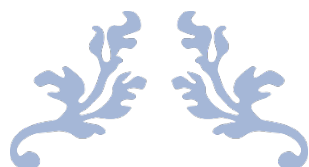

למידה מעשית- סמינר

הקשר בין מערכות מידע בתחום מסעדות לבין מתן שירות ללקוחות
בתקופת משבר הקורונה



קוד עבודה : 2022S22

סטודנטים :

סמאא עראר – 322983370

אמיר חיר – 315128967

מנחה מקצועי : ד"ר יצחק אביב

תשפ"ב, סמסטר ב'



תוכן עניינים

| | |
|----|------------------------|
| 2 | תקציר..... |
| 3 | מבוא וסקירת ספרות..... |
| 3 | מבוא..... |
| 4 | סקירת ספרות..... |
| 8 | מטרת ושיטת המחקר..... |
| 16 | ממצאים..... |
| 23 | דיון ומסקנות..... |
| 25 | רפלקציה..... |
| 26 | ביבליוגרפיה..... |
| 32 | נספחים..... |

תקציר:

במסגרת הסמינר חקרנו את השפעת אפליקציות משלוחי מזון ממסעדות על כמה משתנים במיוחד בתקופת הקורונה. שאלת המחקר הייתה: "כיצד מערכות מידע בתחום מסעדות השפיעו על מתן שירות ללקוחות בתקופת משבר הקורונה?", מטרת המחקר היא לחקור באמצעות שאלת מחקר מרכזית וארבע שאלות ממוקדות את הנושאים הבאים: "מהם היכולות הפונקציונליות המרכזיות של אפליקציות משלוחי מזון בתחום המסעדות אשר אפשרו חווית לקוח מיטבית בתקופת הקורונה?", "האם קיים קשר בין סוג האפליקציות (פנימי או שירות חוץ) למשלוחים שהמסעדה סיפקה בתקופת הקורונה לבין שביעת רצון הלקוח?", "באיזה מידה קיים קשר בין מעבר המסעדה לשירות באמצעים דיגיטאליים לבין כמות ההזמנות במסעדה בתקופות סגרים וביניהם?", "באיזה מידה קיים קשר בין מעבר המסעדה לשירות באמצעים דיגיטאליים לבין המשכיות הלקוח בשימוש אפליקציות משלוחי מזון בתקופת הקורונה ואחרי תקופת קורונה?".

במחקר הנוכחי השתמשנו בשתי שיטות מחקר שהן סקראלולוג וניתוח מאגרים. בסקר השתתפו 154 משיבים, ובניתוח מאגרים אספנו 1681 תגובות. הממצאים שקיבלנו בסקר מראים ברמת מובהקות של 95% שאכן קיים קשר חיובי בין מעבר המסעדה לשירות באמצעים דיגיטאליים לבין שביעת רצון הלקוח, כמות ההזמנות שהלקוחות הזמינו, שימוש חוזר באפליקציות במהלך המגפה ואחריה. והממצאים שקיבלנו בשאלה ממוקדת אחת ששייכת לשיטת מחקר ניתוח מאגרים, מראים לפי מבחן חי בריבוע ברמת מובהקות של 95%, כי אכן קיים קשר חיובי בין היכולות הפונקציונליות המרכזיות של אפליקציות משלוחי מזון לבין חווית הלקוח. מכך ארבע ההשערות מארבע השאלות הממוקדות אוששו.

אחרי מציאת הממצאים, בפרק דיון ומסקנות המלצתנו למחקרים עתידיים היא לעשות מחקר אחרי סיום תחלואת הקורונה והסגרים שבו תיבדק השפעת מערכות מידע בתחום מסעדות על מתן שירות ללקוחות, לבדוק למה אנשים מזמינים מאפליקציות משלוחי מזון כשהם נמצאים בזמן שבו הם יכולים ללכת לאכול במסעדה פיזית, והאם מספר הלקוחות המגיעים פיזית למסעדה גדול ממספר המזמינים דרך אפליקציות משלוחי מזון ממסעדות.

מבוא :

מגפת הקורונה היא מגפה עולמית מתמשכת של מחלת נגיף הקורונה, שכבשה את העולם משנת 2020 ועד היום (2022). נגיף זה גורם לבעיות בנשימה ולכאב בכל הגוף ולשיעול, ארגון הבריאות העולמי הכריז על מגפת הקורונה כמגפה עולמית. במגפה זו נדבקו מאות מיליוני אנשים ומתו גם מיליוני אנשים. בגלל התפשטות הנגיף במהירות בכל העולם, כל המדינות בעולם הכריזו על הנחיות והגבלות וגם אפילו סגרים כלליים. מגפת הקורונה פגעה קשה בכלכלה ובעסקים, העסקים שנפגעו הכי הרבה הם המסעדות, רוב האנשים פחדו לצאת מהבית וכמובן לא למסעדות שיש בהם התקהלויות. התוצאות הקשות של משבר הקורונה : במחצית הראשונה של השנה (2020) נסגרו 37,600 עסקים. מתוכם 1,550 מסעדות, ברים ובתי קפה, יותר מ-1,000 עסקים מתחום קבלנות עבודות הבנייה והשיפוצים, כ-600 חברות הסעה ותחבורה וכ-450 חנויות אופנה והלבשה - כך עולה מסקירה של חברת דן אנד ברדסטריט (עדי דברת מזריץ 2020).

על פי נתוני הלמ"ס, בחודשים ינואר-אוגוסט 2020 חלה ירידה של כ-5.31% במדד הפדיון בענף שירותי אירוח ואוכל, לעומת ינואר-אוגוסט 2019, הירידה החדה ביותר מבין הענפים (נעם בוטוש, 2020).

ואחרי כמה חודשים ההשפעה הזאת השתנתה ורוב מנהלי המסעדות התחילו לשלב את תחום מערכות המידע בעבודה שלהם והתחילו בהזמנות ומשלוחים לבית הלקוח. בזמן הזה צצו להם גם כמה אפליקציות של משלוחים שהתפרסמו בכל הארץ כמו וולט ותן ביס, וכך כל אחד יכל להזמין אוכל מכל מסעדה בארץ וההזמנה תגיע אליו לבית.

אין ספק שהקורונה השפיעה על המסעדות במיוחד בתחילתה, רוב המסעדות נסגרו לארוחות ישיבה כאשר ממשלות פרסמו יותר ויותר תקנות להתרחקות חברתית והסגרות. זה השפיע לרעה על המסעדות. חנויות המזון המהיר הושפעו באותה מידה, כאשר עסקים פעלו ברובם בקיבולת של פחות מ-20%. זה הוביל להפסדים כספיים ניכרים ואובדן מקומות עבודה ישירים ועקיפים ובכך הביא מסעדות רבות לאתגרים חסרי תקדים (Godwell Nhamo, Kaitano Dube, David Chikodzi, 2020).

מחקר נוסף אומר כי על פי דו"ח ממכון המחקר, Meituan (2020) היו 71.7% מתוך 15,263 משתתפים שהשתמשו ב-FDA (food delivery apps) מסוף פברואר עד תחילת מרץ 2020, ו-41.6% מהתושבים העדיפו להשתמש בשירותי משלוח כדי לרכוש אספקה יומית במהלך תקופת מגפת COVID-19 בסין (Yuyang Zhao, Fernando Bacao, 2020).

לכן במחקר שלנו אנחנו חוקרים את השפעת מערכות מידע בתחום מסעדות על מתן שירות ללקוחות בתקופת משבר הקורונה. ארבעת השאלות המרכזיות שלנו שאנחנו נחקר אותן לעומק הן : 1. מהם היכולות הפונקציונליות המרכזיות של אפליקציות משלוחי מזון בתחום המסעדות אשר אפשרו חווית לקוח מיטבית בתקופת הקורונה? 2. האם קיים קשר בין סוג האפליקציות (פנימי או שירות חוץ) למשלוחים שהמסעדה סיפקה בתקופת הקורונה לבין שביעות רצון הלקוח? 3. האם קיים קשר בין מעבר המסעדה לשירות באמצעים דיגיטאליים לבין כמות ההזמנות במסעדה בתקופת סגרים וביניהם? 4. באיזה מידה קיים קשר בין מעבר המסעדה לשירות

באמצעים דיגיטאליים לבין המשכיות הלקוח בשימוש אפליקציות משלוחי מזון בתקופת הקורונה ואחרי תקופת הקורונה?

סקירת ספרות:

אפליקציות משלוחי מזון-

אפליקציות משלוחי מזון מאפשרים ללקוחות להזמין מזון ממסעדות דרך האינטרנט ולקבל אותו עד פתח ביתם (Ray et al, Wang et al, 2019). השימוש באפליקציות משלוחי מזון הוא באמצעות טלפונים ניידים חכמים או מכשירים אחרים שיש להם הרשאות לשימוש באפליקציות משלוחי מזון. ניתן לסווג את אפליקציות משלוחי מזון לשני סוגים או קטגוריות (Zhao and Bacao, 2020) קטגוריה ראשונה היא מסעדות שייצרו אפליקציות משלהן לקבלת הזמנות בצורה מקוונת ולהקל על הלקוח למשל, Domino's, Pizza Hut, KFC או כל מסעדה אחרת שיצרה אפליקציה משלה. קטגוריה שנייה היא חברות משלוחי מזון מקוונים שהם פלטפורמות של צד שלישי, המשמשים כממשק בין הצרכנים והלקוחות למסעדות או שירותי קייטרינג, לדוגמה, Uber eats, Meituan, Grubhub, Zomato, Swiggy, Wolt, תן ביס, ועוד (Roh and Park, 2019). במחקר הנוכחי נתייחס לשני הסוגים של אפליקציות משלוחי מזון.

במהלך מגפת הקורונה אפליקציות משלוחי מזון אפשרו תהליך משלוח ללא מגע כדי להבטיח חשיפה מינימלית (2021, Kumar, S., & Shah, A.).

לסיכום, יש שני סוגים של אפליקציות משלוחי מזון, ושניהם ממשיכים אחד את השני למשל אם יש מסעדה שלא אפשרה משלוחי מזון הקשורים לעסק שלה אז יש את האפליקציות צד שלישי שיאפשרו זאת.

שאלה ממוקדת ראשונה: מהם היכולות הפונקציונליות המרכזיות של אפליקציות משלוחי מזון בתחום המסעדות אשר אפשרו חווית לקוח מיטבית בתקופת הקורונה?

אפליקציות משלוחי מזון מספקות למזמינים אפשרויות שלא מספקות המסעדות עצמן, לכן הם בוחרים בהן במקום ללכת למסעדה. לפי המחקרים, לאפליקציות משלוחי מזון יש 5 יכולות פונקציונליות מרכזיות שאפשרו חווית לקוח מיטבית בתקופת הקורונה, שהם:

(1) נוחות: אפליקציות משלוחי מזון הן לרוב קלות לשימוש ומציעות נוחות גבוהה עם חיסכון בזמן ובמאמץ הלקוחות. ה UI/UX של האפליקציות הללו, יחד עם קלות הניווט ואפשרויות חיפוש יעילות משפרות את הנוחות של האפליקציות.

(2) תשלומים גמישים: באפליקציות משלוחי מזון קיימת אפשרות תשלום גמיש עבור הלקוחות על מנת שהם יוכלו לשלם באמצעות אמצעי תשלום שונים המתאימים להם ביותר. לרוב אפליקציות משלוחי מזון מציעות ללקוחות תשלומים ללא מזומן ובכך הם מעודדים את הלקוחות להמשיך להשתמש באפליקציות.

(3) מעקב בזמן אמת: אפליקציות משלוחי מזון מצוידות במערכת מעקב בזמן אמת, GPS כך שהלקוחות יכולים לעקוב אחר השליח, יחד עם עזרה לשליח לאתר את הכתובת המדויקת.

(4) נקודות נאמנות: אפליקציות משלוחי מזון מציעות לעתים קרובות נאמנות ללקוחות כדי לעודד את הלקוחות להמשיך להשתמש בהן, נקודות נאמנות יש להן יכולת שגורמת ללקוחות להשתמש בהזמנות עתידיות.

(5) תמיכת לקוחות: אפליקציות משלוחי מזון זמינות ללקוחות ותומכות בלקוחות 24/7. יש להם יכולת להציע לכל לקוח את תמיכת הלקוחות הטובה ביותר, לענות על השאלות של הלקוחות ולסייע להם בכל צורך או תלונה (Gupta, M, 2019).

לפי עוד מחקר, היכולות הפונקציונליות באפליקציות משלוחי מזון השפיעו ישירות על שביעות הרצון האלקטרונית של הלקוחות במהלך משבר הקורונה

(Adnan Muhammad Shah, Xiangbin Yan, Abdul Qayyum, 2021).

אפליקציות משלוחי מזון מאפשרות למשתמשים לראות את כל סוגי האוכל שיש במסעדה, המשתמש יכול לצפות ולדפדף ואז לבחור את מה שהוא רוצה. הן קלות לשימוש, המשתמש מבין מה הוא צריך לעשות וזה לא משהו מסובך. בנוסף לכך האפליקציה מתאימה למשתמש את המזון המתאים לו, למשל אם הוא בדרך כלל מזמין אוכל שיש בו גבינה אז היא יודעת שהוא אוהב גבינה וכך היא מראה לו את המוצרים שיש בהם גבינה בהתחלה ומתאימה את כל הרשימות לפי ההעדפות שלו. האפליקציה מאפשרת למשתמשים להזמין מתי שהם רוצים ואיפה שהם נמצאים לכן הם מרגישים נוח עם זה.

שאלה ממוקדת שנייה: האם קיים קשר בין סוג האפליקציות (פנימי או שירות חוץ) למשלוחים שהמסעדה סיפקה בתקופת הקורונה לבין שביעות רצון הלקוח?

כפי שצינו קודם, ישנם שני סוגי אפליקציות למשלוחי מזון ממסעדות, הסוג הראשון הוא אפליקציות פנימיות ששייכות למסעדה עצמה באופן ישיר, והסוג השני שהן אפליקציות שירותי חוץ או צד שלישי, שהן אפליקציות שמאפשרות משלוחים מכל מיני מסעדות ללא קשר למסעדה עצמה.

