

nr 41/2000 TYGODNIK RYNKU INFORMATYKI I TELEKOMUNIKACJI

TELEINFO

www.teleinfo.com.pl

issn 1425-4999 indeks 333697

cena 6 zł

9 października 2000

**KONGRES
TELEINFO 2000**

19-20 października 2000 r.
w Warszawie

Nowe perspektywy
i możliwości rozwoju
przedsiębiorstw
w warunkach globalnej
gospodarki elektronicznej

Czytaj - str. 39-42

wdrożenia
i rozwiązania

ZMIANY NA LEPSZE

Zdaniem Rafała Moñki z Tety do ciekawszych wydruków kadrowo-placowych, które wykonano dla Europolu, należą struktura zatrudnienia z podziałem na jednostki organizacyjne, stanowiska i zakłady oraz karty ewidencji czasu pracy.

Czytaj - str. 25

technologie
i produkty

GAZETA Z KOMPUTERA

Istnieje wiele aplikacji wspomagających pracę wydawnictw. W procesie produkcji publikacji najważniejszy jest jednak kompleksowy system składu i dystrybucji informacji w połączeniu z ich archiwizacją.

Czytaj - str. 32

e-gospodarka



RYNEK PORTALI

- Nie ulega wątpliwości, że w polskim Internecie „spalono” dużo pieniędzy i nie wiadomo, czy się kiedykolwiek zwrócą - twierdzi Jacek Bochenek, dyrektor ds. operacyjnych i redaktor naczelny biznespolska.pl.

Czytaj - str. 43

Dystrybutorzy łączą się!

ZARZĄDY JTT COMPUTER I TCH COMPONENTS
PODJEŁY DECYZJĘ O POŁĄCZENIU OBU
SPÓŁEK. W wyniku fuzji powstanie naj-
większy w Polsce dystrybutor sprzętu
komputerowego.

Czytaj - str. 4



Archiwum

■ JACEK KURAŚ

Banki nie cenią klientów

Banki cenią informatykę – głosi tytuł z pierwszej strony wakacyjnego numeru „TELEINFO”. To fakt, z którym nie będę polemizować. Mam jednak poważne wątpliwości czy banki cenią swoich klientów. Obawy moje wypływają zarówno z osobistych doświadczeń, jak i przekazów innych osób.

Niedawno opisywałem kłopoty z bankomatami i automatami do drukowania stanów kont i lokat. Dzisiaj chciałbym zająć się stosunkiem pracowników banków do klientów.

Ojciec mój założył przed laty w jednym z największych polskich banków lokatę dewizową, a na początku bieżącego roku

chciał ją zlikwidować. Ze względu na wiek i zmianę miejsca zamieszkania nie mógł osobiście pojawić się w oddziale prowadzącym rachunek. Postanowiłem więc dowiedzieć się w krakowskim oddziale owego banku, jakie formalności należy załatwić, aby lokatę zlikwidować. Tu poinformowano mnie, że bank jest kompleksowo z informatyzowany i jeżeli klient nie ma karty identyfikacyjnej, to tutejszy oddział nie „zobaczy” jego rachunku. Poprosiłem więc urzędników, abym mógł przywieźć ojca do banku, gdzie osobiście załatwiłby wszystkie formalności. Pracownicy banku niezmiennie twierdzili, że nie pozwala na to system informa-

tyczny i jedynym rozwiązaniem jest podróż właściciela rachunku przez pół Polski do miejscowości, w której została założona lokata.

Taki sposób postępowania Melchior Wańkowicz nazwałby „niechciejstwem”. Tłumaczenie swojego lenistwa ograniczeniami lub błędami komputerów jest nagminnie praktykowane w większości instytucji publicznych. Oprócz systemów komputerowych istnieje jeszcze coś takiego jak telefon i poczta. Banki dysponują nawet swoją wewnętrzną pocztą dostarczaną przez kurierów. Po co z tego korzystać, skoro można spławić klienta zwalając winę na komputery. Wyszedłem z banku

z kwitkiem. Na odchodnym zaproponowano mi, abym postarał się o pełnomocnictwo uwierzytelnione przez notariusza. Rada wydawała się rozsądna.

Po kilku tygodniach (i wielogodzinnej podróży) zaopatrzony w odpowiednie pełnomocnictwo pojawiłem się w oddziale prowadzącym rachunek. I tu zaczęły się schody... Urzędniczki przez pół godziny poszukiwały zagubionych dokumentów, a następnie oznajmiły mi, że nic nie załatwię, gdyż podpis na pełnomocnictwie nie jest zgodny ze wzorem sprzed prawie 20 lat. Pań z okienka nie interesował fakt, iż dokument jest uwierzytelniony przez notariusza. Z uporem – godnym Rocha

Kowalskiego – twierdziły, że ojca trzeba zmusić do takiego podpisu jak przed laty. Fakt, że skończył 80 lat i identycznie już się nie podpisze, nie przemawiał do ich wyobraźni. Próbowałem interweniować u dyrektora oddziału, ale mnie nie wpuszczono.

Już niedługo na polski rynek wejdą banki zagraniczne. Zarządy polskich muszą zrozumieć, że nie pomogą najlepsze rozwiązania informacyjne i wspaniałe lokale, jeżeli w instytucjach tych będą pracować bezmyślni i bezduszni biurokraci. O klienta należy dbać i szanować go. Żle potraktowany, wybierze ten bank, który będzie go cenić. □