

UNIVERZA V LJUBLJANI
EKONOMSKA FAKULTETA

DIPLOMSKO DELO

**SODOBNE TRŽNE POTI V BANČNIŠTVU IN NA PRIMERU
NOVE LJUBLJANSKE BANKE D.D.**

Ljubljana, junij 2002

ROMANA GRAD

IZJAVA

Študentka Romana Grad izjavljam, da sem avtorica tega diplomskega dela, ki sem ga napisala pod mentorstvom dr. Vekoslava Potočnika in dovolim objavo diplomskega dela na fakultetni domači strani.

V Ljubljani, dne 15.6.2002

KAZALO

1. UVOD.....	1
2. TRŽNE POTI V BANČNIŠTVU.....	3
2.1. OPREDELITEV TRŽNIH POTI V BANČNIŠTVU.....	3
3. ELEKTRONSKO POSLOVANJE IN ELEKTRONSKO BANČNIŠTVO.....	4
3.1. OPREDELITEV ELEKTRONSKEGA POSLOVANJA.....	4
3.2. OBLIKE ELEKTRONSKEGA BANČNIŠTVA.....	4
3.3. RAZVOJ ELEKTRONSKEGA BANČNIŠTVA.....	6
3.4. RAZVOJ IN OPREDELITEV INTERNETA.....	8
3.4.1. <i>INTERNETNE STORITVE</i>	10
3.4.2. <i>INTERNET V SLOVENIJI</i>	10
3.5. PRAVNI VIDIK ELEKTRONSKEGA POSLOVANJA.....	11
3.6. RAZVOJ SODOBNIH TRŽNIH POTI V BANČNIŠTVU V SLOVENIJI.....	13
3.6.1. <i>PONUJDIKI SISTEMSKIH REŠITEV ELEKTRONSKEGA BANČNIŠTVA V SLOVENIJI</i>	13
4. KRATKA PREDSTAVITEV NOVE LJUBLJANSKE BANKE D.D.....	14
4.1. SODOBNE TRŽNE POTI V NLB.....	15
5. SAMOPOSTREŽNO BANČNIŠTVO.....	16
5.1. BANČNI AVTOMATI.....	16
5.1.1. <i>BANKOMATI V NLB</i>	17
5.1.2. <i>SAMOPOSTREŽNI KIOSKI V NLB</i>	19
5.2. VARNOST POSLOVANJA PREKO BANČNIH AVTOMATOV.....	20
6. TELEBANKING ALI BANČNIŠTVO NA DALJAVO.....	21
6.1. TELEFONSKO BANČNIŠTVO.....	22
6.1.1. <i>TELEDOM V NLB</i>	23
6.1.2. <i>VARNOST TELEFONSKEGA BANČNIŠTVA</i>	25
6.1.3. <i>PRIMERJAVA MED TELEFONSKIMA BANKAMA FIRST DIRECT IN TELEDOMOM</i>	26
6.1.4. <i>PRIHODNOST TELEFONSKEGA BANČNIŠTVA</i>	27
6.2. SPLETNO BANČNIŠTVO.....	28
6.2.1. <i>SPLETNA POSLOVALNICA KLIK NLB</i>	29
6.2.2. <i>VARNOST SPLETNEGA BANČNIŠTVA</i>	34
6.2.3. <i>PREDNOSTI IN SLABOSTI SPLETNEGA BANČNIŠTVA ZA KOMITENTA</i>	36
6.2.4. <i>PREDNOSTI IN SLABOSTI SPLETNEGA BANČNIŠTVA ZA BANKO</i>	39
6.3. MOBILNO BANČNIŠTVO.....	41
6.3.1. <i>MOBILNA TEHNOLOGIJA</i>	43
6.3.2. <i>MOBILNO BANČNIŠTVO V NLB</i>	44
7. KRATEK PREGLED SODOBNIH TRŽNIH POTI V NLB.....	45
8. PRIHODNOST SODOBNIH TRŽNIH POTI V NLB.....	47

9. SKLEP.....	49
LITERATURA.....	51
VIRI.....	52

1. UVOD

V svojem diplomskem delu bom predstavila nove, sodobne tržne poti v bančništvu, ki so v veliki meri odvisne od računalnikov, elektronike, telekomunikacij. Z razvojem omenjene tehnologije se je postopoma začela spreminjati tudi družba, njene želje in potrebe, zato bodo poti, po katerih bodo banke tržile svoje storitve, v prihodnosti odigrale pomembno vlogo. Opisane tržne poti bom predstavila tudi na primeru Nove ljubljanske banke d.d.

Na začetku bom na kratko opredelila tržne poti v bankah, preko katerih komitenti opravljajo najrazličnejše bančne storitve. V nadaljevanju bom predstavila elektronsko poslovanje, kamor sodi tudi elektronsko bančništvo oziroma sodobni načini poslovanja med banko in njenimi komitenti. Prav elektronsko poslovanje je namreč spodbudilo nesluten razvoj poslovanja na daljavo, ki presega geografske in časovne meje, svet pa spreminja v globalno vas.

Pri vsakem poslovanju pa je izredno pomembna tudi pravna urejenost in varnost vseh udeleženi strank, zato bom navedla tudi pravne vidike elektronskega poslovanja in njegovo urejenost v Sloveniji in v tujini.

V nadaljevanju bom predstavila razvoj elektronskega bančništva v svetu in navedla njegove oblike, zatem pa bom nekaj besed namenila tudi svetovnemu omrežju internet, njegovemu razvoju, storitvam in njegovemu pomenu v svetu bančništva.

Tudi v Sloveniji smo se leta 1991, s prvim bančnim avtomatom, lotili prvih poskusov uvedbe sodobnejših bančnih poti, ki smo jih do danes razširili že na področje stacionarne in mobilne telefonije ter pravega spletnega oziroma internetnega bančništva. Ker je hitrost širitve spletnega bančništva med porabniki odvisna med drugim tudi od njihovega dostopa do interneta, se bom dotaknila tudi te problematike.

V osrednjem delu svojega diplomskega dela bom najprej na kratko predstavila Novo ljubljansko banko d.d. in opredelila sodobne načine poslovanja z njenimi komitenti. Nadaljevala bo s podrobnejšo obravnavo posameznih tržnih poti glede na njihovo časovno uvajanje v slovenski bančni prostor s strani Nove ljubljanske banke d.d.. Prvi korak v tej smeri je bil narejen z bančnimi avtomati, ki jih danes uvrščamo med oblike samopostrežnega bančništva, kamor pa sodijo tudi njihove najnovejše oblike: informacijsko-transakcijski terminali oziroma samopostrežni kioski. 24-urna možnost opravljanja bančnih storitev od koderkoli in kadarkoli je glavna prednost bančništva na daljavo (telebanking). Komitentom je s tem omogočen prihranek dragocenega časa, ki bi ga porabili za obisk v klasičnih poslovalnicah, bančni uslužbenci v njih pa

imajo tako večjo možnost, da se bolj celovito posvetijo zahtevnejšim strankam.

Nova ljubljanska banka je omogočila poslovanje na daljavo najprej preko telefonskega odzivnika, kmalu pa je kot prva uvedla pravo telefonsko poslovalnico Teledom, s katero so ohranili oseben, neposreden stik komitenta z bančnim uslužbencem na drugi strani telefonske žice. Telefonsko bančništvo je v Sloveniji kratek čas, zato sem naredila primerjavo Teledoma s telefonsko banko First Direct, ki jo svojim komitentom ponuja britanska banka HSBC Bank.

Pravo bančništvo na daljavo, kjer poteka poslovanje izključno preko računalnikov in ustrezne programske opreme, pa se je pojavilo z uvedbo spletnega oziroma internetnega bančništva. To sodobno tržno pot bom predstavila na primeru spletne poslovalnice Klik NLB, kjer se bom dotaknila njenega delovanja, značilnosti in njene razširjenosti med komitenti. Predstavila pa bom tudi prednosti in slabosti, ki jih je ta tržna pot prinesla tako komitentom kot tudi banki.

Velika ovira pri širitvi spletnega bančništva je predvsem dvom ljudi v varnost poslovanja. Le kako naj namreč ljudje upravljanje z njihovimi finančnimi sredstvi zaupajo neki napravi, ki je rezultat zapletene, njim nerazumljive tehnologije? Banke tako veliko sredstev namenjajo prav tej problematiki, zato bom o varnostnih elementih spregovorila tudi pri obravnavi vsake sodobne tržne poti.

Zelo malo pa je zaenkrat moč povedati o varnosti mobilnega bančništva, ki je kot najnovejša tržna pot do strank, še v začetni fazi svojega razvoja. V diplomskem delu bom zato na kratko predstavila WAP tehnologijo, spregovorila pa bom tudi o razširjenosti uporabnikov mobilnih telefonov v Sloveniji in v tujini. Tudi Nova ljubljanska banka d.d. je preko WAP mobilnih telefonov, s svojo ponudbo že prišla do komitentov in drugih potencialnih strank, strokovnjaki pa že zdaj napovedujejo svetlo prihodnost takšnemu načinu bančnega poslovanja.

Na koncu diplomskega dela bom naredila kratek pregled vseh sodobnih tržnih poti v Novi ljubljanski banki d.d.. Delo bom sklenila s povzetkom intervjuja, ki ga je izvedla novinarka Aleksandra Vagaja z Nevenko Črnko, izvršno direktorico Direkcije za strateški in poslovni razvoj pri Novi ljubljanski banki d.d., glede smeri razvoja sodobnih tržnih poti v bančništvu in v največji slovenski banki.

2. TRŽNE POTI V BANČNIŠTVU

2.1. OPREDELITEV TRŽNIH POTI V BANČNIŠTVU

»Tržne poti opredeljujejo določeno okolje, v katerem storitveno podjetje storitve posreduje, in način, kako jih posreduje, ter s tem povezano zaznavanje vrednosti in kakovosti storitev s strani porabnikov« (Potočnik, 2000, str. 146).

Razlikujemo tri načine prostorske interakcije med storitveno organizacijo in stranko oziroma porabnikom storitve (Potočnik, 2000, str. 146):

- ◆ stranka pride k izvajalcu storitve,
- ◆ izvajalec storitve pride k stranki,
- ◆ stranka in izvajalec storitve nimata neposrednega stika.

Pred desetletji so se bančne storitve, zaradi neločljivosti od njihovega proizvajalca, opravljale le z neposredno interakcijo med porabnikom in proizvajalcem. Tako ljudje niso mogli dvigniti svojih prihrankov, ne da bi se odpravili do najbližje bančne poslovalnice in izgubljali svoj čas s čakanjem v vrsti pred bančnim okencem.

Z naglim razvojem informacijske tehnologije pa so se začele odpirati nove tržne poti, ki so omogočile bankam izvajanje storitev tudi brez neposredne prisotnosti porabnika. S tem se je dvignila konkurenčna raven bank, ki so nove priložnosti izkoristile, komitentom pa je bil omogočen dostop do bančnih storitev kjerkoli, kadarkoli in kakorkoli si to želijo.

