

جامعة قاصدي مرباح ورقلة
كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية
قسم: علوم الاعلام والاتصال



مذكرة مكملة لنيل شهادة ماستر أكاديمي

الميدان: العلوم الانسانية

الشعبة: علوم الاعلام واتصال

التخصص: اتصال جماهيري ووسائط جديدة

إعداد الطالبان:

خويلدي النعيمي

قعمز علي

بـعـنـوان:

واقع استخدام بريدي موب لدى المواطن الجزائري

-دراسة ميدانية على مواطني بلدية حاسي مسعود-ورقلة-

نوقشت وأجيزت علناً بتاريخ: 2024/06/06

أمام لجنة المناقشة المكونة من الأساتذة:

الاسم واللقب	الجامعة	الصفة
د. محرز حمايمي	جامعة ورقلة	رئيسا
د. سويقات محمد	جامعة ورقلة	مشرفا ومقررا
أ. شلغوم جميلة	جامعة ورقلة	مناقشا

الموسم الجامعي: 2024/2023

شكر وتقدير

الحمد لله الذي وفقنا لإنجاز هذا العمل والذي لولاه لما كنا لنصل إليه.

يطيب لنا أن نتقدم بشكرنا لجميع أساتذة كلية العلوم الإنسانية ومنهم الذين رافقونا طيلة مسيرتنا الجامعية فإن قلنا شكراً فشكرنا لن يوفيقكم، حقاً سعيتم فكان السعي مشكوراً، ونخص منهم الأستاذ

د. سويقات محمد

الذي تشرفنا بقبوله الإشراف على هذه المذكرة والذي لم يبخل علينا بتوجيهاته ومساعداته.

اهداء

إلى روح **"والدي"** الطاهرة رحمه الله وأسكنه فسيح جنانه.
إلى أعز وأعلى إنسانة في حياتي، أنارت دربي بنصحتها وكانت
بحرا صافيا يجري بفيض حبه، إلى الغالية على قلبي **"أمي"** أطال
الله في عمرها.

إلى سندي في الحياة والداعمون بلا كلل **إخوتي وأخواتي** حفظهم
الله.

إلى **زملاء وزميلات** الدراسة.

إلى من أعطى وما بذل وتعب في العطاء دون تأفف **أساتذتي**
الأفاضل جميعهم.

إلى الذي استحق الجزء الأكبر بلا منازع المشرف **"سويقات محمد"**.

"نعيمي خويلدي"

أهداء

إن لكل جهد ثمرة، والثمرة المتواضعة هاته اهديها لمن
سطرته الجنة تحب أقدامها إلى **أمي الغالية** أطال الله عمرها
وحفظها بحفظه.

إلى الذي أخذ بيدي في دروب الحياة وأوصلني إلى بر
الأمان **والدي**

إلى **إخوتي وأخواتي** كل باسمه فرداً فرداً
إلى رفاق الدرب **أصدقائي وزملائي** في الدراسة.
إلى **الأساتذة** الذين رافقوني طيلة سنوات الجامعة.
إلى الأستاذ المشرف **"سويقات محمد"**.

"علي قعمر"

فهرس المحتويات:

الصفحة	العنوان
	شكر وتقدير
	إهداء
	إهداء
	فهرس المحتويات
	قائمة الجداول
	قائمة الاشكال البيانية
	قائمة الملاحق
	ملخص الدراسة
أ	مقدمة
	الفصل الأول: الإطار المنهجي
16	الإشكالية
18	الفرضيات
19	أهمية الدراسة
19	أسباب اختيار الموضوع
20	أهداف الدراسة
21	تحديد المصطلحات
31	منهج البحث
33	مجتمع البحث
35	أدوات جمع البيانات
37	مجالات الدراسة
37	الخلفية النظرية
39	الدراسات السابقة
44	صعوبات الدراسة
	الفصل الثاني: الإطار التطبيقي

46	تمهيد
46	عرض وتحليل البيانات
76	نتائج الدراسة التطبيقية
80	خاتمة
	قائمة المصادر والمراجع
	الملاحق

فهرس الجداول:

رقم الجدول	عنوان الجدول	صفحة
الجدول (01)	يوضح توزيع أفراد عينة الدراسة حسب متغير الجنس	46
الجدول (02)	يمثل الفئات العمرية لأفراد عينة الدراسة	47
الجدول (03)	يوضح توزيع أفراد عينة الدراسة حسب متغير المستوى التعليمي	48
الجدول (04)	يوضح توزيع أفراد عينة الدراسة حسب استخدام تطبيق بريدي موب	49
الجدول (05)	يوضح توزيع أفراد عينة الدراسة حسب مدة استخدام التطبيق منذ سنة انطلاقه	49
الجدول (06)	يوضح الطريقة التي تعرفت بها عينة الدراسة على التطبيق	50
الجدول (07)	يوضح تكرارات الفترات التي تستخدم فيها عينة الدراسة تطبيق "بريدي موب"	52
الجدول (08)	يوضح نسب تكرارات الخدمات التي يستخدمها أفراد عينة الدراسة في تطبيق "بريدي موب"	53
الجدول (09)	يوضح النقائص التي لاحظها أفراد عينة الدراسة في تطبيق "بريدي موب"	54
الجدول (10)	يوضح أهمية تطبيق "بريدي موب" بالنسبة لأفراد عينة الدراسة	55
الجدول (11)	يوضح إجابات عينة الدراسة حول تفضيل الطريقة التقليدية عن استخدام التطبيقات	56
الجدول (12)	يوضح الأسباب التي تجعل أفراد عينة الدراسة يفضلون الطرق التقليدية	57
الجدول (13)	توضح إجابات عينة الدراسة إن كانوا يعتقدون أن هناك نقص في المعلومات المتاحة حول كيفية استخدام تطبيق "بريدي موب"	58
الجدول (14)	يمثل الطرق التي يقترحها أفراد عينة الدراسة لزيادة الوعي بتطبيق "بريدي موب"	59
الجدول (15)	يمثل إجابات عينة أفراد الدراسة حول الصعوبات أثناء محاولة استخدام تطبيق "بريدي موب"	61
الجدول (16)	يمثل التغييرات التي يمكن أن تجعل تطبيق بريدي موب أسهل للاستخدام	63

64	تمثل مخاوف بشأن الأمان الإلكتروني عند استخدام تطبيق بريدي موب	الجدول (17)
65	يوضح الإجراءات التي يمكن أن تزيد من ثقة أفراد عينة الدراسة في الأمان الإلكتروني للتطبيق	الجدول (18)
67	يوضح تعرض أفراد عينة الدراسة لأي مشاكل تقنية أثناء استخدام تطبيق بريدي موب	الجدول (19)
68	يوضح تقييم أفراد عينة الدراسة لاستجابة فريق الدعم التقني لتطبيق بريدي موب عند مواجهة مشاكل تقنية	الجدول (20)
69	يوضح استفادة أفراد عينة الدراسة من خدمات تطبيق بريدي موب	الجدول (21)
70	يوضح إجابات أفراد عينة الدراسة إن كان التطبيق يلبي احتياجاتهم	الجدول (22)
71	يوضح طبيعة احتياجات أفراد عينة الدراسة بالنسبة لتطبيق بريدي موب	الجدول (23)
72	يوضح الإشباعات التي يحققها تطبيق بريدي موب لعينة الدراسة	الجدول (24)
73	يوضح دوافع أفراد عينة الدراسة لاستخدام تطبيق بريدي موب	الجدول (25)
74	يوضح أهمية تطبيق بريدي موب في المجال المهني لأفراد عينة الدراسة	الجدول (26)
75	يوضح المميزات الأكثر فائدة الموجودة في تطبيق بريدي موب بالنسبة لعينة الدراسة	الجدول (27)
76	يوضح ان كانت الخدمات الإضافية في تطبيق بريدي موب أحد الدوافع التي أثرت على قرار أفراد عينة الدراسة باستخدامه	الجدول (28)

فهرس الأشكال:

صفحة	عنوان الشكل	رقم الشكل
46	توزيع أفراد عينة الدراسة حسب متغير الجنس	الشكل (01)
47	يمثل توزيع أفراد عينة الدراسة حسب متغير السن	الشكل (02)
48	يمثل توزيع أفراد عينة الدراسة حسب متغير المستوى التعليمي	الشكل (03)
49	يمثل توزيع أفراد عينة الدراسة حسب استخدام تطبيق بريدي موب.	الشكل (04)
50	يمثل توزيع أفراد عينة الدراسة حسب مدة استخدام التطبيق منذ سنة انطلاقه	الشكل (05)
51	يمثل نسب تكرارات الطريقة التي تعرفت بها عينة الدراسة على التطبيق	الشكل (06)
52	يمثل نسب تكرارات الفترات التي تستخدم فيها عينة الدراسة تطبيق "بريدي موب"	الشكل (07)
54	يمثل نسب تكرارات النقائص التي لاحظها أفراد عينة الدراسة في تطبيق "بريدي موب"	الشكل (08)
55	يمثل نسب تكرارات أهمية تطبيق "بريدي موب" بالنسبة لأفراد عينة الدراسة	الشكل (09)
56	يمثل نسب تكرارات إجابة عينة الدراسة حول تفضيل الطريقة التقليدية عن استخدام التطبيقات	الشكل (10)
58	يمثل نسب الأسباب التي تجعل أفراد عينة الدراسة يفضلون الطرق التقليدية	الشكل (11)
59	يمثل نسبة إجابات عينة الدراسة إن كانوا يعتقدون أن هناك نقص في المعلومات المتاحة حول كيفية استخدام تطبيق "بريدي موب"	الشكل (12)
60	يمثل نسب تكرارات الطرق التي يقترحها أفراد عينة الدراسة لزيادة الوعي بتطبيق "بريدي موب"	الشكل (13)
61	يمثل نسب تكرارات إجابات عينة أفراد الدراسة حول الصعوبات أثناء محاولة استخدام تطبيق "بريدي موب"	الشكل (14)
64	يمثل نسب تكرارات التغييرات التي يمكن أن تجعل تطبيق بريدي موب أسهل للاستخدام	الشكل (15)

65	تمثل نسب تكرارات مخاوف بشأن الأمان الإلكتروني عند استخدام تطبيق بريدي موب	الشكل (16)
66	يمثل نسب تكرارات الإجراءات التي يمكن أن تزيد من ثقة أفراد عينة الدراسة في الأمان الإلكتروني للتطبيق	الشكل (17)
67	يوضح نسب تكرارات تعرض أفراد عينة الدراسة لأي مشاكل تقنية أثناء استخدام تطبيق بريدي موب	الشكل (18)
68	يمثل نسب تكرارات تقييم أفراد عينة الدراسة لاستجابة فريق الدعم التقني لتطبيق بريدي موب عند مواجهة مشاكل تقنية	الشكل (19)
69	يمثل نسب تكرارات استفادة أفراد عينة الدراسة من خدمات تطبيق بريدي موب	الشكل (20)
70	يمثل نسب تكرارات إجابات أفراد عينة الدراسة إن كان التطبيق يلبي احتياجاتهم	الشكل (21)
72	يمثل نسب تكرارات الإشباعات التي يحققها تطبيق بريدي موب لعينة الدراسة	الشكل (22)
74	يمثل نسب تكرارات أهمية تطبيق بريدي موب المجال المهني لأفراد عينة الدراسة	الشكل (23)
75	يمثل نسب تكرارات ان كانت الخدمات الإضافية في تطبيق بريدي موب أحد الدوافع التي أثرت على قرار أفراد عينة الدراسة باستخدامه	الشكل (24)

فهرس الملاحق:

صفحة الملحق	عنوان الملحق	رقم الملحق
82	استمارة الاستبيان	الملحق (01)

ملخص الدراسة:

تهدف هذه الدراسة إلى معرفة واقع استخدام تطبيق بريدي موب لدى المواطن الجزائري وقد تم اختيار عينة من مواطني بلدية حاسي مسعود-ولاية ورقلة، للإجابة على أسئلة الاستبيان، ومعرفة عادات وأنماط استخدام تطبيق بريدي موب. والصعوبات والمخاوف من استخدامه، كذلك دوافع الاستخدام والإشباعات المحققة من استخدام التطبيق.

استخدمنا المنهج الوصفي لجمع البيانات وتحليلها واستخلاص النتائج منها.

وتم تقسيم الدراسة إلى فصلين، الفصل الأول منهجي والفصل الثاني ميداني تطبيقي فيه كل ما يخص من تعريف التطبيق وتاريخ صدوره، وللوصول إلى أهداف الدراسة ومعرفة مدى التطابق بين الإطار النظري والإطار التطبيقي قمنا بطرح الإشكالية التالية: "ما هو واقع استخدام بريدي موب لدى المواطن الجزائري؟"

الكلمات المفتاحية: بريدي موب؛ الاستخدام؛ تطبيقات الهواتف الذكية؛ تكنولوجيا المعلومات والاتصال.

Abstract:

This study aims to know the reality of using the Baridi Mob application among the Algerian citizen. A sample was selected from the citizens of the municipality of Hassi Messaoud - Ouargla Province, to answer the questionnaire questions, and to know the habits and patterns of using the Baridi Mob application and the reasons for not using it, as well as the motives for use and the rumors derived from its use. Application.

We used the descriptive approach to collect data, analyze it, and draw conclusions from it.

The study was divided into two chapters, the first chapter is methodological and the second chapter is field applied, which includes everything related to the definition of the application and the date of its issuance. To reach the objectives of the study and know the extent of correspondence between the theoretical framework and the applied framework, we posed the following problem: "What is the reality of using Mob mail for the Algerian citizen?"

Keywords: Baridi mob - usage - smart phone applications - information and communication technology.

مقدمة:

في ظل تطور تكنولوجيا المعلومات والاتصال المستمر الذي يشهده العالم اليوم، أصبحت التطبيقات الذكية جزءًا أساسيًا من حياة الناس وعامل مؤثر في مختلف الأنشطة والعمليات التي يقومون بها سواء كانت خدماتية أو إنتاجية، فهي تسهم في تحسين جودة الحياة وتسهيل العديد من العمليات اليومية، حيث يمكن لمستخدميها إجراء المعاملات المصرفية، وتنظيم جداول أعمالهم، والتواصل مع الأصدقاء والعائلة، ومتابعة الأخبار، والتسوق عبر الإنترنت، وإدارة الصحة الشخصية، والكثير غيرها، من خلال بضع نقرات على شاشة هواتفهم الذكية.

وليست الجزائر بعيدة عن هذا التطور. حيث كانت انطلاقتنا من تطبيق "بريدي موب" الذي أطلقته مؤسسة بريد الجزائر لتسهيل خدماتها عن بعد للمواطن الجزائري إذ يعد واحدًا من تلك التطبيقات الذكية التي حظيت بشعبية كبيرة بين المواطنين الجزائريين. يُمثل هذا التطبيق جسرًا رقميًا يربط بين المواطنين وخدمات البريد بشكل مباشر وفعال، مما يوفر لهم الوقت والجهد في إنجاز معاملاتهم البريدية.

باستخدام تطبيق "بريدي موب"، يستطيع المواطن الجزائري القيام بمجموعة متنوعة من العمليات مثل دفع الفواتير، وتحويل واستقبال الأموال، والاستعلام عن الخدمات البريدية المتوفرة، وغيرها الكثير. كما يُتيح التطبيق أيضًا تجربة مستخدم سهلة ومريحة، مع واجهة بسيطة وميزات متعددة تلبي احتياجات المستخدمين بكفاءة.

ومن خلال دراستنا هذه، سنستكشف عالم "بريدي موب" ودوره في تحسين تجربة المواطن الجزائري مع الخدمات البريدية، وكيفية تأثيره على تبسيط الإجراءات وتحسين الكفاءة في التواصل مع البريد الجزائري. سنلقي نظرة عميقة على تجربة المستخدم واستجابتها، ونسلط الضوء على الفوائد والتحديات التي قد يواجهها المجتمع الجزائري مع هذه التقنية الحديثة.

وقد تم تناول هذه الدراسة في فصلين، حيث تطرق الفصل الأول إلى الإطار المنهجي والذي يتضمن إشكالية الدراسة، مفاهيم ومصطلحات الدراسة، المنهج المتبع، أدوات جمع البيانات والدراسات السابقة...

في حين يمثل الفصل الثاني الإطار التطبيقي أو الميداني والذي يتضمن عرض وتحليل البيانات والنتائج العامة لهذه الدراسة.

الفصل الأول:
الإطار المنهجي

الإشكالية:

في ظل التطورات السريعة والمتلاحقة التي يشهدها العالم في القرن الحادي والعشرين، تتسارع وتيرة التغييرات والابتكارات في مختلف المجالات العلمية والتقنية والاجتماعية والثقافية. في هذا العصر، تلعب التكنولوجيا دوراً حاسماً في تحسين جودة حياة البشر وتلبية احتياجاتهم وتطلعاتهم. كما تساهم التكنولوجيا في تسهيل أداء مهام المجتمعات والمؤسسات، وتحقيق أهدافها ورؤيتها حيث تمارس تأثيراتها الفارقة في صنع جودة المخرجات، في مجال تأثير هذه التكنولوجيا الحديثة بمختلف أبعادها في تحقيق جودة الأداء التنظيمي من خلال بلوغه مستويات عالية من الدقة في الإنجاز والسرعة في الأداء بكل احترافية والدافعية للإنجاز، الأمر الذي ينعكس بمنتهى الإيجابية على الأجواء العامة للمناخ التنظيمي وعلى البناء المؤسسي بمختلف هيئاته وعملياته التنظيمية تواجه الهيئات الكثير من التحديات وطرق تسيير مختلفة عن ما ألفته، هذا نتيجة للتطورات التي تشهدها البيئة الخارجية في مجال التطور التكنولوجي، والذي أصبح معيار ومرجع للتقدم، الأمر الذي دفع بالهيئات إلى تبني أفكار وإيجاد سبل ووضع أفضل الاستراتيجيات طالما أن نجاح الهيئة يتوقف إلى حد كبير على مدى استجابتها لمتغيرات البيئة الخارجية، بات عليها الاعتماد والتحكم في التكنولوجيات الحديثة بمختلف أبعادها ومكوناتها كأهم المدخلات التنظيمية، إذ يعد ذلك أساس إحداث القيمة وبمناخا إقتناء للكفاءة والجودة والفعالية. وتعتبر التكنولوجيا بمختلف مكوناتها من بين أهم الموارد التي يستخدمها المورد البشري نتيجة التطور المعرفي والتقني الذي دفع بالهيئات إلى ضرورة الاعتماد على التكنولوجيات الحديثة في مختلف العمليات والأنشطة الإدارية، ذلك أنه العامل الأساسي في العلاقة بين العمل والتكنولوجيا ومحور العملية الإدارية، وهو ما يدفع بالهيئة إلى السعي للبحث عن الاستراتيجيات الفعالة لإحداث التكيف وتسريع تأقلم الفرد مع هذه المدخلات خاصة وأن التكنولوجيا لها جملة من الخصائص التي تحدث القيمة للعملية الإدارية ففي ظل هذا التطور التقني حيث عمدت الهيئات إلى دراسة الوسائل والطرق التي تمكنها من التحكم في مختلف البرمجيات والأنظمة الرقمية، وذلك بهدف تحسين ورفع من مستوى الأداء، فنجاح أي هيئة باختلاف أهدافها وأنواعها ليحقق الأهداف المسطرة والفعالية وأن المتطلبات التنظيمية في ظل التطور التقني والبيئة الخارجية التي تتسم بالتغيير تركز على الجودة في الأداء. هذه الأخيرة

التي أضحت من المفاهيم الأكثر انتشارا فيما يتعلق بتطوير أساليب العمل وأصبحت مطلبا أساسيا في جميع الممارسات والأعمال. فهي تعبر عن مجموعة من المعايير التي بتبنيها يتحقق الأداء والمرتكز على جملة من المؤشرات أهمها. السرعة الدقة غياب الأخطاء والدافعية للإنجاز وغيرها من المؤشرات وعليه فقد عمدت الهيئات إلى السعي لتجسيد الأداء النوعي بالتوازي مع الاعتماد على مختلف تطبيقات التكنولوجيا الحديثة بهدف تحقيق الفعالية والبقاء في بيئة التغير فيها هو السمة الثابتة في ظل اعتماد الهيئات على التكنولوجيا، وفي ظل التطور التكنولوجي السريع والتحول الرقمي الذي يشهده العالم، أصبح من الضروري توفير خدمات بريدية ومالية متطورة ومتنوعة ومتاحة للجميع.

والجزائر كغيرها من الدول سعت إلى تطوير مؤسساتها المالية بالدخول إلى عالم الرقمنة وتقديم الخدمات المالية الإلكترونية عبر كل المؤسسات المالية.

ومؤسسة بريد الجزائر باعتبارها واحدة من هذه المؤسسات فقد أطلقت تطبيق بريدي موب، وهو تطبيق للهاتف المحمول يمكن المواطنين من الوصول إلى حساباتهم الجارية البريدية (CCP) وإجراء مجموعة من العمليات المالية والخدمات الإلكترونية عن بعد وبكل سهولة وأمان.

تطبيق بريدي موب هو تطبيق مجاني ومتوافق مع أنظمة التشغيل أندرويد وآي أو إس، ويمكن تحميله من متجر Google Play أو Apple Store. للاستفادة من خدمات تطبيق بريدي موب، يجب على المستخدم التسجيل عبر روابط خاصة، وتسجيل الدخول بواسطة رقم هاتفه وبطاقته النقدية (EDAHABIA).

