

تطبيقات الإندرويد للدعاية والترويج لبعض المطاعم بمحافظة الإسكندرية

د منال محمد طلعت كشك

مدرس بالمعهد العالي للسياحة والفنادق والحاسب الآلي سيوف-اسكندرية

نظراً لأن المطاعم تحتاج إلى الدعاية التي تتطلب مزيداً من الجهد لترويج لمنتجاتها وذلك لضمان الوصول للمستهلك بالشكل المناسب والسريع، من خلال تقديم الخدمات التي يحتاجها المستهلك وما يقدم من قوائم الطعام وما تحتويه من الأسعار المتنوعة للوجبات التي يتم تجهيزها. ونظراً لأن المستهلك يقع في حيرة عند الاختيار بين البدائل والمفاضلة بين أنواع المطاعم والوجبات والأسعار، ومع ثورة انتقال المعلومات عبر وسائل الاتصال باستخدام الإنترنت ومواقع التواصل الاجتماعي والهاتف المحمول وما يتميز به من تقنيات كان لابد من الاستفادة من تطبيق الإندرويد المتوافر به، مما يساهم في استفادة المطاعم المشاركة في هذا التطبيق سواء من حيث مدى الرواج والإقبال على الخدمات التي يقدمها و في سهولة وصول المستهلك المصري للمطعم الذي ينشده. وبناء على ذلك تم التعرف على مدى استفادة المستخدمين للتطبيق، و على أوجه القصور الواجب تجنبها وتحسينها على الهاتف المحمول وعلى صفحة الإنترنت. وباستطلاع رأى عينة البحث وجد أن الشباب هم أكثر الفئات استخداماً واستفادة لهذه النوعية الحديثة من التكنولوجيا ومواكبتهم لثورة المعلومات التكنولوجية المستخدمة في جميع أوجه الحياة العصرية، مع ملاحظة إن الإناث أقل استخداماً واستفادة، والعاملين يزداد اهتمامهم بالحصول على المعلومة عن المطاعم من الصحف أيضاً فئة التعليم فوق المتوسط والجامعي هم أكثر فئة تهتم باستخدام هذه التطبيقات.

الكلمات الدالة :

تطبيقات - الإندرويد- الهاتف المحمول- الإنترنت - المطاعم - قوائم الطعام -الوجبات

الإندرويد: يعرفه الشمري (2012) بأنه نظام تشغيل طورته شركة صغيرة في كاليفورنيا داخل الولايات المتحدة الأمريكية ، وعمل على تطويره كل من أندرو روبن ، وريتش ماينز ، ونك سيزر ، وكريس وايت ، وكلمة **android** : تشير إلى الإنسان الآلي أي الروبوت.

ويعرف **jadedtech** (2012) بأنه نظام مجاني ومفتوح المصدر لأنظمة تشغيل الأجهزة المحمولة مثل الهواتف الذكية والأجهزة اللوحية ، حيث يتم تطوير الإندرويد من قبل التحالف المفتوح للهواتف النقالة الذي تديره شركة جوجل. ويوضح أن شركة جوجل أشترت نظام "إندرويد" من المطورين الأساسيين للنظام في سنة 2005، في حين كان الإعلان الرسمي عنه في 5 نوفمبر 2007 بالتزامن مع انطلاق التحالف المفتوح للهواتف النقالة. ويعتبر متجر جوجل بلاي هو متجر على الويب للبرامج تديره جوجل لأجهزة الإندرويد حيث يدار بواسطة جوجل بدءاً من سبتمبر 2012 وقد وصل عدد التطبيقات المتواجدة بالمتجر 675000 تطبيق وعدد التحميلات 25 مليار تحميل، التطبيق "Google play" مثبت على معظم أجهزة إندرويد. والإندرويد مفعّل في السوق بنسبة مشاركة 62%.

الهاتف الذكي :

يعرفه **jadedtechd** (2012) أنه جهاز يحتوي على خدمات تقنية بنظام تشغيل متعدد المهام ويدعم تطبيقات التصوير والمشاركة والبيع والشراء و الخدمات المكتبية والإنترنت .
من أسباب نجاح أنظمة الإندرويد في العالم :

wikipedia تذكر أن نظام الإندرويد مفتوح المصدر ،وذلك يعني أنه يمكن لأي شخص أو مبرمج أن يُعدّل ويزيد على هذا النظام بنفسه، ويستطيع إضافة تطبيقات تعمل على هذا النظام .
ويوضح أسامة (2012) أن برنامج الإندرويد يستطيع التعامل مع كافة الخدمات المقّمة من شركة جوجل ، فأغلب مستخدمي التكنولوجيا يعتمدون بشكل كبير على شركة جوجل من خلال (gmail) أو مفكرة جوجل وغيرها من التطبيقات، ولذلك أنشأت شركة جوجل نظاماً يقوم بدمج جميع احتياجات الهاتف النقال الذي يعمل على نظام إندرويد ليحمل عدّة خصائص وخدمات.

ويبين **Bandt** (2012) إن عدد مستخدمي الموبايل على مستوى العالم 3.79 بلايين مستخدم بمقدار زيادة سنوية 4% تعادل زيادة مقدارها 141 مليون - وعدد المستخدمين لتطبيقات الموبايل 1.968 بليون بمقدار زيادة سنوية 17% تعادل 283 مليون. وفي الشرق الأوسط يبلغ عدد مستخدمي الهاتف المحمول 298 مليون بزيادة سنوية 3% تعادل 8.9 ملايين مستخدم وعدد مستخدمي تطبيقات الهاتف المحمول 58 مليون مستخدم بزيادة سنوية مقدارها 66% تعادل 23 مليون مستخدم .

وفي مصر عدد مستخدمي الموبايل 94 مليون ومستخدم التطبيقات 23 مليون بمعدل زيادة سنوية بمقدار 39 % لمستخدمي التطبيق. ويوضح Song وآخرون (2012) أنه منذ استخدام الهاتف المحمول في الحياة اليومية للمستخدمين مع توافر التطبيقات عليه من خلال متجر جوجل ،أصبح يغطي مجالات متعددة في حياتنا اليومية وبدأ المستخدمون يعتادون على استخدامها للاستفادة منها لإضافة مزيد من المنافع التي تعود على مستخدميها. ومع تزايد الاهتمام بهذه التقنية الحديثة زاد الاهتمام في البحث عن مزيد من التطبيقات التي يمكن استخدامها ، الأمر الذي دفع القائمين على تنفيذ هذه التطبيقات إلى تطويرها باستمرار لتحقيق أعلى أداء واستفادة للمستخدم .

ويؤكد Tobing (2015) إن استخدام هذه النوعية من التطبيقات يتيح فرصة الوصول لأكثر عدد من المستخدمين حيث الاستفادة بما هو جديد من المعلومات والاستفادة من العروض لدى مقدم الخدمة ويمكن تدعيم هذا النوع من التطبيقات من خلال وسائل الإعلام لتحقيق مزيد من الرواج والاستخدام والاستفادة . هذا ويذكر Z. Liu وآخرون (2014) إن جودة التصميم النهائي للتطبيق تساهم في رفع كفاءة استخدامه على الهاتف المحمول.

أهمية استخدام تطبيقات المطاعم :

Kenteris وآخرون (2011) ومن المؤكد أن استخدام تطبيقات الهاتف المحمول (الموبيل) في قطاع السياحة يتيح مزيداً من المعلومات الدقيقة للسائح وذلك من خلال تنزيل التطبيق على الهاتف مما يتيح الانتقال بين صفحات التطبيق للحصول على المعلومة المقروءة والمسموعة والمرئية عن الأماكن والمزارات السياحية وأماكن الإقامة الفندقية ومن خلال الخرائط المتاحة على هذه النوعية من التطبيقات.

ويوضح كل من (K. Chala), (Buzzle) إن استخدام التقنيات المتقدمة في إدارة العمل داخل المطعم والمطبخ من خلال أجهزة الهاتف المحمول والإندرويد واللوحات الرقمية والتي يهتم بتطويرها مقدمي الخدمة ، تساهم في توفير المعلومات المطلوبة مع تحسين أداء العمل وسرعة إنجاز الخدمة وليس فقط توفير النفقات ، كما تساهم في سهولة تبادل البيانات الخاصة بالوجبات وأسعارها وطلبات الضيوف في تبادل مع المطعم مع تسهيل عملية الدفع على الإنترنت وإمكانية توصيلها بالشكل الذي يقلل الفاقد في الوقت والجهد والنفقات.

إبراهيم ، فوزي (2010) إن التقدم في مجال تكنولوجيا المعلومات والاتصالات بين المقدم للخدمة ومستقبلها يشكل عاملاً هاماً في دفع قطاع السياحة والفنادق وتنميته ، وتساهم في توصيل الخدمة للمستهلك مباشرة دون وجود الوسيط مع توفير المزيد من العروض المرنة التي تتناسب ورغبات المستخدم أو المستهلك من اختيار وسيلة السفر المناسبة إلى درجة الفندق وأنواع المطاعم وما يهتم به من أنشطة ترفيهية.

هذا وجودة الخدمات السياحية لن تتحقق إلا بإتاحة واستخدام التكنولوجيا في مختلف مجالات السياحة والفندقة ، من تخطيط وترويج وتسويق وحجز وتعاقب وتسوية مالية وهذا ما أكدت علي أهميته منظمة السياحة العالمية إذ تعتبر تكنولوجيا المعلومات والاتصال اللبنة الأساسية للتنمية وتطوير القطاع السياحي والفندقي.

Atkinson وآخرون (2013) يذكر إن استخدام التقنيات الحديثة في مطاعم الوجبات السريعة تساعد على تحسين الأداء وتجنب السلبيات التي تحدث مع استخدام الأساليب التقليدية المعتادة لتوصيل طلب العميل ومدى سرعة تدفق المعلومات لتنفيذ الطلب في الوقت المناسب ما يساهم في تحقيق أقصى رضا مطلوب للعميل للوصول لمستوى عال من الأداء .

الأهداف :

1- رصد تصميم لأحد تطبيقات الإندرويد الحديثة يحقق توفير المعلومات عن المطاعم بمحافظة الإسكندرية بصورة جذابة موضح به أنواع المأكولات والوجبات ومكوناتها وأسعارها وموقع المطعم المطلوب الوصول إليه ووسيلة الاتصال به .

