

جامعة غرداية

كلية العلوم الاقتصادية، التجارية وعلوم التسيير

قسم علوم التسيير



ميدان العلوم الاقتصادية التجارية وعلوم التسيير

شعبة علوم التسيير

التخصص: إدارة أعمال

مذكرة مقدمة لاستكمال متطلبات نيل شهادة الماستر أكاديمي بعنوان:

قياس أثر الإبداع في تطبيق بريدي موب على رضا الزبائن
-دراسة حالة على عينة من الزبائن في كلية العلوم الاقتصادية والتجارية
وعلوم التسيير - جامعة غرداية-

من إعداد الطالبة:

تحت إشراف:

بن حويط أمينة

د. شخوم رحيمة

نوقشت وأجيزت علنا بتاريخ : 2025/06/12

أمام اللجنة المكونة من السادة:

د. شرقي مهدي	أستاذ محاضر ب	رئيسا
د. شخوم رحيمة	أستاذ محاضر ب	مشرف ومقررا
د. بن موسى عمر	أستاذ مساعد ب	ممتحنا

الموسم الجامعي: 2024 - 2025

جامعة غرداية

كلية العلوم الاقتصادية، التجارية وعلوم التسيير

قسم علوم التسيير



ميدان العلوم الاقتصادية، التجارية وعلوم التسيير

الشعبة علوم التسيير

التخصص: إدارة أعمال

مذكرة مقدمة لاستكمال متطلبات نيل شهادة الماستر أكاديمي بعنوان

قياس أثر الإبداع في تطبيق بريدي موب على رضا الزبائن
-دراسة حالة على عينة من الزبائن في كلية العلوم الاقتصادية والتجارية
وعلوم التسيير - غرداية-

من إعداد الطالبة :

تحت إشراف:

بن حويط أمينة

د. شخوم رحيمة

نوقشت وأجيزت علنا بتاريخ: 2025/06/12

أمام اللجنة المكونة من السادة:

د. شرقي مهدي	أستاذ محاضر ب	رئيسا
د. شخوم رحيمة	أستاذ محاضر ب	مشرف ومقررا
د. بن موسى عمر	أستاذ مساعد ب	ممتحنا

الموسم الجامعي: 2024 - 2025

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

الإهداء



إلى من حملتني وهنا على وهن إلى من
أسقنتني من عمرها بكل حب إلى من شيدت في
نفسي معنى الصبر إلى من نقشت حنانها في قلبي
من ربنتني بكل صدق إلى من جعلت خطوات
حياتي صفحات دونت من حبر دموعها إلى من
تستحق وبكل جدارة أن تكون أُمي الله يرحمها
ويغفر لها ويسكنها فسيح جناته.
إلى من أرشد منار دربي أبي الغالي
حفظه الله وأطال في عمره
إلى أعز الناس إلى قلبي وكل أفراد أسرتي
وكل الأصدقاء
ومن كانوا برفقتي ومصاحبتي أثناء دراستي في
الجامعة.

بن حويط أمينة

شكر و عرفان



الحمد لله كما ينبغي لجلال وجهه وعظيم
سلطانه الحمد لله الذي وفقنا إلى إنجاز هذا
العمل

نتقدم بالشكر الجزيل إلى كل من

الأستاذة شخوم رحيمة لإشرافها على هذا
العمل والأستاذ بن الزين حمزة واللذان لم
يدخرا جهدا في مد يد العون من خلال
توجيهاتهما ومقترحاتهما لنا في إعداد هذه
المذكرة.

الأساتذة الذين أشرفوا على تحكيم استبيان هذه
الدراسة

كما نتقدم بالشكر المسبق لأساتذة لجنة المناقشة

ملخص:

تهدف هذه الدراسة إلى قياس أثر الإبداع وأبعاده في تطبيق بريدي موب على رضا الزبائن ، بعد الاستعانة بمجموعة من الكتب و المراجع المتنوعة ، وباستخدام المنهج الوصفي في الجانب النظري و المنهج التحليلي في دراسة الحالة ، بالإعتماد على الاستبيان كأداة للدراسة من خلال توزيع 112 استبانة على مستخدمين تطبيق بريدي موب من أساتذة كلية العلوم الإقتصادية والتجارية وعلوم التسيير وبعد استرجاعها ومعالجتها بواسطة برنامج SPSS 26 توصلنا إلى مجموعة من النتائج أهمها : وجود رضا مرتفع لدى الزبائن عن تطبيق "بريدي موب" ، ووجود أثر معنوي لأبعاد الإبداع الأربعة (الطلاقة ، المرونة ، الأصالة ، التوسع) على رضاهم، مع تباين في درجة الإدراك حيث جاءت الطلاقة أولا تليها التوسع، ثم الأصالة، وأخيرا المرونة. كما أظهرت النتائج عدم وجود فروقات ذات دلالة إحصائية في رضا الزبائن تعزى للخصائص الشخصية، وأكدت الدراسة في الأخير أن تعزيز الإبداع في تصميم التطبيقات الرقمية يساهم بشكل فعال في تحسين رضا الزبائن وجودة الخدمات المقدمة.

الكلمات المفتاحية: إبداع، زبائن، بريدي موب، رضا زبائن، تطبيقات رقمية.

Abstract:

This study aims to measure the impact of creativity and its dimensions on customer satisfaction with the "BaridiMob" application. After consulting a variety of books and references, and by employing a descriptive methodology for the theoretical aspect and an analytical methodology for the case study, the research relied on a questionnaire as a data collection tool. 112 questionnaires were distributed to users of the BaridiMob application, specifically professors from the Faculty of Economic, Commercial, and Management Sciences. After retrieving and processing the questionnaires using SPSS version 26, the study reached several key findings, the most important of which are: a high level of customer satisfaction with the "BaridiMob" application, and a significant impact of the four dimensions of creativity (fluency, flexibility, originality, and elaboration) on their satisfaction. There was a variation in the degree of perception, with fluency ranking highest, followed by elaboration, then originality, and finally flexibility. The results also showed no statistically significant differences in customer satisfaction attributable to personal characteristics. Finally, the study confirmed that enhancing creativity in the design of digital applications effectively contributes to improving customer satisfaction and the quality of services provided.

Keys words: Creativity, Customers, BaridiMob, Customer Satisfaction, Digital Applications.

قائمة المحتويات

الصفحة	العنوان
	شكر وعرفان
	إهداء
	ملخص
VI	قائمة المحتويات
VIII	قائمة الجداول
IX	قائمة الأشكال
X	قائمة المختصرات والرموز
X	قائمة الملاحق
أ-ج	مقدمة
الفصل الأول: الأدبيات النظرية و التطبيقية حول أثر الإبداع في تطبيق بريدي موب	
02	تمهيد
21-03	المبحث الأول: إطار النظري حول الإبداع في تطبيق بريدي موب
28-22	المبحث الثاني: الدراسات السابقة
29	خلاصة الفصل الأول
	الفصل الثاني: الدراسة التطبيقية لرضا الزبائن بزيادة الإبداع في تطبيق بريدي موب في جامعة غرداية
31	تمهيد
43-32	المبحث الأول: عرض أدوات الدراسة الميدانية
63-44	المبحث الثاني: عرض وتحليل اتجاهات أفراد العينة حسب أبعاد الدراسة
64	خلاصة الفصل الثاني
68-66	خاتمة
73-70	قائمة المراجع
93-75	الملاحق
98-95	فهرس المحتويات

قائمة المحتويات

قائمة الجداول والأشكال
والاختصارات والملاحق

قائمة الجداول

رقم الجدول	العنوان	الصفحة
جدول رقم (01-01)	تعليق حول الدراسات السابقة	28-27
الجدول رقم (01-02)	يوضح عدد الاستبيانات الموزعة والصالحة للدراسة	33
الجدول رقم (02-02)	يوضح متغيرات الدراسة	33
جدول رقم (03-02)	يوضح خصائص عينة الدراسة	35-34
الجدول رقم (04-02)	يوضح درجة أهمية بنود الاستبيان	39
الجدول رقم (05-02)	يوضح الصدق البنائي لمحاو الاستبيان	41-40
الجدول رقم (06-02)	يوضح معامل ثبات مقياس الدراسة	42
الجدول رقم (07-02)	يوضح اختبار التوزيع الطبيعي	43
الجدول رقم (08-02)	يوضح مقياس تحديد النسبة المتوسط الحسابي	44
الجدول رقم (09-02)	المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية الخاصة بفقرات محور (الطلاقة، المرونة، الأصالة، التوسع) مع اتجاه إجابات العينة	47-45
الجدول رقم (10-02)	يوضح المتوسطات الحسابية و الانحرافات المعيارية الخاصة بفقرات محور الثاني المتعلقة برضا الزبائن	51-50
جدول رقم (11-02)	يوضح نتائج اختبار Test-T الأحادي العينة لدرجات الإجابة عن رضا الزبائن.	53
الجدول رقم (12-02)	يوضح تحليل الانحدار الخطي البسيط لطلاقة على رضا الزبائن في تطبيق بريدي موب	54
الجدول رقم (13-02)	يوضح تحليل الانحدار الخطي البسيط للمرونة على رضا الزبائن في تطبيق بريدي موب	56
الجدول رقم (14-02)	يوضح تحليل الانحدار الخطي البسيط للأصالة على رضا الزبائن في تطبيق بريدي موب	57
الجدول رقم (15-02)	يوضح تحليل الانحدار الخطي البسيط لتوسع على رضا الزبائن في تطبيق بريدي موب	59-58
الجدول رقم (16-02)	يوضح تحليل التباين الأحادي لفحص المتغيرات (العمر، الرتبة الأكاديمية، استخدام بريد موب بدرجة) على مستوى رضا الزبائن	60
الجدول رقم (17-02)	يوضح نتائج اختبار T لفحص الفروق بين متغير (الجنس) على مستوى رضا الزبائن على تطبيق بريد موب	61

قائمة الأشكال

الصفحة	عنوان الشكل	رقم الشكل
ج	النموذج المقترح لدراسة الحالية	الشكل رقم (01-01)
12	نموذج يلخص أبعاد تطبيق بريدي موب	الشكل رقم (02-01)
14	يبين خدمات بريدي موب	الشكل رقم (03-01)
20	يوضح محدد رضا الزبون	الشكل رقم (04-01)
35	يوضح توزيع أفراد العينة حسب الجنس	الشكل رقم (01-02)
36	يوضح توزيع أفراد العينة حسب السن	الشكل رقم (02-02)
37	يوضح توزيع العينة حسب الرتبة الأكاديمية	الشكل رقم (03-02)
38	يوضح توزيع العينة حسب درجة الخدمة	الشكل رقم (04-02)

قائمة الاختصارات والرموز

المختصر باللغة العربية	الرمز	رقم المختصر
خدمات الرسائل القصيرة	SMS	01
الحساب البريد الجاري	CCP	02
الدفع الإلكتروني أو خدمة الدفع	PAY	03
برنامج الحزمة الإحصائية للعلوم الاجتماعية	SPSS	04
النسبة المئوية	%	05

قائمة الملاحق

عنوان الملحق	رقم الملحق
قائمة الأساتذة الأعضاء المحكمين للاستبيان	الملحق (1)
واجهة تطبيق بريدي موب	الملحق (2)
الإستبيان	الملحق (3)
نتائج مخرجات spss لتساؤلات الفرعية (5.6) مع اختبار الفرضية الأولى	الملحق (4)
نتائج مخرجات spss لاختبار الفرضيات الفرعية	الملحق (5)
نتائج مخرجات spss لاختبار الفرضية الثالثة	الملحق (6)

مقدمة

أ. توطئة:

يشهد العالم اليوم تحولات جذرية في مختلف المجالات نتيجة للتطور التكنولوجي المتسارع، الذي أصبح يؤثر بشكل مباشر على طبيعة الأنشطة الاقتصادية والخدمات المقدمة للأفراد. ومع انتشار تكنولوجيا المعلومات والاتصالات، برزت تطبيقات الهواتف الذكية كأحد أبرز الحلول الرقمية التي ساهمت في تسهيل الحياة اليومية للمستخدمين، لا سيما في القطاع المالي، حيث أتاحت هذه التطبيقات إمكانية إجراء المعاملات المالية بسرعة وفعالية دون الحاجة إلى التعاملات التقليدية.

في هذا الإطار، أطلقت مؤسسة بريد الجزائر تطبيق "بريدي موب" كأحد الحلول الرقمية الرائدة التي تهدف إلى تسهيل العمليات المالية لعملائها. إذ يوفر هذا التطبيق مجموعة من الخدمات، مثل تحويل الأموال، دفع الفواتير، الاطلاع على الرصيد، وإجراء عمليات مالية أخرى، مما يجعله أداة محورية في تحسين تجربة المستخدمين. غير أن نجاح مثل هذه التطبيقات لا يقتصر فقط على توفير الخدمات الأساسية، بل يعتمد بالدرجة الأولى على مدى الإبداع والابتكار في تصميمها وتطويرها المستمر، من خلال تحسين الأداء، تعزيز الأمان، وتقديم ميزات جديدة تواكب تطلعات المستخدمين. ومع تزايد توقعات العملاء فيما يخص سهولة الاستخدام، سرعة تنفيذ العمليات، ومستوى الأمان، بات من الضروري دراسة أثر الإبداع في تطبيق "بريدي موب" على رضا الزبائن، وذلك من خلال قياس مدى استجابة التطبيق لاحتياجات المستخدمين، وتحليل دور التحسينات التقنية في تعزيز تجربتهم. فالتحديثات المستمرة والتطويرات المبتكرة يمكن أن تؤثر بشكل مباشر على مستوى رضا العملاء ومدى ولائهم للتطبيق، مما يستدعي البحث في العلاقة بين الإبداع في التطبيق ودرجة رضا المستخدمين عنه.

ب. طرح الإشكالية:

وبناءً على ذلك، يسعى هذا البحث إلى الإجابة على الإشكالية التالية:

- إلى أي مدى يؤثر الإبداع في تطبيق 'بريدي موب' على مستوى رضا الزبائن كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير بجامعة غرداية؟

وتتفرع تحت هذه الإشكالية الأسئلة الفرعية التالية:

- هل يوجد رضا الزبائن في تطبيق بريدي موب على مستوى أساتذة كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير؟
- ما هي أبعاد الإبداع في تطبيق بريدي موب؟
- هل تؤثر أبعاد تطبيق بريدي موب على رضا الزبائن كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير بجامعة غرداية؟
- هل توجد فروقات ذات دلالة إحصائية بين استجابات زبائن بريد الجزائر حول أثر الإبداع في تطبيق بريدي موب على مستوى رضا أساتذة كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير بجامعة غرداية، ويعزى ذلك إلى السمات الشخصية؟

- فيما تكمن أهمية الإبداع في تطبيق "بريدي موب" من وجهة نظر الزبائن كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير بجامعة غرداية، وما هو مستوى تأثيره على رضاهم؟

- ماهوا مستوى إهتمام بريدي موب برضا الزبائن من وجهة نظر أساتذة كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير؟

ت. فرضيات البحث:

الفرضيات الرئيسية:

- يؤثر الإبداع في تصميم وخدمات تطبيق بريدي موب بدرجة كبيرة على مستوى رضا الزبائن كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير بجامعة غرداية واستمرارية استخدامهم للتطبيق.

الفرضيات الفرعية:

- هناك رضا الزبائن في تطبيق بريدي موب على مستوى أساتذة كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير؛
- هناك أثر ذو دلالة إحصائية للإبداع في تطبيق بريدي موب على رضا الزبائن كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير بجامعة غرداية؛

1- يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لطلاقة على رضا الزبائن كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير بجامعة غرداية في تطبيق بريدي موب؛

2- يوجد أثر ذو دلالة إحصائية للمرونة على رضا الزبائن كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير بجامعة غرداية في تطبيق بريدي موب؛

3- يوجد أثر ذو دلالة إحصائية للأصالة على رضا الزبائن كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير بجامعة غرداية في تطبيق بريدي موب؛

4- يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لتوسع على رضا الزبائن كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير بجامعة غرداية في تطبيق بريدي موب؛

- توجد فروقات ذات دلالة إحصائية بين استجابات زبائن بريد الجزائر حول أثر الإبداع في تطبيق بريدي موب على مستوى رضا أساتذة كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير بجامعة غرداية، ويعزى ذلك إلى السمات الشخصية (الجنس؛ السن؛ الرتبة الأكاديمية؛ استخدم تطبيق بريدي موب بدرجة).

ث. أهمية الدراسة:

تبرز أهمية البحث من خلال النقاط التالية:

- تعزيز رضا العملاء وولائهم؛
- المساهمة في تطوير تطبيق بريدي موب؛
- تقديم حلول لمشاكل تطبيق بريدي موب.

ج. أهداف الدراسة:

نسعى من خلال هذا البحث لتحقيق الأهداف التالية:

- التعرف على إدارة استخدام تطبيق بريدي موب في مؤسسة بريد الجزائر؛
- التعرف على مستوى رضا الزبائن في الخدمات المقدمة من مؤسسة بريد الجزائر؛
- محاولة إبراز أثر الإبداع في تطبيق بريدي موب على رضا الزبائن في مؤسسة بريد الجزائر؛
- معرفة التحديات التي تواجه العملاء عند استخدام التطبيق.

ح. أسباب اختيار موضوع الدراسة:

✓ دوافع ذاتية:

- الميول الشخصي لمثل هذه المواضيع وروح الفضول في اكتشاف خبايا الموضوع.

✓ دوافع الموضوعية:

تتجلى دوافع اختيار البحث في هذا الموضوع من خلال النقاط التالية:

- التعرف على مدى استخدام زبائن بريد الجزائر لتطبيق بريدي موب؛
- أهمية التحول الرقمي؛
- قلة الدراسات حول هذا موضوع.

خ. منهج الدراسة:

في ضوء طبيعة الدراسة والأهداف التي تسعى لتحقيقها تم استخدام المنهج الوصفي في الجانب النظري، وذلك بتقديم التعاريف والمفاهيم العامة لتطبيقات التكنولوجيا ورضا الزبائن والعلاقة بينهما، أما في الجانب التطبيقي فاعتمدنا على المنهج الوصفي التحليلي من خلال الإمتبيان باستخدام برنامج SPSS من أجل معرفة قياس أثر الإبداع في تطبيق بريدي موب على رضا الزبائن بمؤسسة بريد الجزائر.

د. أدوات الدراسة:

للقيام بالدراسة التطبيقية قمنا بإعداد وتصميم وتحكيم وتوزيع الاستبيان الذي يعد الأداة الرسمية في البحث، وباعتماد على البرنامج SPSS في معالجة المعطيات والبيانات.

ذ- مرجعية الدراسة:

اعتمدنا في دراستنا على مجموعة من المجالات، البحوث العلمية، المذكرات الجامعية التي أنجزت، والتي اهتمت بمجال الإبداع التكنولوجي ورضا الزبائن.

ر- صعوبات الدراسة

- قصر المدة الزمنية المخصصة لإنجاز هذا البحث؛
- قلة وجود الدراسات السابقة لموضوع دراستنا في الجامعات الجزائرية؛
- صعوبة تحصلنا على المراجع التي نخدم بحثنا بما يتناسب والمعلومات المراد الحصول عليها؛
- صعوبة جمع معلومات لدراسة الجانب التطبيقي؛
- صعوبة تحديد العينة في الدراسة؛
- عدم وجود مؤسسة لدراسة ميدانية في غرداية.

ز- هيكل البحث:

من أجل إجراء الدراسة تم تقسيم البحث إلى فصلين، **فصل الأول** تناول الجانب النظري للموضوع، وبدوره إنقسم إلى **مبحثين**، **المبحث الأول**: الأدبيات النظرية والتطبيقية حول أثر الإبداع في تطبيق بريدي موب، أما **المبحث الثاني** فتضمن الأدبيات التطبيقية المتمثلة في مجموعة من الدراسات السابقة والتي لها علاقة مباشرة بموضوع الدراسة، وفي **الفصل الثاني** والمتمثل في الدراسة الميدانية فقد قسم إلى **مبحثين**، **الأول** خصص لعرض طريقة وأدوات المستخدمة في الدراسة، أما **المبحث الثاني** فقد خصص لتحليل النتائج ومناقشتها وتحليلها.

ط. حدود الدراسة: تتمثل فيما يلي:

أ- الحدود البشرية: اشتملت دراسة الحالة على أساتذة كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير بجامعة غرداية.

ب - الحدود الموضوعية: اقتصرت الدراسة على دراسة قياس أثر الإبداع في تطبيق بريدي موب على رضا الزبائن: تأثير الإبداع في تطبيق بريدي موب (الطلاقة، المرونة، الأصالة، والتوسع) ورضا الزبائن.

ج - الحدود المكانية: أنجزت دراسة على عينة من الزبائن في كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير بجامعة غرداية

د - الحدود الزمنية: أجريت هذه الدراسة في الفصل الثاني في الفترة الممتدة من 02/01/2025 إلى 01/05/2025.

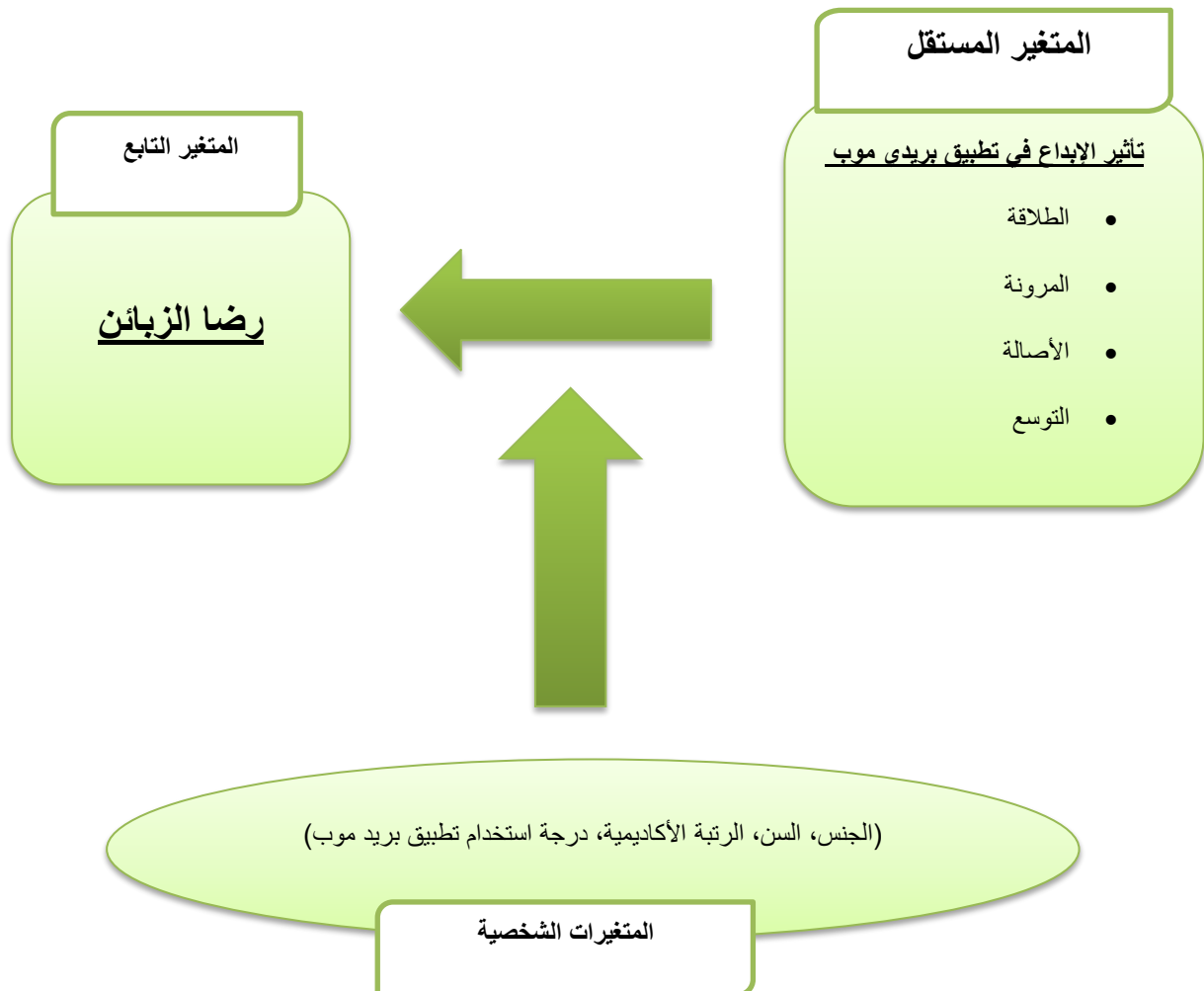
ظ. متغيرات الدراسة:

المتغير المستقل: تأثير الإبداع في تطبيق بريدي موب (الطلاقة، المرونة، الأصالة، التوسع).

المتغير التابع: رضا الزبائن.

ك- نموذج الدراسة: الموضح من خلال الشكل (01-01) التالي:

المصدر: من إعداد الطالبة



الفصل الأول

الأدبيات النظرية والتطبيقية حول

أثر الإبداع في تطبيق بريدي موب

تمهيد:

مع تطور التطبيقات الرقمية، أصبح الإبداع عنصراً أساسياً في تحسين جودة الخدمات، لا سيما في المجال المالي. ويعد تطبيق بريدي موب نموذجاً لهذا التطور، حيث يسهل المعاملات المصرفية لعملاء بريد الجزائر. يهدف هذا الفصل إلى دراسة تأثير الإبداع في تطبيق بريدي موب على رضا الزبون من خلال تحليل مفاهيم الإبداع، أنواعه ومستوياته، واستعراض خدمات التطبيق وعوامل رضا المستخدمين لتقييم مدى نجاحه في تلبية تطلعاتهم، ولإعطاء صورة أوضح عن الجوانب النظرية لموضوعنا في هذا الفصل قمنا بتقسيمه إلى مبحثين رئيسية

المبحث الأول: إطار النظري حول الإبداع في تطبيق بريدي موب

المطلب الأول: الإبداع التكنولوجي في التطبيقات الرقمية

أصبح الإبداع في التطبيقات الرقمية عاملاً رئيسياً في تحسين جودة الخدمات، حيث يتيح تقديم حلول مبتكرة تلبي احتياجات المستخدمين.

الفرع الأول: تعريف الإبداع التكنولوجي في السياق الرقمي

في هذا المطلب سنقوم بتعريف أثر الإبداع في السياق الرقمي كمصطلح واسع وشامل.

