر المهمة في تصميم واجهة المستخدم مايلي:

■ التصميم والتخطيط في واجهة المستخدم الذي يجعل قراءة المعلومات سهلة.

■ الألوان الموجودة في المنصة مريحة.

■ وضوح مكان البحث.

■ الأزرار والقوائم واضحة.

■ سهولة استخدام الواجهة.

٢- ما هو العنصر الأكثر أهمية بالنسبة لك؟ ولماذا؟.

٣- هل لتصميم واجهة المستخدم تأثير في استخدامك للمنصة؟ ولماذا؟.

٤- برأيك هل يؤثر تصميم واجهة المستخدم في سهولة استخدام بي أوردر؟ ولماذا؟.

٥- برأيك هل يؤثر تصميم واجهة المستخدم في الفائدة التي تتوقعها من استخدام بي أوردر؟ ولماذا؟.

● التفاعلية المدركة:

١- كيف تصف محاكاة تجربة استخدام بي أوردر لتجربة الشراء الواقعي؟.

ومن حيث:

● الاتصال ثنائي الاتجاه

● تزامن الاتصال

● طوعية الاتصال

٢- أي النقاط السابقة أكثر أهمية بالنسبة لك؟ ولماذا؟.

٣- كيف تؤثر التفاعلية في استخدامك لمنصة بي أوردر ؟.

٤- برأيك هل تؤثر التفاعلية في سهولة استخدام بي أوردر؟ ولماذا؟.

٥- برأيك هل تؤثر التفاعلية في الفائدة التي تتوقعها من استخدام بي أوردر؟ ولماذا؟.

هل من الممكن ترتيب العوامل من ١ إلى ٦ بدءاً الأكثر تأثيراً في استخدامك للمنصة؟

سهولة الاستخدام المدركة	الفائدة المدركة	جودة النظام	جودة المعلومات	التفاعلية المدركة	تصميم المستخدم واجهة

الملحق الخامس: المقابلات

م.١: المبحوث رقم ١ د. ا..... مدة المقابلة ١٦ دقيقة.

القسم الأول: المعلومات الديموغرافية:

- ١- النوع الاجتماعي: أنثى.
 - ٢- العمر: أقل من ٢٥ سنة.
 - ٣- المستوى التعليمي: جامعة.
 - ٤- ماهي المنصات الإلكترونية التي تستخدمها، وماهي أكثر الخدمات استخداما؟.
- المبحوث: إلى جانب منصات التواصل الاجتماعي استخدم بي أوردر لطلب الطعام ووصلني بالغالب للأطعمة وفروتي الذي يقدم خدمة توصيل العصائر.
- ٥- كم مرة ممكن أن يكرر استخدامك لمنصة بي أوردر شهريا؟ ولماذا؟.
- المبحوث: مرة أو مرتين في الشهر رغبتني في ان استخدمه أكثر من ذلك ، ولكن عند الطلب لا يصل إلى دمر للدخل نحو العشوائيات ف اضطر للمشي مسافة طويلة.
- ٦- كم تمضي من الوقت على المنصة حتى تقوم بطلب الخدمة؟ ولماذا؟.
- المبحوث: لا يحتاج الكثير من الوقت تحديدا عند اختياري المسبق لما أريد ؛ فيأخذ بين الأربع إلى الخمس دقائق.

القسم الثاني:

• سهولة الاستخدام المدركة:

- ١- كيف تصف سهولة استخدام بي أوردر؟.
- المبحوث: سهلة الاستخدام.
- يمكننا أيضا وصفها من خلال مايلي:
- مع الوقت استخدام بي أوردر أصبح أمر بديهي. ✓
- ٢- أي العناصر السابقة أكثر أهمية بالنسبة لك ولماذا؟ .
- المبحوث: لأنه في بداية الاستخدام قد يجد صعوبة الشخص في البحث وإيجاد المطعم الذي يريد والوجبة التي يريد.

٣- برأيك كيف تؤثر سهولة الاستخدام في استخدامك لها؟.

المبحوث: في زيادة وتكرار الاستخدام بشكل أكبر وأسرع.

• الفائدة المدركة:

١- ما هي الفائدة التي تتوقعها من استخدام بي أوردر؟

المبحوث: تصل الخدمة أسرع.

يمكن أيضا وصفها من خلال مايلي:

▪ تجد أن هذا الاستخدام مريح لحياتك اليومية. ✓

٢- أي العوامل السابقة أكثر أهمية بالنسبة لك، ولماذا؟ .

المبحوث: لأنها توفر لي الوقت والجهد.

٣- كيف يؤثر ادراكك للفائدة المتوقعة من استخدام المنصة في استخدامك لها؟.

المبحوث: بتوفير الوقت بالدرجة الأولى فأتمكن من القيام بإنجاز مهام أكبر وخصوصا عندما لا تسمح لي الظروف في الخروج وتناول الطعام في المطعم أو المنزل.

• **جودة المعلومات (وهي الخصائص المرغوب توافرها في المعلومات):**

١- برأيك ماهي الخصائص التي يجب أن تتمتع بها المعلومات حتى تتسم بالجودة؟ ولماذا؟ .

المبحوث: السعر أولا وتوقيت توصيل الطلب وجودة المنتج بشكل أساسي.

من الخصائص أيضا يمكن ذكر:

▪ قرب المعلومات من الواقع وملاءمتها. ✓

٢- أي الخصائص السابقة أكثر أهمية بالنسبة لك؟ ولماذا؟

المبحوث: لأنها تجمع بين كل ما ذكر.

٣- كيف تؤثر جودة المعلومات في استخدامك للمنصة؟.

المبحوث: كما ذكرت سابقا عندما يصلني المنتج كما وصف بالجودة المنتظرة منه يزداد طلبي أكثر.

٤- برأيك هل تؤثر جودة المعلومات في سهولة استخدام بي أوردر؟ ولماذا؟.

المبحوث: ليس بالضرورة من يتأثر هنا هو استخدامي لا علاقة لسهولة الاستخدام بها.

٥- برأيك هل تؤثر جودة المعلومات في الفائدة التي تتوقعها من استخدام بي أوردر؟ ولماذا؟.

المبحوث: من الممكن أن تزداد تبعا للتخصيص الذي أحصل عليه.

• **جودة النظام (وهي الخصائص المرغوب توافرها في النظام الذي ينتج المعلومة):**

١- برأيك ماهي الخصائص التي تعطي الجودة للنظام؟

يمكن ذكر الخصائص التالية أيضا:

▪ توفر النظام. ✓

٢- أي هذه الخصائص أكثر أهمية بالنسبة لك؟، ولماذا؟.

المبحوث: يجب أن أتمكن من الحصول عليه، ويجب أن تكون الاستجابة فورية أيضا حتى يتوفر الوقت.

٣- كيف تؤثر جودة النظام في استخدامك للمنصة؟.

المبحوث: جودة النظام هي الأساس للوصول للمنصة وإذا لم تتحقق خصائص جودة هذا النظام لا استخدم التطبيق مرة أخرى.

٤- برأيك هل تؤثر جودة النظام في سهولة استخدام بي أوردر؟ ولماذا؟.

المبحوث: نعم تؤثر لأنه عند وجود تحديث أو كان النظام غير واضح سألني في الاستخدام وحتى لا أتابع في الطلب وأبحث عن أنظمة ذات جودة أكثر.

٥- برأيك هل تؤثر جودة النظام في الفائدة التي تتوقعها من استخدام بي أوردر؟ ولماذا؟.

المبحوث: أكيد لأنه كلما كان أسهل في الاستخدام التحديث واستجابته فورية يزداد توقعي للفائدة التي أحصل عليها بالتالي استخدم أكثر وأطلب أكثر.

- **تصميم واجهة المستخدم (المقصود بواجهة المستخدم: شاشة الاتصال بينك وبين المنصة):**
- ١- عند قولنا تصميم واجهة المستخدم برأيك ما هو أهم عنصر يجب أن يتوافر ضمن هذه الواجهة؟ ولماذا؟.
- المبحوث: الأشياء المميزة في العرض عند الفتح، عرضهم لما يملكون من خدمات مميزة تميزهم عن غيرهم.
من ضمن العناصر المهمة في تصميم واجهة المستخدم مايلي:
- الألوان الموجودة في المنصة مريحة.✓
- ٢- ما هو العنصر الأكثر أهمية بالنسبة لك؟ ولماذا؟.
- المبحوث: إلى جانب وضوح الأزرار والقوائم ليسهل عملية البحث والشراء.
- ٣- هل لتصميم واجهة المستخدم تأثير في استخدامك للمنصة؟ ولماذا؟.
- المبحوث: لا أعتقد أن يكون له تأثير كبير على عملية الشراء لأن هدفي الحصول على الخدمة، ولكن لا أنكر أنه يجذبني عند وجود طريقة عرض جميلة ومميزة.
- ٤- برأيك هل يؤثر تصميم واجهة المستخدم في سهولة استخدام بي أوردري؟ ولماذا؟.
- المبحوث: بالتأكيد هي شيء أساسي لأن تصميم الواجهة يساعدني على البحث بشكل أسهل وأمتع عندما يكون جيد.
- ٥- برأيك هل يؤثر تصميم واجهة المستخدم في الفائدة التي تتوقعها من استخدام بي أوردري؟ ولماذا؟.
- المبحوث: لا أعتقد أيضا لأن توقعي للفوائد يحتاج وقت وتصميم الواجهة في تغيير مستمر.
- **التفاعلية المدركة (تشير إلى أي درجة تشعر بأن تجربة استخدامك للمنصة تحاكي التجربة الواقعية):**
- ١- كيف تصف محاكاة تجربة استخدام بي أوردري لتجربة الشراء الواقعي؟.
- المبحوث: مشابهة جدا وهو سبب أساسي في الاقبال على استخدام بي أوردري.
- ومن حيث:
- **تزامن الاتصال✓**
- ٢- أي النقاط السابقة أكثر أهمية بالنسبة لك؟ ولماذا؟.
- المبحوث: بالدرجة الأولى التزامن حتى أن هذه النقطة تعطيها مزايا إضافية عن تجربة الشراء الواقعي.
- ٣- كيف تؤثر التفاعلية في استخدامك لمنصة بي أوردري؟.
- المبحوث: بالطبع يجب أن أشعر بأن الأشخاص الذين أفاعل معهم مهتمين لرغباتي ورأيي وماذا أفعل بالتالي ستزداد رغبتني في التفاعل معهم ومع الاشعارات التي تصل منهم بشكل أكبر.
- ٤- برأيك هل تؤثر التفاعلية في سهولة استخدام بي أوردري؟ ولماذا؟.
- المبحوث: أكيد طالما أحصل على حلول لمشاكلي تزداد سهولة الاستخدام.
- ٥- برأيك هل تؤثر التفاعلية في الفائدة التي تتوقعها من استخدام بي أوردري؟ ولماذا؟.
- المبحوث: لا أخبرتك سابقا الفائدة تحتاج وقت والاستخدام لفترة طويلة حتى أتوقعها منهم.
- أخيرا هل من الممكن أن ترتب العوامل من ١ إلى ٦ بدءا بالأكثر تأثيرا على استخدامك لبي أوردري؟، ولماذا؟.

جودة النظام	جودة المعلومات	التفاعلية المدركة	تصميم المستخدم	واجهة	سهولة المدركة	الاستخدام	الفائدة المدركة
٤	٢	٣	٥	١	٦		

م.٢: المبحوث رقم (٢) هـ خ..... مدة المقابلة ٢٠ دقيقة.

القسم الأول: المعلومات الديموغرافية:

١- النوع الاجتماعي: أنثى

٢- العمر: من ٢٥ إلى ٣٠ سنة

٣- المستوى التعليمي: جامعة

٤- ماهي المنصات الإلكترونية التي تستخدمها، وماهي أكثر الخدمات استخداما؟.

المبحوث: إلى جانب منصات التواصل الاجتماعي منصة بي أوردر وموفو لطلب الطعام ولكن بي أوردر أكثر لأن تفاعلهم مع أي تقصير سواء بالمطعم أو عامل التوصيل يرضيني، بالإضافة إلى يلاغو لطلب التاكسي، وسيرينل كاش للدفع الإلكتروني.

٥- كم مرة ممكن أن يتكرر استخدامك لمنصة بي أوردر شهريا؟ ولماذا؟.

المبحوث: لا يمكنني حصر العدد لأن استخدامي غالبا ما يكون يومي في مكان العمل نقوم بطلب جماعي وهي خدمة رائعة فنقوم فريق العمل بالطلب الجماعي يوميا.

٦- كم تمضي من الوقت على المنصة حتى تقوم بطلب الخدمة؟ ولماذا؟.

المبحوث: ممكن يكون وقت طويل فقط لحد ما اختار ما أريد.

القسم الثاني:

• سهولة الاستخدام المدركة:

١- كيف تصف سهولة استخدام بي أوردر؟.

المبحوث: يوجد شيء مميز جدا في بي أوردر وهو الخيارات المقدمة، بالإضافة إلى اشعارات الخصومات، وصور المنتجات يوجد جهد في التصوير مرضي، وعند فتح التطبيق بالواجهة لاحظ خيارات مميزة التوصيل المجاني عروض المطاعم إضافة النقاط مع كل استخدام.

■ تجد التفاعل مرن.✓

٢- أي العناصر السابقة أكثر أهمية بالنسبة لك ولماذا؟.

المبحوث: لأنّ التغييرات يمكن أن تحدث في أي شيء فيجب أن يكون مرن في التعامل في المناسبات والأحداث المهمة والمشاكل التي قد تحدث وغيرها.

٣- كيف تؤثر سهولة الاستخدام في استخدامك لها؟.

المبحوث: يزيد من احتمالية استخدامي طبعاً وحتى أصل لمرحلة أنصح غيري به كلما كان سهل وبسيط ولكن زيادة السهولة شيء ممل ولكن في بي أوردر التحديث مستمر والتخصيص مميز.

• الفائدة المدركة:

١- ما هي الفائدة التي تتوقعها من استخدام بي أوردر؟
المبحوث: الحصول على خدمة توصيل الطلب في بي أوردر أكون ضامن للنتيجة وحتى عند حدوث المشاكل يتم التعامل معها بشكل يشجعني على الاستخدام، على الرغم من حزني اتجاه زيادة الطلب عبر الانترنت بما يضعف حركة الناس في الأسواق والمطاعم.

▪ تجد أن هذا الاستخدام مريح لحياتك اليومية.✓

٢- أي العوامل السابقة أكثر أهمية بالنسبة لك، ولماذا؟
المبحوث: لأن الراحة هي أهم شيء.

٣- كيف يؤثر ادراكك للفائدة المتوقعة من استخدام المنصة في استخدامك لها؟
المبحوث: الشخص يشتري راحة باله فعليا أحصل على ما أريد دون التحرك من مكاني فيزداد استخدامي.

• جودة المعلومات (وهي الخصائص المرغوب توافرها في المعلومات):

١- برأيك ماهي الخصائص التي يجب أن تتمتع بها المعلومات حتى تتسم بالجودة؟ ولماذا؟
المبحوث: جودة الصور الموجودة للمنتجات، والأسعار الدقيقة، وأهم مشكلة موجودة في التطبيق عدم توافر الموقع لجميع المطاعم فعند الطلب يجب أن أسأل المحيطين حولي عن أقرب المطاعم حتى أقوم بالاختيار ، ويصل الطعم بالجودة التي أريد، بالإضافة إلى رقم التواصل للمطعم حتى لو أن المنصة تتفاعل مع كل ملاحظاتي ولكن من الضروري وجود هذا الرقم.

من الخصائص أيضا:

▪ دقة المعلومات.✓

٢- أي الخصائص السابقة أكثر أهمية بالنسبة لك ولماذا؟
المبحوث: الدقة لأن الدقة أساس المصادقية، وطالما توفرت المصادقية كل شيء على ما يرام.
٣- كيف تؤثر جودة المعلومات في استخدامك للمنصة؟
المبحوث: عندما أدخل على المنصة وأطلع على المعلومات الموجودة ، والصور الموضحة والوصف والسعر وإمكانية لتعديل المكونات بالتالي الاستخدام المتكرر بزيادتها.

٤- برأيك هل تؤثر جودة المعلومات في سهولة استخدام بي أوردر؟ ولماذا؟
المبحوث: جودة المعلومات التي تتحقق من خلال دقتها بالدرجة الأولى تؤدي إلى سهولة الاستخدام حكما.
٥- برأيك هل تؤثر جودة المعلومات في الفائدة التي تتوقعها من استخدام بي أوردر؟ ولماذا؟
بالطبع دقة المعلومات بالدرجة الأولى ورؤيتي لكل شيء واضح وتقاطعه مع الواقع بشكل صحيح تزيد من توقعي للفوائد.

• جودة النظام (وهي الخصائص المرغوب توافرها في النظام الذي ينتج المعلومة):

١- برأيك ماهي الخصائص التي تعطي الجودة للنظام؟ ولماذا؟

▪ مرونة النظام.✓

المبحوث: بالإضافة إلى الاستجابة الفورية طبعا.

١- كيف تؤثر جودة النظام في استخدامك للمنصة؟ .

المبحوث: لما يكون النظام مرن يتمتع بتحديث مستمر لا يمل المستخدمون أو يعانون من القدم، فيستمر الاستخدام

٢- برأيك هل تؤثر جودة النظام في سهولة استخدام بي أوردر؟ ولماذا؟.

المبحوث: طبعا لأنه عند تواجد أي مشاكل في النظام تؤدي إلى أخطاء في الاستخدام.

٣- برأيك هل تؤثر جودة النظام في الفائدة التي تتوقعها من استخدام بي أوردر؟ ولماذا؟.

المبحوث: بالطبع لنفس السبب تتأثر الفائدة التي أتوقعها

• **تصميم واجهة المستخدم (المقصود بواجهة المستخدم: شاشة الاتصال بينك وبين المنصة):**

١- برأيك ما هو أهم عنصر يجب أن يتوافر ضمن هذه الواجهة؟.

المبحوث: يوجد شيء يهمني ويهم أي مستخدم في تصميم هذه الواجهة في بناء تجربة المستخدم ، وهو ظهور كل شيء يهم المستخدم من بداية فتح المنصة الأكثر أهمية بالنسبة للمستخدم ، والعروض وأكواد الحسم وغيرها أو التطبيق وألا يكون هناك الكثير من الرموز.

■ الألوان الموجودة في المنصة مريحة.✓

ولماذا؟

بالإضافة إلى وضوح مكان البحث طبعا وسهولة استخدامها فعند وضوح كل فمن الواجهة يستطيع المستخدم الوصول إلى كل ما يريد.

٢- برأيك هل لتصميم واجهة المستخدم تأثير في استخدامك للمنصة؟ ولماذا؟.

المبحوث: طبعا فعند استخدام أي منصة ذات واجهة صعبة لا تمكنني من فهم الغرض منها ، أو طريقة العرض غير مريحة لا استخدمه مرة ثانية.

٣- برأيك هل يؤثر تصميم واجهة المستخدم في سهولة استخدام بي أوردر؟ ولماذا؟.

المبحوث: بالطبع واعتقد أنني جاوبت سلف.

٤- برأيك هل يؤثر تصميم واجهة المستخدم في الفائدة التي تتوقعها من استخدام بي أوردر؟ ولماذا؟.

المبحوث: بالطبع فعند الاستخدام الأول التصميم هو أول ما يثير فضولي حول كيفية الطلب والبحث والحصول على ما أريد من أصناف ، وكيف يصلني وفي هذه المنصة تحديد يتم إعطاء كامل التفاصيل بوضوح وسهولة.

• **التفاعلية المدركة (تشير إلى أي درجة تشعر ؛ بأن تجربة استخدامك للمنصة تحاكي التجربة الواقعية):**

١- كيف تصف محاكاة تجربة استخدام بي أوردر لتجربة الشراء الواقعي؟.

المبحوث: مشابهة لدرجة كبيرة ومرضية أكثر في كثير من النقاط تحديدا السرعة في التجاوب. ومن حيث:

• تزامن الاتصال✓

٢- أي النقاط السابقة أكثر أهمية بالنسبة لك؟ ولماذا؟.

المبحوث: التزامن أولاً تسجيل طلبي يجب أن يتم بأسرع وقت ممكن ، ثانياً الاتصال ثنائي الاتجاه تعتبر حلول بي أوردر مرضية للغاية.

٣- كيف تؤثر التفاعلية بينك وبين بي أوردر في استخدامك لها؟.

المبحوث: بالطبع لها تأثير مهم في استمرار الاستخدام.

٤- برأيك هل تؤثر التفاعلية في سهولة استخدام بي أوردر؟ ولماذا؟.

٥- برأيك هل تؤثر التفاعلية في الفائدة التي تتوقعها من استخدام بي أوردر؟ ولماذا؟.

المبحوث: بالطبع تؤثر في كل من الفائدة والسهولة ولكن يتوضع التأثير أكثر في الفائدة ؛ لأنه مع الوقت سوف تتأثر الفائدة عند حدوث أي خلل.

أخيراً هل من الممكن أن ترتب العوامل من ١ إلى ٦ بدءاً بالأكثر تأثيراً على استخدامك لبي أوردر؟، ولماذا؟.

جودة النظام	جودة المعلومات	التفاعلية المدركة	تصميم واجهة المستخدم	سهولة الاستخدام	الفائدة المدركة
٢	٣	٦	٥	٤	١
هي الأساس الذي يبنى عليه	هي أساس المصادقية	ليست ذات أهمية قليلة على العكس هي عنصر أساسي ولكن توفر ما سبق ضامن لها	مهمة جداً لاستمرار الاستخدام	لا يمكن أن تتحقق قبل تحقق جودة النظام وجودة المعلومات	الاستخدام يتم بناء على فائدة أتوقعها ممن حدثوني عن التطبيق

م.٣: المبحوث رقم ٣ (ي. م).....مدة المقابلة ٩ دقائق.

القسم الأول: المعلومات الديموغرافية:

١- النوع الاجتماعي: أنثى

٢- العمر: أقل من ٢٥ سنة

٣- المستوى التعليمي: معهد

٤- ماهي المنصات الإلكترونية التي تستخدمها، وما هو الغرض من استخدامها؟.

المبحوث: موفو وبي أوردر لطلب الطعام ووصيلي أيضاً، ويلاغو لطلب التوكسي كان سبب استخدامي لهذا النوع من المنصات هو لتوفير الوقت والجهد.

٥- كم مرة ممكن أن يتكرر استخدامك لمنصة بي أوردر شهرياً؟ ولماذا؟.

المبحوث: شهريا أم يوميا؟ أنا في اليوم الواحد كنت أطلب أكبر من مرة تبعا لوقت العمل الطويل لدي وبعد مكان عمي عن الأسواق ؛ فضلاً عن العروض التي كانت مغرية لي فمع ازدياد مرات الطلب كنت أحصل على عروض من أكواد حسم، وغيرها.

٦- كم تمضي من الوقت على المنصة حتى تقوم بطلب الخدمة؟ ولماذا؟.

المبحوث: حسب درجة الجوع بالدرجة الأولى، بالإضافة إلى الاطلاع على العروض، أما عند قراري لما أريد فهو وقت قصير جدا ٣ دقائق أو ٤ كأقصى حد.

القسم الثاني:

• سهولة الاستخدام المدركة:

١- كيف تصف سهولة استخدام بي أوردر؟.

المبحوث: بسيطة وسهلة وممتعة تعرفك على أشياء جديدة. يمكن وصفها أيضا من خلال مايلي:

▪ مع الوقت استخدام بي أوردر أصبح أمر بديهي. ✓

٢- أي العناصر السابقة أكثر أهمية بالنسبة لك ولماذا؟ .

المبحوث: لأننا نحتاج وقت حتى نتعرف عليها ونحفظ تفاصيل التعامل معها.

٣- كيف تؤثر سهولة الاستخدام في استخدامك للمنصة؟

المبحوث: كلما كانت سهلة الاستخدام ومرنة وميزاتها جيدة مثل الاسعار وسرعة التوصيل كلما زاد طلبتي.

• الفائدة المدركة:

١- ما هي الفائدة التي تتوقعها من استخدام بي أوردر؟.

المبحوث: توفير الوقت والجهد طبعا وبأسعار مرضية وعروض ودون أي مواجهات لا مع المطاعم ، ولا الشيف دون ازعاجات فنحصل على خدمة ذاتية مرضية لأنفسنا. من الفوائد المتوقعة أيضا ما يلي:

▪ تجد أن هذا الاستخدام مريح لحياتك اليومية. ✓

٢- ما هو الأكثر أهمية بالنسبة لك مما سبق، ولماذا؟ .

المبحوث: لأن توفير الراحة هو أهم شيء.

٣- كيف يؤثر إدراكك للفائدة المتوقعة من استخدام المنصة في استخدامك لها؟.

المبحوث: بأنّ استخدمها بشكل يومي، حتى إذا استمر ارضائي بهذا الشكل فسأتوجه للحصول على خدمة الماركت.

• جودة المعلومات (وهي الخصائص المرغوب توافرها في المعلومات):

١- برأيك ماهي الخصائص التي يجب أن تتمتع بها المعلومات حتى تتسم بالجودة؟ ولماذا؟ المبحوث: أن

تكون المواصفات للوجبات واضحة أمامي، وإذا أردت أن ألغي أي مكون أتمكن من ذلك، وللصور

دور فمن الممكن أنا كمستخدم عندما أرى صور لوجبة معينة وأرغب في تجربتها أحصل عليها كما

هي.

يمكن أيضا اعتبار ما يلي من الخصائص التي تعطي الجودة للمعلومات:

■ قرب المعلومات من الواقع وملاءمتها. ✓

٢- أي الخصائص السابقة أكثر أهمية بالنسبة لك ولماذا؟.

المبحوث: من غير المنطقي ألا تتطابق وهذه نقطة مهمة جدا وفي بي أوردرد ألاحظ التعديلات.

٣- كيف تؤثر جودة المعلومات في استخدامك للمنصة؟.

المبحوث: طبعا لها تأثير كبير فتوفر جودة المعلومات تعطيني الجرأة ؛ لأطلب مرة أخرى وإلا أعتبر أن هناك كذب ولا استخدمها ثانية.

٤- برأيك هل تؤثر جودة المعلومات في سهولة استخدام بي أوردرد؟ ولماذا؟.

المبحوث: لا لا تؤثر فقط في الاستخدام ولا علاقة لهذا بسهولة الاستخدام.

٥- برأيك هل تؤثر جودة المعلومات في الفائدة التي تتوقعها من استخدام بي أوردرد؟ ولماذا؟.

المبحوث: نعم تؤثر فهي تزيد من الثقة بالتالي تزيد من توقعي للمزيد من الفوائد.

● **جودة النظام (وهي الخصائص المرغوب توافرها في النظام الذي ينتج المعلومة):**

١- برأيك ماهي الخصائص التي تعطي الجودة للنظام؟.

من بين الخصائص أيضا نذكر:

■ الاستجابة الفورية. ✓

٢- أي الخصائص السابقة أكثر أهمية بالنسبة لك؟ ولماذا؟.

المبحوث: لأنها توفر لي السرعة وهذا ما أريد، وللخصوصية دور أيضا فأنا أدخل حسابين بنكيين.

٣- كيف تؤثر جودة النظام في استخدامك لمنصة بي أوردرد؟.

المبحوث: تؤثر في كثرة استخدامي واستمرار استخدامي.

٤- برأيك هل تؤثر جودة النظام في سهولة استخدام بي أوردرد؟ ولماذا؟.

المبحوث: هذه النقطة نعم تؤثر في سهولة استخدامي لحد ما بتوفير النظام وأن يكون قابل للاستخدام.

٥- برأيك هل تؤثر جودة النظام في الفائدة التي تتوقعها من استخدام بي أوردرد؟ ولماذا؟.

المبحوث: توفر الفائدة لهم بالدرجة الأولى فتوفر هذه النقاط يوفر لهم المزيد من العملاء والمزيد من الطلبات.

● **تصميم واجهة المستخدم (المقصود بواجهة المستخدم: شاشة الاتصال بينك وبين المنصة):**

١- عند قولنا تصميم واجهة المستخدم برأيك ما هو أهم عنصر يجب أن يتوافر ضمن تصميم هذه

الواجهة؟.

المبحوث: في بي أوردرد النحلة لأن النحلة سريعة فهو يستطيع أن يعطيك توصيل سريع كالنحلة واللون

الأصفر يمنحني تفاؤل.

من النقاط المهمة في تصميم واجهة المستخدم ما يلي:

■ سهولة استخدام الواجهة. ✓

٢- أي النقاط السابقة أكثر أهمية بالنسبة لك؟ ولماذا؟.

المبحوث: إذا كانت الواجهة سهلة الاستخدام يكون كل شيء سهل.

٣- هل لتصميم واجهة المستخدم تأثير في استخدامك للمنصة؟ ولماذا؟.

