



مجلة التجارة والتمويل

[/https://caf.journals.ekb.eg](https://caf.journals.ekb.eg)

كلية التجارة – جامعة طنطا

العدد : الثالث

سبتمبر 2023

الجزء الاول

أثر التحول الرقمي علي التسعير المستدام للخدمات البنكية
"دراسة تطبيقية على فروع بنك مصر منطقة كفر الشيخ"

The impact of digital transformation on sustainable pricing of banking services

An applied study on Banque Misr branches in Kafr El-Sheikh area

دكتور / محمد الشوادفي الغنام

مدرس بقسم إدارة الأعمال بالمعهد العالي

للإدارة وتكنولوجيا المعلومات بكفر الشيخ

البريد الإلكتروني: m.elshwadf@yahoo.com

ملخص البحث:

يهدف هذا البحث إلى التعرف على أثر التحول الرقمي علي التسعير المستدام للخدمات البنكية بالتطبيق على فروع بنك مصر منطقة كفر الشيخ من خلال تطبيق أبعاد العمليات المختلفة للتحول الرقمي : (بناء استراتيجية التحول الرقمي - نشر ثقافة التحول الرقمي - توفير متطلبات التحول الرقمي البشرية والتقنية والإجرائية) كمتغير مستقل، و أثر ذلك علي التسعير المستدام للخدمات البنكية بفروع بنك مصر منطقة كفر الشيخ كمتغير تابع ، وقد تعرفت هذه الدراسة على أهم المعوقات التي تواجه تطبيق التحول الرقمي بفروع بنك مصر منطقة كفر الشيخ، وقد تم وضع مجموعة من الأسئلة والفرضيات التي عالجت مشكلة الدراسة بأبعادها المختلفة، وفي ضوء إثبات فرضيات الدراسة تم الحصول على نتائج هذه الدراسة ، وتقديم مجموعة من التوصيات التي تعزز استخدام عناصر التحول الرقمي للوصول إلي التسعير المستدام للخدمات البنكية.

الكلمات المفتاحية:

التحول الرقمي, التسعير المستدام، بنك مصر.

The impact of digital transformation on sustainable pricing of banking services

"An applied study on Banque Misr branches in Kafr El-Sheikh area"

Abstract:

This study aims to identify the impact of digital transformation on the sustainable pricing of banking services by applying it to Banque Misr branches in Kafer EL-Sheikh government through applying the various processes of digital transformation whose dimensions are : building a digital transformation strategy – spreading the culture of digital transformation – providing human , technical and procedural requirements for digital transformation as an independent variable , and its impact on the sustainable pricing of banking services in Banque Misr branches in Kafer El-Sheikh government as a dependent variable . this study identified the most important obstacles facing the application of digital transformation in Banque Misr branches in Kafer EL-Sheikh government . among the questions and hypotheses that dealt with the problem of the study in its various dimensions , and in the light of providing the hypotheses of the study , the results of this study were obtained , and present a set of recommendations that promote the use of digital transformation elements to reach sustainable pricing of banking services.

key words:

Digital transformation, sustainable pricing, Banque Misr.

١. الإطار العام للبحث

١/١ مقدمة البحث:

أسهمت ثورة التحول الرقمي ببناء مظهر جديد للعالم بعد الأزمة الاقتصادية العالمية وعملت علي خلق تأثيرات وإبداعات إيجابية للأعمال، ويعد التحول الرقمي المدخل المناسب لتنفيذ الخدمات المالية لتشمل كافة شرائح المجتمع، بمن فيهم الفئات المهمشة ومحدودي الدخل، بتكلفة منخفضة دون تمييز، تساعد على استمرار مشاريعهم ونموها ليصبحوا جزءاً من النشاط الاقتصادي الرسمي، وهي عملية تكاملية بين كافة المؤسسات المالية المعنية لخدمة أهدافها، وخدمة لأهداف الاقتصاد الكلي، المتمثل في تحقيق النمو الاقتصادي، كما أن التكلفة المنخفضة لهذه الخدمات عامل مهم في تحفيز الطبقات الفقيرة وأصحاب المشاريع الصغيرة للاندماج في النشاط الاقتصادي الرسمي، ليصبحوا جزءاً منه، وبذلك تتسع قاعدة المتعاملين مع المؤسسات المالية المزودة لهذه الخدمات، وتصبح محرك رئيسي للاقتصاد الجزئي والكلي.

٢/١ مشكلة وتساؤلات البحث:

تتزايد أعداد البنوك العالمية والأجنبية في مصر حيث تتبنى هذه البنوك الإنترنت كقناة استراتيجية لتوزيع خدماتها البنكية بغرض تحسين أدائها بالتحول الرقمي، وتوفير فرص نمو مستقبلية لها، وتحقيق ميزتها التنافسية، للوصول إلى أفضل مزيج تسويقي مستدام للخدمات المصرفية، إلا أنه في المقابل يوجد بطء ملحوظ في عملية تبني هذا الفكر من معظم البنوك العاملة في مصر، مما أدى إلى زيادة اتساع الفجوة بينها وبين البنوك المتقدمة خاصة في ظل تنامي توجه البيئة البنكية بشكل عام.

وتحتاج البنوك لمزيد من الاهتمام بالتحول بإدارة التحول الرقمي في الفترة القادمة

(Inaam,2020).

وقد تبنت الدولة اتجاهاً نحو التحول الرقمي لجميع مؤسساتها بما فيها القطاع المصرفي وذلك في ضوء رؤية مصر ٢٠٣٠، حيث صدر قرار بإنشاء المجلس الأعلى للتحول الرقمي عام ٢٠١٧ ليكون نقطة البدء للعديد من التطورات المتلاحقة، ثم تلي ذلك صدور القانون رقم

٨ لسنة ٢٠١٩، والذي يتولى تنظيم عمليات الدفع غير النقدي ، وكذا صدور قانون البنك المركزي الذي حث علي التحول الرقمي للمنظومة المصرفية (النقيرة ،٢٠٢٢، ص ٢٥٧٣). ومن خلال ذلك تكمن مشكلة البحث في المنافسة التي تواجهها البنوك في مصر، وضرورة اتخاذها لمجموعة من الإجراءات لغرض قياس وتحسين الأداء البنكي، والوقوف على مواقع القصور ومعالجته، لكي تحظى برضا وثقة عملاءها وزيادة حصتها السوقية وتحقيق المزايا التنافسية، كونها مؤسسات حيوية ذات تأثير مباشر بالاقتصاد الوطني والتنمية.

وعلى ذلك يمكن التعبير عن مشكلة البحث من خلال التساؤل الرئيسي التالي:

إلي أي مدى يؤثر التحول الرقمي علي التسعير المستدام للخدمات البنكية بفروع بنك مصر منطقة كفرالشيخ ؟

التساؤلات الفرعية للبحث:

- هل يوجد علاقة ذات دلالة احصائية بين آراء المبحوثين حسب خصائصهم الديموجرافية (النوع - العمر - المتغير الوظيفي) حول مدى تطبيق أبعاد التحول الرقمي وبين سياسة التسعير المستدام للخدمات البنكية بفروع بنك مصر منطقة كفر الشيخ .
- هل يوجد علاقة ذات دلالة احصائية بين بناء استراتيجية التحول الرقمي - كأحد أبعاد التحول الرقمي - وبين سياسة التسعير المستدام للخدمات البنكية بفروع بنك مصر منطقة كفر الشيخ؟
- هل يوجد علاقة ذات دلالة احصائية بين نشر ثقافة التحول الرقمي - كأحد أبعاد التحول الرقمي - وبين سياسة التسعير المستدام للخدمات البنكية بفروع بنك مصر منطقة كفر الشيخ؟
- هل يوجد علاقة ذات دلالة احصائية بين توفير متطلبات التحول الرقمي - كأحد أبعاد التحول الرقمي - وبين سياسة التسعير المستدام للخدمات البنكية بفروع بنك مصر منطقة كفر الشيخ؟

٣/١ هدف البحث:

يتمثل الهدف الرئيسي للبحث في:

دراسة أثر التحول الرقمي علي التسعير المستدام للخدمات البنكية بفروع بنك مصر منطقة كفرالشيخ .

ويمكن تحقيق هذا الهدف الرئيسي من خلال تحقيق الأهداف الفرعية التالية:

- دراسة أثر آراء المبحوثين حسب خصائصهم الديموجرافية (النوع - العمر - المتغير الوظيفي) حول مدي تطبيق أبعاد التحول الرقمي.
- دراسة أثر أبعاد التحول الرقمي (بناء استراتيجيات التحول الرقمي - نشر ثقافة التحول الرقمي - توفير متطلبات التحول الرقمي البشرية والتقنية والإجرائية) وبين سياسة التسعير المستدام للخدمات البنكية بفروع بنك مصر منطقة كفر الشيخ.
- دراسة الدور الذي يقوم به التحول الرقمي في تطوير التسعير المستدام للخدمات البنكية بفروع بنك مصر منطقة كفرالشيخ .

٤/١ أهمية البحث:

تتبع أهمية البحث من خلال الاعتبارات الآتية:

- أهمية الاستفادة من تأثيرات التحول الرقمي على منظومة التسعير المستدام بالبنوك المصرية وتحسينها نحو التغيير للأفضل.
- أهمية الجوانب التي تؤثر على منظومة الخدمات بالبنوك المصرية والتي تؤثر علي رضا الفرد في المجتمع.
- أهمية دور القطاع المصرفي المتمثل في البنوك المصرية وأثر ذلك في تحسين مستوى الاقتصاد القومي لمصر عن طريق ما يوفره من فرص عمل وما ينتجه من خدمات استراتيجية.

٥/١ فروض البحث:

في ضوء طبيعة ومشكلة البحث وهدفها يمكن صياغة فروض البحث علي النحو التالي:

الفرض الرئيسي الأول : يوجد علاقة ذات دلالة احصائية بين آراء المبحوثين حسب خصائصهم الديموجرافية (النوع - العمر - المتغير الوظيفي) حول مدي تطبيق أبعاد التحول الرقمي وبين سياسة التسعير المستدام للخدمات البنكية بفروع بنك مصر منطقة كفر الشيخ .

الفرض الرئيسي الثاني : يوجد علاقة ذات دلالة احصائية بين بناء استراتيجية التحول الرقمي وبين سياسة التسعير المستدام للخدمات البنكية بفروع بنك مصر منطقة كفر الشيخ.

الفرض الرئيسي الثالث : يوجد علاقة ذات دلالة احصائية بين نشر ثقافة التحول الرقمي وبين سياسة التسعير المستدام للخدمات البنكية بفروع بنك مصر منطقة كفر الشيخ.

الفرض الرئيسي الرابع : يوجد علاقة ذات دلالة احصائية بين توفير متطلبات التحول الرقمي وبين سياسة التسعير المستدام للخدمات البنكية بفروع بنك مصر منطقة كفر الشيخ.

٦/١ منهج البحث:

تعتمد هذه الدراسة على المنهج الوصفي التحليلي، وذلك من خلال الإطلاع علي الكتب والدراسات السابقة والبحوث العلمية المنشورة بالدوريات والمجلات العلمية التي تتناول متغيرات البحث المتمثلة في أبعاد التحول الرقمي والتسعير المستدام واشتقاق فروض البحث، فضلاً عن دراسة وتحليل علاقات الارتباط بين متغيرات البحث.

٧/١ أساليب جمع المعلومات والبيانات

اعتمد الباحث في بناء الإطار النظري على أسلوب الدراسة المكتبية، وذلك من خلال الاطلاع على المتاح من البيانات الثانوية المنشورة بالتقارير الممثلة لمجتمع البحث، وكذلك الدوريات العلمية المتخصصة العربية والأجنبية، ونتائج الدراسات العلمية السابقة، ومواقع الإنترنت المتعلقة بمجال ومتغيرات البحث، كما تم الاعتماد في جمع البيانات الأولية على أسلوب الاستقصاء والمقابلات الميدانية التي أسهمت في بناء إطار عملي للبحث واختبار الفروض واستخلاص النتائج والمقترحات.