✓ الأول: مفهوم الإبداع التكنولوجي والمفاهيم المرتبطة به

01: تعريف الإبداع

تتعدد تعريفات الإبداع لغة نذكر منها ما يلي:

■ لغة:

- أولاً: والذي يقصد به تأليف شيء جديد من عناصر موجودة سابقاً كالإبداع الفني، والإبداع العلمي **والثاني**: إيجاد الشيء من لا شيء كإبداع الباري سبحانه وتعالى، فهو ليس بتركيب ولا تأليف، وإنما هو إخراج من العدم إلى الوجود وفرقوا بين الإبداع والخلق، فقالوا الإبداع لإيجاد شيء من لا شيء، والخلق إيجاد شيء من شيء لذلك قال الله تعالى: (بديع السموات والأرض) (البقرة: 117) ولم يقل بديع الإنسان، بل قال خلق الإنسان، فالإبداع بهذا المعنى أعم من الخلق **والثالث**: إيجاد شيء غير مسبوق بالعدم، ويقابله الصنع، وهو إيجاد شيء مسبوق بالعدم¹

■ اصطلاحاً:

- مفهوم غيلفورد "يشير إلى القدرات المميزة لأشخاص المبدعين، والقدرة على إظهار السلوك الإبداعي إلى درجة ملحوظة، ويشمل السلوك الإبداعي فيما يشمل الاختراع والتصميم والاستنباط والتأليف والتخطيط"².
- الإبداع عبارة عن جملة من العمليات التي تهدف إلى إحداث تغيير جديد في المنتجات والخدمات المقدمة للأفراد والمؤسسات فالإبداع يبدأ بفكرة وينتهي بابتكار³.

¹ سناء محمد نصر حجازي، سيكولوجية الإبداع تعريفه وتنميته وقياسه لدى الأطفال، دار الفكر العربي، مصر، 2006، ص 16.

² بورنان مصطفى، أثر الإبداع في تحسين أداء المنظمات الحديثة، مجلة اقتصاديات المال والأعمال، العدد رقم 08، جامعة عمار تليجي الأغواط - الجزائر، 2019، ص 55.

³ حمزة بن زين، إدارة إبداع والابتكار في منظمات الأعمال الحديثة - نماذج دولية، ألفا للنشر والتوزيع، ط 1، الجزائر، 2024، ص 12.

من التعريفات السابقة نستنتج: أن الإبداع هو عملية تهدف إلى إنتاج أفكار أو حلول جديدة ومبتكرة، بهدف إحداث تغييرات جديدة في المنتجات أو الخدمات سواء من خلال إعادة تشكيل عناصر موجودة أو ابتكار شيء غير مسبوق وهذا يساهم في تطوير المنتجات، الخدمات أو العمليات في مختلف المجالات.

02: الإبداع التكنولوجي:

- تعريف (Jones 1995) الإبداع التكنولوجي يعني العملية التي يمكن من خلالها للشركة أن تستخدم مواردها لتقديم منتجات أو استخدام عمليات جديدة لإشباع حاجات ورغبات الزبائن.¹
- يعرف محمد السعيد أوكيل الإبداع التكنولوجي بصورة دقيقة هو تلك العملية التي تتعلق بالمستجدات الإيجابية التي تخص المنتجات بمختلف أنواعها وأساليب الإنتاج.²
- ولقد أشار (Harmon) إلى أن الإبداع هو أية عملية يمكن عن طريقها إنتاج شيء جديد سواء كان فكرة أو شيئاً، ويتضمن ذلك شكلاً جديداً أو ترتيباً جديداً لعناصر قديمة.³

من خلال هذه المفاهيم يمكننا القول إن "الإبداع التكنولوجي هو عملية متغيرة ومتطورة باستمرار تستخدمها المنظمات لتطوير منتجات أو عمليات جديدة تلبي احتياجات العملاء، وذلك من خلال إدخال تغييرات إيجابية أو إعادة ترتيب العناصر بطريقة جديدة تساهم في تعزيز الكفاءة والقدرة التنافسية.

✓ الثاني: أهمية الإبداع وموقعاته

01: أهمية الإبداع:

- "الإبداع التكنولوجي في الأسواق يكون محدداً بالكفاءة والفعالية، حيث يعد عاملاً أساسياً في المنافسة وديناميكية الأسواق الحرة؛"
- "يفترض دائماً أن أي إبداع تكنولوجي لا بد أن يسفر بطريقة تلقائية عن تأثير مرغوب فيه، سواء من منظور المبدع أو في الإبداع نفسه أو المجتمع ككل؛"
- "التأثيرات المالية لجميع الإبداعات التكنولوجية تكون إما عن منتجات جديدة تحقق أرباحاً وكفاءات أعلى، أو عن عمليات إنتاجية جديدة تؤدي إلى ارتفاع الإنتاجية؛"

¹أكرم احمد الطويل ووعيد إبراهيم إسماعيل، العلاقة بين أنواع الإبداع التقني وإبعاد الميزة التنافسية، المؤتمر العلمي الثالث لكلية الاقتصاد والعلوم الإدارية تحت عنوان: "إدارة منظمات الأعمال التحديات العالمية المعاصرة، جامعة العلوم التطبيقية الخاصة، عمان، الأردن 27-29 أفريل 2009، ص 7.

²عمير حياة، دور الإبداع التكنولوجي في تحسين القدرة التنافسية للدولة وتحقيق التنمية المستدامة، مجلة إضافات اقتصادية، جامعة الأغواط (الجزائر)، المجلد 5، العدد 02، 2021، ص 199.

³نادية عوارب، دور البحث والتطوير في تفعيل الإبداع التكنولوجي في المؤسسات الاقتصادية، مذكرة دكتوراه، جامعة قاصدي مرباح بورقلة، 2021-2022، ص 4.

- الإبداع التكنولوجي يساهم في تخفيض تكلفة الوحدة من الناتج، مما يؤدي إلى زيادة الأرباح ونمو المؤسسات؛"
- "كلما زاد انتشار الإبداعات التكنولوجية، زادت الأهداف الاجتماعية المرغوبة، مما يحقق التوازن بين المؤسسات والمجتمع ككل؛"¹
- يسمح الإبداع التكنولوجي للمؤسسة من استهداف أسواق جديدة من خلال إطلاق منتجات جديدة هذا من أجل كسب حصص إضافية في هذه الأسواق وزيادة أرباحها، كذلك يزيد من قدرة المؤسسة على المنافسة في هذه الأسواق.²

وبناء على ما سبق يمكننا استخلاص أهمية الإبداع فيما يلي:

- تعزيز الكفاءة والفعالية داخل الأسواق التنافسية؛
- تحقيق نتائج مالية إيجابية؛
- خفض التكاليف وزيادة الأرباح؛
- تحقيق التوازن بين الأهداف الاقتصادية والاجتماعية؛
- توسيع الأسواق المستهدفة.

02: معوقات الإبداع التكنولوجي

يمكن تقسيم العوائق التي تواجه عملية الإبداع التكنولوجي إلى ثلاث فئات: اقتصادية، إدارية وتقنية:

- على المستوى الاقتصادي:

يمثل عائق قلة الموارد المالية أهم العوائق الاقتصادية التي تواجه عملية الإبداع التكنولوجي سواء على مستوى المؤسسات أو الهيئات العلمية، فضعف المخصصات المالية لا يسمح بالقيام ببحوث متقدمة بغية تحقيق إبداعات تكنولوجية، إضافة إلى ذلك عادة ما تكون هذه الإبداعات ذات مردودية غير كافية، خاصة إذا تمت الإبداعات على مستوى الهيئات العلمية (جامعات، مراكز البحث بحيث لا تجد من يجسدها في الواقع الاقتصادي، ويعتبر نقص المعلومات عن مستوى المخاطر الاقتصادية والمالية التي يمثلها إدخال إبداع تكنولوجي جديد إلى السوق، إضافة إلى عامل التكاليف العالية للتجهيزات المستعملة في الإنتاج أو التطوير والتي تحد من عملية الإبداع التكنولوجي

- على المستوى الاجتماعي:

تتمثل أهم العوائق التي تحد من الإبداع التكنولوجي على المستوى الاجتماعي، الاتصال السيئ بين أقطاب المؤسسة الإدارية، مساهمين عمال النقابة، بحيث لا تتعاون جهودهم في اتجاه واحد مساعد على الإبداع التكنولوجي، بالإضافة إلى مدى تقبل

¹ بوزنان عبد الغني، مساهمة الإبداع التكنولوجي في تعزيز تنافسية المؤسسة الصناعية، مذكرة ماجستير، محمد خيضر بسكرة - الجزائر، 2012، ص 12.

² Mellissa Schilling, François Therin), Gestion de l'innovation technologique, Maxima, Paris, France, 2006 P : 11

المستخدمين لفكرة جديدة في الإنتاج لأنهم يرون فيها تهديدا لمناصبهم أو تخفيض في الأجور، لذلك يجب توعيتهم بضرورة الإبداع التكنولوجي لضمان مستقبلهم ومستقبل المؤسسة.

ويمثل مستوى الاستعداد لدى إطار المؤسسة للقيام بهذه المهمة واحتضانها، عاملا حاسما لنجاح الإبداع التكنولوجي في المؤسسة، وترجم مخاوف المستخدمين بصفة عامة في نوعية عقود العمل التي تطبقها المؤسسة الاقتصادية والتي لا تضمن مستقبلهم في حالة وقوع أزمات للمؤسسة أو في حالة تحقيقها الأرباح كبيرة، ويمثل إصلاح هذه العقود أحد أهم الحوافز التي تشجع المستخدمين والإطارات خاصة على القيام بالاختراعات والإبداع التكنولوجي¹

- على المستوى التقني:

إن صعوبة تدفق المعلومات الخاصة بالتكنولوجيا الجديدة، وصعوبة جلب الكفاءات العلمية والتكنولوجية، إضافة إلى نقص الخبرة خاصة بتركيبية التجهيزات الجديدة تعتبر عوائق تقنية تحد من عملية الإبداع التكنولوجي²

وبناء على ما سبق نستنتج أن معوقات الإبداع التكنولوجي تنقسم إلى ثلاث فئات: اقتصادية، إدارية وتقنية

معوقات الإبداع التكنولوجي في جوانب مالية، اجتماعية وتقنية متداخلة، تؤثر سلبا على قدرة المؤسسات على الابتكار، مما يستدعي وضع آليات دعم وتمويل وتكوين فعالة، وتحسين بيئة العمل لضمان تبني الإبداع وتحقيق نتائجه المرجوة.

✓ الثالث: مستويات الإبداع

تعدد مستويات الإبداع، فيما يلي نستعرض أبرزها:³

أ- الإبداع على المستوى الفردي: يعتمد على قدرات الفرد الإبداعية في تطوير العمل، ويتأثر بعوامل نفسية واجتماعية مثل الذكاء والشخصية والبيئة المحيطة، مع جدل حول ما إذا كان كل شخص قادرا على الإبداع أم أنه مقتصر على من يمتلكون سمات إبداعية معينة؛

ب- الإبداع على مستوى الجماعات: يتم من خلال مجموعات عمل تتعاون لتطبيق الأفكار الجديدة وحل المشكلات أو تحسين الأداء، مثل فرق الإنتاج التي تسعى لتطوير طرق العمل أو تحسين المنتجات والخدمات؛

¹ دويس محمد الطيب، براءة الاختراع مؤشر لقياس تنافسية المؤسسات والدول، مذكره ماجستير غير منشورة، كلية الحقوق والعلوم الاقتصادية، جامعة قاصدي مرباح ورقلة، الجزائر، 2005، ص 45.

² نجم عبود نجم، إدارة الابتكار - المفاهيم والخصائص والتجارب الحديثة، ط1، دار وائل للنشر والتوزيع، الأردن، 2003، ص 267-268.

³ حسني محمود وعبد الغني محمد، واقع إدارة الإبداع لدى مديري المدارس بالحلقة الأولى من التعليم الأساسي في مصر، مستخلص بحث من مذكره ماجستير في التربية تخصص (سياسات التعليم وإدارته)، مجلة جامعة الفيوم للعلوم التربوية والنفسية، عدد 11، ص 370.

ت- الإبداع على مستوى المنظمات: يمثل التكامل بين الإبداع الفردي والجماعي داخل المنظمة، مدعومًا بالعوامل الداخلية والخارجية للمنظمة، حيث تمتلك القدرة على التطوير والابتكار دون الحاجة إلى تدخل خارجي، مما يعزز استمراريته وروح المنافسة فيها ويكون عمل هذه المنظمات نموذجي ومثالي للمنظمات الأخرى.

ومنه تستنتج مما سبق أن الإبداع هو عملية متعددة المستويات، تبدأ من المستوى الفردي الذي يرتبط بقدرات الشخص وسماته النفسية والاجتماعية في توليد أفكار جديدة، ثم تنتقل إلى المستوى الجماعي حيث تتعاون فرق العمل لتطبيق هذه الأفكار وحل المشكلات وتحسين الأداء، لتصل في النهاية إلى المستوى التنظيمي الذي يعكس تفاعل الإبداع الفردي والجماعي داخل بيئة المؤسسة، وبعد عاملاً حاسماً في قدرتها على التطوير الذاتي والمنافسة والاستمرار إن تكامل هذه المستويات يشكل الأساس الحقيقي لأي عملية إبداعية ناجحة ومستدامة داخل المنظمات.

الفرع الثاني: أنواع الإبداع في السياق الرقمي

في العصر الرقمي، أصبح الإبداع عنصراً أساسياً في تطوير المنتجات والخدمات الرقمية، حيث لم يعد محصوراً في المجالات الفنية فقط، بل امتد ليشمل التصميم، التكنولوجيا، والتفاعل مع المستخدم. ويمكن تصنيف الإبداع في هذا السياق إلى عدة أنواع رئيسية

✓ الأول: أنواع الإبداع

01: من حيث طبيعة الإبداع:

يمكن التمييز بين أنواع الإبداع فيما يلي¹:

- **الإبداع في المنتج:** هو إدخال سلعة أو خدمة جديدة إلى السوق، مع تحسين خصائصها التقنية والوظيفية وغير المادية لتعزيز سهولة الاستخدام وتلبية احتياجات المستهلك. يشمل ثلاثة أنواع:
 - . إبداع وظيفي: تطوير ميزات المنتج لتحسين أدائه؛
 - . إبداع تكنولوجي: إدخال تقنيات أو مواد جديدة؛
 - . إبداع في التقديم: تحسين التصميم أو طريقة العرض والتسويق.

- **الإبداع في طريقة الإنتاج:** وتعرف بأنها إدخال طريقة إنتاج في المؤسسة، طريقة تقديم الخدمات أو تسليم بمنتجات جديدة و النتيجة التي يجب أن تكون معبرا عنها في المنتج الجديد، في جودة المنتج أو تكلفة الإنتاج والتوزيع، ومن ثم فالإبداع في طريقة الإنتاج تشمل تغييرات في المواد الأولية أو في المعدات الإنتاجية، هذه التحولات يمكن أن تحدث في إعادة تنظيم

¹عبد الرحمان عنتز، واقع الإبداع في المؤسسات الصغيرة والمتوسطة بالجزائر، مجلة العلوم الاقتصادية والقانونية جامعة دمشق، المجلد 24، العدد الأول، 2008، ص 151.

النشاطات أو مراحل العملية الإنتاجية و الهدف منها هو تسهيل و تحصيل تكاليف اقل من اجل الحفاظ على تنافسية المؤسسة بزيادة كمية المخرجات غالبا (المنتجات النهائية).

- **إبداعات تجارية:** تضم هذه الإبداعات مختلف التغيرات التي تحصل على مستوى قنوات البيع والتوزيع والإشهار وكل ما يتعلق بالوظيفة التجارية، وتهدف إلى الزيادة في المبيعات والتعريف بالعلامة التجارية للمؤسسات قصد كسب ثقة الزبون وتحقيق ولائه للمؤسسة.
- **إبداعات تنظيمية:** تتوقف على تحويلات في تقسيم و توزيع النشاطات بين الأفراد في المؤسسة، و في ترتيب الوظائف داخل المؤسسة، فيمكن أن تجلب هيكلية تجارية جديدة أو هيكلية توزيع جديدة طريقة تسيير جديدة، وذلك بالاعتماد على إستراتيجية دولية و إستراتيجية التفريغ لبعض وظائفها من أجل الحفاظ على تقوية مرونتها التنظيمية، كما تكون على مستوى التسيير و التي غالبا ما يجد المسير صعوبة في تطبيق طريقة عمله، و حسب الاختصاصيين في النوعية فإن 85% من المشاكل في المؤسسات تحدث بسبب سوء التسيير، و من ثم فإن التحسينات التي تجرى في هذه الوظيفة يمكن أن تنتج قيمة مضافة في غاية الأهمية للمؤسسة".

02: من حيث درجة الإبداع:

يمكن التمييز بين عدة أنواع على أساس درجة الإبداع¹:

- **الإبداع الأساسي:** وهو عبارة عن فكرة إبداعية تؤدي إلى الثورة في التفكير ويقوم هذا الإبداع على أبحاث واسعة وعلى العلم والمعرفة وعادة ما يتم إثباته نظريا ثم تليه أبحاث تتبعه وتطورات ويحدث هذا الإبداع من خلال التعاون والمشاركة بين الهيئات الأكاديمية والمختبرات التجارية والمؤسسات من الأمثلة على هذا الإبداع النظرية النسبية لأينشتاين والكهرباء والهاتف والاتصالات اللاسلكية وبرامج الكمبيوتر والانترنت وغيرها.
- **الإبداع التطبيقي:** وهو الإبداع الذي يؤدي إلى التطبيق الفعلي والعملية للإبداع الأساسي الأول وعادة ما يكون هذا مركزا على الصناعة ومن أمثلة الإبداع التطبيقي أجهزة الكمبيوتر الشخصية والهواتف الخلوية والتكنولوجيا الشبكية والتطورات بنسبة أكبر من الإبداع الأساسي فهو يحقق الأهداف الأساسية للإبداع ويروج للصناعة ويغير أسلوب المعيشة.
- **الإبداع الاشتقاقي:** هو عبارة عن تعديلات صغيرة يتم إدخالها على المنتج أو الخدمة الرئيسية ففي حالة برامج مايكروسوفت Microsoft يعتبر (برامج ويندوز windows) إبداعا تطبيقيا بينما (برامج أوفيس office) الجديد إبداعا اشتقاقياً.
- **إبداع التغيير:** وهو الإبداع الذي يؤدي إلى إحداث تغييرات صغيرة على المنتجات والخدمات الناتجة عن الإبداع الاشتقاقي ومثل ذلك التغيرات التي تتم على الإبداع الاشتقاقي كالهواتف النقالة هذه التغيرات تشمل أغطية الهواتف الملونة والنغمات وخصائص الكاميرا".

¹ أسماء رتيمي ورحيمة غضبان، معوقات الإبداع والعوامل المؤثرة في الابتكار في المؤسسة، مجلة التنمية وإدارة الموارد البشرية، جامعة المدية وجامعة البليدة 2، العدد 08، 2017، ص 98-99.

مما سبق نستنتج أن هذا التنوع في أنواع الإبداع يشكل قاعدة متينة لتطوير أداء المؤسسات، حيث يسهم كل نوع بدور معين في تحسين جودة العمل، تعزيز التنافسية بشكل، وتحقيق النمو المستدام، مما يجعل من الإبداع أداءً استراتيجياً شاملاً وفعالة على مختلف المستويات.

✓ الثاني: مصادر الإبداع التكنولوجي

يلعب الإبداع التكنولوجي دوراً محورياً في ضمان استمرارية ونجاح المؤسسات، خاصة في البيئات ذات التنافسية العالية. ويُعد استحداث أفكار جديدة وفعالة من أبرز عوامل تعزيز الإبداع التكنولوجي، حيث يمكن التوصل إليها عبر عدة مصادر، منها¹:

- تقارير واقتراحات قسم التسويق بالمؤسسة؛
 - تقارير واقتراحات دائرة الإنتاج؛
 - رغبات المستهلكين وطلباتهم؛
 - مراكز البحث العلمي؛
 - آراء المستشارين ومتطلبات المسؤولية الاجتماعية اللازم تحقيقها من قبل المؤسسة حتى تستمر بعملها داخل بيئتها التي تمتاز بالتنافس؛
 - اقتناء تكنولوجيات متطورة وحديثة أول بأول؛
 - التعاون مع مؤسسات أخرى ومنظمات بحث، ممارسة نشاطات مرتبطة بزيادة المعارف لدى العاملين بالمؤسسة.
- ومنهُ يمكننا قول إن تعدد مصادر الإبداع التكنولوجي بين داخل المؤسسة وخارجها، حيث يعتمد على معلومات وتقارير الأقسام المختلفة مثل التسويق والإنتاج، بالإضافة إلى تلبية رغبات المستهلكين ومتطلبات المسؤولية الاجتماعية، كما تلعب مراكز البحث العلمي، التعاون مع مؤسسات ومنظمات بحثية، واقتناء التقنيات الحديثة دوراً حيوياً في تعزيز الإبداع التكنولوجي وضمان استمرارية ونجاح المؤسسة في بيئة تنافسية.

¹ بن الزين حمزة، مرجع سابق، ص 24.

المطلب الثاني: مفاهيم حول تطبيق بريدي موب

مع التطور السريع للخدمات الرقمية، أصبح تطبيق بريدي موب أحد الحلول المبتكرة التي تتيح للمستخدمين إجراء المعاملات المالية بسهولة وأمان.

الفرع الأول: ماهية تطبيق بريدي موب

✓ الأول: تعريف تطبيق بريدي موب

يعتبر تطبيق بريدي موب من بين تطبيقات التي تعرف على أنها برامج تعمل على الهواتف الذكية، بها محتوى مصمم لسد حاجة معينة لدى المستخدم، أو تلبية خدمة معينة، حيث يجري تحميل التطبيق على الأجهزة الذكية من المتاجر الإلكترونية المتعددة للشركات المشرفة على أنظمة تشغيل هذه الهواتف شكل مباشر دون الحاجة لمعرفة تفاصيل تقنية لتثبيت البرامج كما كان الحال على أجهزة الحاسوب الشخصي، حيث يعرف بأنه:

- بريدي موب هو برنامج يتلاءم مع الهواتف والأجهزة اللوحية الذكية يتم تحميله مجاناً، تم إصداره لأول مرة في 10 أبريل 2018، يوفر مجموعة من الخدمات المصرفية الإلكترونية والخدمات المالية البريدية من مؤسسة بريد الجزائر، فهو يساعد على تحسين وقت المستخدم وإدارة الحساب البريدي الجاري ccp وعمليات الخدمة الذاتية من أي مكان وفي أي وقت، حيث تجاوز عدد مستخدمي هذا التطبيق 05 مليون مستخدم (POSTE، 2023).¹
 - بريدي موب تطبيق خاص بشركة بريد الجزائر والذي أعلنت عنه في أبريل 2018 الذي يتيح العديد من الخدمات كالاطلاع على رصيد حساب جاري أو القيام بعمليات تحويل المال من حساب بريدي جاري إلى حساب بريدي جاري آخر والعديد من المزايا الأخرى.
 - بريدي موب في خدمة جديدة تم إطلاقها من طرف مؤسسة بريدي الجزائر، هذه الأخيرة قامت بإصدار تطبيق هاتف تم تسميته بـ " بريدي موب "، وهو موجه للأشخاص الذين يمتلكون البطاقة الذهبية وهذا لغرض تسهيل جميع المعاملات المالية الخاصة بالبطاقة الذهبية مثل إرسال واستقبال الأموال الاطلاع على رصيد CPP تعبئة رصيد الهاتف دفع فواتير الكهرباء الماء الغاز الإنترنت والهاتف، وهذا بدون الحاجة للتنقل إلى شبائك بريد الجزائر²
- نستنتج من تعريفات السابقة أن بريدي موب هو تطبيق تكنولوجي تم إطلاقه من طرف المؤسسة البريد الجزائري في سنة 2018 يتزامن مع إطلاق البطاقة الذهبية. في البداية: التطبيق كان صغير عدد المشتركين فيه عدد صغير بدأ ببعض الخدمات

¹ خولة مداوي وسعيدة طيب، دور المنتجات الرقمية في تحقيق أبعاد التنمية المستدامة دراسة عينة من مستخدمي بريدي موب، مجلة دفاتر بواكس، العدد 01، 2024، ص 55.

² ونام ملاح، دور تكنولوجيا التطبيقات المالية الذكية في تعزيز الشمول المالي في الجزائر دراسة حالة تطبيق بريدي موب لمؤسسة بريد الجزائر، مجلة التمويل والاستثمار والتنمية المستدامة، المجلد 08-العدد 01، مخبر الدراسات البيئية والتنمية المستدامة، جامعة الشهيد الشيخ العربي تبسي - تبسة (الجزائر)، 2023، ص 672.

مثل (اطلاع أرصدة، تعبئة الشرائح...)، وفي كل تطور لتطبيق كانت المؤسسة البريد الجزائر تقوم بعملية التحسين وتطوير لهذا تطبيق.

- في سنة (2019-2020) : تم إطلاق خدمة داخل تطبيق هي عبارة عن تحويل من حساب إلى حساب آخر.
سنة (2020-2023): كان عدد أشخاص الذين يستخدمون تطبيق نهاية سنة 2023 هو 3 ملايين 400 ألف مستخدم.

- في سنة (2024): وصل عدد المستخدمين إلى 5 ملايين مستخدم في حين صرح مدير العام لبريد جزائري في شهر ديسمبر 2024 أنجزت 4 ملايين عملية في شهر بمعدل 46 مليار دولار جزائري عبر هذا التطبيق.