אצל אפליקציות משלוחי מזון קיימת יכולת שהיא איכות שירות אלקטרוני אשר גורמת לשביעות רצון הלקוח באופן כללי, ברגע שהמשתמשים מוצאים באפליקציה שירות חיובי, הם הופכים למרוצים ומוכנים לתמוך באפליקציה שוב ושוב בהמשך ובעתיד (Ray et al., 2019).

התוצאות של מחקר נוסף מראות שאמינות ואיכות שירות אלקטרוני הם הגורמים הנחשבים ביותר על ידי הצרכנים בבחירת אפליקציית משלוחי מזון. צרכנים מעדיפים מאוד אפליקציות משלוחי מזון של צד ראשון (אפליקציות פנימיות) וזאת בגלל גורמי האמינות הגבוהים יותר. אפליקציות משלוחי מזון של צד שלישי, דורגו על ידי הצרכנים כבעלי גורם אמון נמוך יותר בהשוואה לאפליקציות צד ראשון. מחקר זה מראה שלאפליקציות משלוחי מזון של המסעדה (צד ראשון) יש יתרון בהשוואה לאפליקציות משלוחי מזון של צד שלישי (Kartika Aprilia, 2020).

Benhardy, Matthew Ronadi, 2020)

שאלה ממוקדת שלישית: האם קיים קשר בין מעבר המסעדה לשירות באמצעים דיגיטאליים לבין כמות ההזמנות במסעדה בתקופת סגרים וביניהם?

במהלך מגפת הקורונה ישנם מסעדות שהחליטו לשלב את תחום מערכות מידע בעבודה שלהם, כלומר לתת אפשרות למשלוחי מזון עד בית הלקוח. לעומת זאת ישנם גם מסעדות שהחליטו להמשיך כרגיל בלי לשנות כלום בעסק שלהם. לכן ללא ספק יהיה הבדל בין השניים. כמו שאנחנו כאנשים החיים במגפת הקורונה ורואים את המציאות, רוב האנשים מעדיפים להזמין אוכל לבית מאשר ללכת למסעדות. לכן רצינו לבדוק את הקשר בין מעבר המסעדה לשירות באמצעים דיגיטאליים לבין כמות ההזמנות במסעדה בתקופת סגרים.

לפי המאמר שחוקר איך השימוש בפלטפורמות משלוח לפי דרישה משפיע על המסעדות, ניתוח אמפירי מראה שמסעדות שכן על פלטפורמות משלוח מושפעות פחות לרעה מהמגיפה: הן הביקוש והן כוח האדם במסעדות גבוה יותר ממסעדות שאינן בפלטפורמות הללו (Zhuoxin Li and Gang Wang, 2020).

מחקר נוסף המתמקד במסעדות שכבר היו על הפלטפורמות לפני המגיפה (בערך 94.5% מכלל המסעדות בפלטפורמות), וכאלה שטרם הצטרפו לאף אחת מפלטפורמות המשלוחים עד סוף תקופת הנתונים שלנו. תוצאות המחקר מראות שהקורונה השפיעה פחות לרעה על המסעדות שמשלבות מערכות מידע בעבודתיהם (משלוחים), והיא עזרה להם להתאושש ולהקטין את ההפסד שהיה להם בתחילת המגפה.

מסעדות הנמצאות בפלטפורמות משלוחים מושפעות פחות מהמגיפה: ביקורי הלקוחות במסעדות אלו גבוהים ב-4.5% וצוות עובדים גבוה ב-6.7% בהשוואה למסעדות שלא נמצאות בפלטפורמות הללו (Zhuoxin Li and Gang Wang, 2020).

בשל הטכנולוגיה המתמשכת ענף משלוחי המזון היינו בעלייה כבר כמה שנים, אבל בעקבות מגפת הקורונה העלייה נהיית גבוהה יותר ומהירה יותר.

הצמיחה המתמשכת של מגזר משלוחי המזון נצפתה במספר מדינות במהלך השנים האחרונות. בשנת 2019, מספר משתמשי ה-FDA היה 35.7 מיליון, בעוד שהצפי לשנת 2021 הוא 53 מיליון (תחזית מותאמת להשפעה של הקורונה) (Chevalier, 2020b).

(Luis D'Avoglio Zanettaa, Mariana Piton Hakima, Gabriel Barbosa Gastaldia, Larissa Mont'Alverne Jucá Seabra, Priscilla Moura Rolim, Letícia Guimarães Perdomo Nascimento, Caroline Opolski Medeiros, Diogo Thimoteo da Cunhaa, 2021)

במדינות רבות, מספר הנחיות רשמיות למסעדות שנפתחות מחדש במהלך המגיפה מעודדות את השימוש במערכת המשלוחים כשיטה המועדפת (Maragoni-Santos et al., 2021). ככה מערכת משלוחי המזון הפכה לאופציה מעניינת במהלך המגיפה, וגרמה למסעדות להסתגל, לשנות ולשפר את העסק שלהן (Gavilan et al., 2021). שינויים אלה אפשרו למסעדות להמשיך לפעול תוך התמודדות עם אתגרי המגיפה, ואפשרו לצרכנים לקבל גישה למזון מחוץ לבית בצורה בטוחה יותר.

שאלה ממוקדת רביעית: באיזה מידה קיים קשר בין מעבר המסעדה לשירות באמצעים דיגיטאליים לבין המשכיות הלקוח בשימוש באפליקציות משלוחי מזון בתקופת הקורונה ואחרי תקופת הקורונה?

השימוש באפליקציות משלוחי מזון עלה בתחילת תקופת הקורונה, אבל האם הוא ימשיך בעלייה גם באמצע המגפה או אפילו אחריה?

אחד המחקרים מצביע על זה שאנשים המשתמשים באפליקציות משלוחי מזון בתקופת הקורונה, הם גם ימשיכו להשתמש בהם אחרי תקופת הקורונה. זאת אומרת שעם סיום תקופת הקורונה, השימוש באפליקציות משלוחי מזון לא יפסיק. בניגוד לביקור במסעדות, שלא ידוע האם הוא יחזור כפי שהיה או שירד לאחר שרוב האנשים התרגלו לשימוש באפליקציות משלוחי מזון ממסעדות (Yuyang Zhao, Fernando Bacao, 2020). מחקר זה מראה ש מעבר המסעדה לשירות באמצעים דיגיטאליים יגרום ללקוחות להשתמש באפליקציות משלוחי מזון בתקופת הקורונה וגם אחרי תקופת הקורונה יותר.

לסיכום, ראינו את התוצאות של רוב המחקרים והם מצביעים על כך שמערכות מידע בתחום מסעדות כן השפיעו על מתן שירות ללקוחות בתקופת משבר הקורונה. לכן אנחנו נחקור את אופן ההשפעה ונתעמק בנושא יותר בהמשך המחקר.

מטרת המחקר :

מחקר זה יבחן את השפעת מערכות מידע בתחום מסעדות (אפליקציות משלוחי מזון) על מתן שירות לקוחות בתקופת משבר קורונה. במחקר זה נבחן קשר חד כיווני, נבדוק את ההשפעה של אפליקציות שירותי משלוחי מזון על הלקוחות בתקופת משבר קורונה.

שאלת מחקר והגדרת משתנים

שאלת המחקר הראשית הינה: "כיצד מערכות מידע בתחום מסעדות השפיעו על מתן שירות ללקוחות בתקופת משבר הקורונה?"

משתנה בלתי תלוי – מערכות מידע בתחום מסעדות

השימוש באפליקציות משלוחי מזון הוא באמצעות טלפונים ניידים חכמים או מכשירים אחרים שיש להם הרשאות לשימוש באפליקציות משלוחי מזון. ניתן לסווג את אפליקציות משלוחי מזון לשני סוגים או קטגוריות, קטגוריה ראשונה היא מסעדות שייצרו אפליקציות משלהם לקבלת הזמנות בצורה מקוונת ולהקל על הלקוח, קטגוריה שנייה היא חברות משלוחי מזון מקוונות שהם פלטפורמות של צד שלישי, המשמשים כממשק בין הצרכנים והלקוחות למסעדות או שירותי קייטרינג (Roh and Park, 2019).

משתנה תלוי – מתן שירות ללקוחות בתקופת משבר הקורונה

וירוס הקורונה התפרץ בסוף 2019 במרכז סין והתפרץ ברחבי העולם, מגפת קורונה השפיעה על רוב האוכלוסייה וגרמה לממשלות רבות בעולם להטיל הגבלות על האזרחים והתושבים שגרים במדינה למשל: סגרים בכביש, ריחוק חברתי, סגירת עסקים (לדוגמא: חנויות, קניונים, מסעדות, מלונות, וכדומה...). ההגבלות הללו השפיעו במיוחד על הלקוחות שהיו רגילים לפני מגפת הקורונה ללכת למסעדות ולאכול באופן פיזי, בגלל שהמסעדות נסגרו לפי ההנחיות, שמירת מרחק, ועוד. וכתוצאה מכך הלקוחות התחילו להשתמש בשירותי לקוחות של מערכות מידע בענף מסעדות, כלומר אפליקציות משלוחי מזון.

השערת מחקר ראשית: קיים קשר בין מערכות מידע בתחום מסעדות לבין מתן שירות ללקוחות בתקופת משבר הקורונה

שאלות ממוקדות, השערות המחקר וביסוסן

מטרת השאלות הממוקדות במחקר הינה להפשיט את נושא המחקר מהכלל אל הפרט. השאלות בוחנות את שאלת המחקר הכללית בתחומי מחקר מגוונים ומצומצמים יותר, אשר יאפשרו להתמקד בצורה מעמיקה בכל תחום תוך הבנה מהם הגורמים המרכזיים המשפיעים עליו. במחקר זה מוצגות ארבע שאלות מחקר ממוקדות:

שאלה ממוקדת ראשונה :

Q1: מהם היכולות הפונקציונליות המרכזיות של אפליקציות משלוחי מזון בתחום המסעדות אשר אפשרו חווית לקוח מיטבית בתקופת הקורונה?"

משתנה בלתי תלוי - היכולות הפונקציונליות המרכזיות של אפליקציות משלוחי מזון.

אפליקציות משלוחי מזון מספקות למזמינים אפשרויות שלא מספקות המסעדות עצמם, לכן הם בוחרים בהן במקום ללכת למסעדה

משתנה תלוי - חווית הלקוח בתקופת משבר הקורונה.

גורם חווית המשתמש מקיף את כל החוויות הישירות והעקיפות שמשתמש יכול לקבל תוך כדי שימוש במוצרים ובשירותים. בשאלה הממוקדת נחקר את חווית הלקוח/ניסיון הלקוח בשימוש אפליקציות משלוחי מזון בתקופת קורונה.

H1 – קיים קשר בין היכולות הפונקציונליות המרכזיות של אפליקציות משלוחי מזון בתחום המסעדות לבין חווית לקוח מיטבית בתקופת הקורונה.

שאלה ממוקדת שניה :

Q2 : "האם קיים קשר בין סוג האפליקציות (פנימי או שירות חוץ) למשלוחים שהמסעדה סיפקה בתקופת הקורונה לבין שביעת רצון הלקוח?"

משתנה בלתי תלוי - סוג האפליקציה (פנימי או שירות חוץ)

משתנה תלוי - שביעת רצון הלקוח : שביעת רצון היא תוצאה של הערכה חיובית/שלילית של ציפיות וביצועים של האפליקציות, שהוא ההערכה הסובייקטיבית של הלקוח, בהקשר של שירות אלקטרוני. ניתן להשיג שביעות רצון לקוח דרך איכות שירות אלקטרוני טוב. חשוב לספק שירות אלקטרוני מכיוון ששירות אלקטרוני משפיע על שביעות רצון הצרכנים. (Sjahroeddin, F , 2018)

H2 : קיים קשר בין סוג האפליקציות (פנימי או שירות חוץ) למשלוחים שהמסעדה סיפקה בתקופת הקורונה לבין שביעת רצון הלקוח .

שאלה ממוקדת שלישית :

Q3 : " באיזה מידה קיים קשר בין מעבר המסעדה לשירות באמצעים דיגיטאליים לבין כמות ההזמנות במסעדה בתקופות סגרים וביניהם ?"

משתנה בלתי תלוי - מעבר המסעדה לשירות באמצעים דיגיטאליים

עקב מגפת הקורונה, חלק מהמסעדות החליטו לעבור לשירות באמצעים דיגיטאליים ולשלב את תחום מערכות מידע בעבודה שלהם דרך מתן שירות משלוחי מזון.

משתנה תלוי - כמות ההזמנות במסעדה בזמן המגפה

לפני המגפה, היה ללקוחות פחות היכרות עם אפליקציות משלוחי מזון, לכן הלקוחות היו מזמינים ואוכלים פיזית במסעדה. אבל כאשר התחילה המגפה המשתמשים/הלקוחות התחילו להזמין אוכל ממספר מסעדות שונות דרך אפליקציות משלוחי מזון.

H3 - קיים קשר בין מעבר המסעדה לשירות באמצעים דיגיטאליים לבין כמות ההזמנות במסעדה בתקופות סגרים.

שאלה ממוקדת רביעית :

Q4: "באיזה מידה קיים קשר בין מעבר המסעדה לשירות באמצעים דיגיטאליים לבין המשכיות הלקוח בשימוש אפליקציות משלוחי מזון בתקופת הקורונה ואחרי תקופת קורונה?"

משתנה בלתי תלוי - מעבר המסעדה לשירות באמצעים דיגיטאליים

ראה הגדרה בסעיף שאלה ממוקדת 3

משתנה תלוי - המשכיות הלקוח בשימוש אפליקציות משלוחי מזון בתקופת הקורונה ואחרי תקופת קורונה

הלקוח השתמש באפליקציות משלוח מזון בזמן הקורונה בגלל הסגרים וההנחיות והמצב הכללי שלא אפשר להם ללכת למסעדה, אבל אחרי תקופת הקורונה וכשהמצב יחזור כרגיל האם הלקוחות גם ישתמשו באפליקציות משלוחי מזון או שיחזרו למסעדות כרגיל?

H4- קיים קשר בין מעבר המסעדה לשירות באמצעים דיגיטאליים לבין המשכיות הלקוח בשימוש אפליקציות משלוחי מזון בתקופת הקורונה ואחרי תקופת קורונה.