وقد قام الباحث بعمل مقابلات مخططة سابقاً مصممة لهذا الغرض مع عدد من الإدارة العليا والإدارة الوسطى بفروع بنك مصر منطقة كفر الشيخ للتعرف علي موقف التحول الرقمي بالبنك وأهم آليات التحول الرقمي ولمعرفة كيفية تسعير الخدمات البنكية ببنك مصر.

٨/١ مصادر البحث

- مصادر ثانوية: وهي تتعلق بالكتب والدوريات والمجلات والنشرات والبحوث والإحصائيات العربية والإنجليزية ذات العلاقة بموضوع التحول الرقمي والتسعير المستدام.

- مصادر أولية: استبيان أعد خصيصاً لهذه الدراسة.

٩/١ حدود ونطاق البحث: توجد العديد من الحدود المتعلقة بالبحث والتي يمكن تناولها كما يلي:

- حدود زمنية : كفر الشيخ ٢٠٢٣

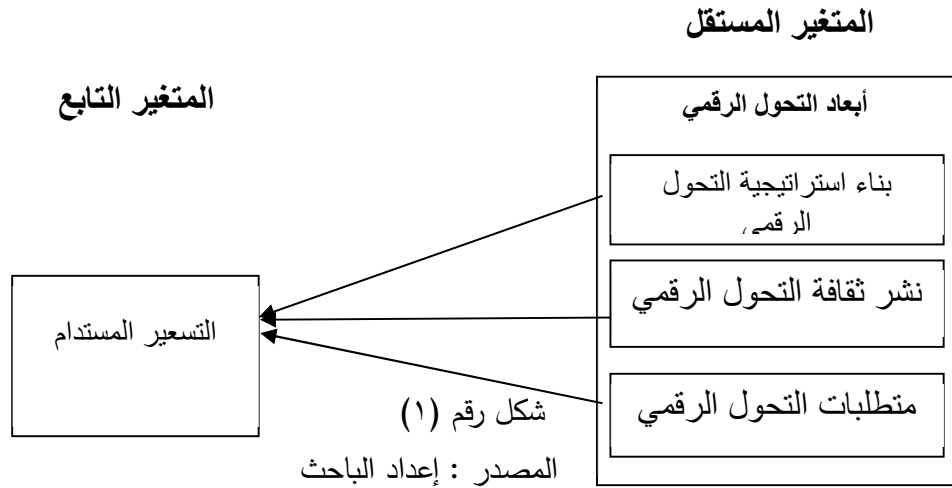
- حدود بشرية: يشتمل مجتمع البحث على العاملين بفروع بنك مصر منطقة كفر الشيخ، بما فيها المدير ونواب المدير وموظفي خدمة العملاء والخدمات المصرفية.

- حدود موضوعية: تركز على أثر التحول الرقمي علي التسعير المستدام للخدمات البنكية.

١٠/١ متغيرات الدراسة:

- المتغيرات المستقلة: أبعاد التحول الرقمي: بناء استراتيجية التحول الرقمي, نشر ثقافة التحول الرقمي. متطلبات التحول الرقمي (البشرية والتقنية والإجرائية).

- المتغير التابع: التسعير المستدام للخدمات البنكية بفروع بنك مصر منطقة كفر الشيخ، وذلك كما هو موضح في الشكل رقم (١)



٢. الإطار النظري:

التحول الرقمي Digital Transformation :

عمل تسارع تطور تكنولوجيا الاتصال واقتصاد المعرفة على تطوير مفاهيم جديدة لإحداث التنمية الرقمية والتي يعد من أهمها التحول الرقمي، ويعد موضوع التحول الرقمي من أبرز المفاهيم الإدارية الحديثة التي ظهرت خلال السنوات القليلة الماضية نظراً للاهتمام المتزايد بالمعلومات، وتعاظم دور المعرفة في اقتصاديات الدول، حيث اقترن التحول الرقمي بظهور اقتصاد المعرفة والتطور الهائل لتكنولوجيا المعلومات والاتصال (Chaniasa,et,al., 2019)

مفهوم التحول الرقمي:

في ضوء تناول الباحثين لمفهوم التحول الرقمي يعرف الباحث هذا المفهوم بأنه عبارة عن فلسفة إدارية لها أبعاد تنظيمية وتقنية تهدف إلي تحسين قدرة البنوك علي الاستجابة لاحتياجات عملائها بهدف إرضاء جميع الأطراف المستفيدة والمتعاملة معها.

ويعرف التحول الرقمي بشكل عام بأنه تقليل الاحتكاك مع العميل بحيث يوفر طرق جديدة من خلال شبكة الانترنت دون الرجوع إلي فروع البنك ، بحيث يقوم العميل من خلالها بالدفع عن طريق الهاتف المحمول ، وإجراء خدمات بنكية مثل فتح الحساب دون الرجوع إلي البنك (Sang, 2021 p. 159) ، وهناك عدد من التعريفات للتحول الرقمي ومنها:

- ١- التحول الرقمي يعبر عن صيغة تنفيذ المهام والأعمال المتشابهة للمنظمة الفعلية باستخدام تكنولوجيا الاتصالات الإلكترونية التي يشاع استخدامها من قبل جميع الأطراف ذات العلاقة بأنشطة المنظمة، ويساند فاعلية استخدام الوسائل التكنولوجية مجموعة البرمجيات والمعدات الإلكترونية، بالإضافة إلى وسائل الاتصال بالشبكات المحلية والعالمية، دون ارتباط العمليات التنظيمية بمكان أو زمان محدد (Master & Bansal, 2019).
- ٢- ويعرف التحول الرقمي بأنه: التغيير المرتبط بتطبيق التكنولوجيا الرقمية في جميع الجوانب الاجتماعية (Li, 2018).
- ٣- كما يعرف التحول الرقمي بأنه ذلك التحول الذي يتطلب نموذج عمل وقدرات تقنية ورقمية يتم جمعها لابتكار منتجات وخدمات إبداعية مقارنة بالطرق التقليدية في تقديم الخدمات، وكذا تحسين الكفاءات التشغيلية وتخفيض التكلفة والاستحواذ على شريحة أكبر من العملاء من أجل التفوق على المنافسين (Nambisan, 2017).
- ٤- كما يعرف التحول الرقمي بأنه: إحداث تغييرات في كيفية إدراك وتفكير وتصرفات الأفراد في العمل، والسعي إلى تحسين بيئة العمل من خلال التركيز على استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصالات (رضوان، ٢٠١٦).
- ٥- كما يعرف بأنه: عملية انتقال المؤسسات إلى نموذج عمل يعتمد على التقنيات الرقمية في ابتكار المنتجات والخدمات، وتوفير قنوات جديدة من العائدات وفرص تزيد من قيمة منتجها (يس، ٢٠١٥).
- ٦- كما يشير التحول الرقمي إلى التغييرات والتحويلات التي يتم تشغيلها وبناءها على أساس التقنيات الرقمية، أي التغيير التنظيمي والتشغيلي لمنظمة من خلال التكامل الذكي للتقنيات والعمليات والكفاءات الرقمية عبر جميع المستويات والوظائف، مما يساعد على الاستفادة من التقنيات لإنشاء قيمة للعملاء والتكيف مع الظروف المتغيرة (Matt, et.al., 2015, p 340-341).

أهمية التحول الرقمي:

في ظل اشتداد حدة المنافسة وسرعة التطور التكنولوجي، أشار (Chaniasa, et.al., 2019) إلى أن أهمية التحول الرقمي تتمثل في توفير الحماية للمنظمة من التهديدات الخارجية، والاستفادة من الفرص قبل منافسيها، وكذا التكيف مع القواعد الجديدة للأسواق الداخلية والخارجية. وتظهر أهمية التحول الرقمي في البنوك من خلال ما يلي (خميس، ٢٠٢١، ص ص ٩٩٩ : ١٠٠٦):

- ١- تقديم الخدمات البنكية بشكل أسرع وأسهل دون الانتظار لفترات طويلة.
- ٢- اتجاه البنوك لمواكبة العصر والتوجه نحو استخدام التكنولوجيا لتطبيق التحول الرقمي في تطبيق الخدمات البنكية لتحقيق رضا العميل.
- ٣- تقليل وتوفير الوقت والجهد والتكاليف.
- ٤- يساهم في سرعة الانتشار والتوسع والوصول إلي أعداد كبيرة من العملاء.

أهداف التحول الرقمي:

يهدف تطبيق التحول الرقمي في البنوك إلي تطبيق العديد من الأهداف التالية (Matt, et.al., 2015,p 341-342) :

- ١- تحسين الخدمات وامكانية الوصول إليها.
- ٢- تطبيق نماذج أعمال جديدة ومبتكرة، وتحسين الاطار التنظيمي والمعايير الفنية.
- ٣- تقليل تكاليف التشغيل.
- ٤- تبسيط الاجراءات لتقديم خدمة متميزة للعملاء.
- ٥- استخدام شرائح متعددة وفي أماكن متفرقة من خلال سهولة الوصول إلي العميل.
- ٦- احكام الرقابة والمتابعة وتقليل فرص حدوث الأخطاء البشرية.

فوائد التحول الرقمي :

تتمثل فوائد التحول الرقمي في البنوك من خلال ما يلي (عبدالرازق، ٢٠١٩):

- ١- تحديث نماذج العمل لمواكبة التطورات التكنولوجية.
- ٢- تحسين الكفاءة والارتقاء بمستوي الخدمات المقدمة وتخفيض نسبة الأخطاء.
- ٣- خلق فرص لتقديم خدمات مبتكرة وابداعية بعيداً عن الطرق التقليدية في تقديم الخدمات.

- ٤- توفير استراتيجيات مختلفة تعطي قيمة تنافسية ومن ثم استدامة ثقافة الابداع.
- ٥- تغيير الأساليب المتبعة في إدارة الخدمات واستراتيجيات المؤسسة نحو التسويق للوصول إلى شريحة أكبر من العملاء.
- ٦- تحسين الجودة وتبسيط الاجراءات للحصول علي الخدمات المقدمة للمستفيدين.
- ٧- في سرعة الانتشار والتوسع للمؤسسات والمؤسسات ووصولهم إلى أعداد كبيرة من الجمهور .

متطلبات التحول الرقمي :

- في ضوء تعدد مفاهيم التحول الرقمي نجد التحول الرقمي في البنوك يتطلب ما يلي:
- ١- استمرار الدعم القيادي والإداري لجهود التحول، من خلال تركيز القيادات على الممارسات الإدارية المرتبطة بالتكنولوجيا وتوفير الموارد البشرية والمالية، والتشريعات اللازمة.
 - ٢- السعي لإيجاد هياكل تنظيمية مرنة، والتركيز على فرق العمل الفعالة.
 - ٣- المراجعة المستمرة لخطة التحول الرقمي.
 - ٤- تحديد الرؤية تحديدا دقيقا، وهي ضرورة توضيح ما تريد أن نكون عليه في المستقبل.
 - ٥- ضرورة تحليل السوق واحتياجاته، وتحليل نقاط القوة والضعف، ومسح الفرص والتهديدات البيئية الخارجية.

التحديات والمعوقات التي تواجه التحول الرقمي :

- توجد العديد من التحديات والمعوقات التي تعرقل عملية التحول الرقمي داخل البنوك ، والتي تقع حجر عثرة في وجه التحول الرقمي ومنها (البار والمرحبي ، ٢٠١٨) :
- ١- صعوبة الوصول للخبرات التقنية المطلوبة.
 - ٢- صعوبة تغيير عقليات العديد من الموظفين.
 - ٣- الهيكل التنظيمي يمثل عائق للعملية المطلوبة.
 - ٤- نقص الكفاءات والقدرات المدربة لسوق العمل.
 - ٥- مقاومة الموظفين للتغيير .
 - ٦- نقص الوعي التكنولوجي والرقمي .
 - ٧- نقص الميزانيات المخصصة للتحول الرقمي.

