

المحاضرة الثالثة: استخدامات تكنولوجيا الاعلام و الاتصال

مع دخولنا عصر العولمة ، حيث تخطت الخدمات في مختلف القطاعات حدود المناطق و الاوطان الاقاليم ، أضحى من الواجب على البنوك دراسة تطور الثقافة التكنولوجية الموجودة عند زبائنهم و تفهم مدي قبول هؤلاء للخدمات الالكترونية لتبني استراتيجيات التطور التكنولوجية و الأنظمة المعلوماتية لتواكب هذا التطور و بالتالي القدرة على المنافسة حيث تلعب تكنولوجيا المعلومات دور كبيرا في نجاح الشركات بتحقيق أهدافها و تستخدم المنظمات تكنولوجيا المعلومات في الوقت الحاضر على نطاق واسع وفي جميع عمل المنظمة ، بدءا من أنظمة الموارد البشرية و استقطاب الموظفين مرورا بالاعلان و الدعاية و التجارة الالكترونية و انتهاء بالتواصل مع العملاء ، هذا بالاضافة إلى برمجيات المحاسبة و اصدار الفواتير .

أولاً: مؤشرات التوجه نحو تكنولوجيا الإعلام و الاتصال

يشهد العالم توجهات و تحولات في مجال المعرفة و التكنولوجيا و ذلك بالاعتماد على مؤشرات اهمها :

1. الاعتماد على الايادي العاملة الكفوة و المتخصصة ، حيث اصبح الطالب يشهد ارتفاعا على الاجادي العاملة المؤهلة باعتبارها أحد أهم المعايير نحو التوجه لاقتصاد المعرفة .
2. التركيز على انتاج الخدمات من السلع ، فمثلا الاقتصاد الامريكي 07% من قطاع الخدمات و تزداد سنويات بنسبة 2 ، 3 بالمائة .
3. زيادة نسبة مستخدمي الحاسوب في عملهم اي زيادة استخدام التكنولوجيا و المعلومات لآداء مهمة في العمل .
4. ظهور قطاع تكنولوجيا المعلومات و الاتصال كقطاع انتاجي خدمي مهم فالاضافة إلى تقسيم النشاط الاقتصادي إلى ثلاث قطاعات الزراعة ، الصناعة و الخدمات أضاف العلماء الاقتصاد قطاعا رابعا وهو قطاع المعلومات .
5. تزايد دور و أهمية المعرفة و التكنولوجيا في فعالية الانتاج و الخدمات .

ثالثاً: دور تكنولوجيا الإعلام و الاتصال في تحسين جودة الخدمات المصرفية

تعتقد جودة الخدمات أهم الحلول التي تسعى إليها المؤسسات بفرض الحصول على الزبائن و الحفاظ عليهم و ذلك عبر الاهتمام المتزايد بتحسين الخدمات و انتاجها وفقاً لرغبات و حاجات الزبائن عن طريق الاستغلال الأمثل لمواردها و أصولها البشرية و التكنولوجيا من أجل تحقيق أقصى اشباع لرغبات الزبائن و الحصول على الابداع لكي تحسن من جودة خدماتها و تحقيق رضا زبائنها و يمكن تحقيق هذا من خلا لاستغلال وسائل تكنولوجيا المعلومات و الاتصال التي توفر لها ما يلي :

1- تقديم الخدمات الحرة :

بواسطة تكنولوجيا الإعلام و الاتصال يستطيع الزبون تنفيذ الخدمة بنفسه مباشرة دون اللجوء إلى المكان المادي للمؤسسة أو الاستعانة بأشخاص معينين مثل اللجوء إلى الانترنت و حول موقع المؤسسة المصرفية و البحث عن الاستفسارات أو طلب خدمة معينة .

2- القضاء على زمن الانقطاع و ضياع الوقت :

ينتج استخدام تكنولوجيا الإعلام و الاتصال من قبل المؤسسة و الزبائن خلق تفاعل بطريقة مباشرة و بالتالي كسب الوقت من خلال تلبية المؤسسة لرغبات عدد كبير من الزبائن في وقت واحد من جهة و من جهة أخرى تجنب الزبون مشتقة الانتقال من مكان إلى آخر بالتالي ربح الوقت و القضاء على زمن الانتظار .

3- القضاء على المركزية :

يؤدي استخدام تكنولوجيا الإعلام و الاتصال إلى القضاء على المركزية و البقاء في مكان ثابت و تفادي التنقلات و الطوابير و غيرها من الامور التي يستاء منها الزبون و التي تزيد من احتمال تركه و ستقنائه عن خدمات البنك .

4- تطوير خدمات الاستعلام من بعد للزبائن :

بفضل الوسائل الرقمية يمكن للبنك متابعة زبائنها عن بعد من أجل معرفة آرائهم حول خدماتها و يكون عن طريق إرسال رسائل عبر البريد الالكتروني أو عبر الهاتف الخ .