✓ الثاني: أبعاد تطبيق بريدي موب

تقوم اغلب المؤسسات الجزائرية الآن بالاعتماد على تطبيقات في تأدية خدماتها مالية؛ من بينها تطبيق بريدي موب، الذي يتميز هذا أخيرا بأبعاد تجذب الزبائن لاستخدامه، المتمثلة في:

أ- **الطلاقة:** سهولة استخدام الخدمات عبر الهاتف المحمول هي سهولة فهم وتطبيق منتجات وخدمات التكنولوجيا الجديدة، أيضا سهولة استخدام الخدمات عبر الهاتف المحمول هي نوع جديد من برامج الخدمات المالية التي تعتمد على البحث والتطوير عالي التقنية، إذن تعتبر سهولة الاستخدام، سهولة إجراء الخدمات عبر تطبيقات الهواتف الذكية بكل بساطة ودون بذل أي جهد ذهني حقيقي¹؛

ب- **المرونة:** وهي تغير الخصائص لدى تطبيق بتغير الخدمة، أي القدرة على توليد خدمات متنوعة ومختلفة الإبداع الموجودة، كما أنها القدرة على تغيير الاتجاهات الخدمات وعدم الإصرار على خدمة واحدة؛

ت- **الأصالة:** الأصالة تعني قدرة تطبيق على توليد خدمات غير مألوفة والتميز في الخصائص والندرة، مما ينعكس الجدة في تقديم حلول مبتكرة تلبي حاجات الزبائن بطريقة غير تقليدية؛

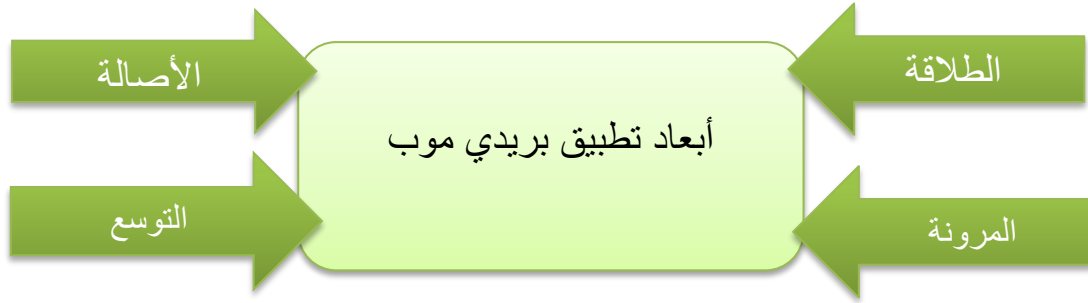
ث- **التوسع:** يعني قدرة التطبيق على تقديم إضافات وتفاصيل جديدة للخدمات أو الخصائص. ويظهر هذا البعد في تطبيق بريدي موب من خلال تطوير خدمات مثل الدفع الإلكتروني، وعرض الرصيد اللحظي، مما يعكس سعيه لتوسيع تجربة المستخدم وتحسينها.²

¹ Jie Yu and Champu Nuangjamnong, The Impact of Mobaile Banking Service on Castomer, **United**

International Journal for Research & Technolgy, volume 03, issu 10, 2022.p 46.

² بن الزين حمزة، **مراجع سابق**، بتصرف، صص 13-14.

الشكل رقم (01-02): نموذج يلخص أبعاد تطبيق بريدي موب



المصدر: من إعداد الطالبة بالاعتماد على ما سبق

الفرع الثاني: دليل استخدام تطبيق بريدي موب

✓ الأول: شروط استخدام تطبيق بريدي موب

لكي يمكن متعاملي مؤسسة بريد الجزائر الاستفادة من خدمات تطبيق بريدي موب يجب توفر مجموعة من الشروط نذكرها فيما يلي:¹

1. توفر حساب بريدي جاري؛
2. الاستفادة من البطاقة الذهبية وتكون قيد الاستعمال؛
3. حيالة الرقم الذي تم طلب البطاقة الذهبية به؛
4. امتلاك هاتف ذكي؛
5. توفر الإنترنت بالهاتف الذكي.

✓ الثاني: خدمات تطبيق بريدي موب

يقدم تطبيق بريدي موب جملة من الخدمات المالية منها:²

1. كشف رصيد الحساب؛
2. تحويل مبالغ مالية من حساب إلى حساب آخر؛
3. كشف العمليات المصغرة الأخيرة (سحب مبلغ أو دفع فاتورة)؛
4. تعبئة رصيد الهاتف لجميع الشبكات؛
5. تعبئة رصيد الإنترنت ADSL؛

¹خولة مداوي وسعيدة طيب، مرجع سابق، ص55.

²خولة مداوي وسعيدة طيب، مرجع سابق، ص56.

6. خدمة سحب مبالغ مالية من الصراف الآلي atm ؛

7. تسيير البطاقة الذهبية والاستفادة من خدماتها كطلب تغيير الرمز السري، استبدال البطاقة ... الخ.

-الخدمات عبر الإنترنت "بريدي نات"¹

تقدم هذه الخدمة لزبائن بريد الجزائر من أجل استعمال حسابهم الجاري البريدي في تسديد مستحققاتهم من الفواتير وللإستفادة يمكن التقرب من هذا الموقع: <https://baridinet.poste.dz>

وتتيح هذه الخدمة الزبائن حاملي البطاقة الذهبية ويستفيد الزبون من الخدمات التالية:

- تسديد الفواتير

- فاتورة سونلغاز؛
- الجزائرية للمياه؛
- فاتورة الهاتف الثابت لمؤسسة اتصالات الجزائر؛
- فاتورة الهاتف النقال موبيليس.

-تعبئة رصيد الهاتف النقال:

- موبيليس mobilis جيزي Djazzy؛ أوريدو Ooredoo.

- خدمات أخرى

اقتناء التذاكر لشركة طيران طاسيلي والخطوط الجوية الجزائرية.

- دفع أقساط التأمين للشركة الجزائرية لتأمينات CAAT الكرامة CAARAMA، ما سيرفي.

كيفية الاستفادة من خدمات بريدي موب

1. تحميل تطبيق بريدي موب من موقع غوغل بلاي.
 2. تثبيت التطبيق على الهاتف الذكي أو اللوحة الرقمية.
 3. الانضمام إلى خدمات بريدي موب على الرابط. <https://edcarte.poste.dz/fr/etap1.php>
- إتباع خطوات التسجيل.
 - تسجيل الدخول إلى التطبيق.

¹<https://baridinet.poste.dz> /,05/25/18:17

الشكل رقم (01-03): يبين خدمات بريدي موب



المصدر: من إعداد الطالبة بالاعتماد على ما سبق

✓ الثالث: طريقة العمل من طرف الزبون في تطبيق بريدي موب¹

- يقوم الزبون بتشغيل التطبيق "بريدي موب"؛
- اختيار خدمة بريدي باي؛
- إذا كان رمز الإجابة السريع الظاهر في شاشة هاتف التاجر يحتوي على مبلغ ثابت، فإنه ليس من الضروري للزبون إدخال المبلغ وإذا كان الأمر عكس ذلك، أي إذا كان رمز الإجابة السريع لا يظهر المبلغ، فإنه يتوجب على الزبون إدخال مبلغ مشترياته؛
- الإقرار بقبول المعاملة المالية، وهذا من خلال إدخال رمز التوكيد الذي يتم تلقيه من خلال رسالة نصية؛
- يتم إرسال إشعار بالدفع إلى الزبون من خلال رسالة نصية تظهر على هاتفه الذكي، فيحين يتلقى التاجر رسالة نصية تظهر مبلغ المشتريات؛
- للانخراط في هذه الخدمة يجب على التاجر الاتصال بمصالح وحدة البريد للولاية التي يقيم بها.

02: في حالة وجود شكوى

- في حالة وجود شكوى بخصوص عمليات خدمة الدفع باستعمال رمز الإجابة السريع الثابت، فإنه يتوجب إخطار مصالح بريد الجزائر في أجل لا تتجاوز مدته 45 خمسة وأربعون يوما، من التاريخ الفعلي من إجراء عملية الدفع.
- محل إيداع الشكوى: يجب على التاجر أن يقوم بإيداع شكواه على مستوى وحدة بريد ولايته.

¹https://www.poste.dz/services/professional/Baridi_pay_pro, 05/23/2025, 17:17.

المطلب الثالث: رضا الزبون

يعتبر رضا الزبون من أهم العوامل التي تحدد نجاح أي تطبيق رقمي، حيث يعكس مدى توافق الخدمات المقدمة مع توقعات المستخدمين.

الفرع الأول: أساسيات حول الزبون وسلوكه

✓ الأول: مفهوم الزبون

- وضع قاموس أوكسفورد تعريفا للزبون على أنه الشاري الذي يشتري السلعة أو يقتني الخدمة من بائع واحد بشكل منتظم وليس بالضرورة أن يكون المستهلك الأخير لها¹
- وعرف الزبون بأنه المستخدم النهائي لخدمات المؤسسة وتتأثر قراراته بعوامل داخلية مثل: الشخصية والمعتقدات والأساليب والدوافع والذاكرة، وبالعوامل خارجية مثل الموارد وتأثيرات العائلة وجماعات التفضيل والأصدقاء، وقد يكون الزبائن أفراداً أو منظمات²
- ويعرف أيضاً أنه: "ذلك الفرد الذي يصبح معتاداً على الشراء وهذا الاعتياد يتحقق من خلال مناسبات متعددة وعبر فترات زمنية معينة وعلى ذلك فإنه من دون وجود تكرار منتظم فإن الشخص المشتري لا يمكن اعتباره أبداً زبوناً³
- من تعاريف سابقة نستنتج أن الزبون هو فرد أو منظمة يشتري السلع أو الخدمات بانتظام، متأثراً بعوامل داخلية وخارجية، ويتحقق وصف الزبون من خلال تكرار الشراء على مدى فترة الزمنية، مما يميزه عن المشتريين العابرين.

✓ الثاني: مفهوم سلوك الزبون

- عرف سلوك المستهلك كذلك بأنه: المسار الذي من خلاله يختار الفرد أو تختار الجماعة السلع أو الخدمات بهدف استهلاكها لإشباع حاجة ما⁴
- وعرفه على أنه: عبارة عن التصرفات والأفعال التي يسلكها الأفراد في تخطيط و شراء المنتج ومن ثم استهلاكه⁵.
- يوضح هذا التعريف بأن سلوك المستهلك هو مجموعة التصرفات والقرارات التي يتخذها الأفراد عند التخطيط لشراء السلع أو الخدمات واستهلاكها، متأثرين بعوامل عقلانية أو عاطفية، وبطبيعة المنتجات نفسها.

¹ عقيلي عمر، وصفى، المنهجية المتكاملة لإدارة الجودة الشاملة، وجهة نظر، دار وائل للنشر والتوزيع، الأردن، الطبعة الأولى، 2001، ص 53.

² عباس على، ولاء المستهلك، كيفية تحقيقه والحفاظ عليه، الدار الجامعية، مصر، 2009، ص 104

³ عابد منيرة، واقع رضا العميل عن المؤسسات الخدمية حالة مؤسسة بريدي الجزائر الولاية قسنطينة، مجلة البحوث القانونية والاقتصادية، قسنطينة2، الجزائر، المجلد 2، العدد 01، 2020، ص 473.

⁴ مروان أسعد رمضان وآخرون، التسويق، مركز الشرق الأوسط الثقافي للطباعة والنشر والترجمة والتوزيع، بيروت، لبنان، 2009، ص 2.

⁵ المحمود جاسم الصميدعي وردينة عثمان يوسف، إدارة التسويق مفاهيم وأسس، دار المناهج للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2006، ص 56.

- كما يعرف أيضا بأنه المسار الذي يتخذه الزبون ليقوم بمجموعة من الأنشطة أو المهام أو الجهود لتتم وفق مراحل وخطوات معينة في سلسلة متصلة تبدأ بالتفكير في الحصول على المنتج (سلعة أو خدمة) حتى الإدراك بعد الانتفاع بالمنتج ثم ما يحدث بعد حالة الرضا أو عدم الرضا أو الحياد المرتبطة بذلك¹
- من خلال التعاريف السابقة نجد أن سلوك المستهلك هو المسار الذي يتبعه الفرد أو الجماعة لاختيار وشراء واستهلاك السلع أو الخدمات بهدف إشباع حاجة معينة، متأثرًا بعوامل عقلانية وعاطفية، ويمر بمراحل متتابعة تبدأ من التفكير في الشراء، مرورًا بعملية اتخاذ القرار والاستهلاك، ثم تقييم التجربة والرضا أو عدم الرضا عنها.

الفرع الثاني: مدخل لرضا الزبون ومحدداته

✓ الأول: مفهوم رضا الزبون

- درجة إدراك الزبون مدى فاعلية المنظمة في تقديم الخدمات التي تلبى احتياجاته ورغباته²
- عرف رضا الزبون بأنه المحور الأساسي لتوثيق العلاقة الترابطية الدائمة بين الزبون والمنظمة، وذلك لتحقيق القناعة لديه بأن المنتج المقدم إليه هو مطابق لتوقعاته وحاجاته، وتهدف منه المنظمة إلى بناء علاقات مستقبلية طويلة الأمد مبنية على أساس تبادل المنفعة بين الطرفين، الأول الزبون يتحقق لديه الرضا التام والمنظمة تحقق من ذلك أرباح معقولة³
- يتمثل رضا الزبون في الجهود التي تبذلها مؤسسات الأعمال لكسب رضا المستهلكين من خلال تقديم سلعة إنتاجية مادية وخدمات مهمة حسب المعايير المناسبة⁴
- رضا الزبون هو الشعور الذي يحصل عليه الزبائن عندما يختبرون الخدمة التي تفي بتوقعاتهم أو تتجاوزها⁵.
- وقد عرف كوتلر، رضا الزبون على أنه شعور شخصي بالبهجة أو بحبيبة الأمل ناتج عن مقارنة أداء المنتج مع توقعات الزبون، بحيث أن عملية المقارنة تحدد أن الزبون يكون راضيًا إذا تطابق الأداء مع توقعاته ويكون غير راضي إذا كان الأداء أقل من ذلك كما يكون راضي بدرجة جيدة إذا كان الأداء يفوق التوقعات بصورة كبيرة جدًا.⁶

¹مصطفى محمود وأبو بكر، سلوك المستهلك، دار الجامعية، مصر، 2015، ص: 30.

²طويطي مصطفى وبوداود بومدين، نموذج العلاقة السببية بين جودة الخدمة المدركة وقيمة الزبون بما يعزز رضاه تجاه المؤسسة " دراسة ميدانية لعينة من زبائن القرض الشعبي الجزائري Cpa " مجلة الإستراتيجية والتنمية، المجلد 08، العدد 15، 2018، ص120.

³بورنار حياة ويرجم حنان، مساهمة إدارة العلاقات مع الزبون الإلكترونية في تحقيق رضا الزبون، مجلة الأبحاث الاقتصادية، المجلد 16، العدد 02، 2021، ص 368.

⁴ماريف منور، رضا الزبون كمؤشر للخدمة المنافية، مجلة التنمية الاقتصادية، المجلد 06 العدد 01، 2021، من 34.

⁵حموي صالح وبن اشنة وسيدي محمد، تأثير تجربة العلامة والرضا بالعلامة على ولاء الزبائن، مجلة دفاتر MECAS، المجلد 15، العدد 02، من 136.

⁶Philip kotlers. Marketing management, 11 éme edition, paris3003, p71.

ومنه يمكن تعريف رضا الزبون على أنه الشعور الإيجابي الناتج عن مدى تطابق أو تجاوز المنتج أو الخدمة لتوقعات الزبون واحتياجاته، مما يعزز ثقته وولاءه.

✓ الثاني: أهمية رضا الزبون

يعد رضا الزبون الهدف الرئيسي لأي مؤسسة تسعى للتميز، نظرًا لدوره الأساسي في نجاحها واستمراريتها. وتكمن أهميته فيما يلي:¹

01: ولاء الزبون والاحتفاظ به

يعد ولاء الزبون والاحتفاظ به أحد الجوانب الأساسية لرضا الزبون، حيث يساهم في جعله مرتبطًا بمنتجات المؤسسة وخدماتها على المدى الطويل. وفي ظل المنافسة الشديدة في مختلف الصناعات والأسواق، حيث تتوفر منتجات وخدمات متشابهة، يصبح من الضروري على المؤسسة تبني استراتيجية فعالة لضمان رضا زبائنهم وتمييز منتجاتها وخدماتها عن المنافسين.

02: زيادة المبيعات

عندما تتمكن المؤسسة من تحقيق رضا زبائنهم، فإن ذلك يشجعهم على تكرار الشراء باستمرار. لذا، يجب أن تتوفر جودة المنتج والخدمة المصممة وفقًا لاحتياجات ورغبات الزبائن في جميع الأوقات، مما يضمن زيادة المبيعات وتعزيز رضا العملاء.

03: زيادة الربح

عندما تركز المؤسسة على تحقيق رضا الزبون، فإن جميع عملياتها تصبح أكثر كفاءة وفعالية. فمن المعروف أن تقديم منتجات وخدمات عالية الجودة ومتوافقة مع توقعات الزبون يساهم في تقليل التكاليف التشغيلية وزيادة الأرباح.

04: تخفيض التكلفة

يؤدي التركيز على رضا الزبون إلى خفض مختلف تكاليف الإنتاج والتوزيع. فالجودة التي تلي أو تتجاوز توقعات الزبون تساهم في تقليل تكاليف الوقت، تكاليف التصليح، وتكاليف استقطاب زبائن جدد، مما ينعكس إيجابيًا على كفاءة المؤسسة.

05: زيادة الحصة السوقية

يسعى الزبائن دائمًا للحصول على أفضل قيمة مقابل أموالهم، مع ضمان رضاهم عن جودة المنتج أو الخدمة المقدمة. لذلك، فإن المؤسسة التي تضع رضا الزبون في صميم استراتيجياتها ستتمكن من جذب المزيد من العملاء، وتعزيز ولائهم، مما يؤدي إلى زيادة حصتها السوقية وتعزيز مكانتها في السوق.

¹أبوزيان حسان، أثر جودة الخدمة على رضا الزبون دراسة ميدانية على مؤسسة اتصالات الجزائر في مدينة العلمة (سطيف)، جامعة سعد دحلب البليدة، الجزائر، 2013، صص 61-62.

06: القيادة في السعر

عندما تقدم المؤسسة سلعًا وخدمات عالية الجودة تتوافق مع توقعات الزبائن، فإن رفع الأسعار بشكل طفيف لزيادة الربحية لن يشكل عائقًا. فالزبون يسعى دائمًا للحصول على قيمة تعادل ما يدفعه، وعندما يتحقق ذلك يكون راضيًا. لذا، فإن المؤسسة التي تركز على رضا الزبون تستطيع تحديد أسعارها في السوق بسهولة والتحكم في وتيرة التسعير بفعالية.

07: تحسين السمعة

تساهم العلاقة الجيدة مع الزبائن، بالإضافة إلى التعامل الأخلاقي الإيجابي مع المجتمع، في بناء سمعة قوية وإيجابية للمؤسسة على مدى فترة زمنية معينة.

08: التسويق والإشهار

عندما يكون الزبائن راضين عن تجربة تعاملهم مع المؤسسة، فإنهم يشاركون تجربتهم الإيجابية مع أصدقائهم وعائلاتهم ومحيطهم، مما يؤدي إلى تعزيز سمعة المؤسسة. ونتيجة لذلك، تنخفض تكاليف التسويق، حيث يقوم الزبائن بالترويج للمؤسسة بشكل مجاني من خلال توصياتهم الشخصية.

أي أن رضا الزبون يشكل حجر الأساس في نجاح واستمرارية المؤسسات، حيث يساهم في بناء ولاء العملاء والحفاظ عليهم، مما يعزز المبيعات والأرباح، كما يؤدي إلى تخفيض التكاليف التشغيلية بفضل تحسين جودة المنتجات والخدمات، ويزيد من الحصة السوقية للمؤسسة، بالإضافة إلى تمكينها من التحكم في التسعير بفعالية، علاوة على ذلك، يساهم رضا الزبائن في تعزيز سمعة المؤسسة وبعد أداة تسويقية قوية من خلال التوصيات الشخصية، مما يقلل من تكاليف الإشهار ويعزز مكانة المؤسسة في السوق.

✓ الثالث: محددات رضا الزبون

يمكن حصرها في ثلاثة عناصر أساسية وهي:

01: مستوى التوقعات: هو التصور العقلائي الذي يتكون عند الزبون قبل الحصول على الخدمة وهو متعلق أساسًا بالعوائد التي يريد الحصول عليها بالإضافة إلى المعلومات التراكمية الناتجة عن الخبرات الاستهلاكية السابقة¹. وقد أوضح Pitts et Woodside ثلاثة أشكال من التوقعات:

- **التوقع المقارن:** يعبر عن معتقدات الزبون فيما يخص علامة محددة أو أداء الخدمة بالنظر إلى علامات أو خدمات أخرى؛

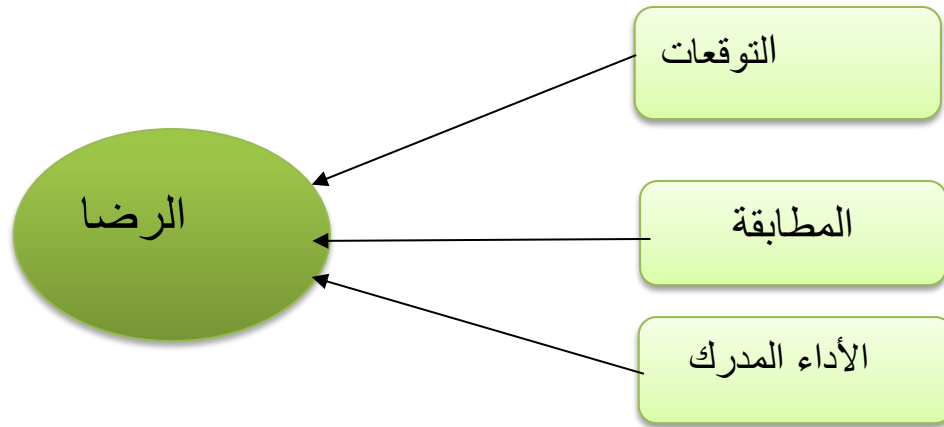
¹ جهان مالكي وفاطمة طرودة، العلاقة بين ثقة الزبون في ظل التسوق الإلكتروني، مجلة لجنة التكامل الاقتصادي، المجلد 11، العدد (06)، جامعة عين تموشنت، 2024، ص 325.

- التوقع المعياري: يعتمد على المستويات المثالية التي لابد أن يبنى عليها أداء الخدمة وبشكل أحسن محدد للرضا؛
 - التوقع التنبؤي: يبرز معتقدات الزبون عن الصفات التي من المحتمل وجودها في الخدمة المقدمة.
- ثانيا: الأداء المدرك: وتتمثل في مستوى الأداء الفعلي الذي يدركه الزبون عند الحصول على الخدمة بالإضافة إلى الخصائص الفعلية للخدمة.
- ثالثا: المطابقة: وتحقق عند المقارنة بين مستويات الأداء المتوقع للخدمة مع الأداء المدرك الذي يحصل عليه الزبون بعد عملية اقتناء الخدمة

هنا نميز بين حالتين:

- انحراف موجب: أي الأداء الفعلي أكبر من الأداء المتوقع وهي حالة مرغوب فيها تولد رضا الزبون
- انحراف سالب: أي الأداء الفعلي أقل من الأداء المتوقع وهي حالة غير مرغوب فيها يتولد عنها عدم رضا الزبون.

الشكل رقم (01-04): يوضح محدد رضا الزبون



SOURCE : Monique Zollingee et Eric Lamarque, Marketing et stratégie de La banque, 3eme Edition, Dunod, Paris, 1999, p 74

من خلال ما سبق نستخلص أن:

✓ توقعات الزبون:

وهي ما يتوقعه الزبون من المنتج أو الخدمة قبل التجربة وتشكل بناء على:

- تجاربه السابقة؛
- توصيات الآخرين؛
- الإعلانات والعروض؛
- سمعة العلامة التجارية.

✓ الأداء المدرك:

وهو تقييم الزبون الفعلي لأداء المنتج أو الخدمة بعد الاستخدام أي ما يشعر به الزبون تجاه الخدمة التي تلقاها، يعتمد على الانطباع الذاتي، ويتأثر بجودة المنتج، سرعة الخدمة، وتفاعل الموظفين.

✓ المطابقة: وهي مقارنة التوقعات والأداء المدرك:

- مطابقة إيجابية: إذا كان الأداء المدرك متساويا أو أفضل من التوقعات.
- مطابقة سلبية: إذا كان الأداء المدرك أقل من التوقعات.
- مطابقة محايدة: إذا كان الأداء مساويا تماما لتوقعات.

المبحث الثاني: الدراسات السابقة

سنتطرق من خلال هذا المبحث إلى عرض أهم الدراسات السابقة منها باللغة العربية والأجنبية التي لها علاقة بالموضوع البحث من خلال دراسة المتغيرات ذات علاقة بالموضوع الحالي: بحيث اختلفت وتباينت الدراسات في معالجة مواضيعها بغية توصل إلى النتائج الموجودة، ومنه فتعتبر هذه الدراسة كمحاولة تكملة أو تطرق إلى بعض الجوانب التي لم يتم توصل إليها من خلال الدراسات السابقة.

المطلب الأول: دراسات باللغة العربية

أولا - دراسة (دكتور باسم غدير، وهبة محمد إسماعيل 2019)¹

بعنوان: دور تطبيقات الهاتف النقال في تحقيق رضا العميل

هدفت هذه الدراسة إلى تحديد دور تطبيقات الهاتف النقال في تحقيق رضا العميل لدى عملاء شركة سريتييل الخلوية في سورية، وذلك من خلال الإشكالية التالية: ما هو دور تطبيقات الهاتف النقال في تحقيق رضا العميل لدى عملاء شركة سريتييل؟

حيث تم جمع البيانات من خلال توزيع 105 من الاستبانات على عملاء الشركة، ثم تحليلها باستخدام برنامج SPSS ومن أهم النتائج التي توصلت إليها الدراسة:

أن هناك علاقة طردية بين كل من الاتصال الشخصي الرسائل النصية، ووسائل الوسائط وبين رضا العميل، فكلما كانت تلبية حاجات العملاء ورغباتهم كانت تزيد من رضاهم

ثانيا - دراسة (الأخضر عياشي، 2022)²

بعنوان مساهمة تكنولوجيا التطبيقات الإلكترونية في تنظيم المعاملات المالية البريدية

تهدف الدراسة إلى إبراز مساهمة تكنولوجيا التطبيقات الإلكترونية في تنظيم العمليات المالية البريدية لبريد الجزائر ومن أجل تحقيق ذلك تم استخدام المنهج الوصفي والمنهج التحليلي عند التعرض لمختلف المفاهيم للمتغيرات الرئيسية للدراسة، كما تم استخدام أداة الاستبانة إلكترونياً تم تجميع 108 رد على الاستبيان، منها 100 رد قابل للدراسة والذي يمثل نسبة (92.59) وهذه

¹ باسم غدير وهبة محمد إسماعيل، دور تطبيقات الهاتف النقال في تحقيق رضا العميل، مجلة جامعة طرطوس للبحوث والدراسات العلمية، مجلد 03، العدد 04، 2019.

² الأخضر عياشي، مساهمة تكنولوجيا التطبيقات الإلكترونية في تنظيم المعاملات المالية البريدية دراسة عينة من مستخدمي تطبيق بريدي موب لولاية الوادي، مجلة اقتصاد المال والأعمال المجلد 07 العدد 02، النشر 2022.