أبعاد التحول الرقمي :

بمراجعة الدراسات والأبحاث العلمية المتعلقة بموضوع البحث ، تم التوصل إلي مجموعة من الأبعاد للتحول الرقمي وهي (علام ، ٢٠٢٢ ، ص ١٩٠ ، ١٩١) :

أ- بناء إستراتيجية التحول الرقمي:

يعد بناء خطة إستراتيجية طويلة الأجل أحد الخطوات الأولى والرئيسية لإنجاح برنامج أو إحداث تغيير، وبناءً عليه تحرص الإدارة العليا علي تقديم الدعم لتنفيذ بناء المنظمة لرؤية التحول الرقمي بإستخدام مجموعة من الاجراءات بتطوير هيكلها التنظيمي وتوفير المخصصات المالية والمادية والبشرية المؤهلة لذلك.

ب- نشر ثقافة التحول الرقمي:

يعد وجود ثقافة تنظيمية قوية وإيجابية أمر بالغ الأهمية لتعزيز مشاركة المهارات والموارد والمعرفة والتنمية لممارسات جديدة، كما تعمل علي تشجيع أعضاء المنظمة والمتعاملين معها علي اعتماد هذه الممارسات.

ج- متطلبات التحول الرقمي البشرية والتقنية والاجرائية:

- المتطلبات البشرية : يعتبر العنصر البشري أحد الأبعاد الأساسية لنجاح أي نظام أو برنامج أو منظمة بوجه عام ، كما يعد مطلب رئيسي في تطبيق التحول الرقمي وذلك من خلال توفير عناصر بشرية مؤهلة ومدربة علي استخدام التكنولوجيا الرقمية في استخدام وتحليل البيانات لاتخاذ القرارات الفعالة.
- المتطلبات التقنية : تتطلب عملية التحول الرقمي استخدام مجموعة من الأجهزة المتخصصة وأنظمة التشغيل ووسائط التخزين والبرمجيات التي تعمل من خلال بيانات تقنية ومراكز معلومات بإستخدام جميع الأصول بكفاءة.
- المتطلبات الإجرائية : تتطلب عملية التحول الرقمي وضع قواعد أمانة لتخزين وإستخدام بيانات العملاء بشكل آمن من خلال وضع استراتيجية لأمن المعلومات لكي تضمن التحكم في خصوصية البيانات والمعلومات وضمان جودتها.

مراحل التحول الرقمي :

بمراجعة الدراسات والأبحاث العلمية المتعلقة بموضوع البحث ، تم التوصل إلي ثلاث مراحل للتحول الرقمي (Verhoef,et,al., 2021) وهي : الرقمنة (النمذجة)

Digitization، والرقمنة (التمثيل المرئي) Digitalization ، والتحول الرقمي Digital transformation ، وسوف يتم تناول المراحل الثلاث فيما يلي:

أ- الرقمنة (النمذجة) Digitization:

تمثل الرقمنة (النمذجة) المرحلة الأولى والتي تشير إلى تشفير المعلومات التناظرية إلى تنسيق رقمي أي إلى أصفار، بحيث يمكن لأجهزة الحاسب الآلي تخزين المعالجة ونقل هذه المعلومات، وتشير الرقمنة إلى التغيير في المهام التناظرية إلى مهام رقمية، أو تصورها على أنها دمج تكنولوجيا المعلومات مع المهام الحالية، وعلى نطاق أوسع، باعتبارها تطوير أو تمكين لتكوينات الموارد الفعالة من حيث التكلفة باستخدام تكنولوجيا المعلومات.

ب- الرقمنة (التمثيل المرئي) Digitalization

تشير المرحلة الثانية للتحول الرقمي إلى مرحلة الرقمنة (التمثيل المرئي) والتي تعكس كيفية استخدام تكنولوجيا المعلومات أو التقنيات الرقمية لتغيير العمليات التجارية الحالية مثل إنشاء قنوات اتصال جديدة عبر الإنترنت أو الهاتف المحمول التي تتيح لجميع العملاء الاتصال بسهولة مع المؤسسات، وتطبق المؤسسات من خلال الرقمنة التقنيات الرقمية لتحسين العمليات التجارية الحالية عن طرق السماح بتنسيق أكثر فعالية بين العمليات أو عن طريق خلق قيمة إضافية للعملاء من خلال تعزيز تجارب المستخدم - العميل.

ج- التحول الرقمي Digital Transformation:

هي المرحلة الأكثر انتشاراً والتي تصف التغيير على مستوى المنظمة والذي يؤدي إلى تطوير نماذج أعمال جديدة والتي قد تكون جديدة للمؤسسات الرائدة أو الصناعة بشكل عام كما تتنافس المؤسسات فيما بينها من أجل تحقيق ميزة تنافسية من خلال نماذج أعمالها، وكذلك من خلال الكيفية التي من خلالها يتم إنشاء المؤسسة وتقديم قيمة للعملاء.

مفهوم التسعير المستدام

يعرف التسعير المستدام بأنه تسعير المنتجات التي تتوافق مع رغبات وحاجات العميل الذي لديه وعي وإدراك وثقة كبيرة في المنتجات التي يحتاجها (عبدالظاهر وآخرون، ٢٠١٧، ص ١٦٣).

ويمكن تعريفه اجرائياً علي أنه تحديد لطريقة تسعير يمكن إتباعها عند تقديم منتجات وخدمات تتوافق مع احتياجات ومتطلبات العميل (عبدالحميد وآخرون، ٢٠٢١، ص ٧).

ويعد السعر أحد عناصر المزيج التسويقي وهذه العناصر تتأثر ببعضها البعض الأمر الذي يوجب أن يكون السعر متناسباً مع بقية العناصر، ففي حال الجودة العالية يمكن رفع السعر، وفي حال التوزيع المباشر على المستهلكين يمكن تخفيض السعر بسبب اختصار بعض التكاليف نتيجة الاستغناء عن العديد من منافذ التوزيع، كما أن التسويق عبر الشبكة من شأنه أن يخفض تكاليف الترويج مقارنة بتكاليف الترويج العالمية التقليدية، وفي دراسة حول الأسعار عبر الإنترنت الأسعار للسلع الرقمية تبين بأن سعرها عبر الإنترنت يقل بمقدار من ٩ إلى ١٢ % عن الأسعار التقليدية (نصير ، ٢٠٠٥ ، ص ٤٠) ، وتعتبر عملية تسعير المنتجات من سلع وخدمات وأفكار التي تباع عبر شبكة الإنترنت عملية ديناميكية ومرنة وغير ثابتة تتغير يوميا وأحيانا في اليوم الواحد .وتتقلب الأسعار وفقا لمتغيرات متعددة مثل المزايا والفوائد التي تتحقق للمشتري بعد إجراء عملية الشراء وحجم مبيعات المنتج .وهناك العديد من الطرق للتسعير منها التسعير على أساس نسبة الإضافة المعتادة، والتسعير على أساس قدرات العملاء، والتسعير على أساس المنافسة، وهناك سياسات تسعيرية أخرى منها سياسات التسعير الرائدة، سياسات التسعير النفسي، سياسات التسعير الترويجي، وتوجد بعض الاختلافات الخاصة بالتسعير في ظل التسويق الإلكتروني عنه في ظل التسويق التقليدي، حيث غالباً ما تكون أسعار المنتجات أو الخدمات مرتفعة في ظل التسويق التقليدي، بينما تكون منخفضة في ظل التسويق الإلكتروني، كما أن في التسويق التقليدي تستخدم النقود الورقية ووسائل الدفع العادية، بينما في التسويق الإلكتروني يستخدم النقود الإلكترونية، والوسائل الإلكترونية كالبطاقات البنكية والبطاقات الذكية والشيكات الإلكترونية .

ويدفع السعر العالي المستهلك إلى البحث عن الخدمات المماثلة أو البديلة بأسعار منخفضة، كما أن السعر المنخفض قد يؤدي إلى نتائج عكسية، ويطلق على جميع القرارات المتعلقة بالتسعير بالمزيج التسعيري، والعوامل المؤثرة بالتسعير مختلفة منها ما هو بيد البنك، ومنها ما هو خارج سيطرته، ومن هذه العوامل ما يلي)
(Giannakoudi ,1999, P 205)

أ- التكاليف: التكلفة هي الحد الأدنى للسعر وتشمل تكاليف الإنتاج والتسويق والنقل وغيرها، وعندما تسوق الخدمة دولياً يضاف إلى التكاليف الرسوم الجمركية، والتخزين، والنقل، وغيرها، فالتسويق عبر الإنترنت من شأنه أن يخفض الكثير من التكاليف عما هو في التسويق التقليدي مثل السفر والطباعة وتقليل عدد الموظفين، كما أن بعض التكاليف تختفي كلياً إذا كانت السلعة رقمية حيث تُسلم مباشرة دون حاجة إلى التغليف.

ب- الربح: تسعى المنظمة في جميع الحالات إلى التسعير لتحقيق هامش ربحي مع الأخذ بعين الاعتبار التكاليف المدفوعة أن انخفاض التكاليف المدفوعة من شأنه أن يخفض الأسعار في حال التسويق عبر الإنترنت لكي تحافظ الشركة على موقعها التنافسي.

٣ . الدراسات السابقة:

يهدف هذا الجزء إلى استعراض بعض الدراسات السابقة المتعلقة بالتحول الرقمي والتسعير المستدام حسب تسلسلها الزمني من الأقدم إلى الأحدث، ففي دراسة أجراها & Others (Malar, 2019) هدفت إلى التوصل إلى العمليات التي من خلالها تستطيع تقنية المعلومات إنشاء أو مضاعفة قيمة الأعمال في عمليات الخدمات البنكية في الهند ، والتي تتبني فكرة ان العميل هو أساس قيمة الشركة، وذلك من خلال تحليل بعض الأبعاد المتمثلة في المخاطر والتحديات ، والتحديات الاجتماعية والتقنية المرتبطة بإدخال نظم الخدمات المصرفية عبر الانترنت في الهند، وتوصلت الدراسة إلى إيجاد حلول للتحديات الاجتماعية والمتمثلة في نشر ثقافة تطبيق التحول الرقمي في الخدمات المصرفية في الهند من خلال شبكة الانترنت.

وهدف دراسة (يحياوي وقرابصي، ٢٠١٩) إلى توضيح التحدي الذي يكمن في مواكبة التأثير الدائم والمتزايد باستمرار من خلال فهم التغيرات الأخيرة في العالم بالتحول التقليدي إلى الرقمي في مجال التسويق، وتوصلت الدراسة إلى أن المؤسسات تحتاج إلى تحديد منتجات أو خدمات رقمية جديدة وأشكال جديدة للتسويق ، وأن الهدف الرئيسي للتحول الرقمي هو توجيه المؤسسة بأكملها نحو زبائنها وتلبية احتياجاتهم، وأوصت الدراسة بتحديد استراتيجية العمل من

خلال ابراز الأهداف التسويقية بوضوح ، وأن يعمل التحول الرقمي في المنظمة علي زيادة العلاقات الجيدة مع العملاء، بأن يطلب منهم معرفة مدي رضاهم عن الخدمات المقدمة لهم واستهدفت دراسة (حماد ، ٢٠٢٠) التعرف على دور التحول الرقمي في تطوير أداء الموظفين ، ولتحقيق هدف الدراسة ، تم تصميم استمارة استبيان وتوزيعها على عينة الدراسة المكونة من ٣١٨ فقرة .

وتم تحليل البيانات بواسطة البرنامج الإحصائي SPSS، وتوصلت الدراسة إلى وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين التخطيط الاستراتيجي للتحول الرقمي وبين تطوير أداء الموظفين بالشركة ، فضلاً عن ضعف التخطيط الاستراتيجي للتحول الرقمي ، وتوصلت الدراسة إلى اطار مقترح للتوصيات في شكل برنامج عمل يتم تطبيقه وفق خطوات محددة ، ومن أهمها تهيئة البيئة لوضع نظام للتحول الرقمي للشركة محل الدراسة.

