

دور المنتجات الرقمية في تحقيق أبعاد التنمية المستدامة -دراسة عينة من مستخدمي بريدي موب-

The role of the digital product in achieving the dimensions of sustainable development

-a study of a sample of BARIDIMOB application users-

خولة مداوي¹، سعيدة طيب²

¹ جامعة غليزان، khawla.madaoui@univ-relizane.dz

² جامعة غليزان، saida.tayeb@univ-relizane.dz

تاريخ النشر: 2024/06/30

تاريخ القبول: 2024/02/15

تاريخ الاستلام: 2023/09/14

Abstract:

This study aimed to identify the role of digital product "BaridiMob" in achieving the dimensions of sustainable development. To achieve this goal, we collected the necessary data by publishing an e-questionnaire for all users of BaridiMob through social media. The number of responses was 113.

The study found: its users have accepted BaridiMob, and there is no statistically significant relationship to the BaridiMob in achieving the economic dimension, while it has a relationship between his and the remaining dimensions.

Keywords: digital product; sustainable development; e-application

Jel Classification Codes: Q01 ; O14

ملخص:

هدفت هذه الدراسة الى معرفة دور المنتج الرقمي "بريدي موب" في تحقيق أبعاد التنمية المستدامة، ولتحقيق هذا الهدف قمنا بجمع البيانات اللازمة بنشر استبيان الكتروني عبر مواقع التواصل الاجتماعي مستهدفا مستخدمي تطبيق بريدي موب، حيث كان مجموع الردود 113 رد قابل للدراسة.

وقد توصلت الدراسة الى عدة نتائج أهمها: أن تطبيق بريدي موب يتمتع بالقبولية من طرف مستخدميه، إلا أنه لا يوجد بينه وبين البعد الاقتصادي علاقة ذو دلالة إحصائية، في حين أنها توجد علاقة ذو دلالة إحصائية بينه وبين كل من البعد الاجتماعي، البيئي والتقني للتنمية المستدامة.

كلمات مفتاحية: منتجات رقمية، تنمية مستدامة، تطبيقات إلكترونية.

تصنيفات JEL: Q01؛ O14

1. مقدمة:

يضم العصر الرقمي كل مظاهر التطور التكنولوجي والذي يعتمد بالدرجة الأولى على الانترنت وتكنولوجيا المعلومات والاتصال، حيث مس هذا التحول جميع القطاعات لاسيما الاقتصادية والاجتماعية فأصبح لزاما على المؤسسات مجازة هذه التطورات التكنولوجية باستخدام الاساليب والوسائل التكنولوجية الحديثة وكذا تطوير وتصميم، منتجاتها رقميا وأتمتة ما يمكنها أن تؤتمت من خدماتها وعرضها على مواقع الويب والوسائط الالكترونية المختلفة للحفاظ على حصصها السوقية وزيادة تنافسيتها وتلبية حاجات ورغبات الأسواق المستهدفة وفق ما يتماشى مع عصر الرقمنة ومجتمع المعرفة، ونتيجة للاهتمام المتزايد بالتنمية المستدامة في العصر الحالي لكونها تهدف الى الاستغلال العقلاني والأمثل للموارد بجميع أنواعها لتحقيق مجتمع ذو مستوى معيشي راقى حاليا ومستقبلا يعيش في بيئة سليمة خالية من التلوث والمساوئ الطبيعية يتمتع بخدمات أمنية وصحية وتعليمية جيدة، فالدور الذي تلعبه التكنولوجيا الحديثة في تحقيق الاستدامة من خلال تغير أنماط الاستهلاك لدى الفرد واعتماده على الأعمال والخدمات الرقمية عبر شبكة الانترنت في حياته اليومية التي تتزايد يوما بعد يوم بوتيرة سريعة، يدعو الى توجيه الافراد ومنظمات الأعمال للحد من استهلاك الطاقة وتبديدها وعدم إهدار الموارد الطبيعية حفاظا عليها للأجيال المستقبلية.

إشكالية البحث: من خلال ما سبق يمكن صياغة الاشكالية الرئيسية كما يلي:

هل لتطبيق بريدي موب دورا في تحقيق أبعاد التنمية المستدامة؟

وبناء على ما سبق يمكن طرح الأسئلة الفرعية التالية:

- هل يوجد لتطبيق خدمة بريدي موب دور ذو دلالة احصائية في تحقيق البعد الاقتصادي للتنمية المستدامة؟
- هل يوجد لتطبيق خدمة بريدي موب دور ذو دلالة احصائية في تحقيق البعد الاجتماعي للتنمية المستدامة؟
- هل يوجد لتطبيق خدمة بريدي موب دور ذو دلالة احصائية في تحقيق البعد البيئي للتنمية المستدامة؟
- هل يوجد لتطبيق خدمة بريدي موب دور ذو دلالة احصائية في تحقيق البعد التقني للتنمية المستدامة؟

فرضيات الدراسة: لمعالجة الاشكالية الرئيسية والأسئلة الفرعية للدراسة تم صياغة الفرضيات التالية:

الفرضية الرئيسية

يوجد دور لتطبيق خدمة بريدي موب ذو دلالة احصائية عند مستوى معنوية ($\alpha \leq 0.05$) في تحقيق أبعاد التنمية المستدامة

الفرضيات الفرعية

— يوجد لتطبيق خدمة بريدي موب دور ذو دلالة احصائية عند مستوى معنوية ($\alpha \leq 0.05$) في تحقيق البعد الاقتصادي للتنمية المستدامة

— يوجد لتطبيق خدمة بريدي موب دور ذو دلالة احصائية عند مستوى معنوية ($\alpha \leq 0.05$) في تحقيق البعد الاجتماعي للتنمية المستدامة

— يوجد لتطبيق خدمة بريدي موب دور ذو دلالة احصائية عند مستوى معنوية ($\alpha \leq 0.05$) في تحقيق البعد البيئي للتنمية المستدامة

— يوجد لتطبيق خدمة بريدي موب دور ذو دلالة احصائية عند مستوى معنوية ($\alpha \leq 0.05$) في تحقيق البعد التقني للتنمية المستدامة

أهداف الدراسة

يتمثل الهدف الأساسي لهذه الدراسة في التعرف على دور المنتجات الرقمية وخاصة التطبيقات الالكترونية في تحقيق أبعاد التنمية المستدامة، ومنه يمكن ابراز الأهداف التالية:

- التطرق الى المفاهيم النظرية الخاصة بالمنتج الرقمي والتنمية المستدامة
- تقديم بعض المقترحات المناسبة لمؤسسة بريد الجزائر فيما يخص مجال الدراسة

أهمية الدراسة

ترجع أهمية الدراسة الى حداثها وانتشار التطبيقات الرقمية رقمنةً لمختلف المجالات الاقتصادية والاجتماعية والبيئية ومعرفة مدى مساهمتها ودورها في تحقيق أبعاد التنمية المستدامة التي تعبر عن مدى تطور البلد والى المزايا التي تحققها الرقمنة عامة والتطبيقات الرقمية خاصة

منهجية البحث:

تم اعتماد المنهج الوصفي والذي يجمع بين الجوانب النظرية والعملية. حيث قمنا بجمع البيانات وتبويبها وعرضها وتحليلها وتفسيرها سواء تعلق الأمر بالجانب النظري أو الجانب العملي اللذان يقوم

عليهما البحث. ففي الجانب النظري، تم الاطلاع على المادة العلمية المتوفرة والمتكونة من كتب ومقالات ومواقع الكترونية. أما الجانب التطبيقي، فيتعلق بدراسة الحالة والتي تم الاعتماد فيها بدرجة كبيرة على أداة الاستبيان.