من خلال تطبيق بريدي موب، يمكن للمستخدم القيام بالعمليات والخدمات متعددة منها الاستعلام عن رصيد حسابه الجاري البريدي والاطلاع على كشف الحساب، إدارة بطاقته النقدية (EDAHABIA) والاستعلام عن رصيدها وتغيير رمزها السري، التحويل من حسابه الجاري البريدي إلى حساب آخر، سواء كان حسابا بريديا أو بنكيا أو جوالا ؛ الاطلاع على آخر عشر عمليات قام بها بواسطة بطاقته النقدية والاستفادة من الخدمات الإلكترونية الأخرى، مثل دفع الفواتير والضرائب والرسوم والاشتراكات والمساهمات الاجتماعية والتأمينية تطبيق بريدي موب هو تطبيق ذكي وعملي يسهل على المواطنين إدارة حساباتهم البريدية والقيام

بالمعاملات المالية بسرعة وأمان ودون الحاجة إلى التنقل إلى المرافق البريدية أو الاصطفاف في الطوابير.

ويعتبر خطوة هامة في تحسين جودة الخدمة البريدية والمالية وتلبية احتياجات وتوقعات المواطنين. بفضل هذا التطبيق، استطاع المواطن الجزائري التكيف مع الظروف الاستثنائية التي فرضتها جائحة كورونا، والحد من التنقل والتجمعات والتعرض للعدوى. كما استطاع المواطن الجزائري الاستفادة من الرقمنة لتحسين جودة حياته وزيادة فرصه في التعليم والعمل والترفيه وأصبح تطبيق بريدي موب، الذي كان مجرد خدمة إضافية للمواطنين، أداة أساسية للتواصل والتجارة والتنمية.

وعليه تم طرح الاشكال الرئيسي لهذه الدراسة على الشكل التالي:

ما هو واقع استخدام بريدي موب لدى المواطن الجزائري؟

التساؤلات الفرعية:

- 1/ ماهي عادات وأنماط استخدام عينة الدراسة لتطبيق بريدي موب؟
- 2/ ماهي صعوبات ومخاوف عدم استخدام عينة الدراسة لتطبيق بريدي موب؟
- 3/ الإشاعات المحققة من استخدام عينة الدراسة لتطبيق بريدي موب؟
- 4/ ما دوافع استخدام عينة الدراسة لتطبيق بريدي موب؟

الفرضيات

للإجابة على التساؤلات المطروحة تم صياغة الفرضيات التالية:

- يتم استعمال تطبيق بريدي موب للمعاملات المالية اليومية والاستعلام عن الخدمات.
- القلق من الأمان الإلكتروني يمنع بعض المستخدمين من استخدامه.
- استخدام تطبيق بريدي موب يحقق إشباع الحاجة للسرعة والراحة في إنجاز المعاملات.
- الرغبة بالكفاءة والوصول السهل للخدمات من بين أهم دوافع استخدام تطبيق بريدي موب.

أهمية الدراسة:

- يسعى الباحثون في مختلف المجالات العلمية إلى تسليط الضوء على الأهمية الكبيرة لموضوعات أبحاثهم، ويحرص كل باحث على الإشارة إلى هذه الأهمية ضمن دراسته لتوفير أساس متين وموضوعي يدعم موضوع بحثه، تبرز أهمية الدراسة في النقاط التالية:
- تمثل هذه المذكرة بمضمونها أهمية معرفية عبر تسليط الضوء على موضوعات جديدة.
 - تقدم المذكرة فهماً عميقاً لكيفية استخدام مواطني حاسي مسعود لتطبيق بريدي موب، مما يساعد في تحليل السلوكيات والتفضيلات في استخدام الخدمات البريدية الإلكترونية.
 - من خلال تقديم رؤى منطقية وواقعية، تساعد المذكرة في تشكيل فهم أفضل للمشكلة البحثية، وبالتالي تسهم في إيجاد حلول مبتكرة للتحديات المطروحة.
 - يمكن أن تلهم النتائج والتوصيات المستخلصة من المذكرة الابتكار والتطوير في مجال التكنولوجيا البريدية، مما يؤدي إلى تحسينات تقنية قد تفيد المستخدمين على نطاق واسع.
 - تسهم هذه الدراسة في إبراز دور تطبيق بريدي موب في تحسين خدمات البريدية.
 - تسليط الضوء على مدى اهتمام مواطني حاسي مسعود بالتطبيقات الإلكترونية وخاصة على تطبيق بريدي موب.
 - تدخل هذه الدراسة في إطار تدعيم الدراسات العلمية المستخدمة بهذا المجال، المذكرة هي انجاز علمي وإضافة بحثية.

أسباب اختيار الموضوع:

- تعود أسباب اختيارنا لدراسة هذا الموضوع "واقع استخدام بريدي موب لدى المواطن الجزائري" إلى أسباب ذاتية وموضوعية:
- أسباب ذاتية:
 - الرغبة الشخصية في الموضوع.
 - الميل الشخصي لمثل هذه المواضيع وروح الفضول في اكتشاف خبايا الموضوع.

- يرتبط اختيار موضوع واقع استخدام بريدي موب لدى عينة الدراسة بدافع الميل الشخصي لهذا النوع من الدراسات.
- الرغبة في دراسة الموضوع بشكل عميق كونه موضوع حديث.
- اهتمامنا بالمواضيع التكنولوجية الحديثة.
- اثرء الدراسات المتعلقة بالتطبيقات الالكترونية.
- رغبتنا في تسليط الضوء على واقع استخدام عينة الدراسة لتطبيق بريدي موب.
- رغبتنا في زيادة كفاءتنا في البحث العلمي، مما يأهلنا للحصول على شهادة الماستر في علوم الاعلام والاتصال تخصص اتصال جماهيري والوسائط جديدة.
- أسباب موضوعية:
- بحكم التخصص العلمي المدروس الذي يتماشى مع موضوع الحداثة: اعتبار الموضوع من أهم المواضيع الحديثة الذي يفرض نفسه على الساحة العلمية والعملية لأنه يواكب التطورات الحديثة لأهداف الدراسة.
- تزايد الاهتمام بموضوع بريدي موب.
- قلة الدراسات السابقة على خد اطلعنا في هذا المجال لكونه حديث في الدراسات السابقة ووجب تسليط الضوء عليه.
- معظم الدراسات السابقة لم تتطرق لموضوع واقع استخدام بريدي موب.
- التعرف على واقع استخدام عينة الدراسة لتطبيق بريدي موب، اضافة إلى سبب نجاح هذه الأخيرة في استمالة الاهتمام الكبير له.
- الرغبة الكبيرة في دراسة مثل هذه المواضيع من أجل الوصول إلى النتائج المترتبة عنها.

أهداف الدراسة

- الهدف من البحث يفهم عادة على أنه السبب الذي من أجله قام الباحث ببحثه ويمكن أن تشمل أهداف البحث بيان بالاستخدامات الممكنة لنتائجه وشرح قيمة هذا البحث. وتسعى دراستنا إلى تحقيق مجموعة من الأهداف وهي على النحو التالي:

- تحديد الدوافع والأسباب التي تجعل عينة الدراسة تستخدم تطبيق بريدي موب، وكذلك العوامل التي تؤثر على اختياراتهم.
- فهم وتحليل العادات والأنماط السلوكية لعينة الدراسة في استخدام تطبيق بريدي موب، ومدى تأثير هذه العادات على تجربتهم العامة.
- استكشاف الأسباب التي تحول دون استخدام عينة الدراسة لتطبيق بريدي موب، بما في ذلك العراقيل التقنية أو الاجتماعية.
- تسليط الضوء على المزايا والفوائد التي يجدها مواطنو بلدية حاسي مسعود في استخدام تطبيق بريدي موب، وكيف يمكن أن تسهم هذه المزايا في تحسين نوعية حياتهم اليومية.
- تقييم الأثر الاجتماعي والاقتصادي لاستخدام تطبيق بريدي موب في بلدية حاسي مسعود، ومدى مساهمته في تعزيز التواصل والتبادل الثقافي والمعرفي.

تحديد المفاهيم

تعريف تطبيق بريدي موب:

هي عملية تطبيقية على الهاتف النقال قدمتها مؤسسة بريد الجزائر لفائدة زبائنها اللذين يمتلكون أجهزة الهواتف الذكية، وضعت تحت تصرف زبائنها. يسمح لهم هذا التطبيق بالاستفادة من تشكيلة متنوعة من الخدمات النقدية والمالية لبريد الجزائر، وبالتالي فهي تساهم في تحسين الاستخدام الأكفأ للوقت، والتسيير الاحسن للحسابات البريدية الجارية وللمعاملات الماليّة كيفما وحيثما كانت. يمكن تحميل هذا التطبيق الذي صدر بتاريخ 10 أفريل 2018 من خلال " Google play" أو عن طريق زيارة موقع بريد الجزائر.

خدمة بريدي موب

تطبيق بريدي موب، يسمح لزبائن بريد الجزائر بالاستفادة من باقة متنوعة من الخدمات المالية البريدية عبر البوابة الإلكترونية www.poste.dz ، تسمح هذه الخدمة بتنفيذ العمليات بسرعة فائقة وفي أي وقت 7 ايام /7، و24 ساعة/24

الخدمات التي يقدمها بريدي موب

1. الاطلاع على حسابكم البريدي الجاري.
2. تسيير البطاقة الذهبية الخاصة بكم.
3. التحويل من حساب الى حساب اخر.
4. تقديم المعلومات المكانية الخاصة بالموزّع الآلي.
5. تقديم المعلومات المكانية الخاصة بالمكتب البريدي.
6. اعادة تفعيل البطاقة بعد تجميدها بطلب من الزبون.
7. الحصول على كشف مصغر خاص بالعمليات العشر الاخيرة التي تمّ اجراءها باستخدام بطاقة الذهبية.
8. حفظ عمليات التحويل كنماذج حتى يتسنى استعمالها لاحقا.

التحويل:

القيام بعمليات تحويل للأموال من حسابكم الى حسابات اشخاص اخرين، يجب ان تكون لدى الشخص المستفيد من عملية التحويل التي قتم بها بطاقة النقدية الذهبية. لا يجب ان يتجاوز مجموع عمليات التحويل التي قتم بهاء السقف اليوميّ المحدد في تسقيف المبالغ المشار إليه في البطاقة. تخضع كل عملية تحويل الى رسم متغير وفقا للمبلغ المحدد. لا يمكن اجراء أية عملية تحويل إلا بإذن منكم. التعريف المطبقة على كلّ عملية تحويل من حساب هي تلك التي تم تحديدها من خلال المرسوم التنفيذي رقم 14-299 المؤرخ في 27 ذو الحجة 1435 الموافق ل 21 اكتوبر 2014.¹

الاستخدام:

أ. لغة: الاستخدام في اللغة العربية مأخوذ من: استخدام (الرجل غيره) استخدمه استخدما فهو مستخدم، والآخر مستخدم أي اتخذه خادما، طلب منه أن يخدمه.

¹ - مصدر المعلومات حول تطبيق بريدي موب <https://www.poste.dz/services/professional/baridimobweb>، تاريخ الاطلاع: 2024/05/01.

واستخدام الإنسان الآلة أو السيارة استعمالها في خدمة نفسه.
والاستخدام يعني الاستعمال في اللغة الفرنسية:
- استخدام: استعمال:

Sous option, Usage, Utilization, Emploi, Candidature, Application, Exploitation.

ويأتي الاستخدام في اللغة الانجليزية بمعنى: الاستعمال والتوظيف:

- استخدام بمعنى: "استعمال": Use, Taking on, To hire, To employ

- استخدام بمعنى: "وظف": To recruit, To engage

ب. اصطلاحاً: هو عبارة عن الممارسات الإجتماعية، التي تصبح عادية في إطار ثقافة معينة، من خلال الممارسات وإعادة الممارسة في النشاط نفسه إلى جانب العوامل القديمة المتعلقة بالفعل الممارس.

إذ يكون التعامل مع الأشياء الرمزية أو الطبيعية مرتبطاً بتحقيق أهداف محددة، وتتعلق هذه الممارسات بالطابع الخاص الذي يضيفه الفرد أو الجماعة على الوسائل، الأدوات، والخدمات، هذا ما يعكس مجموعة من الدلالات الثقافية المركبة التي تتأسس في إطار الحياة اليومية.

إن مفهوم الاستخدام طرحه جاك بريوت في كتابه منطق الاستخدام في بداية الثمانينات، يعرف في الواقع معاني متعددة ومختلفة، كلمة الاستخدام توظف كمرادف للاستعمال أو الممارسة في بعض الأحيان كمرادف للتملك.

وقد قدم مفهومًا للإستخدام حيث يقول إن الاستخدامات الاجتماعية هي أنماط تظهر وتبرز بصورة منتظمة على نحو كاف، بحيث تشكل عادات مندمجة في يوميات المستخدم تفرض نفسها في قائمة الممارسات الثقافية القائمة مسبقاً وتعيد إنتاج نفسها وربما مقاومة الممارسات الأخرى المنافسة لها أو المرتبطة بها.

"ويبدو مفهوم الاستخدام من خلال النظرة العامة مفهوماً واضحاً بسيطاً المعنى غير ذي حاجة إلى جهد أو نشاط يتوخى ضبطه، غير أن أية محاولة تستهدف ضبط المعاني، والدلالات النظرية، والتطبيقية له تصطدم بمفهوم ومعنى غامض، ومتنوع يحمل الكثير من الدلالات

المختلفة باختلاف ما هو اجتماعي وما هو تقني داخل تركيبة هذا الهجين الاتصالي الانترناتي في حد ذاته، فالغموض الذي يحيط باللفظ مرده إلى استعماله في تعيين، وتقرير، وتحليل مجموع من السلوكات، والمظاهر المرتبطة بتكنولوجيا الاتصال"¹.

تطبيقات الهواتف الذكية:

هي برامج صغيرة للهاتف الذكي تهدف الى تعزيز الهاتف المحمول، بحيث يكون أكثر من مجرد جهاز لإرسال الرسائل النصية والاتصال، واستخدامه في أوجه أخرى. ويتم تثبيت هذه التطبيقات مسبقا على الهواتف أثناء التصنيع، ويمكن تنزيلها، سواء كان ذلك في مقابل رسوم أو مجاناً، من قبل المستخدمين من متاجر أو منصات توزيع البرامج².

تعرف التطبيقات الالكترونية على أنها التكنولوجيا الداعمة للهواتف المحمولة والحواسيب كمبرير وأنظمة التشغيل ومنصات العمل وبرمجيات تهيئة الملفات المخصصة لعرضها اعتمادا على الهاتف المحمول.

وتعرف أيضا على أنها مجموعة من الخدمات مثل كاميرا التصوير ولاقط الصوت والتطبيقات مثل تطبيقات المونتاج والتركيب والتعديل والبيث المباشر التي توفرها أجهزة الكمبيوتر والهاتف الذكي منها تطبيقات الخدمات والتطبيقات التابعة للمؤسسات.

ويقصد بها أيضا: "واحدة من الخدمات التي تقدمها الهواتف الذكية، وهي برامج تصممها الشركات المصنعة للهواتف أو الشركات المقدمة لخدمة الهاتف أو شركات أخرى متخصصة في صناعة التطبيقات، ويقوم المشترك بتنزيلها على هاتفه من متاجر شركات الهواتف العالمية على حسب نوع نظام تشغيل الهاتف، وتقدم هذه التطبيقات خدماتها للمشارك، والتي تفيده في حياته اليومية وفي شتى المجالات كالتطبيقات الرياضية، والاعلامية، أو للتواصل الاجتماعي

¹ - البنة حياة، بالعزيز خولة، واقع استخدام تكنولوجيا الإعلام والاتصال في الإدارة الحكومية الجزائرية -دراسة حالة بمقر الولاية ورقلة، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماستر، تخصص اتصال جماهيري والوسائط الجديدة، قسم علوم الإعلام والاتصال، كلية العلوم الانسانية والاجتماعية، جامعة قاصدي مرباح، ورقلة، 2018/2019، ص23.

² - أحمد عطية ربيع القايدي، أثر استخدام التطبيقات الذكية على الرعاية الصحية، المجلة العربية للنشر العلمي، العدد 32، جامعة الملك عبد العزيز، تاريخ النشر 02 حزيران 2021، ص423.

عبر شبكات التواصل الاجتماعي، أو تطبيقات خدماتية ترفيهية، دينية، علمية، تعليمية، سياحية، وغيرها الكثير".

تعتبر الجزء الثاني من مكونات الحاسب الآلي والهواتف الذكية وهي الوسيلة التي من خلالها يمكن للمستخدم توصيل ما يريد القيام به على الحاسب أو الهاتف الذكي أي أنها حلقة وصل بين الهاتف الذكي أو الحاسب.

أو يمكن أن نقول هي البرامج التي يحتاجها مستخدم الحاسب لتحقيق غرض معين وهي تستخدم لحل مشاكلهم وتسيير أعمالهم والتي تؤدي بعض المهام المطلوبة لمستخدمي الكمبيوتر¹.

التكنولوجيا:

أ. لغة: ورد في بعض المصادر أول ظهور لمصطلح تكنولوجيا TECHNOLOGIE كان في ألمانيا عام 1770م، وهو مركب من مقطعين TECHN، وتعني باللغة اليونانية "الفن" أو "صناعة يدوية"، LOGI، وتعني "علم" أو "نظرية"، وينتج عن تركيب المقطعين معنى علم صناعة المعرفة النظامية في فنون الصناعة أو العلم التطبيقي" وليست لديها مقابل أصيل في اللغة العربية بل عريت بنسخ لفظها حرفيا "تكنولوجيا".

ب. اصطلاحا: مجموعة المعارف والخبرات المتراكمة والمتاحة والأدوات والوسائل المادية والتنظيمية والإدارية التي يستخدمها الإنسان في أداء عمل ما أو وظيفة ما، في مجال حياته اليومية لإشباع الحاجات المادية والمعنوية سواء على مستوى الفرد أو المجتمع. ويعرفها عبد الحميد فيصل على أنها مجموعة من النظم والقواعد التطبيقية وأساليب العمل التي تستقر لتطبيق المعطيات المستخدمة للبحوث والدراسات المبتكرة في الإنتاج والخدمات. أيضا هي فرع من المعرفة يتعامل مع العلم والهندسة أو تطبيقاتها في المجال الصناعي، في تطبيق العلم.

¹ - مدور حامد، بهلول بدر الدين، خطاطبة أيمن، دور التطبيقات الإلكترونية في تحسين سمعة المؤسسة -دراسة على عينة من مستخدمي تطبيق بيدي موب، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماستر، تخصص اتصال وعلاقات عامة، قسم علوم الإعلام وعلم المكتبات، كلية العلوم الانسانية والاجتماعية، جامعة 08 ماي 1945، قالمة، 2018/2019، ص37.

المعلومات:

أ. لغة: كلمة "معلومات" في اللغة مشتقة من مادة لغوية ثرية هي مادة (علم) وتدور معاني مشتقات هذه المادة في نطاق العقل ووظائفه، فمن معاني مشتقات هذه المادة في نطاق العقل ووظائفه، فمن معاني مشتقات هذه المادة اللغوية ما يتصل بالعلم أي إدراك طبيعة الأمور، والمعرفة أي القدرة على التمييز، والتعليم والتعلم والدراسة والإحاطة واليقين والوعي والاعلام، وفي ضوء ذلك يمكننا القول بأن المعلومات حالة ذهنية، ومن ثم فإنها المورد الذي بدونه لا يمكن للإنسان استثمار أي مورد آخر، وعليه فإن المفهوم الاصطناعي لكلمة (معلومات) وبما يتوافق مع (عصر المعلومات) الذي نعيشه اليوم ينص على (أن المعلومات سلعة يتم في العادة انتاجها أو تعبئتها بأشكال متفق عليها وبالتالي يمكن الاستفادة منها تحت ظروف معينة في التعليم والاعلام والتسلية أو لتوفير محفز مفيد وغني لاتخاذ قرارات في مجالات عمل معينة).

والمعلومات تأتي من الخبرة، أو الملاحظة أو البحث أو التفاعل أو القراءة...إلخ، ويستلزم وجود المعلومات توفر وعاء يحويها وهو ما يطلق عليه بالوثيقة أو بمصدر المعلومات بأشكالها وأحجامها المختلفة.

وللمعلومات بمفهومها المذكور أعلاه ستة أبعاد هي:

- 1- الكمية والتي تقاس بعدد الوثائق، الصفحات، الكلمات، الرسوم، الصور...إلخ.
- 2- المحتويات وهي معنى المعلومات.
- 3- البنية وهي تشكل المعلومات والعلاقة المنطقية بين نصوصها وعناصرها.
- 4- اللغة وهي الرموز والحروف والأرقام التي يعبر بواسطتها عن الأفكار.
- 5- النوعية وهي كون المعلومات كاملة وصحيحة وذات فائدة.
- 6- العمر وهو الفترة الزمنية التي تكون فيها المعلومات ذات قيمة.

ب. اصطلاحاً: وفقاً لتعريفات المعجم الموسوعي لمصطلحات المكتبات والمعلومات لأحمد

محمد الشامي ود. سيد حسب الله هي:

- 1- البيانات التي تمت معالجتها لتحقيق هدف معين أو لاستعمال محدد، لأغراض اتخاذ القرارات، أي البيانات التي أصبح لها قيمة بعد تحليلها، أو تفسيرها، أو تجميعها في شكل ذي

معنى والتي يمكن تداولها وتسجيلها ونشرها وتوزيعها في صورة رسمية أو غير رسمية وفي أي شكل.

2- المقومات الجوهرية في أي نظام للتحكم.

3- المفهوم المتصل بالبيانات نتيجة لتجميعها وتناولها.

4- بيانات مجهزة ومقيمة خاصة إذا تم استيفاؤها من مجموعة من الوثائق أو الأشكال¹.