Prodajne poti v bančništvu lahko razvrstimo v (Delak, 1997, str. 55):

- ◆ poslovanje prek poslovalnic,
- ◆ poslovanje prek pisemskih sporočil,
- ◆ obisk bančnih delavcev na domu,
- ◆ samopostrežno poslovanje,
- ◆ POS-i (elektronska prodajna mesta),
- ◆ telefonsko bančništvo (phone banking),
- ◆ direktno bančništvo (home banking),
- ◆ elektronski denar (smart cards).

V diplomski nalogi se bom osredotočila predvsem na sodobne tržne poti v bančništvu. Gre za poti, pri katerih se uporabljajo dosežki sodobne tehnologije predvsem z računalniškega in informacijskega področja. Tako bom naslednje poglavje namenila podrobnejši predstavitvi elektronskega bančništva.

3. ELEKTRONSKO POSLOVANJE IN ELEKTRONSKO BANČNIŠTVO

3.1. OPREDELITEV ELEKTRONSKEGA POSLOVANJA

Pojem elektronskega poslovanja izhaja iz angleškega izraza electronic commerce, danes pa se ta terminologija spreminja v ebusiness, saj pravilneje odseva vsebino izraza. Elektronsko poslovanje ne pomeni le navadne izmenjave računalniških podatkov in delovanje spletne trgovine, temveč obsega vse, kar delamo v sklopu poslovne dejavnosti s pomočjo računalniških aplikacij in računalniških omrežij (Jerčan-Blažič, 2001, 105 str.).

Glavne sestavine elektronskega poslovanja so (Toplišek, 1998, str. 4):

- ◆ način dela (Tu gre za elektronsko izmenjavanje podatkov, deloma pa tudi za samodejne transakcije in informacijske tokove.)
- ◆ vsebina poslovanja (Te so skoraj neomejene in sicer so lahko: prodaja blaga in storitev, plačevanje, prodaja informacij, bančne transakcije, izmenjava dokumentov in listin, storitve trženja in medsebojnega komuniciranja, izvajanje pouka na daljavo, delovanje državnih organov in javnih služb in podobno.)
- ◆ skupine udeležencev (Ločujemo tri glavne skupine udeležencev in sicer podjetja, državne in javne službe in posameznike oziroma potrošnike in uporabnike.)

Z razvojem informacijske tehnologije in razvojem interneta, se v zadnjem desetletju odpira popolnoma nov svet poslovanja. Tako se v nasprotju s klasičnimi zaprtimi omrežij za elektronsko poslovanje (npr.:SWIFT-omrežje bančnih organizacij) uveljavlja internet in z njim mnogo hitrejši, globalen in trgu prilagodljiv način poslovanja.

S tem pa se širi tudi krog udeležencev poslovanja, saj prihaja do čedalje več interakcij med posamezniki ter med podjetji in posamezniki (ang. Business to Customer ali krajše B2C). Gotovo pa še vedno največji del elektronskega poslovanja poteka med samimi podjetji (ang. Business to Business ali krajše B2B), kar je razvidno iz primerjave rasti obsega takšnega načina poslovanja med podjetji ter med podjetji in posamezniki v ZDA. (Glej sliko 1, na str.5)

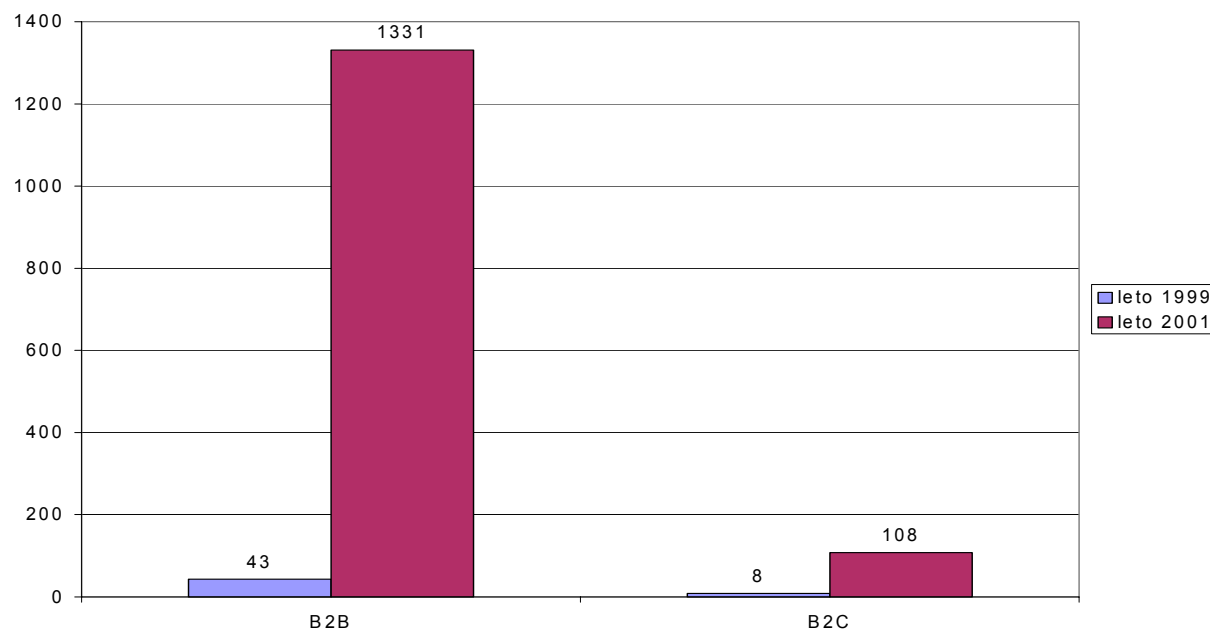
3.2. OBLIKE ELEKTRONSKEGA BANČNIŠTVA

Elektronsko bančništvo je del elektronskega poslovanja in zajema vse bančne storitve, ki se opravljajo po elektronski poti, pri tem pa je treba zagotoviti bančno tajnost in anonimnost prenosov (Perše, 2000, str. 41).

Glede na subjekte, ki nastopajo v elektronskem bančništvu ločimo v grobem tri vrste poslovnih odnosov:

- ◆ med bankami (npr.: SWIFT),
- ◆ med banko in podjetjem (pravnimi osebami),
- ◆ med banko in posameznikom (fizičnimi osebami).

Slika 1: Primerjava rasti obsega elektronskega poslovanja (v mio \$) med podjetji in med podjetji in posamezniki v ZDA od leta 1999 do konca leta 2001



Vir: Jerman-Blažič, 2001, str.112.

Elektronsko poslovanje med bankami je že kar nekaj časa uveljavljeno. Tako se je na primer na mednarodni ravni oblikovalo zaprto omrežje bančnih organizacij – SWIFT, ki omogoča hitro in nemoteno opravljanje transakcij med bankami v različnih državah.

Čedalje več elektronskega načina poslovanja poteka tudi med banko in pravnimi osebami. Vsaj pri nas, del tega poslovanja zaenkrat še poteka posredno, preko Agencije za plačilni promet (v nadaljevanju APP), ki predstavlja javno komunikacijsko omrežje. Korak k hitrejši uveljavitvi elektronskega bančništva je prispevala tudi APP, ki je pravnim osebam omogočila izmenjavo podatkov plačilnega prometa v računalniški obliki na disketi ali po elektronski pošti, možnost pregleda stanja in prometa denarnih sredstev na računih pri APP preko interneta in podobno. Z dokončnim zaprtjem APP se bo elektronsko poslovanje med banko in podjetji še bolj uveljavilo, banke pa so že sedaj pripravile posebne programske pakete, ki podjetnikom omogočajo opravljanje storitev preko interneta.

Večji del svoje diplomske naloge bom namenila predstavitvi oblik in značilnosti elektronskega bančništva, v katerem nastajajo odnosi med banko in posameznikom

oziroma fizično osebo.

O elektronskem bančništvu govorimo torej takrat, ko pride banka s svojo ponudbo storitev k porabniku, na tržni poti pa si pomaga z dosežki sodobne informacijske, telekomunikacijske tehnologije. Lahko bi rekli, da pri trženju svojih storitev uporablja sodobne distribucijske poti, obseg ponudbe storitev, ki jo lahko posreduje porabniku, pa se seveda glede na posamezno obliko tržne poti razlikuje.

Med sodobne tržne poti v bančništvu lahko štejemo:

- ◆ samopostrežno bančništvo (bančni avtomati in informacijski terminali),
- ◆ telefonsko bančništvo ali phonebanking (avtomatski telefonski odzivnik in telefonsko poslovanje neposredno z bančnim uslužbencem)
- ◆ bančništvo na daljavo ali telebanking (računalniško poslovanje s povezavo na bančno omrežje ali svetovni splet)
- ◆ mobilno bančništvo (WAP sistem in SMS sporočila),
- ◆ kartično poslovanje,
- ◆ elektronska prodajna mesta ali POS-i (Ta omogočajo avtomatski prenos oziroma izmenjavo podatkov o nakupu s plačilnimi karticami preko terminala na prodajnem mestu do računalnika v banki.).

V ožji pomen elektronskega bančništva, pa bi lahko zaradi njegove razvojne pomembnosti, uvrstili poslovanje preko interneta. Ob razvoju informacijske tehnologije so se namreč začele spreminjati tudi navade in potrebe uporabnikov bančnih storitev. Zaradi napornih in dolgih delavnikov, zaradi pomanjkanja časa ali pa preprosto zaradi udobja, si ljudje želijo opraviti čedalje več bančnih storitev, ne da bi jim bilo potrebno stopiti v bančno poslovalnico. Prav zaradi tega banke v ospredje svojih razvojnih planov uvrščajo izpopolnitev in širitev poslovanja preko interneta, ki jim omogoča zadovoljitev porabnikovih potreb, s tem pa ohranitev njihove zvestobe.

3.3. RAZVOJ ELEKTRONSKEGA BANČNIŠTVA

Začetki elektronskega bančništva segajo že v dobo pred splošno razširjenostjo interneta. Za prvo obliko elektronskega poslovanja štejemo namreč že telefonske bančne storitve, kasneje pa so nekatere banke razvile lasten programski paket, s katerim je mogoče računalnik neposredno priključiti na bančni sistem.

Z iskanjem novih tržnih poti so banke na eni strani poskušale znižati stroške svojega poslovanja, zmanjšati vrste pred bančnimi okenci in se tako v poslovalnicah bolj posvetiti svetovanju in ponudbi zahtevnejših bančnih storitev. Sodobne tržne poti pa bi na drugi strani pomenile prednosti tudi za uporabnike, saj bi ti na primer iz domačega naslanjača lahko opravljali bančne storitve.

Security First Network Bank iz Atlante v ZDA je oktobra 1995 kot prva banka uvedla spletno bančništvo, zanjo pa še danes velja, da ima zelo nizke stroške poslovanja in zelo ugodne obrestne mere (Klajnščak, 2001, str. 36).

Gotovo je veliko zaslug za nagel razvoj predvsem spletnega bančnega poslovanja moč pripisati tudi močni konkurenci ameriških bank, ki so si na različne načine poskušale pridobiti nove komitente.