النسبة مقبولة من أجل الحصول على نتائج الدراسة ، حيث وزعت على عينة من المنتسبين إلى مؤسسة بريد الجزائر والمسجلين بتطبيق بريدي موب بولاية الوادي، وقد خلصت الدراسة إلى أن هناك صلة حقيقية بين إستعمال تكنولوجيا التطبيقات الإلكترونية من طرف مؤسسة بريد الجزائر من جهة، وتنظيم وترقية العمليات المالية البريدية من جهة أخرى، وهذا من خلال تذليل الصعوبات التقنية وكذا الموثوقية والدقة في تقديم الخدمات بالإضافة إلى السرعة والأمان التي تعطي راحة أكبر للمستخدم عند التعامل كما أوصت الدراسة بضرورة توسيع نطاق الاستعمال للتطبيقات الإلكترونية عن طريق إضافة خدمات أخرى من أجل زيادة عدد المستفيدين والمسجلين في تطبيق بريدي موب، والذي بدوره يقلل الضغط على شبائيك الانتظار على مستوى فروع المؤسسة، وأيضا يساهم ببقاء كميات أكبر من السيولة النقدية لتفادي حدوث أزمات سيولة مستقبلية.

ثالث-دراسة (جميلة بختي، سليمان يحيىوي 2021)¹

بعنوان: دور الإبداع التكنولوجي والمالي في تطوير الخدمات المصرفية دراسة ميدانية في البنوك الجزائرية

تهدف من خلال هذا البحث إلى معرفة الدور الذي يلعبه الإبداع التكنولوجي والمالي في تطوير الخدمات المالية في البنوك الجزائرية كونه مصدرا للأفكار الجديدة المستقطبة من تطبيقات التكنولوجيا المالية الحديثة. اعتمدت دراستنا على عينة عشوائية مكونة من 91 مفردة من عملاء البنوك في ثلاث ولايات (سيدي بلعباس معسكر و غليزان)، و ذلك من أجل مطابقة النظري مع التطبيقي حيث استخدمنا الإبداع التكنولوجي والمالي كمتغيرين مستقلين و تطوير الخدمة المالية كمتغير تابع أظهرت النتائج أن الإبداع التكنولوجي لا يساهم في تطوير الخدمة البنكية من وجهة نظر الزبون إلا أن هناك علاقة تأثير بين الإبداع المالي وتطوير الخدمة البنكية تظهر في أهمية الخدمات الإلكترونية المقدمة التي تساهم في تقليص وقت تحصيل الخدمة وتخفيض تكلفتها و تحسين جودتها

¹ جميلة بختي، سليمان يحيىوي، دور الإبداع التكنولوجي والمالي في تطوير الخدمات المصرفية دراسة ميدانية في البنوك الجزائرية ، مجلة التنظيم والعمل، المجلد 10 ، العدد 2 ، النشر 2021.

المطلب الثاني: الدراسات باللغة الأجنبية:

01-NAIT Ibrahim Boussad, (2022¹)

**Lsatisfaction client et Implications de la qualite des services du
E-Banking en Algérie, Maitre de conférence A Laboratoire
SDSAT, Faculté SEGS, Université d'Ain TEMOUCHENT
Algérie**

بعنوان "رضا العملاء وانعكاسات جودة الخدمات المصرفية الإلكترونية في الجزائر، محاضر في مختبر SDSAT، كلية SEGS، جامعة عين تموشنت الجزائر".

هدفت هذه الدراسة إلى فحص العلاقة بين أبعاد الجودة الخدمات المصرفية الإلكترونية (الكفاءة، الموثوقية، الاستجابة وتصميم الموقع، الأمن والسرية) ورضا العملاء لتحديد البعد الذي يمكن أن يكون له التأثير الأقوى على رضا العملاء، تم جمع البيانات باستخدام استبيان وتم توزيعه على عملاء البنوك في قطاع المصرفي الجزائري، من أجل اختبار فرضيات الدراسة اعتمدت الدراسة

على نمذجة المعادلة الهيكلية (SEM) باستخدام نهج PLS المربعات الصغرى الجزئية)، ومن نتائج هذه الدراسة:

- أن (الكفاءة والموثوقية الاستجابة، الأمان وسرية) جميعها لها تأثير كبير على رضا العملاء
- الموثوقية كان لها تأثير الأكبر على رضا العملاء
- تصميم الموقع ليس له تأثير كبير على رضا العملاء

¹ NAIT Ibrahim Boussad, 2022, Lsatisfaction client et implications de la qualite des services du E-Banking en Algérie" Maitre de conférence A / Laboratoire SDSAT, Faculté SEGS, Université d'Ain TEMOUCHEN, Algérie, volum 18, no 2, 2022.

02–(Sintayehu Zeleke and Dr. Sapana Chauhan, 2022)¹

**"The Effect Of Electronic Banking Service On Customer Satisfaction
Evidence From Commercial Banks Of Ethiopia Operating In Hawassa
City**

بعنوان: تأثير الخدمة المصرفية الإلكترونية على رضا العملاء دليل من البنوك التجارية الإثيوبية العاملة في إدارة مدينة
هواسا

هدفت هذه الدراسة إلى دراسة تأثير الخدمات المصرفية الإلكترونية على رضا العملاء بالرجوع إلى البنك التجاري الإثيوبي في
إدارة مدينة هواسا، كانت الدراسة عبارة عن تصميم بحث توضيحي مع نهج بحث كمي تم توزيع الاستبيانات المنظمة
المستندة إلى مقياس ليكارت وجمعها من 343 مستخدمًا للخدمات المصرفية الإلكترونية من أصل 400 مشارك، أظهرت نتائج
الدراسة:

أنه من بين المتغيرات السبعة المستقلة مثل موثوقية الخدمة الاستجابة والضمان والتعاطف الملموسة والراحة التي لها تأثير إيجابي على
رضا العملاء في منطقة الدراسة حيث خمسة متغيرات مثل الاستجابة والتعاطف والراحة والموثوقية والضمان لها تأثير إيجابي على
رضا العملاء في منطقة الدراسة، في حين أن المتغير الملموسة ليس له أي تأثير على رضا العملاء، ونتيجة لذلك خلص الباحث
إلى أن جودة الخدمة المصرفية الإلكترونية لها تأثير إيجابي وهام على رضا العملاء.

03–(Atandile Ngubelanga and Rodney Duffett, 2021)²

**Modeling Mobile Commerce Applications Antecedents of Customer
Satisfaction among Millennials: An Extended TAM**

بعنوان: نمذجة تطبيقات التجارة عبر الهاتف المحمول رضا العملاء بين جيل الألفية؛ تمديد منظور TAM

¹ Sintayehu Zeleke and Dr. Sapana Chauhan, The Effect of Electronic Banking Service On Customer Satisfaction: Evidence from Commercial Banks of Ethiopia Operating in Hawassa City Administration, Journal of Positive School Psychology, Parul University, Faculty of Management Department of Strategic Management, Ethiopia, Volom 6, No 8, 2022.

² Atandile Ngubelanga and Rodney Duffett, Modeling Mobile Commerce Applications Antecedents of Customer Satisfaction among Millennials: An Extended TAM, Sustainability. Marketing department, Faculty of Business and Management Sciences of Technology, south Africa, volum 13, no 5973, 2021

بحث هذه الدراسة عن سوابق رضا العملاء بسبب استخدام التجارة المتنقلة (MCA) من قبل المستهلكين من جيل الألفية في جنوب إفريقيا، تكونت العينة من حوالي 5500 مستجيب وتم تحليل البيانات عبر المعادلة الهيكلية ونموذج الخطية المعممة كشفت النتائج:

- أن الثقة، والتأثير الاجتماعي والابتكار أثرا إيجابيا على الفائدة المنصورة والتمتع المتصور والتنقل وأثرت المشاركة بشكل إيجابي على سهولة الاستخدام المنصورة والفائدة المدركة

- كما وجد أن الخصائص لها تأثير إيجابي على رضا العملاء وأنه مهم للشركات لتحسين تجربة العملاء ورضاهم عبر MCA

04- (جابر حمدان العجمي 2011)¹

"The Role of Marketing Innovation in Improving Banking Services Quality: Empirical Study of Kuwaiti Commercial Banks

بعنوان: دور الإبداع التسويقي في تحسين جودة الخدمات المصرفية: دراسة ميدانية في البنوك التجارية الكويتية

هدفت هذه الدراسة إلى معرفة دور الإبداع التسويقي في تحسين جودة الخدمات المصرفية لدى البنوك التجارية الكويتية وذلك من وجهة نظر موظفي دوائر التسويق. وقد اقتصر الإبداع التسويقي كمتغير مستقل على ثلاثة مجالات فرعية وهي البحث والتطوير وقاعدة المعلومات التسويقية، وبيئة العمل، بينما المتغير التابع فيتمثل بجودة الخدمات المصرفية. وقد شملت الدراسة جميع البنوك التجارية الكويتية وعددها (10) بنوك تجارية، أما الأفراد الذين شاركوا في الدراسة فهم جميع موظفي دوائر التسويق لدى البنوك التجارية الكويتية، والبالغ عددهم (145) موظفاً.

وقد طور الباحث استبانة خاصة لهذا الغرض، وقد استخدم مجموعة من الأساليب الإحصائية لتحليل البيانات بواسطة البرامج الإحصائي SPSS، حيث صمم الباحث مجموعة من الفرضيات لغاية اختبار العلاقة بين متغيرات الدراسة، وقد توصلت الدراسة إلى عدد من النتائج أهمها:

1 وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين الإبداع التسويقي بمتغيراته المتمثلة ب البحث والتطوير، وقاعدة المعلومات التسويقية وبيئة العمل وتحسين جودة الخدمات المصرفية في البنوك التجارية الكويتية عند مستوى الدلالة (0.0520).

¹ جابر حمدان العجمي، دور الإبداع التسويقي في تحسين جودة الخدمات المصرفية: دراسة ميدانية في البنوك التجارية الكويتية، قدمت هذه الرسالة استكمالاً لمتطلبات الحصول على درجة الماجستير، في إدارة الأعمال، كلية إدارة الأعمال، جامعة الشرق الأوسط، سنة 2011.

2- عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية في درجة تأثير المتغيرات الإبداع التسويقي بأبعادها والمتمثلة ب البحث والتطوير، وقاعدة المعلومات التسويقية وبيئة العمل وتحسين جودة الخدمات المصرفية عند مستوى الأهمية (0.05) تعزى إلى المتغيرات الديموغرافية الجنس والعمر والمؤهل العلمي والمستوى الوظيفي لموظفي دوائر التسويق لدى البنوك التجارية الكويتية.

المطلب الثالث: تعليق حول الدراسات السابقة

بعد تطرقنا إلى الدراسات السابقة بلغتها العربية والأجنبية، سنتطرق إلى تحديد أوجه التشابه والاختلاف بين دراستنا والدراسات السابقة:

الدراسات	أوجه التشابه	أوجه الاختلاف	
الدراسة الحالية مع دراسة باسم غدير، هبة محمد إسماعيل 2019	كلا الدراستان تناولتا تطبيق الهاتف النقال وعلاقته برضا العملاء. إطار الخدمات الرقمية. تناولت المتغير التابع.	الدراسة الحالية	الدراسة السابقة
		-تناولت تطبيق محدد وهو (بريدي موب) -في كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير -غرداية- -تناولت الدراسة الحالية الإبداع في تطبيق بريدي موب	-تناولت تطبيق الهاتف المحمول بشكل عام. -بلغ عدد العينة 105 فردا.
الدراسة الحالية مع دراسة الأخضر عياشي (2022)	يدرسان المؤسسة البريدية. الموضوع يتمحور حول استخدام التطبيقات الإلكترونية. استخدام الاستبيان.	-كانت حول رضا الزبائن. -أثر الإبداع التكنولوجي على انطباع وتجربة العميل. -ركزت على الإبداع في التصميم والتطوير خاص.	-بلغ عدد العينة 108 فردا. -كان المتغير التابع حول تنظيم المعاملات المالية البريدية. -أثر التكنولوجيا على الأداء الإداري والوظيفي. -التكنولوجيا العامة.
الدراسة الحالية مع دراسة جميلة بختي، سليمان يحياوي (2021)	تدور الدراستين حول الإبداع كعامل أساسي. ينتميان لقطاع الخدمات المالية. يسعى كل منهما لدراسة كيفية تأثير الإبداع على جودة الخدمات المقدمة.	-مؤسسة البريد الحكومية. الإبداع في تطبيق رقمي محدد. -متغير تابع كان حول رضا الزبائن.	-بلغ عدد العينة 91 فردا. -القطاع المصرفي (البنك التجاري). -الإبداع التكنولوجي والمالي. -متغير تابع كان حول تطور الخدمات المصرفية.
الدراسة الحالية مع دراسة جابر حمدان العجمي (2011)	إطار الخدمات المالية. يركز على تحسين العلاقات مع الزبون ورفع مستوى رضاه.	-ركزت على الإبداع في تطبيق الرقمي. -بريدي موب، مؤسسة بريد الجزائر.	-ركزت على جودة الخدمات المصرفية الإلكترونية. NAIT بالبنوك التجارية.

الدراسة الحالية مع دراسة Ibrahim NAIT Boussad (2022)	استخدام الاستبيان كأداة لدراسة. الخدمات المصرفية أو مالية الإلكترونية. تناولت المتغير التابع.	- المتغير المستقل كان حول الإبداع في تطبيق الرقمي محدد. -تطبيق واحد (بريدي موب) ضمن مؤسسة بريد الجزائر. القطاع البريد الحكومي.	-خدمات المصرفية الإلكترونية (بشكل عام). -عدة بنوك تجارية في مدينة هواسة. القطاع المصرفي.
الدراسة الحالية مع دراسة Sintayehu Zeleke and Chauhan Dr. Sapana (2022)	تحليل العوامل المؤثرة على رضا العملاء. الخدمات المصرفية أو مالية الإلكترونية. المتغير التابع. الاستبيان والتحليل الإحصائي.	-تدرس تطبيق بريدي موب. -سياق خدمات مالية بريرية.	-تدرس تطبيقات التجارة TAM. -سياق تجاري/ تسويق.
الدراسة الحالية مع دراسة Atandile Ngubelanga and Rodney Duffett (2012)	تسعين لفهم العوامل المؤثرة في رضا الزبائن. تركيز على تجربة المستخدم الرقمية. يندرجان في إطار تطبيقات الهاتف المحمول.	-إبداع تكنولوجي رقمي. -رضا الزبائن عن التطبيق -مؤسسة بريرية عمومية في الجزائر	-إبداع تسويقي -جودة الخدمات المصرفية -بنوك تجارية في الكويت

من خلال عرض الدراسات السابقة يتضح أن نوع متغيرات الدراسة الحالية (الإبداع في تطبيق بريدي موب) شملت

دور وأثر على المؤسسات الخدمائية في البيئات العربية والأجنبية وبالمقارنة تميزت دراستنا بتركيزها على مدى تأثير الإبداع في

تطبيق بريدي موب على رضا زبائن في جامعة غرداية بالجزائر، حيث استهدفنا عينة من زبائن في كلية العلوم الاقتصادية وعلوم

التسيير في الجامعة على عكس الدراسات السابقة التي ركزت على مجتمعات أوسع في مؤسسات الخدمائية، حيث تميزت دراستنا

باستخدامها للمنهج الوصفي والاستبيان كأداة للدراسة، وهو ما اتفقت فيه مع معظم الدراسات السابقة.

خلاصة الفصل الأول:

تناولت هذه الدراسة موضوع قياس أثر الإبداع في تطبيق بريدي موب، حيث تم تحليل المفاهيم النظرية المتعلقة بالإبداع التكنولوجي، وأثرها على رضا الزبون. يُعتبر الإبداع عنصرًا جوهريًا في تطوير التطبيقات المالية، إذ يساهم في تحسين جودة الخدمات، وتعزيز تجربة المستخدم، وتلبية احتياجاته المتجددة.

من خلال الدراسة، تم التوصل إلى أن تطبيق بريدي موب يمثل نموذجًا فعالًا للاستفادة من الابتكار الرقمي في الخدمات البريدية والمالية، مما يساهم في تحسين رضا الزبائن. ومع ذلك، فإن تحقيق أقصى استفادة من الإبداع يتطلب تبني استراتيجيات تطوير مستمرة، وتعزيز عوامل الأمان، وسهولة الاستخدام لضمان تجربة زبون مثالية.

ومن خلال ذلك سوف نحاول في الفصل الثاني من الدراسة إسقاط ما تم استخلاصه من الدراسة النظرية على الدراسة الميدانية، ومحاولة تقييم قياس أثر الإبداع في تطبيق بريدي موب على رضا الزبائن من خلال توزيع استمارة الاستبيان على عينة من الزبائن في كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير جامعة غرداية.

الفصل الثاني: الدراسة التطبيقية

لقياس أثر الإبداع في تطبيق بريدي

موب على رضا الزبائن

تمهيد:

في الفصل الأول تطرقنا للإطار النظري لتعريف الأدبيات النظرية حول أثر الإبداع في تطبيق بريدي موب على رضا الزبائن، من خلال استعراض أهم المفاهيم وفي نهاية الفصل استعرضنا بعض الدراسات السابقة ذات الصلة بموضوع الدراسة.

أما في هذا الفصل ستحاول إسقاط الدراسة النظرية على زبائن مؤسسة بريد الجزائر بغرداية، محاولين التعرف على تطبيق بريدي موب شروط الاستفادة منه والخدمات التي يقدمها، وتحديد أثر الإبداع على رضا الزبائن، ومن أجل الوصول إلى ذلك سنتطرق في **المبحث الأول** للطريقة الدراسة والأدوات المستعملة فيها، وفي **المبحث الثاني** تستعرض وتناقش أهم النتائج التي توصلنا لها من خلال استعمال أداة الاستبيان وتوزيعها على عينة من زبائن يزيد الجزائر بكلية العلوم الاقتصادية وتجارية وعلوم التسيير المستخدمين لتطبيق بريدي موب.

الفصل الثاني: الدراسة التطبيقية لرضا الزبائن بزيادة الإبداع في تطبيق بريدي موب في جامعة غرداية

المبحث الأول: عرض عناصر الدراسة الميدانية

يتناول هذا المبحث الأسس المنهجية والإجرائية التي استندت إليها الدراسة في جانبها الميداني، تهدف ضمان جمع بيانات دقيقة وموثوقة تساهم في تحقيق أهداف الدراسة والإجابة على تساؤلاتها. سيتم في هذا الإطار تحديد المنهج العلمي المتبع في الدراسة، ووصف مجتمع الدراسة وتحديد حجم العينة التي تم اختيارها لتمثيله وطريقة اختيارها. كما سيتم استعراض أدوات جمع البيانات المستخدمة ووصفها تفصيلاً، وبيان كيفية التحقق من صلاحيتها موثوقيتها ومصداقيتها من خلال اختبارات الصدق والثبات، وأخيراً، سيتم توضيح الإجراءات الميدانية التي تم اتباعها لتطبيق أدوات الدراسة، والأساليب الإحصائية والكيفية التي تم الاعتماد عليها لمعالجة وتحليل البيانات التي تم جمعها.

المطلب الأول: إجراءات الدراسة

يتناول هذا الفصل عناصر الدراسة الميدانية والمتمثلة في مجتمع وعينة الدراسة وأهم عناصر

الفرع الأول: المنهج المتبع في الدراسة

كل دراسة علمية محكمة تنطلق من أساس منهجي واضح يوجه خطواتها ويحدد مسارها نحو تحقيق أهدافها، وبالنظر إلى طبيعة هذه الدراسة، التي تسعى إلى قياس أثر الإبداع في تطبيق "بريد موب" على رضا الزبائن بجامعة غرداية، وتحديد طبيعة العلاقة بين هذين المتغيرين، فقد تم اعتماد المنهج الوصفي كإطار منهجي رئيسي. يمثل المنهج الوصفي الخيار الأنسب، نظراً لكونه يهدف إلى وصف الظاهرة كما تظهر في الواقع، وذلك من خلال جمع البيانات المتعلقة بكل من الإبداع في تطبيق "بريد موب" ورضا الزبائن، وتحديد خدمات ومستويات هذه المتغيرات ضمن سياق الدراسة. ولا يقتصر دور المنهج الوصفي على الوصف فحسب، بل يتعداه إلى التحليل، حيث يوظف الجزء التحليلي منه لفهم طبيعة العلاقة بين المتغيرات وتفسيرها، بالإضافة إلى اختبار الفرضيات المتعلقة بتأثير الإبداع على رضا الزبائن، ويتطلب ذلك استخدام أدوات وأساليب إحصائية

ملائمة لمعالجة البيانات وتحليلها، وهو ما سيتم التطرق إليه بالتفصيل في جزء لاحق من الدراسة وبغرض تعميق فهم الظاهرة محل الدراسة ضمن إطارها الواقعي والميداني في جامعة غرداية، تم دعم المنهج الوصفي بمنهج دراسة الحالة، ما أتاح استخدام أدوات مثل الاستبيان كمصدر لجمع البيانات، بهدف الحصول على تصور شامل ومتكامل حول أثر الإبداع في تطبيق "بريد موب" على رضا الزبائن في الجامعة وبناء عليه، فإن هذا الدمج المنهجي يعتبر الأنسب لطبيعة الدراسة وأهدافها البحثية.

الفرع الثاني: مجتمع وعينة الدراسة

قبل الشروع في تحديد عينة الدراسة، من الضروري تقديم لمحة موجزة عن المؤسسة التي ينتمي إليها مجتمع الدراسة. وتعد كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير بجامعة غرداية واحدة من الكليات الرائدة ضمن منظومة التعليم العالي بالجزائر، نظراً لما

الفصل الثاني: الدراسة التطبيقية لرضا الزبائن بزيادة الإبداع في تطبيق بريدي موب في جامعة غرداية

تضمنه من تخصصات أكاديمية ذات أهمية كبيرة بدأت هذه الكلية مسيرتها الأكاديمية خلال السنة الجامعية 2008/2009 كمعهد تابع للمركز الجامعي بغرداية، وكانت تضم آنذاك حوالي 180 طالباً وعدداً من الأساتذة المؤقتين. وفي سنة 2012، تمت ترقيتها إلى كلية ضمن جامعة غرداية، وأصبحت تشمل ثلاثة تخصصات رئيسية علوم التسيير، العلوم التجارية، والعلوم الاقتصادية، وفي عام 2016، استكمل هيكلها الأكاديمي بإضافة تخصص العلوم المالية والمحاسبة، ما جعلها تواكب باقي الجامعات الوطنية في مسعى التميز الأكاديمي والريادة العلمية، ويبلغ عدد طلبة الكلية حالياً أكثر من 2390 طالباً، يشرف على تأطيرهم 112 أستاذاً، مع تسجيل تزايد مستمر في هذه الأعداد من سنة إلى أخرى. وفي هذا السياق تهدف الدراسة الحالية إلى معرفة "قياس أثر الإبداع في تطبيق بريدي موب على رضا الزبائن" مع إجراء دراسة على زبائن من مستخدمي تطبيق، **فمجتمع الدراسة** يتمثل في أساتذة جامعة غرداية كلية علوم اقتصادية وتجارية وعلوم التسيير بحيث بلغ عدد العينة 112 أساتذة، ونظراً لذلك اخترنا في هذه الدراسة العينة عشوائية، وزعت عليهم استبيانات إلكترونية وورقة لدراسة بحجم العينة المحددة البالغ (112) حيث وزعت 112 إلكترونية وتم استرجاع 25، وورقياً 70 تم استرجاع 35، وبهذا يكون قد بلغ مجموع الاستبيانات المسترجعة (60) استبيان ونسبة (50%) من العدد الموزع في حين (52) استبيان لم يسترجع.

الجدول رقم (01-02) يوضح عدد الاستبيانات الموزعة والصالحة للدراسة

عدد الاستبيان				مجتمع وعينة الدراسة
الموزع	المسترجع	الغير مسترجع	القابل للتحليل	
112	60	52	60	

المصدر: من إعداد الطالبة بالاعتماد على معلومات الجمعية

الفرع الثالث: متغيرات الدراسة:

لقد اعتمدت الدراسة على متغيرين وهما المتغير المستقل والمتغير التابع، وذلك موضح في الجدول (2)

الجدول رقم (02-02): يوضح متغيرات الدراسة

المتغيرات	الاسم
المستقل	أثر الإبداع في تطبيق بريدي موب
التابع	رضا الزبائن

المصدر: من إعداد الطالبة

الفصل الثاني: الدراسة التطبيقية لرضا الزبائن بزيادة الإبداع في تطبيق بريدي موب في جامعة غرداية

المطلب الثاني: خصائص عينة الدراسة

وللخروج بنتائج دقيقة قدر الإمكان حرصنا على تنوع عينة الدراسة من حيث شمولها على الآتي:

- 1- أساتذة كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير من الجنسين (ذكور - إناث).
- 2- أساتذة كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير من مختلف الرتب الأكاديمية (مساعد (أ/ب)؛ محاضر (ب)؛ محاضر (أ)؛ أستاذ تعليم العالي؛ أستاذ مؤقت.
- 3- أساتذة كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير من مختلف الفئات العمرية (أقل من 30 سنة؛ من 31 إلى 40 سنة؛ من 41 إلى 50 سنة؛ أكثر من 50 سنة.