والمعلومات هي أساس المعرفة أيضا، فالمعرفة هي أساسا مجموعة المعاني والمعتقدات والأحكام والمفاهيم والتصورات الفكرية التي تتكون لدى الانسان نتيجة لمحاولات متكررة لفهم الظواهر والأشياء المحيطة به فهي تمثل حصيلة أو رصيد خبرة ومعلومات ودراسة طويلة يملكها شخص ما في وقت معين، ويختلف بذلك رصيد المعرفة والخبرة من خلال عملية التفكير يستطيع الشخص التعرف على الأحداث المحيطة به ويحتفظ بها في عقله، ويزيد الإنسان في العادة من معرفته بصفة مستمرة عن طريق الثقافة والتعليم لذلك يختلف رصيد المعرفة من شخص لآخر نظرا لاختلاف البيئة التي يعيش فيها كليهما واختلاف التجارب والدراسة والخبرة التي يحصل عليها كليهما².

الاتصال:

أ. لغة: جاء في لسان العرب "لابن منظور": الاتصال والوصلة: ما اتصل بالشيء، قال الليث: كل شيء اتصل بشيء فيما بينهما وصلة، أي اتصال وذريعة، ووصلت الشيء وصلا وصلة، والوصل ضد الهجران، والوصول خلاف الفصل، وذكر في "المصباح المنير": وصلت إليه (أصل) وصولا... و (وصل) الخبر بلغ... (وصلت) الشيء بغيره (وصلا) فاتصل به ووصلته (وصلا) و(صلة) ضد هجرته.

أما في اللغة الأجنبية: فالاتصال كلمة مشتقة من الأصل اللاتيني (Communs) بمعنى "عام" أو "شائع" أو "يذيع" عن طريق المشاركة، وجاء في قاموس المصطلحات الإعلامية، أن كلمة:

¹ - محمود علم الدين، *تكنولوجيا المعلومات وصناعة الاتصال الجماهيري*، مرجع سابق، ص 24.

² - المرجع نفسه، ص 25.

"اتصال (Communication) في المفرد وكصفة تستخدم للإشارة إلى عملية الاتصال التي يتم عن طريقها نقل معنى، أما الاتصال في صيغة الجمع (Communications) فتشير إلى الوسائل نفسها أو مؤسسات الاتصال"¹.

ب. اصطلاحاً: جاء في قاموس المصطلحات الإعلامية أن الاتصال هو: "انتقال المعلومات، أو الأفكار، أو الاتجاهات أو العواطف من شخص أو جماعة إلى شخص أو جماعة أخرى من خلال الرموز والاتصال هو أساس كل تفاعل اجتماعي، فهو يمكننا من نقل معارفنا وبيسر التفاهم بين الأفراد"².

وتشير كلمة الاتصال إلى معاني كثيرة لدى العديد من الناس، فالبعض ينظر إليها على أنها علم والبعض الآخر يعتبرها نشاط، ويرى آخرون أنها فن أو أنها نشاط عفوي لا شعوري، وقد تكون عملاً مخططاً.

غير أن الاتصال هو نتيجة لمجموع كل هذه العناصر، فهو علم يقوم على قواعد معينة وفن يحتاج إلى مهارة وذكاء، كما أنه قد يكون مخططاً أو عفويّاً حسب ما تقتضيه الحاجة. وهناك اتفاق بين العلماء بأن الاتصال هو كل ما يتعلق بانتقال الأفكار والمعلومات من فرد لآخر أو من جماعة لأخرى سواء كانت تتصل بالناس أنفسهم أو بالبيئة التي يعيشون فيها. ويعرفه Blondin على أنه "عملية تبادل بين اثنين أو أكثر، باستعمال أحد أشكال التفاهم، لنقل معلومات رسمية أو غير رسمية من المصدر إلى المستقبل".

- الاتصال هو العملية التي تتم من خلالها تكوين العلاقات بين أعضاء المجتمع سواء كان صغيراً أو كبيراً وتبادل الأفكار والتجارب فيما بينهم.

- الاتصال يعني التبادل مع الآخرين وهو يعني النقل والتفاعل مع فرد أو جماعة.

- الاتصال هو: نقل المعلومات والأفكار والاتجاهات بل والميول والعواطف من شخص إلى آخر أو جماعة إلى أخرى.

- الاتصال هو عملية يتم فيها تبادل المفاهيم بين الأفراد، من خلال نظام الرموز المتعارفة³.

¹ - رحيمة الطيب عيساني، *مدخل إلى الإعلام والاتصال*، د.ط، عالم الكتب الحديث للنشر والتوزيع، الاردن، دون سنة، ص13.

² - المرجع نفسه، ص16.

³ - فاطمة حسين عواد، *الاتصال والإعلام التسويقي*، ط1، دار أسامة للنشر والتوزيع، الاردن، 2011، ص17.

تكنولوجيا المعلومات:

هناك العديد من الكتابات التي تناولت تكنولوجيا المعلومات وبتعمق، نظراً لأهميتها الاستراتيجية بالنسبة للمنظمات على اختلاف أنواعها وحجمها في العصر الحالي الذي يعتبر عصر ثورة المعلومات، كما أن هناك تبايناً في تحديد المفهوم الدقيق لتكنولوجيا المعلومات، إذ طرح مفهوم نظم المعلومات كبديل عنه أو العكس¹.

- حيث عرّف ايبي أوز (Effy Ozn, 2002) نظم المعلومات: بأنها تلك النظم المعتمدة على الحاسب، وتتكون من البيانات والأجهزة، والبرمجيات، والشبكات، والأفراد، القواعد والاجراءات التي تنظم العمل.

- وفي تعريف آخر (أحمد مرسي، 2002) نظم المعلومات بأنها: مجموعة متداخلة من المكونات التي تعمل على تجميع، وتشغيل، ونشر المعلومات، وذلك بغرض مساندة عملية صنع القرار، والرقابة داخل المنظمة².

- ويعرّف نظم المعلومات المعتمدة على الحاسب الآلي بأنها: نظم معلومات معتمدة على الأجهزة المادية للحاسب الآلي وبرامج التشغيل، وذلك بغرض تشغيل البيانات، ونشر المعلومات وتضم الأجزاء المادية للحاسب الآلي، والبرامج، ووسائط مادية لتخزين البيانات والبرامج وتكنولوجيا الاتصالات والشبكات.

تعد تكنولوجيا المعلومات واحدة من أبرز المعايير التي تستخدم في المنظمة لتحقيق الكفاءة والفاعلية، إذ ازدادت أهميتها تدريجياً نتيجة لعدة أسباب لعل من أبرزها التطور الهائل الذي مر به علم الحاسوب، فقد عرفت تكنولوجيا المعلومات على أنها وصف عريض للتقنيات والنظم والخدمات والأدوات التي تساعد على تخزين ومعالجة ونقل وتوزيع المعلومات والتي يتألف من خليط متنوع من الأدوات والأجزاء التي يضمها الحاسوب³.

تكنولوجيا الاتصال:

¹- ماهر عودة الشمالية وآخرون، تكنولوجيا الإعلام والاتصال، ط1، دار الإحصاء العلمي للنشر والتوزيع، الأردن، 2015، ص28.

²- المرجع نفسه، ص29.

³- المرجع نفسه، ص28.

عرفها روبن ويرند أنها أي أداة أو وسيلة تساعد على إنتاج أو تخزين أو استقبال أو عرض البيانات أما كلمة حديثة التي تضاف إلى كلمة تكنولوجيا الاتصال نسبية لأنها تتوقف على مدى تطور المجتمع وعلى المدى الزمني فما هو حديث اليوم قديم غدا، ومنه فإن تكنولوجيا الاتصال الحديثة هي مجموعة

التكنولوجيات التي تجتمع بين الاتصال عن بعد والكمبيوتر¹.

وتعرف أيضا على أنها تلك التقنية الأساسية الجديدة المستخدمة في نظم المعلومات الحديثة المبنية على الحاسوب وتطبيقاتها بالنسبة للجهة المستفيدة منها وتتضمن الأجهزة وشبكات الاتصال وقواعد البيانات والبرامج اللازمة.

يعرفها بروكتر وآخرون "بأنها العلم والنشاط في تخزين واسترجاع ومعالجة المعلومات باستخدام أجهزة الكمبيوتر.

تكنولوجيا المعلومات والاتصال:

تعرف تكنولوجيا المعلومات والاتصال بأنها "مجموع التقنيات أو الأدوات أو الوسائل أو النظم المختلفة التي يتم توظيفها لمعالجة المضمون أو المحتوى الذي يراد توصيله من خلالها جمع المعلومات والبيانات المسموعة أو المكتوبة أو المصورة أو المرسومة أو المسموعة المرئية أو المطبوعة أو الرقمية (من خلال الحاسبات الالكترونية) ثم تخزين هذه البيانات والمعلومات، ثم استرجاعها في الوقت المناسب، ثم عملية نشر هذه المواد الاتصالية أو الرسائل أو المضامين مسموعة مرئية أو مطبوعة أو رقمية، ونقلها من مكان إلى آخر، ومبادلتها، وقد تكون تلك التقنية يدوية أو آلية أو إلكترونية أو كهربائية حسب مرحلة التطور التاريخي لوسائل الاتصال والمجالات التي يشملها هذا التطور².

وتعرف ب: تكنولوجيا المعلومات والاتصال تلك الوسائل والأدوات والابتكارات التي توصل إليها الإنسان ومنجزاته المستمرة وسريعة التطور وما يتصل بها من تكنولوجيا المعلومات.

¹ - شاحي سهام، بوعمره حياة، واقع استخدام تكنولوجيا الاتصال الحديثة داخل البنوك الجزائرية -دراسة ميدانية بنك الفلاحة والتنمية الريفية- تيارت، مرجع سابق، ص15.

² - ماهر عودة الشمايلة وآخرون، تكنولوجيا الإعلام والاتصال، المرجع السابق، ص66.

وعرفها الاتحاد الأوروبي 1998: قائمة النشاطات الشاملة لثلاثة قطاعات المعلوماتية بما فيها من صناعة حواسيب وبرمجيات الاتصالات عن بعد الشاملة لشبكات الأنترنت أساسا والإلكترونيك¹.

منهج البحث:

يعد المنهج أحد العناصر الأساسية في البحث العلمي، حيث يعتبر خطوات وإجراءات منهجية ومنطقية تساعد الباحثين على الوصول إلى نتائج دقيقة وموثوقة. ويمكن القول أن المنهج يعتبر الإطار الذي يضمن سلامة وجودة البحث العلمي، حيث يمكن من خلاله تحديد الخطوات والإجراءات اللازمة لإجراء البحث وتحليل النتائج.

وتختلف الأساليب المنهجية المستخدمة في البحث العلمي باختلاف المجالات العلمية وطبيعة البحوث، إلا أن الهدف المشترك لجميعها هو ضمان دقة النتائج وموثوقيتها، وتعزيز مصداقية البحث العلمي في المجتمع العلمي.

تعريف المنهج:

يقصد بمنهج البحث العلمي، هو طريقة موضوعية يتبعها الباحث في دراسة أو تتبع ظاهرة من الظواهر أو مشكلة من المشاكل أو حالة من الحالات بقصد تشخيصها أو وصفها وصفا دقيقا وتحديد ابعادها بشكل شامل يجعل من السهل التعرف عليها وتمييزها وبتيح معرفة أسبابها ومؤثراتها والأنماط التي تتخذها أو تتشكل فيها والعوامل التي أثرت فيها أو تأثرت بها وقياس هذا الأثر أو التنبؤ به بشكل موضوعي دقيق يفسر العلاقات التي تربط عواملها الداخلية والخارجية بقصد الوصول إلى نتائج عامة محددة يمكن تطبيقها أو تعديلها.

¹ - البنية حياة، بالعزیز خولة، واقع استخدام تكنولوجيا الإعلام والاتصال في الإدارة الحكومية الجزائرية -دراسة حالة بمقر الولاية ورقلة، مرجع سابق، ص22.

ويمكن اعتبار المنهج أيضا فن التنظيم الصحيح لسلسلة من الأفكار سواء من أجل الكشف عن الحقيقة حين لا تكون معلومة لدينا أو من أجل البرهنة عليها للأخريين ولثباتها بجوانبها المختلفة لهم حين نكون على معرفة وإمام كامل بها¹.

المنهج الوصفي:

يعتبر من المناهج التي يكثر استعمالها في مجال بحوث التربية البدنية والرياضية وبهذا المجال يذكر (سكيتس) Scates في معرض حديثه عن الدراسات الوصفية بقوله "يراد بالدراسات الوصفية ما يشمل جميع الدراسات التي تهتم بجمع وتلخيص الحقائق الحاضرة المرتبطة بطبيعة وبوضع جماعة من الناس أو عدد من الأشياء أو مجموعة من الظروف أو فصلية من الأحداث أو نظام فكري. أو أي نوع آخر من الظواهر التي يمكن أن يرغب الشخص في دراستها.

أما ويثني Whitney فانه يتفق تقريبا مع التعريف السابق إذ يقول "أن الدراسة الوصفية هي التي تتضمن دراسة الحقائق الراهنة المتعلقة بطبيعة ظاهرة أو موقف أو مجموعة من الأوضاع. وهذا النوع من الدراسات العلمية كما تسمى بالدراسات الوصفية لاهتمامه بوصف سمات ومظاهر وأحوال المجتمعات المحلية فإنه يسمى بأسماء أخرى تعتبر عن اهتمامات مختلفة للباحثين في دراساتهم الوصفية ومن بين هذه الأسماء التي تسمى بها الدراسات الوصفية تسميتها "بدراسة الوضع" لاهتمامها بدراسة الوضع الحاضر للأمر المراد دراسته. "والدراسات المعيارية".

لأنها تحاول من وراء وصفها واستقصائها للحقائق الحاضرة أن تؤسس معايير معينة. "والدراسات المقارنة" وذلك لأنها تتضمن مقارنة بين المعلومات التي تجمعها ومن حيث أن المقارنة أن نجد معاني جديدة في الحقائق التي تم وصفها. ولازالت هناك أسماء أخرى تطلق على الدراسات الوصفية. إلا أنه مهما كانت هذه الأسماء فإن أشملها وأهمها هو تسميتها بالدراسات الوصفية.

¹ - محسن أحمد الخضيرى، الأسس العلمية: لكتابة رسائل الماجستير والدكتوراه، د.ط، مكتبة الأنجلو المصرية، مصر، 1992، ص39.

ان البحوث الوصفية هي التي تهدف إلى اكتشاف الوقائع ووصف الظواهر وصفاً دقيقاً وتحديد خصائصها تحديداً كميّاً أو كميّاً. وهي تقوم بالكشف عن الحالة السابقة للظواهر وكيف وصلت إلى صورتها الحالية وتحاول التنبؤ بما ستكون عليه في المستقبل فهي تهتم بماضي الظواهر وحاضرها ومستقبلها¹.

استخدمنا في دراستنا هذه، المنهج الوصفي لعرض المفاهيم والمعلومات الخاصة في مجال البحث وتفسير تلك المعلومات واستخلاص النتائج منها.

مجتمع البحث وعينة الدراسة:

مجتمع البحث:

يقصد بمجتمع البحث هو ما عرفه الباحثون: "مجموع محدود أو غير محدود من المفردات (العناصر أو الوحدات) المحدد مسبقاً، حيث تنصب الملاحظات".
أي أن تعريف مجتمع البحث حسب باحثين آخرين هو: "جميع مفردات الظاهر، التي يدرسها الباحث"².

تمثل مجتمع البحث في هذه الدراسة في المواطن الجزائري
العينة: تعرف العينة بأنها نموذجاً، يشمل جانبا أو جزءاً من وحدات المجتمع الأصل المعنى بالبحث، تكون ممثلة له بحيث تحمل صفاته المشتركة وهذا النموذج أو الجزء يعني الباحث عن دراسة كل وحدات ومفردات المجتمع الأصل خاصة في حالة صعوبة أو استحالة دراسة كل وحدات ومفردات المجتمع الأصل، خاصة في حالة صعوبة أو استحالة دراسة كل تلك الوحدات ويتم اختيار العينة عادة وفق أسس وأساليب علمية متعارف عليها فإذا كان المجتمع الأصل يشتمل على عشرين ألف عائلة، ويحتاج الباحثون إلى دراستهم دراسة مسحية أو أية

¹ - مروان عبد المجيد إبراهيم، أسس البحث العلمي لإعداد الرسائل الجامعية، ط1، مؤسسة الوراق للنشر، الأردن، 2000، ص125.

² - أحمد بن مرسل، مناهج البحث في علوم الاعلام والاتصال، ط4، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، د. سنة، ص220.

دراسة منهجية أخرى، تعتمد الاستبيان أو المقابلة أحيانا، كأداة لجمع البيانات والمعلومات من ذلك المجتمع، فانه سيعتمد في الغالب إلى اختيار عدد معقول منهم، يستطيع توجيه أسئلة الاستبيان أو المقابلة إليهم، ضمن الفترة الزمنية المتوفرة لديه، والمحددة له لإنجاز بحثه أو رسالته مثال ذلك فإن الباحث يختار (1000) عائلة فقط، على سبيل المثال منهم، ليوزع عليهم أسئلة الاستبيان المطلوبة لبحثه أو رسالته، أو ربما أقل أو أكثر من ذلك بضوء إمكانات الباحث ومستوى بحثه أو انه يختار 50 عائلة فقط ليقابلهم ويجمع البيانات والمعلومات منهم، بغرض انجاز بحثه ويشترط في مثل هذه العينات أو النماذج المحدودة المختارة أن تمثل وحدات المجتمع الأصل كافة تمثيلا جيدا ودقيقا، بحيث تعكس خصائصه المشتركة التي يطلب دراستها والتعرف عليها، وهناك أنواع مختلفة من العينات المستخدمة في البحث العلمي. فإذا ما أراد الباحث دراسته مجاميع من الطلبة في المدارس أو الجامعات أو مجاميع من العاملين في المصانع أو المعامل، فإنه يعتمد إلى نقص الوسيلة في انتقاء نموذج أو عينة، تكون (500) طالب وطالبة مثلا، بغرض توجيه أسئلة الاستبيان لهم أو لعدد اقل من ذلك إذا كانت وسيلة جمع البيانات هي المقابلة¹.

العينة العرضية أو عينة الصدفة:

ويكون الاختيار في هذا النوع من العينات سهلا، إذ يعتمد الباحث إلى اختيار عدد من الأفراد الذين يستطيع العثور عليهم، في مكان ما، وفي فترة زمنية محددة، وبشكل عرضي أي عن طريق الصدفة، كأن يذهب الباحث إلى مكتبة من المكتبات أو مدرسة من المدارس أو كلية من الكليات، التي يتعلق البحث بها، ثم يوزع الاستبيان على من يراهم موجودين أمامه. وقد يضطر العديد من الباحثين اختيار هذا النوع من العينة لسهولة استخدامها، أو لأن الوقت الذي لديه محدد، أو لأية أسباب ومبررات أخرى. ومهما يكن من أمر فأن من أهم سلبيات هذا النوع من العينات هو أنها قد لا تمثل المجتمع الأصلي تمثيلا صادقا، خاصة إذا كان

¹ - عامر إبراهيم قنديلجي، *البحث العلمي واستخدام مصادر المعلومات*، ط1، دار البازوري العلمية للنشر والتوزيع، الأردن، 1999، ص138.

هناك تباين أو عدم تجانس في الخواص المطلوب دراستها في المجتمع الأصلي، فإذا ما ذهب الباحث إلى كلية ما، في يوم ما، فإنه قد يعثر على طلبة صف معين أو قسم معين فقط، وهم قد لا يمثلون الصفوف والأقسام الأخرى ذات العلاقة بموضوع البحث الذي يقوم به. أو يذهب الباحث إلى مكتبة ما في يوم ما ويعثر على مجموعة من القراء والمستفيدين، ويوزع عليهم الاستبيان، ثم يكتشف بعد حين أن بعضهم يأتي لأول مرة إلى تلك المكتبة أو أنهم لا يمثلون بقية القراء والمستفيدين الذين يستخدمون المكتبة في أيام أو أسابيع أخرى، وهكذا¹.

وقد تم استخدام العينة العرضية في اختيار مجموعة من مواطني بلدية حاسي مسعود - ورقلة كعينة لهذه الدراسة.

أدوات جمع البيانات:

الاستبيان:

الاستبيان في البحث العلمي، هو تلك القائمة من الأسئلة التي يحضرها الباحث بعناية في تعبيرها عن الموضوع المبحوث في إطار الخطة الموضوعية، لتقدم إلى المبحوث، من أجل الحصول على إجابات تتضمن المعلومات والبيانات المطلوبة، لتوضيح الظاهرة المدروسة، وتعريفها من جوانبها المختلفة.

يعرف الاستبيان في الأوساط البحثية العلمية تحت أسماء عديدة. مثل: الاستقصاء، الاستفتاء، الاستبار، وكلها كلمات تفيد الترجمة الواحدة لكلمة: "Questionnaire" أو "Sondage" في اللغة الفرنسية².

يعتبر الاستبيان أسلوب جمع البيانات الذي يستهدف استثارة المبحوثين بطريقة منهجية ومقننة، لتقديم حقائق وآراء معينة في إطار البيانات المرتبطة بموضوع الدراسة، إذ يعتبر من أكثر أدوات جمع البيانات شيوعاً واستخداماً في منهج المسح وذلك لإمكانية استخدامه في جمع المعلومات عن طريق موضوع معين من عدد كبير من الأفراد يجتمعون أو لا يجتمعون في مكان واحد. كما يعتبر الاستبيان أكثر ملائمة لدراسة جمهور المتلقين (الأفراد، أو

¹ - المرجع نفسه، ص 148.