وتشير دراسة (عبدالحميد وآخرون، ٢٠٢١) إلى قياس تأثير اعتماد شركات الألبان في جمهورية مصر العربية لسياسات التسعير والمنتج المستدام على سلوك الشراء المتكرر للعملاء، وتكون مجتمع البحث من عملاء شركات منتجات الألبان في جمهورية مصر العربية، وتكونت عينة البحث من (٣٨٤) عميلاً ، وتم استخدام العديد من الأساليب الإحصائية أبرزها معامل الارتباط وتحليل التباين أحادي الاتجاه ، وتوصلت النتائج أن هناك اتفاقاً على مستوى (مرتفع) بين عينة البحث على تطبيق تلك الشركات لسياسات التسعير والمنتج المستدام، وكذا عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين آراء العملاء حول سلوك إعادة الشراء من شركات منتجات الألبان المعنية ، وفقاً لخصائصها الديموجرافية ، وكذا وجود تأثير لسياسات التسعير والمنتج المستدام على سلوك الشراء المتكرر، وأوصت الدراسة بضرورة تشجيع السياسات الحكومية لشركات تصنيع المواد الغذائية، وعمل دراسة خطة أسعار بحيث تناسب جميع عملاء منتجات الألبان.

وهدف دراسة دراسة (خميس، ٢٠٢١) التعرف على قياس وتحليل أثر التحول الرقمي علي الأداء الوظيفي للعاملين في البنوك التجارية المصرية بمدن القاهرة الكبرى ، وتكون مجتمع البحث من جميع العاملين في البنوك التجارية المصرية، وتوصلت الدراسة إلي وجود علاقة ارتباط إيجابية معنوية بين التحول الرقمي وأبعاد الأداء الوظيفي للعاملين في البنوك

التجارية المصرية تختص بالتنسيق مع إدارات البنك بإدارة مشروعات الرقمنة المصرفية وتشجيع الابتكار، وتقديم الدعم النفسي للحد من التوتر الرقمي للعاملين في البنوك التجارية المصرية.

وجاءت دراسة (علام، ٢٠٢٢) للتعرف على التحول الرقمي بمتغيراته المتمثلة في بناء استراتيجية التحول الرقمي ونشر ثقافة التحول الرقمي والمتطلبات البشرية والتقنية والإجرائية كمتغير مستقل وأثره في تعزيز الميزة التنافسية للخدمات المصرفية من وجهة نظر مسؤولي خدمة العملاء بالقطاع المصرفي في جنوب الصعيد كمتغير تابع، وتوصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج أهمها أن متغيرات التحول الرقمي تتمثل في بناء استراتيجية التحول الرقمي ونشر ثقافة التحول الرقمي والمتطلبات البشرية والتقنية والإجرائية التي تؤثر بشكل إيجابي على تعزيز الميزة التنافسية للخدمات المصرفية بالمنظمات قيد الدراسة، وكذا وجود بعض القصور في بناء استراتيجية واضحة باليات التنفيذ اللازمة للتنفيذ لتطبيق التحول الرقمي، والافتقار إلى البنية التحتية وعملية نشر ثقافة التحول الرقمي خاصة بين العملاء، وأوصت الدراسة بالعديد من التوصيات أهمها ضرورة استخدام العناصر البشرية ذات المهارات العالية والمدربة على التقنيات الحديثة، وضرورة إعطاء الاهتمام الكافي لتطوير البنية التحتية واستخدام التحول الرقمي لتحقيق جودة أفضل وأسرع وأقل تكلفة في تقديم الخدمات المصرفية للعملاء.

وهدفت دراسة (مهدي، ٢٠٢٢) إلى إلقاء الضوء على الدور الذي يلعبه التحول الرقمي في تحسين ممارسات إدارة الموارد البشرية في المؤسسات الاقتصادية بشكل عام والمؤسسات الخدمية بشكل خاص، وركزت مشكلة الدراسة في توضيح دور هذا التحول على مستوى الوكالة الوطنية لصندوق التقاعد بدائرة صيدا، وتوصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج أهمها أن التحول الرقمي ساهم بشكل كبير في تحسين ممارسات إدارة الموارد البشرية في هذه الوكالة، وهذا ما أظهرته النتائج، والتي أثبتت أن هناك تغيير في ممارسات إدارة الموارد البشرية بسبب التحول الرقمي من تأثير تقنيات المعلومات والاتصالات الجديدة.

وهدفت دراسة (محمد، مبارز، ٢٠٢٣) إلى فهم دور تقنية التحول الرقمي في تحسين ممارسات التنمية المستدامة باستخدام الأساليب الحديثة للمحاسبة الإدارية ودوره في الجامعات الخاصة بمصر.

وتركزت مشكلة الدراسة في معرفة واقع التحول الرقمي وتحديد العلاقة بينهما، وكذا العلاقة بين بطاقة الأداء المتوازن كأحد الأدوات المستخدمة للمحاسبة الإدارية وتحسين التنمية المستدامة، وتوصلت الدراسة إلى وجود فروق ذات دلالة جوهريّة بين أبعاد متطلبات التحول الرقمي وأبعاد التنمية المستدامة في ظل بطاقة الأداء المتوازن.

وأوصت الدراسة بوضع استراتيجية للتحول الرقمي وإطار عمل لتنفيذها في الإطار الأكاديمي، مع عمل دورات وورش عمل لنشر ثقافة التحول الرقمي والاعتماد على التقنيات الحديثة.

التعليق على الدراسات السابقة:

بعد استعراض مجموعة الدراسات التي لها علاقة بمتغيرات البحث سواء كان المتغير المستقل والمتعلق بأبعاد العمليات المختلفة للتحول الرقمي : (بناء استراتيجية التحول الرقمي - نشر ثقافة التحول الرقمي - توفير متطلبات التحول الرقمي البشرية والتقنية والإجرائية) كمتغير مستقل، وعلاقتها بالمتغير التابع التسعير المستدام للخدمات البنكية بفروع بنك مصر بمحافظة كفر الشيخ كمتغير تابع، نجد أن هذه الدراسة الحالية اتفقت مع الدراسات السابقة في تناول أهمية التحول الرقمي ومفهومه وأبعاده وأثره على كفاءة المنظمات، إلا أنها اختلفت في تناول متغيرات الدراسة والربط بينهما، وكذا في مجال التطبيق.

٤- الدراسة الميدانية :

١/٤ نبذة تاريخية عن بنك مصر(موقع بنك

مصر <http://www.banquemisr.com/ar/aboutus/press>)

تأسس بنك مصر عام ١٩٢٠ بفضل فكر الرائد الاقتصادي محمد طلعت حرب باشا، الذي تزعم فكر الادخار الوطني وتوجيه تلك المدخرات الوطنية نحو التنمية الاقتصادية والاجتماعية، لذلك فإن بنك مصر هو أول بنك مصري يؤسسه ويمتلكه المصريون ١٠٠٪ بالكامل.

قام بنك مصر منذ تأسيسه بإنشاء العديد من الشركات في مختلف المجالات، بما في ذلك المنسوجات، والتأمين، والنقل، والطيران، ووسائل الترفيه وصناعة السينما، كما واصل دعمه للأنشطة المصرفية والاستثمارية الأخرى بمعدل ثابت، ويمتلك البنك حاليًا نسبة كبيرة من

الأسهم في ١٥٩ شركة في مجالات: التمويل والسياحة والإسكان والزراعة والغذاء، بالإضافة إلى شركات أخرى في مجال الاتصالات وتكنولوجيا المعلومات.

وقد قام بنك مصر بإنشاء العديد من الصناديق الاستثمارية الكبرى كجزء من سياسة المحفظة الاستثمارية المتنوعة، بالإضافة إلى أنه حصل على جوائز عدة في مجال إدارة النقد والسيولة كجائزة "أفضل بنك لإدارة صناديق أسواق النقد في أفريقيا والشرق الأوسط" وأفضل بنك لإدارة صناديق أسواق النقد والاستثمارات قصيرة الأجل في منطقة الشرق الأوسط .

ويولى بنك مصر اهتماما كبيرا بالشمول المالي ويعمل من خلال عدة محاور تماشياً مع خطة البنك المركزي من أهمها؛ التحول من المجتمع النقدي إلى المجتمع اللانقدي من خلال دعم وتحفيز استخدام وسائل الدفع الإلكترونية، وذلك تماشياً مع سياسات المجلس القومي للمدفوعات الإلكترونية بهدف خفض استخدام أوراق النقد خارج القطاع المصرفي ودعم وتحفيز استخدام الوسائل والقنوات الإلكترونية في الدفع بدلاً عنه. وفي سبيل ذلك وحرصاً على تلبية كافة رغبات العملاء فقد قام البنك بتقديم حلول مختلفة لميكنة المرتبات موجهة لشركات قطاع الأعمال العام والخاص عن طريق تقديم مجموعة متنوعة من منتجات تحويل المرتبات (بطاقات مرتبات - حسابات مرتبات) حيث بلغ عدد الشركات المتعاقدة مع البنك ٨٧٢ شركة بعدد بطاقات ٧٧٤ ألف بطاقة وكذلك ٥٥ ألف حساب، وذلك بخلاف بتقديم خدمة السداد الإلكتروني للضرائب والجمارك، ويحتل بنك مصر المركز الأول بين البنوك المقدمة لخدمة سداد الجمارك هذا بالإضافة إلى وجود خدمة CPS للشركات مما يسمح للعملاء بدفع الضرائب، والرسوم الجمركية أو غيرها من الرسوم الحكومية من مكاتبهم إلكترونياً، وكذلك "محفظة بنك مصر BM Wallet، كما قام بنك مصر بالدخول في العديد من الشراكات بهدف إتاحة وسائل الدفع الإلكترونية لأفراد المجتمع منها؛ الشراكة مع فيزا واكسون موبيل وكذلك هيئة البريد المصري. ويحرص بنك مصر على إتاحة الخدمات المالية لمختلف فئات المجتمع من خلال التوسع الجغرافي؛ لذا يعمل البنك على انتشار فروعها على مستوى الجمهورية ليصبح بنك مصر الأقرب لعملائه أينما وجدوا، وفي إطار ذلك فقد تم مؤخراً افتتاح عدد من الفروع ليصبح بذلك بنك مصر صاحب أكبر شبكة فروع من خلال أكثر من ٦١٨ فرعاً منتشرة بجميع أنحاء

الجمهورية هذا بخلاف تواجده العالمي والإقليمي (مجلة أخبار بنك مصر أعداد، إبريل ٢٠١٨، أغسطس ٢٠١٨، ديسمبر ٢٠١٨).

١. وفي ضوء الخطط التسويقية المكثفة التي ينتهجها البنك لجذب عملاء وعمليات تمويلية جديدة وكذلك التزام البنك بتنفيذ أهدافه الاستراتيجية والتنمية بهدف دعم الاقتصاد القومي في شتى المجالات والقطاعات. يسعى البنك حالياً لإتمام عدد من العمليات التمويلية الكبرى المستهدفة وتحت الدراسة في عدة قطاعات مثل (الاتصالات، مواد البناء، الأسمدة، المقاولات وغيرها) تبلغ قيمتها حوالي ٢٠.٤ مليار جنيه بقيمة ضمان التغطية المتوقع لبنك مصر في تلك العمليات ٨.٣ مليار جنيه تقريبا، تأكيداً لدوره كأحد البنوك الوطنية الرائدة في السوق المصرفي المصري (جريدة المال ٢٠١٨/١٢/١٦ <https://almalnews.com>)

كذلك تم طرح العديد من المنتجات لتمويل المشروعات الصغيرة والمتوسطة بما يتناسب مع جميع قطاعات الأعمال مثل منتج الـ check list حتى ٥٠٠ ألف جنيه ومنتج المشروعات الصغيرة حتى ٤ مليون جنيه ومنتج تمويل رأس المال العامل حتى ٥ مليون جنيه بالإضافة إلى عدد (٤) منتجات تمويل المدارس والمستشفيات والمصانع ووسائل النقل حتى ٥ مليون جنيه. كما يتم تمويل المشروعات متناهية الصغر بصيغته المرابحة بالوكالة وذلك لتشجيع كافة القطاعات حتى ١٥٠ ألف جنيه.