2- رصد التطبيقات الأقدم والأكثر انتشاراً واستخداماً عن المطاعم بمصر والتعرف على اتجاه المستهلك نحو استخدام التطبيق الأكثر انتشاراً وشهرة لدى المستخدمين مع دراسة تأثير وجود التطبيق في التعرف على قوائم الطعام بما تحتويه من بيانات الأسعار والمكونات ، وذلك من خلال تصميم استمارة استقصاء للتعرف على اتجاهات المستهلك نحو استخدامه وتفضيله من خلال استخدام الهاتف المحمول وشبكة الإنترنت كمصدر للمعلومات عن المطاعم في مصر .

3- إجراء بحث عن التطبيقات المناظرة التي تقوم بتقديم معلومات عن المطاعم وخدمة الأغذية والمشروبات للتعرف على الأسباب التي ساعدت على استمرارها وانتشارها .

منهج الدراسة :

أ- اختيار التطبيق على مستوى الشاملة والعينة :

- الشاملة :

جميع التطبيقات المتواجدة على شبكة الإنترنت ومنها التطبيقات الخاصة بمجال الأغذية والمشروبات والخاصة بمجال خدمة المطاعم .

- العينة :

اختيار تطبيق يهتم بالمطاعم بمحافظة الإسكندرية بالمقارنة بتطبيق أكثر استخداماً وشهرة ومتاح للجميع استخدامه .

ب- أسلوب المعاينة :

اعتمد البحث في سحب العينة على أسلوب المعاينة العشوائية التطبيقية حيث تعتمد البحث الحصول على شريحة معينة من مستخدمي تطبيق "أطلب" وأخرى من تطبيق "توصيل"، وقد تم اختيار مفردات العينة موضع الدراسة من مستخدمي التطبيق كالاتي:

- اختيار عينة قوامها 31 من مستخدمي توصيل من أصل عدد مستخدمين 276 .

- اختيار عينة قوامها 200 مستخدم من مستخدمي تطبيق أطلب من أصل عدد مستخدم 5475 على الهاتف المحمول .

ت- أسلوب جمع البيانات :

1- استخدام شبكة الإنترنت للبحث عن التطبيقات المستخدمة لتقديم معلومات عن المطاعم في جمهورية مصر العربية بصفة عامة ومحافظة الإسكندرية بصفة خاصة ، ومن خلال تجميع البيانات من مواقع التواصل الاجتماعي face book, google .

2- تم تصميم استمارة استقصاء لتجميع البيانات من مستخدمي تطبيق الإندرويد على الهاتف المحمول للتعرف على أنواع المطاعم والحصول على المعلومات اللازمة لرواد المطاعم بمختلف أنواعها وتقع استمارة الاستقصاء في 7 محاور

أ- البيانات الديموجرافية للعينة موضع الدراسة متمثلة في المرحلة العمرية والنوع والعمل ومستوى التعليم والحالة الاجتماعية .

- ب- مدى استخدام تطبيق الأندرويد على الهاتف المحمول .
 ج- مدى الاستفادة من استخدام تطبيقات الأندرويد في الحصول على المعلومات عن المطاعم.
 د- تكلفة استخدام الخدمة من وجهة نظر المستخدم .
 هـ- كيفية التعرف على المطاعم والحصول على المعلومات قبل استخدام تطبيق الأندرويد.
 و- الأفضلية في استخدام التطبيق .
 ز- مقترحات استخدام التطبيق .
- ونظراً لاهتمام البحث بالوصول لأكبر عينة من المستخدمين لهذه النوعية من الخدمات تم توجيه استمارة استطلاع رأي لعينة مستخدمين لتطبيق "أطلب".
- هذا تم إجراء استطلاع رأي لمستخدمي تطبيق **أطلب** نظراً لتزايد الأقبال على استخدام التطبيق ونظراً لأنه التطبيق الأكثر انتشاراً والأكثر معرفة لدى مستخدمي التطبيقات الخاصة بالمطاعم في جمهورية مصر العربية .
- أما **تطبيق توصيل** فتم الاكتفاء بالنسبة المئوية للبيانات التي تم الحصول عليها متمثلة في :
 1- الأعمار 2- النوع 3- أنواع الأندرويد 4- الشبكات المستخدمة - 5التقييم للتطبيق .
- الفروض:**
- لا يوجد فروق معنوية بين المتغيرات المستقلة المتمثلة في المرحلة العمرية والنوع والعمل ومستوى التعليم والحالة الاجتماعية وكل محور من محاور استمارة الاستقصاء .
- أسلوب التحليل الإحصائي :**
- أعتمد البحث على الأسلوب الوصفي والتحليلي لتحقيق أهدافه ، تم استخدام برنامج **SPSS** الإحصائي إصدار 16 لتحليل البيانات إحصائياً بحساب كاسمربع كاي لتحليل البيانات الوصفية، كما تم الاعتماد على بعض المعايير الوصفية مثل التكرارات والنسب المئوية واختبار Cross- Tab.
- التطبيقات موضع الدراسة :**
- من خلال عملية البحث التي أجرتها الباحثة على جوجل للتعرف على التطبيقات المستخدمة في مجال خدمة الأغذية والمشروبات والمتمثلة في المطاعم بمختلف أنواعها توصلت إلى أهم التطبيقات المتواجدة والمتمثلة في الآتي :
- أولاً: تطبيق توصيل :**
- تطبيق توصيل مجاني و متاح للتحميل .
 - التطبيق يمكن تحميله من سوق تطبيقات الأندرويد سوق بلاي (Play Store)



- وعن أسماء المطاعم المشتركة في التطبيق عروس دمشق - الفلاح- الطيباوى - مشويات أبو زين - شاورما ريبابلك - كنزى - بيتزا الأمل - موفق - بيرم باشا - أبو عبده السورى - أبو مازن - PICK'N'GO - سيدنا الحسين - DINE'IN - المدهش أبوسعد - جوهرة أبوكمال - الريان الدمشقى - ميتو - أستامبول - الريف الدمشقى - BigO - زوكا - لمامضة - طيباس - أسماك الولا حمو - إكسبريس تشيكن ، إجمالى العدد 26 مطعم .
- ثانياً : تطبيق أطلب :**

وأثناء قيام الباحثة بدراستها وجدت أنه يوجد تطبيقات أخرى بها مجموعة من المطاعم يعرف باسم **أطلب** يختص بالمطاعم على الإنترنت ولديه صفحة على مواقع التواصل الاجتماعي فيسبوك ولكن على مستوى أوسع بالسعودية والبحرين والإمارات ومصر يصل لأكثر من 500 مطعم ومؤخراً على الهاتف المحمول <http://www.otlob.com> ويوجد بعض الانتقادات بشأن التطبيق من حيث تسجيل عناوين المستهلكين لتنفيذ خاصية التوصيل .



- التطبيق موجود و يمكن تحميله من متجر جوجل (play store) .
 - يتميز التطبيق بأنه لا يعرض مطعماً واحداً بعينه بل يتيح الخيارات و البدائل بالمقارنة بين مختلف المطاعم و اختيار أفضل الأطعمة بأفضل الأسعار في أقل وقت ممكن وذلك من خلال أكثر من 500 مطعم و تتاح هذه الخدمة بالمجان - بالإضافة إلى أنه يتم حفظ جميع الطلبات لكل مستهلك للرجوع إليها مرة أخرى - كما يتيح التطبيق الفرصة لإبداء الرأي والمقترحات ويوفر لمستخدميه أكثر من 230 قائمة مأكولات من جميع المطاعم المفضلة للمستهلك ما بين المحافظات منها القاهرة - إسكندرية- المنصورة - الأقصر - طنطا - أسيوط - بورسعيد - الغردقة.

ويسعى هذا التطبيق وفقاً لما يوضحه من رؤية أنه يعمل على توفير المعلومات عن المطاعم في المدينة مع تحديث الأسعار ويساعد المستهلك على تسجيل الطلب دون الحاجة لإجراء مكالمة هاتفية واستلام الطلب في الوقت الذي يحدده في خطوة واحدة . ومدة هذا التطبيق بالنسبة لمصر 15 عاماً .

هذا ويغطي التطبيق خمس دول منها مصر والمملكة العربية السعودية والإمارات العربية المتحدة والبحرين والسودان وامتد مؤخراً إلى بلاد شرق آسيا مشتملاً على الهند وباكستان وبنجلادش و سنغافورة و ماليزيا والفلبين وتايوان و إندونيسيا و هونج كونج بأسم food panda حيث كانت البداية في التسعينات 1999 من القرن الماضي وهو من أقدم بوابات التجارة الإلكترونية في الشرق الأوسط .

يجمع التطبيق بين العديد من المطاعم المصرية بالإضافة إلى الأسعار وصور الطعام لكي يسهل الاختيار . الموقع يتميز بسهولة الاستخدام ومتوفر على مدار اليوم لخدمتك و بدون الحاجة إلى إدخال رقم فيزا , الدفع عند الاستلام . أيضاً من خلال الموقع يمكنك التواصل مع فريق كامل من خدمة العملاء الذين يرحبون باستقبال أي تساؤلات وتقديم المساعدة على مدار اليوم. التسجيل فقط في خطوة واحدة بعدها سيتواصل فريق عمل "أطلب" لتأكيد الطلبية أو للإعلام عن أي مستجدات .

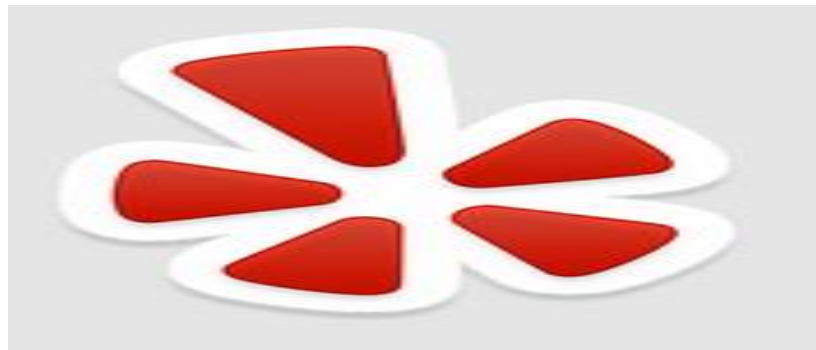
ثالثاً: تطبيق منيو:

كما وجدت الباحثة أيضاً تطبيقاً يسمى بمنيو <http://www.menuegypt.com> مماثل للتطبيق السابق ويوجد على الإنترنت وعلى الهاتف المحمول ودائرته تمتد إلى 33 محافظة على مستوى جمهورية مصر العربية ولا يتم تسجيل الطلب على الإنترنت ولكن يتم الحصول على المعلومة الخاصة ببيانات المطعم والمنيو التي يوفرها المطعم .

رابعاً : تطبيق إنجزلي :

وحدثاً ظهر تطبيق إنجزلي ويهتم بالمطاعم في محافظة القاهرة وإسكندرية .