² - أحمد بن مرسل، *مناهج البحث في علوم الاعلام والاتصال*، المرجع السابق، ص 220.

أشخاص)، خاصة إذا كان جمهور المتلقين يتميز بضخامة العدد والتشتت بالشكل الذي يصعب استخدام أساليب أخرى مثل: المقابلة والملاحظة.

ومنه فإن الاستبيان هو وسيلة لجمع المعلومات المتعلقة بموضوع البحث، عن طريق إعداد استمارة يتم تعبئتها من قبل عينة ممثلة من الأفراد، ويسمى الشخص الذي يقوم بإملاء الاستمارة بالمستجيب¹.

**** وقد اخترنا استخدام الاستبيان المقفول أو محدد الإجابة في دراستنا هذه.**

وهذا النوع من الاستبيانات لا يحدد الباحث في استمارته إجابات مفتوحة، وعلى المستجيب أن يختار ما يراه مناسباً، أو يحدد ما ينطبق عليه منها والاستبيان الذي يتكون عادة من قائمة معدة من الأسئلة أو العبارات الثابتة وعلى المستجيب أن يختار من بين إجابات ممكنة محددة، ويعطي إجابته عليه فيكتب مثلاً "نعم" و"لا" أو "موافق" أو "غير موافق" أو يضع علامة أو دائرة أو خطأ تحت بند، أو أكثر من قائمة من الإجابات، أو يرتب مجموعة من العبارات وفقاً لأهميتها، أو يزوج بين عبارتين مترادفتين، أو متشابهتين في المعنى، أو يكتب عبارة مختصرة في مسافات بيضاء، أو سطور خالية، أو غير ذلك من الصور التي يمكن أن تأخذها إجابات الاستبيان المقفول.

وتستخدم هذه الأسئلة عامة في المواقف التي يوجد لها أكثر من إطار مرجعي واحد للاستجابة، ويتحدد خلال هذا الإطار مدى استجابات المعروفة ومواضيع هذه الاستجابات، ومنه تكون الاستجابات واضحة ومعروفة، والسؤال يمثل إطاراً مرجعياً واحداً بالنسبة لكل فرد ولذلك فإنه يفضل استخدام السؤال المقفول².

ولقد تم الاعتماد في استمارة بحثنا على مجموعة من الأسئلة المغلقة والتي وزعت كما يلي:

✓ **المحور الأول:** يضم البيانات الخاصة بالمبحوثين ويشتمل على الجنس، والسن، والمستوى التعليمي.

✓ **المحور الثاني:** فقد احتوى على 07 أسئلة، تظهر عادات وأنماط استخدام عينة الدراسة لتطبيق بريدي موب.

¹ - محمد الفاتح حمدي، سميرة سطوطاح، *مناهج البحث في علوم الإعلام والاتصال وطريقة إعداد البحوث*، ط1، دار الحامد للنشر والتوزيع، الأردن، ص92.

² - زياد علي الجرجاوي، *القواعد المنهجية التربوية لبناء الاستبيان*، ط.2، مطبعة أبناء الجراح، فلسطين، 2010، ص29.

✓ **المحور الثالث:** يتضمن 10 سؤال، بغية معرفة أهم الصعوبات والمخاوف من استخدام عينة الدراسة لتطبيق بريدي موب.

✓ **المحور الرابع:** فيتضمن 04 أسئلة، ويتعلق بالإشباع المحققة من استخدام عينة الدراسة لتطبيق بريدي موب.

✓ **المحور الأخير:** ويتضمن 04 أسئلة، يتحدث عن دوافع استخدام عينة الدراسة لتطبيق بريدي موب.

مجالات الدراسة

المجال المكاني: قمنا بتوزيع استمارات الاستبانة على مواطني بلدية حاسي مسعود ولاية ورقلة.

المجال الزمني: بداية إنجاز هذه المذكرة كان منذ شهر فيفري 2024 إلى غاية شهر ماي من نفس السنة، قسمت المدة بين الجانب المنهجي والجانب التطبيقي.

الخلفية النظرية للدراسة (نظرية الاستخدامات والإشباع)

يطلق عليها البعض نموذج، والبعض الآخر مدخل، ويطلق عليها آخرون منظور. ويشعر بعض النقاد أن أسلوب المنافع والإشباع أقل من أن يكون نظرية مستقلة بذاته، وما هو إلا صياغة معادة محدودة لجوانب معينة من نظريات التأثير الانتقائي... كما يرون أن البحث باستخدام منظور المنافع والإشباع لم يولد حتى الآن سوى القليل من القوائم عن الأسباب التي يبرر بها الناس انتقاءهم واهتمامهم بأنواع مختلفة من المضمون الإعلامي، أو قوائم من الإشباع يقول الناس أنهم يحصلون عليها من إهتمامهم بالإعلام. ولا يضيف المنظور الكثير على طريق التفسير المنظم وراء ذلك.

ظهرت هذه النظرية لأول مرة بطريقة كاملة في كتاب "استخدام وسائل الاتصال الجماهيري" تأليف كاتز وبلوملر ودار هذا الكتاب حول فكرة أساسية مؤداها تصور الوظائف التي تقوم بها وسائل الاعلام ومحتواها من جانب، ودوافع الفرد من التعرض إليها من جانب آخر.

ومن وجهة نظر "كاتز وبلوملر" فإن مدخل الاستخدامات والإشباع يعنى بما يلي:

- الأصول الاجتماعية والسيكولوجية.

- الاحتياجات التي يتولد عنها.
- توقعات.
- من وسائل الاعلام أو أي مصادر أخرى تؤدي إلى:
- أنماط مختلفة من التعرض لوسائل الاعلام ينتج عنها:
- 1. اشباعات للاحتياجات.
- 2. نتائج أخرى في الغالب غير مقصودة.
- وعلى ذلك فهذه النظرية تستند على الافتراضات التالية:
- أن أعضاء الجمهور فاعلون في عملية الاتصال، واستخدامهم لوسائل الاعلام يحقق لهم أهداف مقصودة تلبي توقعاتهم.
- الربط بين الرغبة في اشباع حاجات معينة، واختيار وسيلة إعلام محددة يرجع إلى الجمهور نفسه وتحدده الفروق الفردية.
- التأكيد على أن الجمهور هو الذي يختار الوسائل والمضمون الذي يشبع حاجاته، فالأفراد هم الذين يستخدمون وسائل الاتصال وليست وسائل الاتصال هي التي تستخدم الأفراد.
- يكون الجمهور على علم بالفائدة التي تعود عليه، وبدوافعه واهتماماته، فهو يستطيع أن يمد الباحثين بصورة فعلية لاستخدامه لوسائل الاعلام.
- الاستدلال على المعايير الثقافية السائدة من خلال استخدامات الجمهور لوسائل الاتصال وليس من خلال محتوى الرسائل التي تقدمها وسائل الاتصال.
- وتسعى نظرية الاستخدامات والاشباعات إلى تحقيق ثلاثة أهداف رئيسية هي: التعرف على كيفية استخدام الأفراد لوسائل الاعلام، وذلك بالنظر إلى الجمهور النشط الذي يستخدم الوسيلة التي تشبع حاجاته وأهدافه.
- الهدف الثاني: توضيح دوافع استخدام وسيلة بعينها من وسائل الاعلام، والتفاعل مع نتيجة هذا الاستخدام.
- الهدف الثالث: هو التركيز على أن فهم عملية الاتصال الجماهيري يأتي نتيجة لاستخدام وسائل الاتصال الجماهيري.
- الانتقادات الموجهة لنظرية الاستخدامات والاشباعات:

- 1- أن هذه النظرية تتبنى مفاهيم تتسم بشيء من المرونة، مثل الدافع، الاشباع، الهدف، الوظيفة، وهذه المفاهيم ليس لها تعريفات محددة، وبالتالي فمن الممكن أن تختلف النتائج التي نحصل عليها من تطبيق النظرية تبعا لاختلاف التعريفات.
- 2- ان الحاجات الخاصة بالفرد متعددة ما بين فسيولوجية ونفسية واجتماعية، تختلف أهميتها من فرد لآخر، ولتحقيق تلك الحاجات تتعدد أنماط التعرض لوسائل الاعلام واختيار المحتوى.
- 3- تقوم النظرية على افتراض أن استخدام الفرد لوسائل الاعلام استخدام معتمد ومقصود وهادف، والواقع يختلف في أحيان كثيرة عن ذلك، فهناك أيضا استخدامات غير هادفة.
- 4- تنظر البحوث التي تستند إلى نظرية الاستخدامات والاشباع إلى وظائف وسائل الاتصال من منظور فردي يستخدم الرسائل الاتصالية، في حين أن الرسالة الاتصالية قد تحقق وظائف لبعض الأفراد وتحقق اختلالا وظيفيا للبعض الآخر¹.

الدراسات السابقة:

- 1/الدراسة الأولى: زواش زهير: بعنوان "دور نظام الدفع الإلكتروني في تحسين المعاملات المصرفية" - دراسة حالة الجزائر، رسالة مقدمة لنيل شهادة الماجستير تخصص تمويل الدولي والمؤسسات المالية والنقدية، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، جامعة العربي بن مهيدي - ام البواقي، 2011/2010.
- الإشكالية: قدم الباحث: الإشكالية التالية "ما هي انعكاسات نظام الدفع الإلكتروني على المعاملات المصرفية؟

ولكي يتم الإجابة على هذا الإشكال قدما عدة تساؤلات فرعية:

- 1- ما المقصود بنظام الدفع وبوسائل الدفع وكيف تطورت؟
 - 2- ما هي العوامل التي ساعدت على تطور وسائل الدفع الالكترونية؟
 - 3- كيف يمكن تقييم التجربة الجزائرية في مجال وسائل الدفع؟
- اقترح الباحث فرضيات لتحقيق دراسته:

- إن نظام الدفع الإلكتروني يسمح بمعالجة كم هائل من المعاملات بسرعة فائقة

¹- محمود حسن إسماعيل، *مبادئ علم الاتصال ونظريات التأثير*، ط2، الدار العالمية للنشر والتوزيع، مصر، 2003، ص252.

- وبأقل تكلفة وفي زمن قصير .
- إن النقائص التي واجهتها وسائل الدفع التقليدية يمكن التغلب عليها بواسطة التطور الحاصل في مجال التكنولوجيا.
- إن ظهور وسائل دفع جديدة في الميدان المصرفي من المؤكد يتطلب تنظيمات قانونية، كالذي يتمتع به نظام الدفع التقليدي.
- لا يمكن للجزائر الاستغناء عن وسائل الدفع التقليدية وتعويضها بالإلكترونية المحدودية إمكانياتها.
- تحديث نظام الدفع المصرفي مرهون بتغيير وتحديث الثقافة المصرفية لدى الجمهور الجزائري.
- اعتمد الباحث في دراسته على المنهج الوصفي التحليلي الذي يعتبر أكثر ملائمة لطبيعة الدراسة.
- أهم النتائج المتوصل إليها:**
- فيما يخص النقائص التي واجهتها وسائل الدفع التقليدية، تمكن التغلب عليها بواسطة التطور الحاصل في القطاع المصرفي، الذي أصبح يستخدم أجهزة وشبكات مكنته من التخلص من تلك النقائص.
- ضرورة وضع قانون ينظم التعامل بوسائل الدفع الحديثة في الميدان المصرفي، نظراً للمشاكل التي أفرزتها.
- لا يمكن الاستغناء عن وسائل الدفع التقليدية في الجزائر وذلك نظراً للبنية التحتية للنظام المصرفي الجزائري لارتفاع التكاليف وعدم وجود ثقافة مصرفية لدى الجمهور ولذلك بتقبل التعامل بوسائل الدفع التقليدية، دون الحاجة للخوف منها.
- إن تحديث نظام المصرفي الجزائري ليس مرهون فقط بتغيير وتحديث الثقافة المصرفية لدى الجمهور الجزائري، بل وأيضاً بضرورة القضاء على السوق الموازية وكذلك على مدى جدية القائمين على مشروع تحديث وسائل الدفع.

2/الدراسة الثانية: قندوز كوثر، رواج رقية: بعنوان "أثر استخدام تطبيق بريدي موب على رضا زبائن بريد الجزائر-ولاية ورقلة"، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماستر تخصص العلوم

الاقتصادية والتسيير وعلوم تجارية فرع علوم التسيير، جامعة قاصدي مرباح ورقلة،
2023/2022.

الإشكالية: طرحت الباحثتان: الإشكالية التالية "إلى أي مدى يؤثر استخدام تطبيق بريدي موب على رضا زبائن بريد الجزائر؟

وكي تجيب الباحثتان على هذا الإشكال طرحتا عدة تساؤلات فرعية:

- 1- ما مستوى توافر أبعاد تطبيق بريدي موب في مديرية الوحدة الولائية بريد الجزائر ورقلة؟
 - 2- ما مستوى توافر رضا الزبائن في مديرية الوحدة الولائية بريد الجزائر ورقلة؟
 - 3- هل توجد علاقة بين أبعاد تطبيق بريدي (سهولة الاستخدام، الموثوقية، السرية والأمان، التأثير الاجتماعي) ورضا الزبائن بريد الجزائر ورقلة؟
 - 4- هل توجد فروق ذات دلالة احصائية لإجابات أفراد عينة الدراسة حول رضا الزبائن تعزى للمتغيرات الشخصية (الجنس، العمر، المؤهل العلمي، الوضعية المهنية)؟
- وللوصول إلى إجابة واضحة على الإشكالية الأساسية اعتمدت الباحثتان على الفرضيات التالية:
- يوجد مستوى مرتفع من توافر أبعاد تطبيق بريدي موب في مديرية الوحدة الولائية لبريد الجزائر ورقلة.

- يوجد مستوى مرتفع من توافر رضا الزبائن في مديرية الوحدة الولائية لبريد الجزائر ورقلة.
- توجد علاقة بين أبعاد تطبيق بريدي موب ورضا الزبائن بريد الجزائر ورقلة؛ وتندرج من هذه الفرضية الفرضيات الفرعية التالية:

1. توجد علاقة ذات دلالة احصائية موجبة بين سهولة استخدام تطبيق بريدي موب ورضا الزبائن.
2. توجد علاقة ذات دلالة احصائية موجبة بين موثوقية في استخدام تطبيق بريدي موب ورضا الزبائن.
3. توجد علاقة ذات دلالة احصائية موجبة بين الأمان والسرية في تطبيق بريدي موب ورضا الزبائن.
4. توجد علاقة ذات دلالة احصائية موجبة بين التأثير الاجتماعي تطبيق بريدي موب ورضا الزبائن.

- لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية لإجابات أفراد عينة الدراسة حول رضا الزبائن تعزى للمتغيرات الشخصية (الجنس، العمر، المؤهل العلمي، الوضعية المهنية).

اختارت الباحثتان في تحقيق دراستهما الاعتماد على المنهج الوصفي وهذا ما سمح لهما بتقديم التعاريف والمفاهيم العامة لتطبيقات الهواتف الذكية ورضا الزبائن والعلاقة بينهما.

أما فيما يخص أدوات جمع البيانات فقد استخدمت كل من المقابلة الشخصية، والاستبيان الذي تم توزيع استمارته على عينة عشوائية بسيطة مكونة من 80 فرد من زبائن المؤسسة.

أهم النتائج المتوصل إليها:

- اتضح انه يوجد مستوى مرتفع من توفر أبعاد تطبيقات الهواتف الذكية في تطبيق بريدي موب لدى مؤسسة بريد الجزائر.

- انه يوجد مستوى لرضى زبائن مؤسسة بريد الجزائر ورقلة.

- ان هناك علاقة طردية قوية بين تطبيق بريدي موب ورضا الزبائن في مؤسسة بريد الجزائر ورقلة.

- أهم أبعاد في تأثير استخدام تطبيق بريدي موب على رضا الزبائن مؤسسة بريد الجزائر ورقلة هي: الموثوقية، سهولة الاستخدام، الأمان والسرية.

- لا يوجد تأثير ذو دلالة إحصائية لبعث تأثير الاجتماعي على رضا زبائن بريد الجزائر ورقلة.

- لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية تبعا لمتغيرات الشخصية (الجنس والعمر) بخصوص

تأثير أبعاد تطبيق بريدي موب على رضا الزبائن في مؤسسة محل الدراسة.

- توجد فروق ذات دلالة إحصائية تبعا لمتغيرات الشخصية (المستوى العلمي والوضعية

المهنية) بخصوص تأثير أبعاد تطبيق بريدي موب على رضا الزبائن بريد الجزائر ورقلة.

3/الدراسة الثالثة: صياد صبرينة: بعنوان "تكنولوجيا المعلومات والاتصال وتأثيرها على

رضا الزبائن في المؤسسة البنكية الجزائرية" دراسة حالة عينة من البنوك التجارية الجزائرية،

مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماستر في العلوم المالية والبنوك، تخصص علوم المالية والبنوك،

ملحقة قصر الشلالة، جامعة ابن خلدون تيارت، 2020/2019.

الإشكالية: طرحت الباحثة: الإشكالية التالية "ما هي تأثيرات تكنولوجيا المعلومات والاتصال

على رضا الزبائن في المؤسسة البنكية الجزائرية؟

ولكي يتم الإجابة على هذا الإشكال قدمت الباحثة عدة تساؤلات فرعية:

- 1- ماهي تكنولوجيا المعلومات والاتصال؟
- 2- هل يتم استخدام تكنولوجيا الاعلام والاتصال داخل المؤسسة البنكية؟
- 3- ما واقع استفادة البنوك الجزائرية من تكنولوجيا المعلومات والاتصال؟
- 4- هل توجد علاقة بين رضا الزبون عن الخدمة المقدمة من قبل البنوك وبين اعتمادها على تكنولوجيا المعلومات والاتصال؟

وللإجابة على إشكالية الدراسة المطروحة اعتمدت الباحثة الفرضيات التالية:

- يمكن لتكنولوجيا الاعلام والاتصال ان تسهل أداء النشاطات داخل المؤسسات خاصة البنكية منها.

- لا بد أن المؤسسات البنكية الجزائرية لازالت بعيدة عن تكنولوجيا الاعلام والاتصال.

- توجد علاقة طردية بين استخدام تكنولوجيا الاعلام والاتصال في الخدمة البنكية، وبين درجة رضا الزبائن عنها.

اعتمدت الباحثة في دراستها على المنهج الوصفي.

أما فيما يخص أدوات جمع البيانات فقد استخدمت الاستبيان الالكتروني، وقد بلغ عدد أفراد عينة البحث 33 فردا.

أهم النتائج المتوصل إليها:

- يؤدي استخدام تكنولوجيا الاعلام والاتصال إلى زيادة سرعة وكفاءة الاتصال وخفض التكاليف.

- تكنولوجيا الاعلام والاتصال تخفف اجراءات عمل المؤسسة وتجعلها أكثر وضوحا ودقة.

- تكنولوجيا المعلومات والاتصال هي تطبيق لمفهومي المعلومة والاتصال عن طريق مختلف وسائل التكنولوجيا الحديثة، وخاصة شبكة الانترنت.

صعوبات الدراسة:

- صعوبة الحصول على مراجع تمس موضوع الدراسة.

- نقص في توافر الدراسات السابقة للموضوع.

- ومن ضمن الصعوبات التي واجهتنا في الدراسة الميدانية هي الحصول على عدد كافٍ من المشاركين، ومنهم من لم يأخذ الاستبيانات بجدية، مما أدى إلى نقص في المشاركة. ووجدنا أيضا ان الفئات الأكبر سنًا تجد صعوبة في الوصول إلى الاستبيانات الإلكترونية خاصة أن الأكثرية لم يكن لديهم هواتف ذكية. وبما أن المنطقة تشهد نشاطًا عمليًا مكثفًا فإن السكان غالبًا ما يكونون مشغولين ولا يجدون الوقت للمشاركة في الاستبيانات. وغياب وعي الناس وعدم فهمهم لأهمية الاستبيانات والدراسات يجعلهم يعتبرونها غير مألوفة، مما أدى إلى فقدان الاهتمام بالمشاركة. هذا يجعلهم يفقدون الرغبة في الإجابة لأنهم لا يرون فائدة منها.

الفصل الثاني:
الجانب التطبيقي

تمهيد:

بعد الانتهاء من الإطار المنهجي والذي فيه وضعت الإجراءات المنهجية التي من شأنها أن توصلنا إلى نتائج موثقة، سيتم تحليل وتكميم المعطيات الكيفية التي تحصلنا عليها من خلال جمعنا للاستمارة وبالتالي تحليلها وتفسيرها، وأخيرا الوصول إلى نتائج حول الدراسة.

عرض وتحليل المعطيات:

1. تحليل البيانات الشخصية:

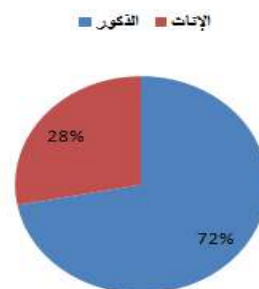
* الجنس:

الجدول رقم (01): يوضح توزيع أفراد عينة الدراسة حسب متغير الجنس.

النسبة	التكرار	النوع
72%	48	ذكر
28%	19	أنثى
100%	67	المجموع

من خلال الجدول أعلاه وبالنظر إلى تكرارات أفراد عينة البحث فيما يخص متغير الجنس نجد أن عدد المستجوبين الذكور أكبر من عدد الإناث، حيث يقدر عدد الذكور بـ 48 أي بنسبة تعادل 72%، أما الإناث يقدر عددهم بـ 19 أي بنسبة 28% من إجمالي عدد أفراد العينة. ويمكن إرجاع هذا التفاوت بين الرجال والنساء في العينة المدروسة إلى طبيعة منطقة المبحوثين، وأيضا كون لذكور رغبة أكبر في اكتشاف تطبيقات الهواتف الذكية الخاصة بالعمليات المصرفية.