المبحوث: للناس الشكلية هو نقطة مهمة أما لمن يبحث عن فائدة لا يهتم ، ولكن بالنسبة لي كان الموضوع متكامل الفائدة والتصميم كان محمس ومشجع للاستخدام.

٤- برأيك هل يؤثر تصميم واجهة المستخدم في سهولة استخدام بي أوردر؟ ولماذا؟.

المبحوث: أكيد لأنه ليس كل أحد قادر على إيجاد مكان البحث مثلا في حال غموضه ؛ عدا عن وجود شرائح عمرية متنوعة.

٥- برأيك هل يؤثر تصميم واجهة المستخدم في الفائدة التي تتوقعها من استخدام بي أوردر؟ ولماذا؟.

المبحوث: أكيد لأن هذا يضيف متعة يعطيني درجة من الراحة والمتعة معا.

• **التفاعلية المدركة** (تشير إلى أي درجة تشعر بأن تجربة استخدامك للمنصة تحاكي التجربة الواقعية):

١- كيف تصف محاكاة تجربة استخدام بي أوردر لتجربة الشراء الواقعي؟.

المبحوث: هي سهلة الطلب أفضل من الذهاب ولكن أشعر بوجود حاجز رسمي ومرن معا يعطيك ما تريد. ومن حيث:

• **الاتصال ثنائي الاتجاه** ✓

٢- أي النقاط السابقة أكثر أهمية بالنسبة لك؟ ولماذا؟.

المبحوث: أفضل كما أقوم بإعطائهم تفاصيل أن يقوموا بذلك بالمقابل فهم من بداية الطلب يقومون ؛ بإعطائي تفاصيل تحرك طلب بالمطعم وصولا لرجل التوصيل وحتى يصل الطلب، أعطي ملاحظات يعطوني ملاحظات هذا يضيف متعة.

٣- كيف تؤثر التفاعلية بينك وبين بي أوردر في استخدامك لها؟.

المبحوث: نعم تزيد من استخدامي

٤- برأيك هل تؤثر التفاعلية في سهولة استخدام بي أوردر؟ ولماذا؟.

المبحوث: يوجد أثر ولكن ضعيف مقارنة بالتأثير في زيادة الاستخدام.

٥- برأيك هل تؤثر التفاعلية في الفائدة التي تتوقعها من استخدام بي أوردر؟ ولماذا؟.

المبحوث: ممكن أن تزيد من توقعي للفائدة بالتالي زيادة طلبتي.

أخيرا هل من الممكن أن ترتب العوامل من ١ إلى ٦ بدءا بالأكثر تأثيرا على استخدامك لبي أوردر؟، ولماذا؟.

المتغير	سهولة الاستخدام المدركة	الفائدة المدركة	جودة المعلومات	جودة النظام	تصميم واجهة المستخدم	التفاعلية المدركة
الترتيب	٦	١	٤	٥	٢	٣
السبب	لأنها تحتاج وقت حتى أعود على استخدامها وتصبح بعدها سهلة	استخدامي يكون لهذه الفائدة التي أتوقعها	تدعم النقاط السابقة	لأنها تضيف الثقة للعلاقة	لأنها تعزز الاستخدام	تضيف المتعة

م. ٤: المبحوث رقم (٤) م. ز.....مدة المقابلة: ١٦ د.

١- النوع الاجتماعي: ذكر

٢- العمر: أقل من ٢٥

٣- المستوى التعليمي: جامعي

٤- ماهي المنصات الإلكترونية التي تستخدمها، وما هو الغرض من استخدامها؟.

المبحوث: منصة طلب الطعام بي أوردر والدفع من خلال سيرينل كاش

٥- كم مرة ممكن أن يتكرر استخدامك لمنصة بي أوردر شهريا؟ ولماذا؟.

المبحوث: وسطيا ٨ مرات، لأنها توفر لي سهولة الطلب بسرعة ودقة في المواعيد.

٦- كم تمضي من الوقت على المنصة حتى تقوم بطلب الخدمة؟ ولماذا؟.

المبحوث: بين الدقيقتين إلى ٥ دقائق وأعتبره وقت مثالي.

القسم الثاني:

• سهولة الاستخدام المدركة:

١- كيف تصف سهولة استخدام بي أوردر؟

المبحوث: كبرنامج هو واضح واجهته منسقة يمكن اختيار كل شيء بسهولة.

يمكن وصفها أيضا من خلال ما يلي:

■ التفاعل بينك وبين بي أوردر واضح ومفهوم. ✓

٢- أي العناصر السابقة أكثر أهمية بالنسبة لك ولماذا؟ .

المبحوث: هذا شيء مريح لا يتطلب مني جهد.

٣- كيف تؤثر سهولة الاستخدام في استخدامك للمنصة؟.

المبحوث: طبعا إذا كان سهل تزداد رغبتني في التعامل.

• الفائدة المدركة:

١- ما هي الفائدة التي تتوقعها من استخدام بي أوردر؟.

المبحوث: تلبية طلباتي بمصداقية.

من الفوائد المتوقعة أيضا ما يلي:

■ تجد أن هذا الاستخدام مريح لحياتك اليومية. ✓

٢- ما هو الأكثر أهمية بالنسبة لك مما سبق، ولماذا؟ .

المبحوث: إلى جانب السرعة طبعا ونحن في عصر السرعة يجب أن يكون كل شيء سريع.

٣- كيف يؤثر ادراكك للفائدة المتوقعة من استخدام المنصة في استخدامك لها؟.

المبحوث: سيكون تأثير إيجابي وأكرر الاستخدام.

• جودة المعلومات (وهي الخصائص المرغوب توافرها في المعلومات):

١- برأيك ماهي الخصائص التي يجب أن تتمتع بها المعلومات حتى تتسم بالجودة؟ ولماذا؟ .

المبحوث: وقت توصيل وتطابقه مع التوصيل فعلا.

يمكن أيضا اعتبار ما يلي من الخصائص التي تعطي الجودة للمعلومات:

■ قرب المعلومات من الواقع وملاءمتها. ✓

٢- أي الخصائص السابقة أكثر أهمية بالنسبة لك ولماذا؟.

المبحوث: فضلاً عن دقتها بالوقت نفسه .

٣- كيف تؤثر جودة المعلومات في استخدامك للمنصة؟.

المبحوث: يزداد استخدامي أكثر .

٤- برأيك هل تؤثر جودة المعلومات في سهولة استخدام بي أوردري؟ ولماذا؟.

المبحوث: نعم: من خلال وجود ما أريد البحث عنه من معلومات.

٥- برأيك هل تؤثر جودة المعلومات في الفائدة التي تتوقعها من استخدام بي أوردري؟ ولماذا؟.

المبحوث: نعم هذا أيضا ينطبق على ما سبق.

● **جودة النظام (وهي الخصائص المرغوب توافرها في النظام الذي ينتج المعلومة):**

١- برأيك ماهي الخصائص التي تعطي الجودة للنظام؟.

من بين الخصائص أيضا نذكر:

■ توفير النظام للسرية والخصوصية. ✓

٢- أي الخصائص السابقة أكثر أهمية بالنسبة لك؟ ولماذا؟.

المبحوث: معلوماتي الشخصية مثلا هي خاصة بي أنا فقط.

٣- كيف تؤثر جودة النظام في استخدامك لمنصة بي أوردري؟ .

٤- برأيك هل تؤثر جودة النظام في سهولة استخدام بي أوردري؟ ولماذا؟.

المبحوث: لا ليس لها علاقة.

٥- برأيك هل تؤثر جودة النظام في الفائدة التي تتوقعها من استخدام بي أوردري؟ ولماذا؟.

المبحوث: وجود الخصوصية والتناسق في النظام يعني فوائد أكثر .

● **تصميم واجهة المستخدم (المقصود بواجهة المستخدم: شاشة الاتصال بينك وبين المنصة):**

١- عند قولنا تصميم واجهة المستخدم برأيك ما هو أهم عنصر يجب أن يتوافر ضمن تصميم هذه

الواجهة؟

المبحوث: تناسق الألوان والمعلومات وترتيبها.

من النقاط المهمة في تصميم واجهة المستخدم ما يلي:

■ سهولة استخدام الواجهة. ✓

٢- أي النقاط السابقة أكثر أهمية بالنسبة لك؟ ولماذا؟.

المبحوث: أكيد هي الأهم لأنها أساس بدء العلاقة.

٣- برأيك هل لتصميم واجهة المستخدم تأثير في استخدامك للمنصة؟ ولماذا؟.

المبحوث: طبعا لأن التناسق يعني أنني أطلب بهدوء

٤- برأيك هل يؤثر تصميم واجهة المستخدم في سهولة استخدام بي أوردر؟ ولماذا؟.

المبحوث: أيضا بالطبع يكون استخدام مريح.

٥- برأيك هل يؤثر تصميم واجهة المستخدم في الفائدة التي تتوقعها من استخدام بي أوردر؟ ولماذا؟.

المبحوث: طبعا وجود كل صنف في القسم الخاص به من البداية يعني اختصار وقت.

٦- التفاعلية المدركة (تشير إلى أي درجة تشعر بأن تجربة استخدامك للمنصة تحاكي التجربة الواقعية):

١- كيف تصف محاكاة تجربة استخدام بي أوردر لتجربة الشراء الواقعي؟.

المبحوث: ٩٠% أو أكثر هي قريبة فأنا أشتري من مطاعم أعرفها.

ومن حيث:

• الاتصال ثنائي الاتجاه ✓

٢- أي النقاط السابقة أكثر أهمية بالنسبة لك؟ ولماذا؟.

المبحوث: من أهم الإيجابيات أن يستمعوا لي.

٣- كيف تؤثر التفاعلية بينك وبين بي أوردر في استخدامك لها؟.

المبحوث: أيضا تؤثر بشكل إيجابي.

٤- برأيك هل تؤثر التفاعلية في سهولة استخدام بي أوردر؟ ولماذا؟.

المبحوث: تجاوبهم معي يعني سهولة الاستخدام.

٥- برأيك هل تؤثر التفاعلية في الفائدة التي تتوقعها من استخدام بي أوردر؟ ولماذا؟.

المبحوث: المنصة المتجاوبة معي والتي تعطيني مؤشرات تجاوب معي ترضيني.

أخيرا هل من الممكن أن ترتب العوامل من ١ إلى ٦ بدءا بالأكثر تأثيرا على استخدامك لبي أوردر؟، ولماذا؟.

المتغير	سهولة الاستخدام المدركة	الفائدة المدركة	جودة المعلومات	جودة النظام	تصميم واجهة المستخدم	التفاعلية المدركة
الترتيب	٤	٢	٣	١	٥	٦
السبب						

م.٥: المبحوث رقم (٥).....ت. ن.....مدة المقابلة.....٦.١د.

١- النوع الاجتماعي: أنثى

٢- العمر: أقل من ٢٥

٣- المستوى التعليمي: جامعي

٤- ماهي المنصات الإلكترونية التي تستخدمها، وما هو الغرض من استخدامها؟.

بي أوردر للحصول على توصيل الطعام.

٥- كم مرة ممكن أن يتكرر استخدامك لمنصة بي أوردر شهريا؟ ولماذا؟.
المبحوث: ممكن مرة أو مرتين أو أكثر تبعا لحاجتي.

٦- كم تمضي من الوقت على المنصة حتى تقوم بطلب الخدمة؟ ولماذا؟.
المبحوث: يمكن القول أنه وقت قصير لوضوح التقسيمات في التطبيق.

القسم الثاني:

• سهولة الاستخدام المدركة:

١- كيف تصف سهولة استخدام بي أوردر؟.

المبحوث: كل شيء واضح حتى كتابة لا نضطر للكتابة المأكولات مقسمة مثلا ومن خلال الفئات نبحث عن الوجبات من خلال الصور والشروحات.
يمكن وصفها أيضا من خلال ما يلي:

▪ تجد التفاعل مرن. ✓

٢- أي العناصر السابقة أكثر أهمية بالنسبة لك ولماذا؟ .
المبحوث: لأن المرونة تضمن السهولة.

٣- كيف تؤثر سهولة الاستخدام في استخدامك للمنصة؟.

المبحوث: يصبح استخدامي له أكثر من أي تطبيق ، أو حتى الذهاب للمطعم أو طلبي من المطاعم التي اعتدت الطلب منها سابقا ؛ فيستمر استخدامي للتطبيق حتى ممكن أن أشعر أن هناك جاذب لاستخدام التطبيق ، والاطلاع على الموجود حتى عند عدم جوعي.

• الفائدة المدركة:

١- ما هي الفائدة التي تتوقعها من استخدام بي أوردر؟.

المبحوث: السرعة وتوفير الوقت.

من الفوائد المتوقعة أيضا ما يلي:

▪ يمكنك استخدامها من الحصول على ما تريد بسرعة. ✓

٢- ما هو الأكثر أهمية بالنسبة لك مما سبق، ولماذا؟ .

المبحوث: هو تطبيق للطعام في أي وقت في أي مكان أريد أن أطلب ويصلني طلبي بسرعة.

٣- كيف يؤثر ادراكك للفائدة المتوقعة من استخدام المنصة في استخدامك لها؟.

المبحوث: هذا الشيء يجعلني أستخدم بكثرة وحتى أن أنصح غيري باستخدامه.

• جودة المعلومات (وهي الخصائص المرغوب توافرها في المعلومات):

١- برأيك ماهي الخصائص التي يجب أن تتمتع بها المعلومات حتى تتسم بالجودة؟ ولماذا؟

المبحوث: مكونات الوجبات والأسعار تكون دقيقة والمناطق التي تصل إليها والوقت الذي يتطلبه الطلب حتى يصل.

يمكن أيضا اعتبار ما يلي من الخصائص التي تعطي الجودة للمعلومات:

▪ كفاية المعلومات. ✓

٢- أي الخصائص السابقة أكثر أهمية بالنسبة لك ولماذا؟.

المبحوث: إلى جانب دقتها هو أهم شيء.

٣- كيف تؤثر جودة المعلومات في استخدامك للمنصة؟.

المبحوث: إذا كانت المعلومات دقيقة وكافية وواضحة للشخص الذي سيقوم بالطلب سيستمر بالاستخدام.

٤- برأيك هل تؤثر جودة المعلومات في سهولة استخدام بي أوردر؟ ولماذا؟.

المبحوث: طبعاً فإذا كانت المعلومات أوضح يكون الطلب أسهل.

٥- برأيك هل تؤثر جودة المعلومات في الفائدة التي تتوقعها من استخدام بي أوردر؟ ولماذا؟.

المبحوث: طبعاً هي تتحقق ضمناً.

• **جودة النظام** (وهي الخصائص المرغوب توافرها في النظام الذي ينتج المعلومة):

١- برأيك ماهي الخصائص التي تعطي الجودة للنظام؟.

من بين الخصائص أيضاً نذكر:

■ الاستجابة الفورية.✓

٢- أي الخصائص السابقة أكثر أهمية بالنسبة لك؟ ولماذا؟.

المبحوث: إلى جانب السرية والخصوصية.

٣- كيف تؤثر جودة النظام في استخدامك لمنصة بي أوردر؟.

المبحوث: هي أساس الجذب فإذا حصلت على التطبيق بسهولة ولم يتصف بالتعقيدات فيه وأعطاني ما يكفي من الثقة مباشرة أنصح غيري به.

٤- برأيك هل تؤثر جودة النظام في سهولة استخدام بي أوردر؟ ولماذا؟.

المبحوث: أكيد

٥- برأيك هل تؤثر جودة النظام في الفائدة التي تتوقعها من استخدام بي أوردر؟ ولماذا؟.

المبحوث: أكيد كلما زادت المواصفات الجيدة أكثر وكان أسهل يصبح كل شيء أسرع وهو ما أريد.

• **تصميم واجهة المستخدم** (المقصود بواجهة المستخدم: شاشة الاتصال بينك وبين المنصة):

١- عند قولنا تصميم واجهة المستخدم برأيك ما هو أهم عنصر يجب أن يتوافر ضمن تصميم هذه الواجهة؟.

المبحوث: من الضروري أن تكون واضحة تعبر عن الشيء الذي يقدمه التطبيق بسهولة وتصنيفات والتصميم يجب أن يلامس الواقع.

من النقاط المهمة في تصميم واجهة المستخدم ما يلي:

■ وضوح مكان البحث.✓

٢- أي النقاط السابقة أكثر أهمية بالنسبة لك؟ ولماذا؟.

المبحوث: إلى جانب سهول الاستخدام.

٣- برأيك هل لتصميم واجهة المستخدم تأثير في استخدامك للمنصة؟ ولماذا؟.

المبحوث: نعم تؤثر وبشكل كبير فهي عنصر جاذب للاستخدام.

٤- برأيك هل يؤثر تصميم واجهة المستخدم في سهولة استخدام بي أوردر؟ ولماذا؟.

المبحوث: نعم من الممكن أن تؤثر زيادة الاعتناء بالتصميم بحيث يسهل الاستخدام.

٥- برأيك هل يؤثر تصميم واجهة المستخدم في الفائدة التي تتوقعها من استخدام بي أوردر؟ ولماذا؟.

المبحوث: لا الفائدة أتوقعها بعد التجربة وليس من التصميم هو يجذبني حتى أجرب فقط.

٦- التفاعلية المدركة (تشير إلى أي درجة تشعر بأن تجربة استخدامك للمنصة تحاكي التجربة الواقعية):

١- كيف تصف محاكاة تجربة استخدام بي أوردر لتجربة الشراء الواقعي؟.

قريبة جدا ولكن هذا يتوقف على الكثير من التجارب والمقارنات أيضا فلكل منها مزايا.

ومن حيث:

• طوعية الاتصال ✓

٢- أي النقاط السابقة أكثر أهمية بالنسبة لك؟ ولماذا؟.

المبحوث: كلها مهمة ومتحققة في بي أوردر أكثر ما يهمني الطوعية أحب أن أشعر أن التحكم كاملا في الطلب هو لي.

٣- كيف تؤثر التفاعلية بينك وبين بي أوردر في استخدامك لها؟.

المبحوث: كيفية تعاملهم معي تؤثر في حالتي النفسية طبعاً وهل سأستمر في التعامل معهم أم لا.

٤- برأيك هل تؤثر التفاعلية في سهولة استخدام بي أوردر؟ ولماذا؟.

المبحوث: لا أعتقد فهي بعيدة قليلاً عنها.

٥- برأيك هل تؤثر التفاعلية في الفائدة التي تتوقعها من استخدام بي أوردر؟ ولماذا؟.

المبحوث: هنا أنا أشعر بالفائدة بشكل مؤكد ويزداد توقعي للفوائد.

أخيراً هل من الممكن أن ترتب العوامل من ١ إلى ٦ بدءاً بالأكثر تأثيراً على استخدامك لبي أوردر؟، ولماذا؟.

المتغير	سهولة الاستخدام المدركة	الفائدة المدركة	جودة المعلومات	جودة النظام	تصميم واجهة المستخدم	التفاعلية المدركة
الترتيب	١	٦	٣	٢	٤	٥
السبب	هي الأهم	تحتاج وقت وتجارب	المصدقية	هي الجاذب والثقة		

م.٦: المبحوث رقم (٦) ب. ق مدة المقابلة: ١٥ د.

١- النوع الاجتماعي: أنثى

٢- العمر: أقل من ٢٥

٣- المستوى التعليمي: جامعي

٤- ماهي المنصات الإلكترونية التي تستخدمها، وما هو الغرض من استخدامها؟.

المبحوث: بي أورد لطلب الطعام ويلاغو لطلب التكري.

٥- كم مرة ممكن أن يتكرر استخدامك لمنصة بي أورد شهر يا؟ ولماذا؟.

المبحوث: في الأسبوع مرة أو مرتين في الشهر بحدود ال٦ مرات، أفضل أنا والأصدقاء الطلب الجماعي، أو في مكان العمل، أو بشكل فردي.

٦- كم تمضي من الوقت على المنصة حتى تقوم بطلب الخدمة؟ ولماذا؟.

المبحوث: في أول مرة احتجت وقت ولكن في المرات اللاحقة بخمس دقائق إلى حد ال ١٠ دقائق أقصى حد.

القسم الثاني:

• سهولة الاستخدام المدركة:

١- كيف تصف سهولة استخدام بي أورد؟.

المبحوث: جدا سهلة فكل ما نطلبه موثق بصور مثلا مع وصف المكونات والأسعار ولا يتطلب وقت حتى نسأل ونستفسر عن أي شيء.

يمكن وصفها أيضا من خلال ما يلي:

▪ تجد التفاعل مرن. ✓

٢- أي العناصر السابقة أكثر أهمية بالنسبة لك ولماذا؟ .

المبحوث: برأيي مرونة التفاعل تشمل كل ما سبق فكله مهم.

٣- كيف تؤثر سهولة الاستخدام في استخدامك للمنصة؟

المبحوث: عندما أجدها سهلة الاستخدام ويصلني ما أريد بالسرعة التي أريد فعندما أشعر بالجوع في كل مرة سأطلب منها فقط.

• الفائدة المدركة:

١- ما هي الفائدة التي تتوقعها من استخدام بي أورد؟.

المبحوث: أن أحصل على ما أريد الا يكون مغاير لما أطلب.

من الفوائد المتوقعة أيضا ما يلي:

▪ تجد أن هذا الاستخدام مريح لحياتك اليومية. ✓

٢- ما هو الأكثر أهمية بالنسبة لك مما سبق، ولماذا؟

المبحوث: لأنني استخدمها لأمتلك وقتاً إضافياً لشيء آخر وهذا يعطيني راحة.

٣- كيف يؤثر ادراكك للفائدة المتوقعة من استخدام المنصة في استخدامك لها؟.

المبحوث: التأثير إيجابي طبعا وصول الطلب الذي أريد بالجودة التي أنتظرها سأعود الطلب.

• جودة المعلومات (وهي الخصائص المرغوب توافرها في المعلومات):

١- برأيك ماهي الخصائص التي يجب أن تتمتع بها المعلومات حتى تتسم بالجودة؟ ولماذا؟

المبحوث: مكونات كل طبق بالدرجة الأولى على فرض أنني نباتي من حقي أن أعرف كل ما في الوجبة، فضلاً عن معرفتي المسبقة بالسعر.

يمكن أيضا اعتبار ما يلي من الخصائص التي تعطي الجودة للمعلومات:

■ دقة المعلومات. ✓

٢- أي الخصائص السابقة أكثر أهمية بالنسبة لك ولماذا؟.

المبحوث: هي أهم شيء مثلاً إذا لم أجد تخصيص يعتبر شيء عادي أنا أبحث ، ولكن عدم وجود الدقة في المعلومات هنا تحدث المشاكل.

٣- كيف تؤثر جودة المعلومات في استخدامك للمنصة؟

المبحوث: على هذه النقطة تتوقف استمرارية استخدامي.

٤- برأيك هل تؤثر جودة المعلومات في سهولة استخدام بي أوردري؟ ولماذا؟.

المبحوث: لا لا يوجد تأثير يذكر.

٥- برأيك هل تؤثر جودة المعلومات في الفائدة التي تتوقعها من استخدام بي أوردري؟ ولماذا؟.

المبحوث: طبعاً دقة المعلومات تعكس الفوائد التي سأنتظرها دائماً.

● جودة النظام (وهي الخصائص المرغوب توافرها في النظام الذي ينتج المعلومة):

١- برأيك ماهي الخصائص التي تعطي الجودة للنظام؟.

من بين الخصائص أيضاً نذكر:

■ الاستجابة الفورية. ✓

٢- أي الخصائص السابقة أكثر أهمية بالنسبة لك؟ ولماذا؟.

المبحوث: هي تتضمن أيضاً مجموعة خصائص مثل مرونة النظام وقابليته للاستخدام.

٣- كيف تؤثر جودة النظام في استخدامك لمنصة بي أوردري؟

المبحوث: يؤثر بمعاودة الاستخدام أو اعتبار التطبيق خيار ثاني.

٤- برأيك هل تؤثر جودة النظام في سهولة استخدام بي أوردري؟ ولماذا؟.

المبحوث: طبعاً جودة النظام أساساً تتبين من خلال سهولة الاستخدام.

٥- برأيك هل تؤثر جودة النظام في الفائدة التي تتوقعها من استخدام بي أوردري؟ ولماذا؟.

المبحوث: طبعاً فإذا انخفضت جودة النظام تصبح المنصة موضع شك بالنسبة لي.

● تصميم واجهة المستخدم (المقصود بواجهة المستخدم: شاشة الاتصال بينك وبين المنصة):

١- عند قولنا تصميم واجهة المستخدم برأيك ما هو أهم عنصر يجب أن يتوافر ضمن تصميم هذه

الواجهة؟.

العنصر الجاذب: مثل الصور والرسوم.

من النقاط المهمة في تصميم واجهة المستخدم ما يلي:

■ التصميم والتخطيط في واجهة المستخدم الذي يجعل قراءة المعلومات سهلة. ✓

٢- أي النقاط السابقة أكثر أهمية بالنسبة لك؟ ولماذا؟.

المبحوث: لأنها تتضمن التصميم كشكل وما سنقرأ أيضاً.

٣- برأيك هل لتصميم واجهة المستخدم تأثير في استخدامك للمنصة؟ ولماذا؟.

المبحوث: طبعاً فهو الشيء الذي يجذب وحتى يجعلني أشتهي الطعام.

٤- برأيك هل يؤثر تصميم واجهة المستخدم في سهولة استخدام بي أوردر؟ ولماذا؟.
المبحوث: لا لا أعتقد فأحيانا نواجه تطبيقات ذات واجهات جميلة جدا ، ولكن استجابتها بطيئة أو التنقل ضمنها صعب.

٥- برأيك هل يؤثر تصميم واجهة المستخدم في الفائدة التي تتوقعها من استخدام بي أوردر؟ ولماذا؟.
المبحوث: لا أيضا كثير من المنصات التي تعرض أشياء ونحصل على أشياء أخرى مغايرة تماما.
• **التفاعلية المدركة** (تشير إلى أي درجة تشعر بأن تجربة استخدامك للمنصة تحاكي التجربة الواقعية):
١- كيف تصف محاكاة تجربة استخدام بي أوردر لتجربة الشراء الواقعي؟.
المبحوث: لا يوجد الكثير من التشابه من حيث الوجبة نعم ممكن أن أحصل عليها كما هي ، ولكن طلب عبر المنصة يوفر لي وقت أكثر.

ومن حيث:

• الاتصال ثنائي الاتجاه ✓

٢- أي النقاط السابقة أكثر أهمية بالنسبة لك؟ ولماذا؟.
المبحوث: يجب أن يكون هناك خيارات ويجب أن أمتلك حق التواصل والإضافات والشكاوى.
٣- كيف تؤثر التفاعلية بينك وبين بي أوردر في استخدامك لها؟.
المبحوث: مثلا في حال استيائي من شيء معين ممكن أن أقدم شكوى ، وأعيد التجربة حتى أعلم كيف تعاملوا مع شكواي.

٤- برأيك هل تؤثر التفاعلية في سهولة استخدام بي أوردر؟ ولماذا؟.
المبحوث: لا لا يوجد رابط.

٥- برأيك هل تؤثر التفاعلية في الفائدة التي تتوقعها من استخدام بي أوردر؟ ولماذا؟.
المبحوث: طبعا فأنا عندما أعطي الفرصة الثانية يعني ضمنا أنني أتوقع حصولي على ما سيرضي. أخيرا هل من الممكن أن ترتب العوامل من ١ إلى ٦ بدءا بالأكثر تأثيرا على استخدامك لبي أوردر؟، ولماذا؟.

المتغير	سهولة الاستخدام المدركة	الفائدة المدركة	جودة المعلومات	جودة النظام	تصميم واجهة المستخدم	التفاعلية المدركة
الترتيب	٦	٤	٢	١	٣	٥
السبب	ليس لأنها الأقل أهمية إنما لأنها ضمنا موجودة في جودة النظام			استخدم لأحصل على استجابة فورية		

م.٧: المبحوث رقم (٧).....غ.س..... مدة المقابلة ١٣د.

١- النوع الاجتماعي: أنثى

٢- العمر: من ٢٥ إلى ٣٠

٣- المستوى التعليمي: جامعي

٤- ماهي المنصات الإلكترونية التي تستخدمها، وما هو الغرض من استخدامها؟.

بي أوردرد لطلب الطعام ويلاغو لطلب التكمسي واستخدم فاتورة للدفع

٥- كم مرة ممكن أن يتكرر استخدامك لمنصة بي أوردرد شهريا؟ ولماذا؟.

المبحوث: على الأقل ثلاث مرات، في استراحة عملي في لقاءات الأصدقاء.

٦- كم تمضي من الوقت على المنصة حتى تقوم بطلب الخدمة؟ ولماذا؟.

المبحوث: ١٠ دقائق تقريبا اعتبره وقتاً طويلاً تبعاً لوجود العديد من الخيارات ما يجعلني في حيرة.

