

### **المحاضرة الثالثة: استخدامات تكنولوجيا الاعلام و الاتصال**

مع دخولنا عصر العولمة ، حيث تخطت الخدمات في مختلف القطاعات حدود المناطق و الاوطان الاقاليم ، أضحي من الواجب على البنوك دراسة تطور الثقافة التكنولوجيا الموجودة عند زبائنها و تفهم مدى قبول هؤلاء للخدمات الالكترونية لتبني استراتيجيات التطور التكنولوجيا و الانظمة المعلوماتية لتواء هذا التطور و بالتالي القدرة على المنافسة حيث تلعب تكنولوجيا المعلومات دوراً كبيراً في نجاح الشركات بتحقيق أهدافها و تستخدم المنظمات تكنولوجيا المعلومات في الوقت الحاضر على نطاق واسع وفي جميع عمل المنظمة ، بدءاً من انظمة الموارد البشرية و استقطاب الموظفين مروراً بالاعلان و الدعاية و التجارة الالكترونية و انتهاء بالتواصل مع العملاء ، هذا بالإضافة 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 اليدادي العاملة الكفؤة و المتخصصة ، حيث أصبح الطالب يشهد ارتقاءاً على الاجادي العاملة المؤهلة باعتبارها أحد أهم المعايير نحو التوجه لاقتصاد المعرفة .
2. التركيز على انتاج الخدمات من السلع ، فمثلاً الاقتصاد الامريكي 70% 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 ثلاثة قطاعات الزراعة ، الصناعة و الخدمات أضاف العلماء الاقتصاد قطاعاً رابعاً 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**

تعقد جودة الخدمات أهم الحلول التي تسعى إليها المؤسسات بفرض الحصول على الزبائن و الحفاظ عليهم و ذلك عبر الاهتمام المتزايد بتحسين الخدمات و انتاجها وفقا 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 الانظار و ضياع الوقت :**

ينتتج 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 مشقة 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 تقاضي التنقلات و الطوابير و غيرها من الامور التي يستاء منها الزبون و التي تزيد من احتمال تركه و سقنه عن خدمات البنك .

#### **4- تطوير خدمات الاستعلام من بعد للزبائن :**

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