2. ماهية المنتج الرقمي

إن منظمات الأعمال والشركات بمختلف أحجامها وأنواعها تحتاج الى مواكبة التطور الحاصل في التكنولوجيا وذلك لأنها غيرت من طريقة تفكير وسلوك المستهلكين وذلك بتقديم وعرض منتجات عبر الوسائط الالكترونية المختلفة وشبكة الانترنت حتى تستمر في نشاطاتها

1.2. مفهوم المنتج الرقمي

المنتجات هي أحد العناصر الأساسية للمزيج التسويقي وكافة العناصر الأخر تركز عليه وتتمحور حوله، ويعبر المنتج بشكل عام عن جملة من الخصائص المادية الملموسة وغير المادية المعنوية التي تقدم منافع وفوائد التي يحصل عليها المستهلك وتلبي حاجاته ورغباته من جراء استخدامه له، ومن أجلها يتبادلون المال أو مواد أخرى ذات قيمة للحصول عليها.

1.1.2. تعريف المنتج الرقمي

أحدثت التكنولوجيا الحديثة تغيرات جوهرية في مفاهيم وممارسات اقتصادية على نطاق واسع لاسيما الانترنت والوسائط الالكترونية المختلفة كالهواتف الذكية، اتصالات الأقمار الصناعية وغيرها التي فتحت مجال أمام قدرات جديدة في رقمنة المنتجات وأتمتة الخدمات في مختلف المؤسسات، وفي سياق هذا تم تقديم تعريفات من وجهات نظر واتجاهات مختلفة للمنتج الرقمي، فاتجاهات تعريف المنتج الرقمي هما اثنان: (الكريسي، 2017)

أ. **الاتجاه الأول:** حسب هذا الاتجاه فإن المنتج الرقمي هو المنتج الذي يمكن تبادله بشكل آلي تماما ولا يحتاج الى توزيع مادي، بمعنى أنه لا يوجد له شكل فيزيائي أو شكل مادي معين فلا يمكن نقله أو تخزينه واستعماله إلا باستخدام الوسائل الإلكترونية المختلفة وشبكة الانترنت فقط.

ب. **الاتجاه الثاني:** حسب هذا الاتجاه فإن المنتج الالكتروني هو المنتج الذي يتم تبادله بشكل آلي أو شبه آلي ينطوي على إجراء بعض العمليات خارج شبكة الانترنت كالنقل والتسليم (توزيع مادي).

ونضيفي على هذا عدة تعاريف أخرى لضبط تعريف نهائي للمنتج الرقمي ما إذا كانت حسب الاتجاه الأول أو الثاني ونذكر منها:

- المنتج الرقمي هو ذلك المنتج الذي يمكن تداوله بشكل آلي وبصورة مباشرة عبر شبكة الانترنت والوسائط الالكترونية المختلفة الأخرى، فهو لا يحتاج الى توزيع مادي في بعض الحالات وفي الحالات الأخرى يتم تسويقها بالاعتماد على التوزيع المادي، فنوعية المنتج تحدد نوعية التوزيع المناسب لإيصال المنتج الى الزبائن في الوقت والمكان المناسبين. (سايحي و حفناوي، 2022)
- المنتج الرقمي هو ما تقدمه وتعرفه المنظمة عبر موقعها ومتجرها الالكتروني على الانترنت، بقصد تحقيق أهداف المنظمة من خلال إشباع حاجات ورغبات وأذواق الزبائن المستهدفين، فمن خلال هذا التعريف نجد أن الباحث لم يحدد ما إذ كان المنتج هو كل ما يتم توزيعه بشكل آلي بحت أو يمكن توزيعه ماديا، فنستنتج أن كل ما يمكن عرضه في المتجر الالكتروني هو منتج رقمي بغض النظر عن خصائصه، فالهدف هو إشباع وتحقيق حاجات ورغبات الزبائن.
- المنتج الرقمي هو أي منتج يتم تداوله أو بيعه الكترونيا. (سايحي و حفناوي، 2022) وفي هذا التعريف نفهم أن المنتج الإلكتروني هو كل ما يمكن اتمام صفقته البيعية أو الشرائية بطريقة إلكترونية أو على شبكة الانترنت، فلا يهم إن كان استهلاكه الكترونيا أو بشكل تقليدي.
- ومن خلال ما تم عرضه نلاحظ أن كل التعاريف المقدمة اتبعت الإتجاه الثاني في تعريف المنتج الرقمي، فنستنتج أن هذا الأخير هو كل ما يمكن عرضه وتقديمه على المواقع والمتاجر الالكترونية، يتم تداوله و إتمام العملية البيعية بشكل الكتروني بحت سواء عبر شبكة الانترنت أو عبر مختلف الوسائط الالكترونية كالتحميل المباشر للكتب الرقمية من الانترنت، تنزيل التطبيقات والألعاب على الأجهزة الذكية، تنزيل الصور، خدمات الويب والبرمجيات، حيث يتم الشراء ودفع ثمن ما تم شراؤه بشكل رقمي تماما؛ بالإضافة الى كل ما يتم تداوله بشكل شبه رقمي ينطوي على إجراء بعض العمليات خارج الانترنت كخدمة حجز أو طلب تذكرة سفر أو حجز غرفة في فندق يكون إلكترونيا أما الاستفادة من هذه الخدمة يفرض تواجد الزبون في مكان تقديم الخدمة للاستفادة منها، أو شراء منتج ما من موقع أمازون يكون تحديد وطلب المنتج ودفع ثمنه على الانترنت لكن إيصاله للزبون يكون بالاعتماد على التوزيع المادي في نقله وتسليمه.
- وعلى ضوء هذا التعريف يمكن تقديم تصنيف المنتجات الرقمية والمسوقة عبر الانترنت كما يلي:
- **منتج رقمي بحت:** يصمم، يطور، يُوزع ويستهلك أو يستعمل بشكل إلكتروني تماما مثل البرمجيات

- **منتج رقمي يوزع بشكل مادي:** فنجد بعض المنتجات التي تُصمم، تطور، تعرض وتسوق بشكل الكتروني عبر مواقع الانترنت المختلفة لكن تقدم وتصل للزبون عن طريق التوزيع المادي كألعاب الفيديو (البلاي ستيشن)
- **منتج مادي يسوق رقميا:** فنجد من أمثلتها الكثير كالمواد الغذائية، مستحضرات التجميل، الأجهزة الكهربائية وغيرها الكثير فهي يتم تطويرها وإنتاجها في المصانع لكن تعرض وتسوق عبر مواقع الانترنت المختلفة.