المخرجات المتعلقة بخصائص العينة:

لقد تمت دراسة خصائص أفراد العينة حسب المتغيرات التالية الجنس، السن، الرتبة الأكاديمية، درجة استخدام تطبيق وفيما يلي وصفا مفصلا لأفراد عينة الدراسة وفقا للمتغيرات أعلاه (خصائص المبحوثين)

المخرجات المتعلقة بخصائص العينة:

لقد تمت دراسة خصائص أفراد العينة حسب المتغيرات التالية الجنس، السن، الرتبة الأكاديمية، درجة استخدام تطبيق

جدول رقم (02-03): يوضح خصائص عينة الدراسة

أثر الإبداع في تطبيق بريدي موب على رضا الزبائن		المتغير	
النسبة	العدد		
66.7	40	ذكر	الجنس
33.3	20	أنثى	
6.7	4	أقل من 30	السن
56.7	34	من 31-40 سنة	
31.7	19	من 41-50 سنة	

الفصل الثاني: الدراسة التطبيقية لرضا الزبائن بزيادة الإبداع في تطبيق بريدي موب في جامعة غرداية

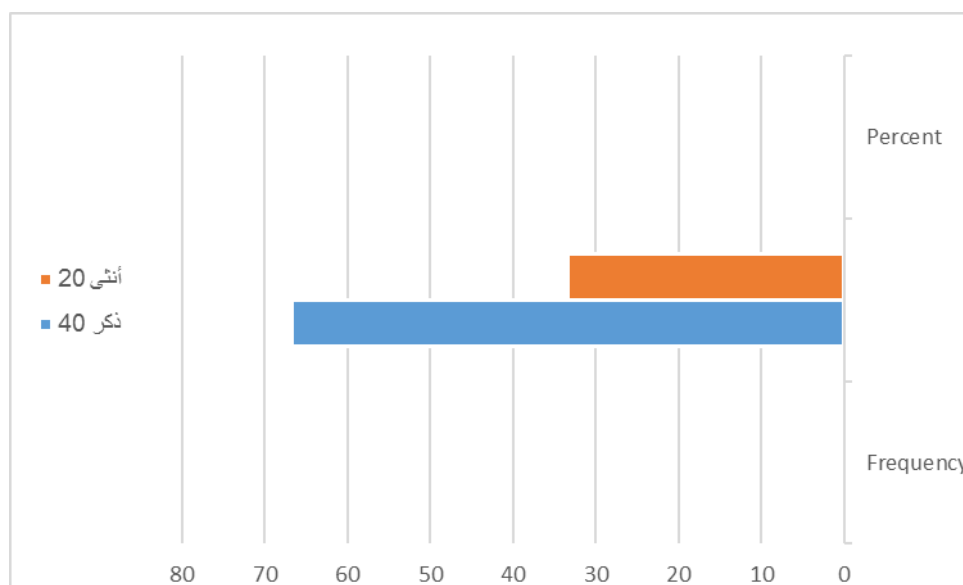
5	3	أكثر من 50 سنة	
18.4	11	مساعد (أ-ب)	الرتبة الأكاديمية
26.7	16	محاضر (ب)	
31.7	19	محاضر (أ)	
23.3	14	أستاذ تعليم عالي	
73.3	44	كبيرة	استخدام تطبيق بريدي موب بدرجة
15	9	متوسطة	
11.7	7	ضعيفة	

المصدر: من إعداد الطالبة بالاعتماد على مخرجات برنامج spss النسخة (26) (أنظر الملحق (4)، الجدول رقم (1.2.3.4))

1- الجنس:

بين الشكل التالي التوزيع النسبي لعينة الدراسة حسب اختلاف جنسهم بين الذكور والإناث وهذا على النحو التالي:

الشكل رقم: (01-02) وضع توزيع أفراد العينة حسب الجنس



المصدر: من إعداد الطالبة انطلاقاً من مخرجات برنامج Excel\spss

الفصل الثاني: الدراسة التطبيقية لرضا الزبائن بزيادة الإبداع في تطبيق بريدي موب في جامعة غرداية

يتضح من الشكل إن عدد الأفراد من أساتذة الذكور في كلية العلوم الاقتصادية وتجارية وعلوم التسيير بلغ (40) أستاذ ونسبة (66,7%) من عينة الكلية، بينما بلغ عدد أساتذة الإناث (20) أستاذة ونسبة (33,3%) من العينة الكلية، مما يلاحظ أن غالبية الزبائن من الذكور، ويتضح بأن العينة شملت الذكور والإناث دون الاختصار على فئة معينة في كلية العلوم الاقتصادية وتجارية وعلوم التسيير مما يعطي تنوع في أجوبة الاستبيان.

2-السن:

من خلال الشكل التالي يتضح لنا توزيع النسبي حسب متغير السن لأفراد عينة الدراسة بالنسبة لكلية العلوم الاقتصادية وتجارية وعلوم التسيير.

الشكل رقم (02-02): يوضح توزيع أفراد العينة حسب السن



المصدر: من إعداد الطالبة انطلاقا من مخرجات برنامج SPSS\Excel

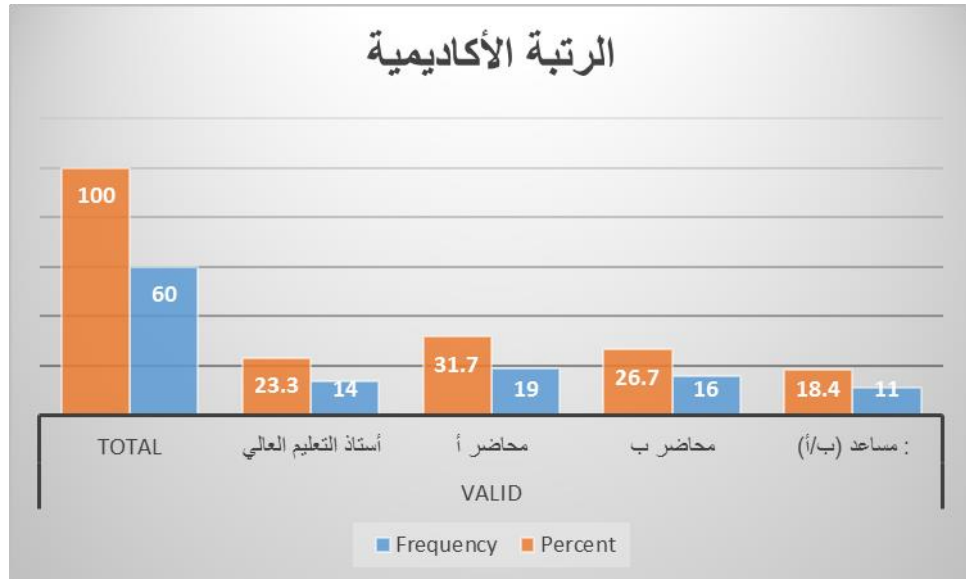
من خلال الشكل السابق نلاحظ توزيع الأفراد العينة حسب السن نجد أن فئة اقل من 30سنة بلغت 6,7%. أما فئة من 31 إلى 40سنة فبلغت نسبة 56,7%. في حين بلغت فئة أكثر من 41 إلى 50 سنة نسبة 31,7%، بينما الفئة التي هي أكثر من 50سنة فقد بلغو نسبة 5%، وهذا يوضح أن أغلبية أفراد العينة كانوا من الفئة الذكور التي أعمارهم تناسب طبيعة استخدام تطبيق مما يساهم ذلك تنوعا في إجابات أفراد العينة المدروسة.

3-الرتبة الأكاديمية:

الفصل الثاني: الدراسة التطبيقية لرضا الزبائن بزيادة الإبداع في تطبيق بريدي موب في جامعة غرداية

من خلال الشكل التالي يتضح لنا توزيع النسبي حسب الرتبة أكاديمية أساتذة كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير.

الشكل رقم (02-03): يوضح توزيع العينة حسب الرتبة الأكاديمية.



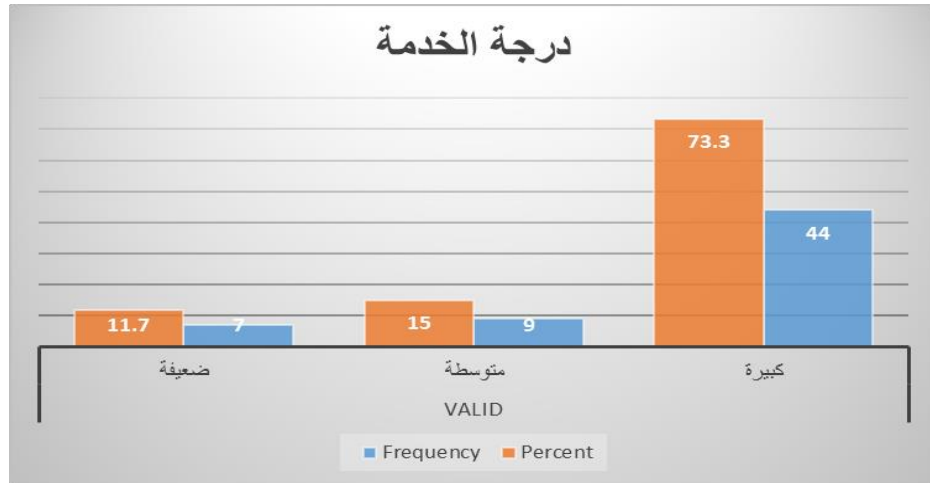
المصدر: من إعداد الطالبة انطلاقا من مخرجات برنامج SPSS\Excel

تظهر نتائج التوزيع أن فئة محاضر(أ) تمثل النسبة الأكبر ضمن المشاركين، ب 31,7% (19 فردا)، مما يعكس تركيزا ملحوظا لهذه الرتبة، تليها فئة محاضر(ب) بنسبة 26,7% (16 فردا)، ثم أستاذ تعليم عالي بنسبة 23.3% (14 فردا)، حيث سجلت فئة مساعد (أ/ب) بنسبة 18.4 % وبعدها (11 أفراد)، يحتاج إلى تكوين وتحتاج إلى تشجيع على استخدام.

4- درجة الخدمة:

من خلال الشكل التالي يتضح لنا توزيع النسبي حسب درجة الخدمة لأفراد عينة لتطبيق بريدي موب بنسبة لأساتذة كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير.

الشكل رقم: (02-04) يوضح توزيع العينة حسب درجة الخدمة.



المصدر: من إعداد الطالبة انطلاقا من مخرجات برنامج spss \Excel

نلاحظ من الشكل أعلاه أن أغلبية العظمي من المشاركين يقيمون استخدام تطبيق بريدي موب بشكل كبير حيث بلغت نسبتهم 73,3% (44 شخصا)، جاءت نسبة التقييم المتوسط ب 15% (9 أشخاص)، أما التقييم الضعيف فبلغ 11,7% (7 أشخاص) ومنة النتائج تعكس نجاح تطبيق وانتشاره، مع ضرورة الاستمرار في التحسين لتقليل نسبة التقييمات المتوسطة والضعيفة.

المطلب الثالث: أداة الدراسة وإجراءاتها

الفرع الأول: أداة الدراسة

تم تصميم الاستبيان لغرض جمع المعلومات والبيانات الأولية من عينة الدراسة موجه إلى أساتذة كلية العلوم الاقتصادية وتجارية وعلوم التسيير بجامعة غرداية، وقد تم الاعتماد في تصميم الاستبيان على عدد من الدراسات السابقة ذات الصلة بالموضوع ، وقد تم عرضه على عدد من المحكمين المتخصصين لغرض تحكيمه وبعد تصحيحه وتعديله تم توزيع 112 استبيان على عينة الدراسة وكانت نسبة 50% أي تم استرجاع 60 استبيان من المجتمع الأصلي ويهدف هذا الاستبيان إلى معرفة أثر الإبداع في تطبيق بريدي موب على رضا زبائن بحيث تكون الاستبيان في الجزء الأول على المتغيرات المتعلقة بالخصائص الديموغرافية والمتمثلة في (الجنس، السن، الرتبة الأكاديمية، درجة استخدام تطبيق بريدي موب) أما الجزء الثاني من الاستبيان فيتكون من (28) عبارة مقسمة على محورين هي :

الفصل الثاني: الدراسة التطبيقية لرضا الزبائن بزيادة الإبداع في تطبيق بريدي موب في جامعة غرداية

المحور الأول: أثر الإبداع في تطبيق بريدي موب وتشمل (16) عبارة مقسمة إلى أربع أبعاد.

1. بعد الطلاقة: ويشمل على (4) عبارات.

2. بعد المرونة: وتشمل (4) عبارات.

3. بعد الأصالة: تشمل (4) عبارات.

4. بعد التوسع: ويشمل (4) عبارات.

المحور الثاني: رضا الزبائن وتشمل (12) عبارة.

وقد تم إعطاء كل عبارة من العبارات السابقة درجات سلم ليكارت الخماسي لتتم معالجتها إحصائياً بـ

أخذ هذا المقياس الشكل التالي:

الجدول رقم (02-04): يوضح درجة أهمية بنود الاستبيان

مقياس ليكارت	معارض بشدة	معارض	محايد	موافق	موافق بشدة
الدرجة	1	2	3	4	5

المصدر: من إعداد الطالبة

الفرع الثاني: الأساليب الإحصائية المستخدمة

الغرض تحقيق أهداف الدراسة والإجابة على إشكالياتها فقد تم استخدام العديد من الأساليب الإحصائية المناسبة باستخدام برنامج الحزمة الإحصائية للعلوم الاجتماعية SPSS النسخة رقم 26 وهذا نظراً لملائمته لمثل هذه الدراسة، ومحاولة الحصول على نتائج دقيقة قدر الإمكان واستخدام الأساليب الإحصائية التالية:

1. اختبار ثبات وصد المقياس باستخدام ألفا كرونباخ.

2. معامل ارتباط بيرسون القياس صدق الفقرات.

3. اختبار كلومجروف سمرنوف للتأكد من أن المقياس يتبع التوزيع الطبيعي أم لا يتبع التوزيع الطبيعي.

4. المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية للإجابة على التساؤل الفرعي

الفصل الثاني: الدراسة التطبيقية لرضا الزبائن بزيادة الإبداع في تطبيق بريدي موب في جامعة غرداية

5. اختبار T-TEST لعينة واحدة لاختبار الفرضية الأولى.

6. حساب الانحدار المتعدد مع توضيح الارتباط بينهما لاختبار الفرضية الثانية.

7. الاختبار الإحصائي One Way ANOVA لاختبار الفرضية الثالثة.

الفرع الثالث: صدق أداة الدراسة وثباتها

أ-الصدق الظاهري: تطلب التحقق من الصدق الظاهري للمقياس عرض الاستبيان على مجموعة من المحكمين (أنظر الملحق رقم (01) من الأساتذة بالجامعة وتم تزويدهم بالفرضيات وإشكالية الدراسة بقصد الإفادة من خبرتهم في التخصص وقد بلغ عدد المحكمين (5) وفي ضوء اقتراحات وآراء المحكمين تم تعديل أداة الدراسة بصورتها النهائية والتي تم توزيعها على عينة الدراسة وهذا ما جعل المقياس أكثر دقة وموضوعية في القياس.

ب-الصدق البنائي لمخاور الدراسة:

الجدول رقم (02-05) يوضح الصدق البنائي لمخاور الأداة الدراسة

الارتباط مع كلية لمخاور			الأبعاد لمخاور الاستبيان
النتيجة	الدلالة المعنوية	معامل الارتباط بيرسون	
دال	0.000	0.772	الطلاقة
دال	0.000	0.640	س1
دال	0.000	0.751	س2
دال	0.000	0.801	س3
دال	0.000	0.705	س4
دال	0.000	0.788	المرونة
دال	0.000	0.729	س5
دال	0.000	0.836	س6

الفصل الثاني: الدراسة التطبيقية لرضا الزبائن بزيادة الإبداع في تطبيق بريدي موب في جامعة غرداية

س7	0.726	0.000	دال
س8	0.666	0.000	دال
الأصالة	0.672	0.000	دال
س9	0.765	0.000	دال
س10	0.811	0.000	دال
س11	0.707	0.000	دال
س12	0.579	0.000	دال
التوسع	0.746	0.000	دال
س13	0.716	0.000	دال
س14	0.688	0.000	دال
س15	0.625	0.000	دال
س16	0.691	0.000	دال
محور تأثير الإبداع في تطبيق بريدي موب	0.949	0.000	دال
س17	0.777	0.000	دال
س18	0.756	0.000	دال
س19	0.82	0.000	دال
س20	0.843	0.000	دال
س21	0.773	0.000	دال
س22	0.773	0.000	دال

الفصل الثاني: الدراسة التطبيقية لرضا الزبائن بزيادة الإبداع في تطبيق بريدي موب في جامعة غرداية

س23	0.760	0.000	دال
س24	0.778	0.000	دال
س25	0.673	0.000	دال
س26	0.450	0.000	دال
س27	0.580	0.000	دال
س28	0.767	0.000	دال
محور رضا الزبائن	0.948	0.000	دال

قيمة T^2 المجدولة عند مستوى الدلالة 0.05

المصدر: من إعداد الطالبة بالاعتماد على مخرجات برنامج Spss النسخة (26) (أنظر الملحق (4)، الجدول رقم (5))

يبين الجدول رقم (5) معاملات الارتباط بين معدل كل محور من محاور الدراسة مع المعدل الكلي لفقرات الاستبانة والذي يبين أن معاملات الارتباط المبينة دالة عند مستوى دلالة 0.05، حيث إن القيمة الاحتمالية لكل فقرة أقل من 0.05 وأن معاملات الارتباط لكل محور كانت قوية وقريبة من الواحد (1).

ج- ثبات أداة الدراسة:

لتحديد درجة ثبات الاستبيان، تم استخدام معامل ألفا كرونباخ والذي يعتبر أكثر المعاملات شيوعا واستخداما في مثل هذه الدراسات، وظهرت النتائج كالتالي:

الجدول رقم (6.II): يوضح معامل ثبات مقياس الدراسة

محور الاستبيان	عدد العبارات	قيمة ألفا كرونباخ
محور تأثير الإبداع في تطبيق بريدي موب	16	0.854
محور رضا الزبائن	12	0.906
معامل ثبات الاستبانة ككل	28	0.931

المصدر: من إعداد الطالبة بالاعتماد على مخرجات برنامج Spss النسخة (26) (أنظر الملحق (4)، الجدول رقم (6))

الفصل الثاني: الدراسة التطبيقية لرضا الزبائن بزيادة الإبداع في تطبيق بريدي موب في جامعة غرداية

يلاحظ من الجدول أن المقياس يتمتع بدرجة ثبات عالية جداً، فهو يتجاوز 0.60 (المعمول بها)، حيث قدر معامل الثبات للاستبيان ككل (0,931) ويعني أن الاستبيان إذا تم استخدامه مرة أخرى فسيعطي نفس النتائج. وأن المقياس يقيس ما وضع لقياسه.

د- اختبار التوزيع الطبيعي للمتغيرات الدراسة:

تم استخدام اختبار كولموجروف - سمرنوف المعرفة هل البيانات تتبع التوزيع الطبيعي أم لا وهو اختبار ضروري في حالة اختبار الفرضيات لأن معظم الاختبارات المعلمية تشترط أن يكون توزيع البيانات طبيعياً، ويوضح الجدول رقم (07) نتائج الاختبار حيث إن القيمة الاحتمالية لكل محور أكبر من (0.05) وهذا يدل على أن البيانات تتبع التوزيع الطبيعي ويجب استخدام الاختبارات المعلمية.

الجدول رقم (02-07): يوضح اختبار التوزيع الطبيعي

المتغير	Klomogrouv-smirnov	مستوى الدلالة	النتيجة
أثر الإبداع في تطبيق بريدي موب	0.059	0.200	يتبع توزيع طبيعي
رضا الزبائن	0.090	0.200	يتبع توزيع طبيعي

يكون التوزيع طبيعي إذا كان مستوى الدلالة أكبر من 0.05 %

المصدر: من إعداد الطالبة بالاعتماد على مخرجات برنامج spss النسخة (26) (أنظر الملحق (4)، الجدول رقم (7) يتبين من الجدول أن متغيرات الدراسة تتبع التوزيع الطبيعي، حيث كانت نسب التوزيع الطبيعي لكلا المحورين أكبر من (0.05) وهو المستوى المعتمد في المعالجة الإحصائية، وهذا يدل على وجود ارتباط بين متغيرات الدراسة المستقلة والتابعة، والذي يؤكد على أن العلاقة بين هذه المتغيرات لها القدرة على تفسير التأثير فيما بينها.

الفصل الثاني: الدراسة التطبيقية لرضا الزبائن بزيادة الإبداع في تطبيق بريدي موب في جامعة غرداية

المبحث الثاني: عرض وتحليل اتجاهات أفراد العينة حسب أبعاد الدراسة

يتضمن هذا المبحث ، قياس أثر الإبداع في تطبيق بريدي موب على مستوى رضا زبائن من خلال اتجاهات إجابات العينة حول أبعاد تطبيق بريدي موب (الطلاقة ، المرونة ، الأصالة ، التوسع) ، وكذلك رضا الزبائن ، إضافة إلى ذلك توضيح درجة تأثير الإبداع في تطبيق بريدي موب بمختلف أبعاده على رضا زبائن، وذلك بالإجابة على مختلف التساؤلات وكذا الفرضيات التي تم طرحها في المقدمة العامة ، مع الأخذ بعين الاعتبار مقياس ليكرت الخماسي في الدراسة وكما أشرنا سابقا وللحصول على نتائج دقيقة قدر الإمكان فإن قيم المتوسطات الحسابية التي توصلت إليها الدراسة سيتم التعامل معها لتفسير البيانات على النحو التالي :

الجدول رقم (02-08): يوضح مقياس تحديد النسبة المتوسط الحسابي

المتوسط الحسابي	غير موافق بشدة	غير موافق	محايد	موافق	موافق بشدة
الأهمية	من 1-1.79	من 1.80-2.59	من 2.60-3.39	من 3.40-4.19	من 4.20-5

المصدر: من إعداد الطالبة

حيث أن طول الفئة = الحد الأعلى - الحد الأدنى / عدد المستويات

$$\text{طول الفئة} = (5-1) / 3 = 1,33$$

حيث أن مدى المتوسط الحسابي بين متغيرات الدراسة من (1-2.33) مستوى منخفض ومن (2.33-3.66) مستوى متوسط ومن (3.66 - 5) تدل على مستوى مرتفع ولأجل الإجابة على التساؤلات والفرضيات التي طرحت في المقدمة العامة فإننا سنجيب عليها في الآتي:

المطلب الأول: نتائج تحليل فقرات الاستبيان

سيتم في هذا المطلب تقديم نتائج تحليل فقرات الاستبيان التي تهدف إلى قياس أثر الإبداع في تطبيق "بريدي موب" على مستوى رضا الزبائن، وذلك من خلال الإجابة عن التساؤلات المطروحة في المقدمة العامة. وركزت هذه الفقرات على تحديد مدى توافر عناصر الإبداع (الطلاقة، المرونة، الأصالة، التوسع)، ومدى تأثيرها في تشكيل اتجاهات الزبائن نحو الرضا عن الخدمة.

وقد تم الاعتماد في تحليل البيانات على المتوسط الحسابي لتحديد الاتجاه العام لإجابات أفراد العينة، بالإضافة إلى الانحراف المعياري لقياس درجة تشتت تلك الإجابات عن المتوسط. ويتيح هذا التحليل معرفة مدى تجانس أو تباين آراء الزبائن، وتقييم العلاقة بين الإبداع في تطبيق ومستوى رضاهم الكلي.

الفصل الثاني: الدراسة التطبيقية لرضا الزبائن بزيادة الإبداع في تطبيق بريدي موب في جامعة غرداية

أولاً: نتائج فقرات المحاور الأولى المتعلقة بقياس تأثير الإبداع في تطبيق بريدي موب:

وذلك من خلال الإجابة على التساؤل الفرعي الرابع للدراسة كما في الآتي:

السؤال الأول: فيما تكمن أهمية الإبداع في تطبيق "بريدي موب" من وجهة نظر الزبائن كلية علوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير بجامعة غرداية، وما هو مستوى تأثيره على رضاهم؟

للإجابة على هذا التساؤل، سيتم تحليل عبارات المقياس الخاصة بمحور قياس تأثير الإبداع في تطبيق بريدي موب بكل محاورها الفرعية (الطلاقة، المرونة، الأصالة، التوسع) من خلال حساب المتوسط لتحديد اتجاه إجابات عينة الدراسة، والانحراف المعياري لكل عبارة لمعرفة درجة تشتت إجابات العينة عن المتوسط الحسابي، مع تحديد المتوسط الكلي لكل محور فرعي من محور تأثير الإبداع في تطبيق بريدي موب.

الجدول رقم (02-09): المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية الخاصة بفقرات محور قياس تأثير الإبداع

في تطبيق بريدي موب مع اتجاه إجابات العينة

الترتيب	درجة النسبة	انحراف الخطي	المتوسط الحسابي	الاختبارات العبارات
1	موافق بشدة	0.71	4.27	يتيح تطبيق بريدي موب لي إجراء العمليات المالية بسهولة دون تعقيدات.
3	موافق	0.91	3.75	سرعة تنفيذ العمليات في التطبيق تلبي توقعاتي
4	موافق	0.95	3.75	لا أواجه صعوبة في العثور على الخدمات التي أحتاجها داخل التطبيق
2	موافق	0.85	3.92	واجهة التطبيق القانون فالمستخدم في التطبيق جذابة وسهلة الاستخدام.
—	موافق	—	3.92	المتوسط الحسابي المرجح

الفصل الثاني: الدراسة التطبيقية لرضا الزبائن بزيادة الإبداع في تطبيق بريدي موب في جامعة غرداية

1	مرتفع	2.50079	$15.6833 \div 4 = 3.920825$	الطلاقة
1	موافق	0.92	3.70	التطبيق يوفر خيارات دفع وتحويل متعددة تناسب احتياجا.
3	محايد	1.06	3.10	يمكنني تخصيص إعدادات التطبيق وفقاً لتفضيلاتي الشخصية.
2	موافق	0.92	3.60	التطبيق يعمل بكفاءة على مختلف الأجهزة (الهواتف الذكية، الأجهزة اللوحية)
4	محايد	0.93	2.82	عند حدوث مشكلة أثناء استخدام التطبيق، أجد حلولاً واضحة وسريعة.
—	محايد	—	3.305	المتوسط الحسابي المرجح
4	منخفض	2.85878	$3.3 = 4 \div 13.2000$	المرونة
4	محايد	0.94	3.05	التطبيق يقدم ميزات فريدة غير متوفرة في التطبيقات المالية الأخرى.
3	محايد	1.003	3.33	الابتكارات في التطبيق تجعل المعاملات المالية أكثر سهولة وأماناً.
2	محايد	0.97	3.37	تصميم التطبيق مختلف عن التطبيقات الأخرى ويعكس هوية مميزة.
1	موافق	0.94	3.45	التحديثات التي يتم إضافتها إلى التطبيق تزيد من كفاءته وابتكاره.
—	محايد	—	3.3	المتوسط الحسابي المرجح
3	منخفض	2.77275	$13.2000 \div 4 = 3.3$	الأصالة
4	محايد	1.000	3.02	التطبيق يوفر ميزات إضافية تساعدني في تنظيم وإدارة مصاريفي.