خامساً :تطبيق Yelp App

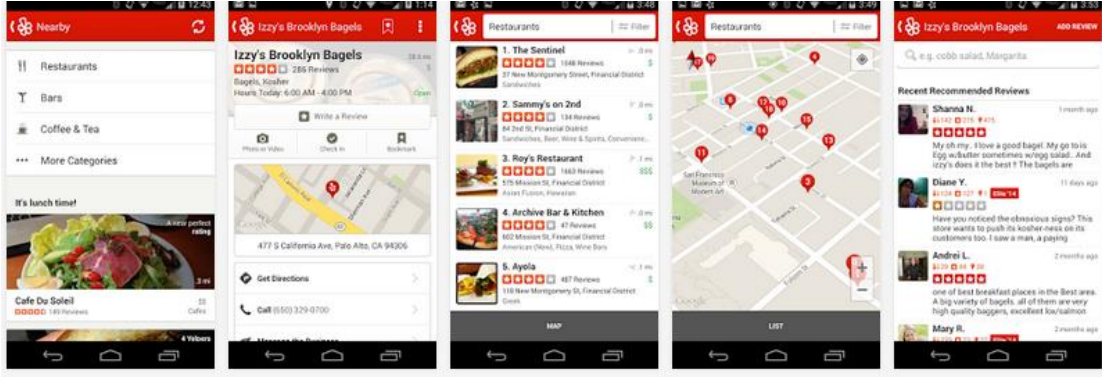


يصل عدد مستخدمي التطبيق

إلى أكثر من 100 مليون مستخدم وهو يستخدم كدليل للوصول إلى المطاعم والكافيهات والكافيتريات وأماكن ممارسة الرياضة كما يستخدمه رجال الأعمال لإدارة أعمالهم حيث يغطي القارة الأوروبية والآسيوية والأمريكيتين وأستراليا.

تطبيقات الإندرويد للدعاية والترويج لبعض المطاعم بمحافظة الإسكندرية

- من خلال التطبيق يمكن اكتشاف أفضل الأماكن لإدارة العمل وعمل الصفقات التجارية لرجال الأعمال.
- التعرف على أماكن المتاجر و المطاعم والخدمات .
- يستفاد به في عملية البحث لأقرب مسافة وأفضل سعر والأماكن المتاحة في وقت البحث.
- التعرف على آراء الملايين نحو الخدمة المقدمة .
- الحصول على أفضل العروض المقدمة للخدمة المطلوبة .
- الحصول على أرقام التليفونات والعناوين كما يمكن الحجز مباشرة من الموقع .
- يمكن كتابة التعليق والرأى فى الخدمة المقدمة ورأيك في المعرفة التي يقدمها الموقع وتحميل صور عليه .

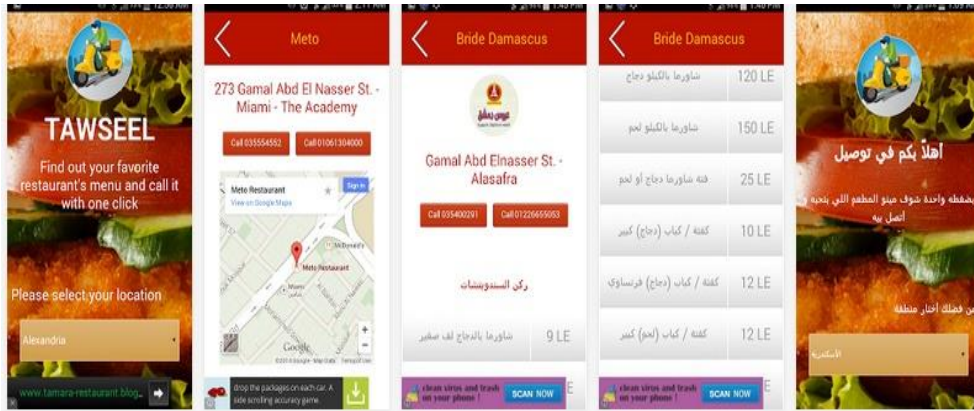


المقارنة بين تطبيق "أطلب" وتطبيق "توصيل":

هذا وقد اكتفى بالبيانات الخاصة بتطبيق توصيل من حيث الإحصائيات المتعلقة بالاستخدام من حيث نوع الأجهزة المستخدمة للتطبيق وشبكات تليفون المحمول ومعرفة مستخدمي التطبيق من حيث النوع والفئة العمرية ومستوى تقييم عينة مستخدمي التطبيق .

أولاً : تطبيق "توصيل" :

تطبيق توصيل يتيح اختيار المطاعم القريبة من المسكن و بعد ذلك يظهر مكان المطعم على الخريطة و بياناته و يظهر أيضا قائمة بأصناف و أسعار مختلف الأطعمة .



صورة التطبيق في حلقة الثلاثاء بتاريخ 2014-9-30 ببرنامج عز الشباب على قناة روتانا مصرية



- يتيح التطبيق بعد رؤية القائمة بأن تضغط على زر وتقوم بالاتصال بالمطعم لتطلب ما تريد.
- يتميز التطبيق بأنه لا يعرض مطعماً واحداً بعينه بل يتيح الخيارات والبدائل بالمقارنة بين مختلف المطاعم واختيار أفضل الأطعمة بأرخص الأسعار.
- تطبيق "توصيل" يتميز بإمكانية التواصل المباشر مع المطاعم بالمكالمات التليفونية و من حيث المستخدمين:
 - عدد مستخدمي التطبيق 276 على الهاتف المحمول فقط .
 - 31 المقيمين للتطبيق .

ثانيا : تطبيق أطلب :

- يتم الاستفادة من التطبيق من خلال الطلب المباشر عبر الإنترنت دون أي فرصة لطرح استفسارات للمطعم أو التواصل مباشرة معه إلا عن طريق صفحة أطلب على الإنترنت من خلال وسيلة تقديم الشكوى أون لاین وصفحة الفيس بوك.

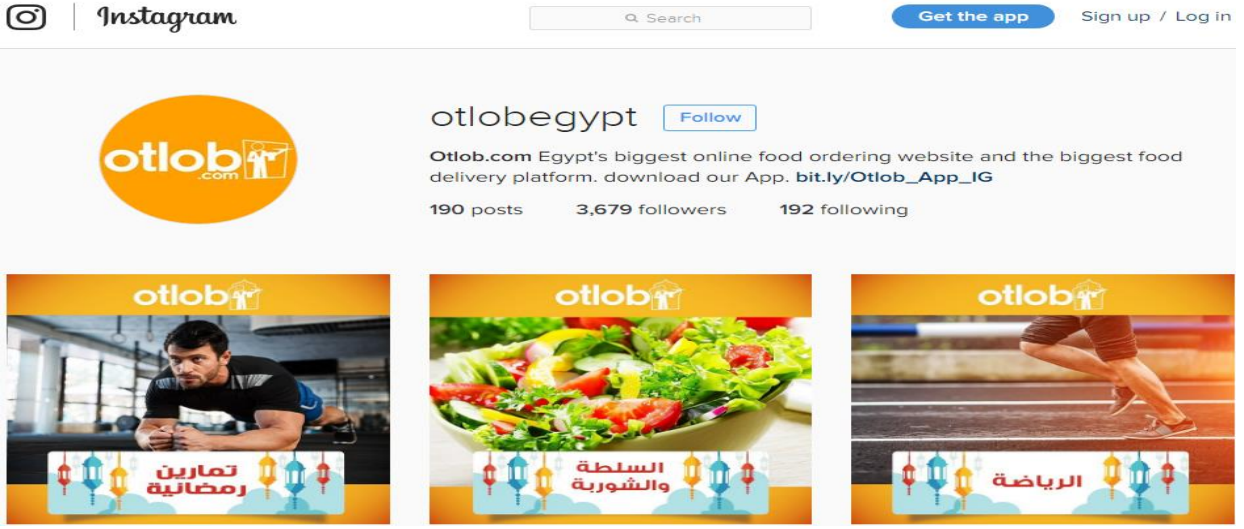


- التطبيق على الموبايل عدد المستخدمين 5457



- عدد المتواجدين والمستخدمين لتطبيق أطلب على تويتر 8443

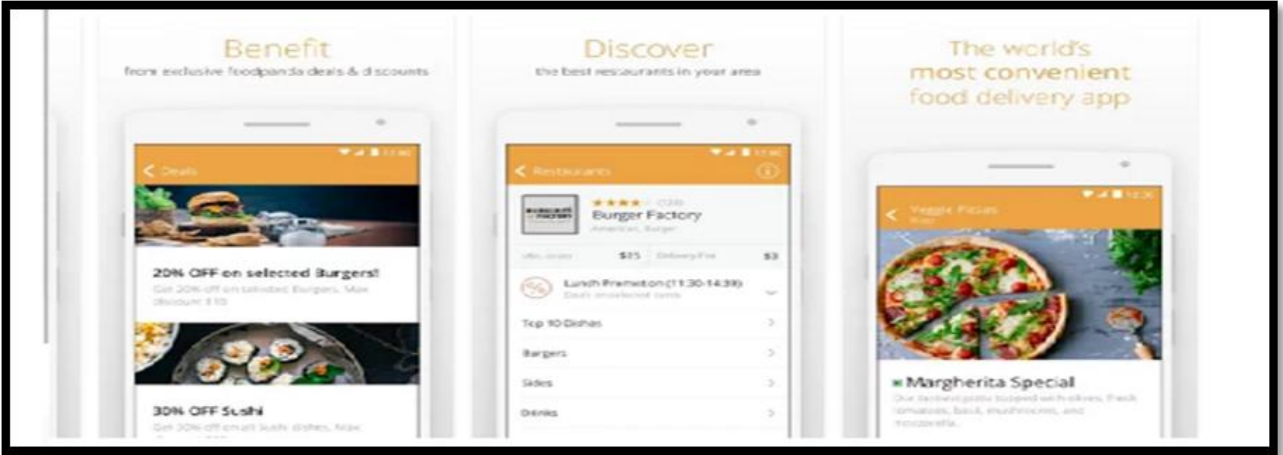
تطبيقات الإندرويد للدعاية والترويج لبعض المطاعم بمحافظة الإسكندرية



- التطبيق على Instagram عدد المتابعين 3679

- التطبيق موجود له صفحة فيس وموجود على تويتر وعلى <http://magazine.otlob.com>

- لتشجيع المستخدم لتحميل التطبيق يتم وصفه بأنه الطريقة الأسرع لطلب الطعام أثناء الانتقال.