2.1.2. خصائص المنتج الرقمي

- لا تختلف المنتجات المسوقة عبر الانترنت عن غيرها، إلا أن تسويقها الرقمي صاحبه تغيرات كثيرة في بعض المفاهيم والأنشطة التسويقية لعل أبرزها ما يلي: (سايجي و حنفاوي، 2022، صفحة 129)
- درجة عالية من التدويل: فالمشتري عبر الانترنت له إمكانية شراء ما يريد من أي شركة ومن أي مكان في العالم
 - تقلص العلاقة التقليدية بين سعر المنتج وعمره (منتج جديد يعرض بأسعار مرتفعة والعكس صحيح)، حيث أن سعر المنتج أصبح يعتمد على عناصر أخرى
 - مدة تصميم وتطوير المنتجات الرقمية قصيرة مقارنة بالمنتجات التقليدية
 - تلعب العلامة التجارية دور كبير في نجاح المنتج عبر الانترنت، فهي الهوية التي تميزه وتسهل وصول المشترين إليه في ظل تجارة افتراضية
 - جني الأرباح لا يتوقف بتوقف الإنتاج حيث هناك إمكانية الإنتاج لمرة واحدة ويتم تحقيق الأرباح لمدة طويلة. (الزعيبي، 2019، صفحة 129)

3.1.2. دورة حياة المنتج الرقمي

- يقصد بدورة حياة المنتج سلسلة من المراحل التي يمر بها المنتج منذ دخوله السوق الى خروجه منه، حيث تأخذ المبيعات والايادات تزايد تصل به الى القمة ثم تبدأ بالانحدار.
- يستخدم مفهوم دورة حياة المنتج من قبل مديري التسويق كأداة تحليلية وكإطار يمكن أن يساعد في وصف كيفية تطور المنتجات في السوق وتطوير استراتيجيات تسويقية فعالة لمختلف مراحل الدورة، (معلا، 2020، صفحة 171)، وتتكون دورة حياة المنتج الرقمي من مرحلتين أساسيتين هما: (مطالي، 2016)

- أ. **مرحلة التقديم:** تعرف هذه المرحلة طرح المنتج الرقمي في الفضاء والسوق الرقمي لأول مرة، فالمنتج الذي لم يحرز نجاحا في مرحلة التقديم عليه الخروج واستبداله بمنتج آخر أو بعلامة تجارية جديدة أخرى من أجل كسب الوقت وعدم التأخير في عرض منتج قد لا يحقق الفائدة المرجوة.
- ب. **مرحلة التدهور:** في هذه المرحلة يكون الطلب على المنتج في انخفاض بشكل سريع، وهنا وجب وجود استراتيجيات معينة لعملية استبدال هذا المنتج بآخر.

3. التنمية المستدامة

في هذا العنصر سيتم التطرق الى تعريف التنمية المستدامة، أهدافها، مبادئها وأبعادها؛

1.3. تعريف التنمية المستدامة

ظهر مصطلح التنمية المستدامة في سبعينيات القرن الماضي وهناك بعض التعاريف المتاحة لهذا نذكر منها ما يلي:

تعريف تقرير برونتلاند الذي أصدرته اللجنة العالمية للبيئة والتنمية (1987) ويعنون "مستقبلنا المشترك": عرفت التنمية المستدامة على أنها التنمية التي تلبي احتياجات الحاضر دون أن يعرض للخطر قدرة الأجيال التالية على إشباع احتياجاتها. (أبو النصر و محمد مدحت، 2017، صفحة 81)

وعرفت في **مؤتمر قمة الأرض** عام 1992 بالبرازيل على أنها ضرورة إنجاز الحق في التنمية بحيث تتحقق على نحو متساو الحاجات التنموية والبيئية لأجيال الحاضر والمستقبل. (عشري، 2022)

وعرفت **الجمعية العامة للأمم المتحدة** التنمية المستدامة بأنها التنمية التي تلبي احتياجات الحاضر دون المساس بقدرة الأجيال القادمة على تلبية احتياجاتها. (عشري، 2022، صفحة 70)

عرف ويليم رولكز هاوس **مدير حماية البيئة الأمريكية** التنمية المستدامة على أنها تلك العملية التي تقرر بضرورة تحقيق نمو اقتصادي يتلاءم مع قدرات البيئة وذلك من منطلق أن التنمية الاقتصادية والمحافظة على البيئة هما عمليات متكاملة وليست متناقضة. (نغموشي و معيزي، 2021)

كما قد تم تحديد عدة مفاهيم مرتبطة بالتنمية المستدامة هي كالتالي: (أبو النصر و محمد مدحت، 2017، الصفحات 81-83)

1.1.3. المفهوم الاقتصادي يأخذ مفهوم التنمية المستدامة نطتين:

في الدول المتطورة: تعني خفض عميق ومتواصل في استهلاك الطاقة والموارد الطبيعية وإحداث تحولات جذرية في الأنماط الحياتية السائدة في تلك الدول؛

في الدول النامية والفقيرة: تعني توظيف الموارد من أجل رفع المستوى المعيشي للسكان.

2.1.3. المفهوم الاجتماعي

يشير هذا النمط من التنمية الى السعي من أجل تحقيق استقرار النمو السكاني ووقف تدفق الأفراد على المدن وذلك من خلال تطوير مستوى الخدمات الصحية والتعليمية وتحقيق أكبر قدر ممكن من المشاركة الشعبية في التخطيط للتنمية.

3.1.3. المفهوم البيئي

التنمية هي القدرة على الاستمرار والتواصل في حماية الموارد الطبيعية (نباتية أو حيوانية) والحفاظة على التكامل البيئي في تنظيم الموارد البيئية والعمل على تنميتها في العالم لمضاعفة المساحات الخضراء على الأرض.

4.1.3. المفهوم التقني

يشير هذا المفهوم الى ذلك النمط من التنمية الذي ينقل المجتمع الى عصر الصناعات والتقنيات النظيفة التي تستخدم أقل قدر ممكن من الطاقة والموارد وتنتج الحد الأدنى من الغازات الضارة للحد من التلوث وتحقيق استقرار المناخ

ونستنتج مما سبق أن التنمية المستدامة هي تلك النشاطات التي تهدف الى تحقيق الحد الأعلى من تلبية الاحتياجات الاجتماعية والانسانية للأجيال الحالية والحرص على احتياجات الأجيال المستقبلية بشكل عادل للقضاء على الفقر والجوع وتحقيق نمو اقتصادي واجتماعي يراعي البعد البيئي في جعل البيئة نظيفة ومحمية من كل سوء أو تلوث عن طريق استخدام الموارد الطبيعية المتاحة بشكل عقلاني دون إهدارها والاعتماد على الطاقات المتجددة والتقنيات النظيفة الصديقة للبيئة التي تستهلك أقل قدر ممكن من الطاقة والموارد.