Vendar pa so se banke zavedale, da informiranje in različne oglaševalske akcije niso dovolj, če uporabniki niso priključeni na internetno omrežje. Tako so nekatere banke v ZDA v svojo ponudbo vključile tudi specializirane programske pakete, s katerim se je moč preko računalnika, posebne linije in posebnega orodja priključiti neposredno na bančni sistem. Ker ne gre za svetovno omrežje, zagotavlja tovrstno bančništvo večjo varnost in zasebnost, poleg tega pa je zagotovljena tudi večja hitrost in obseg prenosa podatkov, kar lahko pri internetnem bančništvu predstavlja problem (Svoljšak, 1999, str. 30). Kljub tej potezi, pa se še vedno največ uporabnikov odloča za posreden način poslovanja, kjer lahko preko interneta in komercialnega programskega paketa bank, prav tako koristijo ponudbo bančnih storitev.

V tem pa so dobro priložnost videle tudi velike svetovne računalniške hiše, kot so Microsoft, Intel, IBM. Slednji je tako leta 1996 s 15 največjimi bankami v ZDA ustanovil informacijsko mrežo z imenom Integrion Financial Network. Microsoft pa ponuja, v dogovoru s številnimi bankami, uporabnikom bančnih storitev v svojem programskem paketu Money, internetno povezavo (Sjekloča, 1999, str. 32).

Ameriškim bankam, ki so ponudile uporabnikom novo, sodobno tržno pot za opravljanje bančnih storitev so se, v razmeroma kratkem času, pridružile banke iz vsega sveta. Tako se je do leta 2000 v svetovno računalniško omrežje vključilo že preko 3750 bank, kar prikazuje slika 2, na strani 8 (Bartolini, 2000, str. 68-69).

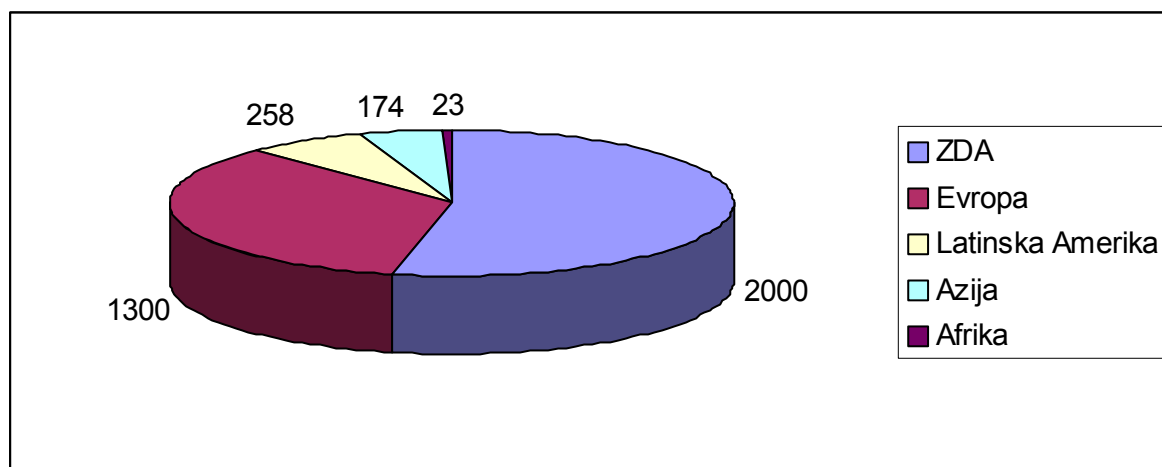
Po podatkih International Data Corporation uporablja storitve spletnega bančništva v ZDA 14,7 milijona uporabnikov, kar naj bi bilo samo 12% gospodinjstev. Številke so res nekoliko pod pričakovanji, če upoštevamo, da uporablja Internet 120 milijonov Američanov. Nekoliko bolj so novo pridobitev sprejeli v Evropi, saj je samo v zahodni Evropi kar 28 milijonov uporabnikov spletnega bančništva (Eržen, 2001, str. 7).

Kljub naglemu informacijskemu razvoju in širitvi omrežja internet, se torej elektronsko bančništvo le ni uveljavilo povsod v takšni meri, kot so pričakovali. Ne smemo namreč mimo dejstva, da še tako dobra informacija na spletnih straneh o bančni ponudbi ni učinkovita, če ni nikogar, ki bi jo lahko prebral.

Na intenzivnost vseh oblik elektronskega bančništva vplivajo predvsem kulturne navade uporabnikov in raven tehničnega razvoja. Gotovo je internet fenomen sodobnega časa, ki je s svojim hitrim razvojem v zelo kratkem času osvojil svet. Seveda pa tehnologija še ni zagotovilo uspeha. Največje ovire za široko uveljavitev

elektronskega poslovanja na finančnem področju predstavlja miselnost ljudi in relativna togost podjetij. Tako se bo elektronsko bančništvo najhitreje širilo tam, kjer so ljudje naklonjeni tehnološkimi dosežkom in kjer morajo za opravljanje storitev premagati največje razdalje.

Slika 2: Število bank v svetovnem računalniškem omrežju internet do leta 2000



Vir: Bartolini, 2000, str. 68-69.

Vseeno pa so strokovnjaki raziskovalnih institucij optimistični glede širjenja elektronskega bančništva, saj predvidevajo, da bo leta 2005 te storitve uporabljalo okoli 75 milijonov Evropejcev, pri čemer bo še vedno najbolj priljubljen medij za tovrstne dejavnosti ostal internet. Vrednost opravljenih storitev preko spletnega bančništva pa naj bi iz 2,7 milijarde USD v letu 2001 narasla na 5 milijard do leta 2004 (Klajnščak, 2001, str. 36).

Veliko vlogo v razvoju elektronskega bančništva je torej odigralo omrežje internet, zato ga bom v naslednjem razdelku diplomskega dela nekoliko podrobneje predstavila.

3.4. RAZVOJ IN OPREDELITEV INTERNETA

Internet je svetovno računalniško omrežje, ki je sestavljen iz, med seboj povezanih, omrežji. Nova pridobitev računalniške tehnologije je zblížala svet, saj je komuniciranje preko interneta hitro, enostavno, pri tem pa lahko informacija v slikovni, zvočni in tekstovni obliki v nekaj sekundah seže v katerokoli državo sveta, ki je priključena na to omrežje. Gre torej za medij, ki ga tako podjetja kot tudi posamezniki uporabljajo za pridobivanje informacij, za medsebojno komuniciranje, za raziskovanje, trženje storitev, za izobraževanje ali zgolj za zabavo.

Začetki razvoja interneta segajo v leto 1969, ko so v ameriškem obrambnem ministrstvu spoznali pomembnost tedanjih omrežij. Tako je agencija Advanced

Research Projects Agency z vojaško pomočjo zgradila omrežje ARPA-net. Omrežje je bilo precej stabilno, odporno, dostopno in uporabno širokemu krogu ljudi (Hoffman, 1996, str. 13).

Internet je odprt standard brez lastništva in nadzora določene države ali katerekoli druge komercialne institucije. Čeprav ni pravega lastnika, pa skupina Internet Society oz. krajše ISOC skrbi za nadzor razvoja omrežja. Pod njenim okriljem deluje več prostovoljnih skupin, ki skrbijo za tehnične zadeve (Internet Architecture Board (IAB)), za tehnične standarde (Internet Engineering Task Force (IETF)) in podobne, za hitrost in prihodnost omrežja, pomembne odločitve (Hoffman, 1996, str. 19).

Internet je torej skupek omrežij, ki so med seboj povezana z vmesniki ali mostovi. Ti omogočajo nemoteno sporazumevanje med njimi oziroma pretvarjajo podatke iz ene oblike v drugo. Vsi računalniki, ki so priključeni na internet imajo svoj lasten naslov, ki je hierarhično sestavljen iz domen in poddomen. V Sloveniji podeljuje naslove Arnes, javni zavod za akademsko raziskovalno omrežje.

Vsak, ki želi vstopiti v omrežje mora imeti osebni računalnik, telefonski priključek, modem, programsko opremo za internet in nekaj aplikacij (elektronska pošta, pregledovalnik za storitev www...).

Tabela 1: Število (v milijonih) in delež (v %) uporabnikov interneta po posameznih delih sveta v januarju 2000

JANUAR 2000		
OBMOČJE	ŠTEVILO UPORABNIKOV	DELEŽ UPORABNIKOV
Afrika	2,1	0,86
Azija, Pacifik	40	16,50
Evropa	70	28,90
Srednji Vzhod	1,9	0,78
Kanada in ZDA	120	49,60
Južna Amerika	8	3,36
Skupaj v svetu	242	100

Vir: Uporaba interneta v svetu, [<http://www.commerc.net/research/stat>], 27.02.2002.

Gotovo je Internet fenomen sodobnega časa, ki se razvija in širi z izredno hitrostjo. Tudi raziskave širom po svetu zgovorno pričajo o tem.

Iz raziskave računalniškega podjetje Almanac lahko razberemo, da je januarja leta 2000 internet uporabljalo že 242 milijonov ljudi po vsem svetu. Kot je razvidno iz tabele 1, je bila Evropa s 70 milijoni uporabnikov na drugem mestu v celotnem številu uporabnikov, kar pomeni, da je leta 2000 dobra tretjina Evropejcev uporabljala internet. Raziskave pa so tudi pokazale, da je povprečna starost evropskih

uporabnikov 32 let, internet obiščejo v povprečju trikrat tedensko, pri uporabi pa z 61% prednačijo moški.

Podjetje Almanac na podlagi rezultatov raziskav predvideva, da bo do konca leta 2002 internet uporabljalo 490 milijonov ljudi, do konca leta 2005 pa naj bi bilo kar 765 milijonov uporabnikov tega omrežja (<http://www.commerc.net/research/stat>, 27.02.2002).

3.4.1. INTERNETNE STORITVE

Za uporabnike interneta so najpomembnejše storitve tega omrežja, saj gre za orodja, ki omogočajo medsebojno komunikacijo in dostop do informacij vseh vrst po vsem omrežju. Med storitvami internetnega omrežja so najpomembnejše : svetovni splet (World Wide Web ali www), elektronska pošta, terminalske povezave, prenosi datotek in druge informacijske storitve.

Za internetno bančništvo je najpomembnejši svetovni splet, saj lahko pridemo s to storitvijo do najrazličnejših informacij in podatkov ali pa jih posredujemo naprej v obliki hiperbesedil in multimedijskih dokumentov (Jerman-Blažič, Turk, 1996, str. 22). Osnova te storitve je hiperteks, kar pomeni, da lahko besedilo obogatimo z večpredstavnimi dokumenti kot so zvok, slika in video. Za branje teh dokumentov pa potrebujemo poseben program, ki se imenuje pregledovalnik (brskalnik). Najbolj razširjena pregledovalnika sta Microsoft Explorer in Netscape Navigator. Svetovni splet je enostaven in prijazen za uporabnike, zato je privabil tudi tiste, ki nimajo veliko računalniškega znanja.

