

أثر إدارة جودة التجربة الرقمية وسهولة الاستخدام على نية إعادة الشراء من خلال رضا العملاء: دراسة تطبيقية على مستخدمي تطبيق "هنقرستيشن" بمدينة الرياض .

أسم الطالب

زينب عبد الله جميل

مشروع تخرج- 1

كلية الإدارة- جامعة ميدأوشن

إشراف

د.

عضو هيئة التدريس- كلية الإدارة- جامعة ميدأوشن

## جدول المحتويات

|                                   |                                                  |
|-----------------------------------|--------------------------------------------------|
| 2.....                            | 1. الفصل الأول: الإطار العام للدراسة             |
| 3.....                            | 1.1. المقدمة:                                    |
| 4.....                            | 1.2. مشكلة الدراسة                               |
| 4.....                            | 1.2.1. فجوات على المستوى النظري                  |
| 4.....                            | 1.2.2. فجوات على المستوى التطبيقي                |
| 5.....                            | 1.3. أهمية الدراسة                               |
| 5.....                            | 1.3.1. على المستوى النظري:                       |
| 5.....                            | 1.3.2. على المستوى التطبيقي:                     |
| 6.....                            | 1.4. أسئلة الدراسة                               |
| 6.....                            | 1.5. أهداف الدراسة                               |
| 7.....                            | 1.6. فرضيات الدراسة                              |
| 8.....                            | 1.7. نموذج الدراسة                               |
| 9.....                            | 1.8. منهجية الدراسة                              |
| 11.....                           | 1.9. الدراسة الميدانية                           |
| 12.....                           | 1.10. مخطط المشروع المقترح                       |
|                                   | 2. الفصل الثاني: الدراسات السابقة                |
| 1.....                            |                                                  |
|                                   | 3                                                |
| 14.....                           | 2.1. المقدمة:                                    |
| Error! Bookmark not defined. .... | 2.2. المتغير المستقل                             |
| Error! Bookmark not defined. .... | 2.3. المتغير التابع                              |
| Error! Bookmark not defined. .... | 2.4. العلاقة بين المتغير المستقل والمتغير التابع |
| Error! Bookmark not defined. .... | 2.5. الخاتمة                                     |

## 1. الفصل الأول: الإطار العام للدراسة

## 1.1. المقدمة:

يمر العالم بتحول رقمي متسارع، حيث أصبحت التجارة الإلكترونية وتطبيقات الهواتف الذكية جزءاً أساسياً لا يتجزأ من حياة المستهلك اليومية، لا سيما في قطاع توصيل الطعام والخدمات اللوجستية بالمملكة العربية السعودية.

في هذه البيئة الرقمية شديدة التنافسية، لم يعد نجاح المنصات يعتمد فقط على تقديم المنتجات والأسعار التنافسية، بل أصبح مرهوناً بشكل رئيسي بمدى جودة التجربة الرقمية وسهولة استخدام التطبيق التي يشعر بها العميل منذ اللحظة الأولى لتصفحه وحتى إتمام عملية الطلب والاستلام. إن توفير واجهات مرنة، ومحرك بحث ذكي، وسهولة تامة في الاستخدام يساهم بشكل مباشر في صياغة رحلة مستخدم مريحة وخالية من التعقيد، مما يولد لدى المستهلك شعوراً بالمنفعة والراحة والسرعة في قطاع الخدمات المعاصر (Davis, 1989).

وتلعب هذه العوامل التقنية والإدارية دوراً جوهرياً في تحقيق رضا العملاء؛ فالعميل الراضي عن تجربة استخدامه لا يكتفي بالطلب لمرة واحدة، بل تتكون لديه نية سلوكية قوية لإعادة الشراء والتعامل مع التطبيق مستقبلاً كخيار أول وثابت (Oliver, 1980). وبالرغم من وجود دراسات كلاسيكية ركزت على قبول التكنولوجيا، إلا أن هناك نقصاً فكرياً في الأدبيات المعاصرة التي تدمج ممارسات إدارة جودة التجربة الرقمية الحديثة وسهولة الاستخدام وتأثيرهما التفاعلي على السلوكيات الشرائية اللاحقة كنية إعادة الشراء في قطاع تطبيقات الخدمات اللوجستية وتوصيل الطعام داخل البيئة العربية، مما يشير إلى الحاجة لإجراء المزيد من الدراسات في هذا المجال (Bhattacharjee, 2001).