القسم الثاني:

• سهولة الاستخدام المدركة:

١- كيف تصف سهولة استخدام بي أوردرد؟

المبحوث: يعتبر سهل الاستخدام تسلسلي يكونوا مرافقين للطلب خطوة بخطوة.

يمكن وصفها أيضا من خلال ما يلي:

▪ مع الوقت استخدام بي أوردرد أصبح أمر بديهي. ✓

٢- أي العناصر السابقة أكثر أهمية بالنسبة لك ولماذا؟ .

المبحوث: من المهم أن يكون تعلمه سهل في البداية ولكن الأهم أن يصبح بديهيًا.

٣- كيف تؤثر سهولة الاستخدام في استخدامك للمنصة؟.

المبحوث: كلما كان الاستخدام أسهل كلما زاد تكراري للاستخدام.

• الفائدة المدركة:

١- ما هي الفائدة التي تتوقعها من استخدام بي أوردرد؟

المبحوث: توفير وقت وجهد.

من الفوائد المتوقعة أيضا ما يلي:

▪ تجد أن هذا الاستخدام مريح لحياتك اليومية. ✓

٢- ما هو الأكثر أهمية بالنسبة لك مما سبق، ولماذا؟ .

المبحوث: لأنني شخص مشغول دائما فتوفير الوقت والجهد يعطيني الراحة.

٣- كيف يؤثر إدراكك للفائدة المتوقعة من استخدام المنصة في استخدامك لها؟.

المبحوث: حصولي على الفائدة التي أتوقعها يزيد من استخدامي للمنصة.

• جودة المعلومات (وهي الخصائص المرغوب توافرها في المعلومات):

١- برأيك ماهي الخصائص التي يجب أن تتمتع بها المعلومات حتى تتسم بالجودة؟ ولماذا؟

المبحوث: وصف الوجبات والسعر والمكان أقصد موقع المطعم الذي يعطيني مؤشر لجودة معينة سأحصل

عليها.

يمكن أيضا اعتبار ما يلي من الخصائص التي تعطي الجودة للمعلومات:

■ دقة المعلومات. ✓

٢- أي الخصائص السابقة أكثر أهمية بالنسبة لك ولماذا؟.

المبحوث: أسلفت المعلومات المهمة بالنسبة لي يجب أن تكون دقيقة طبعاً.

٣- كيف تؤثر جودة المعلومات في استخدامك للمنصة؟.

المبحوث: حصولي على المنتج دقيق المعلومات والمطابق للواقع يزيد من موثوقية المنصة.

٤- برأيك هل تؤثر جودة المعلومات في سهولة استخدام بي أوردر؟ ولماذا؟.

المبحوث: ممكن أن تؤثر في رغبتني بالاستخدام.

٥- برأيك هل تؤثر جودة المعلومات في الفائدة التي تتوقعها من استخدام بي أوردر؟ ولماذا؟.

المبحوث: تصبح طريقة حصولي وتوقعي للفائدة أفضل ويصبح مرغوب للاستخدام بالنسبة لي أكثر.

● جودة النظام (وهي الخصائص المرغوب توافرها في النظام الذي ينتج المعلومة):

١- برأيك ماهي الخصائص التي تعطي الجودة للنظام؟.

من بين الخصائص أيضاً نذكر:

■ الاستجابة الفورية. ✓

٢- أي الخصائص السابقة أكثر أهمية بالنسبة لك؟ ولماذا؟.

المبحوث: لوجود الكثير من الخيارات والكثير من الأنظمة النظام الأفضل هو الذي يحقق استجابة أسرع.

٣- كيف تؤثر جودة النظام في استخدامك لمنصة بي أوردر؟.

المبحوث: أي شيء يمكن تصنيفه على أنه يسهل القيام بشيء معين سيزيد من استخدامي.

٤- برأيك هل تؤثر جودة النظام في سهولة استخدام بي أوردر؟ ولماذا؟.

المبحوث: لا اعتقد هي تؤثر في زيادة وتكرار استخدامي.

٥- برأيك هل تؤثر جودة النظام في الفائدة التي تتوقعها من استخدام بي أوردر؟ ولماذا؟.

المبحوث: نعم ذلك يرتبط بطريقة حصولي على الفائدة أيضاً.

● تصميم واجهة المستخدم (المقصود بواجهة المستخدم: شاشة الاتصال بينك وبين المنصة):

١- عند قولنا تصميم واجهة المستخدم برأيك ما هو أهم عنصر يجب أن يتوافر ضمن تصميم هذه

الواجهة؟.

المبحوث: أن يكون مقسم إلى فئات أن أتمكن من التواصل أحب القصص الموجودة حول العروض يعتبر هذا

تفاعلي بالنسبة لي كما أرغب فيسهل علي الوصول إلى العروض.

من النقاط المهمة في تصميم واجهة المستخدم ما يلي:

■ الأزرار والقوائم واضحة. ✓

٢- أي النقاط السابقة أكثر أهمية بالنسبة لك؟ ولماذا؟.

المبحوث: جاوبت سابقاً.

٣- برأيك هل لتصميم واجهة المستخدم تأثير في استخدامك للمنصة؟ ولماذا؟.

المبحوث: طبعاً إذا كانت صعبة مثلاً أكرر الاستخدام.

٤- برأيك هل يؤثر تصميم واجهة المستخدم في سهولة استخدام بي أوردر؟ ولماذا؟.

المبحوث: طبعا للسبب نفسه.

٥- برأيك هل يؤثر تصميم واجهة المستخدم في الفائدة التي تتوقعها من استخدام بي أوردر؟ ولماذا؟.

المبحوث: طبعا أيضا للسبب نفسه هذا يجعل من الصعوبة أن أحصل على الفائدة.

• **التفاعلية المدركة** (تشير إلى أي درجة تشعر بأن تجربة استخدامك للمنصة تحاكي التجربة الواقعية):

١- كيف تصف محاكاة تجربة استخدام بي أوردر لتجربة الشراء الواقعي؟.

المبحوث: المشكلة الوحيدة في وجهة النظري فقدان المنصة لساحة الشم والسمع لهذا السبب ممكن أن أفضل التجربة الواقعية فأحصل على شيء موثوق أكثر.

ومن حيث:

• **الاتصال ثنائي الاتجاه** ✓

٢- أي النقاط السابقة أكثر أهمية بالنسبة لك؟ ولماذا؟.

٣- كيف تؤثر التفاعلية بينك وبين بي أوردر في استخدامك لها؟

المبحوث: بحال تلبيتها للفائدة التي أريد لا تؤثر كثيرا أما في حال عدم تلبيتها للفائدة التي أريد فأنها تؤثر جدا.

٤- برأيك هل تؤثر التفاعلية في سهولة استخدام بي أوردر؟ ولماذا؟.

المبحوث: طبعا أسهل من حيث تعرضك لأي موقف من الممكن أن تتم معالجته فورا.

٥- برأيك هل تؤثر التفاعلية في الفائدة التي تتوقعها من استخدام بي أوردر؟ ولماذا؟.

المبحوث: تحدثت عنها.

أخيرا هل من الممكن أن ترتب العوامل من ١ إلى ٦ بدءا بالأكثر تأثيرا على استخدامك لبي أوردر؟، ولماذا؟.

المتغير	سهولة الاستخدام المدركة	الفائدة المدركة	جودة المعلومات	جودة النظام	تصميم واجهة المستخدم	التفاعلية المدركة
الترتيب	٣	١	٢	٤	٥	٦
السبب						

م.٨: المبحوث رقم (٨).....أ.ك..... مدة المقابلة: ١٣ د.

١- النوع الاجتماعي: ذكر

٢- العمر: من ٢٥ إلى ٣٠

٣- المستوى التعليمي: جامعي

٤- ماهي المنصات الإلكترونية التي تستخدمها، وما هو الغرض من استخدامها؟.

المبحوث بي أوردر لطلب الطعام وديجي شي التي دائما ما استخدمها للتسوق.

٥- كم مرة ممكن أن يتكرر استخدامك لمنصة بي أوردري شهرياً؟ ولماذا؟.

المبحوث: الكثير أقل ما يمكن مرة في الأسبوع.

٦- كم تمضي من الوقت على المنصة حتى تقوم بطلب الخدمة؟ ولماذا؟.

المبحوث عند تحديدي لما أريد ٥ دقائق أقصى حد.

القسم الثاني:

• سهولة الاستخدام المدركة:

١- كيف تصف سهولة استخدام بي أوردري؟.

المبحوث: بسيطة جداً كل شيء معروض الوجبات، الأسعار، المطاعم، كم احتاج من الوقت وغيرها.

يمكن وصفها أيضاً من خلال ما يلي:

▪ تعلم استخدام بي أوردري كان أمراً سهلاً بالنسبة لك. ✓

٢- أي العناصر السابقة أكثر أهمية بالنسبة لك ولماذا؟ .

المبحوث: أكيد أن الاستخدام الأول هو الأهم وفيما بعد يصبح بديهياً.

٣- كيف تؤثر سهولة الاستخدام في استخدامك للمنصة؟.

المبحوث: بأن يصبح أكثر راحة لي أن استخدم بي أوردري دون الحاجة للكثير من الاستفسارات فكل شيء يكون مشروح.

• الفائدة المدركة:

١- ما هي الفائدة التي تتوقعها من استخدام بي أوردري؟.

المبحوث: الوقت أهم شيء فيكون أسهل وأسرع لي أن أطلب من بي أوردري، بالإضافة إلى الخدمة فيهمني أن يصل الطعام ساخن وهذا ما يتم تقديمه فعلياً.

من الفوائد المتوقعة أيضاً ما يلي:

▪ يمكنك استخدامها من الحصول على ما تريد بسرعة. ✓

٢- ما هو الأكثر أهمية بالنسبة لك مما سبق، ولماذا؟ .

المبحوث: أكيد لأن الشخص في الغالب لا يملك الوقت.

٣- كيف يؤثر ادراكك للفائدة المتوقعة من استخدام المنصة في استخدامك لها؟.

المبحوث: طبعاً هذا يزيد من حماسي للمزيد من التجربة فبداية استخدامي كانت من خلال نصائح الأصدقاء بأنه أسرع وأسهل وأكثر راحة.

• جودة المعلومات (وهي الخصائص المرغوب توافرها في المعلومات):

١- برأيك ماهي الخصائص التي يجب أن تتمتع بها المعلومات حتى تتسم بالجودة؟ ولماذا؟

المبحوث: صحيح أننا نبحث عن الوجبة الجيدة واللذيذة ولكن للمعلومات حول الأسعار أهمية كبرى فأختار المطعم طبعاً لمعرفتي باسمه وموقعه وأقارن الأسعار طبعاً، فضلاً عن دقة معلومات الوقت.

يمكن أيضاً اعتبار ما يلي من الخصائص التي تعطي الجودة للمعلومات:

▪ التخصيص في المعلومات. ✓

٢- أي الخصائص السابقة أكثر أهمية بالنسبة لك ولماذا؟.

المبحوث: إلى جانب كفاية المعلومات طبعا حتى أكون على بينة في كل شيء بأدق التفاصيل.

٣- كيف تؤثر جودة المعلومات في استخدامك للمنصة؟.

المبحوث: طبعا عند طلبي لأول مرة وحصولي على ما أتوقع وكانت الوجبة مثلا مطابقة في الواقع كما وصفت ؛ بالتأكيد أطلب مرة أخرى، وفي حال وجود أي نقص في المعلومات أو زيادة لا تطابق الواقع لا أكرر التجربة مطلقا.

٤- برأيك هل تؤثر جودة المعلومات في سهولة استخدام بي أوردري؟ ولماذا؟.

المبحوث: نعم. برأيي أنها تعطيني راحة في الاستخدام.

٥- برأيك هل تؤثر جودة المعلومات في الفائدة التي تتوقعها من استخدام بي أوردري؟ ولماذا؟.

المبحوث: أكيد فهم يصيبون جل جهدهم حتى يكون في أحسن صورة التطبيق وما يقدم من معلومات.

• **جودة النظام (وهي الخصائص المرغوب توافرها في النظام الذي ينتج المعلومة):**

١- برأيك ماهي الخصائص التي تعطي الجودة للنظام؟.

من بين الخصائص أيضا نذكر:

▪ توفير النظام للسرية والخصوصية. ✓

٢- أي الخصائص السابقة أكثر أهمية بالنسبة لك؟ ولماذا؟.

المبحوث: لأنني أضع معلوماتي الشخصية ومن الممكن حساب بنكي هذا شيء خاص جدا.

٣- كيف تؤثر جودة النظام في استخدامك لمنصة بي أوردري؟.

المبحوث: بالنسبة لبي أوردري لا يؤثر لأن التطبيق معروف ومشهور ولدي ثقة به، لو كان تطبيق جديد يختلف الموضوع.

٤- برأيك هل تؤثر جودة النظام في سهولة استخدام بي أوردري؟ ولماذا؟.

المبحوث: لا لا أعتقد لأن جودة النظام موضوع للنقاش بحاله ممكن يكون كنظام سهل الاستخدام وجودته منخفضة.

٥- برأيك هل تؤثر جودة النظام في الفائدة التي تتوقعها من استخدام بي أوردري؟ ولماذا؟.

المبحوث: أكيد طبعا كلما وفر لي خصوصية واستجابة سيزداد توقعي للفائدة التي سيقدمها.

• **تصميم واجهة المستخدم (المقصود بواجهة المستخدم: شاشة الاتصال بينك وبين المنصة):**

١- عند قولنا تصميم واجهة المستخدم برأيك ما هو أهم عنصر يجب أن يتوافر ضمن تصميم هذه الواجهة؟.

المبحوث: بالنسبة لبي أوردري أهم شيء ذكر المطاعم القريبة من موقعي الحالي والتصنيفات طبعا حتى لا أتعب في البحث.

من النقاط المهمة في تصميم واجهة المستخدم ما يلي:

• وضوح مكان البحث. ✓

٢- أي النقاط السابقة أكثر أهمية بالنسبة لك؟ ولماذا؟.

المبحوث: هو شيء أساسي إلى جانب أهمية سهولة استخدام الواجهة التي يجب أن تغطي الفئات العمرية المختلفة.

٣- برأيك هل لتصميم واجهة المستخدم تأثير في استخدامك للمنصة؟ ولماذا؟.

المبحوث: أكيد فإذا وجدت أن الواجهة صعبة الاستخدام ، أو غير منظمة لا أكمل الاستخدام سأبحث عن تطبيق آخر أو أذهب وأشتري بشكل شخصي.

٤- برأيك هل يؤثر تصميم واجهة المستخدم في سهولة استخدام بي أوردر؟ ولماذا؟.

المبحوث: طبعاً جاوبت سلف هي تجعل الاستخدام سهلاً.

٥- برأيك هل يؤثر تصميم واجهة المستخدم في الفائدة التي تتوقعها من استخدام بي أوردر؟ ولماذا؟.

المبحوث: طبعاً يؤثر بشكل بسيط في حال اعتنائهم بالواجهة بشكل كبير فهذا يعطيني انطباع عن زيادة الاهتمام بكل التفاصيل.

• **التفاعلية المدركة** (تشير إلى أي درجة تشعر بأن تجربة استخدامك للمنصة تحاكي التجربة الواقعية):

١- كيف تصف محاكاة تجربة استخدام بي أوردر لتجربة الشراء الواقعي؟.

ومن حيث:

• الاتصال ثنائي الاتجاه ✓

٢- أي النقاط السابقة أكثر أهمية بالنسبة لك؟ ولماذا؟.

المبحوث: لأنه يجب أن يكون هناك من يسمعي فهذا يزيد ثقتي.

٣- كيف تؤثر التفاعلية بينك وبين بي أوردر في استخدامك لها؟.

٤- برأيك هل تؤثر التفاعلية في سهولة استخدام بي أوردر؟ ولماذا؟.

٥- برأيك هل تؤثر التفاعلية في الفائدة التي تتوقعها من استخدام بي أوردر؟ ولماذا؟.

أخيراً هل من الممكن أن ترتب العوامل من ١ إلى ٦ بدءاً بالأكثر تأثيراً على استخدامك لبي أوردر؟، ولماذا؟

المتغير	سهولة الاستخدام المدركة	الفائدة المدركة	جودة المعلومات	جودة النظام	تصميم واجهة المستخدم	التفاعلية المدركة
الترتيب	١	٣	٢	٥	٦	٤
السبب	أكدت فكرتي أنها لولا الفائدة لا استخدم	كذلك هي مهمة جداً بالنسبة لي	هي تأكيد للانطباع			

م.٩: المبحوث رقم (٩).....ع. ح مدة المقابلة ١٥ د.

١- النوع الاجتماعي: ذكر

٢- العمر: من ٢٥ إلى ٣٠

٣- المستوى التعليمي: جامعي

٤- ماهي المنصات الإلكترونية التي تستخدمها، وما هو الغرض من استخدامها؟.

المبحوث: بي أورد لطلب الطعام وموفو أيضا لنفس الغرض ويلاغو لطلب التكسي.

٥- كم مرة ممكن أن يتكرر استخدامك لمنصة بي أورد شهريا؟ ولماذا؟.

المبحوث: حسب مرتين أو ٣ وسطيا، يتوقف على وقتي وعملي.

٦- كم تمضي من الوقت على المنصة حتى تقوم بطلب الخدمة؟ ولماذا؟.

المبحوث: حسب إذا كنت مقرر الوجبة التي أريد أم لا وحسب إذا كنت أريد الاطلاع على عروض وسطيا أحتاج ثلاثة دقائق.

القسم الثاني:

• سهولة الاستخدام المدركة:

١- كيف تصف سهولة استخدام بي أورد؟.

المبحوث: سهلة جدا واضحة جدا لا تحتوي شيء صعب.

يمكن وصفها أيضا من خلال ما يلي:

▪ تعلم استخدام بي أورد كان أمراً سهلاً بالنسبة لك. ✓

٢- أي العناصر السابقة أكثر أهمية بالنسبة لك ولماذا؟ .

المبحوث: من أول تجربة كانت الواجهات سهلة الاستخدام وتفاعلية.

٣- كيف تؤثر سهولة الاستخدام في استخدامك للمنصة؟.

المبحوث: من خلال التشجيع على تكرار الاستخدام.

• الفائدة المدركة:

١- ما هي الفائدة التي تتوقعها من استخدام بي أورد؟.

المبحوث: تسهيل عملية التوصيل والتكلفة تكون أقل والوقت أقل.

من الفوائد المتوقعة أيضا ما يلي:

▪ يمكنك استخدامها من الحصول على ما تريد بسرعة. ✓

٢- ما هو الأكثر أهمية بالنسبة لك مما سبق، ولماذا؟ .

المبحوث: ولكن كلها نقاط مهمة صراحة بالنسبة لي وتصبح المفارقة.

٣- كيف يؤثر ادراكك للفائدة المتوقعة من استخدام المنصة في استخدامك لها؟.

المبحوث: بحال التأخر في تلبية طلبي لا أرغب في الاستخدام ولكن بعد استخدامي بي أورد لفترة من

الزمن دائما يصلني طلبي بدقة وهذا السبب الذي جعلني استمر بالاستخدام حتى اليوم.

• جودة المعلومات (وهي الخصائص المرغوب توافرها في المعلومات):

١- برأيك ماهي الخصائص التي يجب أن تتمتع بها المعلومات حتى تتسم بالجودة؟ ولماذا؟

المبحوث: صور المنتجات، وتفاصيل الوجبات وهذا موجود وفعلا يعطيني درجة عالية من المصادقية.

يمكن أيضا اعتبار ما يلي من الخصائص التي تعطي الجودة للمعلومات:

▪ كفاية المعلومات. ✓

٢- أي الخصائص السابقة أكثر أهمية بالنسبة لك ولماذا؟.

المبحوث: كلها مهمة جداً، كفاية المعلومات والتخصيص توفر علينا في كل شيء الأسئلة والوقت.
٣- كيف تؤثر جودة المعلومات في استخدامك للمنصة؟.

المبحوث: يؤثر في إعادة التجربة لأنها تبني ثقة.

٤- برأيك هل تؤثر جودة المعلومات في سهولة استخدام بي أوردر؟ ولماذا؟.

المبحوث: طبعاً عند وجود كل شيء أمامك وكما تريد تشعر وكأن هدفهم لا يعتبر تجاري فقط.

٥- برأيك هل تؤثر جودة المعلومات في الفائدة التي تتوقعها من استخدام بي أوردر؟ ولماذا؟.

المبحوث: طبعاً لأنها تؤثر في الثقة.

• **جودة النظام** (وهي الخصائص المرغوب توافرها في النظام الذي ينتج المعلومة):

١- برأيك ماهي الخصائص التي تعطي الجودة للنظام؟.

من بين الخصائص أيضاً نذكر:

▪ مرونة النظام.

٢- أي الخصائص السابقة أكثر أهمية بالنسبة لك؟ ولماذا؟.

المبحوث: أولاً المرونة ثانياً قابلية الاستخدام بالإضافة إلى السرية والخصوصية طبعاً.

٣- كيف تؤثر جودة النظام في استخدامك لمنصة بي أوردر؟.

المبحوث: كل ما سبق يؤثر وعدم توفر أي نقطة من النقاط السابقة يكون كفيلاً بعدم الاستخدام.

٤- برأيك هل تؤثر جودة النظام في سهولة استخدام بي أوردر؟ ولماذا؟.

المبحوث: لا أعتقد فهي أمان للعميل.

٥- برأيك هل تؤثر جودة النظام في الفائدة التي تتوقعها من استخدام بي أوردر؟ ولماذا؟.

المبحوث: طبعاً التأثير في الفائدة بشكل أساسي كما قلت هذه النقاط تعطي الأمان.

• **تصميم واجهة المستخدم** (المقصود بواجهة المستخدم: شاشة الاتصال بينك وبين المنصة):

١- عند قولنا تصميم واجهة المستخدم برأيك ما هو أهم عنصر يجب أن يتوافر ضمن تصميم هذه الواجهة؟

المبحوث: الألوان بالإضافة إلى تقسيمات الواجهة ووضوح كل قسم بي أوردر تعرض أولاً العروض والتخفيضات هذه نقطة مهمة لتسهيل الاختيار، فضلاً عن مكان البحث والتصنيفات السلسة.

من النقاط المهمة في تصميم واجهة المستخدم ما يلي:

▪ الألوان الموجودة في المنصة مريحة. ✓

٢- أي النقاط السابقة أكثر أهمية بالنسبة لك؟ ولماذا؟.

المبحوث: الألوان هي أول ما نراه وتعطي انطباع أولي، بالإضافة إلى وضوح الأزرار والقوائم.

٣- برأيك هل لتصميم واجهة المستخدم تأثير في استخدامك للمنصة؟ ولماذا؟.

المبحوث: طبعاً الاستخدام كله في الواجهة الرئيسية.

٤- برأيك هل يؤثر تصميم واجهة المستخدم في سهولة استخدام بي أوردر؟ ولماذا؟.

المبحوث: طبعاً يجب أن تتصف أي واجهة بسهولة الاستخدام فهي كل الاستخدام بالنسبة لنا.

٥- برأيك هل يؤثر تصميم واجهة المستخدم في الفائدة التي تتوقعها من استخدام بي أوردر؟ ولماذا؟.

المبحوث: طبعا تصميم الواجهة الذي يجعل الاستخدام سهلا يختصر الوقت في كل شيء ويكون سريعا.

• **التفاعلية المدركة** (تشير إلى أي درجة تشعر بأن تجربة استخدامك للمنصة تحاكي التجربة الواقعية):

١- كيف تصف محاكاة تجربة استخدام بي أوردر لتجربة الشراء الواقعي؟.

المبحوث: في الواقع ممكن أن يكون مزاج الأشخاص سيء وهذا ينعكس على أدائهم أمامي أما المنصة

واجهة مريحة سهلة الاستخدام أطلب ما أريد بسهولة دون أن أتعامل مع أشخاص، أزعجهم أو يزعجونني.

ومن حيث:

• **تزامن الاتصال**

٢- أي النقاط السابقة أكثر أهمية بالنسبة لك؟ ولماذا؟.

المبحوث: لا يمكن الفصل بينهم كلهم مهمين ، ولكن التزامن من الممكن أن يشير إلى الدقة في كل شيء.

٣- كيف تؤثر التفاعلية بينك وبين بي أوردر في استخدامك لها؟.

المبحوث: تعبر عن درجة أهميتي بالنسبة لهم وهذا يضيف شيئا مرضيا للاستخدام.

٤- برأيك هل تؤثر التفاعلية في سهولة استخدام بي أوردر؟ ولماذا؟.

المبحوث: لا اعتقد

٥- برأيك هل تؤثر التفاعلية في الفائدة التي تتوقعها من استخدام بي أوردر؟ ولماذا؟.

المبحوث: طبعا من خلال شعوري بأنني مهم دائما بالنسبة لهم أكثر من الهدف التجاري أو الربحي.

أخيرا هل من الممكن أن ترتب العوامل من ١ إلى ٦ بدءا بالأكثر تأثيرا على استخدامك لبي أوردر؟، ولماذا؟.

المتغير	سهولة الاستخدام المدركة	الفائدة المدركة	جودة المعلومات	جودة النظام	تصميم واجهة المستخدم	التفاعلية المدركة
الترتيب	٢	١	٤	٥	٣	٦
السبب	استخدام أي شيء يكون بغرض الحصول على فائدة	لأنها أساس بناء الثقة	من المهم جدا أن أحصل وأشعر بالأمان	أكثر ما يمكن أن يلعب دور في الاستخدام	تعبر عن مدى أهميتي بالنسبة لهم.	

م.١٠: المبحوث رقم (١٠).....و. أ..... مدة المقابلة:

١- النوع الاجتماعي: أنثى

٢- العمر: من ٣١ إلى ٣٥

٣- المستوى التعليمي: ثانوي ومادون

٤- ماهي المنصات الإلكترونية التي تستخدمها، وما هو الغرض من استخدامها؟.

المبحوث: بي أورد لطلب الطعام شي إن تصفح مع إمكانية لشراء الملابس والشحن.

٥- كم مرة ممكن أن يتكرر استخدامك لمنصة بي أورد شهريا؟ ولماذا؟.

المبحوث: أحيانا يتكرر يوميا حسب ضغط العمل ولكن شهريا وسطيا ١٠ مرات أو أكثر.

٦- كم تمضي من الوقت على المنصة حتى تقوم بطلب الخدمة؟ ولماذا؟.

المبحوث: القليل من الدقائق حسب تحديدي المسبق لما أريد أو وجود عروض.

القسم الثاني:

• سهولة الاستخدام المدركة:

١- كيف تصف سهولة استخدام بي أورد؟.

المبحوث: سهل جدا لدرجة أننا لا نتأبى من الاستخدام اليومي.

يمكن وصفها أيضا من خلال ما يلي:

▪ مع الوقت استخدام بي أورد أصبح أمر بديهي. ✓

٢- أي العناصر السابقة أكثر أهمية بالنسبة لك ولماذا؟ .

المبحوث: طبعا يجب أن يتحقق هذا بزيادة الاستخدام فلا أضيع وقتي.

٣- كيف تؤثر سهولة الاستخدام في استخدامك للمنصة؟.

المبحوث: طبعا تؤثر هذه النقطة بتكرار الاستخدام.

• الفائدة المدركة:

١- ما هي الفائدة التي تتوقعها من استخدام بي أورد؟.

المبحوث: تبعا لطبيعة عملي أتوقع أن أحصل على ما أريد بسهولة دون الذهاب للسوق، بدقائق يجب أن

أحصل على ما أريد.

من الفوائد المتوقعة أيضا ما يلي:

▪ تجد أن هذا الاستخدام مريح لحياتك اليومية. ✓

٢- ما هو الأكثر أهمية بالنسبة لك مما سبق، ولماذا؟ .

المبحوث: من خلال توفيره للوقت.

٣- كيف يؤثر ادراكك للفائدة المتوقعة من استخدام المنصة في استخدامك لها؟.

المبحوث: يزداد استخدمي تحديدا بأنهم حاضرون في كل التفاصيل.

• جودة المعلومات (وهي الخصائص المرغوب توافرها في المعلومات):

١- برأيك ماهي الخصائص التي يجب أن تتمتع بها المعلومات حتى تتسم بالجودة؟ ولماذا؟ .

المبحوث: مصداقية المعلومات وهي شيء ملموس دائما.

يمكن أيضا اعتبار ما يلي من الخصائص التي تعطي الجودة للمعلومات:

▪ قرب المعلومات من الواقع وملاءمتها. ✓

٢- أي الخصائص السابقة أكثر أهمية بالنسبة لك ولماذا؟.

المبحوث: بالإضافة إلى دقتها طبعا هاتان النقطتان متكاملتان.

٣- كيف تؤثر جودة المعلومات في استخدامك للمنصة؟.

المبحوث: بالأبدا أبحث عن منصة أخرى.

