

**بررسی عوامل پیش بینی رضایت  
الکترونیکی از اپلیکیشن‌های  
سفارش غذا**

«مهدی توکلی خونساری»

|                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               |                                                                                                                                                                   |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| سرشناسه                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       | مهدی توکلی خونساری                                                                                                                                                |
| عنوان و نام پدیدآور                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           | بررسی عوامل پیش بینی رضایت الکترونیکی از اپلیکیشن های سفارش غذا/مهدی توکلی خونساری                                                                                |
| مشخصات نشر                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    | اراک: انتشارات نگرش مدیران ۱۴۰۱                                                                                                                                   |
| مشخصات ظاهری                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  | ۱۷۶ ص                                                                                                                                                             |
| شابک                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          | 978-622-98082-8-3                                                                                                                                                 |
| یادداشت                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       | Investigating the main factors in predicting electronic satisfaction of food ordering applications for mobile and customers' intention to reuse such applications |
| موضوع                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         | بازاریابی<br>Marketing                                                                                                                                            |
| رده بندی کنگره                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                | HF5548/325                                                                                                                                                        |
| رده بندی دیویی                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                | ۶۵۸/۸۷۲۰۹۵۵                                                                                                                                                       |
| شماره کتابشناسی ملی                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           | ۸۸۰۴۷۸۷                                                                                                                                                           |
| عنوان فیا                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     |                                                                                                                                                                   |
| مولف                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          | مهدی توکلی خونساری                                                                                                                                                |
| ناشر                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          | نگرش مدیران                                                                                                                                                       |
| قیمت                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          | ۸۲ تومان                                                                                                                                                          |
| نوبت چاپ                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      | بهار ۱۴۰۱                                                                                                                                                         |
| تیراژ                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         | ۱۰۰۰ نسخه                                                                                                                                                         |
| دفتر انتشارات: اراک، میدان امام خمینی، ساختمان کسب و کار طبقه هشتم واحد ۸۰۲                                                                                                                                                                                                                                                                   |                                                                                                                                                                   |
| کد پستی: ۳۸۱۹۹۵۴۵۴۱                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           | تلفن: ۰۹۱۳۵۵۵۰۰۱                                                                                                                                                  |
| ایمیل: mosenlotfi1123@gmail.com                                                                                                                                                                                                                                                                                                               |                                                                                                                                                                   |
| آدرس اینستاگرام فروشگاه: @imi-markazi                                                                                                                                                                                                                                                                                                         |                                                                                                                                                                   |
| تلفن فروشگاه: ۰۸۶۲۴۱۳۵۷۸۵                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     |                                                                                                                                                                   |
| <p>کلیه ی حقوق و حق چاپ متن و عنوان کتاب که به ثبت رسیده است، مطابق با قانون حقوق مؤلفان و مصنفان مصوب ۱۳۲۸ محفوظ و متعلق به انتشارات نگرش مدیران می باشد. هر گونه برداشت، تکثیر، کپی برداری به هر شکل (چاپ، فتوکپی، انتشار الکترونیکی) بدون اجازه ی کتبی از انتشارات نگرش مدیران ممنوع بوده و متخلفین تحت پیگرد قانونی قرار خواهند گرفت.</p> |                                                                                                                                                                   |