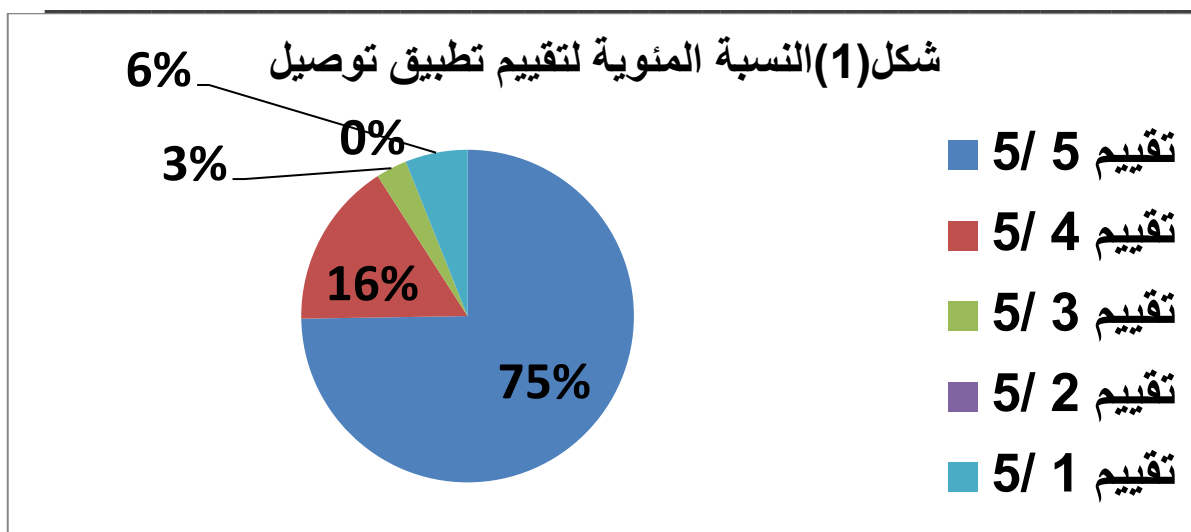


عدد تسجيلات الإعجاب لصفحة أطلب على الفيس بوك 462.968 .

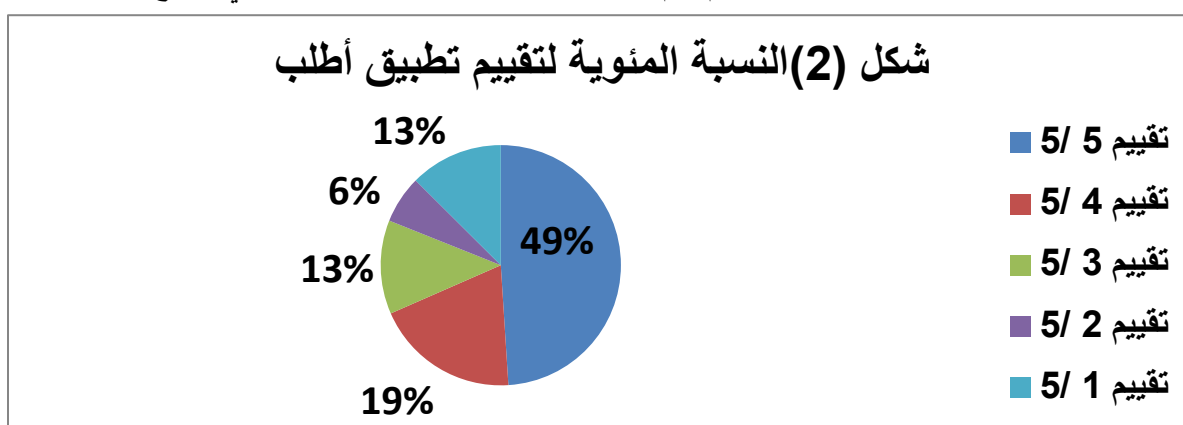
المقارنة من حيث التقييم :

حاز تطبيق توصيل على التقييم 5 من 5 كأعلى تقييم بقيمة 74% من إجمالي عدد 31 مقيماً من

المقيمين للتطبيق ليصبح التقييم العام للتطبيق 4.52 من 5 .



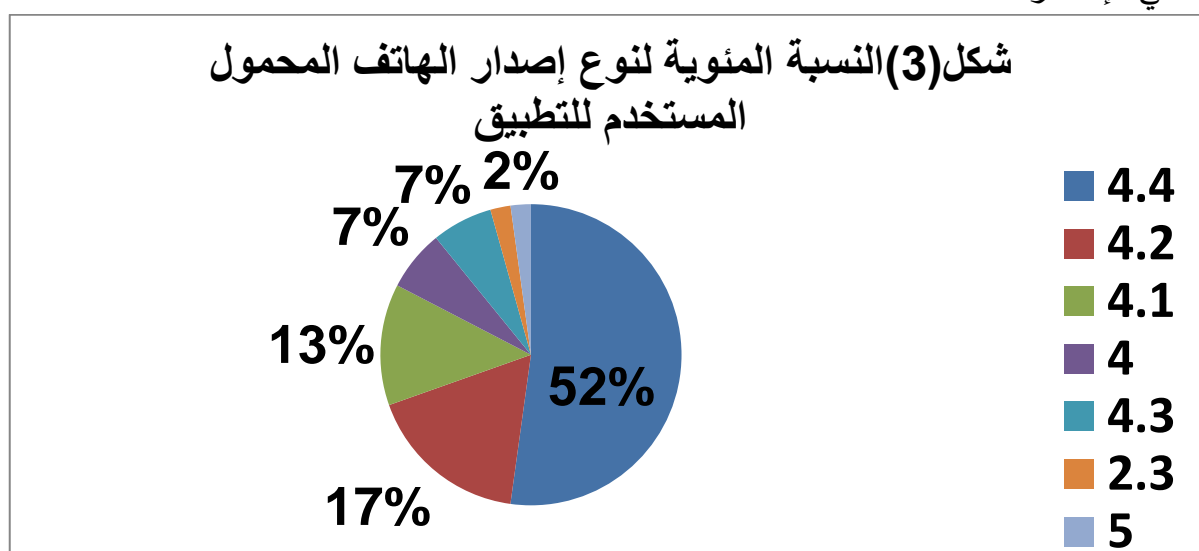
بينما حصل تطبيق "أطلب" على تقييم عام 3.9 لعدد 2465 من المقيمين لمستخدمي الموقع



إحصائيات تطبيق "توصيل" :

1- استخدام تطبيق "توصيل" وفقاً لنوع إصدار الهاتف المحمول :

من الملاحظ أن أعلى إصدار أندرويد 4.4 هو الذي تم استخدام التطبيق بالرغم من الفروق البسيطة في الإصدارات.



مستخدمو تطبيق توصيل وفقاً للنوع:

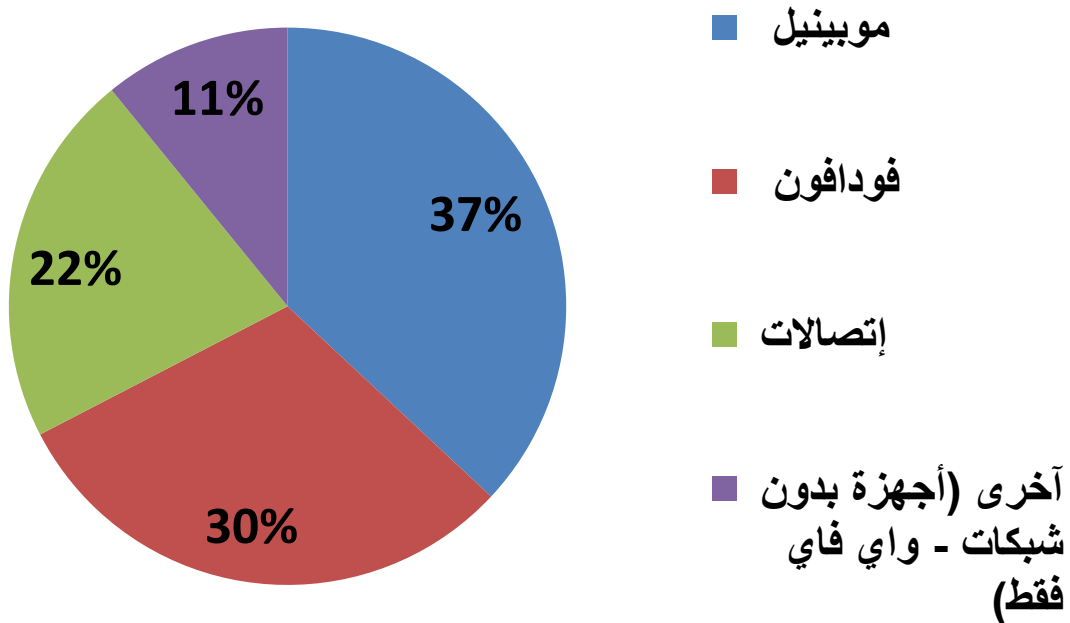
الذكور هي الفئة الأكثر استخداماً لتطبيق "توصيل".

شكل (4) النسبة المئوية وفقاً للنوع



أنواع شركات التليفون المحمول التي تم استخدام التطبيق من خلالها :
التليفونات التي تم استخدام التطبيق من خلالها أكثرها يعمل بشبكة موبينيل بفرق بسيط عن باقي الشبكات.

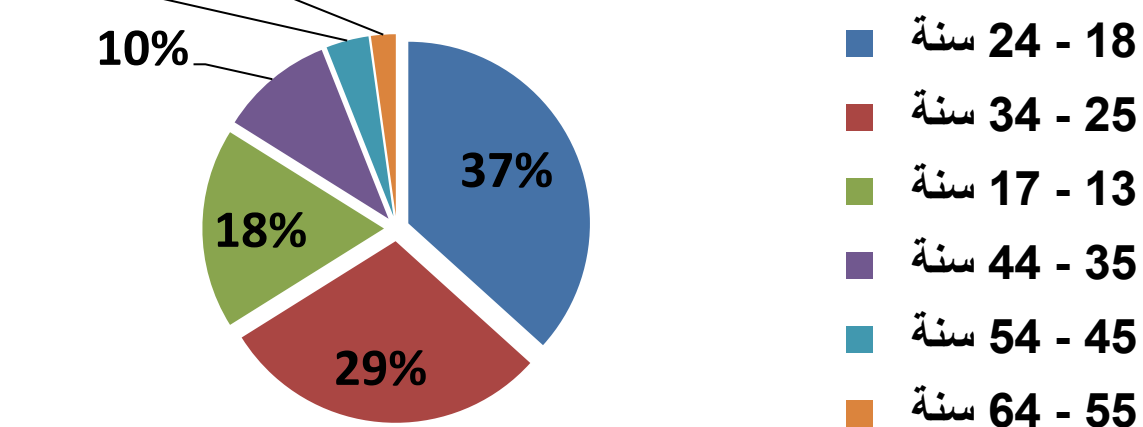
شكل (5) النسبة المئوية لاستخدام تطبيق توصيل من خلال شبكات التليفون المحمول



مستخدمو التطبيق وفقاً للمرحلة العمرية:

الفئة العمرية من 18-24 سنة حازت على أعلى نسبة في استخدامها لتطبيق "توصيل".