(<http://www.banquemisr.com/ar/aboutus/press>)

٢/٤ بنك مصر والتحول الرقمي

(موقع بنك مصر <http://www.banquemisr.com/ar/aboutus/press>)

تخطى عدد البطاقات المصدرة ٦.٣٢ مليون بطاقة تعمل أغلبها بنظام الشريحة الذكية Smart Chip ليصبح بنك مصر في المركز الثاني في عدد بطاقات الدفع الإلكترونية بين البنوك المصرية كما يصل عدد مواقع التجار المتعاقدين مع البنك عدد ١٥٦١٦ موقع بجميع محافظات الجمهورية ووصل حجم معاملات التجار المتعاقدين مع البنك (آلات POS - نظام التجارة الإلكترونية E-Commerce) إلى ما يزيد عن ١٣.٤٠ مليار جنيه سنوياً ويوفر

البنك بتلك المواقع أحدث آلات الـ POS المتوافقة مع المعايير الدولية (PCI DSS) وذلك بإصدارها الأحدث ٣.٢.١ طبقاً لمتطلبات المنظمات الدولية .

ويملك البنك شبكة متطورة من آلات الصراف الآلي ATM تصل إلى نحو ٢٥٣٣ آلة حتى تاريخه تقدم خدمات السحب والإيداع، واستبدال العملات، وسداد الفواتير، والتبرعات، بالإضافة إلى خدمات التحويلات النقدية باستخدام أو بدون استخدام البطاقات منتشرة في جميع أنحاء الجمهورية مجهزة ومزودة بأحدث التقنيات التكنولوجية، هذا ويوفر بنك مصر الخدمة من خلال شبكة تحويل لتمكين أكثر من ١١ مليون مستخدم لمحافظ الهاتف المحمول في الاستفادة من شبكة الصراف الآلي الخاصة بالبنك مما يسهم في زيادة عدد المعاملات المالية التي تتم من خلال محافظ الهاتف المحمول حيث يمكن للعملاء إيداع وسحب الأموال بشكل لحظي على مدار الساعة.

كما قام بنك مصر بإصدار بطاقة " ميزة " المحلية للدفع الإلكتروني وذلك لأول مرة في مصر، كأول بطاقة مدفوعات ذكية تحمل شعار شبكة المدفوعات الوطنية "ميزة" بالتعاون مع شركة إي فاينانس E-Finance والتي تعد أول بطاقة دفع محلية تحمل شعار الشبكة المحلية للمدفوعات عن طريق شركة بنوك مصر ١٢٣، ويأتي ذلك تماشياً مع سياسات الدولة للتوسع في قنوات الدفع الإلكترونية في إطار مبادرات مجلس المدفوعات القومي وتحت رعاية البنك المركزي المصري، مما يساهم بشكل كبير في تنفيذ وتطبيق خطة الشمول المالي والمجتمع الرقمي اللا نقدي كأحد أهداف استراتيجية التنمية المستدامة وفقاً لرؤية مصر ٢٠٣٠ وتتبع استراتيجية بنك مصر نحو الإدارة الإلكترونية والرقمنة من توجهات البنك المركزي تماشياً مع السياسات العامة للدولة، وفي إطار سياسة بنك مصر التي تهدف إلى إنشاء وحدات جديدة للاستفادة من التكنولوجيا الحديثة لتعزيز العروض الخاصة بمنتجات بنك مصر في السوق المصرفي وبالتالي زيادة ربحية البنك والحصة السوقية له، وزيادة رضا العملاء فقد تم استحداث قطاع التحول الرقمي على أن يكون مختص بما يلي :

- الارتقاء بمستوى التكنولوجيا المعمول بها داخل البنك لتعزيز قدرته على طرح المنتجات بصورة أفضل.
- تحديد وتقديم منتجات جديدة و مبتكرة إلى الأسواق المصرفية.

- العمل على تحسين المنتجات التكنولوجية الحالية
 - توفير أساليب متطورة لطرق طرح منتجات بنك مصر
 وفي ضوء ما سبق، فإن الباحث يرى أن التحول الرقمي للبنوك يؤدي في النهاية إلى توفير الخدمة لعملاء البنك بجودة عالية وسرعة عالية و بتكلفة أقل ودقة وبتقليل الزيارات إلى البنك مما يؤدي إلى تسعير مستدام يؤدي لرضا العملاء عن البنك.
 وتتمثل أهم الخدمات الإلكترونية البنكية التي تقدمها البنوك الإلكترونية فيما يلي
 (عامر، ٢٠٠٧، ص ٣٩):

أ- الخدمات البنكية عبر التليفون Telephone Banking:

وهي إحدى الخدمات البنكية الحديثة التي تقدمها البنوك لتزود العملاء بخدمات بنكية اوتوماتيكية عبر التليفونات، وتعد وسيلة التوصل الأسرع حيث يتعامل العميل مباشرة مع جهاز آلي ناطق متصل بجهاز الكمبيوتر العائد للبنك وتستخدم هذه الخدمة بالدرجة الأولى للاستعلامات ودفع الفواتير وتحويل الاموال من حساب الى حساب اخر وساعدت كثيرا في نقل المعاملات الروتينية الى خارج فروع البنك، وتوفر الخدمات البنكية عبر التليفون العديد من المزايا مثل: الخدمة علي مدار ٢٤ ساعة في اليوم. تخفيض تكاليف الذهاب للبنك، مع عدم وجود تكاليف اضافية حيث يستخدم خدمة التليفون المتوفرة بالفعل لديه. حيث يترتب على تعود الافراد علي استخدام التليفون كوسيلة هامة ومعتادة لوسائل الاتصال انخفاض تكاليفها بالنسبة للبنوك، حيث تستفيد من شبكات التليفونات الموجودة بالفعل.

ب- الخدمات البنكية عبر شبكة الإنترنت Internet Banking

حقق انتشار الإنترنت إتاحة خدمات البنوك المنزلي Home Banking وبذلك اتجهت البنوك نحو التوسع في إنشاء مقر لها علي الإنترنت بدلا من إنشاء مقرات ومباني جديدة حتي يستطيع العميل ان يصل إلى الفرع الإلكتروني بطريقة اسهل، وتشمل الخدمات البنكية المقدمة من خلال الإنترنت على دفع العملاء للكبيالات إلكترونيا، وكيفية إدارة المحافظ المالية من اسهم وسندات للعملاء، وإيجاد وسيلة تحويل الأموال بين الحسابات المختلفة، ودفع الفواتير، وعرض كشوف الحسابات، ومقابلة العملاء لموظفي البنك من خلال شبكة الإنترنت(رضوان، ٢٠١٦، ص ١٠٢).

ج- الخدمات البنكية عبر التليفون المحمول Mobile Banking

احدي الخدمات الإلكترونية البنكية وهي التي تتم من خلال التليفون المحمول وتعتمد هذه الخدمة علي إقامة قناة اتصال مباشر بين البنك والعميل وتسمح للعميل بالاتصال بحسابه البنكي وإجراء المعاملات البنكية المختلفة مثل: دفع الفواتير, شراء ومعرفة أسعار الأسهم والسندات, التأكد من الأرصدة البنكية وتحويل الأموال, معرفة أسعار العملات الأجنبية, إرسال تحذيرات هامة للعملاء.

د- ادوات الدفع الالكتروني: من أهم انواع البطاقات البنكية ما يلي:

- بطاقات الائتمان: تستخدم كأداة وفاء وائتمان في نفس الوقت فهي تتيح لحاملها الحصول علي السلع والخدمات بشكل فوري والدفع الآجل لقيمتها للبنك المصدر للبطاقة.
- بطاقات الخصم: هي البطاقة التي تعتمد على وجود أرصدة فعلية في حسابات العميل لدى البنك لمقابلة المسحوبات المتوقعة.
- البطاقة الذكية: هي بطاقة بلاستيكية تضم شريحة الكترونية ذات سعة تخزينية للبيانات أكبر بكثير من تلك التي تستوعبها البطاقات ذات الشرائط الممغنطة حيث يتم عليها تخزين جميع البيانات الخاصة بالعميل.

هـ- ماكينات الصراف الآلي ATM

ظهرت خدمة الصراف الآلي لتسهيل تقديم الخدمات البنكية للعملاء من ايداع وسحب الأموال، وتتصل ماكينات الصراف الآلي المختلفة مباشرة بالحاسب الآلي المركزي للبنك.

و- تحويل الاموال الالكتروني عند نقاط البيع E.F.T.P.O.S.

هي أداة الكترونية لدفع قيم السلع والخدمات عند نقاط البيع، حيث يتم وضع طرفيات Terminals في المحلات التجارية تكون علي اتصال بشبكة البنوك ويتم من خلالها سداد فواتير الشراء الكترونياً باستخدام كروت الدفع، وقد ظهرت خدمة نقاط البيع في وقت لاحق علي ظهور أجهزة الصراف الآلي ونالت مزيد من القبول من قبل العملاء والتجار.

ز- الفروع الإلكترونية

تقوم تلك الفروع بتقديم خدمات الإلكترونية للعملاء بمفهوم الإدارة الإلكترونية لتصبح متاحة على مدار الساعة طوال أيام الأسبوع، بحيث يمكن من خلال الفروع الإلكترونية يتمكن العملاء من تحويل وسحب وإيداع أموال و إيداع الشيكات للتحصيل، وكذلك استبدال العملات، وسداد الفواتير، والتبرعات بالسرعة والدقة المناسبة.

٣/٤ تصميم واختبار أداة الدراسة الميدانية

١/٣/٤ أساليب القياس

في ضوء الدراسات السابقة المتعلقة بمتغيرات البحث واعتمادًا على المقاييس العلمية المستخدمة في هذا المجال، وبناء على الدراسة الاستطلاعية، تم تصميم قائمة استقصاء لهذه الدراسة تغطي متغيرات الدراسة المستقلة والتابع، وكذلك تغطي جميع عناصر العلاقة بين المتغيرات المقترحة.

٢/٣/٤ اختبار الصدق والثبات

أستخدم اختبار ألفا كرونباخ (Gronbach's Alpha) لكل متغير لاختبار درجة الثبات Reliability حيث أفرزت النتائج عن أن قيم ألفا لجميع المتغيرات تعتبر كافية لإجراء التحليل الإحصائي إذا كانت (تتراوح قيمة ألفا ما بين ٠,٨١ - ٠,٩٢) وقد أشارت النتائج إلى ملاءمة الاستقصاء لعمل التحليل.

ولقياس مصداقية Validity أداة البحث تم عرض الاستبيان علي ستة متخصصين، وأجريت التعديلات اللازمة .

٣/٣/٤ مجتمع عينة الدراسة

يتمثل مجتمع وعينة البحث من العاملين بفروع بنك مصر منطقة كفر الشيخ، من خلال ١٤ فرع و ٢ مندوبية، ويتكون مجتمع الدراسة من مديري الفروع وعددهم ١٦ مدير، ووظيفة نائب مدير وعددهم ٣٢ نائب مدير، وموظفي خدمة العملاء والخدمات المصرفية وعددهم ١٤٠، بإجمالي ١٨٨ (إدارة الموارد البشرية بنك مصر - منطقة كفرالشيخ، مارس ٢٠٢٣). وقد استخدم الباحث أسلوب الحصر الشامل نظراً لمعرفة حدود المجتمع.

٤/٣/٤ قوائم الاستقصاء الموزعة والمستلمة :

تم توزيع قوائم الاستقصاء علي مفردات المجتمع طبقاً إلي الفئات المستهدفة، حيث تمت مراجعة كل قائمة استقصاء مستلمة، للتأكد من اكتمالها وصلاحيتها ، حيث تم استبعاد الاستثمارات غير المكتملة، والجدول رقم (١) يوضح تفاصيل عملية جمع قوائم الاستقصاء.