وتبرز أهمية معالجة هذه الفجوة في تزويد المدراء التنفيذيين ومطوري المنصات بشركة "هنقرستيشن" والشركات المنافسة ببيانات ميدانية دقيقة تساعد على تحسين الواجهات البرمجية وتصميم تجارب مستخدم أكثر كفاءة وسهولة، مما يقلص نسب تسرب العملاء ويدعم نمو قطاع الاقتصاد الرقمي كأحد الركائز الأساسية الطموحة لرؤية المملكة 2030. بناءً على ما تقدم تهدف الدراسة إلى دراسة أثر جودة التجربة الرقمية وسهولة الاستخدام في تعزيز نية إعادة الشراء، من خلال الدور الوسيط لرضا العملاء لدى مستخدمي تطبيق "هنقرستيشن" بمدينة الرياض.

## 1.2. مشكلة الدراسة

تواجه الكثير من الشركات والمنصات الرقمية في سوق تطبيقات توصيل الطعام السعودي تحدياً إدارياً وتشغيلياً معقداً يتمثل في مشكلة "تسرب العملاء" وانخفاض معدلات استبقائهم، حيث يقوم الكثير من المستخدمين بتحميل تطبيق "هنقرستيشن" أو الشراء منه لمرة واحدة فقط ثم يتوقفون عن استخدامه تماماً وينتقلون للمنافسين. وتكمن المشكلة الأساسية في ضعف الفهم الدقيق للعوامل التقنية والتصميمية والتسويقية التي تؤثر سلباً على رضا العميل وتمنعه من اتخاذ قرار تكرار الشراء من خلال التطبيق، مثل صعوبة التنقل بين القوائم، وبطء استجابة التطبيق، وسوء التجربة الرقمية أثناء تتبع الطلب أو إتمام الدفع الإلكتروني. بناءً على هذه الأبعاد الإدارية والتشغيلية، تتبلور المشكلة البحثية الحالية من خلال رصد الفجوات العلمية والتطبيقية التالية .

### 1.2.1. فجوات على المستوى النظري

بالرغم من وفرة الدراسات الكلاسيكية في الأدبيات الإدارية التي ركزت على نماذج قبول التكنولوجيا التقليدية لمعرفة مدى تقبل الأفراد للأنظمة، إلا أن هناك نقصاً فكرياً واضحاً وفجوة معرفية في الأدبيات المعاصرة التي تدمج بين ممارسات إدارة جودة التجربة الرقمية الحديثة وسهولة الاستخدام وتأثيرهما التفاعلي المشترك على سلوكيات ولاء المستهلكين ومنع تبديل العلامة في بيئة سوقية شديدة التنافسية مثل قطاع توصيل الطعام السعودي .

### 1.2.2. فجوات على المستوى التطبيقي

تتمثل الفجوة الواقعية في ندرة الدراسات الميدانية والتجريبية التي طبقت هذه النماذج التسويقية والاستراتيجية بشكل كمي ونظامي مباشر على المنصات السعودية الرائدة وتحديداً تطبيق "هنقرستيشن" بمدينة الرياض، لفهم آليات حماية الحصة السوقية واستبقاء المستهلكين المحليين وتحويل رضاهم اللحظي إلى ولاء دائم ونية إعادة شراء مستمرة في ظل ظهور منافسين جدد يومياً بناءً على ما تقدم من فجوات، كيف تؤثر جودة التجربة الرقمية وسهولة الاستخدام على نية إعادة الشراء من خلال رضا العملاء لدى مستخدمي تطبيق هنقرستيشن بمدينة الرياض في ظل البيئة التنافسية الحالية؟

### 1.3. أهمية الدراسة

#### 1.3.1. على المستوى النظري:

تكمن الأهمية العلمية والنظرية للبحث الحالي في مساهمته الفعالة في إثراء الأدبيات الإدارية والتسويقية العربية، من خلال تقديم إطار نظري مرجعي ومحدث يربط بين الخصائص التقنية للتطبيقات وسلوك المستهلك في البيئات شديدة التنافسية. وتظهر هذه الأهمية في بناء نموذج علمي متكامل يدمج ممارسات إدارة جودة التجربة الرقمية وسهولة الاستخدام كمتغيرات مستقلة، ويوضح دور "رضا العملاء" كمتغير وسيط يسهم في توجيه هذا الأثر التقني والتشغيلي نحو تعزيز نية إعادة الشراء وتعزيز ولاء العميل تجاه المنصات المنافسة. بالإضافة إلى ذلك، يفتح هذا الإطار النظري آفاقاً بحثية جديدة أمام الأكاديميين لتقييم النماذج التكنولوجية مثل نموذج قبول التكنولوجيا (TAM) وتطويرها لتفسير سلوك استبقاء المستهلك في ظل طفرة تطبيقات توصيل الطعام المتنامية في بيئة الأعمال الخليجية والعربية (Creswell & Creswell, 2018).