٤- برأيك هل تؤثر جودة المعلومات في سهولة استخدام بي أوردر؟ ولماذا؟.

المبحوث: جودة المعلومات تعطي سهولة وراحة في البحث.

٥- برأيك هل تؤثر جودة المعلومات في الفائدة التي تتوقعها من استخدام بي أوردر؟ ولماذا؟.

المبحوث: طبعا وجود مؤشرات جودة المعلومات هذه الإيجابية تجعلني أتوقع الإيجابي منهم.

• **جودة النظام** (وهي الخصائص المرغوب توافرها في النظام الذي ينتج المعلومة):

١- برأيك ماهي الخصائص التي تعطي الجودة للنظام؟.

من بين الخصائص أيضا نذكر:

▪ توفير النظام للسرية والخصوصية. ✓

٢- أي الخصائص السابقة أكثر أهمية بالنسبة لك؟ ولماذا؟.

المبحوث: هي الأهم في هذا النوع من الأعمال لبناء الثقة.

٣- كيف تؤثر جودة النظام في استخدامك لمنصة بي أوردر؟.

المبحوث: باستمرار وجودي في هذا التطبيق.

٤- برأيك هل تؤثر جودة النظام في سهولة استخدام بي أوردر؟ ولماذا؟.

المبحوث: نعم تؤثر بشكل أو بآخر.

٥- برأيك هل تؤثر جودة النظام في الفائدة التي تتوقعها من استخدام بي أوردر؟ ولماذا؟.

المبحوث: أكيد تؤثر أجبت سابقا انها تبني الثقة بالتالي المزيد من الفوائد.

• **تصميم واجهة المستخدم** (المقصود بواجهة المستخدم: شاشة الاتصال بينك وبين المنصة):

١- عند قولنا تصميم واجهة المستخدم برأيك ما هو أهم عنصر يجب أن يتوافر ضمن تصميم هذه

الواجهة؟.

المبحوث: اللون أولا، افنقت في بي أوردر اللون الأحمر يرتبط عندي الطعام باللون الأحمر اللون الموجود يزعجني.

من النقاط المهمة في تصميم واجهة المستخدم ما يلي:

▪ سهولة استخدام الواجهة. ✓

٢- أي النقاط السابقة أكثر أهمية بالنسبة لك؟ ولماذا؟.

المبحوث: للوصول إلى ما نريد بسرعة هي تتضمن وضوح مكان البحث ووضوح الأزرار والقوائم أيضا.

٣- برأيك هل لتصميم واجهة المستخدم تأثير في استخدامك للمنصة؟ ولماذا؟.

المبحوث: نعم ولكن غياب عنصر من عناصر التصميم بالنسبة لي لا يمنني من الاستخدام، التصميم يجب أن يكون متكامل افنقت اللون الأحمر ولكنني مستمرة في الاستخدام تبعا لسهولة التعامل مع هذه الواجهة.

٤- برأيك هل يؤثر تصميم واجهة المستخدم في سهولة استخدام بي أوردر؟ ولماذا؟.

المبحوث: يؤثر بسهولة التنقل والراحة.

٥- برأيك هل يؤثر تصميم واجهة المستخدم في الفائدة التي تتوقعها من استخدام بي أوردر؟ ولماذا؟.

المبحوث: لا التصميم للفت النظر يهمني الصور في هذه النقطة.

• **التفاعلية المدركة** (تشير إلى أي درجة تشعر بأن تجربة استخدامك للمنصة تحاكي التجربة الواقعية):

١- كيف تصف محاكاة تجربة استخدام بي أوردر لتجربة الشراء الواقعي؟.

المبحوث: هي نفسها، حتى في المنزل أفضل، وأكثر راحة.

ومن حيث:

• **تزامن الاتصال** ✓

٢- أي النقاط السابقة أكثر أهمية بالنسبة لك؟ ولماذا؟.

المبحوث: يجب أن يرافق كل تسجيل دخول وحتى الحصول على الطلب.

٣- كيف تؤثر التفاعلية بينك وبين بي أوردر في استخدامك لها؟.

المبحوث: بشكل خفيف فهو في النهاية إلكتروني حتى لو اضطررت للانتظار مثلا يكون لوقت قصير.

٤- برأيك هل تؤثر التفاعلية في سهولة استخدام بي أوردر؟ ولماذا؟

المبحوث: ممكن فهي تعطي سهولة اتصال.

٥- برأيك هل تؤثر التفاعلية في الفائدة التي تتوقعها من استخدام بي أوردر؟ ولماذا؟.

المبحوث: لا لا أعتقد.

أخيرا هل من الممكن أن ترتب العوامل من ١ إلى ٦ بدءا بالأكثر تأثيرا على استخدامك لبي أوردر؟، ولماذا؟.

المتغير	سهولة الاستخدام المدركة	الفائدة المدركة	جودة المعلومات	جودة النظام	تصميم واجهة المستخدم	التفاعلية المدركة
الترتيب	١	٥	٤	٢	٦	٣
السبب	أولا السهولة					

م. ١١: المبحوث رقم (١١)..... أ. ز..... مدة المقابلة: ١١ دقيقة.

١- النوع الاجتماعي: أنثى

٢- العمر: من ٢٥ إلى ٣٠

٣- المستوى التعليمي: دراسات عليا

٤- ماهي المنصات الإلكترونية التي تستخدمها، وما هو الغرض من استخدامها؟.

المبحوث: بي أوردر لطلب الطعام ويلاغو لطلب التكسي مع رغبتني بخدمات الدفع الإلكتروني مثل سيريتل كاش.

٥- كم مرة ممكن أن يتكرر استخدامك لمنصة بي أوردر شهريا؟ ولماذا؟.

المبحوث: لا يتكرر كثيرا يتوقف ذلك على قدرتي الشرائية ممكن أن يكون مرة واحدة في الشهر.

٦- كم تمضي من الوقت على المنصة حتى تقوم بطلب الخدمة؟ ولماذا؟.

المبحوث: بضع دقائق، إذا كنت مختارة ما أريد.

القسم الثاني:

• سهولة الاستخدام المدركة:

١- كيف تصف سهولة استخدام بي أوردر؟.

المبحوث: سهل الاستخدام بشكل عام ولكن لو كانت شبكة الانترنت أقوى لدعت هذا النمط من الأعمال بشكل أفضل، فضلاً عن التقسيمات الموجودة فيوجد العديد من التنبؤيات التي تمكن أي شخص من الاستخدام. يمكن وصفها أيضاً من خلال ما يلي:

▪ تعلم استخدام بي أوردر كان أمراً سهلاً بالنسبة لك. ✓

٢- أي العناصر السابقة أكثر أهمية بالنسبة لك ولماذا؟ .

المبحوث: بالدرجة الأولى لبداية الاستخدام يجب أن يكون سهل بعد ذلك يأتي التفاعل طبعاً وبعد مرور فترة من الزمن يصبح بديهياً.

٣- كيف تؤثر سهولة الاستخدام في استخدامك للمنصة؟.

المبحوث: طبعاً عند دخولي لتطبيق صعب ومعقد لا استخدمه أجرب تطبيق آخر يفي الغرض نفسه .

• الفائدة المدركة:

١- ما هي الفائدة التي تتوقعها من استخدام بي أوردر؟.

المبحوث: الدقة في الطلبات والتي تبني الثقة مع الوقت، فضلاً عن الاقتصاد بإنفاق الأموال طبعاً إلى جانب توفير الوقت وعدم الانتظار ضمن ما نطلق عليه الطوابير. من الفوائد المتوقعة أيضاً ما يلي:

▪ يمكنك استخدامها من الحصول على ما تريد بسرعة. ✓

٢- ما هو الأكثر أهمية بالنسبة لك مما سبق، ولماذا؟ .

المبحوث: هي الأهم استخدم لأحصل على ما أريد طبعاً هذا يعتبر مفيد ومريح لحياتي اليومية.

٣- كيف يؤثر ادراكك للفائدة المتوقعة من استخدام المنصة في استخدامك لها؟.

المبحوث: إذا وجدت التجاوب المناسب من المنصة مع الوقت سأستمر بالطلب.

• جودة المعلومات (وهي الخصائص المرغوب توافرها في المعلومات):

١- برأيك ماهي الخصائص التي يجب أن تتمتع بها المعلومات حتى تتسم بالجودة؟ ولماذا؟ .

المبحوث: أهم شيء أن يكون السعر المعروض مطابق لما سأدفع فعلياً، أن أحصل طلبتي مطابق لما قرأت. يمكن أيضاً اعتبار ما يلي من الخصائص التي تعطي الجودة للمعلومات:

▪ قرب المعلومات من الواقع وملاءمتها. ✓

٢- أي الخصائص السابقة أكثر أهمية بالنسبة لك ولماذا؟.

المبحوث:

٣- كيف تؤثر جودة المعلومات في استخدامك للمنصة؟.

المبحوث: من خلال تعزيزها للثقة أو إنشاء أزمة ثقة.

٤- برأيك هل تؤثر جودة المعلومات في سهولة استخدام بي أوردر؟ ولماذا؟.

المبحوث: لا لا تؤثر، إذا كان عندي ثقة بالمعلومات حتى لو صعب الاستخدام سأستخدم.

٥- برأيك هل تؤثر جودة المعلومات في الفائدة التي تتوقعها من استخدام بي أوردر؟ ولماذا؟.

المبحوث: طبعا أكيد تؤثر، وهي أساس لبناء الثقة، وتوقع الفوائد.

• **جودة النظام** (وهي الخصائص المرغوب توافرها في النظام الذي ينتج المعلومة):

١- برأيك ماهي الخصائص التي تعطي الجودة للنظام؟.

من بين الخصائص أيضا نذكر:

▪ مرونة النظام.✓

٢- أي الخصائص السابقة أكثر أهمية بالنسبة لك؟ ولماذا؟.

المبحوث: هذه الأنظمة يجب أن تكون مواكبة لكل التطورات.

٣- كيف تؤثر جودة النظام في استخدامك لمنصة بي أوردر؟.

المبحوث: تصبح مصدر موثوق بالنسبة لي فلا أبحث مثلا ضمن الفيسبوك أو غيره مباشرة أقوم بفتح المنصة.

٤- برأيك هل تؤثر جودة النظام في سهولة استخدام بي أوردر؟ ولماذا؟.

المبحوث: أكيد تؤثر من حيث الراحة النفسية أثناء الاستخدام.

٥- برأيك هل تؤثر جودة النظام في الفائدة التي تتوقعها من استخدام بي أوردر؟ ولماذا؟.

المبحوث: أكيد كلما كان النظام محدث باستمرار ومدعوم بسرعة وخصوصية أتوقع المزيد من الفوائد.

• **تصميم واجهة المستخدم** (المقصود بواجهة المستخدم: شاشة الاتصال بينك وبين المنصة):

١- عند قولنا تصميم واجهة المستخدم برأيك ما هو أهم عنصر يجب أن يتوافر ضمن تصميم هذه

الواجهة؟.

المبحوث: الألوان أولا، لست راضية عن الألوان الباهتة في بي أوردر أفضل لو كانت ألوان فرحة أكثر مثل ألوان المارشملو.

من النقاط المهمة في تصميم واجهة المستخدم ما يلي:

▪ التصميم والتخطيط في واجهة المستخدم الذي يجعل قراءة المعلومات سهلة.

▪ الألوان الموجودة في المنصة مريحة.✓

▪ وضوح مكان البحث.

▪ الأزرار والقوائم واضحة.

▪ سهولة استخدام الواجهة.

٢- أي النقاط السابقة أكثر أهمية بالنسبة لك؟ ولماذا؟.

المبحوث: إذا كان اللون باهت يجعلني أشعر بالملل.

٣- برأيك هل لتصميم واجهة المستخدم تأثير في استخدامك للمنصة؟ ولماذا؟.

المبحوث: طبعا إذا لم يكن شكل وتصميم الواجهة مريح بالنسبة لي لا استمر بالاستخدام.

- ٤- برأيك هل يؤثر تصميم واجهة المستخدم في سهولة استخدام بي أوردر؟ ولماذا؟.
- المبحوث: نعم ممكن إذا كان لدي حساسية اتجاه لون معين أن يكون مرهق بالنسبة لي الاستخدام.
- ٥- برأيك هل يؤثر تصميم واجهة المستخدم في الفائدة التي تتوقعها من استخدام بي أوردر؟ ولماذا؟.
- المبحوث: طبعاً يؤثر من حيث طريقة عرض الصور والمعلومات.
- **التفاعلية المدركة** (تشير إلى أي درجة تشعر بأن تجربة استخدامك للمنصة تحاكي التجربة الواقعية):
- ١- كيف تصف محاكاة تجربة استخدام بي أوردر لتجربة الشراء الواقعي؟.
- المبحوث: تعطي متعة أكثر لا نتعرف على وجبات مطعم واحد إنما الكثير من المطاعم.
- ومن حيث:
- **طوعية الاتصال** ✓
- ٢- أي النقاط السابقة أكثر أهمية بالنسبة لك؟ ولماذا؟.
- المبحوث: تعطيني حرية.
- ٣- كيف تؤثر التفاعلية بينك وبين بي أوردر في استخدامك لها؟.
- المبحوث: طبعاً تمكني من الوصول في أي وقت والتحكم بالاتصال يزيد من استخدامي.
- ٤- برأيك هل تؤثر التفاعلية في سهولة استخدام بي أوردر؟ ولماذا؟.
- المبحوث: من الممكن أن تؤثر نعم في سهولة الاستخدام.
- ٥- برأيك هل تؤثر التفاعلية في الفائدة التي تتوقعها من استخدام بي أوردر؟ ولماذا؟.
- المبحوث: لا لا تؤثر.

أخيراً هل من الممكن أن ترتب العوامل من ١ إلى ٦ بدءاً بالأكثر تأثيراً على استخدامك لبي أوردر؟، ولماذا؟

المتغير	سهولة الاستخدام المدركة	الفائدة المدركة	جودة المعلومات	جودة النظام	تصميم واجهة المستخدم	التفاعلية المدركة
الترتيب	١	٢	٣	٥	٤	٦
السبب						

م.١٢: المبحوث رقم (١٢) م.م. م مدة المقابلة: ٩ د

- ١- النوع الاجتماعي: أنثى
- ٢- العمر: أقل من ٢٥
- ٣- المستوى التعليمي: جامعي
- ٤- ماهي المنصات الإلكترونية التي تستخدمها، وما هو الغرض من استخدامها؟.
- المبحوث: بي أوردر وبلاتو وموفو
- ٥- كم مرة ممكن أن يتكرر استخدامك لمنصة بي أوردر شهرياً؟ ولماذا؟.
- المبحوث: لا يوجد عدد محدد ولكن لا أقطع الطلب عليه نهائياً أقل ما يمكن مرة أو مرتين في الشهر.

٦- كم تمضي من الوقت على المنصة حتى تقوم بطلب الخدمة؟ ولماذا؟.

المبحوث: أيضا لا يمكن تحديده بدقة ذلك يختلف تبعا لموقعي تبعا لتحديدي المطعم وتحديدي لوجبة.
القسم الثاني:

• سهولة الاستخدام المدركة:

١- كيف تصف سهولة استخدام بي أوردر؟.

المبحوث: يعتبر سهل الاستخدام لا يوجد فيه تعقيدات أو صعوبات.
يمكن وصفها أيضا من خلال ما يلي:

▪ تعلم استخدام بي أوردر كان أمراً سهلاً بالنسبة لك. ✓

٢- أي العناصر السابقة أكثر أهمية بالنسبة لك ولماذا؟ .

المبحوث: طريقة الاستخدام سهلة لا نحتاج سؤال غيرنا كيف استخدمته أو غيرها من الأسئلة.

٣- كيف تؤثر سهولة الاستخدام في استخدامك للمنصة؟.

المبحوث: تجعلني هذه النقطة أقارن وأفضل تطبيق على آخر بالتالي أنا استخدم بي أوردر دون غيرها في هذه النقطة.

• الفائدة المدركة:

١- ما هي الفائدة التي تتوقعها من استخدام بي أوردر؟.

المبحوث: أن أحصل على طلبي عندما لا أملك وقتاً.
من الفوائد المتوقعة أيضا ما يلي:

▪ يمكنك استخدامها من الحصول على ما تريد بسرعة. ✓

٢- ما هو الأكثر أهمية بالنسبة لك مما سبق، ولماذا؟ .

المبحوث: طبعا أريد توفير الوقت بالدرجة الأولى.

٣- كيف يؤثر ادراكك للفائدة المتوقعة من استخدام المنصة في استخدامك لها؟.

المبحوث: بالنسبة لي وبعد الاستخدام لفترة طويلة بي أوردر يمكن اعتبارها آمنة فأنا على ثقة طلبي يصل كما أطلبه دون نقصان وفي وقته.

• جودة المعلومات (وهي الخصائص المرغوب توافرها في المعلومات):

١- برأيك ماهي الخصائص التي يجب أن تتمتع بها المعلومات حتى تتسم بالجودة؟ ولماذا؟

المبحوث: الأسعار دقيقة المعلومات حول الوصف دقيقة وقت الوصول محدد بدقة وهذا ما توفره بي أوردر.
يمكن أيضا اعتبار ما يلي من الخصائص التي تعطي الجودة للمعلومات:

• قرب المعلومات من الواقع وملاءمتها. ✓

٢- أي الخصائص السابقة أكثر أهمية بالنسبة لك ولماذا؟.

المبحوث: لا أطلب شيء وأتفاجأ بحصولي على شيء آخر.

٣- كيف تؤثر جودة المعلومات في استخدامك للمنصة؟.

المبحوث: كلما كان كل شيء ذو مصداقية وصحيح أكيد أستمّر بالاستخدام.

٤- برأيك هل تؤثر جودة المعلومات في سهولة استخدام بي أوردر؟ ولماذا؟.

المبحوث: لا لا توجد علاقة تربطهم.

٥- برأيك هل تؤثر جودة المعلومات في الفائدة التي تتوقعها من استخدام بي أوردر؟ ولماذا؟.

المبحوث: بالتأكيد المعلومات الدقيقة والمطابقة للواقع بشكل مستمر يجعلني أتوقع الفوائد من الاستخدام بشكل مستمر.

• **جودة النظام (وهي الخصائص المرغوب توافرها في النظام الذي ينتج المعلومة):**

١- برأيك ماهي الخصائص التي تعطي الجودة للنظام؟.

من بين الخصائص أيضا نذكر:

▪ القابلية للاستخدام. ✓

٢- أي الخصائص السابقة أكثر أهمية بالنسبة لك؟ ولماذا؟.

المبحوث: شيء مهم جدا بالنسبة لي أن لا استخدم برامج أخرى لأتمكن من فتح التطبيق ، و ألا يحتاج وقت لفتحه أو يحتاج إلى انترنت قوي جدا لأتمكن من استخدامه.

٣- كيف تؤثر جودة النظام في استخدامك لمنصة بي أوردر؟.

المبحوث: توفر الجودة للنظام يعني استخدامي بثقة وعند عدم توفرها لا أستخدم.

٤- برأيك هل تؤثر جودة النظام في سهولة استخدام بي أوردر؟ ولماذا؟.

المبحوث: نعم يؤثر.

٥- برأيك هل تؤثر جودة النظام في الفائدة التي تتوقعها من استخدام بي أوردر؟ ولماذا؟.

المبحوث: أكيد يؤثر.

• **تصميم واجهة المستخدم (المقصود بواجهة المستخدم: شاشة الاتصال بينك وبين المنصة):**

١- عند قولنا تصميم واجهة المستخدم برأيك ما هو أهم عنصر يجب أن يتوافر ضمن تصميم هذه الواجهة؟.

المبحوث: الصور والشروحات.

من النقاط المهمة في تصميم واجهة المستخدم ما يلي:

▪ وضوح مكان البحث. ✓

٢- أي النقاط السابقة أكثر أهمية بالنسبة لك؟ ولماذا؟.

المبحوث: وضوح البحث يختصر الوقت.

٣- برأيك هل لتصميم واجهة المستخدم تأثير في استخدامك للمنصة؟ ولماذا؟.

المبحوث: عند معرفتي للمطعم وللوجبات الموجودة فيه لا يهمني هذا التصميم.

٤- برأيك هل يؤثر تصميم واجهة المستخدم في سهولة استخدام بي أوردر؟ ولماذا؟.

المبحوث: أيضا لا أعتقد أنها تؤثر.

٥- برأيك هل يؤثر تصميم واجهة المستخدم في الفائدة التي تتوقعها من استخدام بي أوردر؟ ولماذا؟.

المبحوث: طبعا بشكل عام عند وجود الصور أتوقع فوائد مختلفة.

• **التفاعلية المدركة** (تشير إلى أي درجة تشعر بأن تجربة استخدامك للمنصة تحاكي التجربة الواقعية):

١- كيف تصف محاكاة تجربة استخدام بي أوردر لتجربة الشراء الواقعي؟.

المبحوث: هذا يتوقف برأيي على المكان الذي أطلب منه ولكن بشكل عام ولا مرة كان الطلب مغايراً.
ومن حيث:

• **الاتصال ثنائي الاتجاه** ✓

٢- أي النقاط السابقة أكثر أهمية بالنسبة لك؟ ولماذا؟.

المبحوث: تفاعلهم معي يرضيني.

٣- كيف تؤثر التفاعلية بينك وبين بي أوردر في استخدامك لها؟.

المبحوث: بالطبع تؤثر طريقة استجابتهم لي بزيادة الاستخدام.

٤- برأيك هل تؤثر التفاعلية في سهولة استخدام بي أوردر؟ ولماذا؟.

المبحوث: لا لا تؤثر لأن ليس لها علاقة أصلاً.

٥- برأيك هل تؤثر التفاعلية في الفائدة التي تتوقعها من استخدام بي أوردر؟ ولماذا؟.

المبحوث: طبعاً تؤثر تجعلني أتوقع فوائد دائماً وأكثر.

أخيراً هل من الممكن أن ترتب العوامل من ١ إلى ٦ بدءاً بالأكثر تأثيراً على استخدامك لبي أوردر؟، ولماذا؟.

المتغير	سهولة الاستخدام المدركة	الفائدة المدركة	جودة المعلومات	جودة النظام	تصميم واجهة المستخدم	التفاعلية المدركة
الترتيب	٣	٤	١	٢	٦	٥
السبب						

م. ١٣: المبحوث رقم (١٣).....ل. أ مدة المقابلة: ١٢ د

١- النوع الاجتماعي: أنثى

٢- العمر: أقل من ٢٥

٣- المستوى التعليمي: جامعي

٤- ماهي المنصات الإلكترونية التي تستخدمها، وما هو الغرض من استخدامها؟.

بي أوردر وموفو لطلب الطعام ويلا غو لطلب التاكسي.

٥- كم مرة ممكن أن يتكرر استخدامك لمنصة بي أوردر شهرياً؟ ولماذا؟.

المبحوث: مرتين أو ٣ مرات أو أكثر ذلك تبعاً للميزانية.

٦- كم تمضي من الوقت على المنصة حتى تقوم بطلب الخدمة؟ ولماذا؟.

المبحوث: لا يعتبر وقتاً طويلاً بضعة دقائق يتوقف ذلك على سرعة اختياري للمطعم.

القسم الثاني:

• سهولة الاستخدام المدركة:

١- كيف تصف سهولة استخدام بي أوردر؟

المبحوث: لا يتصف بصعوبة الاستخدام يعتبر سهلاً يمكن لأي شخص أن يستخدمه. يمكن وصفها أيضاً من خلال ما يلي:

■ مع الوقت استخدام بي أوردر أصبح أمراً بديهياً. ✓

٢- أي العناصر السابقة أكثر أهمية بالنسبة لك ولماذا؟ .

٣- المبحوث: لأنه هذا ما حدث فعلاً.

٤- كيف تؤثر سهولة الاستخدام في استخدامك للمنصة؟.

المبحوث: طبعاً يكرر ويزيد استخدامي.

• الفائدة المدركة:

١- ما هي الفائدة التي تتوقعها من استخدام بي أوردر؟.

المبحوث: أن أحصل على الطعام الذي أريد دون أن أخرج من المنزل حتى لو كان المطعم قريب مني. من الفوائد المتوقعة أيضاً ما يلي:

■ تجد أن هذا الاستخدام مريح لحياتك اليومية. ✓

٢- ما هو الأكثر أهمية بالنسبة لك مما سبق، ولماذا؟ .

المبحوث: توفيرها لهذه الراحة يجعلني أفكر في الحصول على خدمات غير الوجبات مثل الأدوية وغيرها.

٣- كيف يؤثر ادراكك للفائدة المتوقعة من استخدام المنصة في استخدامك لها؟.

المبحوث: عندما يكون لدي التزامات في المنزل مثلاً فأطلب الطعام ، ولا أتعطل عن أي شيء هذا يجعلني أشعر بالراحة وعند أي ضغط في الوقت أتوجه لبي أوردر .

• جودة المعلومات (وهي الخصائص المرغوب توافرها في المعلومات):

١- برأيك ماهي الخصائص التي يجب أن تتمتع بها المعلومات حتى تتسم بالجودة؟ ولماذا؟

المبحوث: معلومات حول المطاعم والوجبات دقيقة.

يمكن أيضاً اعتبار ما يلي من الخصائص التي تعطي الجودة للمعلومات:

■ قرب المعلومات من الواقع وملاءمتها. ✓

٢- أي الخصائص السابقة أكثر أهمية بالنسبة لك ولماذا؟.

المبحوث: هي أكثر مايعنيني.

٣- كيف تؤثر جودة المعلومات في استخدامك للمنصة؟.

المبحوث: طبعاً في حال وصول أي خلل في الطلب أنزعج ولك للأمانة بي أوردر تقدم دائما الحلول المميزة.

٤- برأيك هل تؤثر جودة المعلومات في سهولة استخدام بي أوردر؟ ولماذا؟.

المبحوث: لا أشعر أنها تؤثر.

٥- برأيك هل تؤثر جودة المعلومات في الفائدة التي تتوقعها من استخدام بي أوردر؟ ولماذا؟.

المبحوث: طبعاً كلما لاحظت دقة ومطابقة للمعلومات في الواقع تستمر الفائدة التي أتوقعها.

• **جودة النظام** (وهي الخصائص المرغوب توافرها في النظام الذي ينتج المعلومة):

١- برأيك ماهي الخصائص التي تعطي الجودة للنظام؟.

من بين الخصائص أيضا نذكر:

▪ مرونة النظام.

▪ الاستجابة الفورية.

٢- أي الخصائص السابقة أكثر أهمية بالنسبة لك؟ ولماذا؟.

المبحوث: المرونة والاستجابة على حد سواء.

٣- كيف تؤثر جودة النظام في استخدامك لمنصة بي أوردر؟.

المبحوث: طبعا تؤثر ودرجة كبير في استمرارية الاستخدام.

٤- برأيك هل تؤثر جودة النظام في سهولة استخدام بي أوردر؟ ولماذا؟.

المبحوث: هذه النقطة ممكن أن تعطي تأثير لدرجة معينة في سهولة الاستخدام.

٥- برأيك هل تؤثر جودة النظام في الفائدة التي تتوقعها من استخدام بي أوردر؟ ولماذا؟.

المبحوث: أكيد.

• **تصميم واجهة المستخدم** (المقصود بواجهة المستخدم: شاشة الاتصال بينك وبين المنصة):

١- عند قولنا تصميم واجهة المستخدم برأيك ما هو أهم عنصر يجب أن يتوافر ضمن تصميم هذه

الواجهة؟.

المبحوث: أن تكون مرتبة.

من النقاط المهمة في تصميم واجهة المستخدم ما يلي:

▪ وضوح مكان البحث.

٢- أي النقاط السابقة أكثر أهمية بالنسبة لك؟ ولماذا؟.

المبحوث: كلها مهمة جدا ولكن ممكن أن نعطي مكان البحث أهمية إضافية.

٣- برأيك هل لتصميم واجهة المستخدم تأثير في استخدامك للمنصة؟ ولماذا؟.

المبحوث: ممكن أن تؤثر في حال صعوبة الاستخدام ولكن ليس في بي أوردر فهو سهل جدا.

٤- برأيك هل يؤثر تصميم واجهة المستخدم في سهولة استخدام بي أوردر؟ ولماذا؟.

المبحوث: طبعا أسلفت سابقا.

٥- برأيك هل يؤثر تصميم واجهة المستخدم في الفائدة التي تتوقعها من استخدام بي أوردر؟ ولماذا؟.

المبحوث: ممكن أن يعطيني انطباع عن الفائدة نعم.

• **التفاعلية المدركة** (تشير إلى أي درجة تشعر بأن تجربة استخدامك للمنصة تحاكي التجربة الواقعية):

١- كيف تصف محاكاة تجربة استخدام بي أوردر لتجربة الشراء الواقعي؟.