جدول رقم (١)

بيان بقوائم الاستقصاء الموزعة علي مفردات عينة الدراسة

النسبة المئوية %	العدد	البيان
١٠٠%	١٨٨	القوائم الموزعة
٤,٧٨%	٩	القوائم غير المستلمة
٩٥,٢١%	١٧٩	القوائم المستلمة
٦,٩١%	١٣	القوائم الغير صالحة
٨٨,٢٩%	١٦٦	القوائم الصالحة للتحليل

المصدر : من إعداد الباحث بناءً علي عمليات توزيع وفحص قوائم الاستقصاء

٤/٤ نتائج تحليل آراء المبحوثين لمتغيرات البحث

١/٤/٤ التحليل الوصفي

١/١/٤/٤ التحليل الوصفي لأفراد عينة الدراسة طبقاً للنوع:

تم تقسيم أفراد مجتمع الدراسة إلي ذكور وإناث، كما هو موضح في الجدول التالي:

جدول رقم (٢)

التحليل الوصفي لأفراد عينة الدراسة طبقاً للنوع

النسبة المئوية %	العدد	النوع
٦٠,٨٤%	١٠١	ذكر
٣٩,١٦%	٦٥	أنثى
١٠٠%	١٦٦	المجموع

المصدر : من إعداد الباحث بناءً علي عمليات توزيع وفحص قوائم الاستقصاء

وباستعراض الجدول السابق تبين لنا أن أفراد عينة الدراسة التي تتكون من ١٦٦ مفردة، وكانت النسبة من فئة الذكور بعدد (١٠١) مفردة بنسبة (٦٠,٨٤%)، ثم تليها فئة الإناث بعدد (٦٥) مفردة بنسبة (٣٩,١٦%).

٢/١/٤/٤ التحليل الوصفي لأفراد عينة الدراسة طبقاً للعمر:

تم توزيع أفراد العينة طبقاً لأعمارهم إلى أربع فئات، كما هو موضح في الجدول التالي:

جدول رقم (٣)

التحليل الوصفي لأفراد عينة الدراسة طبقاً للعمر

النسبة المئوية %	العدد	العمر
٢٠,٤٨%	٣٤	من ٢٠ إلى أقل من ٣٠
٣٣,٧٣%	٥٦	من ٣٠ إلى أقل من ٤٠
٢٣,٤٩%	٣٩	من ٤٠ إلى أقل من ٥٠
٢٢,٢٩%	٣٧	من ٥٠ فما فوق
١٠٠%	١٦٦	المجموع

المصدر : من إعداد الباحث بناءً علي عمليات توزيع وفحص قوائم الاستقصاء

نستنتج من الجدول السابق أن أكبر فئة عمرية هي الفئة العمرية من ٣٠ إلى أقل من ٤٠ عاماً وعددهم (٥٦) مفردة بنسبة (٣٣,٧٣%)، ويليهما الفئة العمرية من ٤٠ إلى أقل من ٥٠ عاماً وعددهم (٣٩) مفردة بنسبة (٢٣,٤٩%)، يليهما الفئة العمرية من ٥٠ عاماً فما فوق وعددهم (٣٧) مفردة بنسبة (٢٢,٢٩%)، وأخيراً الفئة العمرية من ٢٠ إلى أقل من ٣٠ عاماً وعددهم (٣٤) مفردة بنسبة (٢٠,٤٨%).

٣/١/٤/٤ التحليل الوصفي لأفراد عينة الدراسة طبقاً للتخصص الوظيفي:

تم توزيع أفراد العينة طبقاً للتخصص الوظيفي ، كما هو موضح في الجدول التالي:

جدول رقم (٤)

التحليل الوصفي لأفراد عينة الدراسة طبقاً للتخصص الوظيفي

النسبة المئوية %	العدد	التخصص الوظيفي
٧,٢٣%	١٢	مدير فرع
١٢,٦٥%	٢١	نائب مدير فرع
٨٠,١٢%	١٣٣	مصرفي
١٠٠%	١٦٦	المجموع

المصدر : من إعداد الباحث بناءً علي عمليات توزيع وفحص قوائم الاستقصاء

نستنتج من الجدول السابق أن الفئة العلمية الأكبر هي فئة مصرفي وعددهم (١٣٣) مفردة بنسبة (٨٠,١٢٪) ، يليها فئة نائب مدير فرع وعددهم (٢١) مفردة بنسبة (١٢,٦٥٪)، وأخيرا فئة مدير فرع وعددهم (١٢) مفردة بنسبة (٧,٢٣٪).

٥/٤ اختبارات صحة أو عدم صحة فروض الدراسة:

تم تخصيص هذا الجزء لاختبار مدى صحة فروض الدراسة واستخلاص النتائج في ضوء ما سوف يُسفر عنه التحليل الإحصائي لبيانات الدراسة الميدانية وذلك بهدف الوصول لتحقيق أهداف الدراسة، وذلك على النحو التالي:

١/٥/٤ اختبار مدى صحة الفرض الرئيسي الأول:

ينص الفرض على " يوجد علاقة ذات دلالة احصائية بين آراء المبحوثين حسب خصائصهم الديموجرافية (النوع - العمر - المتغير الوظيفي) حول مدي تطبيق أبعاد التحول الرقمي وبين سياسة التسعير المستدام للخدمات البنكية بفروع بنك مصر منطقة كفر الشيخ ".

وينبثق من هذا الفرض الفروض الفرعية التالية :

١/١/٥/٤ اختبار متغير النوع :

ينص الفرض على " يوجد اختلافات معنوية ذات دلالة احصائية بين آراء المبحوثين حسب النوع ومدي تطبيق أبعاد العمليات المختلفة للتحول الرقمي".

ولاختبار صحة هذا الفرض تم استخدام اختبار مان وتني (Mann Whitney) للعينات المستقلة، واستخدام مستوى المعنوية الجدولى $(\alpha) = 0.05$ وكانت النتائج كما هو موضح في الجدول التالي:

جدول رقم (٥)

نتائج تحليل اختبار مان ويتني لمتغير النوع

Test Statistics	x1	x2	x3
Mann-Whitney U	16420.300	17453.500	18164.100
Wilcoxon W	35396.480	35729.500	36420.000
Z	2.104	1.160	.503
Asymp. Sig. (2-tailed)	.047	.252	.597

a Grouping Variable: gender

يتضح من الجدول السابق أن قيمة اختبار مان ويتي لمتغير النوع عند مستوى أقل من ٠.٠٥ لكل المتغيرات المستقلة والمتغير التابع، وحيث أن قيمة مستوى المعنوية المحسوبة كانت كالتالي (sing= 0.047,0.252,0.597) على التوالي ، مما يعنى عدم وجود اختلافات جوهرية بين فئتي النوع على العلاقة بين بناء استراتيجية التحول الرقمي ونشر ثقافة التحول الرقمي وتوفير متطلبات التحول الرقمي وبين التسعير المستدام للخدمات البنكية بفروع بنك مصر منطقة كفرالشيخ.

٢/١/٥/٤ اختبار متغير العمر:

ينص الفرض على " يوجد اختلافات معنوية ذات دلالة احصائية بين آراء الباحثين حسب العمر ومدى تطبيق أبعاد العمليات المختلفة للتحول الرقمي".
ولاختبار صحة هذا الفرض تم استخدام اختبار كروسكال ويلز (Kruskal Wallis) للعينات المستقلة، واستخدام مستوى المعنوية الجدولي (α) = ٠.٠٥ وكانت النتائج كما هو موضح في الجدول التالي:

جدول رقم (٦)

نتائج اختبار كروسكال ويلز لمتغير العمر

Age	x1	x2	x3
Chi-Square	61.347	54.632	59.375
df	3	3	3
Asymp. Sig.	0.000	0.000	0.000

a. Kruskal Wallis Test

b. Grouping Variable: age

يتضح من الجدول السابق أن قيمة اختبار كروسكال ويلز لمتغير العمر عند مستوى أقل من ٠.٠٥ لكل المتغيرات المستقلة والمتغير التابع، وحيث أن قيمة (sing= 0.000, 0.000, 0.000) تعزى لكل متغيرات الدراسة، مما يعنى وجود اختلافات جوهرية بين فئات العمر الأربعة على العلاقة بين بناء استراتيجية التحول الرقمي ونشر ثقافة التحول الرقمي وتوفير متطلبات التحول الرقمي وبين التسعير المستدام للخدمات البنكية بفروع بنك مصر منطقة كفرالشيخ.

٣/١/٥/٤ اختبار متغير التخصص الوظيفي :

ينص الفرض على " يوجد اختلافات معنوية ذات دلالة احصائية بين آراء المبحوثين حسب التخصص الوظيفي ومدى تطبيق أبعاد العمليات المختلفة للتحويل الرقمي".
ولاختبار صحة هذا الفرض تم استخدام اختبار كروسكال ويلز (Kruskal Wallis) للعينات المستقلة، واستخدام مستوى المعنوية الجدولى $(\alpha) = 0.05$ وكانت النتائج كما هو موضح في الجدول التالي:

جدول رقم (٧)

نتائج اختبار كروسكال ويلز لمتغير التخصص الوظيفي

Test Statistics	x1	x2	x3
Chi-Square	82.914	73.857	79.651
df	2	2	2
Asymp. Sig.	.000	.000	.000

a Kruskal Wallis Test

b Grouping Variable: job

يتضح من الجدول السابق أن قيمة اختبار كروسكال ويلز لمتغير التخصص الوظيفي عند مستوى أقل من ٠.٠٥ لكل المتغيرات المستقلة والمتغير التابع، وحيث أن قيمة (sing= 0.000, 0.000, 0.000) تعزى لكل متغيرات الدراسة، مما يعنى وجود اختلافات جوهرية فئات التخصص الوظيفي على العلاقة بين بناء استراتيجية التحويل الرقمي ونشر ثقافة التحويل الرقمي وتوفير متطلبات التحويل الرقمي وبين التسعير المستدام للخدمات البنكية بفروع بنك مصر منطقة كفرالشيخ.

٦/٤ تحليل الارتباط بين المتغيرات المستقلة والمتغير التابع

Correlations

جدول رقم (٨)

نتائج تحليل الارتباط

			x1	x2	x3	Y
Spearman's rho	x1	Correlation Coefficient	1.000	.365**	.513**	.312**
		Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000
		N	166	166	166	166
	x2	Correlation Coefficient	.365**	1.000	.268**	.319**
		Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000
		N	166	166	166	166
	x3	Correlation Coefficient	.513**	.268**	1.000	.346**
		Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000
		N	166	166	166	166
y	Correlation Coefficient	.312**	.319**	.346**	1.000	
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		
	N	166	166	166	166	

**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

يتضح من الجدول أن جميع معاملات الارتباط معنوية إلا إنها كلها ارتباط طردي ضعيف.

٧/٤ اختبارات للمتغيرات

One-Sample Test

جدول رقم (٩)

	Test Value = 0					
	t	df	Sig. (2-tailed)	Mean Difference	95% Confidence Interval of the Difference	
					Lower	Upper
x1	30.444	165	.000	1.37048	1.2816	1.4594
x2	30.336	165	.000	1.37590	1.2864	1.4655
x3	28.185	165	.000	1.42410	1.3243	1.5239
y	48.789	165	.000	1.37590	1.3202	1.4316

يتضح من الجدول السابق ان جميع المتغيرات معنوية عند مستوى ثقة ٩٥٪

٨/٤ تحليل الانحدار البسيط

١/٨/٤ اختبار مدى صحة الفرض الرئيسي الثاني (X1 استراتيجية التحول الرقمي):

ينص الفرض على " يوجد علاقة ذات دلالة احصائية بين بناء استراتيجية التحول الرقمي وبين سياسة التسعير المستدام للخدمات البنكية بفروع بنك مصر منطقة كفرالشيخ ".
يهدف هذا التحليل إلى وصف العلاقة بين المتغير المستقل (X1) والمتغير التابع (Y) ، ويمكن توصيف هذه العلاقة رياضياً بالمعادلة التالية:

$$Y=\beta x1+c$$

حيث:

Y = المتغير التابع (التسعير المستدام للخدمات البنكية بفروع بنك مصر منطقة كفرالشيخ).

β = معامل الانحدار.

X1 = المتغير المستقل (بناء استراتيجية التحول الرقمي).

C = مقدار ثابت.