#### 1.3.2. على المستوى التطبيقي:

تتجلى الأهمية العملية والتطبيقية للدراسة الحالية في تقديم قيمة مضافة ودليل استراتيجي مبني على أدلة ميدانية لصناع القرار والمدراء التنفيذيين بشركة "هنفريستيشن"؛ حيث تمنحهم رؤية واضحة حول كيفية استغلال الجودة الرقمية وسهولة الاستخدام كـ "ميزة تنافسية مستدامة" لحماية حصتهم السوقية أمام تدفق المنافسين الجدد. وتساعدهم النتائج على تحسين تجربة المستخدم وتعزيز رضا العملاء وزيادة اتمالية الشراء. علاوة على ذلك، تدعم هذه المخرجات التطبيقية نمو قطاع الاقتصاد الرقمي بالمملكة كأحد الركائز الطموحة لرؤية السعودية 2030، من خلال رفع جودة وتنافسية الخدمات اللوجستية المحلية وموثوقية منصات التوصيل للمستهلكين بمدينة الرياض.

#### 1.4. أسئلة الدراسة

سؤال البحث الرئيسي :

ما أثر جودة التجربة الرقمية وسهولة الاستخدام على نية إعادة الشراء من خلال رضا العملاء لدى مستخدمي تطبيق هنقرستيشن بمدينة الرياض؟

اسئلة البحث الفرعية :

- ما أثر سهولة استخدام تطبيق هنقرستيشن على رضا العملاء؟
- ما أثر رضا العملاء على نية إعادة الشراء من تطبيق هنقرستيشن؟
- ما أثر جودة التجربة الرقمية على نية إعادة الشراء؟
- ما أثر سهولة الاستخدام على نية إعادة الشراء؟
- هل يتوسط رضا العملاء العلاقة بين جودة التجربة الرقمية ونية إعادة الشراء؟
- هل يتوسط رضا العملاء العلاقة بين سهولة الاستخدام ونية إعادة الشراء؟

#### 1.5. أهداف الدراسة

التعرف على أثر جودة التجربة الرقمية على رضا العملاء لدى مستخدمي تطبيق هنقرستيشن بمدينة الرياض .

قياس أثر سهولة استخدام التطبيق على رضا العملاء .

تحديد أثر رضا العملاء على نية إعادة الشراء من تطبيق هنقرستيشن .

قياس أثر جودة التجربة الرقمية على نية إعادة الشراء .

تحديد أثر سهولة الاستخدام على نية إعادة الشراء .

اختبار الدور الوسيط لرضا العملاء في العلاقة بين جودة التجربة الرقمية ونية إعادة الشراء .

اختبار الدور الوسيط لرضا العملاء في العلاقة بين سهولة الاستخدام ونية إعادة الشراء .

## 1.6. فرضيات الدراسة

**Ha-1 :** توجد علاقة إيجابية ذات دلالة إحصائية بين جودة التجربة الرقمية ورضا العملاء لدى مستخدمي تطبيق هنقرستيشن بمدينة الرياض.

**Ha-2 :** توجد علاقة إيجابية ذات دلالة إحصائية بين سهولة استخدام تطبيق هنقرستيشن ورضا العملاء لدى مستخدمي التطبيق بمدينة الرياض.