الشكل رقم (01) توزيع أفراد عينة الدراسة حسب متغير الجنس



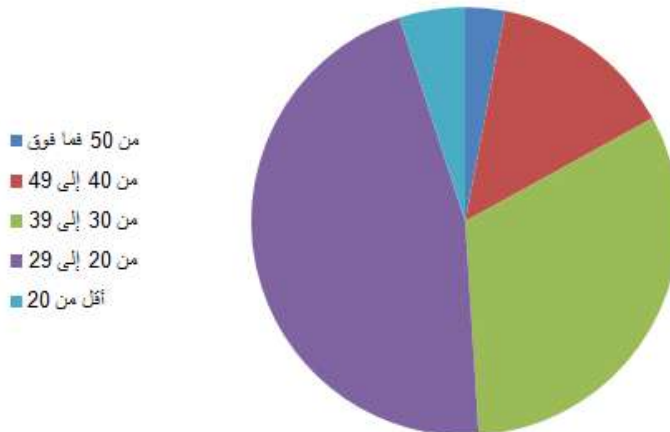
* السن:

الجدول رقم (02): يمثل الفئات العمرية لأفراد عينة الدراسة.

الفئة العمرية	التكرار	النسبة
أقل من 20	3	5%
من 20 إلى 29	31	46%
من 30 إلى 39	22	33%
من 40 إلى 49	9	13%
من 50 فما فوق	2	3%
المجموع	67	100%

من خلال الجدول أعلاه والذي يمثل تكرارات أفراد العينة المبحوثة بالنسبة لمتغيرات السن، نلاحظ أن عدد المبحوثين الذين أعمارهم أقل من 20 سنة عددهم 03 فقط أي بنسبة 5%، والذين تتراوح أعمارهم بين 20 و 29 سنة عددهم 31 أي بنسبة 46%، أما الأشخاص الذين تنحصر أعمارهم بين 30 و 39 سنة فعددهم 22 أي بنسبة 33%، وعدد المبحوثين المحصورة أعمارهم بين 40 و 49 سنة بلغ 9 أشخاص أي بنسبة 13%، وعدد المبحوثين الذين تفوق أعمارهم 50 سنة فهو 02 شخصين اثنين بنسبة تعادل 3%. بعد قراءة هذه النسب والإحصاءات نجد أن الفئة الأكبر من المبحوثين الذي بلغ عددهم 67 شخص هي فئة الشباب وذلك يعتبر طبيعياً لأن الشباب هم أكثر ميولاً للتقنيات الحديثة.

الشكل رقم (02) يمثل توزيع أفراد عينة الدراسة حسب متغير السن



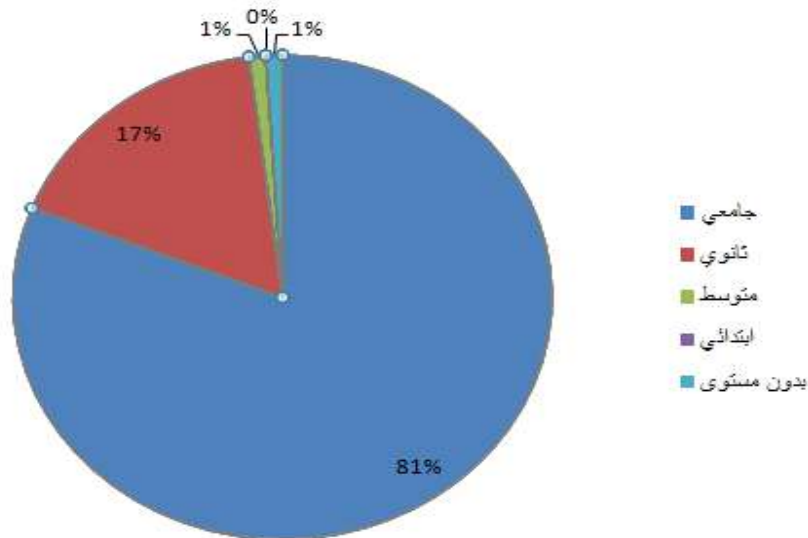
* المستوى التعليمي:

الجدول رقم (03): يوضح توزيع أفراد عينة الدراسة حسب متغير المستوى التعليمي.

النسبة	التكرار	المستوى
1%	1	بدون مستوى
0%	0	ابتدائي
1%	1	متوسط
17%	11	ثانوي
81%	54	جامعي
100%	67	المجموع

من خلال الجدول أعلاه والذي يمثل تكرارات أفراد العينة المبحوثة بالنسبة لمتغير المستوى التعليمي، نلاحظ أن عدد المبحوثين الذين بدون مستوى هو 01 بنسبة 1%، والمبحوثين الذين مستواهم التعليمي متوسط عددهم 01 أيضا بنسبة 1%، أما الأشخاص الذين مستواهم التعليم الثانوي عددهم 11 أي بنسبة 17%، وعدد المبحوثين الذين يملكون مستوى تعليمي جامعي بلغ 54 مبحوث أي بنسبة 81% وهي أكبر نسبة.

الشكل رقم (03) يمثل توزيع أفراد عينة الدراسة حسب متغير المستوى التعليمي



II. عادات وأنماط استخدام عينة الدراسة لتطبيق بريدي موب:

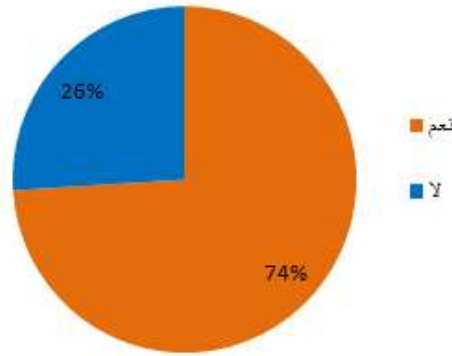
1/ هل تستخدم تطبيق "بريدي موب":

الجدول رقم (04): يوضح توزيع أفراد عينة الدراسة حسب استخدام تطبيق بريدي موب.

النسبة	التكرار	الإجابة
74%	49	نعم
26%	18	لا
100%	67	المجموع

من خلال الجدول أعلاه والذي يمثل تكرارات أفراد العينة المبحوثة حسب استخدامهم لتطبيق بريدي موب، نلاحظ أن عدد المبحوثين الذين يستخدمون التطبيق هو 49 شخص أي بنسبة 74%، والمبحوثين الذين لا يستخدمون التطبيق عددهم 18 أي بنسبة 26%. وبالتالي نجد ان نسبة المبحوثين الذين يستخدمون التطبيق هي أكبر نسبة وهذا ما يخدم دراستنا.

الشكل رقم (04) يمثل توزيع أفراد عينة الدراسة حسب استخدام تطبيق بريدي موب.



2/ منذ متى وانت تستخدم تطبيق "بريدي موب" الذي تم اطلاقه في سنة 2018:

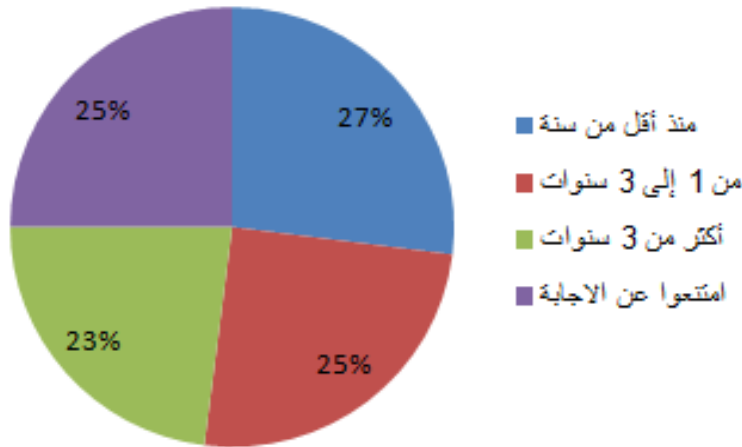
الجدول رقم (05): يوضح توزيع أفراد عينة الدراسة حسب مدة استخدام التطبيق منذ سنة انطلاقه.

النسبة	التكرار	الإجابة
27%	18	منذ أقل من سنة
25%	17	من 1 إلى 3 سنوات
23%	15	أكثر من 3 سنوات

25%	17	امتنعوا عن الإجابة
100%	67	المجموع

من خلال الجدول أعلاه والذي يمثل تكرارات أفراد العينة المبحوثة حسب مدة استخدامهم لتطبيق بريدي موب منذ سنة انطلاقه (2018)، نلاحظ أن عدد المبحوثين الذين يستخدمون التطبيق لمدة أقل من سنة هو 18 شخص أي بنسبة 27%، والمبحوثين الذين يستخدمون التطبيق في مدة من سنة إلى 3 سنوات عددهم 17 أي بنسبة 25%، أما المبحوثين الذين يستخدمون التطبيق في مدة أكثر من 3 سنوات عددهم 15 أي بنسبة 23%، في حين امتنع 17 شخص أي بنسبة 25% عن الإجابة على هذا السؤال. ومنه نجد أن أكبر نسبة في المبحوثين هم الذين يستخدمون التطبيق لمدة أقل من سنة وقد يرجع هذا إلى شيوع التطبيق مؤخراً.

الشكل رقم (05) يمثل توزيع أفراد عينة الدراسة حسب مدة استخدام التطبيق منذ سنة انطلاقه



3/ كيف عرفت هذا التطبيق:

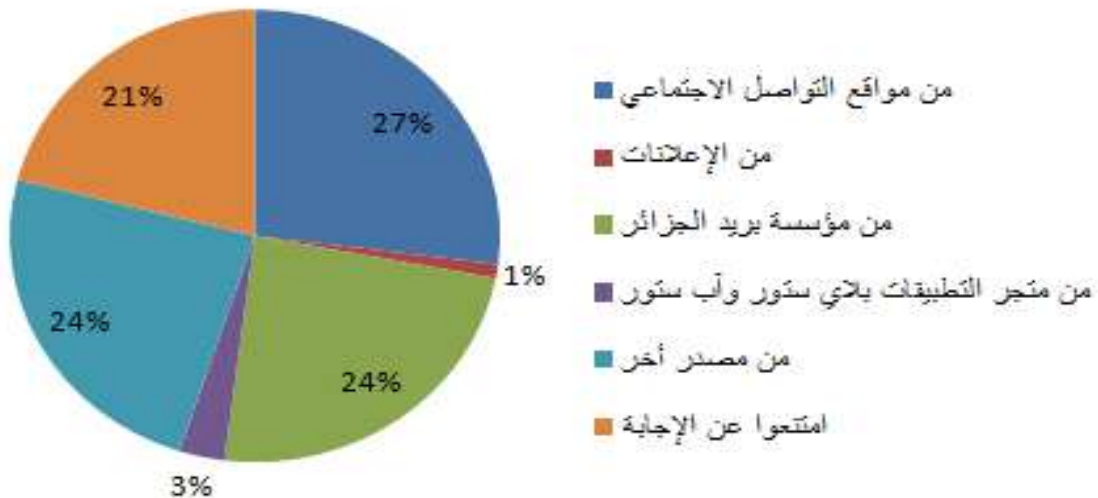
الجدول رقم (06): يوضح الطريقة التي تعرفت بها عينة الدراسة على التطبيق.

النسبة	التكرار	الإجابة
27%	18	من مواقع التواصل الاجتماعي
1%	1	من الإعلانات
24%	16	من مؤسسة بريد الجزائر
3%	2	من متجر التطبيقات بلاي ستور وآب ستور

من مصدر آخر	16	24%
امتنعوا عن الإجابة	14	21%
المجموع	67	100%

من خلال الجدول أعلاه والذي يمثل تكرارات أفراد العينة المبحوثة التي توضح الطرق التي تعرف بها المبحوثين على تطبيق بريدي موب، نلاحظ أن عدد المبحوثين الذين تعرفوا على التطبيق عن طريق مواقع التواصل الاجتماعي هو 18 شخص أي بنسبة 27%، والمبحوثين الذين تعرفوا عليه من الإعلانات بلغ عددهم شخص واحد 1 أي بنسبة 1%، أما المبحوثين الذين تعرفوا على التطبيق من مؤسسة بريد الجزائر فعددهم 16 شخص أي بنسبة 24%، أما المبحوثين الذين تعرفوا على التطبيق من متجر التطبيقات بلاي ستور وآب ستور عددهم 2 أي بنسبة 3%، أما المبحوثين الذين تعرفوا على التطبيق من مصدر آخر فبلغ عددهم 16 شخص أي بنسبة 24%، في حين امتنع 14 شخص أي بنسبة 21% عن الإجابة على هذا السؤال. نلاحظ من خلال هذه النسب أن أكبر نسبة من المبحوثين هم الذين تعرفوا على التطبيق عن طريق مواقع التواصل الاجتماعي. ويمكننا ارجاع هذا إلى أن للمبحوثين درجة من الثقة في التطبيقات الذكية المشاركة عبر مواقع التواصل الاجتماعي.

الشكل رقم (06) يمثل نسب تكرارات الطريقة التي تعرفت بها عينة الدراسة على التطبيق.



4/ ماهي الفترات التي تستخدم فيها تطبيق "بريدي موب":

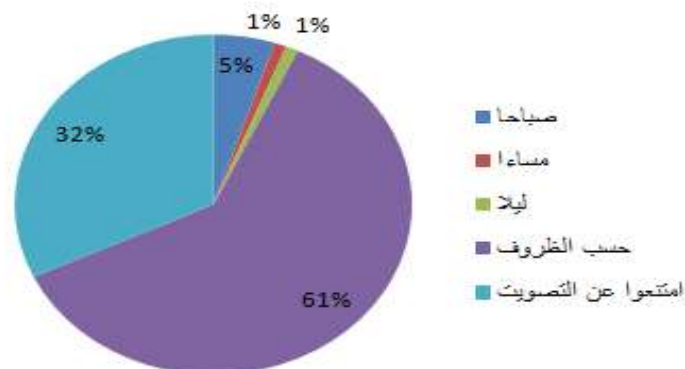
الجدول رقم (07): يوضح تكرارات الفترات التي تستخدم فيها عينة الدراسة تطبيق "بريدي موب"

النسبة	التكرار	الإجابة
5%	3	صباحاً
1%	1	مساءً
1%	1	ليلاً
61%	41	حسب الظروف
32%	21	امتنعوا عن الإجابة
100%	67	المجموع

من خلال الجدول أعلاه والذي يمثل التكرارات التي توضح الفترات التي يستخدم فيها المبحوثين تطبيق بريدي موب، نلاحظ أن عدد المبحوثين الذين يستخدمون التطبيق صباحاً هو 3 أشخاص أي بنسبة 5%، والمبحوثين الذين يستخدمونه مساءً وليلاً بنسب متماثلة 1% أي شخص واحد لكل فترة، أما المبحوثين الذين يستخدمون التطبيق حسب ظروفهم فقد بلغ عددهم 41 أي بنسبة 61%، في حين امتنع 21 مبحوث أي بنسبة 32% عن الإجابة على هذا السؤال. نلاحظ من خلال هذه النسب أن أكبر نسبة من المبحوثين هم الذين يستخدمون التطبيق حسب ظروفهم. وهذا راجع إلى أن استخدام التطبيق غير مرتبط بفترة محددة بل حسب ظرف مُستخدمه.

الشكل رقم (07) يمثل نسب تكرارات الفترات التي تستخدم فيها عينة الدراسة تطبيق "بريدي

موب".



5/ ماهي الخدمات التي تستخدمها في تطبيق "بريدي موب" (يمكن اختيار أكثر من إجابة):
الجدول رقم (8): يوضح نسب تكرارات الخدمات التي يستخدمها أفراد عينة الدراسة في تطبيق "بريدي موب"

النسبة	التكرار	الإجابة
54%	36	الاطلاع على الرصيد
36%	24	دفع الفواتير
61%	41	تحويل الأموال
52%	35	شحن رصيد الهاتف النقال
22%	15	أخرى
27%	18	امتنعوا عن الإجابة

من خلال الجدول أعلاه والذي يمثل تكرارات أفراد العينة المبحوثة التي توضح الخدمات التي يستخدمونها بواسطة تطبيق بريدي موب، نلاحظ أن 36 فرد من عينة المبحوثين أي بنسبة 54% يستخدمون التطبيق للاطلاع على رصيدهم المالي، و 24 فرد من عينة المبحوثين أي بنسبة 36% يستخدمون التطبيق لدفع فواتيرهم، ونسبة 61% أي 41 فرد من عينة المبحوثين يستخدمون التطبيق لتحويل أموالهم، أما الأشخاص الذين يستخدمون التطبيق لشحن رصيد هواتفهم النقالة فقد بلغ عددهم 35 شخص أي بنسبة 52%، أما بالنسبة للأشخاص الذين يستخدمون خدمات أخرى من الخدمات التي يقدمها التطبيق فقد بلغ عددهم 15 فرد أي بنسبة 22%، في حين امتنع 18 شخص أي بنسبة 27% عن الإجابة على هذا السؤال. نلاحظ من خلال هذه النسب أن أكبر نسبة من المبحوثين هم الذين يستخدمون التطبيق من أجل تحويل أموالهم وهي الخدمة الأساسية للتطبيق.

6/ ماهي النقائص التي لاحظتها على تطبيق "بريدي موب"؟

الجدول رقم (09): يوضح النقايس التي لاحظها أفراد عينة الدراسة في تطبيق "بريدي موب"

النسبة	التكرار	الإجابة
15%	10	صعوبة استرجاع وتغيير كلمة المرور
17%	11	صعوبة الولوج للحساب أحيانا
24%	16	مشاكل تقنية وقلة التحديثات للتطبيق
10%	7	أخرى
34%	23	امتنعوا عن الإجابة
100%	67	المجموع

من خلال الجدول أعلاه والذي يمثل التكرارات التي توضح النقايس التي لاحظها المبحوثين في تطبيق بريدي موب، نجد أن 10 أشخاص أي بنسبة 15% من المبحوثين لاحظوا أنه هناك صعوبة في استرجاع وتغيير كلمة المرور، و 11 شخص أي بنسبة 17% لاحظوا ان هناك صعوبة في الولوج للحساب أحيانا، ورأى 16 شخصاً أي بنسبة 24% أن هناك مشاكل تقنية وقلة التحديثات للتطبيق، بينما لاحظ 7 أشخاص أي بنسبة 10% أن هناك مشاكل أخرى في التطبيق، في حين امتنع 23 فرد من عينة المبحوثين أي بنسبة 34% عن الإجابة على هذا السؤال. ومنه فإننا نجد أن هناك مشاكل مختلفة في تطبيق بريدي موب لاحظها المبحوثين.

الشكل رقم (08) يمثل نسب تكرارات النقايس التي لاحظها أفراد عينة الدراسة في تطبيق "بريدي موب"



7/ ما أهمية التطبيق بالنسبة لك؟

الجدول رقم (10): يوضح أهمية تطبيق "بريدي موب" بالنسبة لأفراد عينة الدراسة.

النسبة	التكرار	الإجابة
21%	14	يمكنني الاستغناء عنه
55%	37	لا يمكنني الاستغناء عنه
24%	16	امتنعوا عن الإجابة
100%	67	المجموع

من خلال الجدول أعلاه والذي يمثل التكرارات التي توضح أهمية تطبيق "بريدي موب" بالنسبة لأفراد عينة الدراسة، نلاحظ أن 14 شخص أي بنسبة 21% من المبحوثين أجابوا بإمكانية استغنائهم عن التطبيق، بينما أجاب 37 شخص أي بنسبة 55% أجابوا بأنهم لا يمكنهم الاستغناء عن التطبيق، في حين امتنع 16 فرد من عينة المبحوثين أي بنسبة 24% عن الإجابة على هذا السؤال. يتضح لنا من خلال هذه النسب أن النسبة الأكبر من المبحوثين لا يمكنهم الاستغناء عن التطبيق وذلك لما يقدمه من الخدمات.

الشكل رقم (09) يمثل نسب تكرارات أهمية تطبيق "بريدي موب" بالنسبة لأفراد عينة الدراسة.



111. صعوبة ومخاوف عدم استخدام عينة الدراسة لتطبيق "بريدي موب":

1/ هل تفضل الطرق التقليدية للمعاملات المالية على استخدام التطبيقات الالكترونية؟

الجدول رقم (11): يوضح إجابات عينة الدراسة حول تفضيل الطريقة التقليدية عن استخدام التطبيقات.

النسبة	التكرار	الإجابة
5%	3	نعم
49%	33	لا
24%	16	أحياناً
22%	15	امتنعوا عن الإجابة
100%	67	المجموع

من خلال الجدول أعلاه والذي يمثل تكرارات إجابة عينة الدراسة حول تفضيل الطريقة التقليدية عن استخدام التطبيقات، نلاحظ أن 3 أشخاص فقط أي بنسبة 5% من المبحوثين يفضلون الطريقة التقليدية عن التطبيقات الإلكترونية، بينما أجاب 33 شخص أي بنسبة 49% أجابوا بـ "لا"، و 16 شخص أي بنسبة 24% يفضلون أحياناً الطريقة التقليدية عن التطبيقات الإلكترونية، في حين امتنع 15 فرد من عينة المبحوثين أي بنسبة 22% عن الإجابة على هذا السؤال. يتضح لنا من خلال هذه النسب أن النسبة الأكبر من المبحوثين لا يفضلون الطريقة التقليدية عن التطبيقات الإلكترونية وذلك لأن التطبيقات الإلكترونية تختصر الكثير من الوقت والجهد.

الشكل رقم (10) يمثل نسب تكرارات إجابة عينة الدراسة حول تفضيل الطريقة التقليدية عن استخدام التطبيقات.