يتم حساب معاملات الانحدار البسيط طبقاً للجدول التالي:

جدول رقم (١٠)

حساب معاملات علاقة الانحدار البسيط

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	.978	.064		15.169	.000
x1	.290	.043	.463	6.691	.000

a. Dependent Variable: y

بذلك تصبح معادلة الانحدار البسيط على الشكل الآتي:

$$Y=0.290X1+0.978$$

هذا يعنى أن التغير في المتغير المستقل X1 (بناء استراتيجية التحول الرقمي) يؤدي إلى تغير قدره 29% في المتغير التابع Y (التسعير المستدام للخدمات البنكية بفروع بنك مصر منطقة كفرالشيخ). وهذه النسبة ذات دلالة إحصائية ويمكن الاعتماد عليها، وكذلك الجزء الثابت في المعادلة معنوي،

جدول رقم (١١)
تحليل التباين (A.N.O.V.A) لنموذج الانحدار البسيط
ANOVA^a

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Regression	4.671	1	4.671	44.766	.000 ^b
Residual	17.112	164	.104		
Total	21.784	165			

a. Dependent Variable: y

b. Predictors: (Constant), x1

لاختبار نموذج الانحدار ككل يستخدم تحليل التباين كما بالجدول السابق ويتضح أن النموذج دال إحصائياً ويمكن الوثوق من نتائجه، أي ان معنوية مدي ملائمة النموذج التي يعبر عنها بالقيمة الاحتمالية ٠.٠٠٠٠ وهي أصغر من ٠.٠٠٥ ، وبذلك يكون درجة ملائمة النموذج جيدة ويكون دالاً إحصائياً ويمكن الوثوق به.

تمت دراسة نموذج الارتباط المعدل بين المتغيرين طبقاً للجدول التالي الذي يظهر أن معامل الارتباط المعدل بين المتغير المستقل X1 و Y كانت ٤٦.٣٪، وهي معنوية إحصائية.

جدول رقم (١٢)
ملخص النموذج
Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.463 ^a	.214	.210	.32302

a. Predictors: (Constant), x1

وأن معامل الارتباط المعدل بين المتغيرين X1 و Y كان ٢١٪، وهي ذات دلالة إحصائية.

٢/٨/٤ اختبار مدى صحة الفرض الرئيسي الثاني (x2 نشر ثقافة التحول الرقمي):

ينص الفرض على " يوجد علاقة ذات دلالة احصائية بين نشر ثقافة التحول الرقمي وبين سياسة التسعير المستدام للخدمات البنكية بفروع بنك مصر منطقة كفرالشيخ ".
يهدف هذا التحليل إلى وصف العلاقة بين المتغير المستقل (X2) والمتغير التابع (Y) ، ويمكن توصيف هذه العلاقة رياضياً بالمعادلة التالية:

$$Y = \beta x_2 + c$$

حيث:

Y = المتغير التابع (التسعير المستدام للخدمات البنكية بفروع بنك مصر منطقة كفرالشيخ).

β = معامل الانحدار.

X_2 = المتغير المستقل (نشر ثقافة التحول الرقمي).

c = مقدار ثابت.

يتم حساب معاملات الانحدار البسيط طبقاً للجدول التالي:

جدول رقم (١٣)

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	.948	.063		15.092	.000
x2	.311	.042	.500	7.392	.000

a. Dependent Variable: y

حساب معاملات علاقة الانحدار البسيط

بذلك تصبح معادلة الانحدار البسيط على الشكل الآتي:

$$Y = 0.311X_2 + 0.948$$

هذا يعني أن التغير في المتغير المستقل X_2 (نشر ثقافة التحول الرقمي) يؤدي إلى تغير قدره ١.٣٣٪ في المتغير التابع Y (التسعير المستدام للخدمات البنكية بفروع بنك مصر منطقة كفرالشيخ). وهذه النسبة ذات دلالة إحصائية ويمكن الاعتماد عليها، وكذلك الجزء الثابت في المعادلة معنوي،

جدول رقم (١٤)

تحليل التباين (A.N.O.V.A) لنموذج الانحدار البسيط

ANOVA^a

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	5.444	1	5.444	54.639	.000 ^b
Residual	16.340	164	.100		
Total	21.784	165			

a. Dependent Variable: y

b. Predictors: (Constant), x2

لاختبار نموذج الانحدار ككل يستخدم تحليل التباين كما بالجدول السابق ويتضح أن النموذج دال إحصائياً ويمكن الوثوق من نتائجه، أي ان معنوية مدي ملائمة النموذج التي يعبر عنها بالقيمة الاحتمالية ٠,٠٠٠ وهي أصغر من ٠,٠٥، وبذلك يكون درجة ملائمة النموذج جيدة ويكون دالاً إحصائياً ويمكن الوثوق به.

تمت دراسة نموذج الارتباط المعدل بين المتغيرين طبقاً للجدول التالي الذي يظهر أن معامل الارتباط المعدل بين المتغير المستقل X2 و Y كانت ٢٤,٥٪، وهي معنوية إحصائية.

جدول رقم (١٥)

ملخص النموذج

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.500 ^a	.250	.245	.31565

a. Predictors: (Constant), x2

وأن معامل الارتباط المعدل بين المتغيرين X2 و Y كان ٢٤,٥٪، وهي ذات دلالة إحصائية.

٣/٨/٤ اختبار مدى صحة الفرض الرئيسي الرابع (x3 توفير متطلبات التحول الرقمي):

ينص الفرض على " يوجد علاقة ذات دلالة احصائية بين توفير متطلبات التحول الرقمي

وبين سياسة التسعير المستدام للخدمات البنكية بفروع بنك مصر منطقة كفرالشيخ "

يهدف هذا التحليل إلى وصف العلاقة بين المتغير المستقل (X3) والمتغير التابع (Y) ، ويمكن

توصيف هذه العلاقة رياضياً بالمعادلة التالية:

$$Y = \beta x_3 + c$$

حيث:

Y = المتغير التابع (التسعير المستدام للخدمات البنكية بفروع بنك مصر منطقة كفرالشيخ).

= معامل الانحدار. β

X3 = المتغير المستقل (توفير متطلبات التحول الرقمي).

C = مقدار ثابت.

يتم حساب معاملات الانحدار البسيط طبقاً للجدول التالي:

جدول رقم (١٦)
حساب معاملات علاقة الانحدار البسيط
Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	.872	.053		16.530	.000
x3	.354	.034	.634	10.501	.000

a. Dependent Variable: y

بذلك تصبح معادلة الانحدار البسيط على الشكل الآتي:

$$Y=0.354X3+0.872$$

هذا يعني أن التغير في المتغير المستقل X3 (توفير متطلبات التحول الرقمي) يؤدي إلى تغير قدره ٤.٣٥٪ في المتغير التابع Y (التسعير المستدام للخدمات البنكية بفروع بنك مصر منطقة كفر الشيخ). وهذه النسبة ذات دلالة إحصائية ويمكن الاعتماد عليها، وكذلك الجزء الثابت في المعادلة معنوي،

جدول رقم (١٧)
تحليل التباين (A.N.O.V.A) لنموذج الانحدار البسيط
ANOVA^a

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	8.758	1	8.758	110.266	.000 ^b
Residual	13.026	164	.079		
Total	21.784	165			

a. Dependent Variable: y

b. Predictors: (Constant), x3

لاختبار نموذج الانحدار ككل يستخدم تحليل التباين كما بالجدول السابق ويتضح أن النموذج دال إحصائياً ويمكن الوثوق من نتائجه، أي ان معنوية مدي ملائمة النموذج التي يعبر عنها بالقيمة الاحتمالية ٠,٠٠٠ وهي أصغر من ٠,٠٥ ، وبذلك يكون درجة ملائمة النموذج جيدة ويكون دالاً إحصائياً ويمكن الوثوق به.

تمت دراسة نموذج الارتباط المعدل بين المتغيرين طبقاً للجدول التالي الذي يظهر أن معامل الارتباط المعدل بين المتغير المستقل X3 و Y كانت ٣٩,٨٪، وهي معنوية إحصائية.

جدول رقم (١٨)
ملخص النموذج

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.634 ^a	.402	.398	.28182

a. Predictors: (Constant), x3

وأن معامل الارتباط المعدل بين المتغيرين X3 و Y كان ٣٩,٨٪، وهي ذات دلالة إحصائية.

٩/٤ نتائج تحليل الانحدار المتعدد للعلاقة بين المتغيرات المستقلة والمتغير التابع

١/٩/٤ تحليل الانحدار المتعدد

يهدف هذا التحليل إلى تحديد سلوك المتغيرات المستقلة وأثرها على المتغير التابع، ويمكن توصيف هذه العلاقة رياضياً بالمعادلة التالية:

$$Y = \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + \beta_4 X_4 + C$$

يتم حساب معاملات الانحدار طبقاً للجدول التالي ويتضح من هذا الجدول أن بمقارنة القيمة الاحتمالية عند X_1 وهي ٠.٠٠٠٠ بقيمة ٠.٠٠١؛ فنجد أنها أقل. وبذلك تكون العلاقة بين المتغير المستقل X_1 و المتغير التابع Y علاقة ذات دلالة إحصائية، وبمقارنة القيمة الاحتمالية عند X_2 وهي ٠.٠٠٠٠ بقيمة ٠.٠٠١؛ فنجد أنها أقل. وبذلك تكون العلاقة بين X_2 و Y علاقة ذات دلالة إحصائية أيضاً، وبمقارنة القيمة الاحتمالية عند X_3 هي ٠.٠٠٠٠ بقيمة ٠.٠٠١؛ فنجد أنها أقل. وبذلك تكون العلاقة بين X_3 و Y علاقة ذات دلالة إحصائية

جدول رقم (١٩)

حساب المعاملات لنموذج الانحدار المتعدد

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	.877	.058		15.091	.000
x1	-.130	.105	-.208	-1.237	.218
x2	.123	.107	.197	1.142	.255
x3	.357	.054	.640	6.571	.000

a. Dependent Variable: y

بذلك تصبح معادلة الانحدار المتعدد كالتالي:

$$Y = -0.130X_1 + 0.123X_2 + 0.357X_3 + 0.877.$$

حيث كل المتغيرات غير معنوية ما عدا X_3

يمكن اختبار نموذج الانحدار باستخدام تحليل التباين، كما هو موضح

جدول رقم (٢٠)

تحليل تباين المتغيرات (A.N.O.V.A)

ANOVA^a

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	8.883	3	2.961	37.183	.000 ^b
Residual	12.901	162	.080		
Total	21.784	165			

a. Dependent Variable: y

b. Predictors: (Constant), x3, x1, x2

يتضح من الجدول السابق أن النموذج دال إحصائياً ويمكن الوثوق من نتائجه، أي ان معنوية مدي ملاءمة النموذج التي يعبر عنها بالقيمة الاحتمالية ٠.٠٠٠٠ وهي أصغر من ٠.٠٠٠١. وبذلك يكون درجة ملاءمة النموذج جيدة ويكون دالاً إحصائياً، ويمكن الوثوق به.

يتم دراسة نموذج الارتباط المعدل بين المتغيرات طبقاً للجدول (٢١) الذي يظهر أن معامل الارتباط المعدل بين المتغيرات المستقلة (x3, x2, x1) وY كانت ٤٠.٨٪ وهي معنوية إحصائية.

جدول رقم (٢١)

ملخص النموذج

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.639 ^a	.408	.397	.28219

a. Predictors: (Constant), x3, x1, x2

٢/٩/٤ تحليل الانحدار المتدرج

جدول رقم (٢٢)

Variables Entered/Removed^a

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	x3		Stepwise (Criteria: Probability-of-F-to-enter <= .050, Probability-of-F-to-remove >= .100).

a. Dependent Variable: y

يتضح من الجدول السابق ان المتغيرات التي الباقية في النموذج لأنها معنوية وهي x3 وتم استبعاد الباقي من النموذج لأنها غير معنوية.