2.3. أهداف التنمية المستدامة

وضعت منظمة الأمم المتحدة أهداف تفصيلية للتنمية المستدامة تمثلت في 17 هدف، نذكرها فيما

آتي: (أبو النصر و محمد مدحت، 2017، صفحة 89)

- إنهاء الفقر بكافة أشكاله؛
- إنهاء الجوع وتأمين الغذاء وتحسين التغذية والزراعة؛
- ضمان حياة صحية وتعزيز مستوى معيشي مناسب لكل الأعمار؛

- ضمان جودة التعليم وتعزيز فرص التعليم المستمر للجميع؛
- تحقيق المساواة بين الجنسين وتمكين المرأة؛
- ضمان إتاحة خدمات المياه والصرف الصحي للجميع؛
- ضمان الحصول على الطاقة؛
- تعزيز النمو الاقتصادي والتوظيف لجميع القادرين على العمل؛
- تحقيق تصنيع مستدام وتبني الإبداع والابتكار؛
- التقليل من عدم المساواة بين الدول وداخل الدول؛
- بناء مدن إنسانية آمنة ومستدامة؛
- ضمان إنتاج واستهلاك مستدام؛
- اتخاذ أفعال عاجلة لتحسين المناخ؛
- المحافظة على الأنهار والبحار والمحيطات والمسطحات المائية والكائنات الحية؛
- حماية وتعزيز الاستخدام المستدام للنسق الإيكولوجي والغابات ومحاربة التصحر والمحافظة على التنوع البيولوجي؛
- تعزيز السلام الدولي والعدالة للجميع والمساءلة على جميع المستويات؛
- تقوية وسائل التنفيذ لتحقيق التنمية المستدامة.

3.3. مبادئ التنمية المستدامة

- يتطلب تحقيق أهداف التنمية المستدامة الإلتزام بجملة من المبادئ المحورية المتمثلة في: (أبو النصر ومحمد مدحت، 2017، صفحة 113)
- مبدأ المشاركة مع المجتمع: وذلك لإشعار المستفيدين والقائمين على عملية التنمية بأن كل منهم يكمل دور الآخر؛
 - مبدأ المسؤولية المشتركة بين القائمين على عملية التنمية وأفراد المجتمع عن نجاح أو فشل جهود التنمية؛
 - مبدأ ضرورة تنمية الموارد المالية والبشرية والمادية اللازمة للحفاظ على خطوات التنمية داخل المجتمع؛
 - مبدأ اللامركزية بحيث تكون عملية اتخاذ القرارات بالإشتراك مع أفراد المجتمع؛
 - مبدأ الاحترام المتبادل لوجهات النظر بين القائمين على التنمية وأفراد المجتمع؛
 - خدمة الفقراء والمجموعات المهمشة وتفعيلهم؛

— المشاركة الكاملة للمرأة.

4.3. أبعاد التنمية المستدامة

تعد التنمية المستدامة تنمية رباعية الأبعاد مترابطة ومتداخلة في إطار تفاعل يتسم بالضبط والترشيد للموارد، وهذه الأبعاد هي:

1.4.3. البعد الاقتصادي

يستند هذا البعد الى المبدأ الذي يقضي بزيادة رفاهية المجتمع الى أقصى حد والقضاء على الفقر من خلال استغلال الموارد الطبيعية على النحو الأمثل وبكفاءة (مقدم، 2019)، لأنه لا يمكن الحفاظ على موارد البيئة من الاستنزاف في ظل الفقر والعوز، وذلك من خلال إيقاف تبديد الموارد واستنزافها، فالأمر يستلزم الترشيد في استهلاك الموارد و تغيير أنماط الإنتاج والاستهلاك التي تهدد التنوع البيولوجي كالكائنات المهددة بالانقراض وإجراء تخفيضات في مستوى الاستهلاك للموارد الطبيعية من خلال إحداث تغيير جذري في أساليب الحياة. (العذاري، 2016، صفحة 36)

2.4.3. البعد الاجتماعي

يشير هذا البعد الى النهوض برفاهية المجتمع وتحسين سبل الحصول على الخدمات الصحية والتعليمية الأساسية والأمنية والعيش في بيئة نظيفة وسليمة مع كفالة حقه في نصيب عادل من الموارد والثروات الطبيعية يستخدمها في ممارسة جميع الأنشطة بما يخدم احتياجاته لرفع المستوى المعيشي دون تقليل فرص الأجيال القادمة. ومن مؤشرات هذا البعد نجد:

— معدل الرفاهية الاجتماعية ونوعية الحياة؛

— معدلات الفقر والبطالة؛

— التعليم والصحة؛

— معدل النمو السكاني: باعتبار أن النمو السكاني السريع غير المستقر يُحدث ضغوطا حادة على الطبيعة وقدرة الحكومات على توفير الخدمات.

3.4.3. البعد البيئي

يركز هذا البعد على حماية الموارد الطبيعية والتعامل معها وتوظيفها لصالح الانسان من دون إحداث خلل في مكونات البيئة المتضمنة للأرض، الماء، الهواء، وما يكمن فيها من مصادر تساهم في بقاء الحياة البشرية والحيوانية والنباتية دون تلوثها أو استنزافها. (مشى، 2019)

4.4.3. البعد التقني

بعض الباحثين يضيف البعد التقني أو التكنولوجي الى باقي أبعاد التنمية المستدامة، حيث تسعى من خلال هذا البعد الى توظيف التكنولوجيا الحديثة بما يخدم المجتمع وذلك من خلال توعيته بأهمية التقنيات الحديثة في المجال التنموي وكيفية استخدامها بغرض تحسين نوعية حياة المجتمع مع إيجاد الحلول المناسبة للسيطرة على المخاطر والمشكلات البيئية الناجمة عن استخدام هذه التكنولوجيا. (شيلي، 2021)، فالبعد التقني هو البعد الذي يهتم بالتحول الى تكنولوجيات أنظف وأكثر تنقل المجتمع الى عصر يستخدم أقل قدر من الطاقة والموارد بهدف التقليل من الغازات والملوثات بشكل عام (مقدم، 2019).

4. دراسة دور تطبيق بريدي موب في تحقيق أبعاد التنمية المستدامة

1.4. ماهية تطبيق بريدي موب

يعتبر تطبيق بريدي موب من بين تطبيقات الهاتف الذكي التي تعرف على أنها برامج تعمل على الهواتف الذكية، بما تحتوي مصمم لسد حاجة معينة لدى المستخدم، أو تلبية خدمة معينة، حيث يجري تحميل التطبيق على الأجهزة الذكية من المتاجر الالكترونية المتعددة للشركات المشرفة على أنظمة تشغيل هذه الهواتف شكل مباشر دون الحاجة لمعرفة تفاصيل تقنية لتثبيت البرامج كما كان الحال على أجهزة الحاسوب الشخصي. (حميض، 2017)

2.4. تعريف تطبيق بريدي موب

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 الالكترونية 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)

3.4. شروط استخدام تطبيق بريدي موب

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

— توفر حساب بريدي جاري؛

- الاستفادة من البطاقة الذهبية وتكون قيد الاستعمال؛
- حيازة الرقم الذي تم طلب البطاقة الذهبية به؛
- امتلاك هاتف ذكي بنظام أندرويد؛
- توفر الانترنت بالهاتف الذكي.

4.4. خدمات تطبيق بريدي موب

يقدم تطبيق بريدي موب جملة من الخدمات المالية منها:

- كشف رصيد الحساب؛
- تحويل مبالغ مالية من حساب الى حساب آخر؛
- كشف العمليات المصغرة الأخيرة (سحب مبلغ أو دفع فاتورة)؛
- تعبئة رصيد الهاتف لجميع الشبكات؛
- تعبئة رصيد الانترنت ADSL؛
- خدمة سحب مبالغ مالية من الصراف الآلي؛
- تسير البطاقة الذهبية والاستفادة من خدماتها كطلب تغيير الرمز السري، استبدال البطاقة...الخ.