שיטות מחקר :

שיטות המחקר ואופן הביצוע :

המחקר הנוכחי יתבצע באמצעות שתי שיטות מחקר :

א. סקר – לצורך בדיקת השפעת אפליקציות משלוחי מזון על לקוחות בתקופת קורונה, מבחינת כמות הזמנות, שביעת רצון לקוח, המשכיות הלקוח/שימוש חוזר הלקוח באפליקציות משלוחי מזון בתקופת קורונה.

ב. ניתוח מאגרים – לצורך בדיקת היכולות הפונקציונליות של אפליקציות משלוחי מזון שאפשרו חווית לקוח מיטבית בתקופת הקורונה.

שיטת מחקר: סקר

שיטת מחקר: מתאמי

אוכלוסיית המחקר: הסקר מיועד לתושבי מדינת ישראל, בוגרים מכל מגדר ומעל 16. נתבסס על 150 נבדקים שמתמשים באפליקציות שירותי משלוחי מזון.

דגימה: הסקר יתבצע באמצעות "Google Forms" ויופץ באמצעות אפליקציות כמו וואטסאפ, פייסבוק...

מדידה: השאלון ינוסח באופן עצמאי על מנת להתאים את השאלות באופן המדויק ביותר למטרת המחקר ולשאלות המחקר. משתתפי הסקר יתבקשו לענות על כל השאלות. בחלק מההיגדים צריך לסמן את מידת ההסכמה על פי הסולם הבא : 1-מסכים במידה מועטה 5- מסכים במידה רבה

| שם משתנה | נמדד באמצעות השאלה/ות/ היגד/ים | סוג המשתנה | סולם המדידה | תשובות אפשריות | חישוב המשתנה | מקור |
|---|---|---|---|--|---|--|
| סוג האפליקציה (פנימי או שירות חוץ) | 11 10 9 8 6 12 | 6. שמי 8. שמי 9. סדר 10. סדר 11. סדר 12. סדר | 6. סולם שמי 8. סולם שמי 9. סולם סדר 10. סולם סדר 11. סולם סדר 12. סולם סדר | 6. אפליקציות שירותי חוץ/ אפליקציות פנימיות 8. כן/ לא 9. 5 4 3 2 1 10. 4 3 2 1 5 11. 4 3 2 1 5 12. 4 3 2 1 5 | חישוב התוצאות של כל שאלה לבד ומדידת האחוזים של כל תשובה, ואז הסתכלות על כל התשובות של כל השאלות ביחד ומדידתם | השאלון הוגדר באופן עצמאי על מנת להתאים את השאלות באופן המדויק ביותר למטרת המחקר ולשאלות המחקר |
| שביעת רצון הלקוח | 11 10 9 8 6 12 | 6. שמי 8. שמי 9. סדר 10. סדר 11. סדר 12. סדר | 6. סולם שמי 8. סולם שמי 9. סולם סדר 10. סולם סדר 11. סולם סדר 12. סולם סדר | 6. אפליקציות שירותי חוץ/ אפליקציות פנימיות 8. כן/ לא 9. 5 4 3 2 1 10. 4 3 2 1 5 11. 4 3 2 1 5 12. 4 3 2 1 5 | חישוב התוצאות של כל שאלה לבד ומדידת האחוזים של כל תשובה, ואז הסתכלות על כל התשובות של כל השאלות ביחד ומדידתם | השאלון הוגדר באופן עצמאי על מנת להתאים את השאלות באופן המדויק ביותר למטרת המחקר ולשאלות המחקר |

| | | | | | | |
|---|-----------|--|--|--|---|--|
| מעבר המסעדה לשירות באמצעים דיגיטאליים | 15 14 4 3 | 3. שמי 4. שמי 14. סדר 15. סדר | 3. סולם שמי 4. סולם שמי 14. סולם סדר 15. סולם סדר | 3. פעם בחודשיים/ פעם בחודש/ פעם בשבוע/ פעם ביום/ אחר 4. פעם בחודשיים/ פעם בחודש/ פעם בשבוע/ פעם ביום/ אחר 14. 4 3 2 1 5 15. 4 3 2 1 5 | חישוב התוצאות של כל שאלה לבד ומדידת האחוזים של כל תשובה, ואז הסתכלות על כל התשובות של כל השאלות ביחד ומדידתם | השאלון הוגדר באופן עצמאי על מנת להתאים את השאלות באופן המדויק ביותר למטרת המחקר ולשאלות המחקר |
| כמות ההזמנות במסעדה בזמן המגפה | 15 14 4 3 | 3. שמי 4. שמי 14. סדר 15. סדר | 3. סולם שמי 4. סולם שמי 14. סולם סדר 15. סולם סדר | 3. פעם בחודשיים/ פעם בחודש/ פעם בשבוע/ פעם ביום/ אחר 4. פעם בחודשיים/ של כל | חישוב התוצאות של כל שאלה לבד ומדידת האחוזים של כל תשובה, ואז הסתכלות על כל התשובות של כל | השאלון הוגדר באופן עצמאי על מנת להתאים את השאלות באופן המדויק ביותר למטרת המחקר ולשאלות המחקר |

| | | | | | | |
|--|---|--|--|--|-----------|---|
| | השאלות ביחד ומדידתם | פעם בחודש/ פעם בשבוע/ פעם ביום/ אחר 14. 1 2 3 4 5 15. 1 2 3 4 5 | | | | |
| השאלון הוגדר באופן עצמאי על מנת להתאים את השאלות באופן המדויק ביותר למטרת המחקר ולשאלות המחקר | חישוב התוצאות של כל שאלה לבד ומדידת האחוזים של כל תשובה, ואז הסתכלות על כל התשובות של כל השאלות ביחד ומדידתם | 5. פעם בחודשיים/ פעם בחודש/ פעם בשבוע/ פעם ביום/ אחר 7. ללכת למסעדה/ להזמין אוכל לבית 13. 1 2 3 4 5 16. 1 2 3 4 5 | 5. סולם שמי 7. סולם שמי 13. סולם סדר 16. סולם סדר | 5. שמי 7. שמי 13. סדר 16. סדר | 16 13 7 5 | מעבר המסעדה לשירות באמצעים דיגיטאליים |
| השאלון הוגדר באופן עצמאי על מנת להתאים את השאלות באופן המדויק ביותר למטרת המחקר ולשאלות המחקר | חישוב התוצאות של כל שאלה לבד ומדידת האחוזים | 5. פעם בחודשיים/ פעם בחודש/ פעם בשבוע/ פעם ביום/ אחר 7. ללכת למסעדה/ להזמין אוכל לבית 13. 1 2 3 4 5 16. 1 2 3 4 5 | 5. סולם שמי 7. סולם שמי 13. סולם סדר 16. סולם סדר | 5. שמי 7. שמי 13. סדר 16. סדר | 16 13 7 5 | המשכיות הלקוח בשימוש אפליקציות משלוחי מזון |

| | | | | | | |
|---|--|--|-----------------|---|---|--|
| בתקופת הקורונה ואחרי תקופת קורונה | | | 13. סולם סדר | פעם בשבוע/ פעם ביום/ אחר | של כל תשובה, ואז הסתכלות על כל התשובות של כל השאלות ביחד ומדידתם | |
| | | | 16. סולם סדר | 7. ללכת למסעדה/ להזמין אוכל לבית | | |
| | | | | 13. 4 3 2 1 5 | | |
| | | | | 16. 4 3 2 1 5 | | |

שיטת מחקר : ניתוח מאגרים :

שיטת המחקר : מתאמי

סוג המאגרים מהם דולים את המידע : אפליקציות משלוחי מזון.

יחידות הניתוח : אפליקציה- תגובות בחנויות אפליקציות כמו app store ו google play עבור
אפליקציות משלוחי מזון כמו תן ביס, וולט וגם אפליקציות של מסעדות שמספקות משלוחים כמו
מקדונלדס, דומינוס פיצה...

| שם המשתנה | נמדד באמצעות הקטגוריות | סוג המשתנה של הקטגוריה | סולם המדידה | ערכים אפשריים | חישוב המשתנה |
|--|---|--|--|--|--|
| היכולות הפונקציונאליות המרכזיות של אפליקציות משלוחי מזון | 1. שירות לקוחות 2. אמינות מידע 3. דיוק מעקב בזמן אמת 4. עדכניות וזמינות 5. אפשרויות תשלום 6. נוחות 7. שלמות מידע | 1. שמי 2. שמי 3. שמי 4. שמי 5. שמי 6. שמי 7. שמי | 1.סולם שמי 2.סולם שמי 3.סולם שמי 4.סולם שמי 5.סולם שמי 6.סולם שמי 7.סולם שמי | 1. חיובי/שלילי 2. חיובי/שלילי 3. חיובי/שלילי 4. חיובי/שלילי 5. חיובי/שלילי 6. חיובי/שלילי 7. חיובי/שלילי | כתיבת דעות המשתמשים בקובץ אקסל ואז חישוב כל קטגוריה לבד. ובסוף הסתכלות על כל התוצאות ביחד |
| חווית הלקוח בתקופת משבר הקורונה | מידת שביעות הרצון של הלקוח | שמי | סולם שמי | חיובי/ שלילי | כתיבת דעות המשתמשים בקובץ אקסל ואז חישוב תוצאות הקטגוריה ואת האחוזים של כל תשובה |

ממצאים:

פרק זה מציג את התוצאות שמצאנו בשתי שיטות המחקר שלנו: סקר וניתוח מאגרים. עבור כל שיטה נציג את הממצאים ואת המבחנים הסטטיסטיים המתאימים.

שיטת מחקר – ניתוח מאגרים:

שאלת מחקר ממוקדת ראשונה:

מהם היכולות הפונקציונליות המרכזיות של אפליקציות משלוחי מזון בתחום המסעדות אשר אפשרו חווית לקוח מיטבית בתקופת הקורונה?"

השערה: קיים קשר בין היכולות הפונקציונליות המרכזיות של אפליקציות משלוחי מזון בתחום המסעדות לבין חווית לקוח מיטבית בתקופת הקורונה.

בחלק זה נבדוק תגובות של משתמשים שונים על היכולות הפונקציונליות המרכזיות של אפליקציות הזמנת מזון ממסעדות בתחום המסעדות אשר אפשרו חווית לקוח מיטבית בתקופת הקורונה. הניתוח כולל 1681 תגובות שנאספו מתוך ביקורות של משתמשים מאתרי חנות אפליקציות Google Play, App Store על אפליקציות משלוחי מזון שונות כמו וולט, פיצה האט, תן ביס וכדומה...

התגובות חולקו ל-7 קטגוריות שונות: שירות לקוחות, אמינות מידע, דיוק מעקב בזמן אמת, עדכניות וזמינות ללקוח, אפשרויות תשלום, נוחות, ושלמות מידע.

בחלק זה קיבלנו 1350 (80.3%) תגובות חיוביות, ו-331 (19.7%) תגובות שליליות על היכולות הפונקציונליות המרכזיות של אפליקציות הזמנת מזון ממסעדות.

לכן אחרי שאספנו נתונים בניתוח מאגרים, בדקנו את הקשר בין היכולות הפונקציונליות המרכזיות של אפליקציות הזמנת מזון ממסעדות לבין חווית הלקוח. כדי לבדוק את קשר זה ביצענו מבחן חי בריבוע לבדיקת אי תלות

| | |
|---------|-----------------|
| 2 | R |
| 7 | C |
| 2 | L |
| 6 | df |
| 22.72 | Chi-square stat |
| 0.08 | cramer |
| 0.00089 | P value |

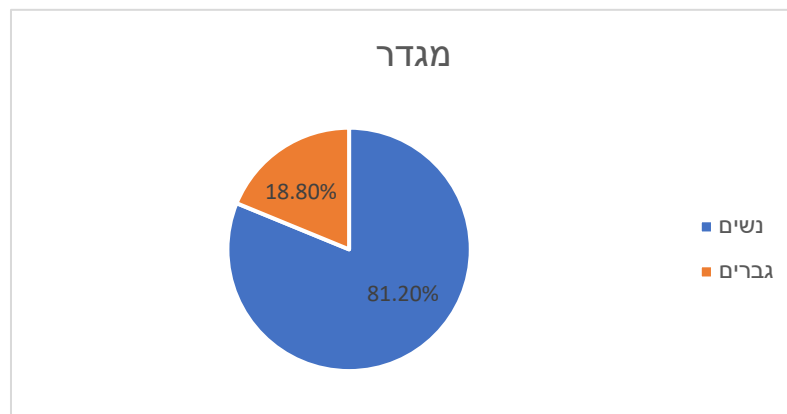
לבדיקת הקשר בין היכולות הפונקציונליות המרכזיות של אפליקציות הזמנת מזון ממסעדות לבין חווית הלקוח, נערך מבחן חי בריבוע לבדיקת אי תלות. התקבלה תוצאה מובהקת

(chi-square stat=22.72, $p<.05$) כלומר נמצא קשר סטטיסטי בין היכולות הפונקציונליות המרכזיות של אפליקציות הזמנת מזון ממסעדות לבין חווית הלקוח

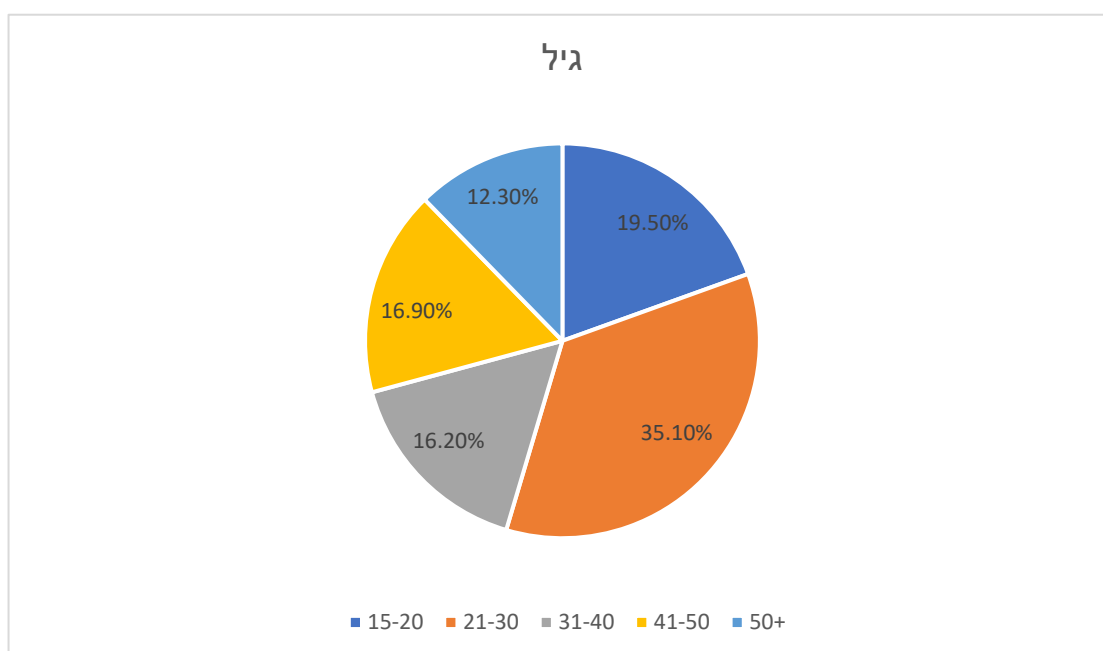
שיטת מחקר- סקר:

רקע:

1. במחקר זה השתתפו 154 (N=154) נשאלים במסגרת הסקר, מתוכם 81.2% נשים ו 18.8% גברים



2. גילאי המשתתפים : 15-20 : 19.5% , 21-30 : 35.1% , 31-40 : 16.2% , 41-50 : 16.9% , +50 : 12.3%.