3.4.2. INTERNET V SLOVENIJI

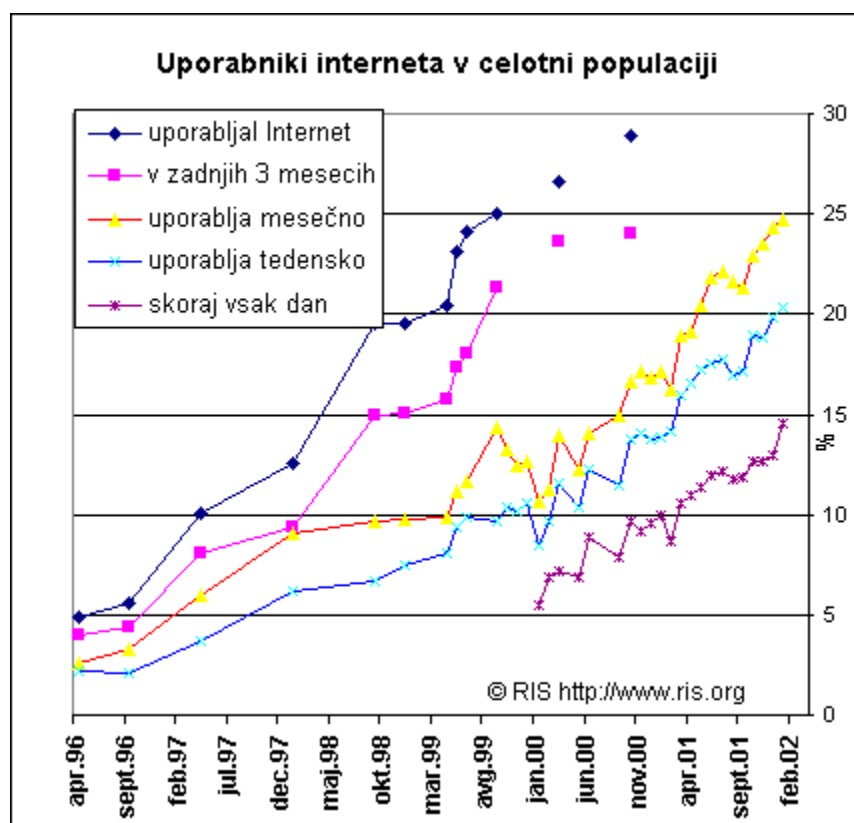
Širjenje in uveljavitev spletnega bančništva je v veliki meri odvisna od uporabe interneta med prebivalci, predpogoj pa je seveda posedovanje oziroma dostop do osebnega računalnika s potrebno programsko opremo in povezavo na svetovno računalniško omrežje.

Zadnja raziskava projekta RIS o številu uporabnikov interneta v Sloveniji je bila narejena januarja 2002 in je s telefonsko anketo zajela 3000 oseb, v starosti od 15 do 65 let. Rezultati raziskave so pokazali, da je spletne strani vsaj enkrat obiskalo že 600.000 Slovencev, od tega pa je 350.000 (19% celotne populacije) tistih, ki redno, torej vsak dan ali skoraj vsak dan, uporablja internet. Nekoliko več je seveda tistih, ki ga uporabljajo nekajkrat tedensko in nekajkrat mesečno. V vseh kategorijah pogostosti uporabe pa se je število v primerjavi z mesecem poprej povečalo kar za tri odstotne točke. Rezultati so tudi pokazali, da ima večina teh uporabnikov dostop do

interneta predvsem od doma in iz službe (<http://www.ris.org>, 25.2.2002). Podrobnejši prikaz rasti števila uporabnikov je prikazan na sliki 2.

In kam nas to uvršča v primerjavi z drugimi evropskimi državami. Rezultati raziskav avstrijske raziskovalne agencije GFK kažejo, da Slovenija po številu rednih uporabnikov izstopa med vzhodno evropskimi državami in sledi najbolj razvitim zahodnoevropskim in skandinavskim državam (<http://www.graliteo.si>, 25.02.2002).

Slika 3: Rast števila uporabnikov interneta (v %) v celotni populaciji v Sloveniji po pogostost uporabe v času od aprila 1996 do februarja 2002



Vir: Število uporabnikov interneta v Sloveniji, [<http://www.ris.org>], 25.02.2002.

3.5. PRAVNI VIDIK ELEKTRONSKEGA POSLOVANJA

Pomanjkanje ustrezne zakonske ureditve lahko znatno ovira sporočanje pravno pomembnih in zavezujočih informacij v elektronski obliki in povzroča splošno pravno negotovost. Zaradi čedalje večje globalizacije trgov in poslovanja ter hitrega razvoja tehnologije, pa je potreba po ustreznih pravnih okvirih še toliko večja.

Tako je bil leta 1995 v ZDA, v zvezni državi Utah, sprejet prvi zakon o elektronskih podpisih, ki enači lastnoročni in digitalno generiran podpis. Leto dni kasneje je

komisija Združenih narodov za mednarodno gospodarsko pravo (UNCITRAL) sprejela Modelni zakon o elektronskem poslovanju, kar je bila velika pravna pridobitev na mednarodni ravni. Na podlagi tega dokumenta, so se namreč začela pripravljati tudi pravila za elektronske podpise.

Slovenija je na pragu vstopa v Evropsko unijo, zato je za nas pomembno predvsem dogajanje na evropskem pravnem področju. Prvi evropski zakon o elektronskih podpisih je leta 1997 sprejela Nemčija, sledile pa so ji Italija in Avstrija. Konec leta 1999 je Evropska unija sprejela direktivo z naslovom Okvir unije za elektronske podpise (A Community framework for electronic signatures). S tem je poskrbela za poenotenje zakonodaj članic Evropske unije o elektronskih podpisih in zagotovila nemoteno elektronsko poslovanje ter pospešila uporabo elektronskih podpisov. V direktivi so obravnavane vse vrste elektronskih podpisov, največji poudarek pa je namenjen tistim, ki imajo pod določenimi pogoji enako pravno veljavo kot lastnoročni podpisi pri dokumentih v papirnati obliki (Jerman-Blažič, 2001, str. 230).

Tudi v Sloveniji sledimo spremembam v evropskem pravnem prostoru. Spomladi leta 2000 smo namreč sprejeli Zakon o elektronskem poslovanju in elektronskem podpisu (ZEPEP) in smo ena izmed prvih držav z urejeno zakonodajo na tem področju (http://www.dz-rs.si/si/aktualno/spremljanje_zakonodaje/sprejeti_zakoni.html).

S sprejetjem tega zakona smo vzpostavili varno okolje za preverjanje pristnosti elektronsko oblikovanih, shranjenih, poslanih, sprejetih ali kako drugače obdelanih podatkov in tako pospešili razmah elektronskega poslovanja na vseh področjih gospodarskega in družbenega dogajanja.

Zakon je moderno zasnovan, v njem najdemo določila za širok spekter elektronskih podpisov, pri svoji vsebini pa se ne spušča v nepotrebne tehnološke podrobnosti, ki se z razvojem hitro spreminjajo. S tem pa omogoča uporabnikom, da izberejo različno tehnologijo pri različnih overiteljih in si na ta način sami izberejo stopnjo varnosti, ki jo potrebujejo za različna poslovanja. Zakon ureja tudi varovanje osebnih podatkov in nalaga obveznost overiteljem, da seznanijo uporabnika s pravnimi, tehničnimi vidiki in posledicami elektronskega poslovanja. Pomembno pa je tudi dejstvo, da ZEPEP izenačuje možnosti elektronske oblike in elektronskega podpisa z dosedanjjo papirno obliko in lastnoročnim podpisom.

S sprejetjem zakona se bo pospešilo ustanavljanje overiteljev za izdajanje certifikatov, s tem pa se bo začela povečevati tudi uporaba varnega elektronskega poslovanja v Sloveniji. Seveda pa to pomeni nove možnosti za hitrejšo širitev elektronskega bančništva, ki je že sicer v ospredju na področju uporabe elektronskega poslovanja.

Prvi koraki so že bili narejeni, saj so s strani vlade ustanovili dve agenciji za overjanje in sicer na Ministrstvu za gospodarske dejavnosti in na Centru vade za informatiko.

3.6. RAZVOJ SODOBNIH TRŽNIH POTI V BANČNIŠTVU V SLOVENIJI

Prvi resni poskusi uvedbe novih, sodobnejših, uporabniku prijaznejših, za banko pa cenejših poti, so se pri nas začeli leta 1991. Najprej so banke ponudile možnost dviga gotovine in vpogled v stanje na računih preko bančnih avtomatov, ki so jih postavile širom po Sloveniji. Naslednji korak v elektronskem bančništvu smo doživeli z uvedbo telefonskega bančništva, kmalu za tem pa je SKB, kot prva slovenska banka ponudila bančne storitve tudi preko spletnih strani. Danes tovrstne usluge ponujajo domala vse slovenske banke.

Vse banke sodijo v kategorijo tistih bank, ki poskušajo do uporabnikov priti po različnih tržnih poteh in verjetno zaradi majhnosti, kulturnih navad in drugih posebnosti slovenskega prostora, pravih spletnih bank še dolgo ni moč pričakovati. Res pa je, da dajejo banke danes veliko poudarka spletnemu bančništvu, na katerega poskušajo z različnimi oglaševalskimi akcijami in drugimi trženjskimi pristopi opozoriti predvsem posameznike (fizične osebe).

To vejo spletnega bančništva (torej med banko in fizičnimi osebami) so namreč leta 1997 banke nekoliko zapostavile in dale prednost uveljavitvi elektronskega poslovanja s podjetji. Takrat je namreč Agencija za plačilni promet omogočila pravnim osebam, da pošiljajo naloge za prenos sredstev po elektronski pošti, spremljajo tekoči promet v dobro in breme, spremljajo stanje na žiro računu in sprejemajo sporočila o opravljenem prometu na žiro računu za prejšnji dan.

Prav zaradi zgodnjega uvajanja pravnih oseb v elektronsko poslovanje ni presenetljiv podatek, da je Slovenija po številu podjetij, ki na ta način poslujejo z banko, celo med vodilnimi državami v Evropi. Število teh podjetij se je namreč od konca leta 1999 bliskovito povečalo iz 3.000 na 12.000 podjetij (Klajnščak, 2001, str. 36).

3.6.1. PONUDNIKI SISTEMSKIH REŠITEV ELEKTRONSKEGA BANČNIŠTVA V SLOVENIJI

Še pred navedbo glavnih ponudnikov sistemskih rešitev spletnega bančništva v Sloveniji naj povem, da tudi banke, kot ene izmed končnih ponudnikov spletnega bančništva, delimo v dve kategoriji. V prvo kategorijo uvrščamo tiste banke, ki jim predstavlja svetovni splet le eno izmed distribucijskih poti pri trženju svojih storitev. V drugo kategorijo pa sodijo prave spletne banke, ki so dostopne le preko svetovnega spleta in jih tako stranke ne morejo obiskati v njihovih poslovalnicah. Te banke imajo zato tudi večjo ponudbo svojih storitev, saj uporabnikom poleg najpogostejših storitev v zvezi s tekočimi in varčevalnimi računi, nudijo tudi posojila, pokojninske sheme in kreditne kartice. Med najprodornejše prave spletne banke sodijo Cahoot, Egg, First-e v Veliki Britaniji in X.com v ZDA.

Seveda pa so še vedno daleč v ospredju, tako po številu kot tudi po obsegu

transakcij, tiste banke, ki uporabnikom ponujajo različne poti do njihove ponudbe. S tem jim namreč omogočijo izbiro tiste poti, ki jim najbolj ustreza v danem trenutku, kraju in finančni potrebi (Svoljšak, 2001, str. 52).