5. مجتمع وعينة الدراسة

1.5. مجتمع الدراسة: تستهدف هذه الدراسة متعاملين مؤسسة بريد الجزائر الذين يمتلكون بطاقة

ذهبية ويستخدمون تطبيق بريدي موب

2.5. عينة الدراسة: نظرا لطبيعة موضوع الدراسة وخصائص الأفراد المبحوثين تم توزيع الاستبيان

الالكتروني في الحسابات الشخصية لمواقع التواصل الاجتماعي لمستخدمي تطبيق بريدي موب، حيث تم
تجميع 113 رد على الاستبيان قابل للدراسة والذي يمثل نسبة 100% وهذه نسبة جيدة من أجل
الحصول على نتائج الدراسة.

3.5. أداة الدراسة: لغرض جمع البيانات وتحليلها تم تصميم استبيان الكتروني يتناسب محتواه مع

أسئلة الدراسة وفرضياتها، توزع على جزأين، جزء خاص بالمعلومات الشخصية للمستجوبين والجزء الثاني
تضمن محورين أساسيين كما يلي:

■ المحور الأول: تضمن 06 عبارات خاصة بالمتغير المستقل تطبيق بريدي موب

■ المحور الثاني: تضمن هذا المحور عبارات خاصة بأبعاد المتغير التابع (التنمية المستدام)) التي تم قياسها ب 19 عبارة، موزعة على 04 محاور فرعية تمثلت في:

- محور البعد الاقتصادي
- محور البعد الاجتماعي
- محور البعد البيئي
- محور البعد التقني

ولتحويل اجابات مفردات عينة الدراسة الى بيانات كمية تم استخدام مقياس ليكرت الخماسي لكونه أكثر تعبيرا وتنوعا وباعتباره يعطي مجال أوسع للإجابة، ويمكن توضيح الدرجات الخمس للموافقة في الجدول الموالي:

جدول رقم 01: درجات مقياس ليكرت الخماسي

غير موافق بشدة	غير موافق	محايد	موافق	موافق بشدة
1	2	3	4	5

ولتحليل النتائج سيتم حساب كل من الوسط الحسابي والانحراف المعياري لكل بعد من أبعاد الدراسة وذلك لتحديد مستوى الاستجابة، حيث تم تحديد مستوى الاستجابة وفق ما يلي:

من 1 الى 1.8 منخفضة جدا، من 1.8 الى 2.6 منخفضة، من 2.6 الى 3.4 متوسطة، من 3.4 الى 4.2 مرتفعة، ومن 4.2 الى 5 مرتفعة جدا.

6. عرض المخرجات وتحليلها

يشير التحليل الاحصائي لمفردات العينة المدرسة وفق خصائصها الديمغرافية الممثلة بالجدول التالي:

الجدول رقم 02: توزيع مفردات العينة المدرسة وفقا لخصائصها

الجنس	العدد	النسبة المئوية
ذكر	58	48.7
أنثى	55	51.3
المؤهل العلمي	العدد	النسبة المئوية
ليسانس	19	16.8
ماستر	52	46
ماجستير	03	2.7
دكتوراه	32	28.3
غير ذلك	07	6.2

دور المنتجات الرقمية في تحقيق أبعاد التنمية المستدامة -دراسة عينة من مستخدمي بريدي موب-

مدة استخدام التطبيق	العدد	النسبة المئوية
أقل من سنة	33	29.2
من سنة الى ثلاث سنوات	50	44.2
من ثلاث سنوات الى ست سنوات	30	26.5

المصدر: من إعداد الباحثين بالاعتماد على مخرجات Spss

من الجدول نلاحظ أن التحليل الاحصائي الوصفي لعينة الدراسة يشير الى أن عدد الذكور فيها 58 ما يعادل 51.3% أكثر من نصف حجم العينة، في حين كان عدد الإناث فيها يساوي 55 وهو ما يعادل 48.7% ، أما فيما يخص المؤهل العلمي فإن الغالبية المسيطرة هي أصحاب شهادة الماستر بنسبة 46% ليلها حاملي شهاد الدكتوراه بنسبة 28.3% ، ثم حاملي شهادة الليسانس بنسبة 16.8%، ليلها أصحاب المؤهلات العلمية الأخرى غير المدرجة في الاستبيان بلغت 6.2%، وفي الأخير حاملي الماجستير بنسبة 2.7%؛ أما بالنسبة لسنوات استخدام التطبيق فالفئة المسيطرة هي فئة المستخدمين من سنة الى ثلاث سنوات بـ 50 مفردة ما يعادل 44.2%، يليها فئة المستخدمين لأقل من سنة بنسبة 29.2% ثم فئة من ثلاث سنوات الى ست سنوات بنسبة 26.5%.

بعدما تم استعراض الجوانب الوصفية للدراسة من خلال التحليل الوصفي للعينة المدرسة سنتطرق

الى النتائج كما هو موضح في الجدولين الآتيين:

الجدول رقم 03: الوسط الحسابي والانحراف المعياري للمتغير المستقل (تطبيق بريدي موب)

العبارة	الوسط الحسابي	الانحراف المعياري	درجة الاستجابة	رتبة العبارة
1.سهولة الحصول على التطبيق وتثبيته	4.17	0.55	مرتفعة	1
2.بريدي موب يتميز بالوضوح وسهولة الاستخدام	4.15	0.42	مرتفعة	2
3.بريدي موب يتميز بالكفاءة العالية في تقديم الخدمة	3.39	1.05	متوسطة	5
4.تطبيق بريدي موب آمن وموثوق	3.92	0.78	مرتفعة	3
5.الخدمات المالية المقدمة من خلال التطبيق تحقق الهدف منها دائما	3.68	0.77	مرتفعة	4
6.الخدمات المتوفرة على تطبيق بريدي موب مماثلة للخدمات المقدمة في مؤسسة بريد الجزائر وفروعها	3.39	1.06	متوسطة	5

المصدر: من اعداد الباحثين بالاعتماد على مخرجات Spss

من خلال الجدول رقم 03 نلاحظ أن استجابات أفراد العينة لبنود المحور الأول الخاص بالمتغير المستقل والمتمثل في تطبيق بريدي موب كانت درجة الاستجابة بين مرتفعة ومتوسطة محصورة بين الوسط الحسابي 3.39 و 4.17، فجاءت العبارة رقم 01 بالرتبة الأولى والذي يدل على التطبيق يتم الحصول عليه وتثبيته بكل سهولة، وجاءت العبارة رقم 02 بالمرتبة الثانية والتي تعني أن استخدام التطبيق سهل وواضح، في المرتبة الثالثة كانت العبارة رقم 04 والتي تدل على أن لمستخدمي تطبيق بريدي موب الثقة التامة بسرّيته وأمنه للبيانات الشخصية، في المرتبة الرابعة العبارة رقم 05 والتي تؤكد فعالية استخدامه والحصول على الخدمات التي يحتاجها المستخدم أو المتعامل مع بريد الجزائر، وتذلل الترتيب كل من العبارة رقم 03 والعبارة رقم 06 بدرجة استجابة متوسطة فالعبارة رقم 03 تدل على عدم كفاءة التطبيق اللازمة و عدم خلوه من الأخطاء أثناء تقديم الخدمة، والعبارة رقم 06 لعدم توفر التطبيق على كافة عمليات وخدمات مؤسسة بريد الجزائر، وعليه يمكننا قول أن تطبيق بريدي موب يتوفر على الخصائص والشروط المطلوبة من امكانية الحصول عليه ووضوح وسهولة استخدامه، تمتعه بالموثوقية و الأمان، وتوفره على الخدمات التي يحتاجها المتعامل وتحقيق له الهدف منها دائما.