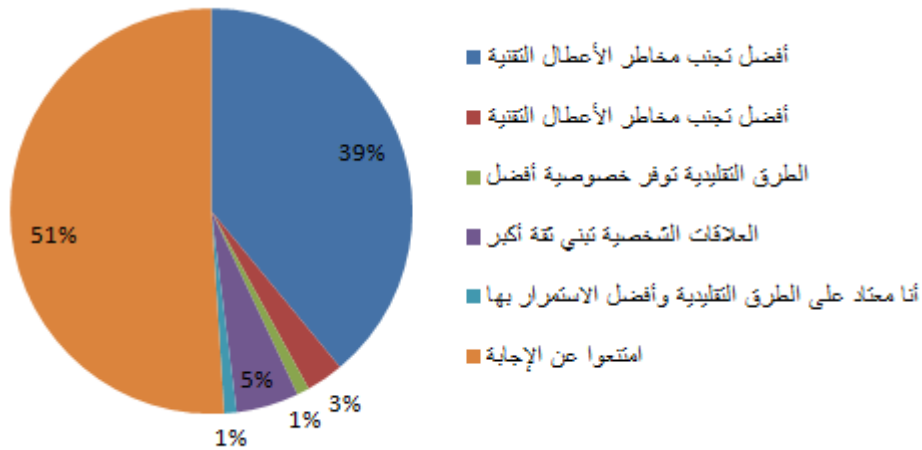
2/ ماهي الأسباب التي تجعلك تفضل الطرق التقليدية؟

الجدول رقم (12): يوضح الأسباب التي تجعل أفراد عينة الدراسة يفضلون الطرق التقليدية

النسبة	التكرار	الإجابة
39%	26	أفضل تجنب مخاطر الأعطال التقنية
3%	2	أجد الطرق التقليدية أسهل للفهم والاستخدام
1%	1	الطرق التقليدية توفر خصوصية أفضل
5%	3	العلاقات الشخصية تبني ثقة أكبر
1%	1	أنا معتاد على الطرق التقليدية وأفضل الاستمرار بها
51%	34	امتنعوا عن الإجابة
100%	67	المجموع

من خلال الجدول أعلاه والذي يمثل الأسباب التي تجعل أفراد عينة الدراسة يفضلون الطرق التقليدية، نلاحظ أن 26 شخص أي بنسبة 39% من المبحوثين أجابوا بأنهم يفضلون تجنب مخاطر الأعطال التقنية، بينما أجاب 2 شخصين فقط أي بنسبة 3% أجابوا بأنهم يجدون الطرق التقليدية أسهل للفهم والاستخدام، وأجاب شخص واحد فقط أي بنسبة 1% بأنه يفضل الطريقة التقليدية لأنها توفر له الخصوصية، ويرى 3 أشخاص أي بنسبة 5% أن العلاقات الشخصية تبني ثقة أكبر، وأجاب شخص واحد أيضا أي بنسبة 1% بأنه معتاد على الطريقة التقليدية وأنه يفضل الاستمرار بها. في حين امتنع 34 شخص أي بنسبة 51% عن الإجابة على هذا السؤال. يتضح لنا من خلال هذه النسب أن قسم من المبحوثين يفضلون الطريقة التقليدية من اجتناب مخاطر الأعطال التقنية وقسم آخر لم تكن لهم إجابة محددة فامتنعوا عن الإجابة.

الشكل رقم (11) يمثل نسب الأسباب التي تجعل أفراد عينة الدراسة يفضلون الطرق التقليدية

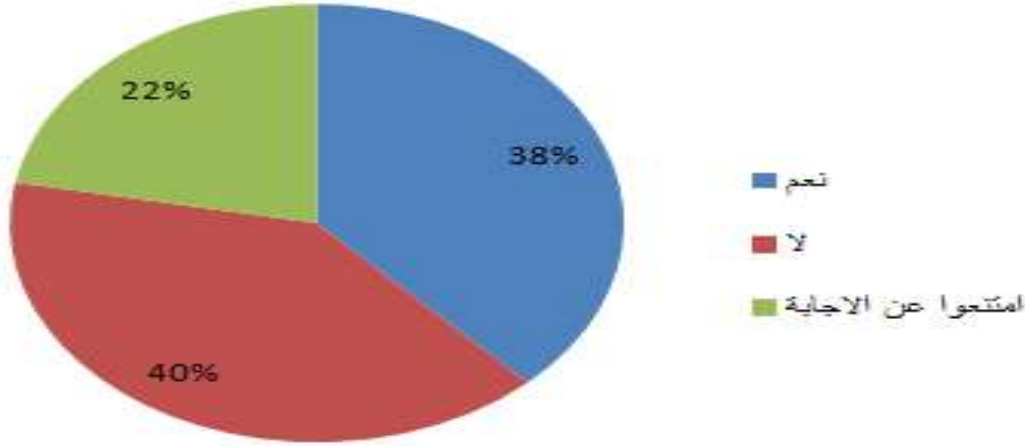


3/ هل تعتقد أن هناك نقص في المعلومات المتاحة حول كيفية استخدام تطبيق "بريدي موب"؟
الجدول رقم (13): توضح إجابات عينة الدراسة إن كانوا يعتقدون أن هناك نقص في المعلومات المتاحة حول كيفية استخدام تطبيق "بريدي موب"

النسبة	التكرار	الإجابة
38%	25	نعم
40%	27	لا
22%	15	امتنعوا عن الإجابة
100%	67	المجموع

من خلال الجدول أعلاه والذي يمثل إجابات عينة الدراسة إن كانوا يعتقدون أن هناك نقص في المعلومات المتاحة حول كيفية استخدام تطبيق "بريدي موب"، نلاحظ أن 25 شخص أي بنسبة 38% من المبحوثين أجابوا بأنهم يعتقدون أن هناك نقص في المعلومات المتاحة حول كيفية استخدام تطبيق "بريدي موب"، بينما أجاب 27 شخص أي بنسبة 40% بأنهم لا يعتقدون أن هناك نقص في المعلومات المتاحة حول كيفية استخدام التطبيق. في حين امتنع 15 شخص أي بنسبة 22% عن الإجابة على هذا السؤال. يتضح لنا من خلال هذه النسب أن القسم الأكبر من المبحوثين ممن أجابوا على الاستبيان يعتقدون أنه لا توجد نقائص حول كيفية استخدام التطبيق.

الشكل رقم (12) يمثل نسبة إجابات عينة الدراسة إن كانوا يعتقدون أن هناك نقص في المعلومات المتاحة حول كيفية استخدام تطبيق "بريدي موب"



4/ ماهي الطرق التي تقترحها لزيادة الوعي بتطبيق "بريدي موب"؟

الجدول رقم (14): يمثل الطرق التي يقترحها أفراد عينة الدراسة لزيادة الوعي بتطبيق "بريدي موب"

النسبة	التكرار	الإجابة
22%	15	إنشاء محتوى تعليمي تطوير فيديوهات ومقالات تعليمية تشرح كيفية استخدام التطبيق ومزاياه
17%	11	تنظيم فعاليات تعليمية التدريب الأفراد على استخدام التطبيق وتوضيح فوائده
10%	7	الحملات الترويجية
15%	10	الإعلانات عبر وسائل التواصل الاجتماعي
28%	19	الدعم الفني وخدمة العملاء
8%	5	امتنعوا عن الإجابة
100%	67	المجموع

من خلال الجدول أعلاه والذي يمثل الطرق التي يقترحها أفراد عينة الدراسة لزيادة الوعي بتطبيق بريدي موب، نلاحظ أن 15 فرد أي بنسبة 22% من المبحوثين أجابوا بأنهم يقترحون إنشاء محتوى تعليمي تطوير فيديوهات ومقالات تعليمية تشرح كيفية استخدام التطبيق ومزاياه، بينما أجاب 11 شخص أي بنسبة 17% بأنهم يقترحون تنظيم فعاليات تعليمية التدريب الأفراد على استخدام التطبيق وتوضيح فوائده، واقترح 7 أشخاص أي بنسبة 10% الحملات الترويجية من أجل زيادة الوعي بتطبيق بريدي موب، و 10 أشخاص أي

الشكل رقم (13) يمثل نسب تكرارات الطرق التي يقترحها أفراد عينة الدراسة لزيادة الوعي بتطبيق "بريدي موب"



بنسبة 15% اقترحوا الإعلانات عبر وسائل التواصل الاجتماعي، بينما اقترح 19 شخص أي بنسبة 28% الدعم الفني وخدمة العملاء. في حين امتنع 5 أشخاص أي بنسبة 8% عن الإجابة على هذا السؤال. يتضح لنا من خلال هذه النسب أن القسم الأكبر من المبحوثين ممن أجابوا على الاستبيان يعتقدون أنه لا توجد نقائص حول كيفية استخدام التطبيق.

5/ هل واجهت صعوبات أثناء محاولة استخدام تطبيق "بريدي موب"؟

الجدول رقم (15): يمثل إجابات عينة أفراد الدراسة حول الصعوبات أثناء محاولة استخدام

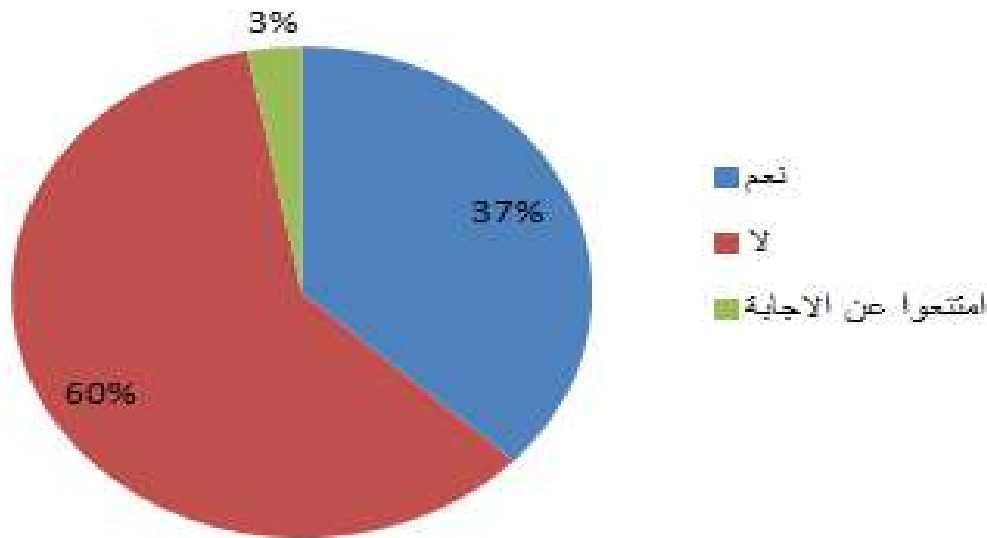
تطبيق "بريدي موب"

النسبة	التكرار	الإجابة
37%	25	نعم
60%	40	لا
3%	2	امتنعوا عن الإجابة
100%	67	المجموع

من خلال الجدول أعلاه والذي يمثل إجابات عينة أفراد الدراسة حول الصعوبات التي تواجههم أثناء محاولة استخدام تطبيق "بريدي موب"، نلاحظ أن 25 فرد أي بنسبة 37% من المبحوثين أجابوا بـ "نعم"، بينما أجاب 40 شخص أي بنسبة 60% بـ "لا". في حين امتنع 2 شخصين فقط أي بنسبة 3% عن الإجابة على هذا السؤال. يتضح لنا من خلال هذه النسب أن النسبة الكبيرة من المبحوثين يرون أنه لا توجد صعوبات أثناء استخدام التطبيق.

الشكل رقم (14) يمثل نسب تكرارات إجابات عينة أفراد الدراسة حول الصعوبات أثناء

محاولة استخدام تطبيق "بريدي موب"



يرجى تحديد نوع الإجابة:

- لا بد من الانترنت تكون قوية
 - نقص المعلومة حول كيفية استخدام التطبيق
 - مشاكل تقنية مثلا عند كشف حسابي أجد الرصيد خطأ
 - عدم فهم التطبيق للمرة الاولى
 - تعطيل التطبيق
 - لم أستطيع التسجيل في تطبيق بريدي موب
 - أصلا عند تحميله نوجد صعوبة
 - صعوبة فهم كيف يعمل كما ان هناك مشكلة وهو عند استخدام التطبيق تجد الاموال قد نقصت ولم أجد اي إجابة من مؤسسة بريد الجزائر كم من مرة أجد الاموال لناقصة
 - تقنية
 - عطل في التحويلات المالية لا تتم
 - تقنية
 - المشكل الاساسي هو غلق التطبيق بعد الساعة 12 ليلا
 - صعوبة في الولوج الى التطبيق في الليل
 - مشكل دخول إليه لأول مرة والسبب كان تغيير رقم الهاتف
 - عدم اظهار اسم الشخص الذي أريد ارسال الاموال له لتأكد أكثر
 - عدم الاشتغال فالليل، عدم إظهار كل ما تحتاجه على حسابك... الخ
 - نقص قوة شبكة الانترنت
 - عدم التشغيل احيانا ولا يعمل ليلا
 - عدم استمرار المعاملات أحيانا
- نلاحظ من خلال الإجابات الحرة لأفراد عينة الدراسة حول نوع الصعوبات التي تواجههم أثناء استخدام تطبيق بريدي موب أن معظم الإجابات تمحورت حول أن التطبيق لا يعمل ليلاً، وبأقي الإجابات حول مشاكل تقنية للتطبيق من تعطل تشغيله وتطلبه لتوتر عالي لشبكة الانترنت وعدم تحيين الرصيد المالي وغيرها.

6/ ماهي التغييرات التي يمكن أن تجعل تطبيق بريدي موب أسهل للاستخدام؟
الجدول رقم (16): يمثل التغييرات التي يمكن أن تجعل تطبيق بريدي موب أسهل للاستخدام

النسبة	التكرار	الإجابة
25%	17	تصميم واجهة بسيطة وسهلة الاستخدام تساعد المستخدمين على التنقل بين الخدمات المختلفة بكفاءة
15%	10	تحسين عملية التسجيل وتسجيل الدخول من خلال تقديم خطوات واضحة ومبسطة لإنشاء الحساب وتسجيل الدخول
9%	6	دعم فني وتعليمات استخدام من خلال توفير دليل استخدام مفصل داخل التطبيق وخدمة دعم فني سريعة الاستجابة
22%	15	تحديثات منتظمة من خلال إصدار تحديثات دورية للتطبيق الإصلاح الأخطاء وإضافة ميزات جديدة
24%	16	تحسين الأداء عند اتصالات الإنترنت الضعيفة وإعطاء تنبيهات واضحة عند انقطاع الاتصال
5%	3	امتنعوا عن الإجابة
100%	67	المجموع

من خلال الجدول أعلاه والذي يمثل التغييرات التي يمكن أن تجعل تطبيق بريدي موب أسهل للاستخدام من وجهة نظر أفراد عينة الدراسة، نلاحظ أن 17 فرد أي بنسبة 25% من المبحوثين اختاروا الإجابة الأولى " تصميم واجهة بسيطة وسهلة الاستخدام تساعد المستخدمين على التنقل بين الخدمات المختلفة بكفاءة"، بينما أجاب 10 أشخاص أي بنسبة 15% بـ " تحسين عملية التسجيل وتسجيل الدخول من خلال تقديم خطوات واضحة ومبسطة لإنشاء الحساب وتسجيل الدخول"، وأجاب 6 أشخاص أي بنسبة 9% بـ " دعم فني وتعليمات استخدام من خلال توفير دليل استخدام مفصل داخل التطبيق وخدمة دعم فني سريعة الاستجابة"، ولقد اختار 15 شخص أي بنسبة 22% الإجابة " تحديثات منتظمة من خلال إصدار تحديثات

دورية للتطبيق الإصلاح الأخطاء وإضافة ميزات جديدة"، أما إجابة 16 شخص من أفراد عينة الدراسة فقد كانت " تحسين الأداء عند اتصالات الإنترنت الضعيفة وإعطاء تنبيهات واضحة عند انقطاع الاتصال". في حين امتنع 3 أشخاص فقط أي بنسبة 5% عن الإجابة على هذا السؤال.

الشكل رقم (15): يمثل نسب تكرارات التغييرات التي يمكن أن تجعل تطبيق بريدي موب أسهل للاستخدام



7/ هل لديك مخاوف بشأن الأمان الإلكتروني عند استخدام تطبيق بريدي موب؟

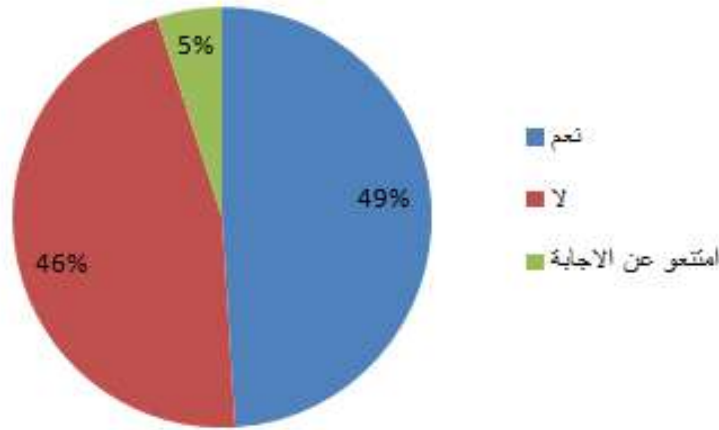
الجدول رقم (17): تمثل مخاوف بشأن الأمان الإلكتروني عند استخدام تطبيق بريدي موب

النسبة	التكرار	الإجابة
49%	33	نعم
46%	31	لا
5%	3	امتنعوا عن الإجابة
100%	67	المجموع

من خلال الجدول أعلاه والذي يمثل إجابات عينة أفراد الدراسة حول المخاوف بشأن الأمان الإلكتروني عند استخدام تطبيق "بريدي موب"، نلاحظ أن 33 فرد أي بنسبة 49% من المبحوثين أجابوا بـ "نعم"، بينما أجاب 31 شخص أي بنسبة 46% بـ "لا". في حين امتنع 3 أشخاص فقط أي بنسبة 5% عن الإجابة على هذا السؤال. يتضح لنا من خلال هذه النسب أن عدد كبير من المبحوثين لديهم مخاوف إلكترونية عند استخدام التطبيق.

الشكل رقم (16): تمثل نسب تكرارات مخاوف بشأن الأمان الإلكتروني عند استخدام

تطبيق بريدي موب



8/ ماهي الإجراءات التي يمكن أن تزيد من ثقتك في الأمان الإلكتروني للتطبيق؟

الجدول رقم (18): يوضح الإجراءات التي يمكن أن تزيد من ثقة أفراد عينة الدراسة في الأمان

الإلكتروني للتطبيق

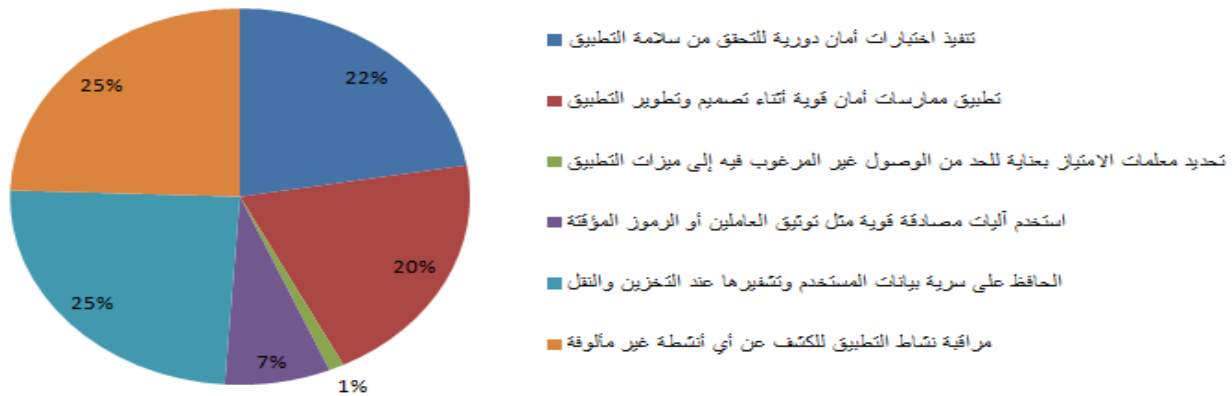
النسبة	التكرار	الإجابة
21%	14	تنفيذ اختبارات أمان دورية للتحقق من سلامة التطبيق
19%	13	تطبيق ممارسات أمان قوية أثناء تصميم وتطوير التطبيق
1%	1	تحديد معلمات الامتياز بعناية للحد من الوصول غير المرغوب فيه إلى ميزات التطبيق
7%	5	استخدم آليات مصادقة قوية مثل توثيق العاملين أو الرموز المؤقتة
23%	15	الحفاظ على سرية بيانات المستخدم وتشفيرها عند التخزين والنقل

15	23%	مراقبة نشاط التطبيق للكشف عن أي أنشطة غير مألوفة
4	6%	امتنعوا عن الإجابة
67	100%	المجموع

من خلال الجدول أعلاه والذي يمثل الإجراءات التي يمكن أن تزيد من ثقة أفراد عينة الدراسة في الأمان الإلكتروني للتطبيق ، نلاحظ أن 14 فرد أي بنسبة 21% من المبحوثين اختاروا الإجابة " تنفيذ اختبارات أمان دورية للتحقق من سلامة التطبيق"، بينما أجاب 13 شخص أي بنسبة 19% بـ " تطبيق ممارسات أمان قوية أثناء تصميم وتطوير التطبيق"، وأجاب شخص واحد أي بنسبة 1% بـ " تحديد معلمات الامتياز بعناية للحد من الوصول

غير المرغوب فيه إلى ميزات التطبيق"، وقد اختار 5 أشخاص أي بنسبة 7% الإجابة " استخدم آليات مصادقة قوية مثل توثيق العاملين أو الرموز المؤقتة"، أما إجابة 15 شخص من أفراد عينة الدراسة أي نسبة 23% فقد كانت " الحفاظ على سرية بيانات المستخدم وتشفيرها عند التخزين والنقل"، ونفس عدد الأشخاص أي 15 شخص بنسبة 23% اختاروا الإجابة "مراقبة نشاط التطبيق للكشف عن أي أنشطة غير مألوفة". في حين امتنع 4 أشخاص فقط أي بنسبة 6% عن الإجابة على هذا السؤال.