שאלת מחקר ממוקדת שנייה:

האם קיים קשר בין סוג האפליקציות (פנימי או שירות חוץ) למשלוחים שהמסעדה סיפקה בתקופת הקורונה לבין שביעת רצון הלקוח?

השערה: קיים קשר בין סוג האפליקציות (פנימי או שירות חוץ) למשלוחים שהמסעדה סיפקה בתקופת הקורונה לבין שביעת רצון הלקוח

על מנת לבחון השערת המחקר זו הנבדקים נשאלו על האם הם מעדיפים להזמין מאפליקציות פנימיות או אפליקציות שירותי חוץ ועל האם הם היו ממליצים לחברים להשתמש באפליקציות הזמנת מזון ממסעדות

| | |
|-------|-----------------|
| 2 | R |
| 2 | C |
| 2 | L |
| 1 | df |
| 9.955 | Chi-square stat |
| 0.179 | Cramer's r |
| 0.001 | P value |

לבדיקת הקשר בין העדפת אפליקציות פנימיות או שירות חוץ לבין ההמלצה לחברים להשתמש באפליקציות הזמנת מזון ממסעדות, נערך מבחן חי בריבוע לבדיקת אי תלות. התקבלה תוצאה מובהקת ($\chi^2=9.955, p<.05$) כלומר נמצא קשר סטטיסטי בין העדפת אפליקציות פנימיות או שירות חוץ לבין ההמלצה לחברים להשתמש באפליקציות הזמנת מזון ממסעדות.

בנוסף, הנבדקים נשאלו על מידת שביעות הרצון שלהם מאפליקציות פנימיות ועל האם רוב האנשים שהם מכירים מעדיפים אפליקציות פנימיות מאשר אפליקציות שירותי חוץ

| | |
|------------|--------------------|
| 154 | N |
| 152 | df |
| 0.394 | spearman r |
| 5.293 | t (test statistic) |
| 0.00000041 | p.value (2-tailed) |

לבדיקת הקשר בין מידת שביעות הרצון שלהם מאפליקציות פנימיות לבין האם רוב האנשים שהם מכירים מעדיפים אפליקציות פנימיות חושב מתאם ספירמן. המתאם שחושב נמצא מובהק סטטיסטית ($r(152)=0.394, p<.05$)

תוצאה זו מעידה על קשר מונוטוני חיובי חזק בין מידת שביעות הרצון שלהם מאפליקציות פנימיות לבין האם רוב האנשים שהם מכירים מעדיפים אפליקציות פנימיות.

אנשים שמידת שביעות הרצון שלהם מאפליקציות פנימיות גבוהה גם רוב האנשים שהם מכירים מעדיפים אפליקציות פנימיות מאשר אפליקציות שירותי חוץ.

בנוסף, הנבדקים נשאלו על מידת שביעות הרצון שלהם מאפליקציות שירותי חוץ ועל האם רוב האנשים שהם מכירים מעדיפים אפליקציות שירותי חוץ מאשר אפליקציות פנימיות.

| | |
|--------------------|-------------|
| N | 154 |
| df | 152 |
| spearman r | 0.426 |
| t (test statistic) | 5.810 |
| p.value (2-tailed) | 0.000000035 |

לבדיקת הקשר בין מידת שביעות הרצון שלהם מאפליקציות שירותי חוץ לבין האם רוב האנשים שהם מכירים מעדיפים אפליקציות שירותי חוץ חושב מתאם ספירמן. המתאם שחושב נמצא מובהק סטטיסטית ($r(152)=0.426, p<.05$)

תוצאה זו מעידה על קשר מונוטוני חיובי חזק בין מידת שביעות הרצון שלהם מאפליקציות שירותי חוץ לבין האם רוב האנשים שהם מכירים מעדיפים אפליקציות שירותי חוץ מאשר אפליקציות פנימיות.

אנשים שמידת שביעות הרצון שלהם מאפליקציות שירותי חוץ גבוהה גם רוב האנשים שהם מכירים מעדיפים אפליקציות שירותי חוץ מאשר אפליקציות פנימיות.

שאלת מחקר ממוקדת שלישית:

באיזה מידה קיים קשר בין מעבר המסעדה לשירות באמצעים דיגיטאליים לבין כמות ההזמנות במסעדה בתקופות סגרים וביניהם ?

השערה: קיים קשר בין מעבר המסעדה לשירות באמצעים דיגיטאליים לבין כמות ההזמנות במסעדה בתקופות סגרים

על מנת לבחון השערת המחקר זו הנבדקים נשאלו על תדירות ההזמנות שלהם מאפליקציות הזמנת מזון ממסעדות לפני תקופת הקורונה ועל תדירות ההזמנות שלהם מאפליקציות הזמנת מזון ממסעדות בתקופת הקורונה

| | |
|-----------------|---------------|
| R | 6 |
| C | 5 |
| L | 5 |
| Df | 20 |
| Chi-square stat | 86.441 |
| Cramer's r | 0.335 |
| P value | 0.00000000031 |

לבדיקת הקשר בין תדירות ההזמנות מאפליקציות הזמנת מזון ממסעדות לפני תקופת הקורונה לבין התדירות בתקופת המגפה, נערך מבחן חי בריבוע לבדיקת אי תלות. התקבלה תוצאה מובהקת

(chi-square stat=86.44, $p<.05$) כלומר נמצא קשר סטטיסטי בין תדירות ההזמנות מאפליקציות הזמנת מזון ממסעדות לפני תקופת הקורונה לבין התדירות בתקופת הקורונה.

בנוסף הנבדקים נשאלו על האם בתקופת הקורונה הם שינו הרגלים ובמקום להגיע למסעדה פיזית, הם מזמינים יותר משלוח ממסעדות באמצעות אפליקציות ועל האם הם מרוצים מהשימוש באפליקציות הזמנת מזון ממסעדות

| | |
|--------------------|-------------|
| N | 154 |
| df | 152 |
| spearman r | 0.438 |
| t (test statistic) | 6.016 |
| p.value (2-tailed) | 0.000000013 |

לבדיקת הקשר בין האם בתקופת הקורונה הם שינו הרגלים ובמקום להגיע למסעדה פיזית, הם מזמינים יותר משלוח ממסעדות באמצעות אפליקציות לבין האם הם מרוצים מהשימוש באפליקציות הזמנת מזון ממסעדות חושב מתאם ספירמן. המתאם שחושב נמצא מובהק סטטיסטית ($r(152)=0.438, p<.05$)

תוצאה זו מעידה על קשר מונוטוני חיובי חזק בין האם בתקופת הקורונה הם שינו הרגלים ובמקום להגיע למסעדה פיזית, הם מזמינים יותר משלוח ממסעדות באמצעות אפליקציות לבין האם הם מרוצים מהשימוש באפליקציות הזמנת מזון ממסעדות

ככל שתקופת הקורונה גרמה להם לשנות הרגל ובמקום ללכת למסעדה פיזית הם מזמינים יותר משלוח ממסעדות כך הם מרוצים מהשימוש באפליקציות הזמנת מזון ממסעדות יותר

שאלה ממוקדת רביעית:

באיזה מידה קיים קשר בין מעבר המסעדה לשירות באמצעים דיגיטאליים לבין המשכיות הלקוח בשימוש אפליקציות משלוחי מזון בתקופת הקורונה ואחרי תקופת קורונה?

השערה: קיים קשר בין מעבר המסעדה לשירות באמצעים דיגיטאליים לבין המשכיות הלקוח בשימוש אפליקציות משלוחי מזון בתקופת הקורונה ואחרי תקופת קורונה

על מנת לבחון השערת המחקר זו הנבדקים נשאלו על מה הם מעדיפים יותר, ללכת למסעדה או להזמין אוכל לבית מאפליקציות הזמנת מזון ממסעדות ועל מה תהיה תדירות ההזמנות שלהם מאפליקציות הזמנת מזון ממסעדות אחרי מגפת הקורונה

| | |
|--------|-----------------|
| 2 | R |
| 5 | C |
| 2 | L |
| 4 | df |
| 12.149 | Chi-square stat |
| 0.198 | Cramer's r |
| 0.016 | P value |

לבדיקת הקשר בין מה הם מעדיפים יותר, ללכת למסעדה או להזמין אוכל לבית מאפליקציות הזמנת מזון ממסעדות לבין מה תהיה תדירות ההזמנות שלהם מאפליקציות הזמנת מזון ממסעדות אחרי מגפת הקורונה, נערך מבחן חי בריבוע לבדיקת אי תלות. התקבלה תוצאה מובהקת

(chi-square stat=12.149, $p<.05$) כלומר נמצא קשר סטטיסטי בין האם הם מעדיפים ללכת למסעדה או להזמין מהאפליקציות לבין תדירות ההזמנה שלהם מהאפליקציות אחרי תקופת הקורונה.

בנוסף, הנבדקים נשאלו על האם תקופת הקורונה גרמה להם להזמין יותר משלוחים ממסעדות באמצעות אפליקציות מלפני הקורונה ועל האם הם ימשיכו להשתמש באפליקציות הזמנת מזון ממסעדות גם אחרי תקופת הקורונה

| | |
|----------|--------------------|
| 154 | N |
| 152 | df |
| 0.296 | spearman r |
| 3.834 | t (test statistic) |
| 0.000184 | p.value (2-tailed) |

לבדיקת הקשר בין האם תקופת הקורונה גרמה להם להזמין יותר משלוחים ממסעדות באמצעות אפליקציות מלפני הקורונה לבין האם הם ימשיכו להשתמש באפליקציות הזמנת מזון ממסעדות גם אחרי תקופת הקורונה חושב מתאם ספירמן. המתאם שחושב נמצא מובהק סטטיסטית ($r(152)=0.296, p<.05$)

תוצאה זו מעידה על קשר מונוטוני חיובי חזק בין האם תקופת הקורונה גרמה להם להזמין יותר משלוחים ממסעדות באמצעות אפליקציות מלפני הקורונה לבין האם הם ימשיכו להשתמש באפליקציות הזמנת מזון ממסעדות גם אחרי תקופת הקורונה

ככל שתקופת הקורונה גרמה להם להזמין יותר משלוחים ממסעדות דרך אפליקציות כך הם גם ימשיכו להשתמש באפליקציות הזמנת מזון ממסעדות אחרי תקופת הקורונה יותר.

דיון ומסקנות:

במחקר זה נבחנו השפעות אפליקציות הזמנת מזון ממסעדות על מספר משתנים.

השערת המחקר הראשונה היא כי קיים קשר בין היכולות הפונקציונליות המרכזיות של אפליקציות משלוחי מזון לבין חווית הלקוח. השערתנו אומרת כי היכולות הפונקציונליות של אפליקציות משלוחי מזון יגרמו לחווית לקוח גבוהה יותר. השערה זו התבססה על ממצאים ממחקר אשר הראה כי ישנן כמה יכולות פונקציונליות באפליקציות משלוחי מזון אשר השפיעו ישירות על שביעות הרצון האלקטרונית של הלקוחות במהלך משבר הקורונה (Adnan Muhammad Shah, Xiangbin Yan, Abdul Qayyum, 2021). תוצאות המחקר מאוששות את השערתנו ומראות כי אכן היכולות הפונקציונליות של אפליקציות משלוחי מזון גורמות לחווית לקוח גבוהה יותר. תוצאות המחקר הינן מובהקות ברמת 95% וניתן לטעון כי קיים קשר בין היכולות הפונקציונליות המרכזיות של אפליקציות משלוחי מזון לבין חווית הלקוח. (χ^2 -square stat=22.72, $p<.05$) תוצאות המחקר מתיישבות עם מחקרי עבר אשר על פיהם, היכולות הפונקציונליות הנמצאות באפליקציות משלוחי מזון גרמו לחווית לקוח מיטבית

השערת המחקר השנייה היא כי קיים קשר בין סוג האפליקציות (פנימי או שירות חוץ) למשלוחים שהמסעדה סיפקה בתקופת הקורונה לבין שביעת רצון הלקוח. השערתנו אומרת כי אפליקציות פנימיות יגרמו לשביעות רצון גבוהה יותר ללקוח מאשר אפליקציות שירותי חוץ. השערה זו התבססה על ממצאים ממחקר אשר הראה כי אנשים מעדיפים להזמין מזון מאפליקציות פנימיות השייכות למסעדה עצמה מאשר להזמין מאפליקציות שירותי חוץ (צד שלישי) (Kartika Aprilia Benhardy, Matthew Ronadi, 2020).

תוצאות המחקר תומכות בהשערתנו ומראות כי אכן אנשים מעדיפים יותר להזמין מאפליקציות פנימיות. תוצאות המחקר הינן מובהקות ברמת 95% וניתן לטעון כי קיים קשר בין סוג האפליקציות (פנימי או שירות חוץ) למשלוחים שהמסעדה סיפקה בתקופת הקורונה לבין שביעת רצון הלקוח.