الفصل الثاني: الدراسة التطبيقية لرضا الزبائن بزيادة الإبداع في تطبيق بريدي موب في جامعة غرداية

3	محايد	1.022	3.20	ألاحظ أن التطبيق يتطور باستمرار ليشمل خدمات جديدة تلبي احتياجاتي.
2	موافق	1.97	3.58	إمكانية ربط التطبيق بوسائل دفع أخرى (مثل البطاقات المصرفية) تزيد من فائدته
1	موافق	1.05	3.67	أشعر أن التطبيق يقدم تجربة متكاملة تغنيني عن زيارة مكاتب البريد.
—	غير موافق بشدة	—	1.01	المتوسط الحسابي المرجح
2	متوسط	0.6896125	$13.4667 \div 4 = 3.366675$	التوسع
—	—	0.53361875	3.47291875	تأثير الإبداع في تطبيق بريدي موب

المصدر: من إعداد الطالبة بالاعتماد على مخرجات برنامج spss النسخة (26) (أنظر الملحق (4)، الجدول رقم (8) ويتضح

من الجدول رقم (9) ما يلي:

- الطلاقة:

- بلغت قيمة المتوسط الحسابي لبعد الطلاقة (3,92) وبانحراف معياري (2,50) وهذا يدل على أن إجابات أفراد العينة كانت بدرجة مرتفع على هذا المحور ، حيث بلغت قيمة المتوسط الحسابي لفقرات هذا المحور بين (3,75) و (4,27) بدرجة موافق بشدة ، بحيث بلغ أعلى متوسط لهذا المحور للعبارة (يتيح لي تطبيق بريدي موب إجراء العمليات المالية بسهولة دون تعقيد) بقيمة (4,27) وبالانحراف معياري (0.71) بدرجة موافق بشدة ، فيما أتى أدنى متوسط لهذا المحور للعبارة (لا أواجه صعوبة في العثور على الخدمات التي احتاجها داخل التطبيق) بقيمة (3,75) وبانحراف معياري قدره (0.95) بدرجة موافق وذلك حسب اختلاف اتجاهات أفراد العينة .
- وقد جاءت عبارة (واجهة التطبيق المستخدمة في تطبيق بريدي موب جذابة وسهلة الاستخدام) في المرتبة الثانية بعد أعلى متوسط حسابي بقيمة (3.92) وبانحراف معياري قدره (0.85) بدرجة موافق لاتجاهات أفراد العينة.
- أما عن آخر عبارة في المحور (لا أواجه صعوبة في العثور على الخدمات التي احتاجها داخل التطبيق) فكان متوسطها الحسابي قيمته (3.75) وبانحراف معياري قدره (0.91) بدرجة موافق وذلك حسب إجابات أفراد العينة.

2- المرونة:

- حيث بلغت قيمة المتوسط الحسابي لهذا المحور (3,3) وبانحراف معياري (2,85) وهذا يدل على أن إجابات أفراد العينة كانت إجاباتهم بدرجة منخفض على هذا المحور ، حيث بلغت قيمة المتوسط الحسابي لفقرات هذا المحور بين (2,82 و 3.70) ، بحيث بلغ أعلى متوسط لهذا المحور للعبارة (التطبيق يوفر خيارات دفع وتحويل متعددة تناسب احتياجا تي) بقيمة (3.70) وبانحراف معياري (0.92) بدرجة موافق ، فيما أتى أدنى متوسط لهذا المحور للعبارة (عند حدوث مشكلة أثناء استخدام التطبيق ، أجد حلولا واضحة وسريعة) بقيمة (2,82) وبانحراف معياري قدره (0,93) بدرجة محايد وذلك حسب اختلاف اتجاهات أفراد العينة .
- وقد جاءت عبارة (التطبيق يعمل بكفاءة على مختلف الأجهزة (الهواتف الذكية، الأجهزة اللوحية)) في المرتبة الثانية بعد اعلى متوسط حسابي بقيمة (3.60) وبانحراف معياري قدره (0,92) بدرجة موافق لاتجاهات أفراد العينة.
- أما عن آخر عبارة في المحور (يمكنني تخصيص إعدادات التطبيق وفقا لتفضيلا تي الشخصية) فكان متوسطها الحسابي قيمته (3.10) وبانحراف معياري قدره (1,06) بدرجة محايد وذلك حسب إجابات أفراد العينة كذلك.

3-الأصالة:

- نلاحظ أن قيمة المتوسط الحسابي لهذا المحور قدرها (3.3) وبانحراف معياري (2,77) وهذا يدل على أن إجابات أفراد العينة كانت إجاباتهم بدرجة منخفضة لهذا المحور أيضا ، حيث بلغت قيمة المتوسط الحسابي لفقرات هذا المحور بين (3.45 و 3.05) ، بحيث بلغ أعلى متوسط لهذا المحور للعبارة (التحديثات التي يتم إضافتها إلى التطبيق تزيد من كفاءاته وابتكاره) بقيمة (3.45) وبانحراف معياري (0.94) بدرجة موافق ، فيما أتى أدنى متوسط لهذا المحور للعبارة (التطبيق يقدم ميزات فريدة غير متوفرة في التطبيقات المالية الأخرى) بقيمة (3.05) وبانحراف معياري قدره (0.94) و بدرجة محايد وذلك حسب اختلاف اتجاهات أفراد العينة .
- وقد جاءت عبارة (تصميم التطبيق مختلف عن التطبيقات الأخرى ويعكس هوية مميزة) في المرتبة الثانية بعد أعلى متوسطة حسابي بقيمة (3,37) وبانحراف معياري قدره (0,97) بدرجة محايد لاتجاهات أفراد العينة.
- أما عن آخر عبارة لهذا المحور (الابتكارات في التطبيق تجعل المعلومات المالية أكثر سهولة وأمانا) متوسطها الحسابي قيمته (3,05) وبانحراف معياري قدره (1,003) بدرجة محايد وذلك حسب اختلاف أفراد العينة في الإجابات.

4- التوسع:

- حيث بلغت قيمة المتوسط الحسابي لهذا المحور (3.36) وبانحراف معياري (2,75) وهذا يدل على أن إجابات أفراد العينة كانت إجاباتهم بدرجة متوسط على هذا المحور، حيث بلغت قيمة المتوسط الحسابي لفقرات هذا المحور بين (3.67 و 3.02)، بحيث بلغ أعلى متوسط لهذا المحور للعبارة (أشعر أن التطبيق يقدم تجربة متكاملة تغطي عن زيادة مكاتب البريد) بقيمة (3.67) وبانحراف معياري، (1,05) بدرجة موافق.
- فيما أتى أدنى متوسط لهذا المحور للعبارة (التطبيق يوفر ميزات إضافية تساعدني في تنظيم وإدارة مصاريفي) بقيمة (3.02) وبانحراف معياري قدره (1,000) بدرجة محايد وذلك حسب اختلاف اتجاهات أفراد العينة.
- وقد جاءت عبارة (إمكانية ربط التطبيق بوسائل دفع أخرى (مثل البطاقات المصرفية) تزيد من فائدته) في المرتبة الثانية بعد أعلى متوسط حسابي بقيمة (3.58) وبانحراف معياري قدره (1,97) بدرجة موافق لاتجاهات أفراد العينة.
- أما عن آخر عبارة في المحور (ألاحظ أن التطبيق يتطور باستمرار ليشمل خدمات جديدة تلي احتياجاتي) فكان متوسطها الحسابي قيمته (3.20) وبانحراف معياري قدره (1,022) بدرجة محايد، وذلك حسب إجابات أفراد العينة كذلك.

أما عن المتوسط الحسابي لأثار الإبداع في تطبيق بريدي موب ككل المحاور الفرعية : الطلاقة ، المرونة ، الأصالة ، التوسع (فقد بلغت قيمتها (3,4729) وبانحراف معياري قدره (0,5336) ، مما يوضح أن بريد جزائري مهتم بالإبداع في تطبيق بريدي موب بحيث تكمن أهميتها في جميع أبعادها الأربع (الطلاقة، المرونة ، الأصالة ، التوسع) التي أنت بدرجة مرتفعة نسبيا ، أما عن البعد الإبداعي الأكثر بروزاً في التطبيق من وجهة نظر الزبائن فهو الطلاقة، حيث عبّر أفراد العينة عن رضاهم تجاه سهولة استخدام التطبيق، ووضوح واجهته، وقدرته على تسهيل تنفيذ العمليات المالية دون تعقيد. بينما جاءت التقييمات أقل نسبياً في أبعاد الأصالة والمرونة، ما يعكس تبايناً في آراء المستخدمين بشأن قدرة التطبيق على تقديم ميزات فريدة أو حل المشكلات التقنية بفعالية.

ومن خلال هذه النتائج، يمكن الاستنتاج أن تطبيق "بريدي موب" يُظهر اهتماماً واضحاً بعنصر الطلاقة كجزء أساسي من الإبداع التقني، مما ينعكس بشكل إيجابي على رضا الزبائن. ومع ذلك، فإن هناك مجالاً لتحسين الجوانب المرتبطة بالأصالة والمرونة لضمان تقديم تجربة أكثر شمولاً وابتكاراً تلي التوقعات المتزايدة للمستخدمين.

الفصل الثاني: الدراسة التطبيقية لرضا الزبائن بزيادة الإبداع في تطبيق بريدي موب في جامعة غرداية

ثانيا: نتائج فقرات المحور الثاني المتعلقة برضا الزبائن

وذلك من خلال الإجابة على التساؤل الفرعي الرابع للدراسة كما في الآتي:

السؤال الثاني: ما هو مستوى اهتمام بريدي موب برضا الزبائن، من وجهة نظر أساتذة كلية العلوم الاقتصادية بجامعة غرداية؟

للإجابة على هذا التساؤل، سيتم تحليل عبارات المقياس الخاصة بمحور رضا الزبائن، من خلال حساب المتوسط الحسابي اتجاه إجابات عينة الدراسة، والانحراف المعياري لكل عبارة لمعرفة درجة تشتت إجابات العينة عن المتوسط الحسابي، مع تحديد المتوسط الكلي للمحور.

الجدول رقم (02-10): يوضح المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية الخاصة بفقرات محور الثاني المتعلقة برضا الزبائن

الترتيب	درجة النسبة	انحراف الخطي	المتوسط الحسابي	الاختبار	العبارات
4	موافق	0.860	3.65		أنا راض عن جودة الخدمات المقدمة في التطبيق
3	موفق	0.857	3.67		أنا مرتاح كون أن تجربتي جيدة مع تطبيق بريدي موب
2	موافق	0.885	3.72		استعمالي لتطبيق بريدي موب هو خيار صائب
5	موافق	0.965	3.47		أقوم بنقل صورة إيجابية عن تطبيق بريدي موب إلى الآخرين
8	محايد	1.115	3.37		بشكل عام خدمات تطبيق بريدي موب تناسب مع توقعاتي
9	محايد	0.963	3.23		استخدام تطبيق بريدي موب زاد من ولائي لمؤسسة بريد الجزائر
6	موافق	1.03	3.42		تلائم خدمات تطبيق بريدي موب مع متطلباتي
11	محايد	1.017	2.82		يقوم تطبيق بريدي موب بالاستجابة السريعة للاستفسارات وتلبية حاجيات الزبائن

الفصل الثاني: الدراسة التطبيقية لرضا الزبائن بزيادة الإبداع في تطبيق بريدي موب في جامعة غرداية

12	غير موافق	0.965	2.48	يستجيب بريدي موب لشكاوي الزبائن بسرعة دون تأخير.
10	محايد	1.176	3.15	أجد أن تطبيق بريد موب يحتوي على مستوى عالي من الأمان
1	موافق	0.989	3.93	يقوم تطبيق بريدي موب على بإرسال رقم سري عبر رسائل قصيرة sms لاستكمال العملية بأمان وسرية
7	موافق	1.189	3.42	أشعر بالاطمئنان عند إجراء عمليات الدفع عبر التطبيق
—	محايد	—	3.36=4÷40.33	المتوسط الحسابي المرجح
—	—	0.705188	3.359725	رضا الزبائن

المصدر: من إعداد الطالبة بالاعتماد على مخرجات برنامج spss النسخة (26) (أنظر الملحق (4)، الجدول رقم (9)

ويتضح من الجدول رقم (10) ما يلي:

نلاحظ من الجدول أعلاه أن المتوسط العام لفقرات هذا المتغير المتعلق برضا الزبائن بلغ (3,3597) وانحراف معياري (0,7051) وقد احتلت الفقرة (يقوم تطبيق بريدي موب بإرسال رقم سري عبر رسائل قصيرة sms لاستكمال العملية بأمان وسرية) المرتبة الأولى بمتوسط حساب يبلغ (3,93) وانحراف معياري (0,989) تليها الفقرة (استعمال تطبيق بريدي موب هو خيار صائب) في المرتبة الثانية بمتوسط حسابي بلغ (3,72) وانحراف معياري (0,885) وكلا العبارتين كانت إجابتهما بدرجة موافق ، يدل هذا على أن الزبائن راضين على تطبيق بريدي موب فيحين جاءت الفقرة (أنا مرتاح كون أن تجربتي جيدة مع تطبيق بريدي موب) في المرتبة الثالث بمتوسط حسابي بلغ (3,67) وبانحراف معياري (0,857) بدرجة موافق وفي حين جاءت الفقرة (أنا راض عن وجود الخدمات المقدمة في التطبيق) في مرتبة الرابعة بمتوسط حسابي بلغ (3,65) وبانحراف معياري (0,860) بدرجة موافق ، وتليها الفقرة (أقوم بنقل صورة إيجابية عن تطبيق بريدي موب إلى الآخرين) المرتبة الخامسة بمتوسط حسابي (2,47) وبانحراف معياري (0,965) وبدرجة موافق ، تأتي بعدها الفقرة (تتلاءم خدمات تطبيق بريدي موب مع متطلباتي) المرتبة السادسة بمتوسط حسابي (3,42) وبانحراف معياري (1,03) وبدرجة موافق ، وتليها الفقرة (أشعر بالاطمئنان عند إجراء عمليات الدفع عبر التطبيق) المرتبة السابعة بمتوسط حسابي (3,42) بانحراف معياري (1,189) بدرجة موافق ، أما الفقرة (بشكل عام خدمات تطبيق بريدي موب تتناسب مع توقعاتي) المرتبة ثامنة بمتوسط حسابي (3,37) بانحراف معياري (1,119) بدرجة محايد ، تليها الفقرة (استخدام تطبيق بريدي موب زاد من ولائي لمؤسسة بريد الجزائر) المرتبة التاسعة بمتوسط حسابي (3,23) وبانحراف معياري (0,963) بدرجة محايد ، أما الفقرة (أجد أن تطبيق بريدي موب يحتوي

الفصل الثاني: الدراسة التطبيقية لرضا الزبائن بزيادة الإبداع في تطبيق بريدي موب في جامعة غرداية

على مستوى عالي من الأمان (المرتبة العاشرة بمتوسط حسابي (3,15) بانحراف معياري (1,176) بدرجة محايد ، أما فقرة ما قبل الأخير (يقوم تطبيق بريدي موب بالاستجابة السريعة للاستفسارات وتلبية حاجيات الزبائن) بمتوسط حسابي (2,82) وانحراف معياري (1,017) بدرجة محايد، أما فقرة (يستجيب بريدي موب لشكاوي الزبائن بسرعة دون تأخير) في المرتبة الأخيرة بين فقرات هذا البعد بمتوسط حسابي بلغ (2,48) وانحراف معياري (0,965).

ونستنتج من النتائج أن تطبيق بريدي موب يتميز بعناصر تقنية إيجابية كالأمان وسهولة الاستخدام، لكنه يعاني من قصور في الجوانب الخدمية والتفاعلية، مما يؤثر على رضا الزبائن بشكل عام ويحد من تعزيز ولائهم. ولتحقيق رضا أعلى، يجب التركيز على تحسين تجربة ما بعد الاستخدام، خصوصاً في التواصل الفعال مع الزبائن والاستجابة لملاحظاتهم وشكاواهم في الوقت المناسب.

المطلب الثاني: اختيار فرضيات الدراسة ومناقشتها

بغية إثبات أو نفي الفرضيات المتعلقة بالدراسة، ارتأينا ومن أجل تبسيط الدراسة جزئنا الفرضيات إلى فرضيات فرعية، واختبارها، باستخدام مجموعة من الأساليب الإحصائية حيث تحاول إبراز تأثير الإبداع في تطبيق بريدي موب على رضا الزبائن من وجهة نظرة الأساتذة الكلية علوم الاقتصادية وتجارية وعلوم التسيير بجامعة غرداية.

الفرع الأول: اختبار الفرضية الرئيسة الأولى التي مفادها

"هناك رضا الزبائن في تطبيق بريدي موب على مستوى أساتذة كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير."

الفرضية الصفيرية OH: ليس هناك رضا الزبائن في تطبيق بريدي موب على مستوى أساتذة كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير.

الفرضية البديلة H1: هناك رضا الزبائن في تطبيق بريدي موب على مستوى أساتذة كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير.

تم اختبار هذه الفرضية بمقارنة المتوسط الحسابي للإجابات على جميع عبارات الاستبيان حول رضا الزبائن في كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير مع المتوسط الحسابي.

جدول رقم (02-11) يوضح نتائج اختبار **Test-T** الأحادي العينة لدرجات الإجابة عن رضا الزبائن.

الفصل الثاني: الدراسة التطبيقية لرضا الزبائن بزيادة الإبداع في تطبيق بريدي موب في جامعة غرداية

المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	قيمة T المحسوبة	درجة الحرية	قيمة الاحتمالية Sig	
40.316	8.46	36.904	59	0.000	رضا الزبائن

ارتباط معنوي عند مستوى الدلالة 0.05

المصدر: من إعداد الطالبة بالاعتماد على مخرجات برنامج spss النسخة (26) (أنظر الملحق (4)، الجدول رقم (10))

ويتضح من الجدول رقم (11) ما يلي:

يتضح من خلال الجدول الإحصائي أعلاه أن المتوسط الحسابي لإجابات الأساتذة حول مدى رضاهم عن تطبيق "بريدي موب" بلغ (40.316)، وهو ما يعادل درجة "موافق"، مما يدل على وجود رضا عام عن التطبيق لدى أساتذة كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير. كما بلغ الانحراف المعياري (8.46)، وهو ما يشير إلى وجود تباين متوسط في آراء الباحثين، أي أن معظم الإجابات متقاربة. وبلغ عدد أفراد العينة (59) أستاذًا، بدرجة حرية قدرت بـ (59). أما قيمة "T" المحسوبة فبلغت (36.904)، وهي قيمة مرتفعة تدل على وجود فرق جوهري بين المتوسط الفرضي والمتوسط المحسوب. والأهم من ذلك، أن مستوى الدلالة الإحصائية (Sig) بلغ (0.000)، وهو أقل من المستوى المعتمد (0.05)، مما يؤدي إلى رفض الفرضية الصفرية وقبول الفرضية البديلة، والتي هي هناك رضا الزبائن في تطبيق بريدي موب على مستوى أساتذة كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير.

الفرع الثاني: اختبار الفرضية الرئيسة الثانية التي مفادها.

تنص الفرضية الفرعية الأولى على: "هناك أثر ذو دلالة إحصائية للإبداع في تطبيق بريدي موب على رضا الزبائن كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير بجامعة غرداية". وتتفرع عن هذه الفرضية أربع فرضيات فرعية، ترتبط كل واحدة منها بأحد أبعاد الإبداع المعتمدة في الدراسة، وهي: الطلاقة، المرونة، التوسع، والأصالة. حيث يمثل كل بُعد جانباً محدداً من مكونات الإبداع في تصميم واستخدام التطبيق، ويُفترض أن لكل منها تأثيراً مباشراً أو غير مباشر على مستوى رضا الزبائن. وتهدف هذه الفرضيات إلى الكشف عن مدى مساهمة كل بعد من أبعاد الإبداع في تحسين تجربة المستخدم ورفع درجة الرضا عن خدمات التطبيق.

الفصل الثاني: الدراسة التطبيقية لرضا الزبائن بزيادة الإبداع في تطبيق بريدي موب في جامعة غرداية

❖ اختبار الفرضيات الفرعية للفرضية الرئيسة الثانية:

➤ اختبار الفرضية الفرعية الأولى: يوجد أثر ذو دلالة إحصائية بين الإبداع في تطبيق بريدي موب ورضا الزبائن كلية

العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير بجامعة غرداية

اختبار الفرضية الفرعية الأولى: "يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لطلاقة على رضا الزبائن كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير بجامعة غرداية في تطبيق بريدي موب".

الفرضية الصفرية H_0 : لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لطلاقة على رضا الزبائن كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير بجامعة غرداية في تطبيق بريدي موب.

الفرضية البديلة H_1 : يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لطلاقة على رضا الزبائن كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير بجامعة غرداية في تطبيق بريدي موب.

الجدول رقم (02-12): يوضح تحليل الانحدار الخطي البسيط لطلاقة على رضا الزبائن في تطبيق بريدي موب

الفرضية	معلومات النموذج	معاملات الانحدار	اختبار T	قيمة الاحتمال (Sig)	التفسير
الأولى	B	4.995	0.949	0.347	غير معنوي
	B1	2.252	6.792	0.000	معنوي
	معامل الارتباط R	0.666			
	معامل الارتباط R^2	0.443			
	اختبار F	46.126			
	مستوى الدلالة	0.000			النموذج معنوي

المصدر: من إعداد الطالبة بالاعتماد على مخرجات برنامج spss النسخة (26) (أنظر الملحق (5)، الجدول رقم (1)

ويتضح من الجدول رقم (12) ما يلي:

الفصل الثاني: الدراسة التطبيقية لرضا الزبائن بزيادة الإبداع في تطبيق بريدي موب في جامعة غرداية

- أن قيمة معامل الانحدار الثابت ($B=4.995$)، وهي تمثل متوسط رضا الزبائن عندما تكون قيمة بُعد الطلاقة تساوي صفرًا. إلا أن نتيجة اختبار (t) للثابت كانت (0.949) بمستوى دلالة (0.347)، وهي قيمة أكبر من (0.05)، ما يدل على أن تأثير الثابت غير معنوي من الناحية الإحصائية.
 - في المقابل، أظهرت نتائج تحليل معامل الانحدار لبُعد الطلاقة (B) أنه بلغ (2.252)، وبلغت قيمة اختبار (t) المقابلة له مستوى دلالة قدره (0.000)، وهو أقل بكثير من (0.05)، مما يشير إلى أن تأثير الطلاقة معنوي إحصائيًا ومؤثر في تفسير رضا الزبائن.
 - أما على مستوى النموذج ككل، فقد بلغت قيمة معامل الارتباط (R) (0.666)، مما يدل على وجود علاقة ارتباط جيدة بين بُعد الطلاقة ورضا الزبائن، وفسّر هذا البعد حوالي 44.3% من التباين في رضا الزبائن، كما يتضح من معامل التحديد ($R^2 = 0.443$).
 - بالإضافة إلى ذلك، بلغت قيمة اختبار (F) (46.126) عند مستوى دلالة (0.000)، وهي أقل من (0.05)، ما يدل على أن النموذج ككل معنوي ويمكن الاعتماد عليه في تفسير العلاقة بين بُعد الطلاقة ورضا الزبائن.
- وعليه، نرفض الفرضية الصفرية H_0 ، ونقبل الفرضية البديلة H_1 التي تنص على أن: "يوجد أثر ذو دلالة إحصائية للطلاقة على رضا الزبائن كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير بجامعة غرداية في تطبيق بريدي موب."
- اختبار الفرضية الفرعية الثانية: "يوجد أثر ذو دلالة إحصائية للمرونة على رضا الزبائن كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير بجامعة غرداية في تطبيق بريدي موب".
- الفرضية الصفرية H_0 :** لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية للمرونة على رضا الزبائن كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير بجامعة غرداية في تطبيق بريدي موب
- الفرضية البديلة H_1 :** يوجد أثر ذو دلالة إحصائية للمرونة على رضا الزبائن كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير بجامعة غرداية في تطبيق بريدي موب.

الفصل الثاني: الدراسة التطبيقية لرضا الزبائن بزيادة الإبداع في تطبيق بريدي موب في جامعة غرداية

الجدول رقم (02-13) يوضح تحليل الانحدار الخطي البسيط للمرونة على رضا الزبائن في تطبيق بريدي موب

الفرضية	معلومات النموذج	معاملات الانحدار	اختبار T	قيمة الاحتمال (Sig)	التفسير
الثانية	B	13.979	3.598	0.01	معنوية
	B1	1.993	6.934	0.000	معنوية
	معامل الارتباط R	0.673			
	معامل الارتباط R^2	0.453			
	اختبار F	48.075			
	مستوى الدلالة	0.000			النموذج معنوي

المصدر: من إعداد الطالبة بالاعتماد على مخرجات برنامج spss النسخة (26) (أنظر الملحق (5)، الجدول رقم (2))

وقد تبين من خلال نتائج هذا التحليل الواردة الجدول رقم (13) ما يلي:

- أن قيمة معامل الانحدار الثابت (B) بلغت (13.979)، وتمثل هذه القيمة متوسط رضا الزبائن عندما تكون قيمة بُعد المرونة تساوي صفرًا. وكانت قيمة اختبار (t) للثابت (3.598) بمستوى دلالة (0.010)، وهي أقل من (0.05)، ما يدل على أن هذا التأثير معنوي إحصائيًا.
- أما بالنسبة لبُعد المرونة (B)، فقد بلغ معامل الانحدار (1.993)، وكانت قيمة اختبار (t) المقابلة له (6.934) عند مستوى دلالة (0.000)، مما يشير إلى وجود تأثير معنوي قوي للمرونة على رضا الزبائن.
- على مستوى النموذج الكلي، تشير قيمة معامل الارتباط (R) إلى (0.673)، ما يعكس وجود علاقة ارتباط جيدة بين المتغيرين، بينما بلغت قيمة معامل التحديد (R^2) (0.453)، ما يعني أن المرونة تفسر حوالي 45.3% من التباين في رضا الزبائن.
- أما قيمة اختبار (F) فقد بلغت (48.075) بمستوى دلالة (0.000)، وهي أقل من (0.05)، مما يدل على أن النموذج معنوي إحصائيًا، ويمكن الاعتماد عليه في تفسير العلاقة بين بُعد المرونة ورضا الزبائن.

الفصل الثاني: الدراسة التطبيقية لرضا الزبائن بزيادة الإبداع في تطبيق بريدي موب في جامعة غرداية

- وعليه، نرفض الفرضية الصفريية H_0 ، ونقبل الفرضية البديلة H_1 التي تنص على أن: "يوجد أثر ذو دلالة إحصائية للمرونة على رضا الزبائن كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير بجامعة غرداية في تطبيق بريدي موب".

➤ اختبار الفرضية الفرعية الثالثة: "يوجد أثر ذو دلالة إحصائية للأصالة على رضا الزبائن كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير بجامعة غرداية في تطبيق بريدي موب".

الفرضية الصفريية H_0 : لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية للأصالة على رضا الزبائن كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير بجامعة غرداية في تطبيق بريدي موب.

الفرضية البديلة H_1 : يوجد أثر ذو دلالة إحصائية للأصالة على رضا الزبائن كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير بجامعة غرداية في تطبيق بريدي موب.