Gotovo je spodbudno, da se večina slovenskih bank in podjetij odloča za programske rešitve domačih podjetij. Med najbolj vidna in uspešna podjetja na področju razvoja rešitev elektronskega bančništva štejemo podjetja Zaslon, Halcom, Zrcalo, SRC.SI, Aster, Adacta. Obstaja sicer še nekaj drugih podjetji s tovrstno dejavnostjo, vendar pa imajo premajhen tržni delež oziroma so preozko usmerjena, da bi lahko bistveno vplivala na razvoj trga pri nas.

Torej zgoraj omenjena podjetja ponujajo bolj ali manj celovito ponudbo izdelkov in storitev elektronskega bančništva in elektronskega poslovanja. Med njimi bi lahko izpostavila podjetje Halcom informatika d.o.o.. Znotraj tega podjetja deluje namreč certifikatna agencija Halcom-CA, ki se je na podlagi Zakona o elektronskem poslovanju in elektronskem podpisu, vpisala v register overiteljev Republike Slovenije na ministrstvu za informacijsko družbo. Tako je postala ena izmed dveh trenutno vpisanih overiteljev v javni register overiteljev v Sloveniji (drugi deluje s strani Centra vlade za informatiko).

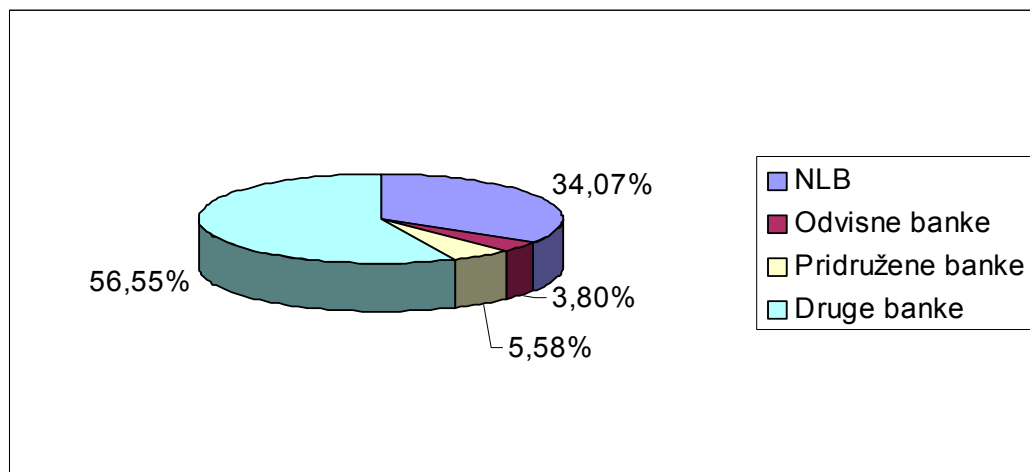
4. KRATKA PREDSTAVITEV NOVE LJUBLJANSKE BANKE D.D.

27. julija 1994 je Državni zbor Republike Slovenije sprejel odločitev o ustanovitvi Nove ljubljanske banke d.d. (v nadaljevanju NLB), ki je od predhodne Ljubljanske banke d.d. prevzela premoženje, celotno poslovanje in del njenih obveznosti.

V slovenskem bančnem sistemu zavzema NLB glede na bilančno vsoto 34,07 – odstotni tržni delež, skupaj z njenimi odvisnimi bankami pa kar 37,87 – odstotni tržni delež (<http://www.n-lb.i/slo/delezi.html>, 15.5.2002). NLB ima v Sloveniji 15 podružnic s 242 poslovalnicami, podružnico ima tudi v Trstu, v Evropi in v svetu pa posluje še devet njenih predstavništev in sicer: v Budimpešti, Frankfurtu, Londonu, Milanu, Moskvi, New Yorku, Pragi, Beogradu in Varšavi. Skupino NLB sestavljajo odvisne in kapitalsko povezane družbe in banke v Sloveniji in v tujini. (Letno poročilo 2001, str. 41).

V Evropskem prostoru pa bonitetne ocene svetovnih ocenjevalnih agencij FITCH IBCA, Standard & Poor`s, Moody`s, Thomson Financial BankWach in Capital Intelligence Skupino NLB glede varnosti uvrščajo med vodilne med bankami v srednji in vzhodni Evropi (Letno poročilo 2000 NLB, str. 37).

Slika 4: Delež NLB v slovenskem bančnem sistemu (podatki na dan 31.12.2001)



Vir: Tržni delež NLB, [<http://www.n-lb.si/slo/delezi.html>], 15.5.2002.

Banka opravlja bančne in druge finančne storitve, za katere je pridobila predpisano dovoljenje Banke Slovenije, seveda pa lahko po veljavnih predpisih opravlja tudi vse druge posle v Sloveniji in v tujini. Toda v NLB se zavedajo, da širok spekter njihovih storitev še ne zagotavlja uspeha. Najdragocenejši kapital banke so tako gotovo zaposleni, s svojo strokovnostjo, znanji, izkušnjami in ustvarjalno motivacijo. V banki ustvarjajo delovno okolje, ki vzpodbuja skupinsko delo in hkrati omogoča izražanje posameznikove kreativnosti. V podporo takšnemu delu pa nudi banka svojim uslužbencem nenehno izobraževanje doma in v tujini.

K uspehu pa vodi tudi intenzivna skrb za porabnike njihovih storitev. Posluh za njihove želje in potrebe vodi NLB do iskanja novih tržnih poti, pri čemer pa s pridom izkoriščajo sodobno informacijsko tehnologijo in s tem sledijo svetovnim bančnim trendom. Prav o novih, sodobnih tržnih poteh v NLB bo tekla beseda v nadaljevanju diplomskega dela.

Kot največja slovenska banka pa si tako poleg vpliva na finančnem trgu utrjuje pot tudi na vseh področjih družbenega razvoja. Njena aktivna vloga se odraža v finančni in materialni pomoči posameznikom in organizacijam slovenskega športnega, kulturnega in umetniškega prostora. S podporo različnim družbenim dejavnostim in z učinkovitim izvajanjem tudi ostalih elementov komunikacijskega spleta, si NLB gradi prepoznavno podobo in utrjuje položaj v Sloveniji.

4.1. SODOBNE TRŽNE POTI V NLB

Učinkovita organizacija poslovanja, ki omogoča skladnost in nemoteno komuniciranje v vseh smereh znotraj podjetja, je v tako velikem podjetju zelo pomembna. Leta 1999 so v NLB izvedli reorganizacijo in prvič združili vse komponente razvoja banke v eno direkcijo s približno 150 zaposlenimi: strateški in poslovni razvoj, ki vsebuje strateško

planiranje in kontrolo, razvoj storitev, tržnih poti in trženje ter razvoj organizacije in tehnologij, ki jih podpirajo.

Sektor sodobnih tržnih poti sodi torej v Direkcijo za strateški in poslovni razvoj. V organizacijski strukturi NLB je sicer oblikovnih sedem direktij, ki igrajo upravljavsko – podporno vlogo v podjetju. Njihova naloga je torej skrb za podporo poslovnemu procesu in zagotavljanje celovitega in učinkovitega upravljanja Bančne skupine.

Hiter razvoj tehnologije in informacijskih sistemov poskuša NLB v čim večji meri izkoriščati za uporabo sodobnih tržnih poti, preko katerih poteka prodaja bančnih storitev. Že od leta 1990 sistematično gradijo alternativne prodajne poti predvsem za fizične, pa tudi pravne osebe.

Tako leta 1991 uvedejo prve bančne avtomate v Sloveniji, tri leta kasneje že začne poslovati prava telefonska poslovalnica Teledom, leta 1999 in 2000 pa fizičnim in pravnim osebam ponudijo možnost opravljanja bančnih storitev preko interneta in sicer preko spletnih poslovalnic Klik NLB in Proklik NLB. Omenjene sodobne tržne poti bom podrobneje predstavila v nadaljevanju diplomskega dela.

5. SAMOPOSTREŽNO BANČNIŠTVO

5.1. BANČNI AVTOMATI

Bančni avtomati ali krajše bankomati so samopostrežni terminali, preko katerih je mogoče dvigniti gotovino 24 ur dnevno, tudi ob nedeljah in praznikih (Črčinovič-Krofič, 1995, str. 15). V začetku je bilo dvig gotovine res glavno poslanstvo bankomatov, danes pa je seznam storitev, ki jih opravimo preko te tržne poti, bistveno pestrejši.

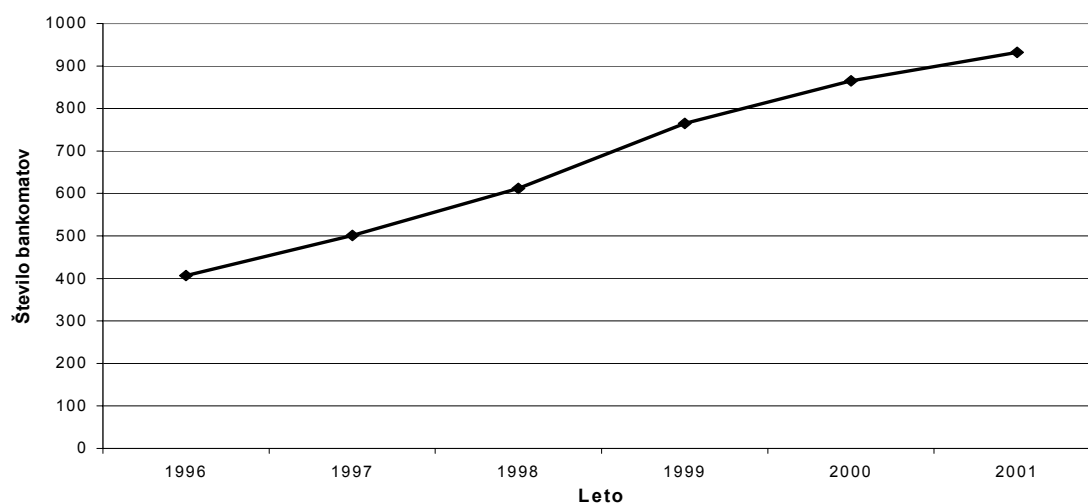
Danes so bankomati locirani že v skoraj vseh državah sveta, tudi v Sibiriji in na Aljaski. Po podatkih iz Evropske konference ATM`99 v Londonu je bilo leta 1999 v svetu tako 140 milijonov bankomatov različnih proizvajalcev. Po številu bančnih avtomatov na milijon prebivalcev je v ospredju Japonska z 800 bankomati, sledijo pa ji Španija s 700 in Švica s 650 bankomati na milijon prebivalcev (Tomassini, 1999, str. 41).

Prvi korak k samopostrežnem bančništvu je bil z uvedbo bančnih avtomatov narejen že pred desetletjem tudi v Sloveniji. Po podatkih Banke Slovenije je bilo v sredini leta 2001 pri nas nameščenih 932 bankomatov (Bilten Banke Slovenije, 2001, str. 47), kar nas počasi približuje Evropskemu povprečju držav Evropske Unije, ki znaša 600 bankomatov na milijon prebivalcev (Horvat, 2001, str. 17). V skladu z večanjem

števila bankomatov se je od leta 1996 kar za trikrat povečalo tudi število dvigov in sicer na dobrih 41 milijonov, v skupni vrednosti 425 milijard tolarjev. (Bilten Banke Slovenije, 2001, str. 47) Rast števila bankomatov je prikazana na sliki 5, na strani 17.