الجدول رقم 04: الوسط الحسابي والانحراف المعياري لأبعاد المتغير التابع (التنمية المستدامة)

العبارة	الوسط الحسابي	الانحراف المعياري	درجة الاستجابة	رتبة العبارة
1. تطبيق بريدي موب يقلل من تكاليف الحصول على الخدمات المالية التي أريدها	3.65	0.91	مرتفعة	1
2. يتم اقتطاع مبلغ مالي مناسب عند استخدامي لطبيق بريدي موب وهذا لا يشكل عبأ علي	3.03	1.31	متوسطة	3
3. تطبيق خدمة بريدي موب زاد من عدد عملياتي المالية	3.45	1.09	مرتفعة	2
لتطبيق خدمة بريدي موب دور في تحقيق البعد الاقتصادي	3.43	0.93	مرتفعة	
1. تطبيق بريدي موب ساعدني في اتمام عمليات ومعاملات مالية دون حاجتي بالتواجد في مكان تقديم الخدمة	4.07	0.90	مرتفعة جدا	1
2. تطبيق بريدي موب يلبي حاجاتي المالية المتنوعة في أي وقت	3.80	0.92	مرتفعة	4
3. يوفر تطبيق بريدي موب مجال الاستفسار والتعليق حول الخدمات المقدمة	3.07	1.11	متوسطة	7
4. بريدي موب يحقق لي الرضا تجاه خدمات بريد الجزائر	3.54	0.89	مرتفعة	6
5. تطبيق بريدي موب موجه الى كل مواطن يحمل البطاقة الذهبية دون استثناء	3.98	0.90	مرتفعة	3
6. ساعدني تطبيق بريدي موب في قضاء احتياجاتي المالية دون جهد	4	0.75	مرتفعة	2
7. يشعرنى استخدام بريدي موب بالانتماء والارتقاء في المستوى المعيشي	3.69	0.94	مرتفعة	5

دور المنتجات الرقمية في تحقيق أبعاد التنمية المستدامة -دراسة عينة من مستخدمي بريدي موب-

مرتفعة		1.02	3.73	لتطبيق خدمة بريدي موب دور في تحقيق البعد الاجتماعي
2	مرتفعة	0.76	3.8	1. تحميل وتحديث التطبيق لا يحتاج الى موارد طبيعية
1	مرتفعة	0.9	3.91	2. استخدامي للتطبيق قلص من حجم استخداماتي لشيكات و الوتائق الورقية
3	متوسطة	1.15	2.92	3. المنتجات المصاحبة لتطبيق بريدي موب كالبطاقات الذهبية و الموزعات الآلية تستنزف موارد معدنية وطاقة
4	منخفضة	1.07	2,37	4. بريدي موب يستنزف من شحن البطارية للجهاز نسبة كبيرة
متوسطة		0.97	3.25	لتطبيق خدمة بريدي موب دور في تحقيق البعد البيئي
1	مرتفعة	0.71	4	1. تطبيق خدمة بريدي موب يهدف الى بناء مجتمع قائم على الرقمنة
2	مرتفعة	0.84	3.83	2. تطبيق خدمة بريدي موب حقق طفرة رقمية في قطاع الخدمات المالية بالجزائر
3	متوسطة	1.05	3.39	3. تطبيق خدمة بريدي موب خالي من الأخطاء الفنية في تقديم الخدمات
4	متوسطة	1.05	3.32	4. تطبيق خدمة بريدي موب يشجع التعامل على استخدام المنتجات الرقمية
5	متوسطة	1.12	3.22	5. يساهم تطبيق خدمة بريدي موب في سد الفجوة الرقمية بين الجزائر والدول المتطورة
مرتفعة		0.95	3.55	لتطبيق خدمة بريدي موب دور في تحقيق البعد التقني

المصدر: من اعداد الباحثين بناء على مخرجات Spss

من خلال الجدول رقم 04 يتضح أن:

— درجة استجابة المحور الفرعي الخاص بالبعد الاقتصادي مرتفعة بوسط حسابي 3.43، وقد

كانت عبارة تطبيق بريدي موب يقلل من تكاليف الحصول على الخدمات المالية هي الأعلى استجابة بوسط حسابي 3.65

— درجة استجابة المحور الفرعي الثاني الخاص بالبعد الاجتماعي مرتفعة بوسط حسابي 3.73،

وكانت استجابات أفراد العينة بالنسبة لعبارات هذا المحور بين مرتفعة جدا ومرتفعة ومتوسطة، وعبارة تطبيق بريدي موب ساعدني في اتمام عمليات ومعاملات مالية دون حاجتي بالتواجد في مكان تقديم الخدمة هي الأعلى استجابة بوسط حسابي 4.07

— درجة استجابة المحور الفرعي الثالث الخاص بالبعد البيئي متوسطة بوسط حسابي 3.25،

واستجابات افراد العينة كانت بين مرتفعة ومتوسطة، وعبارة استخدامي للتطبيق قلص من حجم استخداماتي لشيكات والوتائق الورقية هي الأعلى استجابة بوسط حسابي 3.91

— درجة استجابة المحور الفرعي الرابع الخاص بالبعد التقني مرتفعة بوسط حسابي 3.55، واستجابات أفراد العينة كانت بين مرتفعة ومتوسطة، وعبارة تطبيق خدمة بريدي موب يهدف الى بناء مجتمع قائم على الرقمنة هي الأعلى استجابة بوسط حسابي 4.00 من خلال تفريغ استجابات أفراد عينة الدراسة وتحليلها ضمن برنامج Spss v22.

7 اختبار الفرضيات

سيتم فيما يلي عرض فرضيات الدراسة واختبار صحتها من عدمه، حيث تهدف الفرضية الرئيسية الى معرفة دور استخدام تطبيق بريدي موب في تحقيق التنمية المستدامة بأبعادها الأربعة، وتنص هذه الفرضية على:

● الفرضية الصفرية: تنص على: لا يوجد دور ذو دلالة احصائية عند مستوى معنوية $\alpha \leq 0.05$ في تحقيق أبعاد التنمية المستدامة

● الفرضية البديلة: يوجد دور ذو دلالة احصائية عند مستوى معنوية $\alpha \leq 0.05$ في تحقيق أبعاد التنمية المستدامة

وتندرج ضمنها الفرضيات الفرعية الآتية:

الفرضية الفرعية الأولى: تهدف الى معرفة دور تطبيق بريدي موب في تحقيق البعد الاقتصادي للتنمية المستدامة وتنص على:

● الفرضية الصفرية: لا يوجد لتطبيق خدمة بريدي موب دور في تحقيق البعد الاقتصادي للتنمية المستدامة عند مستوى معنوية $\alpha \leq 0.05$

● الفرضية البديلة: يوجد لتطبيق خدمة بريدي موب دور في تحقيق البعد الاقتصادي للتنمية المستدامة عند مستوى معنوية $\alpha \leq 0.05$