۱ ..... چکیده

## فصل اول: کلیات تحقیق

۴ ..... ۱-۱ مقدمه

۴ ..... ۱-۲ بیان مسئله

۷ ..... ۱-۳ اهمیت و ضرورت

۷ ..... ۱-۴ چارچوب نظری

۱۸ ..... ۱-۵ اهداف تحقیق

۲۰ ..... ۱-۶ فرضیه‌های تحقیق

۲۲ ..... ۱-۷ حدود مطالعاتی

۲۲ ..... ۱-۷-۱ قلمرو موضوعی

۲۲ ..... ۱-۷-۲ قلمرو زمانی

۲۲ ..... ۱-۷-۳ قلمرو مکانی

۲۳ ..... ۱-۸ اصطلاحات با واژگان کلیدی

## فصل دوم: مروری بر ادبیات تحقیق

۲۶ ..... ۲-۱ مقدمه

۲۷ ..... ۲-۲ رضایت الکترونیک

۲۹ ..... ۱-۲-۲ رضایت مشتری از تجارت الکترونیکی موبایلی و عوامل موثر بر آن

۳۱ ..... ۲-۲-۲ ارتباط کیفیت خدمات الکترونیکی بانکی با رضایت الکترونیکی

- ۳۱..... ۱-۲-۲-۲ کارایی و رضایت الکترونیکی مشتریان
- ۳۲..... ۲-۲-۲-۲ قابلیت اتکا و رضایت الکترونیکی مشتریان
- ۳۲..... ۳-۲-۲-۲ تامین سفارش و رضایت الکترونیکی مشتریان
- ۳۳..... ۴-۲-۲-۲ حفظ اسرار شخصی و رضایت الکترونیکی مشتریان
- ۳۳..... ۵-۲-۲-۲ پاسخگویی و رضایت الکترونیکی مشتریان
- ۳۴..... ۶-۲-۲-۲ جبران خدمات و رضایت الکترونیکی مشتریان
- ۳۴..... ۷-۲-۲-۲ تماس و رضایت الکترونیکی
- ۳۵..... ۳-۲-۲ تاثیر عوامل فردی و سازمانی بر رضایت الکترونیکی
- ۴-۲-۲ ارتباط رضایت الکترونیک بر قصد استفاده مجدد مشتریان از اپلیکیشن سفارش آنلاین غذا برای موبایل..... ۳۶
- ۵-۲-۲ تاثیر رضایت الکترونیک مشتریان بر جهتگیری عاداتها اپلیکیشن سفارش آنلاین غذا برای موبایل..... ۳۷
- ۲-۳ تاثیر نگرش مصرفکنندگان در قبال سفارش آنلاین غذا بسته به اعتماد آنها..... ۳۷
- ۱-۳-۲ تاثیر نگرش مصرفکننده بر قصد خرید مجدد مشتریان..... ۳۸
- ۲-۳-۲ قصد خرید مجدد مشتریان..... ۳۹
- ۳-۳-۲ تمایل مشتریان به استفاده..... ۴۰
- ۴-۳-۲ تئوری مبتنی بر قصد استفاده مشتریان..... ۴۰
- ۱-۴-۳-۲ تئوری عمل منطقی..... ۴۱
- ۲-۴-۳-۲ مدل پذیرش فناوری..... ۴۲
- ۳-۴-۳-۲ تئوری انتشار نوآوری..... ۴۲
- ۴-۴-۳-۲ تئوری برنامه ریزی شده..... ۴۳
- ۵-۴-۳-۲ تئوری تجزیه شده رفتار برنامه ریزی شده..... ۴۴
- ۵-۳-۲ قصد خرید مجدد..... ۴۵
- ۲-۴ انتظار عملکرد..... ۴۵
- ۱-۴-۲ تاثیر انتظار عملکردی بر قصد استفاده مجدد مشتریان..... ۴۶

- ۲-۴-۲ رابطه انتظار عملکردی بر رضایت الکترونیک مشتریان از اپلیکیشن های سفارش غذا  
برای موبایل ..... ۴۷
- ۲-۵-۲ انتظار تلاش ..... ۴۷
- ۲-۵-۱-۲ انتظار تلاش و قصد رفتاری ..... ۴۷
- ۲-۵-۲ تاثیر انتظار تلاش بر قصد استفاده مجدد مشتریان از اپلیکیشن های سفارش غذا برای  
موبایل ..... ۴۹
- ۲-۶-۲ تاثیرات اجتماعی ..... ۴۹
- ۲-۶-۱-۲ اثر اجتماعی و قصد رفتاری ..... ۵۰
- ۲-۶-۲ تاثیر اجتماعی بر قصد استفاده مجدد مشتریان از اپلیکیشن سفارش آنلاین غذا برای  
موبایل ..... ۵۰
- ۲-۷-۲ شرایط تسهیل گر ..... ۵۱
- ۲-۷-۱-۲ شرایط تسهیل کنندگی و قصد رفتاری ..... ۵۲
- ۲-۷-۲ تاثیر شرایط تسهیل کننده بر رضایت الکترونیک مشتریان از اپلیکیشن سفارش آنلاین  
غذا برای موبایل ..... ۵۳
- ۲-۸-۲ انگیزه لذت جویانه ..... ۵۳
- ۲-۸-۱-۲ تاثیر انگیزه های لذت جویانه بر قصد استفاده مجدد مشتریان از اپلیکیشن سفارش آنلاین  
غذا برای موبایل ..... ۵۴
- ۲-۸-۲ ارتباط انگیزه های لذت جویانه بر رضایت الکترونیک مشتریان از اپلیکیشن سفارش  
آنلاین غذا برای موبایل ..... ۵۵
- ۲-۹-۲ ارزش قیمت ..... ۵۵
- ۲-۹-۱-۲ تاثیر ارزش قیمت بر قصد استفاده مجدد مشتریان از اپلیکیشن سفارش آنلاین غذا  
برای موبایل ..... ۵۶
- ۲-۱۰-۲ عادت ..... ۵۷