Pred uvedbo bankomatov je bilo možno gotovino dvigniti le v bančnih poslovalnicah. Prehod iz osebnega izvajanja storitev na samopostrežno bančništvo pomeni veliko prednosti za uporabnike, hkrati pa novost pri izvajanju storitev lahko povzroči zmedo, nezaupanje in vznemirjanje. Zato je zelo pomembno, da banka podrobno pouči uporabnike o vseh prednostih in koristih novega načina izvajanja storitev (Potočnik, 2000, str. 44).

Slika 5: Rast števila bančnih avtomatov v Sloveniji v obdobju od leta 1996 do sredine leta 2000



Vir: Bilten Banke Slovenije, 2001, str. 47.

Uporabniki so bankomate hitro sprejeli, saj so poleg 24 urne dostopnosti, zelo enostavni tudi za uporabo. Bankomat namreč sam vodi uporabnika skozi ves postopek opravljanja storitve. Pogoj za uporabo bankomata pa je bančna kartica BA z magnetnim zapisom na hrbtni strani in osebno geslo ali PIN kodo (Personal Identity Number). O vseh opravljenih storitvah, ki so povzročile spremembo stanja na uporabnikovem računu je le ta obveščen na rednem mesečnem bančnem izpisku.

5.1.1. BANKOMATI V NLB

V Sloveniji je možnost opravljanja storitev preko bančnih avtomatov leta 1991 prva ponudila NLB, ki jih je postopoma postavila po vsej državi. Čeprav so se v mrežo bančnih avtomatov, ki ga pri nas upravlja procesni center Bankart, kasneje vključile tudi druge slovenske banke, pa je po številu vseh bankomatov v ospredju še vedno

NLB. V sredini oktobra 2001, ko se je v BA mrežo vključil tisoči bankomat, je imela tako NLB v lasti 397 oziroma kar dobro tretjino vseh bančnih avtomatov, konec marca 2002 pa že 440 bankomatov (www.nlb.si/slo/sporocila01.html, 1.3.2002).

Bančni avtomati so oblika samopostrežnega bančništva, kar pomeni, da lahko uporabnik brez prisotnosti bančnega uslužbenca opravi določene storitve, ki jih ponuja bankomat. Tako lahko dvigne ali položi gotovino, plača položnice in račune, lahko opravi prenos denarja v dobro drugega računa ali samo izve stanje na svojem računu, o katerem lahko dobi tudi izpisek. Gre torej za gotovinske in negotovinske transakcije, ki jih je moč opraviti na večini bankomatov v Sloveniji.

NLB poskuša seznam teh storitev tudi razširiti. Tako je v sodelovanju s slovenskim operaterjem mobilne telefonije Simobil, že uvedla možnost polnjenja računov mobilnih telefonov preko bankomata.

Poleg tega se je NLB takoj vključila v projekt podjetja Bankart, s katerim so omogočili dvig gotovine tudi z mednarodnimi karticami. Bankart je tako poskrbel za novo programsko opremo na bančnih avtomatih, centralnem računalniku in platformi, ki obdeluje opravljene transakcije, NLB pa je morala prilagoditi svoje interne procese in obdelave v skladu s spremembami nove tehnologije. Na vseh bankomatih NLB je tako moč dvigniti gotovino tudi z uporabo kartic mednarodnega kartičnega sistema Europay (kartica LB Eurocard) in Visa, od katerih je morala NLB predhodno pridobiti tudi licenco.

Velja omeniti tudi skrb za najmlajše, ki pa v prihodnosti predstavljajo pomembne potencialne potrošnike bančnih storitev. Tako je NLB z letom 2001 uvedla tako imenovane Tolimate. To so posebni bankomati, ki jih lahko uporabljajo le otroci. Pogoj za uporabo je seveda posebna Toli kartica, ki jo prejmejo otroci ob odprtju Toli računa. Na omenjen račun otroci preko Tolimata polagajo prihranke, njihovi starši ali skrbniki pa z njihovimi prihranki upravljajo.

Ne smemo pa pozabiti, da je velikost obsega poslovanja preko bankomatov odvisna tudi od njihove lokacije. Statistika evropske konference ATM'99 je pokazala, da so največja skupina uporabnikov bankomatov zaposleni, ki gredo v povprečju 5-krat na teden v službo, 3-krat na teden v trgovino in 1-krat na teden v banko (Tomassini, 1999, str.41). Ti podatki torej kažejo, da so poslovni in trgovinski centri, železniške in avtobusne postaje, letališča, pristanišča, bencinski servisi, hoteli in univerze ustrezna mesta za postavitve bančnega avtomata.

Bankomate NLB najdemo po vseh velikih trgovskih in poslovnih središčih, kjer je velik pretok ljudi. V začetku leta 2002 pa so v Ljubljani v BTC-ju ob hali A namestili tudi prvi avtobankomat v Sloveniji. Poleg dviga gotovine s kartico BA/Maestro je možno kar iz avtomobila dvigniti gotovino tudi z mednarodnimi karticami, preveriti

stanje na računu in napolniti račun mobilnega telefona.

Da pa bi omogočili uporabo bankomatov tudi invalidom, so jih na nekaterih lokacijah namestili na višino dosega osebe na invalidskem vozičku. Seveda pa je teh v primerjavi z ostalimi bankomati le peščica, zato so ti ljudje še vedno dostikrat odvisni od pomoči drugih.

5.1.2. SAMOPOSTREŽNI KIOSKI V NLB

V obdobju razvoja informacijske tehnologije sledi spremembam v samopostrežnem bančništvu tudi NLB. Tako je kot prva slovenska banka komitentom ponudila osem samopostrežnih kioskov, ki jih je februarja 2001 postavila v prenovljeno poslovalnico na Trgu republike 2 v Ljubljani.

Informacijsko-transakcijski kioski, vodilnega proizvajalca ne tem področju podjetja Wincor Nixdorf, imajo v osnovi dve funkciji: informativno in storitveno. V prvi vrsti nudijo uporabnikom najrazličnejše informacije iz bančne ponudbe, kot so na primer tečajne liste, obrestne mere, informacije o pogojih varčevanja in kreditiranja, o dogajanju na borzi vrednostnih papirjev in podobno. Po želji uporabnika jim samopostrežni kiosk te informacije tudi iztiska na papir. Preko teh kioskov pa je možno opraviti tudi konkretne bančne storitve, kot so vloge za odprtje računa, prošnje za odobritev posojila, naročanje in tiskanje čekov in izpiskov, plačevanje položnic in prenos sredstev med računi. Za te storitve banka obračuna provizijo tako kot v bančnih poslovalnicah. Na teh terminalih lahko torej uporabniki opravijo tudi vse storitve, ki jih ponujajo telefonsko, mobilno in internetno bančništvo.

Takšno funkcionalnost in obseg storitev je omogočena s sodobno opremljenostjo kioskov. Vsi imajo velik zaslon LCD, ki je občutljiv na dotik (touchscreen), stereo-zvočnike, alfanumerično tipkovnico iz nerjavečega jekla ter čitalnik magnetnih in čip kartic. Šest kioskov je opremljenih tudi s tiskalnikom A4 formata za tiskanje zelenih informacij in videokonferenčni paket s telefonsko slušalko in videokamero za povezavo s klicnim centrom (Horvat, 2001, str. 17).

NLB je z novo pridobitvijo samopostrežnega bančništva na dobri poti k uresničevanju svojih ciljev, ko želi zmanjšati vrste pred bančnimi okenci, ugoditi zahtevam po 24-urnih storitvah, se približati svojim komitentom in seveda povečati učinkovitost svojega poslovanja.

Za zdaj je sicer še težko govoriti o vidnejših spremembah na primer pri dolžini čakalnih vrst. Uporabniki potrebujejo namreč precej časa, da se prilagodijo na nove tržne poti, preko katerih lahko opravijo bančne storitve. Na hitrost privajanja uporabnikov pa lahko seveda v veliki meri vpliva tudi banka z različnimi orodji tržnega komuniciranja. Še pred tem pa mora NLB samopostrežne kioske postaviti

tudi na druge lokacije v Ljubljani in širši Sloveniji in sicer tako, da bodo resnično dostopni 24-ur dnevno, tako kot bankomati in ostale sodobne tržne poti. Obstoječe kioski se namreč nahajajo v poslovalnici in je zato njihova uporaba omejena na delovni čas banke.

5.2. VARNOST POSLOVANJA PREKO BANČNIH AVTOMATOV

Tako kot pri ostalih sodobnih tržnih poteh je tudi tukaj varnost poslovanja zelo pomembna. V ta namen ima vsak uporabnik bankomata PIN kodo, ki prepreči zlorabo kartice predvsem v primeru njene izgube ali kraje. Bančni avtomat je namreč programiran tako, da ob tretjem napačnem vnosu PIN kode kartico obdrži, lastnik pa jo lahko čez nekaj dni ponovno prevzame v bančni enoti, kjer ima odprt temeljni račun. Lahko pa bi rekla, da stopnjo varnosti določajo dostikrat tudi uporabniki sami. Nekateri imajo namreč (morda zaradi svoje pozabljivosti) PIN kodo zabeleženo kar na kartici ali pa v njeni bližini (v denarnici), s čimer seveda olajšajo delo malopridnežu, ki jim je kartico ukradel. Dostikrat pa se tudi dogaja, da kartico ali dvignjeno gotovino pozabijo vzeti iz reže bankomata. Da bi preprečili vsaj pozabljanje bančne kartice so bančne avtomate programirali tako, da po opravljenem postopku najprej vrnejo bančno kartico in nanjo opozorijo z zvočnim signalom.

Ne smem pa mimo dejstva, da so kartice z magnetnim zapisom narejene po zelo stari tehnologiji in jih lahko malo bolj iznajdljivi in tehnično podkovani zlikavci dokaj enostavno kopirajo. Poleg tega pa so magnetne kartice zelo občutljive, saj se v bližini magnetnega polja izbriše celotni zapis na kartici. V svetu so tako že pred časom razvili in uvedli pametne kartice, v Sloveniji pa smo šele na pragu te razvojne novosti. Pametne kartice so oblikovane na čip tehnologiji in so zato varnejše pred mehanskimi poškodbami, niso občutljive na magnetna polja, čip pa pred transakcijami vedno izvede več varnostnih operacij, kar bistveno zmanjša možnosti zlorabe (Logar, 1996, str. 6).

Seveda pa številni strokovnjaki v svetu še vedno razvijajo nove načine, s katerimi bi zagotovili še večjo varnost poslovanja. V korporaciji NCR, ki je eno vodilnih podjetji na področju alternativnih bančnih poti, se skupina tehnologov za varnost ukvarja predvsem z zaščito kartic. Tako so že razvili nove bančne avtomate po metodi IRIS. Pri tej metodi gre za zaščito na osnovi zapisa očesne šarenice. Oko lastnika bančne kartice skenirajo in njegov zapis shranijo na magnetno stezo na hrbtne strani kartice, ki so jo poimenovali SENSAR. Seveda so tej zaščiti prilagojeni tudi bankomati, ki imajo v zgornjem svetlobnem delu vgrajen čitalec šarenice (Tomassini, 1999, str. 40). Seveda je takšna tehnologija in vrsta zaščite zelo draga in ima tudi nekaj pomanjkljivosti, zato mislim, da v praksi ne bo zaživila.