شكل (6) النسبة المئوية لأعمار المستخدمين



نتائج استمارة الاستقصاء لتطبيق "أطلب":

البيانات الديموجرافية:

من الجدول (1) لوصف العينة موضع الدراسة:

- 1- النوع: الذكور نسبتهم 59% و الإناث 41%.
- 2- العمل: نسبة الذين يعملون 54% أعلى من نسبة الذين لا يعملون 46%.
- 3- الحالة الاجتماعية: نسبة غير المتزوجين 47% أعلى من المتزوجين 26%.

جدول (1) وصف العينة

الإجمالي لكل من النوع والعمل والحالة الاجتماعية على حدى	الحالة الاجتماعية		العمل		النوع		الحصر
	متزوج	أعزب	لايعمل	يعمل	مذكر	مؤنث	التصنيف
100	26	47	46	54	59	41	العدد
100	26	47	46	54	59	41	%

4- من جدول (2) وصف العينة وفقاً للمستوى التعليمي:

مستوى التعليم لدى أفراد العينة ينقسم لثلاث فئات، التعليم المتوسط نسبتته 11% التعليم فوق المتوسط 48% التعليم العالي 41%.

جدول (2) مستوى التعليم

الإجمالي	التعليم			الحصر
	عالي	فوق متوسط	متوسط	عدد
100	41	48	11	عدد
100	41	48	11	%

5- من جدول (3) وصف العينة وفقاً للمرحلة العمرية:

تنقسم لخمس فئات، أقل من 20 عاماً نسبتهم 11% من 21-30 عاماً 48% من 31-40 نسبتهم 41% من 41-50 نسبتهم 13% من 51 وأكثر نسبتهم 1%.

جدول (3) المرحلة العمرية

الإجمالي	العمر					الحصر
	أكثر من 51	من 41-50	من 31-40	من 21-30	أقل من 20	عدد
100	1	13	41	48	11	عدد
100	1	13	41	48	11	%

أولاً: استخدام التطبيق:

يتضح من نتائج التحليل الإحصائي باستخدام مربع كاي وجود علاقة معنوية بين استخدام هاتف محمول يحتوى على تطبيق الأندرويد والمرحلة العمرية، حيث أن قيمة مربع كاي * 11.33 معنوية عند 0.05 (df=4) حيث يزداد استخدام الشباب لهذا التطبيق في المراحل العمرية أقل من 20، ما بين 21-30 سنة، وما بين 31-40 سنة بنسبة 27%، 24%، 19% على التوالي جدول (4).

ءءول (4)العلاقة بين اسءءءام هاءف مءمول ىءءوى على ءءببق الإءءروءء والمرءلة العمرية

الإءمالي	ءءببق		اسءءءام ءءببق	
	ىسءءءم ءءببق	لاىسءءم ءءببق	المرءلة العمرية	
32	27	5	ءءء	أقل من 20
32.0	27.0	5.0	%	
31	24	7	ءءء	من 21-30
31.0	24.0	7.0	%	
23	19	4	ءءء	من 31-40
23.0	19.0	4.0	%	
13	6	7	ءءء	من 41-50
13.0	6.0	7.0	%	
1	0	1	ءءء	أءر من 51
1.0	.0	1.0	%	
100	76	24	ءءء	الإءمالي
100.0	76.0	24.0	%	

بينما لا ىوءء علاقة معنوية بين اسءءءام هاءف مءمول ىءءوى على ءءببق الإءءروءء وءل من النوع والءمل والءءلم وىءءء ذلك كما ىلى:

النوع : الذكور أعلى اسءءءاما للءءببق من الإناء بنسبة %45، %31على ءءالى ءءول (5).

$$d.f=1 \quad \chi^2=0.006 \text{ n. s}$$

جدول (5) العلاقة بين استخدام هاتف محمول يحتوى على تطبيق الأندرويد والنوع

الإجمالي	التطبيق		النوع
	يستخدم التطبيق	لايستخدم التطبيق	
41	31	10	النوع أنثى عدد
41.0	31.0	10.0	%
59	45	14	نكر عدد
59.0	45.0	14.0	%
100	76	24	الإجمالي عدد
100.0	76.0	24.0	%

العمل : العاملون أقل استخداماً للتطبيق من الذين لا يعملون بنسبة 37%، 39% على التوالي جدول (6).

$$d.f=1 \quad \chi^2=3.6n.s$$

جدول (6) العلاقة بين استخدام هاتف محمول يحتوي على تطبيق الأندرويد والعمل

الإجمالي	التطبيق		العمل
	يستخدم التطبيق	لايستخدم التطبيق	
46	39	7	العمل لايعمل عدد
46.0	39.0	7.0	%
54	37	17	يعمل عدد
54.0	37.0	17.0	%
100	76	24	الإجمالي عدد
100.0	76.0	24.0	%

التعليم : فوق المتوسط أكثر استعمالاً للتطبيق من التعليم العالي والمتوسط بنسبة 10%، 14%، 0% على التوالي جدول (7).

$$d.f=2 \quad \chi^2=4.18 n. s$$

جدول (7) العلاقة بين استخدام هاتف محمول يحتوي على تطبيق الإندرويد ومستوى التعليم

الإجمالي	التطبيق		استخدام التطبيق	مستوى التعليم
	يستخدم التطبيق	لايستخدم التطبيق		
11	11	0	عدد	متوسط
11.0	11.0	.0	%	
48	34	14	عدد	فوق متوسط
48.0	34.0	14.0	%	
41	31	10	عدد	عالي
41.0	31.0	10.0	%	
100	76	24	عدد	الإجمالي
100.0	76.0	24.0	%	

ثانياً: مستوى الاستفادة باستخدام تطبيقات الإندرويد:

يتضح من نتائج التحليل الإحصائي باستخدام مربع كاي أن العلاقة بين مستوى الاستفادة باستخدام تطبيقات الإندرويد والمرحلة العمرية معنوية ، حيث أن قيمة مربع كاي 20.99^{**} شديدة المعنوية عند 0.01 ($df=8$) حيث أن الشباب هم أكثر استفادة بالتطبيق متمثلة في الفئة العمرية الأقل من 20 سنة بنسبة 16% وتقل عنها الفئة العمرية ما بين 21-30 سنة بنسبة 8% بينما تزيد في مستوى الاستفادة المتوسطة بنسبة 18% جدول (8).

$$d.f=8 \quad \chi^2=20.99^{**}s0.01$$

جدول (8) العلاقة بين مستوى الاستفادة باستخدام تطبيقات الإندرويد والمرحلة العمرية

الإجمالي	الاستفادة			مستوى الاستفادة	المرحلة العمرية
	يستفيد من التطبيق	استفادة متوسطة	أقل استفادة		
32	16	14	2	عدد	أقل من 20
32.0	16.0	14.0	2.0	%	
31	8	18	5	عدد	من 21-30
31.0	8.0	18.0	5.0	%	
23	4	10	9	عدد	من 31-40
23.0	4.0	10.0	9.0	%	
13	0	9	4	عدد	من 41-50
13.0	.0	9.0	4.0	%	
1	0	1	0	عدد	51 من أكثر
1.0	.0	1.0	.0	%	
100	28	52	20	عدد	الإجمالي
100.0	28.0	52.0	20.0	%	

كما يوجد علاقة معنوية مع مستوى التعليم بقيمة * 12.789 عند 0.05 (df=4) حيث أن فئة التعليم فوق المتوسط أكثرهم استفادة بنسبة 11% وبنسبة 26% للاستفادة المتوسطة جدول (9).

$$d.f=4 \quad \chi^2=12.789 * s0.05$$

جدول(9)العلاقة بين مستوى الاستفادة باستخدام تطبيقات الإندرويد ومستوى التعليم

الإجمالي	الاستفادة			مستوى الاستفادة
	يستفيد من التطبيق	استفادة متوسطة	أقل استفادة	مستوى التعليم
11	8	3	0	متوسط عدد
11.0	8.0	3.0	.0	%
48	11	26	11	فوق متوسط عدد
48.0	11.0	26.0	11.0	%
41	9	23	9	عالي عدد
41.0	9.0	23.0	9.0	%
100	28	52	20	الإجمالي عدد
100.0	28.0	52.0	20.0	%

لا يوجد علاقة معنوية بين مستوى الاستفادة وكل من النوع والعمل والحالة الاجتماعية ويتضح ذلك من: النوع: الذكور هم أكثر استفادة من التطبيق عن الإناث بنسبة 18%، 10% على التوالي وكذلك على مستوى الاستفادة المتوسطة بنسبة 31%، 21% على التوالي جدول (10).

$$d.f=2 \quad \chi^2=1.00 \text{ n.s}$$

جدول (10)العلاقة بين مستوى الاستفادة باستخدام تطبيقات الإندرويد والنوع

الإجمالي	الاستفادة			مستوى الاستفادة
	يستفيد من التطبيق	استفادة متوسطة	أقل استفادة	النوع
41	10	21	10	أنثى عدد
41.0	10.0	21.0	10.0	% النوع
59	18	31	10	ذكر عدد
59.0	18.0	31.0	10.0	%
100	28	52	20	الإجمالي عدد
100.0	28.0	52.0	20.0	%

العمل: الذين لا يعملون هم أكثر استفادة من التطبيق عن العاملين بنسبة 17% ، 11% على التوالي . بينما تزيد نسبة الاستفادة المتوسطة بين العاملين عن غير العاملين بنسبة 29% ، 23% على التوالي جدول (11) .
d.f=2 $\chi^2=4.567$ n.s

جدول(11)العلاقة بين مستوى الاستفادة باستخدام تطبيقات الإندرويد والعمل

الإجمالي	الاستفادة			مستوى الاستفادة	العمل
	يستفيد من التطبيق	استفادة متوسطة	أقل استفادة		
46	17	23	6	عدد	لايعمل
46.0	17.0	23.0	6.0	%	
54	11	29	14	عدد	يعمل
54.0	11.0	29.0	14.0	%	
100	28	52	20	عدد	الإجمالي
100.0	28.0	52.0	20.0	%	

الحالة الاجتماعية: غير المتزوجون هم أكثر استفادة من استخدام التطبيق بنسبة 22% عن المتزوجون بنسبة 6% وكذلك بالنسبة للاستفادة المتوسطة بنسبة 38% و 14% على التوالي .

d.f=2 $\chi^2=0.493$ n.s

جدول (12)العلاقة بين مستوى الاستفادة باستخدام تطبيقات الإندرويد والحالة الاجتماعية

الإجمالي	الاستفادة			مستوى الاستفادة	الحالة الاجتماعية
	يستفيد من التطبيق	إستفادة متوسطة	أقل استفادة		
74	22	38	14	عدد	الحالة الاجتماعية أعزب
74.0	22.0	38.0	14.0	%	
26	6	14	6	عدد	متزوج
26.0	6.0	14.0	6.0	%	
100	28	52	20	عدد	الإجمالي
100.0	28.0	52.0	20.0	%	

ثالثاً: تكلفة استخدام الخدمة :

يتضح من نتائج التحليل الإحصائي باستخدام مربع كاي أن العلاقة بين مستوى تكلفة استخدام تطبيقات الإندرويد والمرحلة العمرية معنوية ، حيث أن قيمة مربع كاي 25.2^{**} شديدة المعنوية عند 0.01 (df=12) حيث أن الشباب أتفقوا على أن خدمة التطبيق مكلفة متمثلة في الفئة العمرية من 21 سنة بنسبة 18% وتقل عنها الفئة العمرية أقل من 20 سنة بنسبة 7% جدول(13) .