|                                                                                                        |    |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------|----|
| ۱-۱۰-۲ ارتباط عادت بر قصد استفاده مجدد مشتریان از اپلیکیشن سفارش آنلاین غذا برای موبایل.....           | ۵۸ |
| ۲-۱۱ بررسی آنلاین بر قصد استفاده مجدد مشتریان از اپلیکیشن سفارش آنلاین غذا برای موبایل.....            | ۵۹ |
| ۱-۱۱-۲ بررسی آنلاین بر رضایت الکترونیک مشتریان از اپلیکیشن سفارش آنلاین غذا برای موبایل.....           | ۵۹ |
| ۲-۱۲ ارتباط رتبه‌بندی آنلاین بر قصد استفاده مجدد مشتریان از اپلیکیشن سفارش آنلاین غذا برای موبایل..... | ۶۰ |
| ۱-۱۲-۲ تاثیر رتبه‌بندی آنلاین بر رضایت الکترونیک مشتریان از اپلیکیشن سفارش آنلاین غذا برای موبایل..... | ۶۱ |
| ۲-۱۳ تاثیر رهگیری آنلاین بر قصد استفاده مجدد مشتریان از اپلیکیشن سفارش آنلاین غذا برای موبایل.....     | ۶۱ |
| ۱-۱۳-۲ ارتباط رهگیری آنلاین بر رضایت الکترونیک مشتریان از اپلیکیشن سفارش آنلاین غذا برای موبایل.....   | ۶۲ |
| ۲-۱۴ پیشینه تحقیقات.....                                                                               | ۶۲ |
| ۱-۱۴-۲ پیشینه تحقیقات داخلی.....                                                                       | ۶۲ |
| ۲-۱۴-۲ پیشینه تحقیقات خارجی.....                                                                       | ۶۸ |
| ۲-۱۵ جمع‌بندی و نتیجه‌گیری.....                                                                        | ۷۰ |
| <b>فصل سوم: روش اجرای تحقیق</b>                                                                        |    |
| ۳-۱ مقدمه.....                                                                                         | ۷۴ |
| ۳-۲ روش تحقیق.....                                                                                     | ۷۴ |
| ۳-۳ روش‌های گردآوری داده‌ها.....                                                                       | ۷۵ |
| ۳-۴ ابزار گردآوری داده‌ها.....                                                                         | ۷۵ |

|    |                                              |
|----|----------------------------------------------|
| ۷۶ | ۳-۵ روایی و پایایی ابزار اندازه‌گیری داده‌ها |
| ۷۶ | ۳-۵-۱ روایی                                  |
| ۷۷ | ۳-۵-۲ پایایی                                 |
| ۷۹ | ۳-۶ جامعه آماری                              |
| ۷۹ | ۳-۷ تعیین حجم نمونه و روش نمونه‌گیری         |
| ۷۹ | ۳-۸ روش تجزیه و تحلیل داده‌ها                |

## فصل چهارم: تجزیه و تحلیل داده‌ها

|    |                                           |
|----|-------------------------------------------|
| ۸۴ | ۴-۱ مقدمه                                 |
| ۸۴ | ۴-۲ توصیف داده‌های پژوهشی                 |
| ۸۵ | ۴-۲-۱ بررسی توزیع فراوانی جنسیت پاسخگویان |
| ۸۵ | ۴-۲-۲ بررسی توزیع فراوانی بین پاسخگویان   |
| ۸۷ | ۴-۲-۳ بررسی توزیع فراوانی میزان تحصیلات   |
| ۸۸ | ۴-۲-۴ بررسی توزیع فراوانی میزان ناهل      |
| ۸۸ | ۴-۲-۵ بررسی توزیع فراوانی میزان درآمد     |
| ۹۰ | ۴-۳ آزمون فرضیات                          |

## فصل پنجم: نتیجه‌گیری و پیشنهادات

|     |                                  |
|-----|----------------------------------|
| ۱۳۲ | ۵-۱ مقدمه                        |
| ۱۳۲ | ۵-۲ نتایج فرضیات                 |
| ۱۴۴ | ۵-۳ پیشنهادات تحقیق              |
| ۱۴۴ | ۵-۳-۱ پیشنهادات کاربردی          |
| ۱۵۰ | ۵-۳-۲ پیشنهاد برای تحقیقات آینده |
| ۱۵۰ | ۵-۴ محدودیت‌های تحقیق            |

## چکیده

هدف از این پژوهش بررسی عوامل اصلی پیش‌بینی رضایت الکترونیکی از اپلیکیشن‌های سفارش غذا برای موبایل و قصد مشتریان برای استفاده مجدد از چنین برنامه‌هایی بوده است. این تحقیق از نظر هدف، پژوهشی کاربردی و در دسته تحقیق‌های توصیفی-همبستگی قرار دارد. جامعه‌ی مورد پژوهش شامل مشتریان رستوران‌های شهر اراک بوده که برای منجش وضعیت موجود از پرسش‌نامه ۴۷ سوالی استفاده شد که پس از تأیید روایی و پایایی جهت جمع‌آوری داده‌ها مورد استفاده قرار گرفت. از نرم‌افزار Spss برای تجزیه و تحلیل فرضیه‌ها استفاده شده است.

با توجه به تجزیه و تحلیل داده‌ها نتایج حاکی از آن بوده است که به ازای یک واحد افزایش در رضایت آنلاین، عادت استفاده به همان اندازه افزایش پیدا خواهد کرد (به دلیل مثبت بودن ضریب رگرسیون) و با توجه به اینکه ضریب رگرسیونی معنی‌دار خواهد بود بنابراین با سطح اطمینان ۹۵٪ می‌توان فرضیه محقق مبنی بر تأثیر و رابطه رضایت آنلاین بر عادت استفاده تأیید شده است.