**Ha-3 :** توجد علاقة إيجابية ذات دلالة إحصائية بين رضا العملاء ونية إعادة الشراء من تطبيق هنقرستيشن.

**Ha-4 :** توجد علاقة إيجابية ذات دلالة إحصائية بين جودة التجربة الرقمية ونية إعادة الشراء من تطبيق هنقرستيشن.

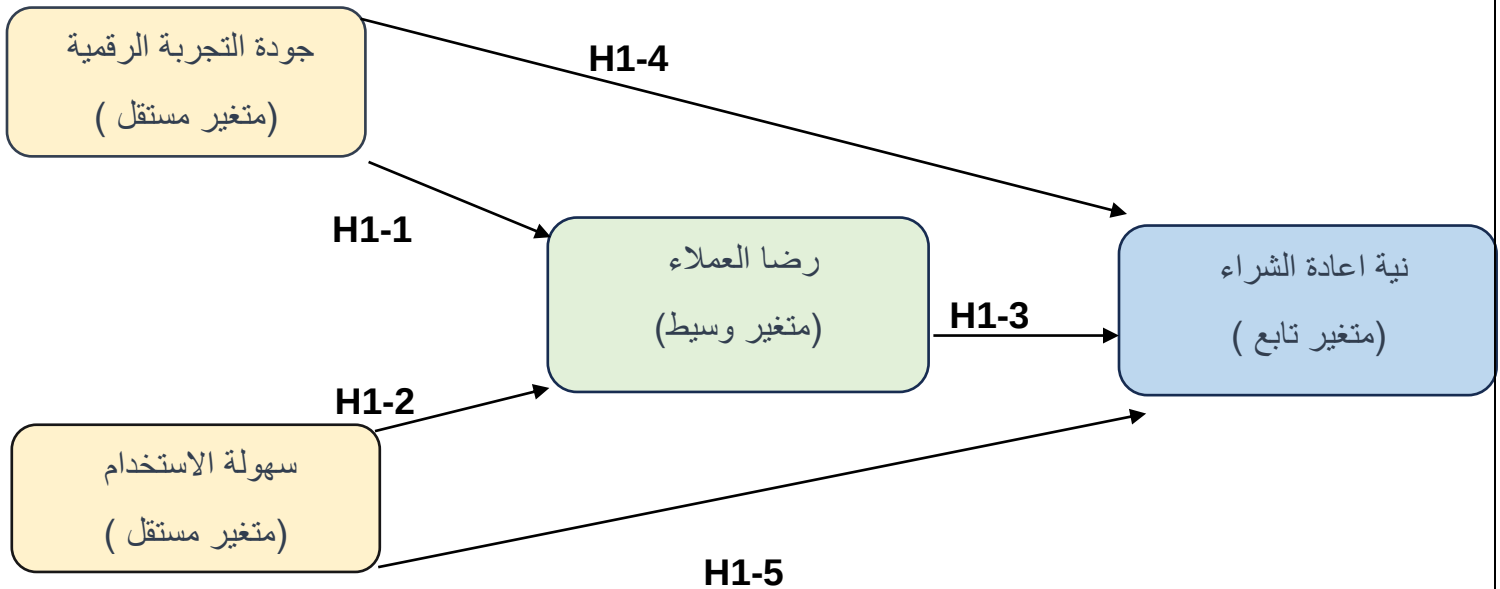
**Ha-5 :** توجد علاقة إيجابية ذات دلالة إحصائية بين سهولة استخدام تطبيق هنقرستيشن ونية إعادة الشراء.

**Ha-6 :** يتوسط رضا العملاء العلاقة بين جودة التجربة الرقمية ونية إعادة الشراء من تطبيق هنقرستيشن بشكل ذي دلالة إحصائية.

**Ha-7 :** يتوسط رضا العملاء العلاقة بين سهولة الاستخدام ونية إعادة الشراء من تطبيق هنقرستيشن بشكل ذي دلالة إحصائية.

## 1.7. نموذج الدراسة

شكل 1 : نموذج البحث



H1-6 : يتوسط رضا العملاء العلاقة بين جودة التجربة الرقمية و نية اعادة الشراء .

H1-7 : يتوسط رضا العملاء العلاقة بين سهولة الاستخدام ونية اعادة الشراء .

تم التصميم بواسطة : الباحثة (2026)