جدول رقم (٢٣)

تحليل التباين (A.N.O.V.A) لنموذج الانحدار المتدرج

ANOVA^a

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	8.758	1	8.758	110.266	.000 ^b
Residual	13.026	164	.079		
Total	21.784	165			

a. Dependent Variable: y

b. Predictors: (Constant), x3

يتضح الجدول السابق نستدل على معنوية المتغيرات الباقية في النموذج.

جدول رقم (٢٤)

ملخص النموذج

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.634 ^a	.402	.398	.28182

a. Predictors: (Constant), x3

يتضح من الجدول السابق أن معامل الارتباط المعدل بين الثابت و x3 مع المتغير

التابع لاهو ٠.٤٠٢

النتائج والتوصيات**أولاً: نتائج الدراسة:**

من خلال الدراسة الميدانية تم التوصل إلى النتائج التالية:

- عدم وجود اختلافات جوهرية بين فئتي النوع على العلاقة بين بناء استراتيجية التحول الرقمي ونشر ثقافة التحول الرقمي وتوفير متطلبات التحول الرقمي وبين التسعير المستدام للخدمات البنكية بفروع بنك مصر منطقة كفرالشيخ.
- وجود اختلافات جوهرية بين فئات العمر الأربعة على العلاقة بين بناء استراتيجية التحول الرقمي ونشر ثقافة التحول الرقمي وتوفير متطلبات التحول الرقمي وبين التسعير المستدام للخدمات البنكية بفروع بنك مصر منطقة كفرالشيخ.
- وجود اختلافات جوهرية فئات التخصص الوظيفي على العلاقة بين بناء استراتيجية التحول الرقمي ونشر ثقافة التحول الرقمي وتوفير متطلبات التحول الرقمي وبين التسعير المستدام للخدمات البنكية بفروع بنك مصر منطقة كفرالشيخ .
- وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين بناء استراتيجية التحول الرقمي كأحد عناصر التحول الرقمي وبين التسعير المستدام للخدمات البنكية بفروع بنك مصر منطقة كفرالشيخ .
- وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين نشر ثقافة التحول الرقمي كأحد عناصر التحول الرقمي وبين التسعير المستدام للخدمات البنكية بفروع بنك مصر منطقة كفرالشيخ .
- وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين توفير متطلبات التحول الرقمي (البشرية والتقنية والإجرائية) كأحد عناصر التحول الرقمي وبين التسعير المستدام للخدمات البنكية بفروع بنك مصر منطقة كفرالشيخ .
- هناك انتشار جغرافي لماكينات الصراف الآلي مما أدى الى توفير الوقت الخاص بالعملاء .
- يقوم البنك بتحديث موقعة على الإنترنت باستمرار .
- يستخدم العملاء دائما خدمة الهاتف البنكي للتأكد من الخدمات البنكية .

ثانياً: التوصيات:

وفي ضوء النتائج السابقة يقوم الباحث بعرض التوصيات كفكرة تنفيذية مقترحة كالاتي:

- ضرورة بناء استراتيجية للتحول الرقمي واضحة وقابلة للتطبيق.
- إنشاء فروع إلكترونية مميكنة وتصميم برنامج لفتح الحسابات والودائع وشراء الشهادات إلكترونياً وتفعيل نظام السداد الإلكتروني للمدفوعات الحكومية.
- ضرورة نشر ثقافة التحول الرقمي داخل فروع بنك مصر .
- ضرورة استخدام أليات التحول الرقمي في الاستفاد بتخفيض تكلفة الخدمة المقدمة للعملاء .
- العمل على سد الفجوة المعرفية عن الإدارة الإلكترونية لدى عملاء بنك مصر بتسيخ الوعي وثقافة التحول الرقمي ببنك مصر .
- إبرام الاتفاقيات الخاصة للحصول على التوقعات الرقمية المعتمدة عالمياً .
- إنشاء منظومة تسويقية متكاملة لتسويق المنتجات البنكية الإلكترونية.
- إنشاء برنامج تدريبي للعاملين بالبنك على مستحدثات التحول الرقمي
- العمل على رفع مستوى رضا العملاء نتيجة استخدام منظومة التحول الرقمي

المراجع:

- أولاً: المراجع باللغة العربية:

- ١ . البار، عدنان مصطفى ، المرعبي، خالد على، (٢٠١٨)، التحول الرقمي كيف ولماذا؟، جامعة الملك عبدالعزيز، أم القري ، السعودية.
- ٢ . النقيرة ، أحمد ، (٢٠٢٢)، الهوية الرقمية للبنوك كأحد محددات استدامة الأداء في القطاع المصرفي ، المؤتمر العلمي الدولي الأول بعنوان " رؤية الفكر المالي والإداري في عصر الرقمنة لتحقيق التنمية المستدامة ٢٠٣٠"، كلية التجارة — جامعة السادات ، ص ص ٢٥٧٢-٢٦٠٢.
- ٣ . جريدة المال ٢٠١٨/١٢/١٦ (<https://almaalnews.com>)
- ٤ . حماد، محمد محمد محمود ، (٢٠٢٢) ، دور التحول الرقمي في تطوير أداء العاملين دراسة ميدانية على الشركة المصرية لتجارة الأدوية، المجلة العلمية للدراسات والبحوث المالية والإدارية، المجلد السابع، العدد الثاني، ديسمبر ٢٠٢٠، ص ص ٤٢٧ - ٤٤٨.
- ٥ . خميس، أسر أحمد ، (٢٠٢١) ، أثر التحول الرقمي علي الأداء الوظيفي للعاملين في البنوك التجارية المصرية ، المجلة العلمية للدراسات والبحوث المالية والتجارية، كلية التجارة — جامعة دمياط ، المجلد الثاني ، العدد الثاني ، يوليو، ص ص ٩٩٧-١٠٤٤ .
- ٦ . رضوان، أمل صلاح محمود، (٢٠١٦)، تأثير التحول الرقمي للمعرفة علي الثقافة المعلوماتية للمتخصصين في مجال الآداب والعلوم الإنسانية من أعضاء هيئة التدريس بكلية الآداب بقنا، البوابة العربية للمكتبيات والمعلومات، ع ٤٣، ص ص ١-٥٤.
- ٧ . عامر ، طارق عبدالرؤوف، (٢٠٠٧)، الإدارة الالكترونية، دار السحاب للنشر والتوزيع، القاهرة.
- ٨ . عبد الحميد، طلعت أسعد، البردان، محمد فوزي ، السيد ، إسماعيل يوسف، (٢٠٢١)، التسعير والمنتج المستدام وتأثيرهما على سلوك تكرار الشراء " دراسة ميدانية علي شركات منتجات الألبان بجمهورية مصر العربية"، المجلة العلمية للدراسات والبحوث المالية والإدارية، كلية التجارة . جامعة مدينة السادات، المجلد ١٣، العدد ١، ص ص ١-٤٢.
- ٩ . عبدالرازق ، سحر مصطفى ، (٢٠١٩) ، التحول الرقمي تحدي جديد لمهنة المحاسبة والمراجعة لدعم التنمية المستدامة، المؤتمر السنوي الرابع والعشرون لبحوث الأزمات بعنوان " إدارة التحول الرقمي لتطبيق رؤية مصر ٢٠٣٠ ، كلية التجارة ، جامعة عين شمس .

١٠. عبدالظاهر، منار محمد ، حسن ، سوزان بكري ، عبدالحميد ، محمد سليمان ، (٢٠١٧)، التسويق المستدام للمحميات الطبيعية في مصر : الفرص والتحديات، المجلة الدولية للتراث والسياحة والضيافة، كلية السياحة والفنادق ، جامعة الفيوم ، ص ص ١٥٨ - ١٨٣ .
١١. علام، وليد كامل محمدين كامل، (٢٠٢٢) ، التحول الرقمي وتأثيره على تعزيز الميزة التنافسية للخدمات المصرفية من وجهة نظر مسئول خدمة العملاء: دراسة ميدانية بالتطبيق على قطاع البنوك بجنوب الصعيد، المجلة العلمية للاقتصاد والتجارة، جامعة عين شمس، مجلد ٥٢، العدد ١، ص ص ١٥٩-٢٢٠.
١٢. مجلة أخبار بنك مصر أعداد، إبريل ٢٠١٨، أغسطس ٢٠١٨، ديسمبر ٢٠١٨.
١٣. محمد ، رعدة حسن عبدالحميد ، مبارز، أسامة محمد مهدي، (٢٠٢٢) ، دور التحول الرقمي في تحسين التنمية المستدامة باستخدام الأساليب الحديثة للمحاسبة الإدارية " دراسة تطبيقية علي الجامعات الخاصة في مصر "، المجلة العلمية للدراسات والبحوث المالية والتجارية، كلية التجارة - جامعة دمياط، المجلد الرابع، العدد الثاني، الجزء الثاني، يوليو ٢٠٢٣، ص ص ١١٠٢-١١٨٢.
١٤. موقع بنك مصر (<http://www.banquemisr.com/ar/aboutus/press>)
١٥. مهدي، عمر، (٢٠٢١)، دور التحول الرقمي في تحسين ممارسات إدارة الموارد البشرية، مجلة التنظيم والعمل، المجلد ١١ ، العدد ١، جامعة سعيدي، الدكتور مولاي الطاهر، الجزائر، ص ص ١٥٤-١٦٦.
١٦. نصير، محمد طاهر ، (٢٠٠٥)، التسويق الإلكتروني، دار حامد للنشر والتوزيع، عمان، الأردن.
١٧. يحيى، إلهام ، قرابصي، سارة ، (٢٠١٩) ، التسويق الرقمي: كيفية تطبيق التحول الرقمي في مجال التسويق ، مجلة التنمية الاقتصادية ، الجزائر ، المجلد ٤ ، العدد ٢ ، ص ص ١٣١ - ١٨٤ .
١٨. يس، نجلاء احمد، (٢٠١٥)، متطلبات التحول الرقمي لمؤسسات المعلومات العربية، مجلة المكتبات والمعلومات، ع ١٣، ص ص ٢٧-٩٠.

- ثانياً: المراجع باللغة الأجنبية:

1. Chaniasa, S, Meers, M, & Hess,T, (2019). "Digital Transformation Strategy Making in pre-digital Organizations: The Case of Financial Services Provider" , The Journal of Strategic Information System, 28(1). pp. 17-33.
2. Giannakoudi, Sofia, (1999). "Internet banking: The digital voyage of banking and money in Cyberspace". information & communication Technology law, vol 8, Issue 3, Oct , PP 205-243.
3. Inaam,M, Alzwyalif, (2020). IT Governmance and its Impact on the Usefulness of Accounting Information Reported in Financial Statements, International Journal of Business and Social Scienes, Vol.4, No.2, PP.83-93.
4. Li, F. (2018). The digital transformation of business models in the creative industries: A holistic framework and emerging trends. Technovation, 92/93, Article 102012.
5. Malar, D.A, Arvidsson, V, & Holomstron, J, (2019). "Digital Transformation in Banking: Exploring Value Co-creation in online Banking Services in India", Journal of global information technology management , 22(1). pp. 7-24.
6. Master, K & Bansal, S. (2019). Impact of Digital on the future of internal audit. Ex-service Holdings, Inc. All Rights Reserved. For more information, see www.exlservice.com/legal-disclaimer.
7. Matt, C., Hess, T., & Benlian, A. (2015). Digital Transformation Strategies. Business& information systems engineering, 57 (5), pp339-343.
8. Nambisan, S. (2017). Digital entrepreneurship: Toward a digital technology perspective of entrepreneurship. Entrepreneurship: Theory and Practice, 41(6), 1029-1055.
9. Sang, N Minh, (2021) , Critical Factors Affecting Consumer Intention Of Using Mobil Banking Application During Covid-19 Pandemic : An Empirical Study From Vietnam, Journal of Asian Finance , Economic And Business, Vol.8, No.11, PP.157-167.
10. Verhoef, P. C., Broekhuizen, T., Bart, Y., Bhattacharya, A., Dong, J. Q., Fabian,N., & Haenlein, M. (2021). Digital transformation: A multidisciplinary reflection and research agenda. Journal of Business Research, Vol. 122, PP 889-901.