(χ^2 -square stat=9.955, $p<.05$) , ($r(152)=0.394, p<.05$) , ($r(152)=0.426, p<.05$)

השערת המחקר השלישית היא כי קיים קשר בין מעבר המסעדה לשירות באמצעים דיגיטאליים לבין כמות ההזמנות במסעדה בתקופת הקורונה. השערתנו אומרת כי מעבר המסעדה לשירות באמצעים דיגיטאליים יגרום לעלייה בכמות ההזמנות במסעדה בתקופת הקורונה. השערה זו התבססה על ממצאים ממחקר אשר הראה כי מתן האפשרות להזמין משלוחים ממסעדות הביא לעלייה משמעותית בכמות ההזמנות בהשוואה למסעדות שלא נמצאות בפלטפורמות המשלוחים, ואפשרות זו עזרה להם להתאושש ולהקטין את ההפסד שהיה להם בתחילת המגפה (Zhuoxin Li and Gang Wang, 2020). תוצאות המחקר תומכות בהשערתנו ומראות כי אכן מעבר המסעדה לשירות באמצעים דיגיטאליים גרם לעלייה בכמות ההזמנות במסעדה בתקופת הקורונה. תוצאות המחקר הינן מובהקות ברמת 95% כי קיים קשר בין מעבר המסעדה לשירות באמצעים דיגיטאליים לבין כמות ההזמנות במסעדה בתקופת הקורונה. (χ^2 -square stat=86.44, $p<.05$) תוצאות המחקר מתיישבות עם מחקרי עבר אשר על פיהם, מסעדות

המשתמשות באפליקציות משלוחי מזון הייתה להם עלייה בכמות ההזמנות בתקופת הקורונה (Yuyang Zhao, Fernando Bacao, 2020).

השערת המחקר הרביעית מציעה כי קיים קשר בין מעבר המסעדה לשירות באמצעים דיגיטאליים לבין המשכיות הלקוח בשימוש באפליקציות משלוחי מזון בתקופת הקורונה ואחרי תקופת קורונה. השערתנו אומרת כי מעבר המסעדה לשירות באמצעים דיגיטאליים יגרום ללקוח להמשיך להשתמש באפליקציות משלוחי מזון בתקופת הקורונה ואחרי תקופת הקורונה יותר. השערה זו התבססה על ממצאים ממחקר אשר הראה כי אנשים המשתמשים באפליקציות משלוחי מזון בתקופת הקורונה, הם גם ימשיכו להשתמש בהם אחרי תקופת הקורונה, כלומר עם סיום תקופת הקורונה, השימוש באפליקציות משלוחי מזון לא יפסיק (Yuyang Zhao, Fernando Bacao, 2020). תוצאות המחקר תומכות בהשערתנו ומחזקות אותה. תוצאות המחקר שלנו הינן מובהקות הרמת 95% כי קיים קשר בין מעבר המסעדה לשירות באמצעים דיגיטאליים לבין המשכיות הלקוח בשימוש באפליקציות משלוחי מזון בתקופת הקורונה ואחרי תקופת קורונה. $(\chi^2=12.149, p<.05)$, $(r(152)=0.296, p<.05)$. תוצאות המחקר מתיישבות עם מחקרי עבר אשר על פיהם, מעבר המסעדה לשירות באמצעים דיגיטאליים יגרום ללקוחות להשתמש באפליקציות משלוחי מזון בתקופת הקורונה וגם אחרי תקופת הקורונה.

מגבלות המחקר:

למחקר הזה היו כמה מגבלות כמו טווח הגילאים, בסקר שלנו טווח הגילאים התחיל מגיל 15, לכן התוצאות לא מייצגות את כל האוכלוסייה. בנוסף לכך, הסקר היינו מיועד למענה אישי אבל ייתכן שלא כל המשיבים ענו בכנות וללא השפעה חברתית. בנוסף אנחנו לא בחנו את כל היכולות הפונקציונליות בניתוח מאגרים, לכן ייתכן שיש עוד יכולות שאפשרו חווית לקוח מיטבית בתקופת הקורונה.

המלצות למחקרי המשך:

כדאי לעשות מחקר אחרי שתסיים תקופת הקורונה, שבו תיבדק השפעת מערכות מידע בתחום מסעדות על מתן שירות ללקוחות. לבדוק למה אנשים מזמינים מאפליקציות משלוחי מזון כשהם יכולים ללכת למסעדה פיזית, והאם מספר הלקוחות המגיעים פיזית למסעדה גדול ממספר המזמינים דרך אפליקציות משלוחי מזון ממסעדות.

רפלקציה:

סמאא עראר-

עבודת הסמינר היא העבודה הגדולה שעבדתי עליה בכל התואר. הייתה תקופה מאוד עמוסה ולחוצה, היה לי קשה לתאם בין הסמינר לבין שאר העבודות בשאר הקורסים במיוחד שאני הייתי עם קבוצה אחרת ועברתי לקבוצה חדשה באיחור אז היינו מאוד לחוצים בזמנים, וגם כי אנחנו רק זוג בעבודה ולא שלישיה אז העומס היה עוד יותר גדול עלינו. אבל כשאני מסתכלת על העבודה ורואה שאנחנו עשינו את כל זה לבד אני נהיית מאוד שמחה וגאה בעצמי. עבודת הסמינר לימדה אותי מאוד דברים חדשים כמו איך כותבים סקירת ספרות למשל, וגם הזכירה לי בכמה נושאים ששכחתי, כמו איך עושים חישובים סטטיסטיים.

אמיר חיר

עבודת הסמינר הייתה עבודה גדולה ומשמעותית, היה לי חוויות קשות בתחילת הסמינר ותחילת הסמסטר, ובהחלט וכמובן היה לי חששות בכל שלב בדרך, החשש ומכשול והלחץ עבורי זה היה השילוב בין מטלות קורסי הסמסטר לבין שלבי פרק הסמינר, למרות הלחץ אני באופן אישי וחברה הצוות שלי סמאא הצלחנו להתבגר על הלחצים שהיה לנו מבחינת ניהול זמנים, בניית כל פרק בסמינר, תיקון כל פרק בסמינר, בניית שיטות מחקר, וכו'...

למדתי באופן אישי במהלך עבודת הסמינר, דברים חדשים למשל: השגת רעיונות חדשים למחקר בפרק סקירת ספרות כשהייתי מחפש מאמר הרלוונטי, מה החשיבות של המחקר בסמינר בעתיד ובהמשך בשוק העבודה ובפועל, השגת ידע של מבחנים סטטיסטיים חדשים שלא למדנו את זה במהלך התואר. הסיבה שהתבגרנו והתמודדנו על לחצים ודרישות בכל פרק בעבודת הסמינר היינו מחלקים ביני לבין חברה הצוות שלי מה תפקיד מסוים שצריך לעשות, מה לעשות בפרק סמינר ובאיזה אתמקד, כלומר בעבודת צוות, בכל פרק היינו מחלקים בינו מה לכתוב ולבנות, וכך היינו מסיימים את הפרק בהצלחה, כלומר בעזרת השיתוף הפעולה שהיה ביני לבין חברה צוות שלי סמאא, הצלחנו להתמודד עם הסמינר, וחוויתי עם המנחה יצחק במהלך הסמינר הייתה מאוד טובה, מהרגע הראשון יצרנו קבוצה וואטסאפ משותפת עם המנחה, והוא היה זמין לנו לכל שאלה שנתקלנו במהלך עבודת סמינר, התקשורת עם המנחה הייתה מצוינת, כשהיינו מגישים פרק מסוים בסמינר, היה שולח לנו מה הטעויות בדיוק לתקן, ובאיזה כיוון להתמקד כדי לשפר את הפרק שלנו, אני חושב שלא רק השיתוף פעולה בין חברי צוות תרמה לעבודת הסמינר, אני חושב שהתקשורת עם המנחה גם תרמה לעבודתו עקב התיקון שהיה מתקן לנו, ואומר לנו באיזה כיוון להתמקד כדי לשפר כל פרק, הרגשנו מאוד נוח לפנות אליו ולשאול שאלות וכך יכולנו להשתפר במהירות בקלות.

Ray, A., Dhir, A., Bala, P. K., & Kaur, P. (2019). Why do people use food delivery apps (FDA)? A uses and gratification theory perspective. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 51, 221-230.

https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S096969891930373X?casa_token=WD_QOjyhlQoAAAAA:eqXmwLBXfk7S3piAMeT_7xztL0SQCC8Cnax8axk1249rHtlwsRh3DxbGMNltdDSX9QSQDbA

Zhao, Y., & Bacao, F. (2020). What factors determining customer continuingly using food delivery apps during 2019 novel coronavirus pandemic period?. *International journal of hospitality management*, 91, 102683.

https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0278431920302358?casa_token=eTYyXKrP7KsAAAAA:VHEyU3TP14k_Y5Q0yNiKVB1GHSThQTBYUvXUUCSmt3g0e5hltvNkZSFtaQTcEWxqbKR9l7U

Lakshmi, B. M., & Shareena, P. (2020). Impact of COVID 19 on the Restaurants.

Journal of Interdisciplinary Cycle Research, 12(8), 1327-1334 -

<http://www.jicrjournal.com/gallery/161-jicr-august-3141.pdf>

Wang, Y. S., Tseng, T. H., Wang, W. T., Shih, Y. W., & Chan, P. Y. (2019). Developing and validating a mobile catering app success model. *International Journal of Hospitality Management*, 77, 19-30-

https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0278431916305229?casa_token=oYFUq4czyF4AAAAA:HfHxMNUT27IbNFPK2QxSoa2BvR9MLxwGf3j-rgZ4R-8yKHw5gfidvIVQSbVC2g3KZEnbGg

Roh, M., & Park, K. (2019). Adoption of O2O food delivery services in South Korea:

The moderating role of moral obligation in meal preparation. *International Journal of Information Management*, 47, 262-273 -

https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0268401217306941?casa_token=S5v39k5I7YMAAAAA:2UMzjmSHUtihjcD8BvIyfcjxzGwITlzzGlFWn_Bsr_sR9gA-fdTS5zsPrj6tqSixP0uqxA

Kumar, S., & Shah, A. (2021). Revisiting food delivery apps during COVID-19

pandemic? Investigating the role of emotions. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 62, 102595 –

https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0969698921001612?casa_token=VqDZ15ZBIQIAAAAA:XkZixelNIqMtLKX64ATLsy3KCK-4OA83WYAl4Wj88bvObiHyiooIL3TnaB2TS8Wgg_sH9w

- Gupta, M. (2019). A Study on Impact of Online Food delivery app on Restaurant Business special reference to zomato and swiggy. *International Journal of Research and Analytical Reviews*, 4(1), 889-893 -
http://ijrar.com/upload_issue/ijrar_issue_20542895.pdf
- Yadav, R., Balaji, M. S., & Jebarajakirthy, C. (2019). How psychological and contextual factors contribute to travelers' propensity to choose green hotels?. *International Journal of Hospitality Management*, 77, 385-395 -
https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0278431918303517?casa_token=E6SeiYAfSY4AAAAA:UA92oMLebX-JIJBflqVTxaHtsmEw-JYrwGEklzsDJ8lGk6jX_rtUYl31ibIKILtMxCOVQ
- Barbosa, R. A. P., Nery-da-Silva, G., Bidá, A. G., & Bajdiuk, C. U. (2020, October). The impact of COVID-19 on the use of food delivery applications. In *CLAV 2020*.-
<http://bibliotecadigital.fgv.br/ocs/index.php/clav/clav2020/paper/view/7590/2234>
- Song, Y. E., Jeon, S. H., & Jeon, M. S. (2017). The effect of mobile food delivery application usage factors on customer satisfaction and intention to reuse. *Culinary science and hospitality research*, 23(1), 37-47
<https://www.koreascience.or.kr/article/JAKO201711656710338.page>
- Cha, S. S., & Seo, B. K. (2020). The effect of food delivery application on Customer Loyalty in Restaurant. *Journal of Distribution Science*, 18(4), 5-12
<https://www.koreascience.or.kr/article/JAKO202014862060871.page>
- Koay, K. Y., Cheah, C. W., & Chang, Y. X. (2022). A model of online food delivery service quality, customer satisfaction and customer loyalty: a combination of PLS-SEM and NCA approaches. *British Food Journal*.
<https://www.emerald.com/insight/content/doi/10.1108/BFJ-10-2021-1169/full/html?skipTracking=true>
- Fakfare, P. (2021). Influence of service attributes of food delivery application on customers' satisfaction and their behavioural responses: The IPMA approach. *International Journal of Gastronomy and Food Science*, 25, 100392.
https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S1878450X21000913?casa_token=HALzJg6uQUYAAAAA:jIdKKZJoVbyWp-m1Tvix3rlpm1yIZ6f5NA2eY9g_aMYqdqz9a-cCs_pNnljSGbrHdeV8EsM
- Macías-Rendón, W., Rodríguez-Morales, K., & Barriga-Medina, H. R. (2021). COVID-19 lockdown and the satisfaction with online food delivery providers. *Estudios Gerenciales*, 37(159), 200-209.
http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0123-59232021000200200

Pigatto, G., Machado, J. G. D. C. F., dos Santos Negreti, A., & Machado, L. M. (2017). Have you chosen your request? Analysis of online food delivery companies in Brazil. *British Food Journal*.

<https://www.emerald.com/insight/content/doi/10.1108/BFJ-05-2016-0207/full/html>

Suhartanto, D., Helmi Ali, M., Tan, K. H., Sjahroeddin, F., & Kusdibyo, L. (2019). Loyalty toward online food delivery service: the role of e-service quality and food quality. *Journal of foodservice business research*, 22(1), 81-97.

<https://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/15378020.2018.1546076>

Elvandari, C. D. R., Sukartiko, A. C., & Nugrahini, A. D. (2018). Identification of technical requirement for improving quality of local online food delivery service in Yogyakarta. *Journal of Industrial and Information Technology in Agriculture*, 1(2), 1-7.

<http://jurnal.unpad.ac.id/jiita/article/view/12345678>

Yeo, V. C. S., Goh, S. K., & Rezaei, S. (2017). Consumer experiences, attitude and behavioral intention toward online food delivery (OFD) services. *Journal of Retailing and Consumer services*, 35, 150-162.