## 1.8. منهجية الدراسة

فلسفة البحث: الوضعية

منهج البحث: استنتاجي

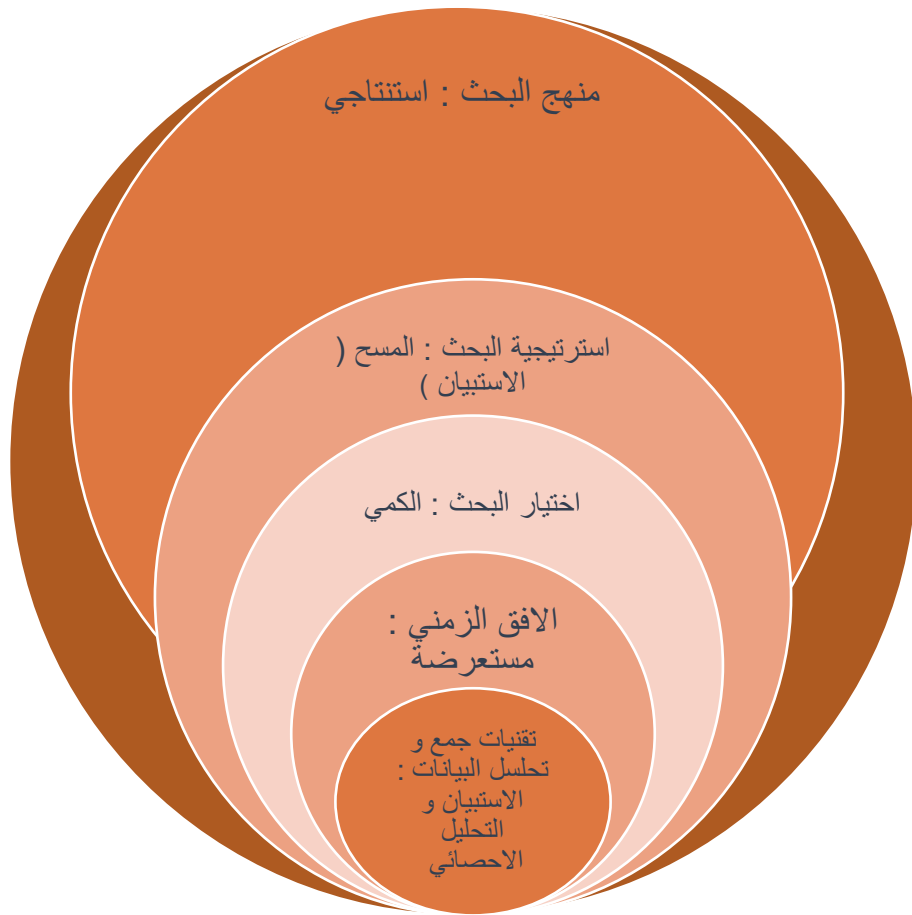
استراتيجية البحث: المسح (الاستبيان)

اختيار البحث: كمي

الأفق الزمني: مستعرضة

تقنيات جمع وتحليل البيانات: الاستبيان والتحليل الإحصائي

## شكل 2 : تصميم البحث



تم التصميم بواسطة : الباحثة (2026)

## 1.9. الدراسة الميدانية

### الحدود الموضوعية:

تتناول الدراسة أثر جودة التجربة الرقمية وسهولة الاستخدام على نية إعادة الشراء من خلال رضا العملاء لدى مستخدمي تطبيق هنقرستيشن في مدينة الرياض. ويُعد تطبيق هنقرستيشن من تطبيقات طلب وتوصيل الطعام، حيث يتيح للمستخدمين طلب الوجبات والمنتجات من المطاعم والمتاجر المختلفة.

### الحدود الزمنية:

يتم إجراء الدراسة خلال العام الجامعي 2026م – 1448هـ.

### الحدود البشرية:

يتم إجراء الدراسة على عينة من مستخدمي تطبيق هنقرستيشن في مدينة الرياض، ممن سبق لهم استخدام التطبيق وإجراء طلب من خلاله.

### الحدود المكانية:

يتم إجراء الدراسة في مدينة الرياض في المملكة العربية السعودية، وذلك من خلال استهداف مستخدمي تطبيق هنقرستيشن من خلال إعداد وتوزيع استبيان إلكتروني على مستخدمي تطبيق هنقرستيشن في مدينة الرياض، بهدف جمع البيانات المتعلقة بجودة التجربة الرقمية، وسهولة الاستخدام، ورضا العملاء، ونية إعادة الشراء. ثم سيتم تحليل الاستجابات إحصائياً لاختبار فرضيات الدراسة ودراسة العلاقات بين متغيراتها.

## 1.10. مخطط المشروع المقترح

الفصل الأول: الإطار العام للدراسة

الفصل الثاني: الإطار النظري

الفصل الثالث: منهجية البحث

الفصل الرابع: التحليل الإحصائي

الفصل الخامس: المناقشة والخاتمة

## 2. الفصل الثاني: الدراسات السابقة

## 2.1. المقدمة:

شهد قطاع توصيل الطعام نموًا ملحوظًا مع انتشار التطبيقات الرقمية، وأصبح اعتماد العملاء على هذه التطبيقات مرتبطًا بجودة تجربتهم الرقمية وسهولة استخدامها. لذلك اهتمت الدراسات السابقة بدراسة العوامل التي تؤثر في رضا العملاء وسلوكهم المستقبلي، وخاصة نية إعادة الشراء. ويركز هذا الفصل على استعراض الدراسات السابقة المرتبطة بمتغيرات الدراسة الحالية، وهي جودة التجربة الرقمية، وسهولة الاستخدام، ورضا العملاء، ونية إعادة الشراء، بالإضافة إلى توضيح العلاقات بينها.