الجدول رقم (02-14): يوضح تحليل الانحدار الخطي البسيط للأصالة على رضا الزبائن في تطبيق بريدي موب

الفرضية	معلمات النموذج	معاملات الانحدار	اختبار T	قيمة الاحتمال (Sig)	التفسير
الثالثة	B	18.631	4.091	0.000	معنوي
	B1	1.643	4.864	0.000	معنوي
	معامل الارتباط R	0.538			
	معامل الارتباط R^2	0.290			
	اختبار F	23.663			
	مستوى الدلالة	0.000			النموذج معنوي

المصدر: من إعداد الطالبة بالاعتماد على مخرجات برنامج spss النسخة (26) (أنظر الملحق (5)، الجدول رقم (3) ويتضح من الجدول رقم (14) ما يلي:

وقد تبين من خلال نتائج هذا التحليل ما يلي:

الفصل الثاني: الدراسة التطبيقية لرضا الزبائن بزيادة الإبداع في تطبيق بريدي موب في جامعة غرداية

- أن قيمة معامل الانحدار الثابت (B) بلغت (18.631)، وتمثل هذه القيمة متوسط رضا الزبائن عندما تكون قيمة بُعد الأصالة تساوي صفرًا. وكانت قيمة اختبار (t) للثابت (4.091) بمستوى دلالة (0.000)، وهي أقل من (0.05)، ما يدل على أن التأثير معنوي إحصائيًا.
- أما بالنسبة لبُعد الأصالة (B)، فقد بلغ معامل الانحدار (1.643)، وكانت قيمة اختبار (t) المقابلة له (4.864) عند مستوى دلالة (0.000)، مما يشير إلى أن تأثير الأصالة على رضا الزبائن ذو دلالة إحصائية معنوية.
- على مستوى النموذج الكلي، بلغت قيمة معامل الارتباط (R) (0.538)، مما يدل على وجود علاقة ارتباط متوسطة بين بُعد الأصالة ورضا الزبائن. كما بلغت قيمة معامل التحديد (R^2) (0.290)، ما يعني أن بُعد الأصالة يفسر حوالي 29.0% من التباين في رضا الزبائن.
- أما قيمة اختبار (F) فقد بلغت (23.663) بمستوى دلالة (0.000)، وهي أقل من (0.05)، مما يؤكد أن النموذج معنوي إحصائيًا، ويمكن الاعتماد عليه لتفسير العلاقة بين الأصالة ورضا الزبائن.
- وعليه، نرفض الفرضية الصفرية H_0 ، ونقبل الفرضية البديلة H_1 التي تنص على أن: "يوجد أثر ذو دلالة إحصائية للأصالة على رضا الزبائن كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير بجامعة غرداية في تطبيق بريدي موب".

➤ اختبار الفرضية الفرعية الرابعة: "يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لتوسع على رضا الزبائن كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير بجامعة غرداية في تطبيق بريدي موب".

الفرضية الصفرية H_0 : لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لتوسع على رضا الزبائن كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير بجامعة غرداية في تطبيق بريدي موب.

الفرضية البديلة H_1 : يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لتوسع على رضا الزبائن كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير بجامعة غرداية في تطبيق بريدي موب.

الفصل الثاني: الدراسة التطبيقية لرضا الزبائن بزيادة الإبداع في تطبيق بريدي موب في جامعة غرداية

الجدول رقم (02-15): يوضح تحليل الانحدار الخطي البسيط لتوسع على رضا الزبائن في تطبيق بريدي موب

الفرضية	معلومات النموذج	معاملات الانحدار	اختبار T	قيمة الاحتمال (Sig)	التفسير
الرابعة	B	14.185	3.309	0.02	معنوي
	B1	1.940	6.219	0.000	معنوي
	معامل الارتباط R	0.633			
	معامل الارتباط R^2	0.40			
	اختبار F	38.682			
	مستوى الدلالة	0.000			النموذج معنوي

المصدر: من إعداد الطالبة بالاعتماد على مخرجات برنامج spss النسخة (26) (أنظر الملحق (5)، الجدول رقم (4) ويتضح من الجدول رقم (15) ما يلي:

وقد تبين من خلال نتائج هذا التحليل ما يلي:

- أن قيمة معامل الانحدار الثابت (B) بلغت (14.185)، وهي تمثل متوسط رضا الزبائن عندما تكون قيمة بُعد التوسع تساوي صفراً. وبلغت قيمة اختبار (t) للثابت (3.309) عند مستوى دلالة (0.02)، وهي أقل من (0.05)، مما يشير إلى أن تأثير الثابت معنوي إحصائياً.
- أما بالنسبة لبُعد التوسع (B1)، فقد بلغ معامل الانحدار (1.940)، مع قيمة اختبار (t) بلغت (6.219) عند مستوى دلالة (0.000)، مما يدل على أن تأثير هذا البعد على رضا الزبائن ذو دلالة إحصائية معنوية.
- على مستوى النموذج الكلي، تشير قيمة معامل الارتباط (R) البالغة (0.633) إلى وجود علاقة ارتباط جيدة بين بُعد التوسع ورضا الزبائن. كما تُظهر قيمة معامل التحديد (R^2) البالغة (0.40) أن التوسع يفسر حوالي 40% من التباين في رضا الزبائن.
- بالإضافة إلى ذلك، بلغت قيمة اختبار (F) (38.682) بمستوى دلالة (0.000)، وهي أقل من (0.05)، مما يعني أن النموذج معنوي إحصائياً ويمكن الاعتماد عليه في تفسير العلاقة بين التوسع ورضا الزبائن.

الفصل الثاني: الدراسة التطبيقية لرضا الزبائن بزيادة الإبداع في تطبيق بريدي موب في جامعة غرداية

- وعليه، نرفض الفرضية الصفريّة H_0 ، ونقبل الفرضية البديلة H_1 التي تنص على أن: "يوجد أثر ذو دلالة إحصائية للتوسع على رضا الزبائن كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير بجامعة غرداية في تطبيق بريدي موب".

الفرع الثاني: اختبار الفرضية الرئيسة الثالث التي مفادها:

توجد فروقات ذات دلالة إحصائية بين استجابات زبائن بريد الجزائر حول أثر الإبداع في تطبيق بريدي موب على مستوى رضا أساتذة كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير بجامعة غرداية، ويعزى ذلك إلى السمات الشخصية (الجنس؛ السن؛ الرتبة الأكاديمية؛ استخدم تطبيق بريدي موب بدرجة).

الجدول رقم (02-16): يوضح تحليل التباين الأحادي لفحص المتغيرات (العمر، الرتبة الأكاديمية، استخدام بريد موب بدرجة) على مستوى رضا الزبائن

اسم المتغير	مصدر التباين	مجموع المربعات	درجة الحرية	متوسط المربعات	قيمة T المحسوبة	مستوى الدلالة (Sig)
العمر	بين المجموعات	25	0.489	12.233	1.079	0.412
	داخل المجموعات	34	0.453	15.417		
الرتبة الأكاديمية	بين المجموعات	25	1.137	28.417	0.993	0.500
	داخل المجموعات	34	1.145	38.917		
استخدام بريد موب بدرجة	بين المجموعات	25	0.435	10.867	0.853	0.656
	داخل المجموعات	34	0.509	17.317		

المصدر: من إعداد الطالبة بالاعتماد على مخرجات برنامج spss النسخة (26) (أنظر الملحق (6)، الجدول رقم (1))

يوضح الجدول السابق مقارنة المتوسطات عن طريق اختبار (F):

الفصل الثاني: الدراسة التطبيقية لرضا الزبائن بزيادة الإبداع في تطبيق بريدي موب في جامعة غرداية

- عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية في مستوى رضا زبائن بريد الجزائر عن تطبيق "بريدي موب" تعزى لمتغير (العمر)، حيث بلغت قيمة الدلالة الإحصائية (1.412) وهي أكبر من مستوى الدلالة (0.05)، كما بلغت القيمة المحسوبة (1.079) (F)، وهي قيمة غير دالة إحصائياً.
- عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية في مستوى رضا أساتذة كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير بجامعة غرداية تعزى لمتغير (الرتبة الأكاديمية)، حيث بلغت قيمة الدلالة الإحصائية (0.500) وهي أكبر من (0.05)، كما بلغت قيمة (F) المحسوبة (0.993)، وهي كذلك غير دالة إحصائياً.
- عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية في مستوى رضا أساتذة كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير بجامعة غرداية تعزى لمتغير (درجة استخدام تطبيق بريدي موب)، حيث بلغت قيمة الدلالة الإحصائية (0.656)، أما قيمة (F) المحسوبة فقد بلغت (0.853)، وهي أيضاً غير دالة إحصائياً عند مستوى (0.05).
- وبالتالي تُرفض الفرضية H1 التي تنص على وجود فروقات ذات دلالة إحصائية بين استجابات زبائن بريد الجزائر حول أثر الإبداع في تطبيق بريدي موب على مستوى رضا أساتذة كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير بجامعة غرداية تُعزى للسمات الشخصية (العمر، الرتبة الأكاديمية، درجة استخدام التطبيق). ويتم قبول الفرضية الصفرية H0.

أما عن متغير الجنس فيتم اختياره كما يلي:

الجدول رقم (17.II): يوضح نتائج اختبار T لفحص الفروق بين متغير (الجنس) على مستوى رضا الزبائن على تطبيق بريد موب

اسم المتغير	قيمة T	مستوى الدلالة	التفسير
الجنس	1.425	0.159	غير معنوي

المصدر: من إعداد الطالبة بالاعتماد على مخرجات برنامج spss النسخة (26) (أنظر الملحق (6)، الجدول رقم (2))

يتضح من الجدول السابق أن قيمة (t) المحسوبة قد بلغت (1,425) عند مستوى دلالة إحصائية (0,159) وحسب قاعدة القرار وبما أن مستوي الدلالة أكبر من (0,05) فإننا بذلك لا نقبل الفرضية H1 التي تشير إلى أن توجد فرق ذات دلالة إحصائية بين استجابات زبائن بريدي موب على مستوى رضا أساتذة كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير بجامعة غرداية، ويعزى ذلك إلى السمات الشخصية بالنسبة لمتغير (الجنس).

المطلب الثالث: نتائج اختبار الفرضيات

أولاً: نتائج اختبار الفرضية الرئيسية الأولى:

من خلال نتائج المتوسطات الحسابية للفرضية الرئيسية الأولى تبين أن هناك رضا الزبائن في تطبيق بريدي موب على مستوى أساتذة كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، حيث بلغ المتوسط الحسابي (40.316) والانحراف المعياري (8.46)، مما يعكس درجة رضاهم.

ثانياً: نتائج اختبار الفرضية الرئيسية الثانية:

➤ نتائج اختبار الفرضية الفرعية الأولى:

نصت الفرضية الفرعية الأولى على وجود أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة 0.05 بين الطلاقة ورضا الزبائن المتمثل في أساتذة كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير في تطبيق بريدي موب، وهذا ما اتفقت فيه دراستنا مع نتائج الدراسة ((NAIT Ibrahim Boussad (2022))

➤ نتائج اختبار الفرضية الفرعية الثانية:

نصت الفرضية الفرعية الثانية على وجود أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة 0.05 بين المرونة ورضا الزبائن المتمثل في أساتذة كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير في تطبيق بريدي موب، وهذا ما اتفقت فيه دراستنا مع نتائج الدراسة ((Atandile Ngubelanga and Rodney Duffett (2021))

➤ نتائج اختبار الفرضية الفرعية الثالثة:

نصت الفرضية الفرعية الثالثة على وجود أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة 0.05 بين الأصالة ورضا الزبائن المتمثل في أساتذة كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير في تطبيق بريدي موب، وهذا ما اتفقت فيه دراستنا مع نتائج الدراسة Atandile Ngubelanga and Rodney Duffett (2021)

➤ نتائج اختبار الفرضية الفرعية الرابعة:

نصت الفرضية الفرعية الرابعة على وجود أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة 0.05 بين التوسع ورضا الزبائن المتمثل في أساتذة كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير في تطبيق بريدي موب، وهذا ما اتفقت فيه دراستنا مع نتائج الدراسة (الأخضر عياشي (2022))

➤ نتائج اختبار الفرضية الرئيسية الثالثة:

نصت الفرضية الرئيسية الثالثة على انه:

لا توجد فروقات ذات دلالة إحصائية بين استجابات زبائن بريد الجزائر حول أثر الإبداع في تطبيق بريدي موب على مستوى رضا أساتذة كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير بجامعة غرداية، ويعزى ذلك إلى السمات الشخصية (الجنس؛ السن؛ الرتبة الأكاديمية؛ استخدم تطبيق بريدي موب بدرجة)

خلاصة الفصل الثاني:

بعد عرضنا لهذا الفصل والذي تطرقنا فيه لدراسة جوانب الإبداع في تطبيق "بريد موب" على رضا الزبائن، وذلك من خلال تحليل استجابات عينة من أساتذة كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير بجامعة غرداية، حيث أظهرت نتائج ما يلي:

- وجود رضا عام لدى المستخدمين عن التطبيق، مما يدل على نجاحه في تلبية احتياجاتهم.
- كذا تم التحقق من وجود أثر ذو دلالة إحصائية لأبعاد الإبداع الأربعة (الطلاقة، المرونة، الأصالة، التوسع) على رضا الزبائن، ما يؤكد أهمية تبني مفاهيم الإبداع في تحسين تجربة المستخدم.
- بينت النتائج أيضا عدم وجود فروقات ذات دلالة إحصائية بين استجابات الزبائن تعزى للسمات الشخصية كالجنس، السن، والرتبة الأكاديمية، وهو ما يشير إلى أن أثر الإبداع في التطبيق يعم جميع الفئات.

خاتمة

خاتمة:

لقد حاولنا من خلال هذا الموضوع التعرف على استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصال بالتركيز على الإبداع في تطبيق بريدي موب وقياس أثر الإبداع على رضا الزبائن في تطبيق كنموذج وذلك عبر الإجابة عن التساؤلات التي تمثل إشكالية البحث .

وللإجابة عليها قمنا بتقسيم بحثنا هذا إلى فصلين، حيث تناولنا في الفصل الأول جانب الأدبيات النظرية حول أثر الإبداع في تطبيق بريدي موب، وبعض الدراسات السابقة التي تندرج تحت سياق هذا الموضوع وفيما يخص الفصل الثاني تطرقنا للدراسة التطبيقية و قمنا بدراسة عينة من المستخدمين تمثلت في أساتذة كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير بجامعة غرداية.

ومن خلال هذه الدراسة حاولنا التعرف على مفاهيم الإبداع، تطبيق بريدي موب، رضا الزبائن وأهميته، كما حاولنا إبراز مدى أهمية تطبيق، حيث قمنا بتعرف على خدماته، إضافة إلى أهم الأبعاد التي يجب توفرها في تطبيق بريدي موب على رضا الزبائن.

اختبار الفرضية الرئيسية الأولى:

من خلال نتائج المتوسطات الحسابية للفرضية الرئيسية الأولى تبين أن هناك رضا الزبائن في تطبيق بريدي موب على مستوى أساتذة كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، حيث بلغ المتوسط الحسابي (40.316) والانحراف المعياري (8.46)، مما يعكس درجة رضاهم.

اختبار الفرضية الرئيسة الثانية:

1- نصت الفرضية الفرعية الأولى على وجود أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة 0.05 بين الطلاقة

ورضا الزبائن المتمثل في أساتذة كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير في تطبيق بريدي موب.

2- نصت الفرضية الفرعية الثانية على وجود أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة 0.05 بين المرونة

ورضا الزبائن المتمثل في أساتذة كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير في تطبيق بريدي موب.

3- نصت الفرضية الفرعية الثالثة على وجود أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة 0.05 بين الأصالة

ورضا الزبائن المتمثل في أساتذة كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير في تطبيق بريدي موب.

4- نصت الفرضية الفرعية الرابعة على وجود أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة 0.05 بين التوسع ورضا الزبائن المتمثل في أساتذة كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير في تطبيق بريدي موب.

اختبار الفرضية الرئيسية الثالثة: نصت الفرضية الرئيسية الثالثة على انه:

لا توجد فروقات ذات دلالة إحصائية بين استجابات زبائن بريد الجزائر حول أثر الإبداع في تطبيق بريدي موب على مستوى رضا أساتذة كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير بجامعة غرداية، ويعزى ذلك إلى السمات الشخصية (الجنس؛ السن؛ الرتبة الأكاديمية؛ استخدم تطبيق بريدي موب بدرجة)

نتائج الدراسة

هدفت هذه الدراسة إلى قياس أثر الإبداع في تطبيق "بريدي موب" على رضا الزبائن، وذلك من خلال تحليل استجابات عينة من أساتذة كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، وبناءً على التحليل الإحصائي للبيانات تم التوصل إلى النتائج التالية:

- 1- أن مستوى رضا الزبائن عن تطبيق "بريدي موب" كان مرتفعاً، حيث عكست المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية درجة إيجابية في تقييم المستخدمين لخدمات التطبيق، ما يدل على فعالية هذه الخدمة الرقمية في تلبية احتياجاتهم.
- 2- أن أبعاد الإبداع المدروسة (الطلاقة، المرونة، الأصالة، التوسع) تم إدراكها بدرجات متفاوتة من طرف الزبائن، حيث جاء في المرتبة الأولى بُعد الطلاقة، يليه بُعد التوسع، ثم الأصالة، وأخيراً بُعد المرونة، مع تسجيل تأثير معنوي لجميع هذه الأبعاد على مستوى رضا الزبائن.
- 3- أن هناك تأثيراً ذا دلالة إحصائية لكل من أبعاد الإبداع الأربعة على رضا الزبائن عن تطبيق "بريدي موب"، مما يؤكد أن تبني الممارسات الإبداعية في تصميم وتطوير التطبيقات الرقمية له أثر إيجابي مباشر على رضا المستخدمين.
- 4- أنه لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية في متوسطات استجابات الزبائن تجاه رضاهم عن التطبيق تعزى إلى الخصائص الشخصية (الجنس، السن، الرتبة الأكاديمية، درجة استخدام التطبيق)، مما يدل على أن أثر الإبداع في تطبيق "بريدي موب" يتوزع بشكل متقارب على مختلف فئات المستخدمين.
- 5- توصلت الدراسة إلى أن تعزيز عناصر الإبداع داخل التطبيق يساهم بشكل فعال في رفع مستوى الرضا العام لدى الزبائن، مما يعزز من أهمية تطوير الخدمات الرقمية وفقاً لاحتياجات وتطلعات المستخدمين.

التوصيات

- المراقبة باستمرار لأن تطبيق يصاب بأعطال تفقده فعاليته وكلمة المرور تصبح بدون فعالية؛
- فتح استخدام التطبيق خلال الفترة الليلية؛
- إضافة خانة أو ورقة لتقديم الاحتجاجات؛
- نوصي بعدم تعليق العمليات مثل عملية التحويل أو تنقص مدة العلق 72 ساعة كثيرا؛
- نقترح على شركة أن تعمم على جميع المعاملات، كتسديد الأقساط الإيجار، بالنسبة للسكنات أو إستعمال في المحلات السلع الاستهلاكية.

أفاق مستقبلية للدراسة :

- 5- توسيع عينة الدراسة: بإجراء دراسات مماثلة على شرائح أوسع من المستخدمين في مناطق أو مؤسسات مختلفة لمعرفة مدى عمومية النتائج.
- 6- ربط الإبداع بمتغيرات أخرى: مثل الولاء، أو السلوك الشرائي، أو ثقة الزبائن، لتوسيع دائرة التحليل.
- 7- تقييم أثر التحسينات المستقبلية للتطبيق: عبر متابعة أثر التحديثات الجديدة على رضا المستخدمين ومدى تفاعلهم معها.
- 8- دراسة العلاقة بين الإبداع والابتكار التقني في التطبيقات المالية ومدى تأثيره على جودة الخدمة
- 9- تحليل تجارب الزبائن السلبية لتحديد نقاط الضعف الإبداعية في التطبيق والعمل على تحسينها.

قائمة المراجع

✓ أولاً: المراجع باللغة العربية:

➤ الكتب:

- (1) المحمود جاسم الصميدعي وردينة عثمان يوسف، إدارة التسويق مفاهيم وأسس، دار المناهج للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2006.
- (2) حمزة بن زين، إدارة إبداع والابتكار في منظمات الأعمال الحديثة - نماذج دولية، ألفا للنشر والتوزيع، ط1، الجزائر، 2024.
- (3) سناء محمد نصر حجازي، سيكولوجية الإبداع تعريفه وتنميته وقياسه لدى الأطفال، دار الفكر العربي مصر 2006
- (4) عباس علي، ولاء المستهلك، كيفية تحقيقه والحفاظ عليه، الدار الجامعية، مصر، 2009.
- (5) عقيلي عمر ووصفي، المنهجية المتكاملة لإدارة الجودة الشاملة، وجهة نظر، دار وائل للنشر والتوزيع، الأردن، الطبعة الأولى. 2001.
- (6) مروان أسعد رمضان وآخرون، التسويق، مركز الشرق الأوسط الثقافي للطباعة والنشر والترجمة والتوزيع، بيروت، لبنان، 2009.
- (7) مصطفى محمود وأبو بكر، سلوك المستهلك، دار الجامعية، مصر، 2015.
- (8) نجم عبود نجم، إدارة الابتكار - المفاهيم والخصائص والتجارب الحديثة، ط1، دار وائل للنشر والتوزيع، الأردن، 2003.

➤ الرسائل العلمية:

- أطروحات:

- (9) نادية عواريب، دور البحث والتطوير في تفعيل الإبداع التكنولوجي في المؤسسات الاقتصادية، أطروحة دكتوراه، جامعة قاصدي مرباح بورقلة، 2021-2022.

- رسائل ماجستير:

- (10) بوزنان عبد الغني، مساهمة الإبداع التكنولوجي في تعزيز تنافسية المؤسسة الصناعية، مذكرة ماجستير، محمد خيضر بسكرة - الجزائر، 2012.
- (11) جابر حمدان العجمي، دور الإبداع التسويقي في تحسين جودة الخدمات المصرفية، مذكرة ماجستير، في إدارة الأعمال، جامعة الشرق الأوسط، 2011.

- (12) دويس محمد الطيب، براءة الاختراع مؤشر لقياس تنافسية المؤسسات والدول، مذكرة ماجستير غير منشورة، كلية الحقوق والعلوم الاقتصادية، جامعة قاصدي مرباح ورقلة، الجزائر، 2005.

➤ المقالات العلمية:

قائمة المراجع

- 13) الأخضر عياشي، مساهمة تكنولوجيا التطبيقات الإلكترونية في تنظيم المعاملات المالية البريدية، مجلة اقتصاد المال والأعمال، المجلد 07، العدد 02، الوادي، 2022.
- 14) أسماء رتيبي ورحيمة غضبان، معوقات الإبداع والعوامل المؤثرة في الابتكار في المؤسسة، مجلة التنمية وإدارة الموارد البشرية، جامعة المدية، جامعة البليدة 2، العدد 08.
- 15) باسم غدير وهبة محمد إسماعيل، دور تطبيقات الهاتف النقال في تحقيق رضا العميل، مجلة جامعة طرطوس للبحوث والدراسات العلمية، مجلد 03، العدد 04، 2019.
- 16) بورنار حياة ويرحم حنان، مساهمة إدارة العلاقات مع الزبون الإلكترونية في تحقيق رضا الزبون، مجلة الأبحاث الاقتصادية، المجلد 16، العدد 02، 2021.
- 17) بورنان مصطفى، أثر الإبداع في تحسين أداء المنظمات الحديثة، مجلة اقتصاديات المال والأعمال العدد رقم 08، جامعة عمار ثليجي الأغواط - الجزائر، 2019، ص 55.
- 18) جميلة بخي وسليمان يحياوي، دور الإبداع التكنولوجي والمالي في تطوير الخدمات المصرفية دراسة ميدانية في البنوك الجزائرية، مجلة التنظيم والعمل، المجلد 10، العدد 2، النشر 2021.
- 19) جهان مالكي وفاطمة طروطة، العلاقة بين ثقة الزبون في ظل التسوق الإلكترونية، مجلة لجنة التكامل الاقتصادي، المجلد 11، العدد (06)، جامعة عين تموشنت، 2024.
- 20) حموني صالح وبن اشنهو سيدي محمد، تأثير تجربة العلامة والرضا بالعلامة على ولاء الزبائن، مجلة دفاتر MECAS، المجلد 15، العدد 02.
- 21) خولة مداوي، سعيدة طيب، دور المنتجات الرقمية في تحقيق أبعاد التنمية المستدامة دراسة عينة من مستخدمي بريدي موب، مجلة دفاتر بواذكس، العدد 01، 2024.
- 22) طويطي مصطفى وبوداود بومدين، نمذجة العلاقة السببية بين جودة الخدمة المدركة وقيمة الزبون بما يعزز رضاه تجاه المؤسسة " دراسة ميدانية لعينة من زبائن القرض الشعبي الجزائري " Cpa ، مجلة الإستراتيجية والتنمية، المجلد 08، العدد 15، 2018.
- 23) عبد الرحمان عنتر، واقع الإبداع في المؤسسات الصغيرة والمتوسطة بالجزائر، مجلة العلوم الاقتصادية والقانونية جامعة دمشق، المجلد 24، العدد الأول، 2008.
- 24) عمير حياة، دور الإبداع التكنولوجي في تحسين القدرة التنافسية للدولة وتحقيق التنمية المستدامة، مجلة إضافات اقتصادية، جامعة الأغواط (الجزائر)، المجلد 5، العدد 02، 2021.
- 25) مارييف منور، رضا الزبون كمؤشر للخدمة المنافسة، مجلة التنمية الاقتصادية، المجلد 06 العدد 01، 2021.
- 26) عايد منيرة، واقع رضا العميل عن المؤسسات الخدمية حالة مؤسسة بريد الجزائر الولاية قسنطينة، مجلة البحوث القانونية والاقتصادية، قسنطينة 2، الجزائر، المجلد 02، العدد 01، 2020.

قائمة المراجع

27) ونام ملاح، دور تكنولوجيا التطبيقات المالية الذكية في تعزيز الشمول المالي في الجزائر دراسة حالة تطبيق بريدي موب
لمؤسسة بريد الجزائر، مجلة التمويل والاستثمار والتنمية المستدامة، المجلد 08-العدد 01، مخبر الدراسات البيئية والتنمية
المستدامة، جامعة الشهيد الشيخ العربي تبسي - تبسة (الجزائر)، 2023.