<https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S0969698916302855>

Lee, S. W., Sung, H. J., & Jeon, H. M. (2019). Determinants of continuous intention on food delivery apps: extending UTAUT2 with information quality. *Sustainability*, 11(11), 3141. <https://www.mdpi.com/2071-1050/11/11/3141/htm>

Cheng, A., & Koo, C. (2018). The impact of perceived value and information quality on continued usage of delivery apps. *The Journal of Information Systems*, 27(4), 129-147.

<https://www.koreascience.or.kr/article/JAKO201809950654578.page>

See-Kwong, G., Soo-Ryue, N. G., Shiun-Yi, W., & Lily, C. (2017). Outsourcing to online food delivery services: Perspective of F&B business owners. *The Journal of Internet Banking and Commerce*, 22(2), 1-18.

<https://www.icommercecentral.com/open-access/outsourcing-to-online-food-delivery-services-perspective-of-fb-business-owners.php?aid=86136>

Muangmee, C., Kot, S., Meekaewkunchorn, N., Kassakorn, N., & Khalid, B. (2021). Factors determining the behavioral intention of using food delivery apps during COVID-19 pandemics. *Journal of theoretical and applied electronic commerce research*, 16(5), 1297-1310.

<https://www.mdpi.com/0718-1876/16/5/73/htm>

Nhamo, G., Dube, K., & Chikodzi, D. (2020). Restaurants and COVID-19: A focus on sustainability and recovery pathways. In *Counting the cost of COVID-19 on the global tourism industry* (pp. 205-224). Springer, Cham.

https://link.springer.com/chapter/10.1007/978-3-030-56231-1_9

Zhao, Y., & Bacao, F. (2020). What factors determining customer continuingly using food delivery apps during 2019 novel coronavirus pandemic period?. *International journal of hospitality management*, 91, 102683.

<https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0278431920302358>

Shah, A. M., Yan, X., & Qayyum, A. (2021). Adoption of mobile food ordering apps for O2O food delivery services during the COVID-19 outbreak. *British Food Journal*.

https://www.emerald.com/insight/content/doi/10.1108/BFJ-09-2020-0781/full/html?fbclid=IwAR0vPSFwmW3SWU3y9YnJoqt9RIC0FR-QAmbTybXDfSGdGjV6ZFhRCvR09fA&utm_source=TrendMD&utm_medium=cpc&utm_campaign=British_Food_Journal_TrendMD_0&WT.mc_id=Emerald_TrendMD_0

Benhardy, K. A., & Ronadi, M. (2020). First-party and third-party food delivery apps, which is better in Indonesia?. *Journal of Business Studies and Management Review*, 3(2), 32-38.

<https://online-journal.unja.ac.id/jbsmr/article/view/9708>

Zhao, Y., & Bacao, F. (2020). What factors determining customer continuingly using food delivery apps during 2019 novel coronavirus pandemic period?. *International journal of hospitality management*, 91, 102683.

<https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0278431920302358>

Li, Z., & Wang, G. (2020). The Role of On-Demand Delivery Platforms in Restaurants during Disruption: Evidence from the Coronavirus Pandemic. *Available at SSRN* 3665798.

https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=3665798

CHA, S. S., & LEE, S. H. (2021). The Effects of User Experience Factors on Satisfaction and Repurchase Intention at Online Food Market. *The Journal of Industrial Distribution & Business*, 12(4), 7-13.

<https://www.koreascience.or.kr/article/JAKO202110655042552.page>

Song, H., Ruan, W. J., & Jeon, Y. J. J. (2021). An integrated approach to the purchase decision making process of food-delivery apps: Focusing on the TAM and AIDA models. *International Journal of Hospitality Management*, 95, 102943.

<https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0278431921000864>

Sjahroeddin, F. (2018, October). The role of ES-Qual and food quality on customer satisfaction in online food delivery service. In *Prosiding Industrial Research Workshop and National Seminar* (Vol. 9, pp. 551-558).

https://scholar.google.com/scholar?hl=en&as_sdt=0%2C5&q=The+role+of+ES-Qual+and+food+quality+on+customer+satisfaction+in+online+food+delivery+service&btnG=

Benhardy, K. A., & Ronadi, M. (2020). First-party and third-party food delivery apps, which is better in Indonesia?. *Journal of Business Studies and Management Review*, 3(2), 32-38.

<https://online-journal.unja.ac.id/jbsmr/article/view/9708>

Zanetta, L. D. A., Hakim, M. P., Gastaldi, G. B., Seabra, L. M. A. J., Rolim, P. M., Nascimento, L. G. P., ... & da Cunha, D. T. (2021). The use of food delivery apps during the COVID-19 pandemic in Brazil: The role of solidarity, perceived risk, and regional aspects. *Food Research International*, 149, 110671.

<https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0963996921005706>

Maragoni-Santos, C., Serrano Pinheiro de Souza, T., Matheus, J. R. V., de Brito Nogueira, T. B., Xavier-Santos, D., Miyahira, R. F., ... & Fai, A. E. C. (2021). COVID-19 pandemic sheds light on the importance of food safety practices: Risks, global recommendations, and perspectives. *Critical Reviews in Food Science and Nutrition*, 1-13.

<https://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/10408398.2021.1887078>

Zanetta, L. D. A., Hakim, M. P., Gastaldi, G. B., Seabra, L. M. A. J., Rolim, P. M., Nascimento, L. G. P., ... & da Cunha, D. T. (2021). The use of food delivery apps during the COVID-19 pandemic in Brazil: The role of solidarity, perceived risk, and regional aspects. *Food Research International*, 149, 110671.

https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0963996921005706?casa_token=3u6hxzEkHN4AAAAA:RkHoIgkS1DFRofLbRnNorSrZfOr4FlmPHzbmr3CiQFueoLJQefZeeRbyoVNT4fYp9jK15bM

Gavilan, D., Balderas-Cejudo, A., Fernández-Lores, S., & Martínez-Navarro, G. (2021). Innovation in online food delivery: Learnings from COVID-19. *International journal of gastronomy and food science*, 24, 100330.

https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S1878450X21000299?casa_token=B Y3dIy_45eIAAAAA:4EZIALbfuRXMdc26o8FnNa11x4hhkuHpUThaB00wzfzgtMAIG585NIUYJQ4XK4kCYk-16iRM

נעם בוטוש (2020) השפעת משבר הקורונה על ענף המסעדות – נתונים וכלי סיוע בישראל
ובמדינות מפותחות . הכנסת

https://fs.knesset.gov.il/globaldocs/MMM/9858ab31-64dc-ea11-8107-00155d0aee38/2_9858ab31-64dc-ea11-8107-00155d0aee38_11_16398.pdf

רעות סער (2020) משבר הקורונה גם למסעדות , וואלה 3345520

<https://food.walla.co.il/item/3345520>

עדי דברית מזריץ (2020) מכת מוות לעסקים : "27 אלף נסגרו מתחילת השנה ; 48 אלף נוספים
ייסגרו עד סופה" , דה מרקר

<https://www.themarker.com/coronavirus/2020-07-20/ty-article/0000017f-e177-df7c-a5ff-e37f965c0000>

סמינר ניהול מערכות מידע

שלום רב,
אנחנו סמאא עראר ואמיר חיר סטודנטים לניהול
מערכות מידע במכללה האקדמית תל אביב יפו
במסגרת עבודת הסמינר שלנו אנחנו חוקרים את
השפעת מערכות מידע בתחום מסעדות על מתן
שירות ללקוחות בתקופת משבר הקורונה.
נשמח שתענו על הסקר הקצר (18 שאלות) שיעזור
לנו להסיק מסקנות בעבודת הסמינר שלנו
הסקר הינו אנונימי!

כדי לשמור את הטיוטה אפשר להיכנס לחשבון
Google. מידע נוסף

* חובה

1. גיל *

15-20 ☐

21-30 ☐

31-40 ☐

41-50 ☐

50+ ☐

2. מגדר *

זכר ☐

נקבה ☐

3. מה הייתה תדירות ההזמנות שלכם
מאפליקציות הזמנת מזון ממסעדות
לפני תקופת הקורונה?

פעם בחודשיים ☐

פעם בחודש ☐

פעם בשבוע ☐

פעם ביום ☐

אחר: ☐

*

4. מה היא תדירות ההזמנות שלכם
מאפליקציות הזמנת מזון ממסעדות
בתקופת הקורונה?

☐ פעם בחודשיים

☐ פעם בחודש

☐ פעם בשבוע

☐ פעם ביום

☐ אחר: _____

*

5. לפי דעתכם, מה תהיה תדירות
ההזמנות שלכם מאפליקציות הזמנת
מזון ממסעדות אחרי סיום תקופת
הקורונה

☐ פעם בחודשיים

☐ פעם בחודש

☐ פעם בשבוע

☐ פעם ביום

☐ אחר: _____

* 6. האם הייתם מעדיפים לבצע הזמנה מאפליקציות שירותי חוץ (כמו וולט, תן ביס...) או מאפליקציות פנימיות ששייכות למסעדה עצמה (כמו מקדונלדס, דומינוס פיצה...)?

☐ אפליקציות שירותי חוץ

☐ אפליקציות פנימיות

* 7. מה אתם מעדיפים יותר, ללכת למסעדה או להזמין אוכל לבית מאפליקציות הזמנת מזון ממסעדות?

☐ ללכת למסעדה

☐ להזמין אוכל לבית

* 8. האם הייתם ממליצים לחברים להשתמש באפליקציות הזמנת מזון ממסעדות?

☐ כן

☐ לא



*

9. מידת שביעות הרצון שלכם
מאפליקציות שירותי חוץ (כמו וולט, תן
ביס...) ?

5 4 3 2 1

במידה מועטה במידה רבה

☐☐☐☐☐

*

10. מידת שביעות הרצון שלכם
מאפליקציות פנימיות (ששייכות
למסעדה עצמה כמו מקדונלדס,
דומינוס פיצה...) ?

5 4 3 2 1

במידה מועטה במידה רבה

☐☐☐☐☐

- * 11. רוב האנשים שאני מכיר/ה מעדיפים
אפליקציות שירות חוץ (כמו וולט, תן
ביס...) מאשר אפליקציות פנימיות (כמו
מקדונלדס, דומינוס פיצה...)

5 4 3 2 1

מסכים במידה
רבה



מסכים במידה
מועטה

- * 12. רוב האנשים שאני מכיר/ה מעדיפים
אפליקציות פנימיות (כמו מקדונלדס,
דומינוס פיצה...) מאשר אפליקציות
שירות חוץ (כמו וולט, תן ביס...)

5 4 3 2 1

מסכים במידה
רבה



מסכים במידה
מועטה

* 13. תקופת הקורונה גרמה לי להזמין יותר משלוחים ממסעדות באמצעות אפליקציות מלפני הקורונה

5 4 3 2 1

מסכים במידה
רבה



מסכים במידה
מועטה

* 14. בתקופת הקורונה שינינו הרגלים ובמקום להגיע למסעדה פיזית, מזמינים יותר משלוח ממסעדות באמצעות אפליקציות

5 4 3 2 1

מסכים במידה
רבה



מסכים במידה
מועטה

* 15. אני מרוצה מהשימוש באפליקציות
הזמנת מזון ממסעדות

5 4 3 2 1

מסכים במידה מסכים במידה
רבה מועטה

* 16. אני אמשיך להשתמש באפליקציות
הזמנת מזון ממסעדות גם אחרי תקופת
הקורונה

5 4 3 2 1

מסכים במידה מסכים במידה
רבה מועטה

ניקוי הטופס

שליחה

הצעת עבודה לסמינר בלמידה מעשית

חלק א' (למילוי על ידי הסטודנטים)

| | | | |
|-----------|-------------|--------------|----------------|
| 208375014 | ת"ז סטודנט: | מארק קרבץ | א. שם הסטודנט: |
| 312498157 | ת"ז סטודנט: | אלון שפילברג | ב. שם הסטודנט: |
| 315128967 | ת"ז סטודנט: | אמיר חיר | ג. שם הסטודנט: |

1. נושא הסמינר : השפעת שימוש במערכות מידע על ענף המסעדות בתקופת משבר הקורונה.

2. שאלת המחקר:

כיצד מערכות מידע בתחום מסעדות השפיעו על מתן שירות ללקוחות?

3. שאלות מחקר ממוקדות:

3.1. שאלה ממוקדת ראשונה:

מהם המאפיינים של מערכות מידע בתחום המסעדות בתקופת הקורונה?

3.2. שאלה ממוקדת שנייה:

האם קיים קשר בין סוג האפליקציות (פנימי או שירות חוץ) למשלוחים שהמסעדה משתמשת לבין העדפת הלקוחות להזמנה?

3.3. שאלה ממוקדת שלישית:

האם קיים קשר בין מעבר המסעדה לשירות באמצעים דיגיטליים לבין כמות ההזמנות במסעדה בתקופות סגרים וביניהם?

3.4. שאלה ממוקדת רביעית:

כיצד מעבר של המסעדות לשירות דרך מערכות מידע השפיע על התמצאות הלקוח בתפריט?

- כאן נרצה לבדוק כיצד הלקוח מסתדר ללא מלצר שמסביר ומציג לפניו את המנות בתפריט. נרצה לבחון אילו מאפיינים של מערכות המידע הקלו על הלקוחות בהבנת התפריט וביצוע הזמנה (מדריך להזמנה, תמונות/קטעי ווידאו, תיאור מילולי). נוכל למדוד זאת באמצעות סקר שבו נשאל את הלקוחות אילו פיצורים הקלו על ההזמנה של הלקוח.

4. שיטות המחקר:

שיטת מחקר 1: סקר הכולל שימוש בשאלון ככלי מדידה: 150 נשאלים

כחלק מעבודת הסמינר נרצה להגיע ל-150 נשאלים שהם מבקרים במסעדות בתדירות גבוהה. המטרה בסקר זה תהיה לבחון את השפעת מעבר המסעדות ומתחמי Fast Food למתן שירות דרך מערכות מידע על הלקוחות. -נבדוק האם היקף ההזמנות של הלקוחות גדול/קטן/נשאר אותו דבר. -נבחן באילו אפליקציות בחרו הלקוחות להשתמש כדי להזמין את האוכל מהמסעדה. -נבדוק האם היו קשיים בשימוש במערכת כגון ביצוע הזמנה, הבנת התפריט לפרטי פרטים.