الشكل رقم (17): يمثل نسب تكرارات الإجراءات التي يمكن أن تزيد من ثقة أفراد عينة الدراسة في الأمان الإلكتروني للتطبيق



أخرى: تحديث التطبيق في ناحية التحويلات لأنها دائما في الفترة المسائية لا تتم.

رأى فرد واحد من أفراد عينة الدراسة أن أحد الاجراءات التي تزيد ثقتهم في التطبيق هي التحديث التلقائي للتطبيق بعد التحويلات وخاصة التي تتم في المساء.

9/ هل تعرضت لأي مشاكل تقنية أثناء استخدام تطبيق بريدي موب؟

الجدول رقم (19): يوضح تعرض أفراد عينة الدراسة لأي مشاكل تقنية أثناء استخدام تطبيق

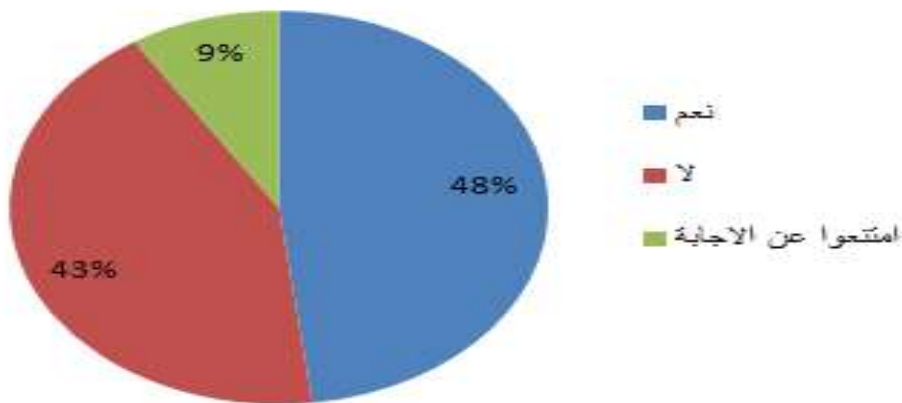
بريدي موب.

النسبة	التكرار	الإجابة
48%	32	نعم
43%	29	لا
9%	6	امتنعوا عن الإجابة
100%	67	المجموع

من خلال الجدول أعلاه والذي يمثل إجابات عينة أفراد الدراسة حول تعرضهم لمشاكل تقنية أثناء استخدامهم لتطبيق "بريدي موب"، نلاحظ أن 32 فرد أي بنسبة 48% من المبحوثين أجابوا بـ "نعم"، بينما أجاب 29 شخص أي بنسبة 43% بـ "لا". في حين امتنع 6 أشخاص فقط أي بنسبة 9% عن الإجابة على هذا السؤال. يتضح لنا من خلال هذه النسب أن عدد كبير من المبحوثين تعرضوا لمشاكل تقنية أثناء استخدامهم للتطبيق.

الشكل رقم (18): يوضح نسب تكرارات تعرض أفراد عينة الدراسة لأي مشاكل تقنية أثناء

استخدام تطبيق بريدي موب.



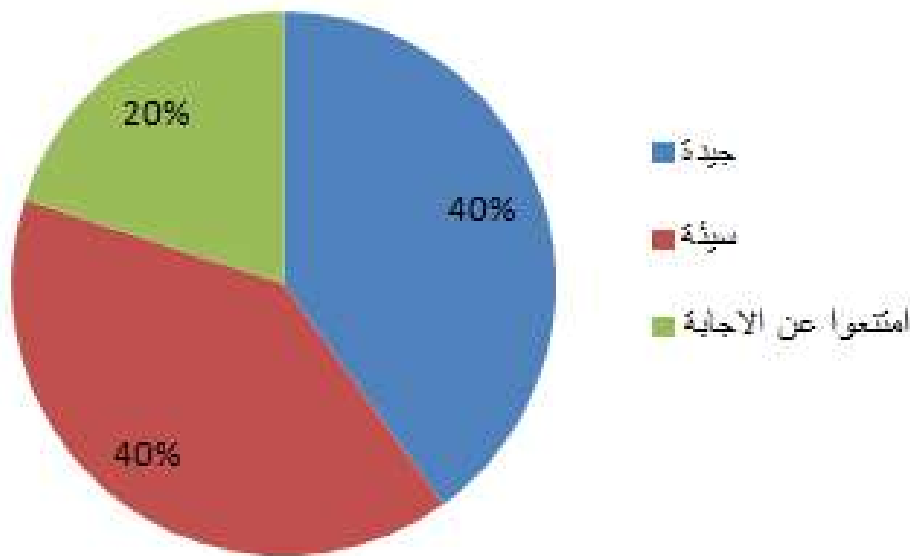
10/ كيف تقيم استجابة فريق الدعم التقني لتطبيق بريدي موب عند مواجهة مشاكل تقنية؟
الجدول رقم (20): يوضح تقييم أفراد عينة الدراسة لاستجابة فريق الدعم التقني لتطبيق بريدي موب عند مواجهة مشاكل تقنية.

النسبة	التكرار	الإجابة
40%	27	جيدة
40%	27	سيئة
20%	13	امتنعوا عن الإجابة
100%	67	المجموع

من خلال الجدول أعلاه والذي يمثل تقييم أفراد عينة الدراسة لاستجابة فريق الدعم التقني لتطبيق بريدي موب عند مواجهة مشاكل تقنية، نلاحظ أن النسب متماثلة حيث أن 27 فرد أي بنسبة 40% من المبحوثين أجابوا بـ "جيدة"، وأجاب 27 فرد أي بنسبة 40% بـ "سيئة". في حين امتنع 13 شخص أي بنسبة 20% عن الإجابة على هذا السؤال.

الشكل رقم (19) يمثل نسب تكرارات تقييم أفراد عينة الدراسة لاستجابة فريق الدعم التقني

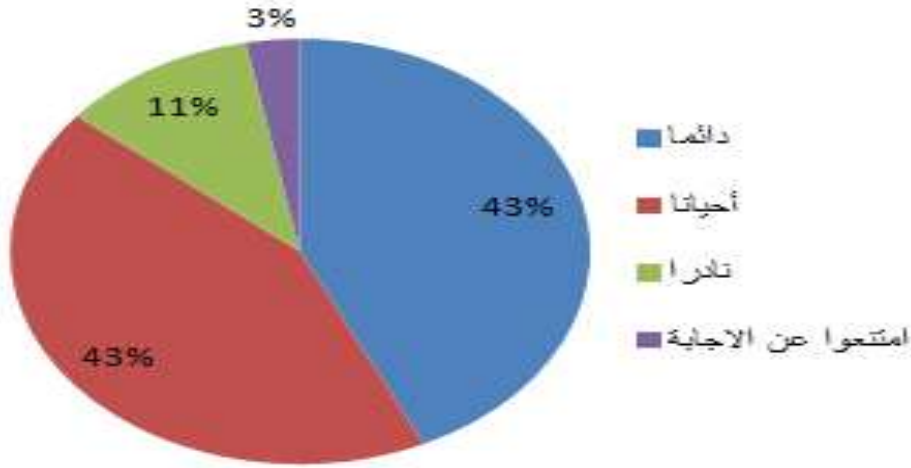
لتطبيق بريدي موب عند مواجهة مشاكل تقنية



IV. الإشباعات المحققة من استخدام عينة الدراسة لتطبيق بريدي موب:

1/ هل تستفيد من خدمات بريدي موب؟

الشكل (20) يمثل نسب تكرارات استفادة أفراد عينة الدراسة من خدمات تطبيق بريدي موب



الجدول رقم (21): يوضح استفادة أفراد عينة الدراسة من خدمات تطبيق بريدي موب

النسبة	التكرار	الإجابة
43%	29	دائماً
43%	29	أحياناً
11%	7	نادرًا
3%	2	امتنعوا عن الإجابة
100%	67	المجموع

من خلال الجدول أعلاه والذي يمثل استفادة أفراد عينة الدراسة من خدمات تطبيق بريدي موب، نلاحظ أن النسب متماثلة حيث أن 29 فرد أي بنسبة 43% من المبحوثين أجابوا بـ "دائماً"، وأجاب 29 فرد أي بنسبة 43% بـ "أحياناً"، و 7 أشخاص أي بنسبة 11% أجابوا بـ "نادرًا". في حين امتنع شخصين أي بنسبة 3% عن الإجابة على هذا السؤال.

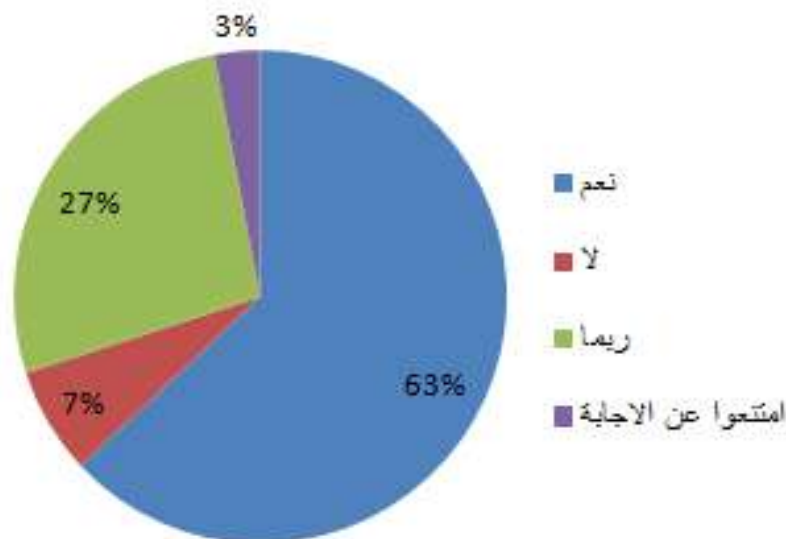
2/ هل تعتقد أن بريدي موب يلبي حاجتك؟

الجدول رقم (22): يوضح إجابات أفراد عينة الدراسة إن كان التطبيق يلبي احتياجاتهم

الإجابة	التكرار	النسبة
نعم	42	63%
لا	5	7%
ربما	18	27%
امتنعوا عن الإجابة	2	3%
المجموع	67	100%

من خلال الجدول أعلاه والذي يمثل إجابات أفراد عينة الدراسة إن كان التطبيق يلبي احتياجاتهم، نلاحظ أن 42 فرد أي بنسبة 63% من المبحوثين أجابوا بـ "نعم"، وأجاب 5 أفراد أي بنسبة 7% بـ "لا"، و18 فرد أي بنسبة 27% أجابوا بـ: "ربما". في حين امتنع شخصين أي بنسبة 3% عن الإجابة على هذا السؤال.

الشكل رقم (21) يمثل نسب تكرارات إجابات أفراد عينة الدراسة إن كان التطبيق يلبي احتياجاتهم



3/ إذا كانت الإجابة "نعم" ماهي طبيعة هذه الحاجات؟ (يمكن اختيار أكثر من إجابة):

الجدول رقم (23): يوضح طبيعة احتياجات أفراد عينة الدراسة بالنسبة لتطبيق بريدي

موب.

النسبة	التكرار	الإجابة
75%	50	إجراء التحويلات المالية
31%	21	إدارة البطاقة الذهبية
70%	47	الاطلاع على رصيد الحساب البريدي الجاري
16%	11	تحديد الموقع الجغرافي لأجهزة الصراف الآلي
60%	40	التحويل من حساب إلى حساب
7%	5	امتنعوا عن الإجابة

من خلال الجدول أعلاه والذي يمثل طبيعة احتياجات أفراد عينة الدراسة بالنسبة لتطبيق بريدي موب، نلاحظ أن 50 فرد من عينة المبحوثين أي بنسبة 75% يستخدمون التطبيق لإجراء التحويلات المالية، و 21 فرد من عينة المبحوثين أي بنسبة 31% يستخدمون التطبيق لإدارة البطاقة الذهبية، ونسبة 70% أي 47 فرد من عينة المبحوثين يستخدمون التطبيق للاطلاع على رصيد الحساب البريدي الجاري، أما الأشخاص الذين يستخدمون التطبيق لتحديد الموقع الجغرافي لأجهزة الصراف الآلي فقد بلغ عددهم 11 فرد أي بنسبة 16%، أما عددهم 40 فرد أي بنسبة 60%، في حين امتنع 5 أفراد أي بنسبة 7% عن الإجابة على هذا السؤال.

4/ ماهي الإشبعات التي يحققها تطبيق بريدي موب لعينة الدراسة؟

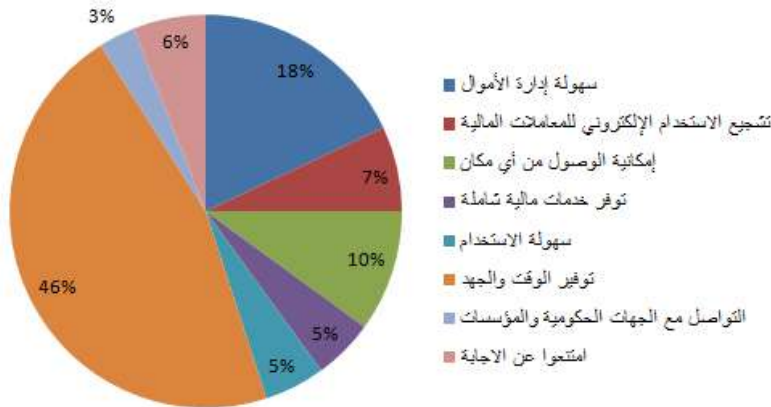
الجدول رقم (24): يوضح الإشبعات التي يحققها تطبيق بريدي موب لعينة الدراسة

النسبة	التكرار	الإجابة
18%	12	سهولة إدارة الأموال
7%	5	تشجيع الاستخدام الإلكتروني للمعاملات المالية

10%	7	إمكانية الوصول من أي مكان
5%	3	توفر خدمات مالية شاملة
5%	3	سهولة الاستخدام
46%	31	توفير الوقت والجهد
3%	2	التواصل مع الجهات الحكومية والمؤسسات
6%	4	امتنعوا عن الإجابة
100%	67	المجموع

من خلال الجدول أعلاه والذي يمثل الإشباعات التي يحققها تطبيق بريدي موب لعينة الدراسة، نلاحظ أن 12 فرد أي بنسبة 18% من المبحوثين اختاروا الإجابة "سهولة إدارة الأموال"، بينما أجاب 5 أفراد أي بنسبة 7% بـ "تشجيع الاستخدام الإلكتروني للمعاملات المالية"، وأجاب 7 أفراد أي بنسبة 10% بـ "إمكانية الوصول من أي مكان"، وقد اختار 3 أفراد أي بنسبة 5% الإجابة "سهولة الاستخدام"، أما إجابة 31 فرد من أفراد عينة الدراسة أي بنسبة 46% فقد كانت "توفير الوقت والجهد"، بينما كانت إجابة فردين أي بنسبة 3% اختاروا الإجابة "التواصل مع الجهات الحكومية والمؤسسات". في حين امتنع 4 أشخاص فقط أي بنسبة 6% عن الإجابة على هذا السؤال.

الشكل رقم (22) يمثل نسب تكرارات الإشباعات التي يحققها تطبيق بريدي موب لعينة الدراسة



v. دوافع استخدام عينة الدراسة لتطبيق بريدي موب:

1/ ماهي دوافع استخدامك لتطبيق بريدي موب؟ (يمكن اختيار أكثر من إجابة):

الجدول رقم (25): يوضح دوافع أفراد عينة الدراسة لاستخدام تطبيق بريدي موب.

النسبة	التكرار	الإجابة
--------	---------	---------

التكامل مع الخدمات الأخرى	17	25%
توفير الوقت	52	77%
الراحة والسهولة	38	57%
الخدمات المتنوعة	22	33%
امتنعوا عن الإجابة	5	7%

من خلال الجدول أعلاه والذي يمثل طبيعة احتياجات أفراد عينة الدراسة بالنسبة لتطبيق بريدي موب، نلاحظ أن 17 فرد من عينة المبحوثين أي بنسبة 25% يستخدمون التطبيق بدافع التكامل مع الخدمات الأخرى، و52 فرد من عينة المبحوثين أي بنسبة 77% يستخدمون التطبيق بدافع توفير الوقت، ونسبة 57% أي 38 فرد من عينة المبحوثين يستخدمون التطبيق بدافع الراحة والسهولة، أما الأشخاص الذين يستخدمون التطبيق بدافع الخدمات المتنوعة فقد بلغ عددهم 22 فرد أي بنسبة 33%. في حين امتنع 5 أفراد أي بنسبة 7% عن الإجابة على هذا السؤال.

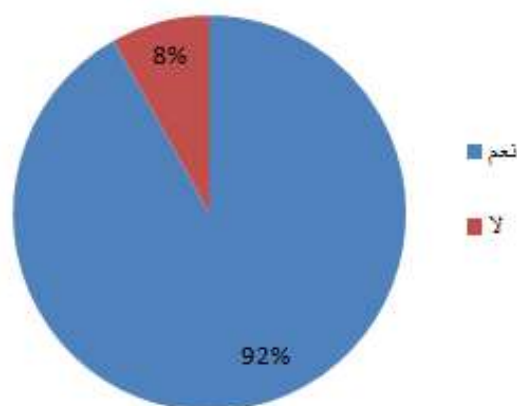
2/ هل تعتبر أن تطبيق بريدي موب سيكون أداة مهمة في مجالك المهني؟

الجدول رقم (26): يوضح أهمية تطبيق بريدي موب في المجال المهني لأفراد عينة الدراسة

النسبة	التكرار	الإجابة
91%	61	نعم
9%	6	لا
100%	67	المجموع

من خلال الجدول أعلاه والذي يمثل أهمية تطبيق بريدي موب المجال المهني لأفراد عينة الدراسة، نلاحظ أن 61 فرد من عينة المبحوثين أي بنسبة 91% أجابوا بـ: "نعم"، و6 أفراد من عينة المبحوثين أي بنسبة 8% أجابوا بـ: "لا".

الشكل رقم (23) يمثل نسب تكرارات أهمية تطبيق بريدي موب المجال المهني لأفراد عينة الدراسة



4/ كمستخدم ما هي الميزات التي تجدها الأكثر فائدة في تطبيق بريدي موب؟
الجدول رقم (27): يوضح الميزات الأكثر فائدة الموجودة في تطبيق بريدي موب بالنسبة لعينة الدراسة

النسبة	التكرار	الإجابة
63%	42	الخدمات المصرفية عبر الهاتف المحمول
39%	26	التحكم في الحساب
18%	12	التكامل السلس
39%	26	المرونة في الدفع
27%	18	الإشعارات الفورية
19%	13	توفير الأمان والخصوصية
49%	33	أجرا الخدمات البريدية في أي مكان وزمان
27%	18	سهولة الاستخدام والمعاملات
57%	38	تفادي الطوابير في المكاتب
6%	4	أخرى

من خلال الجدول أعلاه والذي يوضح الميزات الأكثر فائدة الموجودة في تطبيق بريدي موب بالنسبة لعينة الدراسة، نلاحظ أن 42 فرد أي بنسبة 63% من المبحوثين اختاروا الإجابة " الخدمات المصرفية عبر الهاتف المحمول"، بينما أجاب 26 فرد أي بنسبة 39% بـ " التحكم في الحساب"،

وأجاب 12 فرد أي بنسبة 18% بـ " التكامل السلس"، وقد اختار 26 فرد أي بنسبة 39% الإجابة " المرونة في الدفع"، أما إجابة 18 فرد من أفراد عينة الدراسة أي نسبة 27% فقد كانت " الإشعارات الفورية"، بينما كانت اجابة 13 فرد أي بنسبة 19% اختاروا الإجابة " توفير الأمان والخصوصية"، وأجاب 33 فرد أي نسبة 49% "إجراء الخدمات البريدية في أي مكان وزمان"، ورأى 18 فرد أ بنسبة 27% "سهولة الاستخدام والمعاملات"، وقد اختار 38 فرد أي 38% "تفادي الطوابير في المكاتب"، في حين أجاب 4 أفراد أي بنسبة 6% بـ: "أخرى".

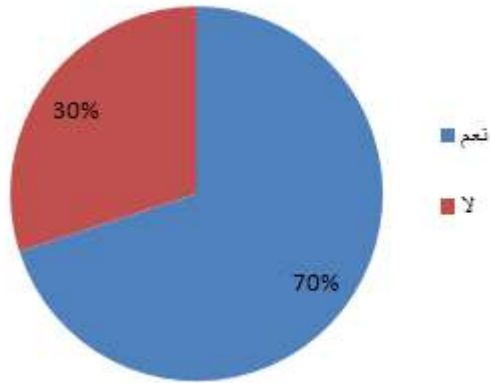
4/ هل الخدمات الإضافية في تطبيق بريدي موب أحد الدوافع التي أثرت على قرارك باستخدامه؟

الجدول رقم (28): يوضح ان كانت الخدمات الإضافية في تطبيق بريدي موب أحد الدوافع التي أثرت على قرار أفراد عينة الدراسة باستخدامه

النسبة	التكرار	الإجابة
70%	47	نعم
30%	20	لا
100%	67	المجموع

من خلال الجدول أعلاه والذي يمثل إجابات ان كانت الخدمات الإضافية في تطبيق بريدي موب أحد الدوافع التي أثرت على قرار أفراد عينة الدراسة باستخدامه، نلاحظ أن 47 فرد من عينة المبحوثين أي بنسبة 70% أجابوا بـ: "نعم"، و 20 فرد من عينة المبحوثين أي بنسبة 30% أجابوا بـ: "لا".