المبحوث: سرعة ووقت أقل ٥ دقائق للطلب وعند وصوله أنا في المنزل ولم أتعطل عن شيء بينما في

المطعم أشعر أنني أحرق وقتي.

ومن حيث:

• الاتصال ثنائي الاتجاه ✓

٢- أي النقاط السابقة أكثر أهمية بالنسبة لك؟ ولماذا؟.

المبحوث: من حقي أن أعترض.

٣- كيف تؤثر التفاعلية بينك وبين بي أوردري في استخدامك لها؟.

المبحوث: طبعا هذه النقطة تعطيني شعور إيجابي لأستمر في الاستخدام.

٤- برأيك هل تؤثر التفاعلية في سهولة استخدام بي أوردري؟ ولماذا؟.

المبحوث: لا أعتقد.

٥- برأيك هل تؤثر التفاعلية في الفائدة التي تتوقعها من استخدام بي أوردري؟ ولماذا؟.

المبحوث: نعم ممكن أن أشعر بالأمان من خلال شعوري بأهمية ملاحظاتي وشكواي.

أخبرا هل من الممكن أن ترتب العوامل من ١ إلى ٦ بدءا بالأكثر تأثيرا على استخدامك لبي أوردري؟، ولماذا؟

المتغير	سهولة الاستخدام المدركة	الفائدة المدركة	جودة المعلومات	جودة النظام	تصميم واجهة المستخدم	التفاعلية المدركة
الترتيب	٦	٢	١	٣	٤	٥
السبب						

م. ١٤: المبحوث رقم (١٤) م. خمدة المقابلة: ١٠ د.

١- النوع الاجتماعي: ذكر

٢- العمر: أقل من ٢٥

٣- المستوى التعليمي: جامعي

٤- ماهي المنصات الإلكترونية التي تستخدمها، وما هو الغرض من استخدامها؟.

المبحوث: بي أوردري لطلب الطعام وياغو لطلب التاكسي .

٥- كم مرة ممكن أن يتكرر استخدامك لمنصة بي أوردري شهريا؟ ولماذا؟.

المبحوث: أحيانا ٥ أ ٦ مرات يوجد فترات من العام أطلب في الأسبوع مرتين أو ٣، ذلك نسبي.

٦- كم تمضي من الوقت على المنصة حتى تقوم بطلب الخدمة؟ ولماذا؟.

المبحوث: تقريبا ٥ دقائق.

القسم الثاني:

• سهولة الاستخدام المدركة:

١- كيف تصف سهولة استخدام بي أوردري؟

المبحوث: سهولة الاستخدام ، واضحة جداً .

يمكن وصفها أيضا من خلال ما يلي:

▪ تجد التفاعل مرناً. ✓

٢- أي العناصر السابقة أكثر أهمية بالنسبة لك ولماذا؟ .

المبحوث: بالنسبة لي المرونة تعني لا يوجد صعوبة.

٣- كيف تؤثر سهولة الاستخدام في استخدامك للمنصة؟.

المبحوث: إذا كانت سهلة الاستخدام لا أفكر في هذه النقطة عند الطلب أmaal إذا كانت صعبة فوراً أنسحب، وأتحول إلى تطبيق آخر.

• الفائدة المدركة:

١- ما هي الفائدة التي تتوقعها من استخدام بي أوردر؟.

المبحوث: السرعة وتوفير الوقت ويوجد نقطة تهمني بشكل شخصي ألا يصلني الطعام بارد.
من الفوائد المتوقعة أيضاً ما يلي:

▪ تجد أن هذا الاستخدام مريح لحياتك اليومية. ✓

٢- ما هو الأكثر أهمية بالنسبة لك مما سبق، ولماذا؟ .

المبحوث: نستخدم للحصول على الراحة.

٣- كيف يؤثر إدراكك للفائدة المتوقعة من استخدام المنصة في استخدامك لها؟.

المبحوث: من خلال استخدامي المستمر في الجو البارد والجو الحار فقط أخرج لأستلم وجبتي.

• جودة المعلومات (وهي الخصائص المرغوب توافرها في المعلومات):

١- برأيك ماهي الخصائص التي يجب أن تتمتع بها المعلومات حتى تتسم بالجودة؟ ولماذا؟

المبحوث: الدقة مثلاً لا أحب الخس من غير المنطقي أن يصلني طلبتي يحوي خساً.

يمكن أيضاً اعتبار ما يلي من الخصائص التي تعطي الجودة للمعلومات:

▪ دقة المعلومات.

٢- أي الخصائص السابقة أكثر أهمية بالنسبة لك ولماذا؟.

المبحوث: أصر على النقطة نفسها .

٣- كيف تؤثر جودة المعلومات في استخدامك للمنصة؟.

المبحوث: أكيد إذا لم يطابق طلبتي للواقع لماذا سأستخدم أصلاً.

٤- برأيك هل تؤثر جودة المعلومات في سهولة استخدام بي أوردر؟ ولماذا؟.

المبحوث: أكيد كله يتبع بعضه.

٥- برأيك هل تؤثر جودة المعلومات في الفائدة التي تتوقعها من استخدام بي أوردر؟ ولماذا؟.

المبحوث: نعم من المفروض مع الاستخدام لفترة طويلة أن أتوقع أقل مايمكن الحصول على الفائدة نفسها التي أتوقعها.

• جودة النظام (وهي الخصائص المرغوب توافرها في النظام الذي ينتج المعلومة):

١- برأيك ماهي الخصائص التي تعطي الجودة للنظام؟.

من بين الخصائص أيضاً نذكر:

▪ مرونة النظام.

▪ توفر النظام.

- القابلية للاستخدام.
 - توفير النظام للسرية والخصوصية. ✓
 - الاستجابة الفورية.
- ٢- أي الخصائص السابقة أكثر أهمية بالنسبة لك؟ ولماذا؟.
- المبحوث: خوفا على معلوماتي الشخصية، ولفترة قريبة لن تكون بعيدة سيزداد الدفع الإلكتروني.
- ٣- كيف تؤثر جودة النظام في استخدامك لمنصة بي أوردر؟.
- المبحوث: طبعا هذه النقطة تبدأ من أول الاستخدام.
- ٤- برأيك هل تؤثر جودة النظام في سهولة استخدام بي أوردر؟ ولماذا؟.
- المبحوث: لا ليس لها علاقة.
- ٥- برأيك هل تؤثر جودة النظام في الفائدة التي تتوقعها من استخدام بي أوردر؟ ولماذا؟.
- المبحوث: أكيد.
- **تصميم واجهة المستخدم (المقصود بواجهة المستخدم: شاشة الاتصال بينك وبين المنصة):**
- ١- عند قولنا تصميم واجهة المستخدم برأيك ما هو أهم عنصر يجب أن يتوافر ضمن تصميم هذه الواجهة؟.
- المبحوث: ما يلتفت الانتباه الصور مثلا.
- من النقاط المهمة في تصميم واجهة المستخدم ما يلي:
- التصميم والتخطيط في واجهة المستخدم الذي يجعل قراءة المعلومات سهلة.
 - الألوان الموجودة في المنصة مريحة.
 - وضوح مكان البحث.
 - الأزرار والقوائم واضحة.
 - سهولة استخدام الواجهة. ✓
- ٢- أي النقاط السابقة أكثر أهمية بالنسبة لك؟ ولماذا؟.
- المبحوث: عند النقر على الأيقونات مثلا يجب أن تستجيب فورا وأنقل إلى الخيار الذي أطلبه بسهولة.
- ٣- برأيك هل لتصميم واجهة المستخدم تأثير في استخدامك للمنصة؟ ولماذا؟.
- المبحوث: أكيد ستؤثر في زيادة أو تقليل استخدامي.
- ٤- برأيك هل يؤثر تصميم واجهة المستخدم في سهولة استخدام بي أوردر؟ ولماذا؟.
- المبحوث: أكيد وهذا ما اخترته سابقا على أنه الأهم.
- ٥- برأيك هل يؤثر تصميم واجهة المستخدم في الفائدة التي تتوقعها من استخدام بي أوردر؟ ولماذا؟.
- المبحوث: نعم من الممكن أن أتوقع فائدة بشكل أو بآخر من خلال وصف معين لسرعة التوصيل مثلا أو العروض.
- **التفاعلية المدركة (تشير إلى أي درجة تشعر بأن تجربة استخدامك للمنصة تحاكي التجربة الواقعية):**
- ١- كيف تصف محاكاة تجربة استخدام بي أوردر لتجربة الشراء الواقعي؟.

المبحوث: التشابه عالي جدا يبقى شكى اتجاه النظافة مثلا فلا أثق ثقة مطلقة.
ومن حيث:

• تزامن الاتصال✓

٢- أي النقاط السابقة أكثر أهمية بالنسبة لك؟ ولماذا؟.

المبحوث: بالنهاية هي تطبيق وهذه أهم صفة يجب أن تتوفر.

٣- كيف تؤثر التفاعلية بينك وبين بي أورد في استخدامك لها؟.

المبحوث: تؤثر بالاستخدام .

٤- برأيك هل تؤثر التفاعلية في سهولة استخدام بي أورد؟ ولماذا؟.

المبحوث: نعم ذلك من خلال تسهيل اتصالي بجميع الأطراف.

٥- برأيك هل تؤثر التفاعلية في الفائدة التي تتوقعها من استخدام بي أورد؟ ولماذا؟.

المبحوث: نعم كلما استطعت التواصل وكان التواصل مرضياً كلما كانت التجربة مرضية.

أخيرا هل من الممكن أن ترتب العوامل من ١ إلى ٦ بدءاً بالأكثر تأثيراً على استخدامك لبي أورد؟، ولماذا؟.

المتغير	سهولة الاستخدام المدركة	الفائدة المدركة	جودة المعلومات	جودة النظام	تصميم واجهة المستخدم	التفاعلية المدركة
الترتيب	٤	٥	٣	٢	١	٦
السبب						

م.١٥: المبحوث رقم (١٥).....س. ع.....مدة المقابلة: ١٠د.

١- النوع الاجتماعي: ذكر

٢- العمر: من ٢٥ إل ٣٠

٣- المستوى التعليمي: جامعي

٤- ماهي المنصات الإلكترونية التي تستخدمها، وما هو الغرض من استخدامها؟.

المبحوث: بي أورد لطلب الطعام، وموفو المشابه لبي أورد وكمون للتسوق أيضا للمنتجات الغذائية.

٥- كم مرة ممكن أن يتكرر استخدامك لمنصة بي أورد شهريا؟ ولماذا؟.

المبحوث: هذا يتعلق بكم مرة أسمح لنفسي بتناول طعام من خارج المنزل كوني أفضل الصحي ولكن وسطيا للأسف ١٠ مرات بالشهر.

٦- كم تمضي من الوقت على المنصة حتى تقوم بطلب الخدمة؟ ولماذا؟.

المبحوث: بأقل من دقيقة عند تحديدي ما أريد.

القسم الثاني:

• سهولة الاستخدام المدركة:

١- كيف تصف سهولة استخدام بي أوردر؟.

المبحوث: سهل الاستخدام يتضمن تصنيفات بشكل منظم.

يمكن وصفها أيضا من خلال ما يلي:

▪ مع الوقت استخدام بي أوردر أصبح أمراً بديهياً. ✓

٢- أي العناصر السابقة أكثر أهمية بالنسبة لك ولماذا؟ .

المبحوث: لأنني شخصياً أعمل ضمن النطاق المعلوماتي.

٣- كيف تؤثر سهولة الاستخدام في استخدامك للمنصة؟.

المبحوث: هي أساس اختصار الوقت كلما وجدت سهولة ونتيجة مضمونة سأستخدم بشكل متكرر.

• الفائدة المدركة:

١- ما هي الفائدة التي تتوقعها من استخدام بي أوردر؟.

المبحوث: اختصار الوقت واختصار الجهد.

من الفوائد المتوقعة أيضا ما يلي:

▪ يمكنك استخدامها من الحصول على ما تريد بسرعة.

▪ تجد ان استخدامك لها مفيد في حياتك اليومية.

▪ تجد أن هذا الاستخدام مريح لحياتك اليومية.

٢- ما هو الأكثر أهمية بالنسبة لك مما سبق، ولماذا؟ .

المبحوث: كلها ميزات مهمة ويجب أن تكون ع أرض الواقع ويمكن ترتيبهم على النحو التالي: أولا مفيد،

ثانيا: مريح، ثالثا: سريع.

٣- كيف يؤثر إدراكك للفائدة المتوقعة من استخدام المنصة في استخدامك لها؟.

المبحوث: توفير التطبيق لما أتوقع من فوائد يجعلني أطلب من الفئات الأخرى غير الوجبات السريعة مثل

الألبان الأجبان واللحوم والصيدلية وكل ما يتوفر ضمن المنصة من منتجات.

• جودة المعلومات (وهي الخصائص المرغوب توافرها في المعلومات):

١- برأيك ماهي الخصائص التي يجب أن تتمتع بها المعلومات حتى تتسم بالجودة؟ ولماذا؟

المبحوث: جودة البيانات وضمن جودة البيانات أكثر شيء مهم تطابق المعلومات مع الواقع.

يمكن أيضا اعتبار ما يلي من الخصائص التي تعطي الجودة للمعلومات:

▪ دقة المعلومات.

٢- أي الخصائص السابقة أكثر أهمية بالنسبة لك ولماذا؟.

المبحوث: دقة المعلومات أيضا إلى جانب ما تحدثت عنه.

٣- كيف تؤثر جودة المعلومات في استخدامك للمنصة؟.

المبحوث: باعتمادي على هذه المنصة دون غيرها.

٤- برأيك هل تؤثر جودة المعلومات في سهولة استخدام بي أوردر؟ ولماذا؟

المبحوث: لا فلسهولة الاستخدام مؤشرات أهم من هذا.

٥- برأيك هل تؤثر جودة المعلومات في الفائدة التي تتوقعها من استخدام بي أوردر؟ ولماذا؟.

المبحوث: طبعا تعطي فائدة لجميع الأطراف عند توفرها.

• **جودة النظام** (وهي الخصائص المرغوب توافرها في النظام الذي ينتج المعلومة):

١- برأيك ماهي الخصائص التي تعطي الجودة للنظام؟.

من بين الخصائص أيضا نذكر:

▪ توفير النظام للسرية والخصوصية.

٢- أي الخصائص السابقة أكثر أهمية بالنسبة لك؟ ولماذا؟.

المبحوث: هذه هي المعايير الأساسية التي يجب أن تتوفر جميعها في أي نظام ولكن يعطى تنقيط إضافي للسرية والخصوصية.

٣- كيف تؤثر جودة النظام في استخدامك لمنصة بي أوردر؟.

المبحوث: يمكن أن أجيب من خلال مثال أنا من مستخدمي فيسبوك بشكل دائم تبعا لقراءتي لسياسة الخصوصية فيها.

٤- برأيك هل تؤثر جودة النظام في سهولة استخدام بي أوردر؟ ولماذا؟.

المبحوث: لا أيضا هنا يعتبر موضوعاً مختلفاً.

٥- برأيك هل تؤثر جودة النظام في الفائدة التي تتوقعها من استخدام بي أوردر؟ ولماذا؟.

المبحوث: طبعا وفائدة سوقية إضافية من خلال تأثيري في آخرين ليستخدموا التطبيق.

• **تصميم واجهة المستخدم** (المقصود بواجهة المستخدم: شاشة الاتصال بينك وبين المنصة):

١- عند قولنا تصميم واجهة المستخدم برأيك ما هو أهم عنصر يجب أن يتوافر ضمن تصميم هذه

الواجهة؟.

المبحوث: المرونة بالدرجة الأولى بحيث تحاكي عقل المستخدم وتكون منظمة بطريقة لا يلاحظ فيها المستخدم فوضى إنما تناسق.

من النقاط المهمة في تصميم واجهة المستخدم ما يلي:

▪ وضوح مكان البحث. ✓

٢- أي النقاط السابقة أكثر أهمية بالنسبة لك؟ ولماذا؟.

المبحوث: لأنني بشكل شخصي أهتم بالبحث.

٣- برأيك هل لتصميم واجهة المستخدم تأثير في استخدامك للمنصة؟ ولماذا؟.

المبحوث: طبعا تؤثر.

٤- برأيك هل يؤثر تصميم واجهة المستخدم في سهولة استخدام بي أوردر؟ ولماذا؟.

المبحوث: طبعا هذه النقطة تؤثر في سهولة الاستخدام هذه تدعم ما نطلق عليه تجربة المستخدم.

٥- برأيك هل يؤثر تصميم واجهة المستخدم في الفائدة التي تتوقعها من استخدام بي أوردر؟ ولماذا؟.

المبحوث: طبعا إذا دعمت تجربة المستخدم فهي تعطيها متعة تعزز الفوائد المتوقعة.

• **التفاعلية المدركة** (تشير إلى أي درجة تشعر بأن تجربة استخدامك للمنصة تحاكي التجربة الواقعية):

١- كيف تصف محاكاة تجربة استخدام بي أوردر لتجربة الشراء الواقعي؟
المبحوث: حرفيا هي عملية بيع وشراء بطريقة إلكترونية سهلة سلسلة أقل احتمال للخطأ.
ومن حيث:

• الاتصال ثنائي الاتجاه ✓

- ٢- أي النقاط السابقة أكثر أهمية بالنسبة لك؟ ولماذا؟
المبحوث: يجب أن أتمكن من إيصال صوتي للمسؤولين في المنصة.
٣- كيف تؤثر التفاعلية بينك وبين بي أوردر في استخدامك لها؟
المبحوث: أكيد لا يوجد نظام خالي من الأخطاء وتصحيح الأخطاء يكون في هذا الاتصال الثنائي الاتجاه.
٤- برأيك هل تؤثر التفاعلية في سهولة استخدام بي أوردر؟ ولماذا؟
المبحوث: نعم بشكل أو بآخر تعبر عن سهولة الاتصال.
٥- برأيك هل تؤثر التفاعلية في الفائدة التي تتوقعها من استخدام بي أوردر؟ ولماذا؟
المبحوث: بالطبع فوجود سهولة الاستخدام والاتصال يعني ضمنا فوائد.

أخيرا هل من الممكن أن ترتب العوامل من ١ إلى ٦ بدءا بالأكثر تأثيرا على استخدامك لبي أوردر؟، ولماذا؟.

المتغير	سهولة الاستخدام المدرجة	الفائدة المدرجة	جودة المعلومات	جودة النظام	تصميم واجهة المستخدم	التفاعلية المدركة
الترتيب	٣	٦	١	٢	٤	٥
السبب						

م.١٦: المبحوث رقم (١٦).....ز. بمدة المقابلة: ٤١ د.

- ١- النوع الاجتماعي: أنثى
٢- العمر: أقل من ٢٥
٣- المستوى التعليمي: جامعي
٤- ماهي المنصات الإلكترونية التي تستخدمها، وما هو الغرض من استخدامها؟
المبحوث: على الصعيد الشخصي هذا الشيء ممتع بالنسبة لي أنا استخدم تطبيق أطلب للتسوق ويجي شي وبي أوردر لطلب الطعام، وحربوق أيضا للملابس والأشياء الإلكترونية، وتطبيق أسواق الذي يمكن البيع والشراء فيه.

- ٥- كم مرة ممكن أن يتكرر استخدامك لمنصة بي أوردر شهريا؟ ولماذا؟
المبحوث: أكثر من مرة لا يمكن التحديد لأن ذلك يكون تبعا لحاجتي.
٦- كم تمضي من الوقت على المنصة حتى تقوم بطلب الخدمة؟ ولماذا؟
المبحوث: المطعم المشهور أو المعروف بالنسبة لي يكون طلب سريع جدا.

القسم الثاني:

• سهولة الاستخدام المدركة:

- ١- كيف تصف سهولة استخدام بي أوردر؟
المبحوث: هو تطبيق سهل جدا بالنسبة لي فأنا لهذا السبب استخدمه أكثر من غيره.
يمكن وصفها أيضا من خلال ما يلي:
- التفاعل بينك وبين بي أوردر واضح ومفهوم.
- ٢- أي العناصر السابقة أكثر أهمية بالنسبة لك ولماذا؟
المبحوث: كل النقاط هذه فكل شيء في بي أوردر واضح ومفهوم ومصنف بطريقة مريحة جدا
- ٣- كيف تؤثر سهولة الاستخدام في استخدامك للمنصة؟
المبحوث: طبعا تؤثر في زيادة استخدامي.

• الفائدة المدركة:

- ١- ما هي الفائدة التي تتوقعها من استخدام بي أوردر؟
المبحوث: الراحة يصلني الطلب الذي أريد حتى باب بيتي هم محترمين جدا في التعامل بيتي ضمن الأحياء القديمة وأنا أنتتبع طلبي فهم يوفروا إمكانية متابعة السائق.
من الفوائد المتوقعة أيضا ما يلي:
- تجد أن هذا الاستخدام مريح لحياتك اليومية.✓
- ٢- ما هو الأكثر أهمية بالنسبة لك مما سبق، ولماذا؟
المبحوث: من البداية اخبرتك أنها الأهم.
- ٣- كيف يؤثر ادراكك للفائدة المتوقعة من استخدام المنصة في استخدامك لها؟
المبحوث: أستخدم أكثر طبعا.

• جودة المعلومات (وهي الخصائص المرغوب توافرها في المعلومات):

- ١- برأيك ماهي الخصائص التي يجب أن تتمتع بها المعلومات حتى تتسم بالجودة؟ ولماذا؟
المبحوث: أكيد أكيد العروض تحديدا من المطاعم المفضلة لدي.
يمكن أيضا اعتبار ما يلي من الخصائص التي تعطي الجودة للمعلومات:
- قرب المعلومات من الواقع وملاءمتها.✓
- ٢- أي الخصائص السابقة أكثر أهمية بالنسبة لك ولماذا؟
المبحوث: لأنّ هذا أكثر ما يميز بي أوردر.
- ٣- كيف تؤثر جودة المعلومات في استخدامك للمنصة؟
المبحوث: أكيد تأثير إيجابي يعني أن أستخدم دائما وحتى أنصح زملائي به.
- ٤- برأيك هل تؤثر جودة المعلومات في سهولة استخدام بي أوردر؟ ولماذا؟
المبحوث: أكيد المعلومات الدقيقة تعطي سهولة بحث بالتالي سهولة استخدام.
- ٥- برأيك هل تؤثر جودة المعلومات في الفائدة التي تتوقعها من استخدام بي أوردر؟ ولماذا؟
المبحوث: نعم من الممكن أن أتأثر ولكن استخدامي المطول لبي أورد أعطاني ثقة.

• **جودة النظام (وهي الخصائص المرغوب توافرها في النظام الذي ينتج المعلومة):**

١- برأيك ماهي الخصائص التي تعطي الجودة للنظام؟.

المبحوث: ألا يكون بطيء في استجابته ويحتاج انترنت قوياً.

من بين الخصائص أيضاً نذكر:

▪ الاستجابة الفورية.✓

٢- أي الخصائص السابقة أكثر أهمية بالنسبة لك؟ ولماذا؟.

المبحوث: هذه من أهم الخصائص التي تميز بي أوردر وأحبها.

٣- كيف تؤثر جودة النظام في استخدامك لمنصة بي أوردر؟.

المبحوث: عندما أستخدم تطبيقاً ولا أنزعج من بطء الاستجابة ذلك يؤثر بشكل إيجابي.

٤- برأيك هل تؤثر جودة النظام في سهولة استخدام بي أوردر؟ ولماذا؟.

المبحوث: أكيد إذا كان سريع الاستجابة يعني سهل الاستخدام.

٥- برأيك هل تؤثر جودة النظام في الفائدة التي تتوقعها من استخدام بي أوردر؟ ولماذا؟.

المبحوث: نعم تعطي مؤشر لتوقع المزيد من الفوائد من هذا النظام.

• **تصميم واجهة المستخدم (المقصود بواجهة المستخدم: شاشة الاتصال بينك وبين المنصة):**

١- عند قولنا تصميم واجهة المستخدم برأيك ما هو أهم عنصر يجب أن يتوافر ضمن تصميم هذه

الواجهة؟.

المبحوث: الاسم والصورة في البداية، يجب أن تعبر عن الغرض.

من النقاط المهمة في تصميم واجهة المستخدم ما يلي:

▪ التصميم والتخطيط في واجهة المستخدم الذي يجعل قراءة المعلومات سهلة.✓

٢- أي النقاط السابقة أكثر أهمية بالنسبة لك؟ ولماذا؟.

المبحوث: يجب أن يكون كل شيء مصنف وواضح حتى ألا أضطر لأقرأ الصنف أن تعبر الصورة عن الموجود.

٣- برأيك هل لتصميم واجهة المستخدم تأثير في استخدامك للمنصة؟ ولماذا؟.

المبحوث: نعم ممكن أن تؤثر مثلاً إذا ظهر تطبيق أضعف أو أقوى أو مقلد حتى عن التصميم فنكون على دراية بأن هذا التصميم هو الموثوق لدينا.

٤- برأيك هل يؤثر تصميم واجهة المستخدم في سهولة استخدام بي أوردر؟ ولماذا؟.

المبحوث: أكيد فلو كانت الواجهة لا تحوي الكثير من التصنيفات وعلي البحث عن كل شيء سيكون الاستخدام مزعجاً وصعباً .

٥- برأيك هل يؤثر تصميم واجهة المستخدم في الفائدة التي تتوقعها من استخدام بي أوردر؟ ولماذا؟.

المبحوث: نعم فحتى عند بدء عملية البحث من الشكل نعلم الصنف ولا نضيع وقت في القراءة.

• **التفاعلية المدركة (تشير إلى أي درجة تشعر بأن تجربة استخدامك للمنصة تحاكي التجربة الواقعية):**

١- كيف تصف محاكاة تجربة استخدام بي أوردر لتجربة الشراء الواقعي؟.

المبحوث: هي نفسها ولكن تناول الطعام في البيت أكثر راحة.
ومن حيث:

• الاتصال ثنائي الاتجاه✓

٢- أي النقاط السابقة أكثر أهمية بالنسبة لك؟ ولماذا؟.

المبحوث: التواصل معهم ممتع وسهل ، عند حدوث أي مشكلة يتم حلها بطرق مرضية وحتى بخصوص المطاعم نكون على دراية بكل شيء مثلاً موعد فتح المطعم وموعد الإغلاق، وإمكانية التمتع للسائق في مثل حالة بيتي تمكيني من تصحيح مسار السائق.

٣- كيف تؤثر التفاعلية بينك وبين بي أوردر في استخدامك لها؟.

المبحوث: جاوبت سابقاً هذا يجعل الاستخدام ممتعاً.

٤- برأيك هل تؤثر التفاعلية في سهولة استخدام بي أوردر؟ ولماذا؟.

المبحوث: نعم سهولة الاتصال تعني سهولة استخدام.

٥- برأيك هل تؤثر التفاعلية في الفائدة التي تتوقعها من استخدام بي أوردر؟ ولماذا؟.

المبحوث: نعم دائماً ما أتوقع فوائد كبيرة بسبب حسن التفاعلية على كل الأصعدة.

أخيراً هل من الممكن أن ترتب العوامل من ١ إلى ٦ بدءاً بالأكثر تأثيراً على استخدامك لبي أوردر؟، ولماذا؟.

المتغير	سهولة الاستخدام المدركة	الفائدة المدركة	جودة المعلومات	جودة النظام	تصميم واجهة المستخدم	التفاعلية المدركة
الترتيب	٢	١	٤	٣	٦	٥
السبب	ألا أعاني في الاستخدام	المحدد الأساسي هو تساؤل كم من الممكن أن أحصل على الفوائد		يجب أن تكون الاستجابة سريعة	يبقى تأثيرها أقل من بقية العوامل.	

م.١٧: المبحوث رقم (١٧).....س.س..... مدة المقابلة: ١٥ دقائق.

١- النوع الاجتماعي: ذكر

٢- العمر: من ٣٦ إلى ٤٠

٣- المستوى التعليمي: معهد

٤- ماهي المنصات الإلكترونية التي تستخدمها، وما هو الغرض من استخدامها؟.

المبحوث: استخدم يلاغو بكثرة لطلب التوكسي فضلاً عن بي أوردر لطلب الطعام.

٥- كم مرة ممكن أن يتكرر استخدامك لمنصة بي أوردر شهرياً؟ ولماذا؟.

المبحوث: بشكل كبير جداً ممكن أن يصل إلى ٢٠ مرة بالشهر تبعاً لأنني أعزب.

٦- كم تمضي من الوقت على المنصة حتى تقوم بطلب الخدمة؟ ولماذا؟.

المبحوث: القليل جداً من الوقت بضع دقائق ممكن أن يكون أكثر عند رغبتني بالعروض.

القسم الثاني:

• سهولة الاستخدام المدركة:

١- كيف تصف سهولة استخدام بي أوردر؟

المبحوث: سهلة جداً، وعملية جداً.