جدول (13) العلاقة بين تكلفة استخدام الخدمة والمرحلة العمرية

الإجمالي	التكلفة				المرحلة العمرية
	جميع الإجابات	استخدام هاتف به تطبيق الإندرويد مكلف	استخدام الإنترنت مكلف	دعايا مدفوعة على حسابى	
32	7	11	6	8	العمر أقل من 20 عدد
32.0	7.0	11.0	6.0	8.0	%
31	18	4	5	4	من 21-30 عدد
31.0	18.0	4.0	5.0	4.0	%
23	7	4	1	11	من 31-40 عدد
23.0	7.0	4.0	1.0	11.0	%
13	2	2	3	6	من 41-50 عدد
13.0	2.0	2.0	3.0	6.0	%
1	0	1	0	0	أكثر من 51 عدد
1.0	.0	1.0	.0	.0	%
100	34	22	15	29	الإجمالي عدد
100.0	34.0	22.0	15.0	29.0	%

ومعنوية مع مستوى التعليم بقيمة * 16.74 عند 0.01 (df=4) حيث أن فئة التعليم العالي اتفقت آراؤهم على أن

الخدمة تعتبر مكلفة لمستخدميها لجميع آراء عينة البحث سواء أكانت كدعاية مدفوعة على حسابه كمستخدم أم خدمة الإنترنت مكلفة أم الهاتف الموجود به تطبيق الإندرويد اقتناؤه يعتبر مكلفاً بنسبة 19% ويقل عنهم التعليم فوق المتوسط بنسبة 13% جدول (14).

جدول (14) العلاقة بين تكلفة استخدام الخدمة ومستوى التعليم

الإجمالي	التكلفة			تكلفة الخدمة	مستوى التعليم
	جميع الإجابات	استخدام هاتف به تطبيق الإندرويد مكلف	استخدام الإنترنت مكلف		
11	2	7	0	2	متوسط عدد
11.0	2.0	7.0	.0	2.0	%
48	13	10	9	16	فوق متوسط عدد
48.0	13.0	10.0	9.0	16.0	%
41	19	5	6	11	عالي عدد
41.0	19.0	5.0	6.0	11.0	%
100	34	22	15	29	الإجمالي عدد
100.0	34.0	22.0	15.0	29.0	%

لا يوجد علاقة معنوية بين مستوى الاستفادة وكل من النوع والعمل والحالة الاجتماعية جدول (15، 16، 17).
النوع: الذكور اتفقت آراءهم على أن الخدمة تعتبر مكلفة لمستخدمها لجميع آراء عينة البحث سواء أكانت كدعاية مدفوعة على حسابه أم خدمة الإنترنت مكلفة أم الهاتف الموجود به تطبيق الإندرويد يقتناؤه يعتبر مكلفا بنسبة 20% ويقل عنهم الإناث بنسبة 14% جدول (15).

$$d.f=3 \quad \chi^2=2.94 \text{ n. s}$$

جدول (15) العلاقة بين تكلفة استخدام الخدمة والنوع

الإجمالي	التكلفة			تكلفة الخدمة	النوع
	جميع الإجابات	استخدام هاتف به تطبيق الإندرويد مكلف	استخدام الإنترنت مكلف		
41	14	8	9	10	أنثى عدد
41.0	14.0	8.0	9.0	10.0	%
59	20	14	6	19	ذكر عدد
59.0	20.0	14.0	6.0	19.0	%
100	34	22	15	29	الإجمالي عدد
100.0	34.0	22.0	15.0	29.0	%

العمل: وأيضا الذين يعملون اتفقت آراءهم على أن الخدمة تعتبر مكلفة عن غير العاملين بنسبة 19% ، 15% على التوالي جدول (16).

$$d.f=3 \quad \chi^2=3.88 \text{ n. s}$$

تطبيقات الإندرويد للدعاية والترويج لبعض المطاعم بمحافظة الإسكندرية

جدول (16) العلاقة بين تكلفة استخدام الخدمة والعمل

الإجمالي	التكلفة				تكلفة الخدمة
	جميع الإجابات	استخدام هاتف به تطبيق الإندرويد مكلف	استخدام الإنترنت مكلف	دعايا مدفوعة على حسابي	
46	15	13	4	14	لايعمل عدد
46.0	15.0	13.0	4.0	14.0	%
54	19	9	11	15	يعمل عدد
54.0	19.0	9.0	11.0	15.0	%
100	34	22	15	29	الإجمالي عدد
100.0	34.0	22.0	15.0	29.0	%

الحالة الاجتماعية: وكذلك غير المتزوجين اتفقت آراؤهم على أن الخدمة تعتبر مكلفة عن المتزوجين بنسبة 26%، 8% على التوالي جدول (17).

$$d.f=3 \quad \chi^2=0.789 \quad n.s$$

جدول (17) العلاقة بين تكلفة استخدام الخدمة والحالة الاجتماعية

الإجمالي	التكلفة				تكلفة الاستخدام
	جميع الإجابات	استخدام هاتف به تطبيق الإندرويد مكلف	استخدام الإنترنت مكلف	دعايا مدفوعة على حسابي	
74	26	16	12	20	أعزب عدد
74.0	26.0	16.0	12.0	20.0	%
26	8	6	3	9	متزوج عدد
26.0	8.0	6.0	3.0	9.0	%
100	34	22	15	29	الإجمالي عدد
100.0	34.0	22.0	15.0	29.0	%

رابعاً: كيفية الحصول على المعلومات :

يتضح من نتائج التحليل الإحصائي باستخدام مربع كاي أن العلاقة بين كيفية الحصول على معلومات عن المطاعم قبل استخدام تطبيقات الإندرويد والمرحلة العمرية معنوية حيث أن قيمة مربع كاي 71.046^{**} شديدة المعنوية عند 0.01 (df=12) حيث أن أغلبية الشباب اتفقت آراؤهم على استخدام البحث على الإنترنت والدعاية الموزعة كمصدر للحصول على المعلومة في الفئة العمرية أقل من 20 سنة بنسبة 29%، 3% على التوالي، ونقل عنها الفئة العمرية من 21 سنة - 30 سنة بنسبة 19% في استخدام الإنترنت، بينما تزيد بنسبة 9% في استخدام الدعاية الموزعة بمندوبي الدعاية جدول (18).

جدول (18) العلاقة بين كيفية الحصول على المعلومات قبل استخدام التطبيق والمرحلة العمرية

الإجمالي	المعلومة				الحصول على المعلومة	
	جميع الإجابات	مندوبى الدعايا	الإنترنت	إعلانات الجرائد	المرحلة العمرية	
32	0	3	29	0	أقل من 20	عدد
32.0	.0	3.0	29.0	.0		%
31	3	9	19	0	من 21-30	عدد
31.0	3.0	9.0	19.0	.0		%
23	6	7	9	1	من 31-40	عدد
23.0	6.0	7.0	9.0	1.0		%
13	0	6	1	6	من 41-50	عدد
13.0	.0	6.0	1.0	6.0		%
1	0	0	0	1	أكثر من 51	عدد
1.0	.0	.0	.0	1.0		%
100	9	25	58	8	الإجمالي	عدد
100.0	9.0	25.0	58.0	8.0		%

وأيضا يوجد علاقة شديدة المعنوية مع الحالة الاجتماعية بقيمة * 16.026 عند 0.01 (df=3) حيث إن غير المتزوجين هم أكثر استخداما لتقنية الإنترنت للحصول على المعلومة بنسبة 50% بينما المتزوجون بنسبة 8% وتقل عنها نسبة الدعاية الموزعة والجرائد وذلك للفئتين، المتزوجين وغير المتزوجين.

جدول (19) العلاقة بين كيفية الحصول على المعلومات قبل استخدام التطبيق والحالة الاجتماعية

الإجمالي	المعلومة				الحصول على المعلومة	
	كل الإجابات	مندوبى الدعايا	الإنترنت	إعلانات الجرائد	الحالة الاجتماعية	
74	6	16	50	2	أعزب	عدد
74.0	6.0	16.0	50.0	2.0		%
26	3	9	8	6	متزوج	عدد
26.0	3.0	9.0	8.0	6.0		%
100	9	25	58	8	الإجمالي	عدد
100.0	9.0	25.0	58.0	8.0		%

تطبيقات الإندرويد للدعاية والترويج لبعض المطاعم بمحافظة الإسكندرية

ومعنوية مع العمل بقيمة *9.4 عند 0.05 (df=3) حيث أن الذين يعملون هم الفئة الأكثر استخداماً للدعاية الموزعة وإعلانات الجرائد بنسبة 14%، 8% أكثر من الفئة غير العاملة الأكثر استخداماً للإنترنت بنسبة 32% (جدول 20).

جدول(20)العلاقة بين كيفية الحصول على المعلومات قبل استخدام التطبيق والعمل

الإجمالي	المعلومة				الحصول على المعلومة
	جميع الإجابات	مندوبى الدعايا	الإنترنت	إعلانات الجرائد	
46	3	11	32	0	عدد
46.0	3.0	11.0	32.0	.0	% لايعمل
54	6	14	26	8	عدد
54.0	6.0	14.0	26.0	8.0	% يعمل
100	9	25	58	8	عدد
100.0	9.0	25.0	58.0	8.0	% الإجمالي

لايوجد علاقة معنوية بين كيفية الحصول على معلومات عن المطاعم قبل استخدام تطبيقات الإندرويد وكل من النوع ومستوى التعليم ويتضح ذلك من الآتي جدول(21 ، 22).