الشكل رقم (24) يمثل نسب تكرارات ان كانت الخدمات الإضافية في تطبيق بريدي موب أحد الدوافع التي أثرت على قرار أفراد عينة الدراسة باستخدامه



نتائج الدراسة التطبيقية:

1/ نتائج المحور الأول عادات وأنماط استخدام عينة الدراسة لتطبيق بريدي موب:

من خلال النتائج المتحصل عليها وبعد التطرق إلى عادات وأنماط استخدام عينة الدراسة لتطبيق بريدي موب، وجدنا نسبة كبيرة من المبحوثين يستخدمون تطبيق بريدي موب بنسبة 70%، كذلك وجدنا أن معظم المبحوثين يستخدمون التطبيق منذ مدة قريبة تقدر بأقل من سنة واحدة رغم انه صدر في عام 2018 وقد يرجع هذا إلى شيوع التطبيق مؤخراً وثقة المستخدمين فيه، وبالنسبة للسؤال الذي يخص الطريقة التي تعرّف بها المبحوثين على التطبيق أجاب أكثرهم بأنهم تعرفوا عليه من خلال مواقع التواصل الاجتماعي وبما أن التطبيق يعمل بواسطة الهواتف النقالة فإن مستخدميه غير مرتبطين بوقت محدد لاستخدامه أي يستخدمونه حسب ظروفهم وقد وصلنا إلى هذا الاستنتاج من خلال السؤال المتعلق بالفترات التي يستخدم فيها المبحوثين تطبيق بريدي موب، ومن خلال السؤال المتعلق بالخدمات التي يقدمها التطبيق لاحظنا أن المبحوثين يستخدمون الخدمات التي يقدمها التطبيق كإطلاع على رصيدهم المالي ودفع الفواتير وغيرها من الخدمات إلا أن الفئة الأكبر يستخدمون التطبيق لتحويل أموالهم. لاحظنا أيضاً من اجابات المبحوثين أن تطبيق بريدي موب بات أحد التطبيقات التي لا يمكن الاستغناء عنه لما يقدمه من خدمات تختصر الوقت والجهد وحتى التنقل رغم ما فيه

من نقائص مثل صعوبة استرجاع وتغيير كلمة المرور، وصعوبة الولوج للحساب وكذلك مشاكل تقنية وقلة التحديثات للتطبيق.

2/ نتائج المحور الثاني صعوبات ومخاوف عدم استخدام عينة الدراسة لتطبيق بريدي موب:

بعد قراءتنا وتحليلنا لنتائج المحور الثاني المتعلق بصعوبات ومخاوف عدم استخدام عينة الدراسة لتطبيق بريدي موب تبين لنا أن قسم من المبحوثين يفضلون الطريقة التقليدية على استخدام التطبيق من أجل اجتناب مخاطر الأعطال التقنية، كما أنهم يرون نقص في المعلومات المتاحة حول كيفية استخدام التطبيق ويقترحون إنشاء محتوى تعليمي وتطوير فيديوهات ومقالات تعليمية تشرح كيفية استخدام التطبيق ومزاياه، أيضا لاحظنا من خلال الإجابات المقدمة ان معظم الصعوبات المتعلقة بتشغيل التطبيق مرتبطة بالمشاكل التقنية للتطبيق وكذا تطلبه لشبكة الانترنت العالية التوتر وتأخر تحيين الحساب البريدي بعد العمليات التي يقوم بها المستخدم.

وقد أشار بعض المبحوثين أن لديهم مخاوف بشأن الأمان الالكتروني عند استخدام التطبيق، وحسب رأي بعض من المبحوثين انه من الممكن ان يزيد تحسين الأداء عند اتصالات الإنترنت الضعيفة وإعطاء تنبيهات واضحة عند انقطاع الاتصال من ثقتهم فيه.

3/ نتائج المحور الثالث الإشباعات المحققة من استخدام عينة الدراسة لتطبيق بريدي موب:

من خلال النتائج التي تحصلنا عليها من إجابات المبحوثين في المحور الثالث المتعلق بالإشباعات المحققة من استخدام عينة الدراسة لتطبيق بريدي موب، وجدنا أن الفئة الأكبر من المبحوثين يستفيدون من التطبيق بصفة دائمة هذا بحسب السؤال الاول "هل تستفيد من خدمات بريدي موب؟"، ومنه فان التطبيق يلبي حاجات مستخدميه بالخدمات التي يقدمها من ادارة البطاقة النقدية الذهبية والاطلاع على رصيد الحساب البريدي الجاري ولتحديد الموقع الجغرافي لأجهزة الصراف الآلي وكذلك تحويل الاموال من حساب الى حساب آخر وهي الخدمة الأساسية للتطبيق، وبالنسبة للإشباعات التي يحققها تطبيق بريدي موب لعينة الدراسة

وهو ما ركز عليه هذا المحور وهي سهولة إدارة الأموال وتشجيع الاستخدام الإلكتروني للمعاملات المالية وأيضا إمكانية الوصول من أي مكان مما يوفر الوقت والجهد. وهذا ما يجعلنا نحكم على أن لتطبيق بريدي موب اشباعا محققة لمستخدميه.

4/ نتائج المحور الرابع دوافع استخدام عينة الدراسة لتطبيق بريدي موب:

من خلال ما توصلنا اليه من نتائج بقراءة وتحليل إجابات المبحوثين في المحور الرابع والآخر المتعلق بدوافع استخدام عينة الدراسة لتطبيق بريدي موب لاحظنا أن توفير الوقت والراحة والسهولة تكامل خدمات التطبيق مع الخدمات الأخرى من أهم دوافع استخدامه، مما جعل المبحوثين يرونه أداة مهمة في مجالاتهم المهنية، فالخدمات المصرفية عبر الهاتف المحمول والتحكم في الحساب ومرونة الدفع وغيرها ميزات يملكها التطبيق تدفع المستخدمين لتفضيله عن الطرق التقليدية وبما أن التطبيق مازال في طور التطوير فان خدماته مازالت في ازدياد وتطور وهذا ما جعل مستخدميه في ازدياد.

استنتاجات عامة:

من منطلق الدراسة المنهجية واسقاطها على الدراسة الميدانية وبعد تحليلنا لدراسة الجانب التطبيقي والدراسة الميدانية المطبقة على عدد من مواطني بلدية حاسي مسعود ولاية ورقلة ومن خلال جمع المعلومات واستجواب المبحوثين عن طريق استمارات الاستبانة بغرض دراسة واقع استخدام تطبيق بريدي موب بالإضافة إلى إبراز الدور الذي يلعبه في حياة المواطن، لنستخلص في الأخير أن تطبيق بريدي موب بات أحد أهم التطبيقات الذكية التي تخدم الفرد وتقدم له تسهيلات جمة، كما بات يُعتمد عليه في انجاز مختلف معاملاتهم في قطاع بريد الجزائر.

ومنه يمكن القول أن تطبيق بريدي موب استحق ثقة مستخدميه بجدارة حيث يتم استعماله لمختلف المعاملات المالية اليومية والاستعلام عن الخدمات المشابهة لها، كما أن استخدامه

يحقق اشباع الحاجة للسرعة وتوفير الوقت وكذا الراحة وتوفير الجهد وهي تعتبر ايضا من اهم دوافع استخدام التطبيق ولا تمنع هذه الامتيازات بعض المستخدمين من القلق من الأمان الإلكتروني وخاصة وانه يتعلق بأموالهم.

ومن خلال هذه الخلاصة يمكننا القول أن دراستنا هذه ونتائجها قد حققت الفرضيات الموضوعية وأيضاً الاهداف المرجوة منها.

خاتمة

بناءً على تحليلنا لهذا الموضوع المتعلق واقع استخدام تطبيق بريدي موب لدى المواطن الجزائري، توصلنا إلى نتائج تبين أن تطبيق بريدي موب وخصوصية عمله يعتبر تحدياً، حيث أن تطبيق من هذا النوع يظهر الحاجة إلى وجود استراتيجية تشمل التقييم والمتابعة والتحيين الدوري لكسب مزيد من الثقة. ومن خلال إجابات المشاركين في الاستبيان، أصبح واضحاً أنه ورغم بعض النقائص والمشكلات التي تعترضه لا يمكن الاستغناء عنه.

مع ذلك، أكد المبحوثون على ضرورة زيادة إجراءات الأمان الإلكتروني ووجود فريق عمل متخصص يتولى الرد والاستجابة للأعطاب التقنية والشكاوى المتعلقة بعمل التطبيق وكذا فك غموض وتعقيدات بعض خدماته، بالإضافة إلى ضرورة مشاركة المواطنين في عملية تطويره من خلال الاستماع إلى اقتراحاتهم وشكاويهم ، و مما لا شك فيه ان دراستنا هذه حاولت تسليط الضوء على أحد التطبيقات المهمة التي تسترعي اهتمام المواطنين خاصة فئة الشباب و لكنها في نفس الوقت فتحت آفاقاً للقيام بدراسات اخرى.

المراجع:

• الكتب:

- 1- ابراهيم بختي، الدليل المنهجي لإعداد البحوث العلمية (المذكرة، الاطروحة، التقرير، المقال) وفق ال **IMRAD**، مطبوعة غير منشورة، جامعة ورقلة، 2015.
- 2- الجرجاوي زياد علي، القواعد المنهجية التربوية لبناء الاستبيان، ط.2، مطبعة أبناء الجراح، فلسطين، 2010.
- 3- الطيب عيساني رحيمة، مدخل إلى الإعلام والاتصال، د.ط، عالم الكتب الحديث للنشر والتوزيع، الاردن، دون سنة.
- 4- الخضير محسن أحمد، الأسس العلمية: لكتابة رسائل الماجستير والدكتوراه، د.ط، مكتبة الأنجلو المصرية، مصر، 1992.
- 5- بن مرسلّي أحمد، مناهج البحث في علوم الاعلام والاتصال، ط4، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، د. سنة.
- 6- حمدي محمد الفاتح، سميرة سطوطاح، مناهج البحث في علوم الإعلام والاتصال وطريقة إعداد البحوث، ط1، دار الحامد للنشر والتوزيع، الأردن.
- 7- عبد المجيد إبراهيم مروان، أسس البحث العلمي لإعداد الرسائل الجامعية، ط1، مؤسسة الوراق للنشر، الأردن، 2000.
- 8- عواد فاطمة حسين، الاتصال والاعلام التسويقي، ط1، دار أسامة للنشر والتوزيع، الاردن، 2011.
- 9- عودة الشمايلة ماهر وآخرون، تكنولوجيا الإعلام والاتصال، ط1، دار الإعصار العلمي للنشر والتوزيع، الأردن، 2015.
- 10- قنديلجي عامر إبراهيم، البحث العلمي واستخدام مصادر المعلومات، ط1، دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع، الأردن، 1999.
- 11- محمود حسن إسماعيل، مبادئ علم الاتصال ونظريات التأثير، ط2، الدار العالمية للنشر والتوزيع، مصر، 2003.

• الرسائل العلمية:

1- البنة حياة، بالعزیز خولة، واقع استخدام تكنولوجيا الإعلام والاتصال في الإدارة الحكومية الجزائرية -دراسة حالة بمقر الولاية ورقلة، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماستر، تخصص اتصال جماهيري والوسائط الجديدة، قسم علوم الإعلام والاتصال، كلية العلوم الانسانية والاجتماعية، جامعة قاصدي مرباح، ورقلة، 2018/2019.

2- مدور حامد، بهلول بدر الدين، خطاطبة أيمن، دور التطبيقات الإلكترونية في تحسين سمعة المؤسسة -دراسة على عينة من مستخدمي تطبيق بريدي موب، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماستر، تخصص اتصال وعلاقات عامة، قسم علوم الإعلام وعلم المكتبات، كلية العلوم الانسانية والاجتماعية، جامعة 08 ماي 1945، قالمة، 2018/2019.

• مقالات:

1- عطية ربيع القايدي أحمد، أثر استخدام التطبيقات الذكية على الرعاية الصحية، المجلة العربية للنشر العلمي، العدد 32، جامعة الملك عبد العزيز، تاريخ النشر 02 حزيران 2021.

• المواقع الالكترونية:

1-<https://www.poste.dz/services/professional/baridimobweb>,

تاريخ الاطلاع: 2024/05/01.

الملاحق

الملاحظة	القسم	اسم ولقب المحكم	الرقم
تم تقديم عدة ملاحظات تخص البناء المنهجي لأسئلة الاستبيان، أخذت بعين الاعتبار وطُبقت تحت إشراف الدكتور سويقات محمد	علم الاجتماع	د. سويقات محمد	01
	علوم الاعلام والاتصال	د. قانة مسعود	02
	علوم الاعلام والاتصال	د. بودريالة عبد القادر	03
	علوم الاعلام والاتصال	د. قندوز عبد القادر	04
	علم الاجتماع	د. بوزيد بجفص	05

ملحق رقم 01:



الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية
وزارة التعليم العالي والبحث العلمي
جامعة قاصدي مرباح ورقلة
كلية العلوم الانسانية والاجتماعية
قسم علوم الاعلام والاتصال



استمارة استبيان مقدمة لمواطني بلدية حاسي مسعود - ورقلة -

في إطار إنجاز مذكرة تخرج مكملة لنيل شهادة ماستر اتصال جماهيري والوسائط الجديدة والتي جاءت تحت عنوان

"واقع استخدام بريدي موب لدى مواطني بلدية حاسي مسعود ولاية ورقلة -"

يشرفني وزميلي أن نضع بين ايديكم هذه الاستمارة راجين منكم الاجابة على الاسئلة بكل امانة ومصداقية حتى يتسنى لنا الوصول إلى النتائج المرجوة من هذه الدراسة.

وفي الأخير لكم منا فائق الاحترام والتقدير

اشراف الدكتور:

✓ سويقات محمد

من إعداد الطالبان:

✓ خويلدي نعيمي

✓ قعمز علي

2024/2023

الرجاء من سيادتكم الاجابة على الاسئلة بوضع العلامة X في الخانة التي تعتبر عن رأيكم
(نعدكم بسرية المعلومات ونشكر لكم تعاونكم)

ا. البيانات الشخصية:

1/ الجنس: ذكر أنثى

2/ السن:

أقل من 20 من 20 إلى 29 من 30 إلى 39
من 40 إلى 49 من 50 فما فوق

3/ المستوى التعليمي:

بدون مستوى ابتدائي متوسط
ثانوي جامعي

اا. عادات وأنماط استخدام عينة الدراسة لتطبيق بريدي موب:

1/ هل تستخدم تطبيق " بريدي موب"؟

نعم لا

2/ منذ متى أنت تستخدم تطبيق " بريدي موب " الذي تم اطلاقه في سنة 2018؟

منذ أقل من سنة من 1 إلى 3 سنوات أكثر من 3 سنوات

3/ كيف عرفت هذا التطبيق؟

من مواقع التواصل الاجتماعي

من الإعلانات

من مؤسسة بريد الجزائر

من متجر التطبيقات بلاي ستور واب ستور

من مصدر اخر

4/ ماهي الفترات التي تستخدم فيها " تطبيق بريدي موب "؟
صباحاً مساءً ليلاً حسب الظروف

5/ ماهي الخدمات التي تستخدمها في " تطبيق بريدي موب "؟

الاطلاع على الرصيد

دفع الفواتير

تحويل الأموال

شحن رصيد الهاتف النقال

اخرى

6/ ماهي النقائص التي لاحظتها على تطبيق " بريدي موب "؟

صعوبة استرجاع وتغيير كلمة المرور

صعوبة الولوج للحساب أحيانا

مشاكل تقنية وقلّة التحديثات للتطبيق

اخرى

7/ ما أهمية التطبيق بالنسبة لك؟

يمكنني الاستغناء عنه

لا يمكنني الاستغناء عنه

III. صعوبات ومخاوف عدم استخدام عينة الدراسة لتطبيق بريدي موب

1/ هل تفضل الطرق التقليدية للمعاملات المالية على استخدام التطبيقات الإلكترونية؟

نعم لا أحيانا

2/ ما هي الأسباب التي تجعلك تفضل الطرق التقليدية؟

أفضل تجنب مخاطر الأعطال التقنية

أجد الطرق التقليدية أسهل للفهم والاستخدام

الطرق التقليدية توفر خصوصية أفضل

العلاقات الشخصية تبني ثقة أكبر

أنا معتاد على الطرق التقليدية وأفضل الاستمرار بها

3/ هل تعتقد أن هناك نقص في المعلومات المتاحة حول كيفية استخدام تطبيق بريدي موب؟

نعم لا

4/ ما هي الطرق التي تقترحها لزيادة الوعي بتطبيق بريدي موب؟

إنشاء محتوى تعليمي تطوير فيديوهات ومقالات تعليمية تشرح كيفية استخدام التطبيق ومزاياه

تنظيم فعاليات تعليمية للتدريب الأفراد على استخدام التطبيق وتوضيح فوائده

الحملات الترويجية

الإعلانات عبر وسائل التواصل الاجتماعي

الدعم الفني وخدمة العملاء

5/ هل واجهت صعوبات أثناء محاولة استخدام تطبيق بريدي موب؟

نعم لا

يرجى تحديد نوع الصعوبات:

6/ ما هي التغييرات التي يمكن أن تجعل تطبيق بريدي موب أسهل للاستخدام؟

تصميم واجهة بسيطة وسهلة الاستخدام تساعد المستخدمين على التنقل بين الخدمات المختلفة بكفاءة

تحسين عملية التسجيل وتسجيل الدخول من خلال تقديم خطوات واضحة ومبسطة لإنشاء الحساب وتسجيل الدخول

دعم فني وتعليمات استخدام من خلال توفير دليل استخدام مفصل داخل التطبيق وخدمة دعم فني سريعة الاستجابة

تحديثات منتظمة من خلال إصدار تحديثات دورية للتطبيق الإصلاح الأخطاء وإضافة ميزات جديدة

تحسين الأداء عند اتصالات الإنترنت الضعيفة وإعطاء تنبيهات واضحة عند انقطاع الاتصال

7/ هل لديك مخاوف بشأن الأمان الإلكتروني عند استخدام تطبيق بريدي موب؟

نعم لا

8/ ما هي الإجراءات التي يمكن أن تزيد من ثقتك في الأمان الإلكتروني للتطبيق؟

تنفيذ اختبارات أمان دورية للتحقق من سلامة التطبيق

تطبيق ممارسات أمان قوية أثناء تصميم وتطوير التطبيق

تحديد معالم الامتياز بعناية للحد من الوصول غير المرغوب فيه إلى ميزات التطبيق

استخدم آليات مصادقة قوية مثل توثيق العاملين أو الرموز المؤقتة

الحفاظ على سرية بيانات المستخدم وتشفيرها عند التخزين والنقل

مراقبة نشاط التطبيق للكشف عن أي أنشطة غير مألوفة

أخرى:

9/ هل تعرضت لأي مشاكل تقنية أثناء استخدام تطبيق بريدي موب؟

نعم لا

10/ كيف تقيم استجابة فريق الدعم التقني لتطبيق بريدي موب عند مواجهة مشاكل تقنية؟

جيدة سيئة

IV. الإشباعات المحققة من استخدام عينة الدراسة لتطبيق بريدي موب:

1/ هل تستفيد من خدمات بريدي موب؟

دائماً أحياناً نادراً

2/ هل تعتقد ان بريدي موب يلبي حاجاتك؟

نعم لا ربما

3/ إذا كانت الإجابة بـ "نعم" ماهي طبيعة هذه الحاجات؟ (يمكنك اختيار أكثر من إجابة)

إجراء التحويلات المالية

إدارة البطاقة الذهبية

الاطلاع على رصيد الحساب البريدي الجاري

تحديد الموقع الجغرافي الأجهزة الصراف الآلي

التحويل من حساب إلى حساب

4/ ماهي الإشباعات التي يحققها تطبيق بريدي لعينة الدراسة؟

سهولة إدارة الأموال

تشجيع الاستخدام الإلكتروني للمعاملات المالية

إمكانية الوصول من أي مكان

توفر خدمات مالية شاملة

سهولة الاستخدام

توفير الوقت والجهد

التواصل مع الجهات الحكومية والمؤسسات

7. دوافع استخدام عينة الدراسة لتطبيق بريدي موب

1/ ماهي دوافع استخدامك لتطبيق بريدي موب؟ (يمكنك اختيار أكثر من إجابة)

التكامل مع الخدمات الأخرى

توفير الوقت

الراحة والسهولة

الخدمات المتنوعة

2/ هل تعتبر أن تطبيق بريدي موب سيكون أداة مهمة في مجالك المهني؟

لا

نعم

3/ كمستخدم ما هي الميزات التي تجدها الأكثر فائدة في تطبيق بريدي موب؟

الخدمات المصرفية عبر الهاتف المحمول

التحكم في الحساب

التكامل السلس

المرونة في الدفع

الإشعارات الفورية

توفير الأمان والخصوصية

أجرا الخدمات البريدية في أي مكان وزمان

سهولة الاستخدام والمعاملات

تفادي الطوابير في المكاتب

أخرى

4/ هل الخدمات الإضافية في تطبيق بريدي موب أحد الدوافع التي اثرت على قرارك باستخدامه؟

لا

نعم