يمكن وصفها أيضاً من خلال ما يلي:

▪ التفاعل بينك وبين بي أوردر واضح ومفهوم. ✓

٢- أي العناصر السابقة أكثر أهمية بالنسبة لك ولماذا؟

المبحوث: من الضروري أن يكون كل شيء واضحاً من بداية التعامل.

٣- كيف تؤثر سهولة الاستخدام في استخدامك للمنصة؟

المبحوث: تؤثر لدرجة كبيرة جداً كلما كانت سهلة الاستخدام أكثر لا أفكر بأي لحظة بالتأني في الاستخدام، وإذا كان صعب أبحث عن بدائل تعطيني الخدمة نفسها.

• الفائدة المدركة:

١- ما هي الفائدة التي تتوقعها من استخدام بي أوردر؟

المبحوث: اختصار الوقت بالدرجة الأولى.

من الفوائد المتوقعة أيضاً ما يلي:

▪ تجد أن هذا الاستخدام مريح لحياتك اليومية. ✓

٢- ما هو الأكثر أهمية بالنسبة لك مما سبق، ولماذا؟

المبحوث: توفر الراحة أكثر من الفائدة فالفائدة في الطعام الصحي، والسرعة طبعاً لأن ذلك يوفر لي الوقت.

٣- كيف يؤثر إدراكك للفائدة المتوقعة من استخدام المنصة في استخدامك لها؟

المبحوث: باستمرار الاستخدام.

• جودة المعلومات (وهي الخصائص المرغوب توافرها في المعلومات):

١- برأيك ماهي الخصائص التي يجب أن تتمتع بها المعلومات حتى تتسم بالجودة؟ ولماذا؟

المبحوث: واضحة بالدرجة الأولى حول كل شيء المطاعم والوجبات وإمكانية اطلاعي على آراء وتقييمات الآخرين.

يمكن أيضاً اعتبار ما يلي من الخصائص التي تعطي الجودة للمعلومات:

▪ دقة المعلومات. ✓

٢- أي الخصائص السابقة أكثر أهمية بالنسبة لك ولماذا؟

المبحوث: أقرب فكرة إلى الوضوح.

٣- كيف تؤثر جودة المعلومات في استخدامك للمنصة؟

المبحوث: هي النقطة الأهم في الاستخدام وعليها يتوقف الاستخدام أو عدم الاستخدام، وهي محرض الثقة.

٤- برأيك هل تؤثر جودة المعلومات في سهولة استخدام بي أوردر؟ ولماذا؟

المبحوث: طبعاً تساعد على الاختيار بشكل أسهل، أي تسهل الاستخدام وبالتالي تزيده.

٥- برأيك هل تؤثر جودة المعلومات في الفائدة التي تتوقعها من استخدام بي أوردر؟ ولماذا؟

المبحوث: طبعا هذا له تأثير إيجابي في توقعي للمزيد والكثير من الفوائد.

• **جودة النظام (وهي الخصائص المرغوب توافرها في النظام الذي ينتج المعلومة):**

٦- برأيك ماهي الخصائص التي تعطي الجودة للنظام؟

المبحوث: سرعة استجابة النظام.

من بين الخصائص أيضا نذكر:

■ الاستجابة الفورية. ✓

٦- أي الخصائص السابقة أكثر أهمية بالنسبة لك؟ ولماذا؟.

المبحوث: لأنني بالغالب لا أملك الوقت ثانيا يجب أن يحوي على سرية وخصوصية عالية جدا.

٧- كيف تؤثر جودة النظام في استخدامك لمنصة بي أوردر؟.

المبحوث: تؤثر من حيث الثقة في هذا النظام، إذا استطاع أ يبنني ثقة معي يصبح الأكثر استخداما دون نقاش.

٨- برأيك هل تؤثر جودة النظام في سهولة استخدام بي أوردر؟ ولماذا؟.

المبحوث: نعم، برأيي أنها تتقاطع ضمنا مع ترتيب النظام.

٩- برأيك هل تؤثر جودة النظام في الفائدة التي تتوقعها من استخدام بي أوردر؟ ولماذا؟.

المبحوث: نعم طالما هو مدعوم بالثقة أتوقع المزيد من الفوائد، وبالتالي المزيد من الطلبات.

• **تصميم واجهة المستخدم (المقصود بواجهة المستخدم: شاشة الاتصال بينك وبين المنصة):**

١- عند قولنا تصميم واجهة المستخدم برأيك ما هو أهم عنصر يجب أن يتوافر ضمن تصميم هذه

الواجهة؟.

المبحوث: مرتبة بشكل جيد، ألوانها تهمني يجب أن تعبر عن الغرض الذي صممت من أجله برأيي ألوان بي

أوردر مناسبة جدا وشكل النحلة معبر.

من النقاط المهمة في تصميم واجهة المستخدم ما يلي:

■ سهولة استخدام الواجهة. ✓

٢- أي النقاط السابقة أكثر أهمية بالنسبة لك؟ ولماذا؟.

المبحوث: لأن هذا ما يوفر علي الجهد والوقت إلى جانب وضوح الأزرار والقوائم طبعا التي تزيد من سهولة

الاستخدام.

٣- برأيك هل لتصميم واجهة المستخدم تأثير في استخدامك للمنصة؟ ولماذا؟

المبحوث: طبعا ولدي رضا اتجاه تصميم بي أوردر ويمكن أن يكون من ضمن أسباب استمرار الاستخدام.

٤- برأيك هل يؤثر تصميم واجهة المستخدم في سهولة استخدام بي أوردر؟ ولماذا؟.

المبحوث: نعم. من الممكن أن يسهل البحث والقراءة ويختصر الوقت.

٥- برأيك هل يؤثر تصميم واجهة المستخدم في الفائدة التي تتوقعها من استخدام بي أوردر؟ ولماذا؟.

المبحوث: طبعا فذكرت أنها أول شيء نراه ونتفاعل عبره وجود الصور والشروحات وطريقة عرضها له

دور كبير في معرفتي للفوائد التي ممكن أن أحصل عليها.

• **التفاعلية المدركة (تشير إلى أي درجة تشعر بأن تجربة استخدامك للمنصة تحاكي التجربة الواقعية):**

١- كيف تصف محاكاة تجربة استخدام بي أوردرد لتجربة الشراء الواقعي؟.

المبحوث: مشابهة جدا ولكن المنصة توفر الكثير من الخيارات، اختصار للمسافة وللوقت وأنا في مكاني.
ومن حيث:

• طوعية الاتصال ✓

٢- أي النقاط السابقة أكثر أهمية بالنسبة لك؟ ولماذا؟ .

المبحوث: إلى جانب الاتصال ثنائي الاتجاه مكمليين لوظائف بعض.

٣- كيف تؤثر التفاعلية بينك وبين بي أوردرد في استخدامك لها؟.

المبحوث: طبعا تؤثر بشكل كبير فما يميز هذا النوع من الخدمات هو التفاعلية، وإذا لم أَلَمَس التفاعلية لا أستخدم أبدا.

٤- برأيك هل تؤثر التفاعلية في سهولة استخدام بي أوردرد؟ ولماذا؟.

المبحوث: نعم تجعل الاتصال سهلاً وممتعاً باستمرار التجاوب.

٥- برأيك هل تؤثر التفاعلية في الفائدة التي تتوقعها من استخدام بي أوردرد؟ ولماذا؟.

المبحوث: طبعا فهي تشير إلى مدى اهتمامهم بي.

أخيرا هل من الممكن أن ترتب العوامل من ١ إلى ٦ بدءاً بالأكثر تأثيراً على استخدامك لبي أوردرد؟، ولماذا؟.

المتغير	سهولة الاستخدام المدركة	الفائدة المدركة	جودة المعلومات	جودة النظام	تصميم واجهة المستخدم	التفاعلية المدركة
الترتيب	٦	٥	٢	٣	١	٤
السبب			نستخدم للحصول على معلومات.		لأنها أول ما نراه ونتفاعل معه.	

الملحق السادس: استمارة الاستبيان المبدئية:



الجمهورية العربية السورية
وزارة التعليم العالي
جامعة دمشق – كلية الاقتصاد
قسم إدارة الأعمال
ماجستير تسويق

تحية طيبة وبعد:

تقوم الباحثة بإعداد بحث لنيل درجة الماجستير في اختصاص التسويق بعنوان:
العوامل المؤثرة في الاستخدام الفعلي لخدمات المنصات الإلكترونية
دراسة حالة منصة بي أوردر

نضع بين أيديكم استبانة لأغراض هذا البحث أي لأغراض علمية وفقط علمية مؤكدين على السرية التامة للمعلومات ، التي سيتم جمعها من حضرتكم أرجو التكرم بالإجابة بصراحة ووضوح عن كل الأسئلة، شاكراً وممتنة لحسن تعاونكم.

إشراف الدكتورة: ندى علي الباحثة: لانا الصفدي

القسم الأول: المعلومات الديموغرافية: الرجاء وضع إشارة ✓ في المربع وفقاً لمعلوماتك الشخصية

- ١- النوع الاجتماعي: ☐ ذكر ☐ أنثى
- ٢- الحالة الاجتماعية: ☐ أعزب ☐ متزوج ☐ مطلق ☐ أرمل
- ٣- العمر: ☐ أقل من ٢٥ سنة

□ من ٢٥ إلى ٣٠ سنة □ من ٣١ إلى ٣٥ سنة □ من ٣٦ إلى ٤٠ سنة □ من ٤١ إلى ٤٥ سنة □ أكثر من ٤٥ سنة

٤- المستوى التعليمي:

□ ثانوي وما دون □ معهد □ جامعة □ دراسات عليا

٥- المنصات الأكثر استخداما:

□ بي أوردر □ يلاغو □ موفو □ ديجي شي □ غير ذلك

٦- أكثر الخدمات استخداما من منصة بي أوردر:

□ الأطعمة □ سوبر ماركت □ متاجر □ المكتبة □ الصيدلية

القسم الثاني:

أمامك مجموعة من المعايير لكل عامل من العوامل موضع الدراسة للتعرف بدقة على أثرها في استخدامك الفعلي لمنصة طلب الطعام بي أوردر، علما أن اختيار الرقم (٥) يعني الموافقة بشدة، و(٤) الموافقة و(٣) للحيداء في حين أن الرقم (١) يعني الرفض بشدة و (٢) الرفض.

الرقم	العبارات	غير موافق بشدة	غير موافق	محايد	موافق	موافق بشدة
	جودة المعلومات	١	٢	٣	٤	٥
١	أعتقد أن المعلومات الموجودة في المنصة كافية					
٢	أعتقد أن المعلومات الموجودة في المنصة يتم تحديثها باستمرار (مواكبة للواقع)					
٣	أعتقد أن المعلومات الموجودة دقيقة (مثلا وصف الوجبات).					
٤	أعتقد أن المعلومات تتصف بالتخصيص (التقسيم في فئات محددة أو عند البحث)					
٥	أعتقد أن المعلومات حول الأسعار دقيقة ومطابقة لما أَدفع فعلا.					
٦	أعتقد أن المعلومات حول وقت التسليم دقيقة تقريبا					
	جودة النظام	١	٢	٣	٤	٥
٧	أعتقد أن عملية تشغيل المنصة واضحة.					
٨	أعتقد أن النظام يوفر لي ما يكفي من الأمان					
٩	أعتقد أن نظام التشغيل يتمتع بمرونة بحيث يتم تحديثه باستمرار بما يرضي المستخدمين.					
١٠	أعتقد أن نظام المنصة يستجيب لعملية طلب الخدمة بسرعة.					
١١	أعتقد أن النظام متاح لكل مستخدمين أي يمكن لأي					

					شخص تحميل التطبيق بسهولة.
					تصميم واجهة المستخدم
					١٢ تصميم واجهة المستخدم مرتب ومريح لقراءة المعلومات في المنصة.
					١٣ يتيح تصميم واجهة المستخدم سهولة في استخدام المنصة.
					١٤ أعتقد أن الألوان الموجودة في المنصة متناسقة
					١٥ أعتقد أن مكان البحث واضح
					١٦ أعتقد أن الأزرار والقوائم واضحة
					١٧ أعتقد أن الواجهة تظهر لي ما يهمني وما يلفت انتباهي عند فتحها (الصور، العروض، أكواد الحسم وحتى شكل النحلة)
٥	٤	٣	٢	١	التفاعلية
					١٨ تتيح المنصة إمكانية تقديم شكاوى أو إضافة ملاحظات.
					١٩ تتفاعل المنصة مع الشكاوى الخاصة بي أو ملاحظاتي وتقدم لي حلولاً
					٢٠ يمكنني اختيار ما أريد بحرية أثناء استخدامي للمنصة.
					٢١ يمكنني التنقل بحرية من صفحة إلى أخرى.
					٢٢ تتم معالجة طلباتي بسرعة عند ادخال المعلومات.
					٢٣ أتمكن من الحصول على المعلومات التي أريدها بسرعة دون تأخير.
					سهولة الاستخدام المدركة
					٢٤ أعتقد ان تعلم استخدام المنصة كان سهلاً بالنسبة لي.
					٢٥ أعتقد أن منصة طلب الطعام بي أوردت واضحة ومفهومة (عملية فتحها والشراء واضحة)
					٢٦ أعتقد أن المنصة بشكل عام سهلة الاستخدام، ووصولي لمعلومات سهلة
					٢٧ أعتقد أن التفاعل في بي أوردت مرن (يمكنني التنقل واستخدام العديد من الخدمات التي تقدمها بي أوردت)
					٢٨ مع الوقت يصبح بديهي استخدامي لمنصة بي أوردت.
					٢٩ أعتقد أن التصنيفات الموجودة في واجهة بي أوردت تسهل الاستخدام.
					الفائدة المدركة
					٣٠ استخدامي لمنصة طلب الطعام يوفر لي الوقت والجهد.
					٣١ بشكل عام استخدام المنصة يعتبر مفيد بالنسبة لي.
					٣٢ استخدامي للمنصة يعتبر مريح بالنسبة لي.

٣٣	استخدامي لمنصة بي أوردر يمكنني من الحصول على طلبتي بسرعة.				
٣٤	بمتابعتي للعروضات والحسومات يمكنني بي أوردر من توفير المال				
٣٥	تلمي بي أوردر طلباتي بمصادقية				
	الثقة				
٣٦	أعتقد أن بي أوردر جدير بالثقة				
٣٧	أثق في المعلومات المعروضة في بي أوردر فهي دقيقة				
٣٨	أثق في عملية الطلب عبر بي أوردر وحصولي على طلبتي				
٣٩	أعتقد أن بي أوردر تمنحني أفضل خيارات بالنسبة لي				
٤٠	أعتقد أن بي أوردر تفي بوعودها اتجاه المستخدمين				
	الاستخدام الفعلي				
٤١	عادة يتكرر استخدامي للمنصة مرة على الأقل في الشهر				
٤٢	من الممكن أن أنصح غيري باستخدام بي أوردر				
٤٣	من الممكن أن استخدم العديد من الخدمات التي تقدمها بي أوردر				
٤٤	أعتقد أن استخدامي للمنصة مستمر.				
٤٥	أعتقد أنني لا أضطر للبحث عن منصة أخرى تلي نفس الخدمات التي تليها بي أوردر				

رتب العوامل من ١ إلى ٧ بدءاً بالعامل الأكثر تأثيراً على استخدامك الفعلي للمنصة:

سهولة الاستخدام	الفائدة المدركة	الثقة	جودة النظام	جودة المعلومات	التفاعلية المدركة	تصميم واجهة المستخدم

الملحق السابع: ملاحظات السادة المحكمين حول الاستمارة المبدئية للاستبيان

اسم المحكم	الملاحظات التي تم إبدائها
أ.د. سامر المصطفى	تعديل الخط السؤال رقم (٥) دقيقة ومطابقة يجب أن يقسم إلى سؤالين

السؤال رقم (١١) تحميل التطبيق بسهولة ويمكن تسجيل الدخول في أي وقت أيضا يجب أن يقسم إلى سؤالين السؤال (١٣) سهولة وتفاعلية مقياسين يجب أن يقسم أيضا إلى سؤالين. السؤال رقم (١٧) الاكتفاء بوحدة منها ما يهمني أو ما يلفت انتباهي. السؤال رقم (١٨) الاكتفاء بالملاحظات فقط. السؤال رقم (١٩) أيضا الاكتفاء بالملاحظات فقط. السؤال رقم (٢٥) مقياسين أيضا يفضل الاكتفاء بواحدة. السؤال رقم (٢٦) تعديل السؤال لوجود مقياسين تقسيم السؤال إلى اثنين أو الاكتفاء بواحد. السؤال رقم (٣٠) أيضا مقياسين إما الوقت أو الجهد. السؤال رقم (٣٤) الاكتفاء بوحدة العروض أو الحسمات. السؤال رقم (٣٨) مقياسين أيضا يمكن فصل السؤال إلى سؤالين أو الاكتفاء بواحدة. سؤال ترتيب العوامل حسب أهميتها يجب أن يضاف إلى يمين الجدول عامود في السطر الأول يكتب النقاط، والسطر الثاني يكتب ترتيب العامل.	
أ.د. مهند أرناؤوط تعديل صفحة الغلاف وضع الإيميل للباحثة مثلا وذكر أن بي أوردر ستستفيد أيضا من نتائج البحث وترك صفحة الغلاف دون وضع الأسئلة فيها وتكبير الخط فيها. يفضل الاطلاع إلى الفئات العمرية في دراسات تتبع لنفس طبيعة البحث من حيث النظرية وميدان الدراسة وبدء الفئة بذكر أكثر من كذا حتى لا تختلط الأمور على المبحوث. المنصات الأكثر استخداما ممكن أن يكون السؤال ترتيبها حسب الأكثر استخداما. الخدمات الأكثر استخداما أيضا من الوارد أن تكون ترتيبا ويفضل إضافة بند خدمات أخرى. السؤال رقم (٦) حذف كلمة تقريبا. السؤال رقم (٧) يفضل الصياغة: الدخول إلى المنصة سهل ويمكن هنا إضافة "في أي وقت" وحذفها من السؤال رقم (١١) ويكتفى في هذا السؤال بأنه يمكن لأي شخص تحميل التطبيق بسهولة. السؤال رقم (٨) توضيح يتصف بالأمان من حيث ماذا؟ السؤال رقم (١٢) تساعد واجهة المستخدم على قراءة المعلومات في منصة بي أوردر بشكل مريح. السؤال رقم (١٣) ممكن أن يقسم السؤال إلى سؤالين أو حذف واحدة منها. السؤال رقم (١٥) توضيح المقصود بمكان البحث. السؤال رقم (١٦) أعتقد أن الانتقال بين القوائم واضح. السؤال رقم (١٧) حذف ما يلفت انتباهي والاكتفاء ب ما يهمني. السؤال رقم (١٨) يمكن فصل السؤال إلى سؤالين أو حذف الشكوى وهذا ينطبق أيضا على السؤال رقم (١٩). السؤال رقم (٢٥) واضحة فقط. السؤال رقم (٢٦) سهولة الاستخدام فقط دون "بشكل عام". السؤال رقم (٢٨) يصبح "أكثر سهولة" بدلا من "بديهي". السؤال رقم (٣٠) من الأفضل الاكتفاء بالوقت فقط. السؤال رقم (٣١): حذف "بشكل عام" من العبارة. السؤال رقم (٣٢): يعتبر استخدامي لمنصة بي أوردر مريح بالنسبة لي. السؤال رقم (٣٣): يمكنني استخدامي لمنصة بي أوردر من الحصول على طلبي بسرعة. السؤال رقم (٣٤): تمكنني متابعة العروض والحسمات في منصة بي أوردر من توفير المال.	

السؤال رقم (٣٧): حذف "فهي دقيقة" من العبارة. السؤال رقم (٣٨): حذف " وحصولي على طلبتي" من العبارة. السؤال رقم (٣٩): تمنحني بي أوردر أفضل الخيارات بالنسبة لي. السؤال رقم (٤٠): نفي بي أوردر في وعودها اتجاه المستخدمين. السؤال رقم (٤١): حذف "عادة" من العبارة. السؤال رقم (٤٢): أنصح غيري باستخدام منصة بي أوردر. السؤال رقم (٤٣): استخدم العديد من الخدمات التي تقدمها منصة بي أوردر. السؤال رقم (٤٤): يتم استخدام منصة بي أوردر بشكل مستمر. السؤال رقم (٤٥): لا أضطر للبحث عن منصة أخرى تلبي نفس الخدمات التي تقدمها بي أوردر.	
سؤال العمر: الفئات العمرية كثيرة، ٤٥ فما فوق (قليل) يفضل تقسيمها على الشكل التالي: ١- أقل من ٢٥ ٢- من ٢٦ إلى ٤٥ ٣- من ٤٦ إلى ٦٠ ٤- فوق ٦٠ السؤال رقم (٥): تكرر كلمة مطابقة (خطأ مطبعي). السؤال رقم (١١): يقسم إلى سؤالين: ١- سهولة التحميل، ٢- إمكانية تسجيل الدخول. السؤال رقم (١٥): غير واضح (ماذا تعني مكان البحث). السؤال رقم (١٨): يقسم إلى سؤالين: ١- تقديم الشكاوى، ٢- إبداء الملاحظات. السؤال رقم (١٩): يقسم إلى سؤالين أيضا. السؤال رقم (٢٢) و (٢٣) و (٢٤) و (٢٥) و (٣٠) و (٤٥) تكرر بعض الكلمات بسبب أخطاء مطبعية.	د. سوزان عبيدو
أفضل أن يتم ذكر اسم المنصة بدل من ترك السؤال وكأنه عن منصة مجهولة السؤال رقم ٤ من جودة المعلومات: هذا السؤال غير واضح كما أن مفهوم التخصيص، أي أن المنصة يتم ملائمة محتواها حسب تاريخ وسلوك التصفح الخاص بكل مستهلك (لا بد من إيجاد صيغة أفضل للسؤال تعبر عن معنى التخصيص) السؤال السادس من جودة المعلومات: أعتقد أن المعلومات حول وقت التسليم في منصة بي أوردر دقيقة (حذف كلمة تقريبا) جودة النظام: السؤال الأول: أعتقد أن أسلوب تشغيل منصة بي أوردر واضح السؤال الثالث: أعتقد أن نظام منصة بي أوردر مرن ويتم تحديثه باستمرار السؤال الرابع: أعتقد أن نظام منصة بي أوردر يتسم بسرعة الاستجابة تصميم واجهة المستخدم: السؤال الثاني: تصميم واجهة المستخدم يتسم بالتفاعلية (لا يمكن توجيه سؤال يحتوي شقين سهولة وتفاعلية، وأعتقد أن السؤال عن السهولة متضمن في السؤال عن السهولة المتضمن في السؤال الأول من أسئلة تصميم واجهة المستخدم) كما أن وجود أسئلة خاصة بالتفاعلية يجعلنا نرجح حذف هذا السؤال. سهولة الاستخدام المدركة: السؤال الثالث: أعتقد أن منصة بي أوردر سهلة الاستخدام بشكل عام.	د. نهى سعود
لا داعي لذكر اسم الباحثة أو اسم الدكتور المشرف ويمكن استبدال المقدمة بالمقدمة التالية: نرجو منكم	د. نعمى عباس

استكمال هذه الاستبانة التي تدرج في إطار البحث العلمي لنيل شهادة الماجستير في التسويق. نرغب في معرفة رأيكم في الأسئلة الواردة أدناه فيما يتعلق بموضوع: "العوامل المؤثرة في الاستخدام الفعلي لخدمات المنصات الإلكترونية، دراسة حالة منصة بي أوردر".

علما أنه لا يوجد إجابة صحيحة أو إجابة خاطئة، فما يهمنا رأيكم فقط، لذلك يرجى وضع إشارة X في المربع الذي يتناسب مع إجابتك.

"شاكرين حسن تعاونكم"

في بداية القسم الثاني إذا تم اعتماد المقدمة المقترحة تحذف مقدمة القسم الثاني، كما يفضل حذف كلمة "طلب الطعام" عند ذكر منصة بي أوردر لأنك ذكرت مجموعة خدمات للمنصة وهذا يعتبر تناقض.

السؤال رقم (٤) غير واضح من الأفضل إعادة الصياغة.

السؤال رقم (٥) ذكرت كلمة دقيقة في السؤال الثالث أيضا مما قد يدفع المستجوب للإجابة بشكل عشوائي لذا يجب حذف كلمة "دقيقة" هنا.

السؤال رقم (٦) أيضا تكررت كلمة دقيقة.

السؤال رقم (٧) لا داعي لهذا السؤال فقد يكون غير مفهوم من قبل المستجوب.

السؤال رقم (١٩) تعديل بسيط للسؤال: تتفاعل المنصة مع الشكاوى الخاصة بي وبملاحظات وتقدم لي الحلول.

السؤال رقم (٢١) يمكنني التنقل بسهولة من صفحة إلى أخرى.

السؤال رقم (٣٤) عروض وليس عروضات.

الأسئلة المتعلقة بالاستخدام الفعلي تشبه إلى حد ما الأسئلة المتعلقة بالنوايا السلوكية أو الولاء، خاصة السؤال رقم: ٤١ و ٤٢ و ٤٤.

الملحق الثامن: استمارة الاستبيان بعد أخذ ملاحظات السادة المحكمين



الجمهورية العربية السورية

وزارة التعليم العالي

جامعة دمشق — كلية الاقتصاد

قسم إدارة الأعمال

ماجستير تسويق

نرجو منكم استكمال هذه الاستبانة التي تدرج في إطار البحث العلمي لنيل شهادة الماجستير في التسويق، نرغب في معرفة رأيكم في الأسئلة الواردة أدناه فيما يتعلق بموضوع: "العوامل المؤثرة في الاستخدام الفعلي لخدمات المنصات الإلكترونية، دراسة حالة منصة بي أوردر".
علما أنه لا يوجد إجابة صحيحة أو إجابة خاطئة، فما يهمنا رأيكم فقط، لذلك يرجى وضع إشارة X في المربع الذي يتناسب مع إجابتك.
"شاكرين حسن تعاونكم"

القسم الأول: المعلومات الديموغرافية:

- ١- النوع الاجتماعي: ☐ ذكر ☐ أنثى
- ٢- الحالة الاجتماعية: ☐ أعزب ☐ متزوج ☐ مطلق ☐ أرمل
- ٣- العمر: ☐ أقل من ٢٥ سنة ☐ من ٢٦ إلى ٣٥ سنة ☐ من ٣٦ إلى ٤٥ سنة ☐ من ٤٦ إلى ٦٠ سنة ☐ أكثر من ٦٠ سنة
- ٤- المستوى التعليمي: ☐ ثانوي وما دون ☐ معهد ☐ جامعة ☐ دراسات عليا
- ٥- المنصات الأكثر استخداما: ☐ بي أوردر ☐ يلاغو ☐ موفو ☐ ديجي شي ☐ غير ذلك
- ٦- أكثر الخدمات استخداما من منصة بي أوردر: ☐ الأتعمة ☐ سوبر ماركت ☐ متاجر ☐ المكتبة ☐ غير ذلك

القسم الثاني: أمامك مجموعة من المعايير لكل عامل من العوامل موضع الدراسة للتعرف بدقة على أثرها في استخدامك الفعلي لمنصة بي أوردر، علماً أن اختيار الرقم (٥) يعني الموافقة بشدة، و(٤) الموافقة و(٣) للحياد في حين أن الرقم (١) يعني الرفض بشدة و (٢) الرفض.

الرقم	العبارة	غير موافق بشدة	غير موافق	محايد	موافق	موافق بشدة
	جودة المعلومات	١	٢	٣	٤	٥
١	أعتقد أن المعلومات الموجودة في منصة بي أوردر كافية.					
٢	أعتقد أن المعلومات الموجودة في المنصة يتم تحديثها باستمرار (مواكبة للواقع).					
٣	أعتقد أن المعلومات الموجودة دقيقة (مثلاً وصف الوجبات).					
٤	أعتقد أن المعلومات في منصة بي أوردر مخصصة (مثل إرسال أكواد الخصم في أعياد ميلاد المستخدمين، الطلب الجماعي، النقاط).					
٥	أعتقد أن المعلومات حول الأسعار دقيقة.					
٦	أعتقد أن المعلومات حول وقت التسليم دقيقة.					
	جودة النظام.	١	٢	٣	٤	٥
٧	الدخول إلى منصة بي أوردر سهل في أي وقت.					
٨	أعتقد أن النظام يوفر لي ما يكفي من الأمان.					
٩	أعتقد أن نظام منصة بي أوردر مرّن ويتم تحديثه باستمرار.					
١٠	أعتقد أن نظام المنصة يتسم بسرعة الاستجابة.					
١١	يمكن لأي شخص تحميل التطبيق الخاص في بي أوردر بسهولة.					
	تصميم واجهة المستخدم	١	٢	٣	٤	٥
١٢	تساعد واجهة المستخدم على قراءة المعلومات في منصة بي أوردر بشكل مريح.					
١٣	أعتقد أن الألوان الموجودة في المنصة متناسقة.					
١٤	أعتقد أن المكان المخصص للبحث في واجهة منصة بي أوردر واضح (لا يعاني المستخدم في إيجاد مكان إدخال المعلومات المراد البحث عنها)					
١٥	أعتقد أن الانتقال بين القوائم في منصة بي أوردر واضح.					
١٦	أعتقد أن الواجهة في منصة بي أوردر تظهر لي ما يهمني عند فتحها (الصور، العروض، أكواد الحسم).					
	التفاعلية المدركة.	١	٢	٣	٤	٥
١٧	تتيح منصة بي أوردر إضافة ملاحظات.					
١٨	تتفاعل منصة بي أوردر مع ملاحظات المستخدمين.					
١٩	يمكنني اختيار ما أريد بحرية أثناء استخدامي للمنصة.					
٢٠	يمكنني التنقل بحرية من صفحة إلى أخرى في منصة بي أوردر.					