שיטת מחקר 2: ניתוח מאגרים.

כדי לבצע השוואה בין האפליקציות למשלוחים נבצע תהליך של ניתוח מאגרים. ניכנס לכל אפליקציה ונבחן לפחות 5 פונקציות שהיא מציעה ללקוח (כמו: אופציה לשמירת פרטי אשראי משתמש, שמירת מיקום, שמירת אופציות הזמנה מועדפות על הלקוח, תמונות של המנות, סינון התפריט לפי קטגוריות). בנוסף נבחן חוות דעת משתמשים דרך פורמים, קבוצות פייסבוק ואינסטגרם על אפליקציות משלוחים אלו.

שיטת מחקר 3: ראיונות

נבצע מספר ראיונות עם מנהלים של מסעדות מוכרות שסיפקו שירות ללקוחותיהם באמצעות מערכות מידע כדי להבין מה גרם להם להבין שעליהם לעבור להשתמש במערכות מידע כדי לתת שירות ללקוחותיהם, מה היה היקף ההזמנות בתקופה זו ועם אילו אפליקציות של משלוחים הם בחרו לשתף פעולה.

מערך למידה מעשית

הצעת עבודה – סמינר
גירסת ינואר 2020

- מונחי חיפוש אפשריים:

**coronavirus impacts on restaurants -
online food delivery-
digital transformation during covid 19 -
wolt -
just eat (תן ביס) -
Deliveroo-
coronavirus impacts on food business-**

5. מאמרים :

5.1. **מאמר ראשון:** Chang, H. H., & Meyerhoefer, C. D. (2021). COVID-19 and the demand for online food shopping services: Empirical Evidence from Taiwan. *American Journal of Agricultural Economics*, 103(2), 448-465.

5.2. **מאמר שני:** Brewer, P., & Sebby, A. G. (2021). The effect of online restaurant menus on consumers' purchase intentions during the COVID-19 pandemic. *International Journal of Hospitality Management*, 94, 102777.

5.3. **מאמר שלישי:** Zhao, Y., & Bacao, F. (2020). What factors determining customer continuingly using food delivery apps during 2019 novel coronavirus pandemic period?. *International Journal Of Hospitality Management*, 91, 102683.

חלק ב' (למילוי על ידי המנחה האקדמי)

1. נושא הסמינר **מאושר** / לא מאושר

2. שם המנחה האקדמי: _____ ד"ר שרמן סופיה _____ חתימה: _____ תאריך: 3.3.22

הערות:

שאלות המחקר דורשות חידוד, צריך לוודא שישנה אפשרות לבדיקתם

סטודנטים לא ציינו בהצעה זו מאגרים אותם הם הולכים להשוואת

אם המנחה האקדמי אישר תוך מתן הערות, הסטודנטים מחויבים ליישם את
ההערות בתוכנית העבודה ובסמינר עצמו, והמנחה המקצועי מתבקש לשים לכך
לב.



תוכנית עבודה לסמינר

חלק א' (למילוי על ידי הסטודנט)

1. פרטים מזהים

| | | | |
|-------------|--------------|-------------|-----------|
| שם הסטודנט: | מארק קרבץ | ת"ז סטודנט: | 208375014 |
| שם הסטודנט: | אמיר חיר | ת"ז סטודנט: | 315128967 |
| שם הסטודנט: | אלון שפילברג | ת"ז סטודנט: | 312498157 |

2. סמסטר הגשה: סמסטר ב'

3. קוד עבודה : S2220222

4. שם המנחה המקצועי : איציק אביב

5. שאלת מחקר

כיצד מערכות מידע בתחום מסעדות השפיעו על מתן שירות ללקוחות בתקופת משבר הקורונה?

6. שאלות ממוקדות

6.1 מהם המאפיינים של מערכות מידע בתחום המסעדות בתקופת הקורונה?

6.2 האם קיים קשר בין סוג האפליקציות (פנימי או שירות חוץ) למשלוחים שהמסעדה סיפקה בתקופת הקורונה לבין העדפת הלקוחות להזמנה?

6.3 האם קיים קשר בין מעבר המסעדה לשירות באמצעים דיגיטאליים לבין כמות ההזמנות במסעדה בתקופות סגרים וביניהם?

6.4 כיצד מעבר של המסעדות לשירות דרך מערכות מידע השפיע על התמצאות הלקוח בתפריט?

*שאלה לבחון מול יצחק: כיצד מעבר של המסעדות לשירות דרך מערכות מידע בתקופת הקורונה השפיע על תפריט המסעדה?
נרצה לבחון את השפעת המעבר של המסעדות למתן שירות ללקוחות דרך מערכות מידע בלבד על תפריט המסעדה. מידע שצברנו הרבה מסעדות ניסו להתאים את התפריט שלהן כדי שיתאים גם לאופציית המשלוחים. לדוגמא: לא היה ניתן לעשות משלוחים של מנת סטייק אנטריקוט כי המנה צריכה להגיע ללקוח תוך דקות בודדות אחרת המנה נהרסת.

7. משתנים שיבדקו במחקר

| שם משתנה | משמש כמשתנה תלוי / מוסבר / בלתי תלוי / מסביר | בשאלה/ות ממוקדות/ות מספר |
|-------------------------|--|--------------------------|
| אפליקציות משלוחים | בלתי תלוי | 2,3,4 |
| העדפת הלקוח לסוג ההזמנה | תלוי | 2 |
| כמות ההזמנות | תלוי | 3 |
| תפריט | תלוי | 4 |

8.1. רשימת מקורות ראשונית

8.2. תמצות (כ 3 משפטים) של החלק הרלבנטי של כל אחד מהמאמרים.

1. Zhao, Y., & Bacao, F. (2020). What factors determining customer continuingly using food delivery apps during 2019 novel coronavirus pandemic period?. *International journal of hospitality management*, 91, 102683.
2. Brewer, P., & Sebby, A. G. (2021). The effect of online restaurant menus on consumers' purchase intentions during the COVID-19 pandemic. *International Journal of Hospitality Management*, 94, 102777
3. Alalwan, A. A. (2020). Mobile food ordering apps: An empirical study of the factors affecting customer e-satisfaction and continued intention to reuse. *International Journal of Information Management*, 50, 28-44.

8.2 תמצות

1. במאמר זה עוסקים במניעים השונים אשר גורמים ללקוחות לחזור ולהשתמש באפליקציות המדוברות לאחר השימוש הראשון בהן (אפליקציות מתחום המזון). בעזרת מחקר זה, אנו נוכל להבין מה הם הגורמים הרלוונטיים ביותר אשר מניעים לקוח להזמין שוב ושוב מאותה האפליקציה.

2. המחקר עוסק ב כיצד התפריט של מסעדות הפעלו בשירותים מקוונים בזמן הקורנה השפיע על רצונם של הלקוחות להזמין מהמסעדות הללו. בעזרת המידע הנ"ל נוכל להבין איך התפריטים השתנו ואילו פרמטרים הכי רלוונטיים ללקוחות והכי משפיעים על הצריכה.

3. המאמר עוסק בשביעות הרצון של הלקוחות מהאפליקציה ובגורמים אשר מביאים אותנו לשוב ולהזמין מאותה אפליקציה. בעזרת מחקר זה נוכל להבין מנקודת מבט נוספת את הגורמים העיקרים המשפיעים על הלקוח לשוב ולרכוש דרך אותה אפליקציה בנוסף להבנה מדוע לקוח מעדיף אפליקציה אחת על פני השנייה

9. שיטות מחקר

9.1 שיטה ראשונה- סקר

| | |
|-----------------|------------------|
| אוכלוסיית המחקר | לקוחות של מסעדות |
| סוג המערך | מתאמי |

| | |
|------------------------|----------------------------------|
| שאלון | שיטת הדגימה |
| 150 | גודל המדגם |
| אינטרנט - Google Forms | עבור סקר - שיטת איסוף הנתונים |
| - | עבור ניסוי - סוג הניסוי |
| - | עבור ניתוח מאגרים - שמות המאגרים |

9.2 שיטה שניה

| | |
|--|----------------------------------|
| | אוכלוסיית המחקר |
| מתאמי | סוג המערך |
| כניסה לאפליקציות משלוחים ולעמודים של אפליקציות אלו ברשתות החברתיות, ניתוח נתונים והשוואה בעזרת נתונים אלו בין האפליקציות | שיטת הדגימה |
| - | גודל המדגם |
| - | עבור סקר - שיטת איסוף הנתונים |
| - | עבור ניסוי - סוג הניסוי |
| Wolt, just eat (Ten Bis), Deliveroo, מסעדות, פייסבוק, אינסטגרם, easy | עבור ניתוח מאגרים - שמות המאגרים |
| | עבור ראיונות - תפקידי המרואיינים |

10. מיפוי חקירת שאלות ממוקדות

| | | |
|--|------------|--------------------|
| 9.2 ניתוח מאגרים | 9.1 סקר | שאלה ממוקדת שמספרה |
| ניתוח מאגרים בין אפליקציות. באמצעות ניתוח המאגרים נוכל | - | 6.1 |

| | | |
|--|---|-----|
| לעשות השוואה בין הפונקציות והמאפיינים בכל אפליקציה. | | |
| | סקר העדפת אפליקציית משלוח של לקוח בעת ההזמנה. נבחן באמצעות שאלות ממוקדות בשאלון באיזו דרך הלקוח העדיף להזמין מהמסעדה. נרצה לבדוק באיזו אפליקציה בחר הלקוח להזמין או שעשה זאת דרך אתר המסעדה. | 6.2 |
| | סקר שיבחן באחוז ההזמנות של לקוחות ממסעדה בזמן תקופת הקורונה. לדוגמא נגדיר כך שלקוח שהזמין בממוצע שלוש פעמים בשבוע יחשב כהזמנות בכמות גבוהה, ואילו לקוח שהזמין בממוצע פעם אחת בשבוע יחשב כהזמנות בכמות נמוכה. *באמצעות סקר זה נוכל בנוסף לבדוק האם היקף ההזמנות בתקופת הקורונה מהמסעדה | 6.3 |

| | | |
|-----|---|--|
| | גדלו/קטנו/נשארו אותו הדבר. (לשאול את יצחק) | |
| 6.4 | סקר שיבחן מה היה חשוב ללקוח בעת ההזמנה מאפליקציית משלוחים מסוימת (תמונות, וידאו, תיאור המנה, הטבות כגון 10% הנחה למזמינים באפליקציה). | |


11. הערכת סיכונים

| סיכון ספציפי | התמודדות אם יתממש |
|---|---|
| כמות אנשים לא מספיקה לסקר | במידה וכמות האנשים לא תהיה מספיקה לסקר נוכל להפיץ את הסקר ברשתות החברתיות |
| מענה לא אמין | נכתוב בתחילת השאלון קטע שמסביר את חשיבות המענה האמין של הנשאל. |
| חוסר תיאום בזמני המפגשים של צוות הסמינר | נוכל להתמודד עם סיכון זה באמצעות 2 פתרונות אפשריים: 1. קביעת ימים קבועים בהם נשב על עבודת הסמינר. 2. חילוק העבודה בין חברי הצוות. |
| כמות מחקרים לא מספיקה | במקרה כזה נרצה להגיע פיזית למסעדה ונסה להשיג את המידע הרלוונטי ממנהליה. |
| אי הסכמה בין חברי הצוות | במקרה כזה נקבע פגישה עם המנחה כדי שיווין אותנו לפתרון הנכון ביותר. |
| מידע סותר בין שני מאגרים לדוגמא הבדל בין מה שרשום באתר וולט לבין העמוד שלהם בפייסבוק. | במקרה כזה נרצה לבחון מאגר נוסף כדי לראות אילו מהם הוא הנכון ביותר. בנוסף נוכל להתבסס על חוות דעת על המאגרים. לדוגמא חוות דעת על וולט. |
| חוסר תיאום בזמני המפגשים מול המנחה | נקבע עם המנחה זמני פגישה שבוע מראש כך שיתאים לכולם. |

חלק ב' (למילוי על ידי המנחה המקצועי/ת)

תוכנית העבודה מאושרת על ידי.

שם המנחה: יצחק אביב

חתימה: 

תאריך: 10.3.2022

הערות:

- (1) בשאלה 6.1 אתם חוקרים את המאפיינים של מערכות מידע בתחום המסעדות בתקופת הקורונה. לא ברור לי איך סקר לקוחות / או ניתוח מאגרים מסייע לספק נתוני מחקר לניתוח שאלה זו
- (2) בשאלה 6.4 אתם חוקרים את ההשפעה של מערכות מידע על התמצאות הלקוח בתפריט. לא ברור לי איך סקר לקוחות / או ניתוח מאגרים מסייע לספק נתוני מחקר לניתוח שאלה זו
- אני מעריך כי תדרשו לשיטת מחקר נוספת על מנת לספק תשובות לשאלות מחקר הללו.