الفرضية الفرعية الثانية: تهدف الى معرفة دور تطبيق بريدي موب في تحقيق البعد الاجتماعي للتنمية المستدامة وتنص على:

- الفرضية الصفريّة: لا يوجد لتطبيق خدمة بريدي موب دور في تحقيق البعد الاجتماعي للتنمية المستدامة عند مستوى معنوية $\alpha \leq 0.05$
 - الفرضية البديلة: يوجد لتطبيق خدمة بريدي موب دور في تحقيق البعد الاجتماعي للتنمية المستدامة عند مستوى معنوية $\alpha \leq 0.05$
 - الفرضية الفرعية الثالثة: تهدف لمعرفة دور واسهام تطبيق بريدي موب في تحقيق البعد البيئي للتنمية المستدامة من عدمه وتنص على:
 - الفرضية الصفريّة: لا يوجد لتطبيق خدمة بريدي موب دور في تحقيق البعد البيئي للتنمية المستدامة عند مستوى معنوية $\alpha \leq 0.05$
 - الفرضية البديلة: يوجد لتطبيق خدمة بريدي موب دور في تحقيق البعد البيئي للتنمية المستدامة عند مستوى معنوية $\alpha \leq 0.05$
 - الفرضية الفرعية الرابعة: تهدف الى معرفة دور تطبيق بريدي موب في مدى تحقيقه للبعد التقني أو التكنولوجي للتنمية المستدامة وتنص على:
 - الفرضية الصفريّة: لا يوجد لتطبيق خدمة بريدي موب دور في تحقيق البعد التقني للتنمية المستدامة عند مستوى معنوية $\alpha \leq 0.05$
 - الفرضية البديلة: يوجد لتطبيق خدمة بريدي موب دور في تحقيق البعد التقني للتنمية المستدامة عند مستوى معنوية $\alpha \leq 0.05$
- يستخدم الانحدار الخطي البسيط لتحديد العلاقة بين المتغيرين التابع والمستقل، وفيما يلي الجدول رقم 05 يمثل تحليل تباين خط الانحدار للفرضيات، أي معرفة مدى اسهام ودور تطبيق بريدي موب في تحقيق أبعاد التنمية المستدامة

الجدول رقم 05: تحليل تباين خط الانحدار البسيط الفرضيات الدراسة

المتغير المستقل	أبعاد المتغير Y التابع	ثابت الانحدار B	معامل الانحدار a	معامل الارتباط R	معامل التحديد R ²	الخطأ المعياري للتقدير	قيمة t الحسوبة	قيمة F الحسوبة	مستوى الدلالة sig
تطبيق بريدي موب X	البعد الاقتصادي Y1	2.23	0.018	0.164	0.027	0.72	1.75	3.082	0.082
	البعد الاجتماعي Y2	0.706	0.317	0.569	0.323	0.555	7.284	53.056	0.000
	البعد البيئي Y3	1.387	0.095	0.321	0.103	0.620	3.571	12.754	0.001
	البعد التقني Y4	1.104	0.641	0.803	0.644	0.446	14.180	201.080	0.000

المصدر: من اعداد الباحثين بالاعتماد على مخرجات Spss

يتضح من الجدول أعلاه ما يلي:

— لا يوجد دور ذو دلالة احصائية عند مستوى معنوية $\alpha \geq 0.05$ لتطبيق بريدي موب في تحقيق البعد الاقتصادي للتنمية المستدامة، حيث بلغ معامل الارتباك r بيرسون 16.4%، كما بلغ معامل التحديد 2.7% و بلغت قيمة فيشر F(3.08) عند مستوى الدلالة (0.08) أكبر من مستوى المعنوية (0,05)، أي أنه لا يوجد علاقة اسهام أو دور لتطبيق بريدي موب في تحقيق البعد الاقتصادي للتنمية المستدامة وبالتالي النموذج غير دال احصائيا، وعليه تقبل الفرضية الصفرية التي تنص على أنه لا يوجد دور ذو دلالة احصائية عند مستوى معنوية $\alpha \geq 0.05$ لتطبيق بريدي موب في تحقيق البعد الاقتصادي.

— يوجد دور ذو دلالة احصائية عند مستوى معنوية $\alpha \geq 0.05$ لتطبيق بريدي موب في تحقيق البعد الاجتماعي للتنمية المستدامة، حيث بلغ معامل الارتباط 56.9% ومعامل التحديد 32.3%، وبلغت قيمة t (7.28) وقيمة فيشر بلغت 53.056 عند مستوى دلالة 0.000 وهو أدنى من مستوى المعنوية $\alpha \geq 0.05$ ، أي أن نموذج الانحدار جاء دالا احصائيا وعليه نقبل الفرضية البديية التي نصت على أنه يوجد دور ذو دلالة احصائية لتطبيق بريدي موب في تحقيق البعد الاجتماعي للتنمية

المستدامة عند مستوى معنوية $\alpha \geq 0,05$. ويمكن كتابة معادلة الانحدار على النحو التالي: $Y2 = 0.706X + 1.08$

— يوجد دور ذو دلالة احصائية عند مستوى معنوية $\alpha \geq 0.05$ لتطبيق بريدي موب في تحقيق البعد البيئي للتنمية المستدامة، حيث بلغ معامل الارتباط 32.1% ومعامل التحديد 10.3% ، وبلغت قيمة $t(3.571)$ وقيمة فيشر بلغت 12.754 عند مستوى دلالة 0.001 وهو أدنى من مستوى المعنوية $\alpha \geq 0.05$ ، أي أن نموذج الانحدار جاء دالا احصائيا وعليه نقبل الفرضية البديلة التي نصت على أنه يوجد دور ذو دلالة احصائية لتطبيق بريدي موب في تحقيق البعد البيئي للتنمية المستدامة عند مستوى معنوية $\alpha \geq 0,05$. ويمكن كتابة معادلة الانحدار على النحو التالي:

$$Y3 = 0.387X + 1.798$$

— يوجد دور ذو دلالة احصائية عند مستوى معنوية $\alpha \geq 0.05$ لتطبيق بريدي موب في تحقيق البعد التقني للتنمية المستدامة، حيث بلغ معامل الارتباط 80.3% ومعامل التحديد 64.4% ، وبلغت قيمة $t(14.180)$ وقيمة فيشر بلغت 201.080 عند مستوى دلالة 0.000 وهو أدنى من مستوى المعنوية $\alpha \geq 0.05$ ، أي أن نموذج الانحدار جاء دالا احصائيا وعليه نقبل الفرضية البديلة التي نصت على أنه يوجد دور ذو دلالة احصائية لتطبيق بريدي موب في تحقيق البعد التقني للتنمية المستدامة عند مستوى معنوية $\alpha \geq 0,05$ ويمكن كتابة معادلة الانحدار على النحو التالي :

$$Y4 = 0.104X - 0.595$$

8. خاتمة

سعت هذه الدراسة الى تحقيق هدف رئيسي يتمثل في دور المنتجات الرقمية في تحقيق التنمية المستدامة بأبعادها الأربعة، حيث خلصت الى العديد من النتائج نذكرها فيما يلي:

— التطبيقات والمنتجات الرقمية هي توجه تسويقي معاصر للمؤسسات تعتمد عليها لتقديم

خدماتها بشكلها الرقمي والمعاصر

– نجاح التحول نحو تبني الرقمنة والعمل بالتطبيقات والمنتجات الرقمية يعتمد بشكل مهم على تحقيق الأمن والسرية والموثوقية للمعلومات الشخصية الخاصة بالمستخدم والقدرة على إحداث رد فعل إيجابي لديه في حالة الأخطاء والشكاوى؛

– تسعى مؤسسة بريد الجزائر الى تحقيق أهداف اقتصادية من خلال تطبيق بريدي موب تتمثل في زيادة أرباحها باقتطاعها لمبلغ مالي رمزي من حساب المستخدم جراء استخدامه للتطبيق أو القيام بعملية مالية (تحويل مبلغ مالي، تعبئة رصيد الهاتف، دف الفواتير...) وتقليل نفقات وتكاليف الحصول على الخدمات المختلفة من طرف العملاء والوصول الى مستوى مرضي للمعيشة، لكن درجة تحقيق هذا كانت متوسطة نوعا ما لاعتبار المستخدم أن ذلك المبلغ هو زيادة عبء عليه؛

– لقي تطبيق بريدي موب قبولا من طرف المتعاملين مع مؤسسة بريد الجزائر وذلك لبساطة وسهولة استخدامه بغض النظر لمستوياتهم المعرفية والعلمية؛

– تطبيق بريدي موب له دور في تحقيق البعد الاجتماعي للتنمية المستدامة لتلبيتها متطلبات وحاجات العملاء لخدمات المطلوبة في أي وقت ومن أي مكان بدون جهد ولتحقيق الرضا والرفاهية للعملاء والمجتمع ككل، كما أنه يحقق العدالة الاجتماعية كونها تستهدف كل الفئات المجتمع شرط امتلاكه للبطاقة الذهبية؛

– إن تطبيق بريدي موب له دور في تحقيق البعد البيئي للتنمية المستدامة والارتقاء بالبيئة كون هذه المنتجات قليلة التأثيرات السلبية لا تستنزف الموارد المعدنية والطبيعية والطاقة بشكل مبالغ فيه عند تثبيتها وتحديثها وحتى استخدامها كما أنها تقلل من استخدام الوثائق الورقية التقليدية التي تضر بالثروة الغابية على المستوى الوطني والعالمي، كما لا ينتج عنها نفايات أو بقايا تسبب التلوث لتوفير بيئة آمنة صحية ونظيفة؛

– إن تطبيق بريدي موب له دور هام في تحقيق البعد التقني للتنمية المستدامة من خلال سعيها الى تشجيع الأفراد على استخدام مثل هذه التطبيقات والمنتجات الرقمية بشكل عام لبناء مجتمعات قائمة على المعرفة والرقمنة وسد الفجوة الرقمية بين الجزائر والدول المتطورة.

ومن خلال هذه الدراسة يمكن تقديم بعض التوصيات والمتمثلة في:

- ضرورة الاهتمام وتشجيع الاستثمار في المجال الرقمي عموما وتقديم تحفيزات ودعم للمؤسسات التي تطبق أو ترغب في تطبيق الرقمنة ضمن أداء أنشطتها والذي يعود بالإيجاب على التنمية المستدامة؛
- توعية وتشجيع العملاء بالتوجه الى استخدام التطبيقات الالكترونية والمنتجات الرقمية أكثر فأكثر والاستعانة بها، لأن لحد الآن يعانون من تخوفات وعدم ثقة بالتطبيقات والمنتجات الرقمية، فهذه الأخيرة تسهل التعامل والمعاملات بين المؤسسة ومتعاملها أو بين المتعاملين فيما بينهم؛
- على مؤسسة بريد الجزائر الأخذ بعين الاعتبار تعليقات وشكاوى العملاء ومستخدمي تطبيق بريدي موب عند تحديثه وتطويره والسعي على تقديمه بأقل نسبة أخطاء ومشاكل.
- على مؤسسة بريد الجزائر إعادة النظر في رسوم استخدام التطبيق فبعض المتعاملين يعتبرها زيادة أعباء لا تحقق لهم المنفعة الاقتصادية ويمكنهم التخلي عن استخدام التطبيق مستقبلا؛
- وكأفاق للبحث يمكن إدراج الآتي:

- دور التطبيقات الرقمية في تحقيق التنمية الاجتماعية،
- مساهمة التسويق الرقمي في تحقيق أبعاد التنمية المستدامة
- اعتمدنا في الدراسة على نموذج واحد فقط من التطبيقات الالكترونية (BARIDIMOB) والتي تمثل نوع واحد من المنتجات الرقمية، وبالتالي يستحسن الاعتماد على أنواع أخرى من المنتجات الرقمية وعدة تطبيقات إلكترونية لامكانية تعميم النتائج.

9. قائمة المراجع:

- (1) ALGERIE POSTE. (2023, 09 11). play store. تاريخ الاسترداد 09 11, 2023 من BaridiMob: <https://play.google.com/details?id=ru.bpc.mobilebank.bpc>
- (2) الخامسة سايحي، و أمال حفناوي. (2022). التسويق الالكتروني للخدمات. عمان، الأردن: دار اليازوري للنشر والتوزيع.

3) ILHEM CHILI, avril 2021, mafhoum el tanmiya el mostadama fi el jamiate al jazairiya, revue algerienne d'économie et gestion, v15(n01)

4) AMINA NAGHMOUCHI & JAZIRA MAIZI, (décembre 2021), tahkik el tanmiya el mostadama bi elitimad ala el tahawel el rakmi, majalat el bohouth el iktissadiya wa el maliya, v08(n02).

5) MOKADEM WAHIBA, (décembre 2021), ahamiyat el masouliya el ijtimaiya fi tahkik tanmiya al mostadama min khilal daam nodhom al idara el biiya, majala poidex, v08 (n02)

6) شهد طارق حميض. (2017). واقع تصميم وجهات المستخدم في تطبيقات الهواتف

الذكية. رسالة ماجستير في التصميم الجرافيكي، 18. عمان، الأردن: جامعة الشرق الأوسط.

7) عدنان داود محمد العذاري. (2016). الاستثمار الأجنبي المباشر على التنمية المستدامة في

بعض الدول الإسلامية. المنهل.

8) علي فلاح الزعبي. (2019). إدارة التسويق (منظور تطبيقي استراتيجي). عمان، الاردن:

اليازوري للنشر والتوزيع.

9) فاتن عبد الأول مشى. (2019). الاقتصاد المعرفي (رؤية الاستدامة بالوطن العربي).

مصر: مركز الخبرات المهنية للإدارة.

10) فؤاد الكريسي. (2017). محاضرة في التسويق الالكتروني.

11) ليلي مطالي. (2016). الوجيز في التسويق الالكتروني. بيروت، لبنان: دار الكتب العلمية.

12) مدحت أبو النصر، و ياسمين محمد مدحت. (2017). التنمية المستدامة (مفهومها،

أبعادها، مؤشراتها). المجموعة العربية للتدريب والنشر.

13) منال عشري. (2022). تكنولوجيا المعلومات ورأس المال البشري (رؤية للتنمية المستدامة

2030). الاسكندرية، مصر: دار التعليم الجامعي.

14) ناجي معلا. (2020). أصول التسويق (مدخل تحليلي). عمان، الأردن: اليازوري للنشر

والتوزيع.