النوع: الذكور أكثر استخداماً للإنترنت عن استخدام الدعاية الموزعة والجرائد بنسبة 36%، 14%، 4% على التوالي وعن الإناث بنسبة 36%، 22% على التوالي جدول (21).

$$d.f=3 \quad \chi^2=0.631 \quad n.s$$

جدول(21)العلاقة بين كيفية الحصول على المعلومات قبل استخدام التطبيق والنوع

الإجمالي	المعلومة				الحصول على المعلومة
	جميع الإجابات	مندوبى الدعايا	الإنترنت	الجرائد إعلانات	
41	4	11	22	4	عدد أنثى
41.0	4.0	11.0	22.0	4.0	%
59	5	14	36	4	عدد ذكر
59.0	5.0	14.0	36.0	4.0	%
100	9	25	58	8	عدد الإجمالي
100.0	9.0	25.0	58.0	8.0	%

مستوى التعليم: كذلك أصحاب المؤهل فوق المتوسط هم أكثر فئة استخداماً للإنترنت ثم المؤهل العالي ثم المتوسط بنسبة 30%، 20%، 8% على التوالي، وذلك عن استخدام الدعاية الموزعة والاطلاع على الإعلانات بالجرائد جدول (22).

$$d.f=6 \quad \chi^2=0.706 \quad n.s$$

جدول (22) العلاقة بين كيفية الحصول على المعلومات قبل استخدام التطبيق ومستوى التعليم

الإجمالي	المعلومة				الحصول على المعلومة	
	جميع الإجابات	مندوبى الدعاية	الإنترنت	إعلانات الجرائد	مستوى التعليم	
11	1	2	8	0	متوسط	عدد
11.0	1.0	2.0	8.0	.0	%	
48	4	11	30	3	فوق متوسط	عدد
48.0	4.0	11.0	30.0	3.0	%	
41	4	12	20	5	عالي	عدد
41.0	4.0	12.0	20.0	5.0	%	
100	9	25	58	8	الإجمالي	عدد
100.0	9.0	25.0	58.0	8.0	%	

خامساً:أفضلية الاستخدام :

يتضح من نتائج التحليل الإحصائي باستخدام مربع كاي أن العلاقة بين أفضلية استخدام تطبيقات الأندرويد والمرحلة العمرية معنوية حيث أن قيمة مربع كاي 18.973^{**} شديدة المعنوية عند 0.01 ($df=4$) حيث أن أغلبية الشباب اتفقت آراؤهم على استخدام تطبيقات الأندرويد كمصدر للحصول على المعلومة في الفئة العمرية أقل من 20 سنة بنسبة 28% وتقل عنها الفئة العمرية من 21-30 سنة بنسبة 19%، بينما تزيد نسبة الذين لا يفضلون استخدام التطبيق في الفئة العمرية الأكبر بدءاً من سن 31-40 ، ومن سن 41-50 بنسبة 13%، 9% على التوالي ومعنوية مع العمل بقيمة 5.97^* عند 0.05 ($df = 1$) حيث أن الذين يعملون هم الفئة الأكثر تفضيلاً بنسبة 34%، أكثر من الفئة غير العاملة التي تساوى لديها تفضيل استخدام التطبيق وعدم التفضيل بنسبة 28% جدول (23).

تطبيقات الإندرويد للدعاية والترويج لبعض المطاعم بمحافظة الإسكندرية

جدول (23) العلاقة بين الأفضلية في استخدام التطبيق والمرحلة العمرية

الإجمالي	الاستخدام		أفضلية الاستخدام	المرحلة العمرية
	أفضل استخدام التطبيق	الوسائل التقليدية		
32	28	4	عدد أقل من 20	المرحلة العمرية
32.0	28.0	4.0	%	
31	19	12	عدد من 21-30	
31.0	19.0	12.0	%	
23	10	13	عدد من 31-40	
23.0	10.0	13.0	%	
13	4	9	عدد من 41-50	
13.0	4.0	9.0	%	
1	0	1	عدد أكثر من 51	
1.0	.0	1.0	%	
100	61	39	عدد الإجمالي	
100.0	61.0	39.0	%	

وكذلك معنوية مع مستوى التعليم بقيمة * 8.1 عند 0.05 (df=2) حيث أن فئة التعليم فوق المتوسط أكثرهم تفضيلاً ثم المؤهل العالي ثم المؤهل المتوسط بنسبة 28%، 22%، 11% على التوالي جدول (24).

جدول(24)العلاقة بين الأفضلية في استخدام التطبيق ومستوى التعليم

الإجمالي	الاستخدام		أفضلية الاستخدام	مستوى التعليم
	أفضل استخدام التطبيق	الوسائل التقليدية		
11	11	0	متوسط عدد	مستوى التعليم
11.0	11.0	.0	%	
48	28	20	فوق متوسط عدد	مستوى التعليم
48.0	28.0	20.0	%	
41	22	19	عالي عدد	مستوى التعليم
41.0	22.0	19.0	%	
100	61	39	عدد	الإجمالي
100.0	61.0	39.0	%	

لا يوجد علاقة معنوية بين تفضيل استخدام تطبيقات الأندرويد للحصول على معلومات عن المطاعم وكل من النوع والحالة الاجتماعية، ويتضح ذلك كالاتي جدول (25، 26) :

النوع: الذكور أكثر تفضيلاً لاستخدام التطبيق عن الإناث بنسبة 37%، 24% على التوالي جدول (25).

$$d.f=1 \quad \chi^2=0.177 \quad n.s$$

جدول(25) العلاقة بين الأفضلية في استخدام التطبيق والنوع

الإجمالي	الاستخدام		أفضلية الاستخدام	النوع
	أفضل استخدام التطبيق	الوسائل التقليدية		
41	24	17	مؤنث عدد	النوع
41.0	24.0	17.0	%	
59	37	22	مذكر عدد	النوع
59.0	37.0	22.0	%	
100	61	39	عدد	الإجمالي
100.0	61.0	39.0	%	

الحالة الاجتماعية: غيرالمتزوجين أتقت آراؤهم على تفضيل استخدام التطبيق عن المتزوجين بنسبة 48%، 13% على التوالي .

$$d.f=1 \quad \chi^2=1.787 \quad n.s$$

جدول(26)العلاقة بين الأفضلية في استخدام التطبيق والحالة الاجتماعية

الإجمالي	الاستخدام		أفضلية الاستخدام الحالة الاجتماعية
	أفضل استخدام التطبيق	الوسائل التقليدية	
74	48	26	أعزب عدد
74.0	48.0	26.0	%
26	13	13	متزوج عدد
26.0	13.0	13.0	%
100	61	39	الإجمالي عدد
100.0	61.0	39.0	%

مقترحات عينة البحث لتطوير التطبيق :

مقترحات عينة البحث كانت في إطار خمسة محاور :

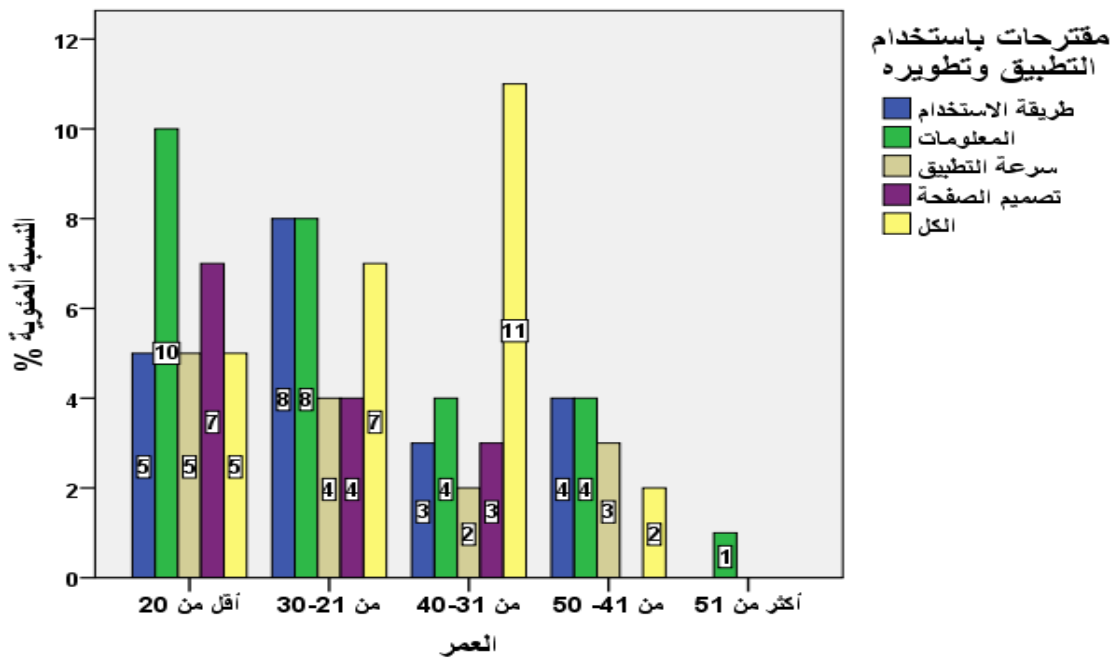
- 1- طريقة استخدام وتحميل التطبيق من الإنترنت ؛
- 2- المعلومات المتوفرة على التطبيق أو الصفحة على الإنترنت ؛
- 3- سرعة استخدام التطبيق ؛
- 4- تصميم الصفحة ؛
- 5- جميع ما سبق.

يتضح أن الشباب أبدوا أهمية التطوير بنسبة كبيرة ويتضح ذلك كالاتي :

الفئة العمرية أقل من 20 سنة أبدت ضرورة الاهتمام بتوفير المزيد من المعلومات بنسبة 10% سواء عن المطاعم أو أنواع الوجبات وأسعارها وتجديد هذه المعلومات باستمرار سواء على التطبيق بالهاتف المحمول أو صفحة الإنترنت . أما المرحلة العمرية من 21 - 30 سنة فأبدوا بالتساوي أهمية تطوير طريقة الاستخدام والمعلومات بنسبة 8% لكلا الاقتراحين . أما المرحلة العمرية م 31-40 سنة فقد أبدت أهمية اختيار تطوير جميع المقترحات لأهميتها للمستخدم .