➤ الملتقيات والندوات:

28) أبوزيان حسان، أثر جودة الخدمة على رضا الزبون دراسة ميدانية على مؤسسة اتصالات الجزائر في مدينة العلمة
(سطيف)، جامعة سعد دحلب البليدة، الجزائر، 2013.

29) أكرم احمد الطويل ووعيد إبراهيم إسماعيل، العلاقة بين أنواع الإبداع التقني وإبعاد الميزة التنافسية، المؤتمر العلمي الثالث
لكلية الاقتصاد والعلوم الإدارية تحت عنوان: "إدارة منظمات الأعمال التحديات العالمية المعاصرة، جامعة العلوم التطبيقية
الخاصة، عمان، الأردن 27-29 افريل 2009.

30) حسنى محمود وعبد الغنى محمد، واقع إدارة الإبداع لدى مديري المدارس بالحلقة الأولى من التعليم الأساسي في مصر،
مستخلص بحث من مذكرة ماجستير في التربية تخصص (سياسات التعليم وإدارته)، مجلة جامعة الفيوم للعلوم التربوية والنفسية،
عدد 11.

➤ المواقع الإلكترونية:

- 31) <https://baridinet.poste.dz/>
- 32) https://www.poste.dz/services/professional/Baridi_pay_pro

✓ ثانيا: المراجع باللغة الأجنبية:

- 33) Mellissa Schilling, François Therin), Gestion de l'innovation technologique, Maxima, Paris,
- 34) France, 2006.
- 35) Philip kotlers. **Marketing management**, 11 éme edition, paris3003¹
- 36) Atandile Ngubelanga and Rodney Duffett, **Modeling Mobile Commerce Applications Antecedents of Customer Satisfaction among Millennials: An Extended TAM, Sustainability**. Marketing department, Faculty of Business and Management Sciences of Technology, south Africa, volum 13, no 5973, 2021.

- 37) NAIT Ibrahim Boussad, Lsatisfaction client et implications de la qualite des services du E-Banking en Algérie" Maitre de conférence A / Laboratoire SDSAT, Faculté SEGS, Université d'Ain TEMOUCHEN, Algéria, volum 18, no 2, 2022.
- 38) Sintayehu Zeleke and Dr. Sapana Chauhan, The Effect of Electronic Banking Service On Customer Satisfaction: Evidence from Commercial Banks of Ethiopia Operating in Hawassa City Administration, Journal of Positive School Psychology, Parul University, Faculty of Management Department of Strategic Management, Ethiopia, Volom 6, No 8, 2022.
- 39) Jie Yu and Champu Nuangjamnong, The Impact of Mobaile Banking Service on Castomer, United International Journal for Research & Technolgy, volume 03, issu 10, 2022.

الملاحق

الملاحق

الملحق (01). قائمة الأساتذة الأعضاء المحكمين للاستبيان

الرقم	الأستاذ	الرتبة	القسم / الكلية
01	بوقليمينة عائشة	أستاذة محاضر (أ)	قسم علوم التسيير / كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير
02	مخنان عقبة	أستاذ محاضر (أ)	قسم علوم التسيير / كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير
03	رفاقدة سعيد	أستاذ محاضر (ب)	قسم علوم التسيير / كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير
04	بن الزين حمزة	أستاذ محاضر (ب)	قسم علوم التسيير / كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير
05	جقاوة أميرة	أستاذة مؤقتة	قسم علوم التسيير / كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير

الملحق (2): واجهة تطبيق بريدي موب



الملاحق

الملحق (3): الإستبيان



الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

جامعة غرداية

كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير

قسم علوم التسيير

السلام عليكم ورحمة الله وبركاته؛

يشرفنا أن نتقدم إلى سيادتكم المحترمة بهذا الاستبيان والذي يدخل ضمن متطلبات نيل شهادة ماستر أكاديمي، تخصص إدارة أعمال، تحت عنوان: " قياس أثر الإبداع في تطبيق بريدي موب على رضا الزبائن"، ونعلمكم أن الإجابات المقدمة من طرفكم تحظى بالأهمية البالغة لدينا وبالسرية التامة ولن تستخدم إلا لأغراض البحث العلمي، تقبلوا فائق الشكر والاحترام على مساهمتكم الجادة بالإجابة على العبارات المرفقة وبصراحة تامة..

تحت إشراف: د. شخوم رحيمة

الطالبة: بن حويط أمينة

الجزء الأول: البيانات الشخصية

يهدف هذا الجزء إلى التعرف على بعض الخصائص الشخصية والوظيفية لعينة الدراسة، وذلك لتحليلها وتفسير بعض النتائج المرتبطة بموضوع دراستنا، نرجو منكم وضع علامة (X) أمام العبارة الصحيحة.

الجنس: ☐ ذكر ☐ أنثى

السن: أقل من 30 سنة ☐ من 31 إلى 40 سنة ☐ من 41 إلى 50 سنة ☐ أكثر من 50 سنة ☐

الرتبة الأكاديمية: مساعد(ب/أ) ☐ محاضر ب ☐ محاضر أ ☐ أستاذ التعليم العالي ☐

استخدام تطبيق بريدي موب بدرجة: كبيرة ☐ متوسطة ☐ ضعيفة ☐

الجزء الثاني: متغيرات الدراسة

نرجو منكم وضع علامة (X) أمام العبارة الصحيحة.

الملاحق

محور قياس تأثير الإبداع في تطبيق بريدي موب

الرقم	العبارة	موافق بشد	موافق	محايد	غير موافق	غير موافق بشدة
الطلاقة) سهولة الاستخدام وسلاسة العمليات)						
1	يتيح تطبيق بريدي موب لي إجراء العمليات المالية بسهولة دون تعقيدات.					
2	سرعة تنفيذ العمليات في التطبيق تلبي توقعاتي.					
3	لا أواجه صعوبة في العثور على الخدمات التي أحتاجها داخل التطبيق					
4	واجهة التطبيق القانون فالمستخدم في التطبيق جذابة وسهلة الاستخدام.					
المرونة) قدرة التطبيق على التكيف مع الاحتياجات المختلفة)						
5	التطبيق يوفر خيارات دفع وتحويل متعددة تناسب احتياجاتي.					
6	يمكنني تخصيص إعدادات التطبيق وفقاً لتفضيلاتي الشخصية.					
7	التطبيق يعمل بكفاءة على مختلف الأجهزة (الهواتف الذكية، الأجهزة اللوحية)					
8	عند حدوث مشكلة أثناء استخدام التطبيق، أجد حلولاً واضحة وسريعة.					
الأصالة (الابتكار والتميز مقارنة بالمنافسين)						
9	التطبيق يقدم ميزات فريدة غير متوفرة في التطبيقات المالية الأخرى.					
10	الابتكارات في التطبيق تجعل المعاملات المالية أكثر سهولة وأماناً.					
11	تصميم التطبيق مختلف عن التطبيقات الأخرى ويعكس هوية مميزة.					
12	التحديثات التي يتم إضافتها إلى التطبيق تزيد من كفاءته وابتكاره.					
التوسع) توفر ميزات إضافية تعزز تجربة المستخدم)						
13	التطبيق يوفر ميزات إضافية تساعدني في تنظيم وإدارة مصاريفي.					

الملاحق

14	ألاحظ أن التطبيق يتطور باستمرار ليشمل خدمات جديدة تلبي احتياجاتي.				
15	إمكانية ربط التطبيق بوسائل دفع أخرى (مثل البطاقات المصرفية) تزيد من فائدته				
16	أشعر أن التطبيق يقدم تجربة متكاملة تغنيني عن زيارة مكاتب البريد.				

محور العبارات المتعلقة برضا الزبائن:

الرقم	العبرة	موافق بشدة	موافق	محايد	غير موافق	غير موافق بشدة
17	أنا راض عن جودة الخدمات المقدمة في التطبيق					
18	أنا مرتاح كون أن تجربتي جيدة مع تطبيق بريدي موب					
19	استعمالي لتطبيق بريدي موب هو خيار صائب					
20	أقوم بنقل صورة إيجابية عن تطبيق بريدي موب إلى الآخرين					
21	بشكل عام خدمات تطبيق بريدي موب تناسب مع توقعاتي					
22	استخدام تطبيق بريدي موب زاد من ولائي لمؤسسة بريد الجزائر					
23	تلائم خدمات تطبيق بريدي موب مع متطلباتي					
24	يقوم تطبيق بريدي موب بالاستجابة السريعة للاستفسارات وتلبية حاجيات الزبائن					
25	يستجيب بريدي موب لشكاوي الزبائن بسرعة دون تأخير.					
26	أجد أن تطبيق بريد موب يحتوي على مستوى عالي من الأمان					
27	يقوم تطبيق بريدي موب على إرسال رقم سري عبر رسائل قصيرة SMS لاستكمال العملية بأمان وسرية					

الملاحق

28

أشعر بالاطمئنان عند إجراء عمليات الدفع عبر التطبيق

سؤال مفتوح:

- في رأيك، ما هي المعوقات أو المشاكل التي تواجهها أثناء استخدامك لتطبيق بريدي موب. وما هي الحلول التي تراها مناسبة لمعالجتها؟

.....

.....

.....

.....

الملحق رقم (04) نتائج مخرجات spss للسؤال الفرعية (5.6) مع اختبار الفرضية الأولى

الجدول (2) السن

الجدول (1) لجنس

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	40	66.7	66.7	66.7
d	20	33.3	33.3	100.0
Total	60	100.0	100.0	

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	4	6.7	6.7	6.7
	34	56.7	56.7	63.3
	19	31.7	31.7	95.0
	3	5.0	5.0	100.0
Total	60	100.0	100.0	

الملاحق

الجدول (3) الرتبة_الأكاديمية

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid :مساعد ب/ب/ 11	11	18.4	18.4	18.4
محاضر ب 16	16	26.7	26.7	43.3
محاضر أ 19	19	31.7	31.7	75.0
أستاذ التعليم العالي 14	14	23.3	23.3	98.3
Total 60	60	100.0	100.0	

الجدول (4)درجة أستخدم تطبيق

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid كبيرة 44	44	73.3	73.3	73.3
متوسطة 9	9	15.0	15.0	88.3
ضعيفة 7	7	11.7	11.7	100.0
Total 60	60	100.0	100.0	

الجدول (5) يوضح الصدق البنائي لخابر الأداة الدراسة

Correlations أسئلة و البعد الطلاقة

	واجهة التطبيق المستخدمة لا أواجه صعوبة في العثور في تطبيق بريدي موب جذابة وسهلة الاستخدام.	على الخدمات التي أحتاجها داخل التطبيق	سرعة تنفيذ العمليات في التطبيق تلي توقعاتي.	يتيح لي تطبيق بريدي موب إجراء العمليات المالية بسهولة دون تعقيدات.	الطلاقة
Pearson Correlation	.705**	.801**	.751**	.640**	1
Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	

الملاحق

N	60	60	60	60	60
---	----	----	----	----	----

Correlations أسئلة و البعد المرونة

المرونة	التطبيق يعمل بكفاءة	على مختلف الأجهزة	يمكنني تخصيص	إعدادات التطبيق وفقًا دفع وتحويل متعددة	التطبيق يوفر خيارات
عند حدوث مشكلة أثناء استخدام التطبيق، أجد حلولاً واضحة وسريعة.	الهواتف الذكية، الأجهزة اللوحية)	لتفضيلاي الشخصية. تناسب احتياجاي.	المرونة		
Pearson Correlation	.666**	.726**	.836**	.729**	1
Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	
N	60	60	60	60	60

Correlations أسئلة و البعد الأصالة

الأصالة	التصميم التطبيق مختلف عن	الابتكارات في التطبيق تجعل	التطبيق يقدم ميزات فريدة	غير متوفرة في التطبيقات	المالية الأخرى.
التحديثات التي يتم إضافتها إلى التطبيق تزيد من كفاءته وابتكاره.	هوية مميزة.	سهولة وأماناً.	المعاملات المالية أكثر	المالية الأخرى.	
Pearson Correlation	.579**	.707**	.811**	.765**	1
Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	
N	60	60	60	60	60

الملاحق

Correlations التابع و الأسئلة

	أشعر	يقوم تطبيق بريدي موب	موب	بريدي	بالاستجابة تتاليم	بريدي	موب زاد	تطبيق	تطبيق	إيجابية	صورة	لي	مرتاح	استعما أنا	أقوم
	بالاطمئنان عند	إرسال رقم سري عبر	أجد أن تطبيق	لشكاوي	للاستفسار تطبيق	من ولائي	بريدي	موب	تطبيق	عام	إيجابية	لتطبيق كون أن	أنا راض		
	إجراء عمليات	رسائل قصيرة SMS	بريد موب يحتوي	الزبائن	ات وتلبية بريدي	للمؤسسة	موب	موب	هو	تطبيق	المقدمة				
	الدفع عبر	لاستكمال العملية بأمان	على مستوى	بسرعة	حاجيات موب مع	بريد	تتناسب	إلى	خيار	بريدي	في				
	التطبيق	وسرية	عالي من الأمان	دون تأخير	الزبائن	متطلباتي	الجزائر	مع توقعاتي الآخرين	صائب موب	التطبيق	التابع				
Pearson Correlation	.767**	.580**	.622**		.673**	.778**	.760**	.773**	.843**	.682**	.756**	.777**	1		
Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000		
N	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60

Correlations أسئلة و البعد التوسع

	أشعر أن التطبيق يقدم تجربة متكاملة تغني عن زيارة مكاتب البريد.	إمكانية ربط التطبيق بوسائل دفع أخرى (مثل البطاقات المصرفية (تزيد من فائدته	بالاستمرار ليشمل خدمات جديدة تلي احتياجاتي.	التطبيق يوفر ميزات إضافية تساعدني في تنظيم وإدارة مصاريفي.	التوسع
Pearson Correlation	.691**	.625**	.688**	.716**	1
Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	
N	60	60	60	60	60

Correlations الأبعاد و المستقل

		الاستبيان	الطلاقة	المرونة	الأصالة	التوسع
الاستبيان	Pearson Correlation	1	.772**	.788**	.672**	.746**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000
	N	60	60	60	60	60

Correlations الاستبيان و المحاور

		الاستبيان	المستقل	التابع
الاستبيان	Pearson Correlation	1	.949**	.948**

الملاحق

Sig. (2-tailed)		.000	.000
N	60	60	60

الجدول (6) معامل الثبات الفاكرونباخ

Reliability Statistics بريدي موب	
Cronbach's Alpha	N of Items
.854	16

Reliability Statistics رضا الزبائن	
Cronbach's Alpha	N of Items
.906	12

Reliability Statistics الاستبيان ككل	
Cronbach's Alpha	N of Items
.931	28

الجدول (7) اختبار التوزيع الطبيعي

Tests of Normality

	Kolmogorov-Smirnov ^a			Shapiro-Wilk		
	Statistic	df	Sig.	Statistic	df	Sig.
المستقل	.059	60	.200 ^a	.987	60	.776
التابع 1	.090	60	.200 ^a	.965	60	.079

*. This is a lower bound of the true significance.

a. Lilliefors Significance Correction

جدول (8) المتوسطات الحسابية والانحرافات لمحور تأثير الإبداع في بريدي موب

Descriptive Statistics

	N	Mean	Std. Deviation
يتيح لي تطبيق بريدي موب إجراء العمليات المالية بسهولة دون تعقيدات.	60	4.27	.710
سرعة تنفيذ العمليات في التطبيق تلبي توقعاتي.	60	3.75	.914

الملاحق

950.	3.75	60	لا أواجه صعوبة في العثور على الخدمات التي أحتاجها داخل التطبيق
850.	3.92	60	واجهة التطبيق المستخدمة في تطبيق بريدي موب جذابة وسهلة الاستخدام.
926.	3.70	60	التطبيق يوفر خيارات دفع وتحويل متعددة تناسب احتياجاتي.
1.069	3.10	60	يمكنني تخصيص إعدادات التطبيق وفقًا لتفضيلاتي الشخصية.
924.	3.60	60	التطبيق يعمل بكفاءة على مختلف الأجهزة (الهواتف الذكية، الأجهزة اللوحية)
930.	2.82	60	عند حدوث مشكلة أثناء استخدام التطبيق، أجد حلولاً واضحة وسريعة.
946.	3.05	60	التطبيق يقدم ميزات فريدة غير متوفرة في التطبيقات المالية الأخرى.
1.003	3.33	60	الابتكارات في التطبيق تجعل المعاملات المالية أكثر سهولة وأمانًا.
974.	3.37	60	تصميم التطبيق يختلف عن التطبيقات الأخرى ويعكس هوية مميزة.
946.	3.45	60	التحديثات التي يتم إضافتها إلى التطبيق تزيد من كفاءته وابتكاره.
1.000	3.02	60	التطبيق يوفر ميزات إضافية تساعدني في تنظيم وإدارة مصاريفي.
1.022	3.20	60	ألاحظ أن التطبيق يتطور باستمرار ليشمل خدمات جديدة تلبي احتياجاتي.
979.	3.58	60	إمكانية ربط التطبيق بوسائل دفع أخرى (مثل البطاقات المصرفية) تزيد من فائدته.
1.052	3.67	60	أشعر أن التطبيق يقدم تجربة متكاملة تغنيني عن زيارة مكاتب البريد.
2.50079	15.6833	60	الطلاقة
2.85878	13.2167	60	المرونة
2.77275	13.2000	60	الأصالة
2.75845	13.4667	60	التوسع
		60	Valid N (listwise)

الجدول (9) المتوسطات الحسابية والانحرافات لمحور رضا الزبائن

Descriptive Statistics			
	N	Mean	Std. Deviation
أنا راض عن جودة الخدمات المقدمة في التطبيق	60	3.65	.860

الملاحق

أنا مرتاح كون أن تجريتي جيدة مع تطبيق بريدي موب	60	3.67	.857
استعمالي لتطبيق بريدي موب هو خيار صائب	60	3.72	.885
أقوم بنقل صورة إيجابية عن تطبيق بريدي موب إلى الآخرين	60	3.47	.965
بشكل عام خدمات تطبيق بريدي موب تتناسب مع توقعاتي	60	3.37	1.119
استخدام تطبيق بريدي موب زاد من ولائي لمؤسسة بريد الجزائر	60	3.23	.963
تلائم خدمات تطبيق بريدي موب مع متطلباتي	60	3.42	1.030
يقوم تطبيق بريدي موب بالاستجابة السريعة للاستفسارات وتلبية حاجيات الزبائن	60	2.82	1.017
يستجيب بريدي موب لشكاوي الزبائن بسرعة دون تأخير.	60	2.48	.965
أجد أن تطبيق بريد موب يحتوي على مستوى عالي من الأمان	60	3.15	1.176
يقوم تطبيق بريدي موب بإرسال رقم سري عبر رسائل قصيرة SMS لاستكمال العملية بأمان وسرية	60	3.93	.989
أشعر بالأطمئنان عند إجراء عمليات الدفع عبر التطبيق	60	3.42	1.183
Valid N (listwise)	60		

الجدول (10) اختبار t. text رضا الزبون

One-Sample Test

Test Value = 0

	t	df	Sig. (2-tailed)	Mean Difference	95% Confidence Interval of the Difference	
					Lower	Upper
التابع	36.904	59	.000	40.31667	38.1306	42.5027

الملحق (05): نتائج مخرجات spss لاختبار الفرضيات الفرعية

الجدول (1): الانحدار الخطي البسيط لطلاقة على رضا الزبائن

الملاحق

ANOVA^a

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	1871.599	1	1871.599	46.126	.000 ^b
Residual	2353.385	58	40.576		
Total	4224.983	59			

a. Dependent Variable:

Coefficients^a

b. Predictors: (Constant),

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		t	Sig.
	B	Std. Error	Beta			
1 (Constant)	4.995	5.265			.949	.347
الطلاقة	2.252	.332	.666		6.792	.000

a. Dependent Variable:

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.666 ^a	.443	.433	6.36990

a. Predictors: (Constant),

الخطي البسيط لمرونة على

الجدول (2): الانحدار

رضا الزبائن

Coefficients^a

Model Summary

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		t	Sig.
	B	Std. Error	Beta			
1 (Constant)	13.979	3.885			3.598	.001
المرونة	1.993	.287	.673		6.934	.000

a. Dependent Variable:

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.673 ^a	.453	.444	6.31113

a. Predictors: (Constant),

الملاحق

ANOVA^a

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	1914.825	1	1914.825	48.075	.000 ^b
Residual	2310.158	58	39.830		
Total	4224.983	59			

a. Dependent Variable:

b. Predictors: (Constant),

الجدول (3): الانحدار الخطي البسيط لأصالة على رضا الزبائن.

ANOVA^a

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.538 ^a	.290	.278	7.19282
a. Predictors: (Constant), الأعمالة				

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	1224.257	1	1224.257	23.663	.000 ^b
Residual	3000.726	58	51.737		
Total	4224.983	59			

a. الأَصَالَة. Predictors: (Constant),

a. Dependent Variable:

b. الأَصَالَة. Predictors: (Constant),

Coefficients^a

Unstandardized Coefficients			Standardized Coefficients		
Model	B	Std. Error	Beta	t	Sig.
1 (Constant)	18.631	4.554		4.091	.000
الأَصَالَة	1.643	.338	.538	4.864	.000

a. Dependent Variable:

الجدول (4): الانحدار الخطي البسيط لتوسع على رضا الزبائن.

الملاحق

ANOVA^a

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	1690.392	1	1690.392	38.682	.000 ^b
Residual	2534.591	58	43.700		
Total	4224.983	59			

a. Dependent Variable: التابع

b. Predictors: (Constant),

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.633 ^a	.400	.390	6.61059

a. Predictors: (Constant),

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients	Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Beta		
1 (Constant)	14.185		3.309	.002
التوسع	1.940	.633	6.219	.000

a. Dependent Variable: التابع

الملحق (6): نتائج مخرجات spss لاختبار الفرضية الثالثة

المجدول (1): نتائج التباين الأحادي

ANOVA

	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Between Groups	12.233	25	.489	1.079	.412
Within Groups	15.417	34	.453		

الملاحق

Total	27.650	59			
Between Groups	28.417	25	1.137	.993	.500
Within Groups	38.917	34	1.145		
Total	67.333	59			
Between Groups	10.867	25	.435	.853	.656
Within Groups	17.317	34	.509		
Total	28.183	59			

Independent Samples Test

الملاحق

		Levene's Test for Equality of Variances						t-test for Equality of Means			
		F	Sig.	t	df	Sig. (2-tailed)	Mean Difference	Std. Error	95% Confidence Interval of the Difference		
									Lower	Upper	
التابع		Group Statistics									
	الجنس	N		Mean		Std. Deviation		Std. Error Mean			
	ذكر	40		39.2250		8.63353		1.36508			
	أنثى	20		42.5000		7.86398		1.75844			

الجدول (2):

نتائج اختبار

t.test

فهرس الموضوعات

العنوان	
	شكر وعرفان
	إهداء
	ملخص
VI	قائمة المحتويات
VIII	قائمة الجداول
IX	قائمة الأشكال
X	قائمة المختصرات والرموز
X	قائمة الملاحق
أ-ج	مقدمة
الفصل الأول: الأدبيات النظرية و التطبيقية حول أثر الإبداع في تطبيق بريدي موب	
02	تمهيد
21-03	المبحث الأول: إطار النظري حول الإبداع في تطبيق بريدي موب
09-03	المطلب الأول: الإبداع التكنولوجي في التطبيقات الرقمية
03	الفرع الأول: تعريف الإبداع التكنولوجي في السياق الرقمي
03	الأول: مفهوم الإبداع التكنولوجي والمفاهيم المرتبطة به
05-04	الثاني: أهمية الإبداع ومعوقاته
06	الثالث: مستويات الإبداع
07	الفرع الثاني: أنواع الإبداع في السياق الرقمي
08-07	الأول: أنواع الإبداع
09	الثاني: مبادئ الإبداع
15-10	المطلب الثاني: مفاهيم حول تطبيق بريدي موب
10	الفرع الأول: ماهية تطبيق بريدي موب
10	الأول: تعريف تطبيق بريدي موب
11	الثاني: أبعاد تطبيق بريدي موب
12	الفرع الثاني: دليل استخدام التطبيق بريدي موب
12	الأول: شروط استخدام تطبيق بريدي موب
14-12	الثاني: خدمات تطبيق بريدي موب

فهرس الموضوعات

15	الثالث: طريقة العمل من طرف الزبون في تطبيق بريدي موب
21-16	المطلب الثالث: رضا زبون
16	الفرع الأول: أساسيات حول الزبون وسلوكه
16	الأول: مفهوم الزبون
16	الثاني: مفهوم سلوك الزبون
17	الفرع الثاني: مدخل لرضا الزبون ومحددات
17	الأول: مفهوم رضا الزبون
18-17	الثاني: أهمية رضا الزبون
21-19	الثالث: محددات رضا زبون
28-22	المبحث الثاني: الدراسات السابقة
23-22	المطلب الأول: دراسات بالغة العربية
26-24	المطلب الثاني: دراسات بالغة الأجنبية
28-27	المطلب الثالث: تعليق حول الدراسات السابقة
29	خلاصة الفصل الأول
	الفصل الثاني: الدراسة التطبيقية لقياس أثر الإبداع في تطبيق بريدي موب على رضا الزبائن
31	تمهيد
43-32	المبحث الأول: المبحث الأول: عرض أدوات لدراسة الميدانية
32	المطلب الأول: إجراءات الدراسة
32	الفرع الأول: المنهج المتبع في الدراسة
33	الفرع الثاني: مجتمع وعينة الدراسة
33	الفرع الثالث: متغيرات الدراسة
38-34	المطلب الثاني: خصائص عينة الدراسة
43-39	المطلب الثالث: أداة الدراسة وإجراءاتها
37	الفرع الأول: أداة الدراسة
39	الفرع الثاني: الأساليب الإحصائية المستخدمة
43-40	الفرع الثالث: صدق أداة الدراسة وثباتها
63-44	المبحث الثاني : عرض وتحليل اتجاهات أفراد العينة حسب أبعاد الدراسة
51-44	المطلب الأول: نتائج تحليل فقرات الاستبيان
61-52	المطلب الثاني : اختيار فرضيات الدراسة ومناقشتها

فهرس الموضوعات

52	الفرع الأول : اختبار الفرضية الرئيسة الأولى التي مفادها
59-53	الفرع الثاني : اختبار الفرضية الرئيسة الثانية التي مفادها.
61-60	الفرع الثالث : اختبار الفرضية الرئيسة الثانية التي مفادها
63-62	المطلب الثالث: نتائج اختبار الفرضيات
64	خلاصة الفصل الثاني
68-66	خاتمة
69-65	قائمة المراجع
67-65	باللغة العربية
68-67	بالغة الأجنبية
93-75	الملاحق
98-95	فهرس المحتويات