### 1.1.1. المتغير المستقل الأول: جودة التجربة الرقمية

#### 2.2.1 التعريف

تشير جودة التجربة الرقمية إلى مستوى جودة التفاعل الذي يمر به العميل أثناء استخدام التطبيق، ابتداءً من سهولة الوصول إلى المعلومات واستخدام الخصائص المختلفة، وصولاً إلى إتمام الطلب والحصول على الخدمة. وتعد جودة التجربة الرقمية من العوامل المهمة في تكوين انطباع العميل عن التطبيق ومستوى رضاه عنه.

وفي تطبيقات توصيل الطعام، لا تقتصر تجربة العميل على جودة الطعام فقط، بل تشمل أيضاً جودة التطبيق والخدمة الرقمية المقدمة من خلاله، مثل سهولة الوصول، ودقة المعلومات، وسرعة تنفيذ الطلب، وإمكانية متابعة الطلب.

#### 2.2.2 أهمية جودة التجربة الرقمية

تزداد أهمية جودة التجربة الرقمية بسبب اعتماد العملاء المتزايد على التطبيقات في تنفيذ عمليات الشراء والطلب. فالتجربة الرقمية الجيدة يمكن أن تساعد في رفع مستوى رضا العميل وتعزيز ثقته بالتطبيق وتشجيعه على الاستمرار في استخدامه.

وأظهرت الدراسات السابقة أن جودة الخدمة الإلكترونية ترتبط برضا العملاء في خدمات توصيل الطعام، كما يمكن أن يكون لها تأثير في نية إعادة الشراء من خلال رضا العملاء.

### 2.2.3 الدراسات السابقة المتعلقة بجودة التجربة الرقمية

أوضحت دراسة (Azizi et al. (2024 أن جودة الخدمة الإلكترونية تؤثر إيجابياً في رضا العملاء في خدمات توصيل الطعام عبر الإنترنت، كما أظهرت النتائج وجود دور لرضا العملاء في العلاقة بين جودة الخدمة الإلكترونية ونية إعادة الشراء.

كما تناولت دراسة (Lin, Au and Baum (2024 جودة خدمة تطبيقات طلب الطعام عبر الهاتف المحمول، وأظهرت أهمية جودة التطبيق في تكوين رضا المستخدمين ونية إعادة الشراء.

وتشير هذه الدراسات إلى أهمية جودة التجربة الرقمية في تشكيل تقييم العميل للخدمة، وهو ما يدعم دراسة هذا المتغير لدى مستخدمي تطبيق هنقرستيشن في مدينة الرياض.

### 2.3 المتغير المستقل الثاني: سهولة الاستخدام

#### 2.3.1 التعريف

تعرف سهولة الاستخدام بأنها مدى اعتقاد المستخدم بأن استخدام النظام أو التطبيق يمكن أن يتم بسهولة ودون الحاجة إلى بذل جهد كبير. ويعد مفهوم سهولة الاستخدام من المفاهيم الأساسية في دراسة قبول المستخدم للتكنولوجيا.

وفي تطبيقات توصيل الطعام، تظهر سهولة الاستخدام في وضوح واجهة التطبيق، وسهولة البحث عن المطاعم والمنتجات، وسهولة اختيار الطلب وإتمام عملية الدفع، بالإضافة إلى سهولة متابعة الطلب.

#### 2.3.2 أهمية سهولة الاستخدام

تساعد سهولة الاستخدام على تحسين تجربة العميل وتقليل الجهد المطلوب لإتمام عملية الطلب، مما قد يؤدي إلى تكوين اتجاه إيجابي نحو التطبيق وزيادة مستوى رضا المستخدم.

وقد أظهرت دراسة (Azizi et al. (2024 وجود تأثير إيجابي لسهولة الاستخدام المدركة على رضا العملاء، كما وجدت الدراسة تأثيراً إيجابياً على نية إعادة الشراء.