جدول (27) العلاقة بين مقترحات استخدام التطبيق وتطويره والمرحلة العمرية

الإجمالي	المقترحات					المقترحات	
	كل الإجابات	تصميم الصفحة	سرعة التطبيق	المعلومات	طريقة الاستخدام	المرحلة العمرية	
32	5	7	5	10	5	أقل من 20	عدد
32.0	5.0	7.0	5.0	10.0	5.0		%
31	7	4	4	8	8	من 21-30	عدد
31.0	7.0	4.0	4.0	8.0	8.0		%
23	11	3	2	4	3	من 31-40	عدد
23.0	11.0	3.0	2.0	4.0	3.0		%
13	2	0	3	4	4	من 41-50	عدد
13.0	2.0	.0	3.0	4.0	4.0		%
1	0	0	0	1	0	أكثر من 51	عدد
1.0	.0	.0	.0	1.0	.0		%
100	25	14	14	27	20	الإجمالي	عدد
100.0	25.0	14.0	14.0	27.0	20.0		%



أهم آراء و مقترحات المستخدمين للتطبيق :

- 1- تغيير الأسعار الموجودة على المانيو القديم رغم تغيير المطعم لأسعاره وبالتالي قيمة الفاتورة على الويب مختلفة عن القيمة الفعلية الأعلى وذلك عند توصيل الطلب .
 - 2- وصول الطعام متأخراً قد يصل التأخير إلى 3 ساعات ، وعند انصراف المستخدم لتأخر الطلب عليه يتصرف القائم بتوصيل الطلب بشكل غير لائق بالطرق المستمر على صاحب الطلب رغم عدم وجوده للانتظار الطويل لوصول الطلب لديه مما يسبب تهديداً للمستخدم ولمنزله من سوء تقدير المسئول عن توصيل الطلب .
 - 3- التطبيق أحياناً يكون بطيئاً ؛
 - 4- بعض أنواع الوجبات على التطبيق غير مفعلة ؛
 - 5- المستخدمين للعروض أبدى بعضهم سوء نوعية الطعام المقدم منها ؛
 - 6- أبدى البعض الرغبة في إضافة محافظات أخرى .
- هذا ويؤكد كل من

Kotschevar and Withrow(2008), Lundery and Walke(2002), Eilim

أهمية الاهتمام بتصميم القائمة والاستعانة بمختصين في مجال التصميم لتحقيق عناصر متوازنة في قائمة الطعام.

الخلاصة :

مع التطور التكنولوجي في طرق الاتصال والحصول على الخدمات والمعلومات أصبح هناك طفرة تكنولوجية قوية تحتاج إلى مستخدم لديه المعرفة ويستطيع أن يواكب هذا التطور السريع في قطاع تكنولوجيا المعلومات والذي ينعكس على المستخدم بالنفع من حيث توفير الوقت والجهد والمال وهذا ما تهدف له الاستخدامات المتطورة من هذه التكنولوجيا .

هناك تطبيقات يستفاد بها في مجالات عدة ويحتاج الأمر لفريق عمل يستطيع أن يوفر المعلومات المطلوبة على التطبيق المتواجد والاستفادة من آراء المستخدمين للتطبيق لتطويره سواء بالنسبة للمعلومات المقدمة أم الاهتمام بتحسين الخدمات المقدمة من خلاله حتى لا يتعرض لعلقه لعدم توافر المعلومات أو تحسين الخدمات المقدمة من خلاله وعدم اهتمام المطاعم بالتطور في أسلوب الدعاية والإعلان عن الخدمات المقدمة في هذا القطاع .

يعتبر تطبيق "توصيل" من التطبيقات المبتدئة التي أتاحت فرصة لكثير من المطاعم على الاستفادة منه كدعاية وتحقيق سرعة انتشار. ونظراً لعدم وجود وعي كاف من جهة أصحاب المطاعم الموجودة على التطبيق بأهميته وعدم وجود الدعاية الكافية لانتشار التطبيق أصبح ذلك عائقاً أمام مزيد من التطوير. هذا وقد حصل التطبيق على أعلى نسب التقييم للعينة البحثية بنسبة 75%.

تطبيق "أطلب" يعتبر من التطبيقات المنتشرة على مستوى واسع في الوطن العربي ومصر ويعمل به فريق عمل استطاع أن يقدم خدمات لقاعدة عريضة من المستخدمين وكذلك أصحاب المطاعم، هذا وقد حصل التطبيق على أعلى نسب التقييم 49%.

ومن نتائج استطلاع الرأي نجد أن المستخدم للتطبيق هم من فئة الشباب الذكور أكثر من الإناث ، كما أن الشباب من التعليم فوق المتوسط هم أكثرهم استفادة من استخدام التطبيق ، واتفق الشباب من فئة التعليم العالي ثم المتوسط أن استخدام الخدمة يعتبر مكلفاً مع تعدد وجهات النظر من ناحية التكلفة . وعن كيفية الحصول على المعلومة زاد الاتجاه نحو استخدام الإنترنت من قبل الشباب والمتزوجين ثم الدعاية الموزعة والتي يكثر استخدامها مع الصحف لدى الفئة العاملة ، هذا و يحتاج المستخدم للتطبيق في بادئ الأمر إلى مزيد من التوضيح لتنزيل التطبيق واستخدامه ، و يتطلب التطبيق مزيد من التطوير للمعلومات وتحديثها من حيث السعر ونوع الوجبات المتاحة ومصادقية في البيانات حتى لا يفاجأ المستهلك بالأسعار عند الدفع .

أما عن الأفضلية في الاستخدام لتطبيقات الإندرويد نجد أن الشباب يفضلونها وخاصة الفئة العاملة وكذلك فئة التعليم فوق المتوسط وفئة الطلبة الجامعيين.

التوصيات :

- 1- الاهتمام بمواكبة عملية التسويق في المجال الخدمي وبصفة خاصة المطاعم باستخدام التطبيقات التكنولوجية الحديثة لتحقيق المزيد من الأرباح وسهولة الانتشار .
- 2- توجيه اهتمام المستهلك لأهمية ودور التكنولوجيا وتطبيقاتها في الاستفادة منها للتيسير عليه في الوصول للمعلومات المطلوبة وبصفة خاصة قطاع السياحة والفنادق .
- 3- الاهتمام بالعقول الشابة والاستفادة من خبراتهم التكنولوجية مما قد يعود على مصرنا الحبيبة بتحقيق طفرات علمية ونجاحات في قطاع السياحة بصفة خاصة وكافة القطاعات بصفة عامة .
- 4- وضع آراء المستخدمين للتطبيقات التكنولوجية المتاحة على أجهزة الهاتف المحمول وعلى سوق جوجل موضع الاهتمام للتطوير ولجذب عدد أكبر من المستخدمين مما يسهم في سرعة انتشار التطبيق وفقاً للهدف المستخدم من أجله .

المراجع باللغة العربية :

- 1- إبراهيم بختي ، فوزي شعوبي (2010)، دور تكنولوجيا المعلومات والاتصال في تنمية قطاع السياحة والفندقة ، مجلة الباحث ، عدد7، 2009-2010، "أثر تكنولوجيا المعلومات والاتصال في التنمية المحلية المستدامة"، جامعة ورقلة.

2- الشمري، فيصل (2012)، مستجدات التعليم الإلكتروني " تطبيقات الهواتف الذكية، ومتاجر الويب " ورشة عمل، جامعة المجمع، المركز الوطني، التعلم الإلكتروني والتعليم عن بعد .

Reference:

3- Atkinson,L. Hayes,J. and Sunderland,J. P. (2013), Introduction to Human Computer Interaction: Group Project -Electronic Menu and Ordering System, Group 7, 09/03/13.

4-Buzzle,Restaurants go High Tech with e-Menus (<http://www.buzzle.com/articles/restaurants-go-high-tech-with-emenus.html>).

5-Eiilm university , Sikkim , food&beverages <http://www.eiilmuniversity.ac.in- India>.

6-J. Song, J. Kim, and D.R. Jones(2012), The Effects of Application Discoverability on User Benefits in Mobile Application Stores,M.J. Shaw, D. Zhang, and W.T. Yue (Eds.): WEB 2011, LNBIP 108, pp. 429–441,© Springer-Verlag Berlin Heidelberg.

7-K. Chala and N. Krasnik , Modern Technologies In Restaurant Business National University of Food Technologies.

8- Kenteris,D., Gavalas,D and Economou,D(2011) Mytilene E-guide:a multiplatform mobile application-tourist guide exemplar, journal Multimedia Tools and Applications, August 2011, 54 (2), pp 241-262,Published online: 22 April 2010,Springer Science Business Media, LLC 2010 . <http://link.springer.com/journal/11042>.

9-Kotschevar,H.L. and Withrow,D (2008),Management by menu , fourth edition, Published by John Wiley and sons, Inc., Hoboken, New Jersey.

10- Lundery,D and Walke,R.(2002), Hospitality News , No. 25-2002, Page 42,Challenges and Future Research Directions. In: 7th International Workshop on Automation of Software Test, pp. 29–35, IEEE Press, New Jersey.

11-Tobing ,R. D. H. (2015), Mobile tourism application for Samosir Regency on Android platform , International Symposium Technology Management and Emerging Technologies (ISTMET), on Date of Conference: 25-27 Aug- P.P249 – 253, Langkawai Island, Kedah, Malaysia .

12-Z. Liu, Y. Hu, and L. Cai (2014),Software Quality Testing Model for Mobile Application, I. Awan et al. (Eds.): MobiWis 2014, LNCS 8640, pp. 192–204,© Springer International Publishing Switzerland.

13- <http://-www.alanba.com.kw/ar/world-news/technology>.

أسامة أحمد، جريدة الأنباء، الخميس 26 أبريل 2012 .

14- <http://:www.ar.wikipedia.org> http.

15-<http://www.bandt.com.au/technology/socials-global-statshot-facebook-smartphones-still-rule-7-8-2015>.

16-/: <http://www.jadedtech.com> .

ماهو الأندرويد؟ تعريف ونبذة عن نظام الأندرويد- فبراير 2012.

Android Application to Advertise and Promote Some Restaurants in Alexandria

Manal Mohamed Talaat Kesheck

The High Institute for Tourism,Hotels and Computer, Seyouf, Alexandria

The benefits gained by the users of Android application to advertise and promote restaurants have been identified. The disadvantages, that must be avoided or improved whether in a mobile phone or on an internet site, have also been stated. A survey of the research sample showed that this modern grade of technology is most used by and helpful to the adolescent males who cope with all the spheres of their everyday modern life while adolescent females do not use that technology as much as the males. People with jobs are more interested in learning of these restaurants from newspapers than elsewhere. People above the average level of education, including university students, tend to be the class which exerts maximum use of that technology.