٢١	تتم معالجة طلباتي بسرعة عند إدخال المعلومات في منصة بي أوردر.				
٢٢	أتمكن من الحصول على المعلومات التي أريدها بسرعة دون تأخير.				
	سهولة الاستخدام المدركة.	١	٢	٣	٤
٢٣	أعتقد أن تعلم استخدام منصة بي أوردر كان سهلاً بالنسبة لي.				
٢٤	أعتقد أن منصة بي أوردر واضحة (عملية فتحها والشراء واضحة).				
٢٥	أعتقد أن منصة بي أوردر سهلة الاستخدام.				
٢٦	أعتقد أن التفاعل في منصة بي أوردر مرن (يمكنني التنقل واستخدام العديد من الخدمات التي تقدمها بي أوردر).				
٢٧	مع الوقت يصبح أكثر سهولة استخدامي لمنصة بي أوردر.				
٢٨	أعتقد أن التصنيفات الموجودة في واجهة منصة بي أوردر تسهل الاستخدام.				
	الفائدة المدركة.	١	٢	٣	٤
٢٩	استخدامي لمنصة بي أوردر يوفر لي الوقت.				
٣٠	يعتبر استخدامي لمنصة بي أوردر مفيداً بالنسبة لي.				
٣١	يعتبر استخدامي لمنصة بي أوردر مريحاً بالنسبة لي.				
٣٢	يمكنني استخدامي لمنصة بي أوردر من الحصول على طلبي بسرعة.				
٣٣	يمكنني متابعة العروض والحسومات في منصة بي أوردر من توفير المال.				
٣٤	تلبية منصة بي أوردر طلباتي بمصداقية.				
	الثقة.	١	٢	٣	٤
٣٥	أعتقد أن منصة بي أوردر جديرة بالثقة.				
٣٦	أثق في المعلومات المعروضة في منصة بي أوردر.				
٣٧	أثق في عملية الطلب عبر منصة بي أوردر.				
٣٨	تمنحني منصة بي أوردر أفضل الخيارات بالنسبة لي.				
٣٩	تفي منصة بي أوردر في وعودها اتجاه المستخدمين.				
	الاستخدام الفعلي.	١	٢	٣	٤
٤٠	يتكرر استخدامي لمنصة بي أوردر مرة على الأقل في الشهر.				
٤١	أنصح غيري باستخدام منصة بي أوردر.				
٤٢	استخدم العديد من الخدمات التي تقدمها منصة بي أوردر.				
٤٣	يتم استخدام منصة بي أوردر بشكل مستمر.				
٤٤	لا أضطر للبحث عن منصة أخرى تلبية نفس الخدمات التي تقدمها بي أوردر.				

رتب العوامل من ١ إلى ٧ بدءا بالعامل الأكثر تأثيرا على استخدامك الفعلي للمنصة

العوامل	جودة المعلومات	جودة النظام	تصميم واجهة المستخدم	التفاعلية المدركة	سهولة الاستخدام المدركة	الفائدة المدركة	الثقة
الترتيب							

الملحق التاسع: الاستبيان بعد الدراسة الاستطلاعية:



الجمهورية العربية السورية

وزارة التعليم العالي

جامعة دمشق — كلية الاقتصاد

قسم إدارة الأعمال

ماجستير التسويق

نرجو منكم استكمال هذه الاستبانة التي تدرج في إطار البحث العلمي لنيل شهادة الماجستير في التسويق. نرغب في معرفة رأيكم في الأسئلة الواردة أدناه فيما يتعلق بموضوع: "العوامل المؤثرة في الاستخدام الفعلي لخدمات المنصات الإلكترونية، دراسة حالة منصة بي أوردر".
علما أنه لا يوجد إجابة صحيحة أو إجابة خاطئة، فما يهمنا رأيكم فقط، لذلك يرجى وضع إشارة X في المربع الذي يتناسب مع إجاباتكم.
"شاكرين حسن تعاونكم"

القسم الأول: المعلومات الديموغرافية:

- ١- النوع الاجتماعي: ☐ ذكر ☐ أنثى
- ٢- الحالة الاجتماعية: ☐ أعزب ☐ متزوج ☐ مطلق ☐ أرمل
- ٣- العمر:
- ☐ أقل من ٢٥ سنة ☐ من ٢٦ إلى ٣٥ سنة ☐ من ٣٦ إلى ٤٦ سنة ☐ من ٤٦
- ☐ إلى ٦٠ سنة ☐ أكثر من ٦٠ سنة
- ٤- المستوى التعليمي:
- ☐ ثانوي وما دون ☐ معهد ☐ جامعة ☐ دراسات عليا
- ٥- المنصات الأكثر استخداما:
- ☐ بي أوردر ☐ يلاغو ☐ موفو ☐ ديجي شي ☐ غير ذلك
- ٦- أكثر الخدمات استخداما من منصة بي أوردر:
- ☐ الأطعمة ☐ سوبر ماركت ☐ متاجر ☐ المكتبة ☐ غير ذلك

القسم الثاني:

أمامك مجموعة من المعايير لكل عامل من العوامل موضع الدراسة للتعرف بدقة على أثرها في استخدامك الفعلي لمنصة بي أوردر، علماً أن اختيار الرقم (٥) يعني الموافقة بشدة، و(٤) الموافقة و(٣) للحياد في حين أن الرقم (١) يعني الرفض بشدة و (٢) الرفض.

الرقم	العبرة	غير موافق بشدة	غير موافق	محايد	موافق	موافق بشدة
	جودة المعلومات	١	٢	٣	٤	٥
١	أعتقد أن المعلومات الموجودة في منصة بي أوردر كافية.					
٢	أعتقد أن المعلومات الموجودة في المنصة يتم تحديثها باستمرار (مواكبة للواقع).					
٣	أعتقد أن المعلومات الموجودة دقيقة (مثلاً وصف الوجبات، الأسعار، وقت التسليم).					
٤	أعتقد أن المعلومات في منصة بي أوردر مخصصة (مثل إرسال أكواد الخصم في أعياد ميلاد المستخدمين، الطلب الجماعي، النقاط).					
	جودة النظام	١	٢	٣	٤	٥
٥	الدخول إلى منصة بي أوردر سهل في أي وقت.					
٦	أعتقد أن النظام يوفر لي ما يكفي من الأمان.					
٧	أعتقد أن نظام منصة بي أوردر مرن ويتم تحديثه باستمرار.					
٨	أعتقد أن نظام المنصة يتسم بسرعة الاستجابة.					
٩	يمكن لأي شخص تحميل التطبيق الخاص في بي أوردر بسهولة.					
	تصميم واجهة المستخدم.	١	٢	٣	٤	٥
١٠	تساعد واجهة المستخدم على قراءة المعلومات في منصة بي أوردر بشكل مريح.					
١١	أعتقد أن الألوان الموجودة في المنصة متناسقة.					
١٢	أعتقد أن المكان المخصص للبحث في واجهة منصة بي أوردر واضح (لا يعاني المستخدم في إيجاد مكان إدخال المعلومات المراد البحث عنها).					

١٣	أعتقد أن الانتقال بين القوائم في منصة بي أوردر واضح.				
١٤	أعتقد أن الواجهة في منصة بي أوردر تظهر لي ما يهمني عند فتحها (الصور، العروض، أكواد الحسم)				
	التفاعلية المدركة.	١	٢	٣	٤
١٥	تتيح منصة بي أوردر إضافة ملاحظات.				
١٦	تتفاعل منصة بي أوردر مع ملاحظات المستخدمين.				
١٧	يمكنني اختيار ما أريد بحرية أثناء استخدامي للمنصة.				
١٨	يمكنني التنقل بحرية من صفحة إلى أخرى في منصة بي أوردر.				
١٩	تتم معالجة طلباتي بسرعة عند ادخال المعلومات في منصة بي أوردر.				
٢٠	أتمكن من الحصول على المعلومات التي أريدها بسرعة دون تأخير.				
	سهولة الاستخدام المدركة.	١	٢	٣	٤
٢١	اعتقد ان تعلم استخدام منصة بي أوردر كان سهلاً بالنسبة لي.				
٢٢	أعتقد أن منصة بي أوردر واضحة (عملية فتحها والشراء واضحة).				
٢٣	أعتقد أن منصة بي أوردر سهلة الاستخدام.				
٢٤	أعتقد أن التفاعل في منصة بي أوردر مرن (يمكنني التنقل واستخدام العديد من الخدمات التي تقدمها بي أوردر).				
٢٥	مع الوقت يصبح أكثر سهولة استخدامي لمنصة بي أوردر.				
٢٦	أعتقد أن التصنيفات الموجودة في واجهة منصة بي أوردر تسهل الاستخدام.				
	الفائدة المدركة.	١	٢	٣	٤
٢٧	استخدامي لمنصة بي أوردر يوفر لي الوقت.				
٢٨	يعتبر استخدامي لمنصة بي أوردر مفيد بالنسبة لي.				

٢٩	يعتبر استخدامي لمنصة بي أوردر مريح بالنسبة لي.				
٣٠	يمكنني استخدامي لمنصة بي أوردر من الحصول على طلبي بسرعة.				
٣١	تمكنني متابعة العروض والحسومات في منصة بي أوردر من توفير المال.				
	الثقة.	١	٢	٣	٤
٣٢	أعتقد أن منصة بي أوردر جديرة بالثقة.				
٣٣	أثق في المعلومات المعروضة في منصة بي أوردر.				
٣٤	أثق في عملية الطلب عبر منصة بي أوردر.				
٣٥	تمنحني منصة بي أوردر أفضل الخيارات بالنسبة لي.				
٣٦	تفي منصة بي أوردر في وعودها اتجاه المستخدمين.				
	الاستخدام الفعلي.	١	٢	٣	٤
٣٧	يتكرر استخدامي لمنصة بي أوردر مرة على الأقل في الشهر.				
٣٨	أنصح غيري باستخدام منصة بي أوردر.				
٣٩	استخدم العديد من الخدمات التي تقدمها منصة بي أوردر.				
٤٠	يتم استخدام منصة بي أوردر بشكل مستمر.				
٤١	لا أضطر للبحث عن منصة أخرى تلبي الخدمات نفسها التي تقدمها بي أوردر.				

(ملاحظة مهمة: تم حذ سؤال ترتيب العوامل في الصيغة النهائية للاستبيان تبعاً لأن أكثر من نصف العينة الاستطلاعية امتنع عن الإجابة عن هذا السؤال)

الملحق العاشر: مخرجات برنامج nvivo14

سهولة الاستخدام وفقا للمبحوثين		
سهل جدا	سهولة الاستخدام	التصنيفات منظمة
كل شيء واضح		
	يمكن لأي شخص استخدامه	

سهولة الاستخدام المدركة	
مع الوقت أصبح بديهي	التفاعل مرن
تعلم الاستخدام سهل	التفاعل واضح ومفهوم

الفائدة وفقاً لأجوبة المبحوثين		
توفير المال	الحصول على ما أريد بسرعة	توفير الوقت والجهد
	الحصول على ما أريد بسهولة	
تلبية الطلب بمصداقية		

الفائدة المدركة	
مريح	الحصول على ما تريد بسرعة
	مفيد

تصميم واجهة المستخدم وفقا للمبحوثين	
اللون	الترتيب
الصور والشرح	ما يلفت الانتباه

تصميم واجهة المستخدم		
الألوان مريحة	وضوح مكان البحث	
... وضوح الأزرار	... التصميم والتخطيط الذي يجعل	سهولة استخدام الواجهة

جودة النظام	
الاستجابة الفورية	مرونة النظام
توفير النظام للسرية والخصوصية	
	توفر النظام
	القابلية للاستخدام

جودة النظام وفقا لأجوبة المبحوثين
سريع الاستجابة ولا يتطلب انترت قوي
سرعة استجابة النظام

جودة المعلومات وفقاً لأجوبة المبحوثين		
دقة معلومات الوجبات والمطاعم	دقة السعر	...مصادقية ا
	...تحديد وقت التوصي	...تطابق المعلومات
	المعلومات حول العروض	
دقة المعلومات حول السعر ووقت التوصيل		

جودة المعلومات	
قرب المعلومات من الواقع وملاءمتها	كفاية المعلومات
	...التخصيص في الم
دقة المعلومات	

التفاعلية وفقا لأجوبة المبحوثين		
الطلب عبر الانترنت أفضل	مطابقة	مشابهة لدرجة كبيرة
	الواقعية أفضل للثقة في النظافة	

التفاعلية المدركة	
الاتصال ثنائي الاتجاه	طوعية الاتصال
تزامن الاتصال	

الثقة	
تضيف جودة النظام الثقة	أثق في عملية الطلب
تدفع جودة المعلومات الثقة	

الاستخدام الفعلي			
زيادة الاستخدام	تكرار الاستخدام	...عدم البحث عن منصف	
استمرار الاستخدام	متعة في الاستخدام	أنصح غيري	
		راحة في الاستخدام	

2. Almeida, F. (2018). STRATEGIES TO PERFORM A MIXED METHODS STUDY. *European Journal of Education Studies*(5), pp. 137-151.
3. Al-Rahmi , a. M., Shamsuddin, a., Alturki , U., Aldraiweesh , a., Yusof , F. m., Waleed, A.-R. M., & A. Aljeraiwi , A. (2021). The Influence of Information System Success and Technology Acceptance Model on Social Media Factors in Education. *Sustainability*, pp. 1-23.
4. Hawash, B., Mokhtar , U., & Yusof , Z. (2021). Users' acceptance of an electronic record management system in the context of the oil and gas sector in Yemen: an application of ISSM-TAM . *Management and Enterprise Development*(1), pp. 75-98.
5. Ivankova , N., & Creswell, J. (2009). Mixed Methods. In J. Heigham , & R. Croker (Eds.), *Qualitative Research in Applied Linguistics A Practical Introduction* (pp. 135-161).
6. MARTONO, s., NURKHIN, A., MUKHIBAD, H., ANISYKURLILLAH, I., & WOLOR, C. W. (2020). Understanding the Employee's Intention to Use Information System: Technology Acceptance Model and Information System Success Model Approach. *Journal of Asian Finance, Economics and Business*, pp. 1007-1013.
7. Nguyen , T., Nguyen , N., Nguyen, T., Phan, T., Bui , L., & Moon, H. (2019). Investigating Consumer Attitude and Intention towards Online Food Purchasing in an Emerging Economy: An Extended TAM Approach. *foods*, pp. 1-15.
8. Nikou, S., & Economides , A. (2017). Mobile-Based Assessment: Investigating the factors that influence behavioral intention to use. *Computers & Education*, pp. 56-73.
9. Rashid, Y., Rashid, A., Warraich, M., Sabir, S., & Waseem, A. (2019). Case Study Method: A Step-by-Step Guide for Business Researchers. *International Journal of Qualitative Methods*, pp. 1-13.
10. Sekaran , U. (2003). *RESEARCH METHODS FOR BUSINESS* (Vol. Fourth Edition). John Wiley & Sons.
11. Siyam, N. (2019). Factors Impacting Special Education Teachers' Acceptance and Actual Use of Technology. *education and information technologies*, pp. 2035-2057.
12. Wang , E. S.-T., & Lin, R.-L. (2016, february 15). Perceived quality factors of location-based apps on trust, perceived privacy risk, and continuous usage intention. *BEHAVIOUR & INFORMATION TECHNOLOGY*, pp. 1-9.
13. Abdullah, D., Jayaraman, K., Shariff, D., Bahari, K. A., & Nor, N. M. (2016). The Effects of Perceived Interactivity, Perceived Ease of Use and Perceived Usefulness on Online Hotel Booking Intention: A Conceptual Framework. *International Academic Research Journal of Social Science*(1), pp. 1-5.
14. adams, d. a., nelson, r., & todd, p. a. (1992, june). Perceived usefulness, ease of use, and usage of information technology: a replication. *Mis Quarterly*, pp. 227-247.
15. Ajzen, I. (1985). From Intentions to Actions: A Theory of Planned Behavior. Springer-Verlag Berlin Heidelberg.
16. Ajzen, I. (1991). The theory of planned behavior. *Organizational behavior and human decision processes*, pp. 179-211.
17. Ajzen, I. (2020). The theory of planned behavior: Frequently asked questions. *Human Behavior and Emerging Technologies*(4), pp. 314--324.
18. Ajzen, I., & Fishbein, M. (1969). The prediction of behavioral intentions in a choice situation. *JOURNAL OF EXPERIMENTAL SOCIAL PSYCHOLOGY*, pp. 400-416.
19. Ajzen, I., Albarracin, D., & Hornik, R. (2007, January). Predicting and changing behavior: A reasoned action approach. pp. 3-21.
20. Alagoz, S. M., & Hekimoglu, H. (2012). A study on tam: analysis of customer attitudes in online food ordering system. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, pp. 1138-1143.
21. Al-Gahtani, S. (2008). Testing for the applicability of the TAM model in the Arabic context: Exploring an extended TAM with three moderating factors. In *Global, Social, and*

- Organizational Implications of Emerging Information Resources Management: Concepts and Applications* (4 ed., Vol. 21). Information Resources Management Journal (IRMJ).
22. Alkali, A., & Abu Mansor, N. N. (2017, July 18). Interactivity and Trust as Antecedents of E-Training Use Intention in Nigeria: A Structural Equation Modelling Approach. *Behavioral Sciences*(3), p. 47.
 23. Almajali, D. A. (2021). ANTECEDENTS OF ECOMMERCE ON ACTUAL USE OF INTERNATIONAL TRADE CENTER: LITERATURE REVIEW. *Academy of Strategic Management Journal* , pp. 1-8.
 24. Al-Momani, B. M. (2017). The Effect of Perceived Factors of Decision Support Systems on Actual Usage: Behavioral Intention of Using Decision Support Systems as a Mediating Variable: "An Empirical Study of Jordanian Higher Mediating Variable: "An Empirical Study of Jordanian Highe. *International Journal of Business and Management*(1), pp. 201-218.
 25. Alshurideh, M. T., Al Kurdi, B., AlHamad, A. Q., Salloum, S. A., Alkurdi, S., Dehghan, A., . . . Masa'deh, R. (2021, April 30). Factors Affecting the Use of Smart Mobile Examination Platforms by Universities' Postgraduate Students during the COVID-19 Pandemic: An Empirical Study. *informatics*, pp. 1-20.
 26. Alsswey, A., & Al-Samarraie, H. (2020). Elderly users' acceptance of mHealth user interface (UI) design-based culture: the moderator role of age. *Journal on multimodal user interfaces*(1), pp. 1-17.
 27. Ballantine, J., Bonner, m., Leavy, m., Martin, A., MUNRO, I., & POWELL, P. L. (1996, May 1). The 3-D Model of Information Systems Success: the Search for the Dependent Variable Continues. *Information Resources Management Journal*, 4, pp. 5-14.
 28. Bamberg, S., Ajzen, I., & Schmidt, P. (2003). Choice of Travel Mode in the Theory of Planned Behavior: The Roles of Past Behavior, Habit, and Reasoned Action. *Basic and Applied Social Psychology*(3), pp. 175-187.
 29. Bataineh, E., & Al Mutawa, S. (2016). An Analysis Study of Factors That Determine E-Services Usage by End Users: A Case Study. *Journal of e-Government Studies and Best Practices*, pp. 1-15.
 30. Bivona, E. (2022, May). Determinants of performance drivers in online food delivery platforms: a dynamic performance management perspective. *International Journal of Productivity and Performance Management*, pp. 1-21.
 31. Branscomb, L. M., & Thomas, J. C. (1984). Ease of use: Asystem design challenge. *IBM SYSTEMS JOURNAL*(3), pp. 224-235.
 32. Braun, V., & Clarke, V. (2006). Using thematic analysis in psychology. *Qualitative Research in Psychology*, pp. 77-101.
 33. Braun, v., & Clarke, v. (2022). conceptual and design thinking for thematic analysis. *qualitative psychology*, pp. 3-26.
 34. brink, h. i. (1993). validity and reliability in qualitative research. *curationis*, pp. 35-38.
 35. Casati, F., Sayal, M., & Shan, M.-C. (2001). Developing E-Services for Composing E-Services. *International Conference on Advanced Information Systems Engineering* (pp. 171-186). Springer.
 36. Chen, C. C., & Tsai, J. L. (2017, February 15). Determinants of behavioral intention to use the personalized location-based mobile tourism application: An empirical study by integrating TAM with ISSM. *Future Generation Computer Systems*, pp. 1-36.
 37. Chen, C.-W. D., & Cheng, C.-Y. J. (2009). Understanding consumer intention in online shopping: a respecification and validation of the DeLone and McLean model. *Behaviour & Information Technology*(4), pp. 335-345.
 38. Cho, V., Cheng, T. E., & Lai, W. J. (2009). The role of perceived user-interface design in continued usage intention of self-paced e-learning tools. *Computers & Education*, pp. 216-227.
 39. Cho, V., Cheng, T., & Hung, H. (2009, November 12). Continued usage of technology versus situational factors: An empirical analysis. *J. Eng. Technol. Manage*, pp. 264-284.

40. Conner, M., & Armitag, C. J. (1998). Extending the Theory of Planned Behavior: A Review and Avenues for Further Research. *Journal of Applied Social Psychology*(15), pp. 1429-1464.
41. Creswell, J. (1999). Mixed-method research: Introduction and application. In *Handbook of educational policy* (pp. 455-472). Elsevier.
42. Das, J. (2018, September-October). CONSUMER PERCEPTION TOWARDS 'ONLINE FOOD ORDERING AND DELIVERY SERVICES': AN EMPIRICAL STUDY. *Journal of Management*(5), pp. 155-163.
43. Davis, F. D. (1985, December 20). A technology acceptance model for empirically testing new end-user information systems: Theory and results. Sloan School of Management- Massachusetts Institute of Technology- PhD.
44. Davis, F. D. (1989, September). Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, and User Acceptance of Information Technology. *MIS Quarterly*(3), pp. 319-340.
45. Davis, F. D. (1993). User acceptance of information technology: system characteristics, user perceptions and behavioral impacts. *International journal of man-machine studies*(3), pp. 475-487.
46. DAVIS, F. D., BAGOZZI, R. P., & WARSHAW, P. R. (1989, August). USER ACCEPTANCE OF COMPUTER TECHNOLOGY:A COMPARISON OF TWO THEORETICAL MODELS. *Management Science*(8), pp. 982-1003.
47. Delone, W. H. (1988, March). Determinants of Success for Computer Usage in Small Business. *MIS Quarterly*, 1, pp. 51-61.
48. Delone, W. H., & McLean, E. R. (1992, March). Information Systems Success: The Quest for the Dependent Variable. *Information Systems Research*(1), pp. 60-95.
49. Delone, W. H., & McLean, E. R. (2002). Information Systems Success Revisited. *Proceedings of the 35th Hawaii International Conference on System Sciences*, (pp. 1-11). Hawaii.
50. Delone, W. H., & McLean, E. R. (2003, Spring). The DeLone and McLean Model of Information Systems Success: A Ten-Year Update. *Journal of Management Information Systems*(4), pp. 9-30.
51. Delone, W. H., & McLean, E. R. (2016). Information Systems Success Measurement. *Foundations and Trends in Information Systems*(1), pp. 1-116.
52. Dwivedi, Y. K., Wade, M. R., & Schneberger, S. L. (2011). *Information Systems Theory: Explaining and Predicting Our Digital Society* (1 ed.). New York, USA: Springer Science+Business Media.
53. Effendi, I., Murad, M., Rafiki, A., & Lubis, M. M. (2020). The application of the theory of reasoned action on services of Islamic rural banks in Indonesia. *Islamic Marketing*.
54. Falkenberg, E. D., Hesse, W., Lindgreen, P., Nilsson, B. E., Han Oei, J. L., Rolland, C., . . . Voss, K. (1998). *A FRAMEWORK OF INFORMATION SYSTEM CONCEPTS*. University of Leiden, Department of Computer Science, The Netherlands.
55. Faqih, K. M., & Jaradat, M.-I. R. (2015). Assessing the moderating effect of gender differences and individualism-collectivism at individual-level on the adoption of mobile commerce technology: TAM3 perspective. *Journal of Retailing and Consumer Services*, pp. 37-52.
56. Featherman, M., & Fuller, M. (2002). Applying TAM to e-services adoption: the moderating role of perceived risk. *36th Annual Hawaii International Conference on System Sciences*. IEEE.
57. Fishbein, M., & Ajzen, I. (2010). *Predicting and changing BehaviorThe Reasoned Action Approach*. USA: Taylor and Francis Group.
58. Fortin, D. R., & Dholakia, R. R. (2005). Interactivity and vividness effects on social presence and involvement with a web-based advertisement. *Journal of Business Research*, pp. 387-396.
59. Gable, G. G., Sedera, D., & Chan, T. (2008). Re-conceptualizing Information System Success: the IS-Impact Measurement Model. *Journal of the Association of Information Systems*, 7, pp. 377-408.

٦٠. thematic analysis. (٢٠١٧). virginia Braun و victoria Clarke ، nikki Hayfield ، Gareth Terry . تأليف (Second edition المجلد) *the SAGE handbook of qualitative research in psychology* .SAGE .
61. Gefen, D., Karahanna , E., & . Straub , D. (2003). Trust and tam in online shopping: An integrated model1. *MIS Quarterly*(27), pp. 51-90.
 62. Gelderman, M. (1998, April 25). The relation between user satisfaction, usage of information systems and performance. *Information & Management*, pp. 11-18.
 63. George, J. F. (2004). The theory of planned behavior and Internet purchasing. *Internet Research*(3), pp. 198-212.
 64. Ghandour, A., Deans, K., Benwell, G., & Pillai, P. (2008, december). Measuring eCommerce Website Success. *Association for Information Systems*, pp. 320-330.
 65. Gleason, J. P., & Lane, D. R. (2009, February 24). Interactivity Redefined: A First Look at Outcome Interactivity Theory. 1-25. Chicago.
 66. Goodwin, L., & Goodwin, W. (1984). Are validity and reliability" relevant" in qualitative evaluation research? *Evaluation \& the health professions*, pp. 413-426.
 67. Guerrero, A. D. (2010). Assessing e-services as an e-marketing strategy for restaurants in Thailand: A case study of Phuket, Bangkok and Chiang Mai. 1-83. Thailand: Prince of Songkla University, master thesis.
 68. Gupta, P., Prashar, S., Vijay, T., & Parsad, C. (2021). Examining the influence of antecedents of continuous intention to use an informational app: the role of perceived usefulness and perceived ease of use. *Int. J. Business Information Systems*(2), pp. 270-287.
 69. Ha, L., & James, E. (1998). Interactivity reexamined: A baseline analysis of early business web sites. *Journal of Broadcasting & Electronic Media*(4), pp. 457-474.
 70. Hancock, D., & Algozzine, B. (2006). *Doing Case Study Research A Practical Guide for Beginning Researchers*. Teachers College Press.
 71. He, Z., Han, G., Cheng, T., Fan, B., & Dong, J. (2018, May 8). Evolutionary food quality and location strategies for restaurants in competitive online-to-offline food ordering and delivery markets: An agent-based approach. *International Journal of Production Economics*, pp. 1-30.
 72. Henderson, R., & Divett, M. J. (2003). Perceived usefulness, ease of use and electronic supermarket use. *Int. J. Human-Computer Studies*, pp. 383-395.
 73. Hirschberg, C., Rajko, A., Schumacher, T., & Wrulich, M. (2016, November). The changing market for food delivery. McKinsey & Company.
 74. Ho, C.-T., & Yang, C.-H. (2015). A study on behavior intention to use live streaming video platform based on TAM model. *The Asian Conference on Psychology and Behavioral Sciences*. Taiwan.
 75. Hui, W. (2011, July). To investigate relative effectiveness of the dimensions of interactivity. 1-288. UK: Portsmouth Business School. University of Portsmouth. PHD thesis.
 76. Hui, W., & Nadda, V. (2015). Interactivity: The concept and its dimensions.
 77. Igbaria, M., Iivari, J., & Maragahh, H. (1995). Why do individuals use computer technology? A Finnish case study. *Information & Management*, pp. 227-238.
 78. Ivory, M., & Hearst, M. (2002). Improving web site design. *IEEE Internet Computing*(2), pp. 56-63.
 79. Johnson, G. J., Bruner II, G. C., & Kumar, A. (2006, Winter). INTERACTIVITY AND ITS FACETS REVISITED Theory and Empirical Test. *Journal of Advertising*(4), pp. 35-52.
 80. Joo, Y. J., Lee, H. W., & Ham, Y. (2014, June 6). Integrating user interface and personal innovativeness into the TAM for mobile learning in Cyber University. *Comput High Educ*.
 81. Kim, J. (1999). An empirical study of navigation aids in customer interfaces. *BEHAVIOUR & INFORMATION TECHNOLOGY*(3), pp. 213-224.
 82. Kim, J., & Moon, J. Y. (1997, March). Emotional Usability of Customer Interfaces -Focusing on Cyber Banking System Interfaces -. In *CHI'97 Extended Abstracts on Human Factors in Computing Systems* (pp. 283-284).