6. TELEBANKING ALI BANČNIŠTVO NA DALJAVO

Telebanking je poslovanje na daljavo in poteka s pomočjo osebnega računalnika in videoteksa. Gre za javni informacijski sistem, ki je z računalnikom dostopen ves dan in sicer preko javnega telefonskega omrežja. Uporabnik se lahko tako v udobju svojega domačega naslonjača, prek telekomunikacijskega vmesnika in z ustrezno opremo priključi na bančni informacijski sistem in si pridobi bančne informacije ali opravi želene storitev. V svetu se je telebanking začel uveljavljati že v 80. letih, ko so banke začele vzpostavljati videoteksne informacijske sisteme, ki so bili enostavni za uporabo (Vesel, 1994, str. 60.).

Bančništvo na daljavo pa ne poteka samo preko uporabnikovega računalnika, ampak ga poznamo tudi v drugih oblikah. S tehnološkega vidika je najbolj enostavna telefonska oblika, pri kateri uporabnik neposredno komunicira z bančnim uslužbencem. Edina oprema, ki jo pri tem potrebuje je kakršenkoli telefonski aparat, bančni uslužbenec pa mora biti z računalnikom priključen na bančno omrežje in s tem na ustrezne baze podatkov.

Tudi pri drugi obliki opravlja uporabnik bančne storitve preko telefona, pri čemer pa komunicira z avtomatskim glasovnim odzivnikom (avdioteks). Za takšen način poslovanja potrebuje telefonski aparat s tonofrekvenčnim izbiranjem.

Pri sodobnejši, tehnološko zahtevnejši obliki pa komunicira uporabnik z osebnim računalnikom preko modema neposredno z bančnim računalnikom in preko takšne zveze izvaja transakcije. Večina strokovnjakov se strinja, da gre v tem primeru za pravo obliko poslovanja na daljavo, telefonsko bančništvo pa je le različica telebankinga. K razvoju prave oblike telebankinga je danes veliko pripomoglo tudi svetovno računalniško omrežje internet.

K razvoju novih, sodobnejših tržnih poti je banke vodila predvsem želja po pridobivanju novih komitentov in s tem doseganju večjega tržnega deleža in večje konkurenčnosti. Poslovanje na daljavo omogoča tako prihranke pri osebju in stroških terminalske opreme, ki bi bila potrebna za novo klasično poslovalnico. Nova tržna pot razbremeni tudi uslužbenca na bančnih okencih pri opravljanju rutinskih opravil in prihrani čas pri obdelavi podatkov.

Ne moremo pa mimo dejstva, da je stik med izvajalcem in porabnikom storitev še vedno najpomembnejši dejavnik pri izvajanju storitev, pri čemer porabnik navadno ne vidi priprave storitve, ampak se vključi le v sam proces izvajanja storitve (Potočnik, 2000, str. 43). Z novimi tržnimi potmi, ki potekajo preko elektronskih medijev, pa osebni stik zamenja neosebno komuniciranje v obliki samopostrežnega bančništva. Pri večini bankah je zato telebanking le ena izmed novih tržnih poti, kar pomeni, da se z njo ne bodo ukinile klasične poslovalnice. Dobile bodo le novo vlogo. V

poslovalnicah naj bi se zdaj bančni uslužbenci bolj posvečali svetovanju zahtevnejšim strankam. Kako hitro bo nova tržna pot spremenila vlogo klasičnih poslovalnic pa je v veliki meri odvisno od uporabnikov, njihove dovzetnosti za novosti in predvsem od njihovega zaupanja v tehnologijo.

Telebanking nudi veliko prednosti tudi uporabnikom. Poleg večjega udobja in prihranka časa pri opravljanju bančnih storitev, nudi bančni servis na daljavo pregledne informacije in 24-urno dostopnost vse dni v letu. Gotovo pa je pri vsaki spremembi v sistemu izvajanja storitev zelo pomembno natančno informiranje uporabnikov o prednostih in koristih, ki jih novost prinaša. Le tako lahko banka odpravi nejasnosti, nezaupanje in druge ovire, ki odvrtačajo uporabnike od uporabe novih tržnih poti pri opravljanju bančnih storitev.

6.1. TELEFONSKO BANČNIŠTVO

Med sodobne poti bančnega poslovanja štejemo tudi telefonsko bančništvo ali phone banking, ki je ena izmed oblik poslovanja na daljavo. Ta način poslovanja omogoča bankam, da se še bolj približajo svojim komitentom in jim prihranijo dragoceni čas, ki bi ga zgubljali v vrsti pred bančnim okencem, ko bi želeli na primer le preveriti stanje na svojem bančnem računu.

Bankam pa so pri telefonskem poslovanju na voljo različne pojavne oblike. Najbolj enostavna oblika je avtomatski glasovni odzivnik ali avdioteks, ki daje neznanim uporabnikom po telefonu različne splošne informacije, na primer o sami banki, o njeni ponudbi, novostih in podobno. Takšni telefonski odzivniki delujejo 24 ur na dan, vse dni v letu. V Sloveniji je tak avtomatski odzivnik odprt pri SKB banki in se imenuje Zeleni telefon, za svoje komitente pa so ga odprli tudi v NLB.

Druga oblika, ki je pravzaprav nadgradnja avdioteksa, pa je telefonski dostop do informacij, ki so osebne narave. Z razliko od enostavnega avdioteksa je ta način poslovanja namenjen tistim porabnikom, ki so hkrati tudi komitenti banke oziroma imajo pri njej odprt račun. Ker gre za osebne podatke (na primer informacija o stanju na računu), se morajo komitenti ob vsakokratnem klicu identificirati in uporabiti svoje osebno geslo. Za poslovanje prek avtomatskega telefonskega odzivnika pa komitent potrebuje telefon s tonskim izbiranjem, saj ob klicu, po navodilu avtomata izbere menije in podmenije s pritiskom na telefonsko številčnico.

Takšno bančno pot imajo na primer v SKB banki imenovano Bankotel, v A-banki se imenuje a-tel, v Splošni banki Koper Infotel, Kontofon imajo v Bank Austrii, Saldotel pa v Agenciji za plačilni promet (Vesel, 1994, str. 60).

Pomanjkljivost omenjenih oblik telefonskega bančništva se kaže v omejenosti števila

menijev, ki si jih komitent lahko zapomni. Navadno je število omejeno na pet do osem menijev, v katerih pa banka ne more zajeti vse ponudbe svojih storitev.

Gotovo pa avtomatski odzivniki ne bodo prepričali tiste, ki se ne želijo pogovarjati z aparati, ampak raje slišijo na drugi strani bančnega uslužbenca in tako z osebnim komuniciranjem opravijo želene storitev ali zgolj dobijo določeno informacijo. Nekatere banke so zato uvedle posebno službo, kjer bančni uslužbenci ves dan in vse dni v letu sprejemajo klice svojih komitentov in za njih opravljajo želene storitve. Gre pravzaprav za telefonsko banko, ki jo je prva uvedla angleška banka Midland Bank 1.10.1989, slabih štiri leta za njo pa je takšno sodobno tržno pot svojim komitentom ponudila tudi NLB.

S tehnološkega vidika nekoliko bolj zapleteno obliko telefonskega bančništva predstavljajo avtomatski odzivniki, ki delujejo na principu prepoznavanja porabnikovega glasu. Od zgoraj omenjenih oblik se ti razlikujejo le po tem, da se uporabnik identificira ne le z osebnim geslom, ampak tudi s svojim glasom.

6.1.1. TELEDOM V NLB

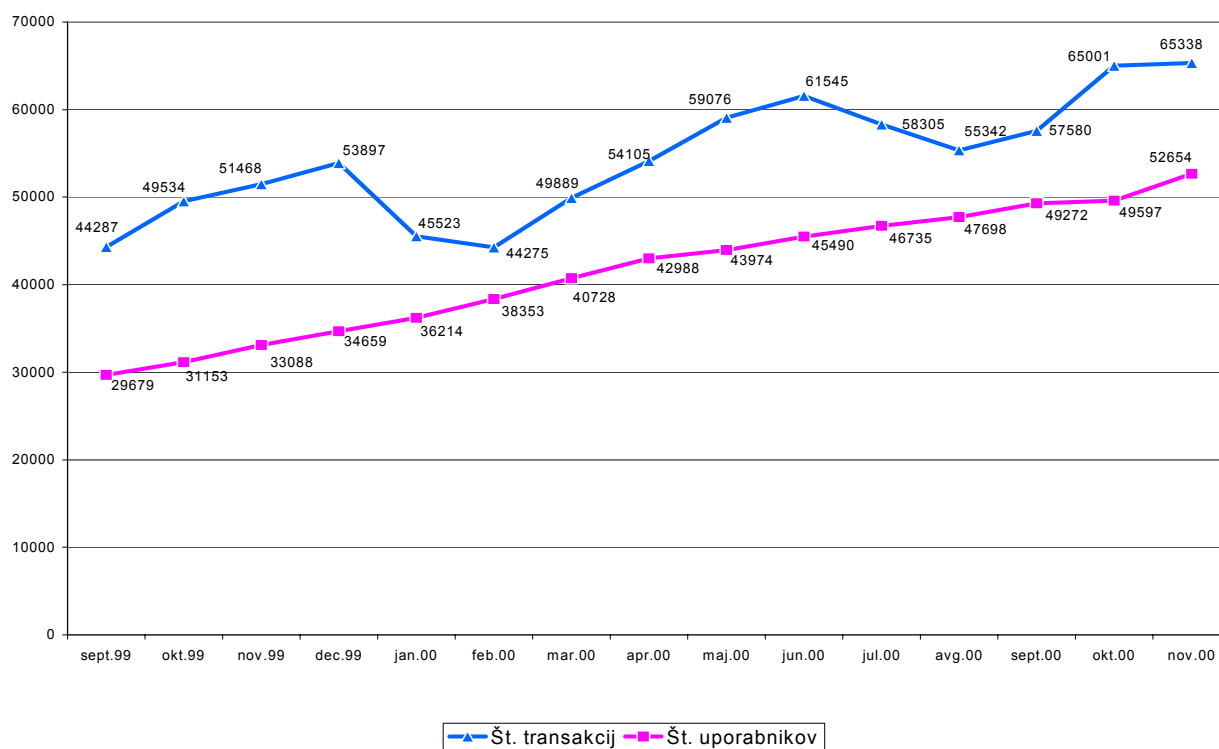
V Sloveniji je največji dosežek na področju telefonskega bančništva naredila NLB, ko je 1. novembra 1994 uvedla prvo pravo telefonsko banko imenovano Teledom.

O pravi banki govorim zato, ker gre pri opravljanju bančnih storitev za dvosmerno komunikacijo med bančnim uslužbencem in komitentom, tako kot v poslovalnicah. Razlika je le v tem, da komunikacija poteka preko telefona, nekoliko okrnjena pa je tudi ponudba storitev.