## 2.4 المتغير التابع: نية إعادة الشراء

### 2.4.1 التعريف

تشير نية إعادة الشراء إلى رغبة العميل أو استعداده لاستخدام الخدمة أو إجراء عملية شراء مرة أخرى في المستقبل. وتعد نية إعادة الشراء من المؤشرات المهمة على نجاح الشركات الرقمية في المحافظة على عملائها.

وفي سياق تطبيقات توصيل الطعام، تعكس نية إعادة الشراء مدى استعداد المستخدم للعودة إلى التطبيق واستخدامه مرة أخرى بعد تجربته السابقة.

### 2.4.2 الدراسات السابقة

أظهرت دراسة (Gao (2024 أن رضا العملاء وسهولة الاستخدام وجودة الخدمة تعد من العوامل المهمة المرتبطة بنية إعادة الشراء عند استخدام تطبيقات الطعام الإلكترونية.

كما أوضحت دراسة (Bhattacharjee (2001 أن رضا المستخدم عن تجربته السابقة يعد عاملاً مهماً في تكوين نية الاستمرار في استخدام النظام، وهو ما يدعم العلاقة بين رضا العملاء والسلوك المستقبلي للمستخدم.

## 2.5 العلاقة بين المتغيرات

تشير الدراسات السابقة إلى وجود علاقات بين جودة التجربة الرقمية وسهولة الاستخدام ورضا العملاء ونية إعادة الشراء. فقد أظهرت الدراسات أن تحسين جودة الخدمة الرقمية وسهولة استخدام التطبيق يمكن أن يؤدي إلى ارتفاع مستوى رضا العملاء.

كما أن ارتفاع مستوى رضا العملاء يمكن أن يزيد من احتمالية استمرار العميل في استخدام التطبيق وإعادة الشراء منه. وتدعم دراسة (Azizi et al. (2024 بشكل خاص الدور الوسيط لرضا العملاء في العلاقة بين جودة الخدمة الإلكترونية وسهولة الاستخدام من جهة ونية إعادة الشراء من جهة أخرى.

وبناءً على ذلك، تفترض الدراسة الحالية أن جودة التجربة الرقمية وسهولة الاستخدام تؤثران في رضا العملاء، وأن رضا العملاء يؤثر في نية إعادة الشراء، مع وجود دور وسيط لرضا العملاء.

## 2.6 الخاتمة

استعرض هذا الفصل أهم المفاهيم والدراسات المرتبطة بجودة التجربة الرقمية، وسهولة الاستخدام، ورضا العملاء، ونية إعادة الشراء. وتوضح الدراسات السابقة أهمية هذه المتغيرات في تفسير سلوك مستخدمي تطبيقات توصيل الطعام. وبناءً على ما تم استعراضه، تركز الدراسة الحالية على مستخدمي تطبيق هنقرستيشن في مدينة الرياض، بهدف دراسة أثر جودة التجربة الرقمية وسهولة الاستخدام على نية إعادة الشراء من خلال رضا العملاء.

- **Bhattacharjee, A. (2001).** Understanding information systems continuance: An expectation-confirmation model. *MIS Quarterly*, 25(3), 351–370.
- **Creswell, J. W., & Creswell, J. D. (2018).** Research design: Qualitative, quantitative, and mixed methods approaches (5th ed.). SAGE Publications.
- **Davis, F. D. (1989).** Perceived usefulness, perceived ease of use, and user acceptance of information technology. *MIS Quarterly*, 13(3), 319–340.
- **Oliver, R. L. (1980).** A cognitive model of the antecedents and consequences of satisfaction decisions. *Journal of Marketing Research*, 17(4), 460–469.
- **Azizi, M. A., Rizan, M., & Febrilia, I. (2024).** The influence of e-service quality, price fairness, and perceived ease of use on repurchase intention through customer satisfaction in online food delivery. *Jurnal Capital*, 6(1), 12–31.
- **Gao, H. (2024).** *Determining influential factors of customer satisfaction and repurchase intention toward online food application in Chengdu, China*. Scholar: Human Sciences.
- **Lin, H., Au, W. C. W., & Baum, T. (2024).** *Service quality of online food delivery mobile application: An examination of the impact of service quality on customer satisfaction and repurchase intention*.