83. Kim, J., & Moon, J. Y. (1998). Designing towards emotional usability in customer interfaces - trustworthiness of cyber-banking system interfaces. *Interacting with Computers*, pp. 1-29.
84. Kim, J., Spielmann, N., & McMillan, S. J. (2012). Experience effects on interactivity: Functions, processes, and perceptions. *Journal of Business Research*, pp. 1543-1550.
85. Kioussis, S. (2002). Interactivity: a concept explication. *new media & society*(3), pp. 355-388.
86. Kotler, P., Armstrong, G., Harris, L. c., & He, H. (2020). *PRINCIPLES OF MARKETING* (Vol. Eight European edition). PEARSON.
87. Kotler, P., Kartajaya, H., & Setiawan, I. (2017). *MARKETING 4.0 Moving from Traditional to Digital*. Canada, & USA: John Wiley & Sons.
88. Kusumawati, A., Pribadi, A., & Astuti, H. M. (2013, December). Analyzing the Influence of Information System's Quality, User Satisfaction and Net Benefit of E-Learning Users., (pp. 155-160).
89. Lee, J.-H., & Lee, C.-F. (2019, october 16). Extension of TAM by Perceived Interactivity to Understand Usage Behaviors on ACG Social Media Sites. *Sustainability*, pp. 1-19.
90. Linh, N. T. (2021). EXPLORING FACTORS INFLUENCING ON ONLINE LEARNING AND WAYS TO DEVELOP ONLINE LEARNING AFTER COVID 19 PANDEMIC. *Palarch's Journal Of Archaeology Of Egypt/Egyptology*(4), pp. 2659-2671.
91. Liu, I.-F., Chen, M. C., Sun, Y. S., Wible, D., & Kuo, C.-H. (2010). Extending the TAM model to explore the factors that affect Intention to Use an Online Learning Community. *Computers & Education*, pp. 600-610.
92. Liu, Y. (2003). Developing a Scale to Measure the Interactivity of Websites. *Journal of Advertising Research*(2), pp. 1-28.
93. Liu, Y., & Shrum, L. (2002, Winter). What is interactivity and is it always such a good thing? Implications of definition, person, and situation for the influence of interactivity on advertising effectiveness. *Journal of Advertising*(4), pp. 53-64.
94. Lu, D., Wai Lai, I. K., & Liu, Y. (2019, February 12). The Consumer Acceptance of Smart Product-Service Systems in Sharing Economy: The Effects of Perceived Interactivity and Particularity. *Sustainability*(3), p. 928.
95. Madden, T. J., Ellen, P. S., & Ajzen, I. (1992). A Comparison of the Theory of Planned Behavior and the Theory of Reasoned Action. *Personality and Social Psychology Bulletin*, pp. 1-9.
96. Maloney, E. K., Lapinski, M. K., & Neuberger, L. (2013). Predicting land use voting behavior: expanding our understanding of the influence of attitudes and social norms. *Journal of Applied Social Psychology*, pp. 2377-2390.
97. mao, e., & palvia, p. (2001). information technology acceptance : how much do we know? *seventhe*, pp. 1749-1752. americas conference on information systems.
98. Marzuki, M. I., Rosly, A. N., Roslan, N. S., Abdullah, D., Kamal, S. B., & Azmi, A. (2016). The Role of Perceived Interactivity, Perceived Ease of Use, Perceived Usefulness, and Perceived Enjoyment toward Intention to Use Online Mapping Service Applications. *International Academic Research Journal of Business and Technology*(2), pp. 135-139.
99. Mason, J. (2006). Qualitative research. *Mixing methods in a qualitatively driven way*(6), pp. 9--25.
100. Maxwell, J. (2012). Designing a Qualitative Study. In *Qualitative research design: An interactive approach* (pp. 214-253). Sage publications.
101. McGill, T., Hobbs, V., & Klobas, J. (2003, March). User-Developed Applications and Information Systems Success: A Test of DeLone and McLean's Model. *Information Resources Management Journal*(1), pp. 24-45.
102. Mcmillan, S. J. (2005, March). THE RESEARCHERS AND THE CONCEPT: MOVING BEYOND A BLIND EXAMINATION OF INTERACTIVITY. *Journal of Interactive Advertising*, pp. 1-4.

103. Mcmillan, S. J., & Hwang, J.-S. (2002). Measures of perceived interactivity: An exploration of the role of direction of communication, user control, and time in shaping perceptions of interactivity. *Journal of advertising*(3), pp. 29-42.
104. Mou, J., Shin, D.-H., & Cohen, J. (2017). Trust and risk in consumer acceptance of e-services. *Electronic Commerce Research*, pp. 255-288.
105. Mouakket, S., & Bettayeb, A. M. (2015). Investigating the factors influencing continuance usage intention of Learning management systems by university instructors The Blackboard system case. *International Journal of Web Information Systems*(4), pp. 491-509.
106. Najjar, L. (2011). Advances in E-commerce User Interface Design. In *Symposium on Human Interface* (pp. 292-300). Austin, TX, USA: Springer.
107. Najjar, L. J. (2005). DESIGNING E-COMMERCE USER INTERFACES. In R. W. PROCTOR, & K.-P. VU (Eds.), *HANDBOOK OF HUMAN FACTORS IN WEB DESIGN* (pp. 514-527). New Jersey, USA: Lawrence Erlbaum Associates.
108. Ngangi, S., & Santoso, A. (2019, Februari 2). Customer Acceptance Analysis of Customer Relationship Management (CRM) Systems in Automotive Company using Technology Acceptance Model (TAM). *Indonesian Journal of Information Systems*, pp. 133-146.
109. Ogutu, R. (2016). FACTORS OF USER INTERFACE DESIGN THAT INFLUENCE USAGE OF E-BANKING WEBSITES. 1-106. University of KwaZulu-Natal School of Management, I.T. & Governance Discipline of Information Systems, master thesis.
110. PANSE, C., RASTOGI, S., SHARMA, A., & DORJI, N. (2019, August 31). UNDERSTANDING CONSUMER BEHAVIOUR TOWARDS UTILIZATION OF ONLINE FOOD DELIVERY PLATFORMS. *Journal of Theoretical and Applied Information Technology*(16), pp. 4353-4365.
111. Petter, S., Delone, W. H., & McLean, E. R. (2012, May 28). The Past, Present, and Future of "IS Success". *Journal of the Association for Information Systems*(5), pp. 341-362.
112. Preciado-Ortiz, C. L. (2021, December). Quality and Use of Mobile Applications for Transportation Service: Influence on Satisfaction. (44), pp. 21-42.
113. Purwati, Y. (2011, July). STANDARD FEATURES OF E-COMMERCE USER INTERFACE FOR THE WEB. *Researchers World*(3), pp. 77-87.
114. Rafaeli, S. (1988). Interactivity: From new media to communication. *Sage annual review of communication research: Advancing communication science*, pp. 110-134.
115. Rafaeli, S., & Sudweeks, F. (1997). Networked Interactivity. *Journal of Computer-Mediated Communication*(4), pp. 1-17.
116. Rai, A., Lang, S. s., & Welker, R. B. (2002, March). Assessing the Validity of IS Success Models: An Empirical Test and Theoretical Analysis. *Information Systems Research*, 1, pp. 50-69.
117. Ran, L. (2021, March). AN EMPIRICAL STUDY OF INFLUENCING FACTORS ON MOBILE FOOD DELIVERY APP CONSUMERS' CONTINUOUS USE INTENTION WITH THE PERSPECTIVE OF HERD BEHAVIOR--INTEGRATED MODEL BASED ON TAM, ISSM, AND ECM. 1-212. International College, Doctor of Philosophy (Management).
118. Reddy, S., & Aradhya, G. B. (2020, April). Driving Forces for the Success of Food Ordering and Delivery Apps: A Descriptive Study. *International Journal of Engineering and Management Research*(2), pp. 131-134.
119. Richards, K. (2009). Interviews. In J. Heigham, & R. Croker (Eds.), *Qualitative Research in Applied Linguistics* (pp. 182-199).
120. Sabeh, H. N., Husin, M. H., Kee, D. M., Baharudin, A. S., & Abdullah, R. (2021, june 10). A Systematic Review of the DeLone and McLean Model of Information Systems Success in an E-Learning Context (2010-2020). *IEEE Access*, pp. 81210-81235.
121. Saunders, M., Lewis, P., & Thornhill, A. (2019). *Research methods for business students* (Vol. Eighth edition). Mark N.K. Saunders, Philip Lewis and Adrian Thornhill 2019 .

122. Schumann, D. W., Artis, A., & Rivera, R. (2001). The Future of Interactive Advertising Viewed Through an IMC Lens. *Journal of Interactive Advertising*(2), pp. 43-55.
123. Seddon, P. B. (1997, September). A Respecification and Extension of the DeLone and McLean Model of IS Success. *Information Systems Research*(3), pp. 240-253.
124. Seddon, p. B., Staples, S., Patnayakuni, R., & Bowtell, M. (1999, November). Dimensions of Information Systems Success. *Communications of the Association for Information Systems*(20), pp. 2-61.
125. Seidman, I. (2006). *Interviewing as qualitative research : a guide for researchers in education and the social sciences* (Vol. 3rd ed). Amsterdam Avenue, New York: Teachers College Press.
126. Sekaran, U., & Bougie, R. (2016). *Research Methods for Business* (Vol. Seventh Edition). John Wiley & Sons.
127. Shankar, A., Jebarajakirthy, C., Nayal, P., Maseeh, H., Kumar, A., & Sivapalan, A. (2022, May 18). Online food delivery: A systematic synthesis of literature and a framework development. *International Journal of Hospitality Management*, p. 103240.
128. Sheppard, B. H., Hartwick, J., & Warshaw, P. R. (1988, December). The Theory of Reasoned Action: A Meta-Analysis of Past Research with Recommendations for Modifications and Future Research. *Journal of Consumer Research*(3), pp. 325-343.
129. Shimp, T. A., & Kavas, A. (1984, December). The Theory of Reasoned Action Applied to Coupon Usage. *Consumer Research*(3), pp. 795-809.
130. Singh, A. (2005). *A GUIDE TO IMPROVING THE E-COMMERCE USER INTERFACE DESIGN*. Durban.
131. Singh, S. (2006, March). Impact of color on marketing. *Management Decision*(6), pp. 783-789.
132. Song, J. H., & Zinkhan, G. M. (2008, March). Determinants of Perceived Web Site Interactivity. *Journal of Marketing*, pp. 99-113.
133. Strauss, J., & Frost, R. (2014). *E-Marketing* (Vol. SEVENTH EDITION). (N. Sinha, Ed.) USA: Pearson.
134. Suresh, K. R., & Latha, K. (2019, december). Using Social Media as an E-Commerce Medium: Determinants of Technology Acceptance to Use E-Commerce via Social Media. *International Journal of Recent Technology and Engineering*, pp. 172-177.
135. Suresh, K. R., & Latha, K. (2019, december). Using Social Media as an E-Commerce Medium: Determinants of Technology Acceptance to Use E-Commerce via Social Media. *International Journal of Recent Technology and Engineering*, pp. 172-177.
136. Taherdoost, H., Sahibuddin, S., & Jalaliyoon, N. (2014). Features' Evaluation of Goods, Services and E-Services; Electronic Service Characteristics Exploration. *Procedia Technology*, pp. 204-211.
137. Thong, J. Y., Hong, W., & Tam, K.-Y. (2002). Understanding user acceptance of digital libraries: what are the roles of interface characteristics, organizational context, and individual differences? *Int. J. Human-Computer Studies*, pp. 215–242.
138. Tiwana, A., & Ramesh, B. (2001). e-Services: Problems, Opportunities, and Digital Platforms. *Proceedings of the 34th Hawaii International Conference on System Sciences* (pp. 1-8). IEEE.
139. Tsai, T.-H., Chang, H.-T., Chen, Y.-J., & Chang, Y.-S. (2017, August 24). Determinants of user acceptance of a specific social platform for older adults: An empirical examination of user interface characteristics and behavioral intention. *PloS one*(8), pp. 1-23.
140. Turban, E., King, D., Lee, J. K., Liang, T.-P., & Turban, D. (2015). *Electronic Commerce A Managerial and Social Networks Perspective* (Vol. 8). Switzerland: Springer International Publishing.
141. Türkes, M. C., Stancioiu, A. F., Baltescu, C. A., & Marinescu, R.-C. (2021). Resilience Innovations and the Use of Food Order & Delivery Platforms by the Romanian Restaurants

- during the COVID-19 Pandemic. *theoretical and applied electronic commerce research*, pp. 3218-3247.
142. Vatulkina, N., Gorbashko, E., Kamynina, N., & Fedotkina, O. (2020, November 12). E-service quality from attributes to outcomes: The similarity and difference between digital and hybrid services. *Journal of Open Innovation: Technology, Market, and Complexity*(4), p. 143.
 143. Venkatesh, V. (2000, December). Determinants of Perceived Ease of Use: Integrating Control, Intrinsic Motivation, and Emotion into the Technology Acceptance Model. *Information Systems Research*(4), pp. 342-365.
 144. Venkatesh, V., & Bala, H. (2008, May). Technology Acceptance Model 3 and a Research Agenda on Interventions. *Journal compilation*, 2, pp. 273-315.
 145. Venkatesh, V., & Davis, F. D. (2000). A Theoretical Extension of the Technology Acceptance Model: Four Longitudinal Field Studies. *Management Science*(2), pp. 186-204.
 146. Wang, S.-T. E., & Lin, R.-L. (2016). Perceived quality factors of location-based apps on trust, perceived privacy risk, and continuous usage intention. *Behaviour & Information Technology*, pp. 1-9.
 147. Wiener, N. (1954). The human use of human beings. *New York*.
 148. Wu, P. F. (2012). A Mixed Methods Approach to Technology Acceptance Research. *Journal of the Association for Information Systems*, pp. 172-187.
 149. WU, W., & SHANG, D. (2019, January 18). Employee Usage Intention of Ubiquitous Learning Technology: An Integrative View of User Perception Regarding Interactivity, Software, and Hardware. *IEEE Access*, pp. 34170-34178.
 150. Yalcin, M. E., & Kutlu, B. (2019). Examination of students' acceptance of and intention to use learning management systems using extended TAM. *British Journal of Educational Technology*, pp. 1-19.
 151. Yan, L., Minhua, W., & Zhong, S. (2014). Extending the TAM model to explore the factors that affect Intention to Use digital textbooks in primary teachers' views. *International Conference on Intelligent Environments*, (pp. 127-136).
 152. Yin, R. (2009). *Case study research: design and methods* (Vol. 4th ed). SAGE.
 153. Yin, R. (2011). *Qualitative Research from start to finish*. United States of America: THE GUILFORD PRESS.
 154. Yin, R. (2016). *Qualitative Research from Start to Finish* (Vol. Second Edition). United States of America: THE GUILFORD PRESS.
 155. Yosep. (2015, July 7). ANALYSIS OF RELATIONSHIP BETWEEN THREE DIMENSIONS OF QUALITY, USER SATISFACTION, AND E-LEARNING USAGE OF BINUS ONLINE LEARNING. *CommIT (Communication & Information Technology) Journal*, 2, pp. 67-72.
 156. Yuanquan, L., Jiayin, Q., & Huaying, S. (2008, June). Review of Relationships Among Variables in TAM. *TSINGHUA SCIENCE AND TECHNOLOGY*(3), pp. 273-278.
 157. Yusoff, Y. M., Muhammad, Z., Zahari, M. M., Pasah, E. S., & Robert, E. (2009, February). Individual Differences, Perceived Ease of Use, and Perceived Usefulness in the E-Library Usage. *Computer and Information Science*(1), pp. 76-83.
 158. Zhao, L., & Lu, Y. (2010). Perceived Interactivity: Exploring Factors Affecting Micro-Blogging Service Satisfaction and Continuance Intention. *Pacific Asia Conference on Information Systems* (pp. 940-949). Association for Information Systems.
 159. Zviran, M., & Erlich, Z. (2003, July). Measuring IS User Satisfaction: Review and Implications. *Communications of the Association for Information Systems*(5), pp. 81-103.
- المراجع العربية:
١. أريج الخطيب ، و علي الخضر. (٢١ يناير، ٢٠٢٣). دراسة الاتجاه نحو شراء الأدوات الكهربائية عبر الإنترنت باستخدام نموذج قبول التكنولوجيا TAM دراسة ميدانية على مستخدمي الإنترنت في مدينة دمشق. *مجلة جامعة دمشق للعلوم الاقتصادية و السياسية* (٣٩)، الصفحات ٢١-١.
 ٢. إسماعيل موسى رومي، و علي محمود صلاح. (حزيران، ٢٠١٢). واقع فعالية نظم المعلومات من وجهة نظر متخذي القرار في جامعة القدس المفتوحة. *مجلة جامعة القدس المفتوحة للأبحاث والدراسات* (٢)، الصفحات ١٣٣-١٥٨.

٣. أوما سيكاران. (٢٠٠٦). طرق البحث في الإدارة مدخل لبناء المهارات البحثية. (إسماعيل علي بسبوني، المترجمون) دار المريخ للنشر.
٤. بشير العلاق. (٢٠١٩). التسويق الإلكتروني (مدخل تطبيقي). عمان، الأردن: اليازوري.
٥. جمانة الدويك. (٢٠١٦). أنموذج مقترح لتحقيق فاعلية استخدام الخدمات الالكترونية في بلدية الخليل. ١-١٦٨. إدارة الأعمال- كلية الدراسات العليا- جامعة الخليل- ماجستير.
٦. حيدر أحمد عبد الله. (٢٠١٨). استخدام نموذج قبول التكنولوجيا لتقصي محددات تبني الحوسبة السحابية في شركة سيريتل للاتصالات. مجلة جامعة دمشق للعلوم الاقتصادية والقانونية (١)، الصفحات ١٣١-١٦٣.
٧. خديجة بودربالة. (٢٠١٩). التفاعلية عبر المواقع الالكترونية للقنوات الجزائرية الخاصة - دراسة تحليلية لموقع الشروق أونلاين-. الجزائر: كلية العلوم الاجتماعية والإنسانية جامعة العربي بن مهيدي. أ. البواقي. رسالة ماجستير.
٨. خديجة لونيبي. (٢٠١٧). دور نظام معلومات الموارد البشرية في المؤسسة الاقتصادية " دراسة حالة مؤسسة مطاحن سيدي رغيس -أم البواقي-". أم البواقي، الجزائر: كلية العلوم الاقتصادية والعلوم التجارية وعلوم التسيير جامعة العربي بن مهيدي- أم البواقي، رسالة ماجستير.
٩. داليا السواح. (٢٠٢١). تفضيلات الجمهور لاستراتيجيات التسويق الرقمي في ضوء نموذج قبول التكنولوجيا TAM- دراسة ميدانية. البحوث والدراسات الإعلامية، الصفحات ١-٧٤.
١٠. رجاء وحيد الدويدري. (٢٠٠٠). البحث العلمي أساسياته النظرية وممارساته العملية (المجلد الأول). دمشق، سورية: دار الفكر.
١١. رحيم يونس كرو العزاوي. (٢٠٠٨). مقدمة في منهج البحث العلمي. عمان: دار دجلة.
١٢. ريم رمضان. (٢٠١٢). تأثير موقف الطلاب من ريادة الأعمال في نيتهم للشروع بأعمال ريادية. مجلة جامعة دمشق للعلوم الاقتصادية والقانونية (٢)، الصفحات ٣٦١-٣٨٥.
١٣. زوييدة بلي. (٢٠٢١). أثر جودة الخدمات السياحية الإلكترونية على رضا الزبائن-مستخدمي تطبيقات أندرويد أنموذجا- (دراسة حالة عينة من الوكالات السياحية المعتمدة بالجزائر). الجزائر: كلية العلوم الاقتصادية والعلوم التجارية وعلوم التسيير جامعة زيان عاشور الجلفة- أطروحة دكتوراه الطور الثالث.
١٤. سامية جفال، ناريمان حداد، و هيبية مسامح. (شباط، ٢٠١٩). التفاعلية في المواقع التعليمية الإلكترونية - دراسة تحليلية لموقع إدراك. المجلة العربية للإعلام وثقافة الطفل (٦)، الصفحات ١٢٩-١٤٨.
١٥. ستيف بينسون، و كريج ستاندينج. (٢٠٢٠). نظم المعلومات رؤية تجارية. (مجدي صابر محمد، و محمود عزت، المترجمون) مجموعة النيل العربية.
١٦. سعيد سعد محمد مانع القحطاني، و محمد صبري بن شهرير. (٢٠٢٠). العوامل المؤثرة في تقبل الفصول الافتراضية لدى طلبة كلية التربية الأساسية بالكويت في ضوء نموذج قبول التقنية TAM. SULTAN ALAUDDIN SULAIMAN SHAH (١)، الصفحات ٣٦-٣٦.
١٧. سليم كفان. (تشرين أول، ٢٠٢٠). دور علم النفس الإيجابي في تحسين سلوك السلامة المرورية باستخدام نظرية السلوك المخطط. دراسات نفسية و تربوية (٤)، الصفحات ١٨٢-١٩٣.
١٨. سليمة حسن زيدان، و عبد الله دخيل عبد الوهاب. (٢٠١٧). أبعاد التفاعلية في الصحافة الإلكترونية في ليبيا دراسة تحليلية. مجلة كلية الفنون والإعلام (٣)، الصفحات ١٨٩-٢١٤.
١٩. سيف السويدي. (٢٠٢٠). صناعة المنصات الرقمية (المجلد الأول). كوالالمبور، ماليزيا: منصة أريد.
٢٠. شريف درويش اللبان. (٢٠٠٥). الصحافة الإلكترونية دراسات في التفاعلية وتصميم المواقع (المجلد ١). (منى سعيد الحديدي، و حسن عماد مكاي، المحررون) القاهرة، مصر: الدار المصرية اللبنانية.
٢١. عباس محمد حسين سعيد. (٢٠١٥). تأثير نظرية السلوك المخطط في الأداء التنظيمي عبر مشاركة المعرفة بحث استطلاعي لأراء عينة من أعضاء الهيئة التدريسية في كلية المأمون الجامعة. جامعة الأنبار للعلوم الاقتصادية والإدارية (١٣)، الصفحات ٣٤٨-٣٨٢.
٢٢. عبد الستار محمد علي العوان، محمد محمود حامد الملاحسن، و أحمد مؤيد عطية الحياي. (٢٠ كانون أول، ٢٠١٣). إختبار أنموذج مطور عن أنموذج ديلون وماكلين لقياس نجاح أنظمة المعلومات الإدارية دراسة استطلاعية لأراء عينة من العاملين في بعض منظمات وزارة التعليم العالي والبحث العلمي. تنمية الرافدين (٣٥)، الصفحات ٢٥٠-٢٦٣.
٢٣. عبير صالح حامد النور. (٢٠١٨). الدور المعدل للخبرة التكنولوجية في العلاقة بين دوافع تبني تكنولوجيا الموارد البشرية وأداء العاملين بالشركات الخدمية السودانية. ١-١٤٠. السودان: جامعة السودان للعلوم والتكنولوجيا- كلية الدراسات العليا- بحث تكميلي للمجستير.
٢٤. عز الدين بشقه. (٢٠١٥). الفضولية و علاقتها بقرار طالب الليسانس للاتحاق بالماستر أكاديمي وفقا لنظرية السلوك المخطط دراسة ميدانية بكميتي: العمو الاجتماعية و الإنسانية ؛ اللغات و الآداب. ٢٤٨. الجزائر: العلوم الاجتماعية والإنسانية- جامعة العربي بن مهيدي - أم البواقي- دكتوراه.
٢٥. علمي لزهري. (١ آذار، ٢٠٠٦). أهمية نظام المعلومات التسويقي في إتخاذ القرارات التسويقية. الجزائر: كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير جامعة بن يوسف بن خدة، رسالة ماجستير.
٢٦. عمر ساسي عمر مسعود. (٢٠١٥). الدور المعدل للعوامل الديمغرافية في العلاقة بين الإعلان الالكتروني واتجاهات عملاء المصارف نحو تبني تكنولوجيا الخدمات الجديدة. السودان: جامعة السودان للعلوم والتكنولوجيا- كلية الدراسات العليا- رسالة ماجستير.

٢٧. فضيلة تومي. (٢٠٠٨). التفاعلية ووسائلها في التلفزيون الجزائري البرامج الموضوعاتية نموذجاً. ١-١٧١. الجزائر: كلية العلوم السياسية والإعلام- جامعة الجزائر-بن يوسف بن خدة. رسالة ماجستير.
٢٨. ليلي سعيد الجهني. (تموز، ٢٠١٩). تقييم منصة ادمودو الإلكترونية في ضوء معايير سهولة الاستخدام. *العربية للتربية النوعية* (٣)، الصفحات ٣٠-١.
٢٩. ليلي سعيد الجهني. (١٥ تموز، ٢٠٢٠). درجة رضا طالبات الدراسات العليا عن نظام بلاكبودر واستخدامه في تدريسهن الطارئ عن بعد في ضوء نموذج نجاح نظام المعلومات لديلون ومكلين. *International Journal of Research in Educational Sciences* (٤)، الصفحات ٢٦١-٣٠٣.
٣٠. مضوي موسى علي مصطفى. (٢٠١٦). اثر جودة الخدمة المصرفية الالكترونية في تبني الموبايل المصرفي باستخدام نموذج تقبل التقنية (دراسة عينة لبعض المصارف العاملة في السودان). ١-١٢٠. السودان: جامعة السودان للعلوم والتكنولوجيا- كلية الدراسات العليا. بحث لاستكمال الماجستير.
٣١. منذر الضامن. (٢٠٠٧). *أساسيات البحث العلمي* (المجلد الأول). الأردن: دار المسيرة للطباعة والنشر.

Abstract:

This research aims to describe and explain the impact of a group of factors: Information quality, System quality, User interface design, Perceived Interactivity, Trust, perceived Ease of use, and perceived Usefulness ,on the Actual use of e-services platform, specifically on the Beeorder platform.

The study population included users of the ordering and delivery platform Beeorder in Damascus, using the mixed method approach:

In the first stage(qualitative research): seventeen semi-structured face to face interviews were conducted with actual users of beeorder in Damascus.

The researcher used Nvivo14 program to assist in the coding process.

To analyze data in this stage the researcher followed the Thematic analysis method. This resulted in the development of the measurements and adding trust to the model.

In the second stage (quantitative research): a questionnaire was developed to verify propositions which were proposed in the previous stage.

The questionnaire was distributed electronically to 384 Beeorder platform users.

The researcher used SPSS to analyze data in this stage.

The most important results of this study are:

- 1 - there is a statistically significant effect for information quality, System quality, User interface design, Perceived Interactivity, Trust, perceived Ease of use, and perceived Usefulness in the actual use of e- services platform.
- 2 - Both perceived usefulness and perceived ease of use are mediating the effect of information quality, system quality, user interface design, and perceived interactivity on the actual use of e-services platform
- 3 - Trust mediates the effect of both information quality, and system quality on the actual use of e-services platform.

The research recommends that greater emphasis should be given to information, confidentiality, and privacy in similar fields.

It also recommends that interested researchers pay attention to the time element that has emerged as an important modifying variable, which is necessary to study with the technology acceptance model.

Key words: actual use, perceived Ease of use, and perceived Usefulness, Information quality, System quality, User interface design, Perceived Interactivity, Trust.

Syrian Arab Republic
Damascus University
Economic Faculty
Business Administration
Marketing Specialization



Factors influencing the actual use of e-platforms services

Case Study: BeeOrder platform

A thesis submitted for a master degree in marketing

Prepared by: Lana Foaad Alsafadi

Supervised by : DR Nada Ali

2023-2024