טופס ניהול משאבים -

| טבלת ניהול המשאבים - פיזור השעות לכל המשימות בפירוט שבועי (חשוב! רק משימות שאחרי אישור התוכנית הזאת) | | | | | | | | | | | | | | |
|--|--------------|---|------|--|-------|-------------|--------|-------------|----------------------|---------------|---------------|-------------|---------------|---------------|
| # | תאור | # | תאור | תאור המשימה | | | סטנדרט | | שבוע | | | | | |
| | | | | תאור | תקופה | סח"כ למשימה | שם | סח"כ למשימה | 1 שבוע | 2 שבוע | 3 שבוע | 4 שבוע | 5 שבוע | 6 שבוע |
| | | | | | | | | | 11 עד 22.5.22 | 10 עד 15.5.22 | 9 עד 8.5.22 | 8 עד 1.5.22 | 7 עד 24.4.22 | 6 עד 17.4.22 |
| | | | | | | | | | 23 עד 28.5.22 (הבשה) | 21 עד 21.5.22 | 14 עד 14.5.22 | 7 עד 7.5.22 | 30 עד 30.4.22 | 23 עד 23.4.22 |
| 1 | מבנה עבודה | 1 | | שער | 1.1 | 1 | אלון | 0 | | | | | | |
| | | | | | | | מאיר | 0 | | | | | | |
| | | | | | | | אמיר | 0 | | | | | | |
| | | | | חזון ענינים | 1.2 | 1 | אלון | 0 | | | | | | |
| | | | | | | | מאיר | 1 | | | | | | |
| | | | | | | | אמיר | 0 | | | | | | |
| | | | | תקציר | 1.3 | 6 | אלון | 2 | | | | | | |
| | | | | | | | מאיר | 2 | | | | | | |
| | | | | | | | אמיר | 2 | | | | | | |
| | | | | שליחה למנחה לאישור | 1.4 | 1 | אלון | 0 | | | | | | |
| | | | | | | | מאיר | 0 | | | | | | |
| | | | | | | | אמיר | 1 | | | | | | |
| | | | | תיקונים במידת הצורך | 1.5 | 8 | אלון | 4 | | | | | | |
| | | | | | | | מאיר | 2 | | | | | | |
| | | | | | | | אמיר | 2 | | | | | | |
| 2 | סקירת ספרות | 2 | | חיפוש ועיון במאמרים | 2.1 | 8 | אלון | 4 | | | | | | |
| | | | | | | | מאיר | 2 | | | | | | |
| | | | | | | | אמיר | 2 | | | | | | |
| | | | | כתיבת מבוא | 2.2 | 6 | אלון | 2 | | | | | | |
| | | | | | | | מאיר | 2 | | | | | | |
| | | | | | | | אמיר | 2 | | | | | | |
| | | | | סקירת ספרות | 2.2 | 9 | אלון | 0 | | | | | | |
| | | | | | | | מאיר | 3 | | | | | | |
| | | | | | | | אמיר | 0 | | | | | | |
| | | | | מטרת המחקר | 2.3 | 6 | אלון | 1 | | | | | | |
| | | | | | | | מאיר | 1 | | | | | | |
| | | | | | | | אמיר | 1 | | | | | | |
| | | | | שליחה למנחה לאישור | 2.5 | | אלון | 0 | | | | | | |
| | | | | | | | מאיר | 0 | | | | | | |
| | | | | | | | אמיר | 1 | | | | | | |
| 3 | השערות המחקר | 3 | | תיקונים במידת הצורך | 2.5 | 3 | אלון | 1 | | | | | | |
| | | | | | | | מאיר | 1 | | | | | | |
| | | | | | | | אמיר | 1 | | | | | | |
| | | | | השערות המחקר וביסוסן | 3.3 | 3 | אלון | 1 | | | | | | |
| | | | | | | | מאיר | 1 | | | | | | |
| | | | | | | | אמיר | 1 | | | | | | |
| | | | | שליחה למנחה לאישור | 3.4 | 1 | אלון | 0 | | | | | | |
| | | | | | | | מאיר | 0 | | | | | | |
| | | | | | | | אמיר | 0 | | | | | | |
| | | | | תיקונים במידת הצורך | 3.5 | 3 | אלון | 1 | | | | | | |
| | | | | | | | מאיר | 1 | | | | | | |
| | | | | | | | אמיר | 1 | | | | | | |
| 4 | שיטת המחקר | 4 | | בחירת אופן מימוש שיטת מחקר 1-שאלון (מקוון) (ספרונטלי) | 4.1 | 3 | אלון | 1 | | | | | | |
| | | | | | | | מאיר | 1 | | | | | | |
| | | | | | | | אמיר | 1 | | | | | | |
| | | | | הגדרת מטרה של שימוש בשיטת מחקר זו | 4.1.1 | 3 | אלון | 1 | | | | | | |
| | | | | | | | מאיר | 1 | | | | | | |
| | | | | | | | אמיר | 1 | | | | | | |
| | | | | הגדרת אוכלוסיית מחקר | 4.1.2 | | אלון | 1 | | | | | | |
| | | | | | | | מאיר | 1 | | | | | | |
| | | | | | | | אמיר | 1 | | | | | | |
| | | | | הכנת שאלון | 4.1.3 | 6 | אלון | 6 | | | | | | |
| | | | | | | | מאיר | 0 | | | | | | |
| | | | | | | | אמיר | 0 | | | | | | |
| | | | | הגדרת טיפוסיות מידות (מסל-75% גבוה, 50%-75% בינוני, 25%-50% נמוך, 0-25%) | 4.1.4 | 3 | אלון | 1 | | | | | | |
| | | | | | | | מאיר | 1 | | | | | | |
| | | | | | | | אמיר | 1 | | | | | | |
| 4 | שיטת המחקר | 4 | | בחירת אופן מימוש שיטת מחקר 2- ניתוח מאגרים (הגדרת תקופה עליה נתבסס) | 4.2 | 3 | אלון | 1 | | | | | | |
| | | | | | | | מאיר | 1 | | | | | | |
| | | | | | | | אמיר | 1 | | | | | | |
| | | | | בחירת סוגי מאגרים | 4.2.1 | 2 | אלון | 0 | | | | | | |
| | | | | | | | מאיר | 2 | | | | | | |
| | | | | | | | אמיר | 0 | | | | | | |
| | | | | הגדרת אלמנטים להשוואה בין מאגרים | 4.2.1 | 4 | אלון | 0 | | | | | | |
| | | | | | | | מאיר | 2 | | | | | | |
| | | | | | | | אמיר | 2 | | | | | | |
| | | | | שליחה למנחה לאישור | 4.3 | 1 | אלון | 0 | | | | | | |
| | | | | | | | מאיר | 0 | | | | | | |
| | | | | | | | אמיר | 1 | | | | | | |

| טבלת ניהול המשאבים - פיזור השעות לכל המשימות בפירוט שבועי (חשוב ! רק משימות שאחרי אישור התוכנית הזאת) | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
|---|----------------------------------|--------------------------------|-------------------------------|---------------------------------|---------------------------------|---------------------------------|-------------------------------|--------------------------------|---------------------------------|---------------------------------|-------------|------|-------------|------------|----------------------------------|-----|-------------|---|--|
| שבוע | | | | | | | | | | | סטודנט | | תאור המשימה | | | | חבילת עבודה | | |
| שבוע 11 22.5.22 עד 28.5.22 (הגשה) | שבוע 10 15.5.22 עד 21.5.22 | שבוע 9 8.5.22 עד 14.5.22 | שבוע 8 1.5.22 עד 7.5.22 | שבוע 7 24.4.22 עד 30.4.22 | שבוע 6 17.4.22 עד 23.4.22 | שבוע 5 10.4.22 עד 16.4.22 | שבוע 4 3.4.22 עד 9.4.22 | שבוע 3 27.3.22 עד 2.4.22 | שבוע 2 20.3.22 עד 26.3.22 | שבוע 1 13.3.22 עד 19.3.22 | סה"כ למשימת | שם | סה"כ למשימת | פעילות קדם | תאור | # | תאור | # | |
| | | | | | | | 2 | | | | 2 | אלון | 6 | | תיקונים במידת הצורך | 4.4 | | | |
| | | | | | | | 2 | | | | 2 | מארק | 6 | | | | | | |
| | | | | | | | 2 | | | | 2 | אמיר | 6 | | | | | | |
| | | | | | | | | | | | 0 | אלון | 6 | | ביצוע ניתוח מאגרים | 4.5 | | | |
| | | | | | | 6 | | | | | 6 | מארק | 6 | | | | | | |
| | | | | | | | | | | | 0 | אמיר | 8 | | | | | | |
| | | | | | | 4 | | | | | 4 | אלון | 8 | | ביצוע שאלון | 4.6 | | | |
| | | | | | | | | | | | 0 | מארק | 8 | | | | | | |
| | | | | | | 4 | | | | | 4 | אמיר | 8 | | | | | | |
| | | | | | | | | | | | 0 | אלון | 6 | 4.5 | ניתוח ממצאים מאגר | 5.1 | | | |
| | | | | | | | | | | | 0 | מארק | 4 | 4.6 | ניתוח ממצאים שאלון | 5.2 | | | |
| | | | | | | | | | | | 0 | אמיר | 4 | | | | | | |
| | | | | | | | | | | | 0 | אלון | 1 | | שליחה למנחה לאישור | 5.3 | | | |
| | | | | | | | | | | | 0 | מארק | 1 | | | | | | |
| | | | | | | | | | | | 1 | אמיר | 4 | | | | | | |
| | | | | | | | | | | | 4 | אלון | 4 | | תיקונים במידת הצורך | 5.4 | | | |
| | | | | | | | | | | | 0 | מארק | 4 | | | | | | |
| | | | | | | | | | | | 0 | אמיר | 9 | 5.1,5.2 | מסקנות | 6.1 | | | |
| | | | | | | | | | | | 3 | אלון | 3 | | מגבלות המחקר והמלצות למחקרי המשך | 6.2 | | | |
| | | | | | | | | | | | 3 | מארק | 3 | | | | | | |
| | | | | | | | | | | | 1 | אמיר | 1 | | שליחה למנחה לאישור | 6.3 | | | |
| | | | | | | | | | | | 0 | אלון | 1 | | | | | | |
| | | | | | | | | | | | 0 | מארק | 4 | | תיקונים במידת הצורך | 6.4 | | | |
| | | | | | | | | | | | 1 | אמיר | 9 | | | | | | |
| | | | | | | | | | | | 2 | אלון | 3 | | רפלקציה | | | | |
| | | | | | | | | | | | 2 | מארק | 9 | | | | | | |
| | | | | | | | | | | | 0 | אמיר | 9 | | בניית ביבליוגרפיה | | | | |
| | | | | | | | | | | | 3 | אלון | 2 | | | | | | |
| | | | | | | | | | | | 3 | מארק | 2 | | הוספת נספחים רלוונטיים | | | | |
| | | | | | | | | | | | 3 | אמיר | 2 | | | | | | |
| | | | | | | | | | | | 1 | אלון | 9 | | | | | | |
| | | | | | | | | | | | 1 | מארק | 9 | | | | | | |
| | | | | | | | | | | | 0 | אמיר | 2 | | | | | | |
| 0 | 1 | 5 | 6 | 6 | 4 | 4 | 4 | 2 | 3 | 4 | 5 | 44 | אלון | סה"כ: 132 | | | | | |
| 0 | 1 | 2 | 6 | 6 | 0 | 4 | 6 | 2 | 2 | 4 | 5 | 44 | מארק | | | | | | |
| 0 | 0 | 5 | 6 | 5 | 0 | 2 | 4 | 10 | 2 | 5 | 5 | 44 | אמיר | | | | | | |
| טבלת ניהול המשאבים מאושרת על ידי: | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| שם המנחה: | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| אביב יצחק | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| תאריך: | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 10.3.22 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| חתימה: | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| A | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |

הסכמה לפרסום עבודה

| | |
|-------------------|--|
| שם העבודה: | הקשר בין מערכות מידע בתחום מסעדות לבין מתן שירות ללקוחות בתקופת משבר הקורונה |
| סוג העבודה: | סמינר / פרויקט / סדנה |
| שם המנחה המקצועי: | ד"ר אביב יצחק |

האם תהיו מוכנים שנשלח את עבודתכם לתחרות או ליחסי ציבור?

בכדי למנוע אי הבנה בנדון, אנו מבקשים מכם לחתום על הסכמתכם לכך.

מכיון שעבודה היא משותפת לצוות של סטודנטים, הרי שרק אם כל אחד מצוות הכותבים יסכים, אזי העבודה תחשב ככזאת שניתנה הסכמה לפרסומה.

לפיכך, על כל אחד מהסטודנטים השותפים לציין אם הוא מסכים או לא מסכים לפרסום העבודה ולחתום.

| שם סטודנט | ת.ז. | הסכמה לפרסום ? | תאריך | חתימה |
|-----------|-----------|----------------|-----------|-----------|
| סמאא עראר | 322983370 | כן / לא | 26.5.2022 | סמאא עראר |
| אמיר חיר | 315128967 | כן / לא | 26.5.2022 | אמיר חיר |

טופס הצהרה על הכנה עצמית של עבודה

סמינר

עבודה זו נדרשה לאפשר לסטודנטים בשלב לימודים מתקדם זה ליישם את הידע והמיומנות שרכשו במהלך לימודיהם. בעבודה זו צריכים לבוא לכדי ביטוי הכישורים האקדמיים, כגון: יכולת קריאה, הבנה וניתוח של טקסטים מדעיים, אינטגרציה של סוגי ידע שונים, חשיבה ביקורתית, כושר תכנון מחקר וביצועו (במקרים מסוימים) ולבסוף, כתיבה מדעית רהוטה.

העבודה חייבת להיות ברובה המכריע **יצירה עצמית** של הסטודנטים. כדי להבחין בין תרומתם לבין תרומותיהם של אחרים, וכדי למנוע פגיעה ב"קניין הרוחני" של כותבים שעליהם מסתמכת העבודה, חייבים הכותבים להקפיד על ציון המקורות שעליהם הסתמכו. במילים אחרות, יש להצהיר מה המקור של כל אמירה או ידע שנלקח מאחרים. בכלל זה: ציטוטים ישירים של אמירות או ממצאים, רעיונות, דעות ופרשנות של אנשים אחרים. סטייה מכללי הציטוט והפנייה, לא כל שכן נטילה ללא ציון ראוי של חלקי עבודה או עבודה שלמה של כותבים אחרים, מתפרשת לחומרה כניסיון להציג דברי אחרים כדברי הכותבים עצמם והיא בבחינת עבירה חמורה על כללי האתיקה המדעית.

כדי למנוע אי הבנה בנדון אנו מבקשים ממך לחתום על ההצהרה הבאה:

אני סמאא עראר, אמיר חיר ת.ז. 315128967, 322983370 מצהיר/ה בזאת כי העבודה הסמינריונית / הפרויקט / הסדנה (לסמן את הרלוונטי) המצורפת בזאת היא פרי יצירתי **העצמית** ונכתבה על פי כללי ציטוט והפנייה המקובלים באקדמיה. כמו כן, אני מצהיר/ה כי ידוע לי שהגשת עבודה אשר חלקים רבים ו/או משמעותיים ו/או מהותיים בה הועתקו מעבודה אחרת היא עבירה, וכי אם יתגלה כי עברתי עבירה זו, תוגש נגדי תלונה על כך לועדת המשמעת של מכללת תל אביב יפו.

חתימה סמאא עראר, אמיר חיר

תאריך 26.5.2022