#### 4 الملاحق

##### 4.1 الاستبيان :

عزيزي/عزيزتي المشارك/ة،

في إطار البحث العلمي الهادف إلى دراسة "أثر جودة التجربة الرقمية وسهولة الاستخدام على نية إعادة الشراء من خلال رضا العملاء: دراسة على مستخدمي تطبيق هنقرستيشن في مدينة الرياض"، نسعى من خلال هذا الاستبيان إلى جمع آرائكم وتجاربكم حول استخدام تطبيق هنقرستيشن، والتعرف على مدى تأثير جودة التجربة الرقمية وسهولة استخدام التطبيق على مستوى رضاكم ونية إعادة الشراء.

يهدف هذا الاستبيان إلى قياس جودة التجربة الرقمية، وسهولة الاستخدام، ورضا العملاء، ونية إعادة الشراء لدى مستخدمي تطبيق هنقرستيشن في مدينة الرياض، وذلك بهدف الوصول إلى نتائج وتوصيات علمية تساعد في تحسين تجربة المستخدم وتعزيز رضا العملاء وتشجيعهم على إعادة استخدام التطبيق. نشكركم على وقتكم ومشاركتكم القيمة، ونؤكد أن المعلومات التي سيتم جمعها ستستخدم لأغراض البحث العلمي فقط.

شكرًا لتعاونكم ومشاركتكم.

أولاً: البيانات العامة

الجنس: ☐ ذكر ☐ أنثى

العمر: ☐ أقل من 20 سنة ☐ 20-29 سنة ☐ 30-39 سنة ☐ 40-49 سنة ☐ 50 سنة فأكثر

عدد مرات استخدام تطبيق هنقرستيشن: ☐ مرة واحدة ☐ 2-3 مرات ☐ 4-5 مرات ☐ أكثر من 5 مرات

مدة استخدامك لتطبيق هنقرستيشن: ☐ أقل من 6 أشهر ☐ من 6 أشهر إلى سنة ☐ من سنة إلى 3 سنوات ☐ أكثر من 3 سنوات

ثانيا : جودة التجربة الرقمية و سهولة الاستخدام

بشدة أوافق = 5 | أوافق = 4 | محايد = 3 | أوافق لا = 2 | بشدة أوافق لا = 1 :الإجابة مقياس

| 1                        | 2                        | 3                        | 4                        | 5                        | العبارة                                                  |
|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|----------------------------------------------------------|
| <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | يوفر تطبيق هنقرستيشن تجربة رقمية جيدة أثناء الاستخدام    |
| <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | يعرض التطبيق المعلومات التي أحتاجها بطريقة واضحة         |
| <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | يوفر التطبيق معلومات دقيقة عن المطاعم والمنتجات والطلبات |
| <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | استطيع طلبي حالة متابعة خلال من بسهولة التطبيق.          |
| <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | أجد تجربة استخدام التطبيق مرضية بشكل عام                 |
|                          |                          |                          |                          |                          | من السهل إتمام عملية الطلب والدفع من خلال التطبيق        |

### ثالثاً: رضا العملاء

بشدة أوافق = 5 | أوافق = 4 | محايد = 3 | أوافق لا = 2 | بشدة أوافق لا = 1 :الإجابة مقياس

| 1                        | 2                        | 3                        | 4                        | 5                        | العبارة                                                     |
|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|-------------------------------------------------------------|
| <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | راضية/راضٍ أنا<br>عن عام بشكل<br>تطبيق استخدام<br>هنقرستيشن |
| <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | تلبي خدمات<br>هنقرستيشن توقعاتي                             |
| <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | أشعر أن استخدام<br>التطبيق كان قراراً<br>جيداً              |
| <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | أشعر بالرضا عن<br>تجربتي السابقة مع<br>التطبيق              |
| <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | أعتقد أن تطبيق<br>هنقرستيشن يلبي<br>احتياجاتي بشكل جيد      |

رابعاً: نية إعادة الشراء

بشدة أوافق = 5 | أوافق = 4 | محايد = 3 | أوافق لا = 2 | بشدة أوافق لا = 1: الإجابة مقياس

| 1                        | 2                        | 3                        | 4                        | 5                        | العبارة                                                            |
|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------------------------------------------------|
| <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | انوي استخدام تطبيق هنقرستيشن مره اخرى                              |
| <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | انوي إعادة الطلب من خلال تطبيق هنقرستيشن                           |
| <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | سأستمر في استخدام تطبيق هنقرستيشن عند حاجتي لخدمات توصيل الطعام    |
| <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | من المحتمل أن أختار هنقرستيشن مرة أخرى بدلاً من التطبيقات المنافسة |
| <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | أخطط لإجراء طلبات متكررة من خلال تطبيق هنقرستيشن                   |