Uslužbenci telefonske banke v treh izmenah 24 ur na dan, ob sobotah, nedeljah in praznikih sprejemajo telefonske klice in posredujejo želene storitve komitentom NLB. V začetku so želeli z novo tržno potjo zmanjšati vrste pred bančnimi okenci, zato so preko telefona najprej omogočili opravljanje najbolj pogostih storitev kot so plačilo položnic ali računov in prenos sredstev na drug bančni račun ali zelen naslov. Seveda so lahko dobili tudi informacije o stanju na računih, obrestnih merah in tečajih ter drugih informacijah o bančni mreži in storitvah. Kmalu pa so ponudbo storitev preko telefonske banke razširili, tako da lahko danes komitenti že vežejo sredstva kot tolarsko ali devizno vlogo, lahko oddajo prošnjo za odobritev ali spremembo limita, lahko odprejo trajni nalog, naročajo potovalne čeke, čekovne blankete in pokojninske nakaznice, lahko oddajo zahtevek za ukinitve računa ali za blokacijo bančnih kartic in čekov ob morebitni izgubi. V ponudbi storitev, ki jih je moč opraviti preko telefonske banke, pa je tudi evidentiranje naročil za nakup vrednostnih papirjev in njihovo posredovanje borznim posrednikom NLB ter telefonska in hitra nakazila sredstev v tujino preko mednarodnega sistema Western Union.

Teledom je s strani uporabnikov dobro sprejet. Ne samo, da si prihranijo čas, ki bi ga porabili za pot v poslovalnico, temveč lahko bančne storitve opravijo kjerkoli in kadarkoli. Poleg tega lahko dobijo denar po pošti na katerikoli naslov v Sloveniji ali preko sistema Western Union v eno izmed 170 držav v svetu. Teledom je kot prava bančna poslovalnica nenehno priključen na bazo podatkov, tako da stranke ne morejo zaiti v negativno stanje, kar je mogoče na primer pri bančnih avtomatih (Peterman, 1994, str. 10). Edina oprema, ki jo pri tem potrebujejo je telefon. Teledom je tako prijazen predvsem tistim, ki so zelo oddaljeni od poslovalnic, ki imajo zelo malo časa in ne morejo slediti delovnemu času bank. Uporabnikom je omogočen preprost način poslovanja, ki ne zahteva uporabo računalniškega znanja.

Slika 6: Rast števila uporabnikov in števila vseh transakcij preko telefonske poslovalnice Teledom v obdobju od septembra 1999 do novembra 2000



Vir: Krpič, 2000, str. 2.

Poleg tega so stroški takšnega načina poslovanja zanemarljivi. Poleg enkratnih stroškov telefonskega aparata, ki ga mora imeti uporabnik Teledoma, plačuje uporabnik mesečno takso, ki ni odvisna od števila klicev ali opravljenih transakcij. Cene posameznih storitev pa se ne razlikujejo od tistih, ki jih banka zaračunava ob klasičnem poslovanju preko bančnega okenca. O vseh poslih, opravljenih preko Teledoma, pa so komitenti obveščeni z bančnimi izpiski, ki jih lahko prejema tedensko, mesečno ali četrletno. Omeniti je potrebno tudi to, da je telefonska

številka Teledoma brezplačna, kar pomeni, da banka krije stroške telefonskih impulzov.

Morda so prav te prednosti prepričale že preko 78.000 uporabnikov Teledoma (interni podatek NLB na dan 31.3.2002), rast njihovega števila in števila transakcij pa po mesecih, za obdobje od septembra 1999 do novembra 2000, prikazuje slike 6, na strani 24.

Pri vsakem poslovanju s strankami je uspeh in obojestransko zadovoljstvo v veliki meri odvisno tudi od komunikacije med stranema. Pri telefonskem bančništvu je komunikacija omejena le na verbalni ali govorni del, zato morajo takšno delo opravljati bančni delavci z ustreznimi govornimi sposobnostmi, morajo biti prijazni, spoštljivi, vredni zaupanja ter dosledni in natančni pri opravljanju svojega dela (Kotler, 1998, str. 303).

V NLB zato skrbno izbirajo uslužbenke telefonske banke, ki morajo imeti poleg bančnega znanja tudi dobre komunikacijske sposobnosti in znanja s področja retorike. Na samem začetku delovanja Teledoma so bančne delavce celo dodatno usposabljali v komunikacijskih veščinah na Centru Radia Slovenije (Krč, 1994, str. 12).

6.1.2. VARNOST TELEFONSKEGA BANČNIŠTVA

Seveda pa je bilo potrebno za dober uspeh do popolnosti poenostaviti poslovanje in naročanje storitev, hkrati pa uporabnikom zagotoviti varnost takšnega načina poslovanja.

V ta namen so oblikovali več varnostnih elementov, ki preprečujejo možnost zlorabe poslovanja. Tako mora ob klicu na Teledom komitent zaupati nekaj podatkov bančnemu uslužbencu. Najprej mu pove številko bančne poslovalnice, v kateri ima odprt račun, nato pa še številko svojega tekočega ali žiro računa. Obe številki sta zapisani na hrbtni strani bančne kartice. Pomemben element varovanja podatkov je osebno, pet do deset mestno geslo, ki si ga izmisli komitent in ga pošlje Teldomu pred prvo uporabo storitev. Naslednji korak identifikacije komitenta sta namreč dva znaka iz njegovega osebnega gesla, po naključni izbiri računalnika, ki ju mora povedati bančniku.

Morebitno zlorabo telefonskega poslovanja pa onemogočajo tudi podpisne kode. Gre za štirimestne številke, ki jih določi računalnik in nadomeščajo lastnoročni podpis komitenta. Komitent prejme po deset kod hkrati po pošti in jih uporablja po vrsti pri svoji identifikaciji, ki jo zahteva delavec Teledoma.

Da pa bi o varnosti takšnega načina poslovanja prepričali tudi najbolj skeptične komitente, so uvedli tudi možnost varovalnih vprašanj. Tako komitent prvič posreduje

delavcu Teledoma pet vprašanj in odgovorov in tako bo moral ob vsakem klicu pri svoji identifikaciji odgovoriti tudi na takrat naključno izbrano vprašanje.

Identifikacija, brez slednjega varnostnega elementa, traja približno 45 sekund.

6.1.3. PRIMERJAVA MED TELEFONSKIMA BANKAMA FIRST DIRECT IN TELEDOMOM

Britanska banka Midland Bank (danes se imenuje HSBC Bank) je 1.oktobra 1989 kot prva uvedla pravo telefonsko poslovalnico imenovano First Direct. Med bankami, ki so sledile njeni potezi pa je bila tudi NLB, ki je 1.novembra 1994 kot prva slovenska banka uvedla telefonsko banko Teledom.

V NLB je bil pglavitni vzrok za takšno potezo težnja po zmanjšanju dolgih čakalnih vrst pred bančnimi okenci in poenostavitev poslovanja za svoje komitente. V britanski banki pa so z novo tržno potjo poskušali zmanjšati stroške svojega poslovanja in s tem povečati dobiček (Interna literatura NLB in <http://firstdirect.co.uk/home.html>, 1.3.2002).

Tabela 2: Primerjava poslovanja v telefonskih poslovalnicah Teledom in First Direct

	TELEDOM	FIRST DIRECT
Št. zaposlenih v telefonski banki ob ustanovitvi	13 zaposlenih	150 zaposlenih
Št. zaposlenih v telefonski banki na dan 31.3.2002	55	Približno 4200
Št. vhodnih linij ob ustanovitvi	6 vhodnih linij	250 vhodnih linij
Št. vhodnih linij na dan 31.3.2002	20 vhodnih linij	35 vhodnih linij
Št. uporabnikov na dan 31.3.2002	78.234	Vsi komitenti
Povprečni čas čakanja na prostega operaterja	Približno 40 sekund	Približno 10 sekund
Povprečno trajanje pogovora	Približno 2,59 minute	Približno 3 minute
Čas, ko sprejmejo največ klicev	Med 8.00 in 12.00, med 14.00 in 19.00 in med 20.00 in 23.00	Med 8.30 in 10.00, v času kosila, zvečer do 24.00
Čas, ko sprejmejo najmanj klicev	Med 23.00 in 6.00	Med 24.00 in 6.00

Vir: Interna literatura NLB in [<http://firstdirect.co.uk/home.html>], 1.3.2002.

Do razlik v številkah pri posameznih parametrih, ki so natančneje prikazani v tabeli 2, prihaja zaradi razlike v velikosti med bankama. NLB ima s približno 650.000 komitenti (www.nlb.si/slo/sporocilo01.html#226, 1.3.2002) manjši obseg poslovanja preko Teledoma kot pa First Direct s preko milijon komitenti. S komitenti mislim tiste uporabnike, ki imajo pri banki odprt žiro ali tekoči račun, kar je tudi pogoj za poslovanje preko telefonske banke.

Od velikosti pa niso odvisni časovni parametri. Tako na podlagi primerjave ugotavljam, da je dolžina pogovora pri obeh bankah približno enaka, na prostega operaterja pa je pri Teledomu potrebno čakati v povprečju približno štiri-krat dlje. Kljub temu v NLB zaradi tega ne zaznavajo večjih pritožb, morda ravno zaradi brezplačne telefonske številke Teldoma. Pri obeh bankah pa se je izkazalo, da je najmanj klicev v nočnem času. Da pa je telefonska banka veliko bolj zaživelna v Veliki Britaniji kaže podatek, da jo uporabljajo vsi komitenti, z razliko od NLB, kjer je aktivnih uporabnikov Teledoma le približno 12% vseh komitentov.

6.1.4. PRIHODNOST TELEFONSKEGA BANČNIŠTVA

Z razvojem tehnologije prihaja do novih sistemskih rešitev tudi na področju telefonskega bančništva. V svetu se je tako že pojavila nadgradnja avtomatskih telefonskih odzivnikov, ki pa so s tehnološkega vidika nekoliko bolj zapleteni. Gre namreč za telefonski sistem IVR (ang. Interactive Voice Response) ali daljše NLIVR (ang. Natural Language Interactive Voice Response), ki deluje na principu prepoznavanja uporabnikovega glasu. Interaktivni telefonski odzivnik je sposoben prepoznati govor, ga pretvoriti, lahko snema klice in beleži statistiko telefonskih klicev (Vrečar, 1995, str.32).

Ta sistem je prijazen tako tudi za tiste, ki nimajo tonofrekvenčnega telefonskega aparata, saj lahko storitve preprosto opravijo le z uporabo svojega glasu. Sistem lahko podpira dva načina poslovanja. Pri prvem se komitent s svojim glasom identificira in pove avtomatskemu odzivniku kakšne storitve želi opraviti. Ta glas prepozna in izvede naročene storitve. Pri drugi možnosti pa avtomatski odzivnik najprej komitentu ponudi določene menije, ta pa se nato glasovno odloči katerega bo uporabil (Bradshaw, Wood, Delaney, 1999, str. 59-67).

Omenjena nadgradnja telefonskega bančništva je uporabnikom gotovo prinesla enostavnejšo in še hitrejšo uporabo telefonskega bančništva. Seveda pa je potrebna oprema zelo draga, zato v slovenskem bančnem prostoru zaenkrat še ni moč pričakovati takšnih posodobitev obstoječih sistemov telefonskega bančništva.

6.2. SPLETNO BANČNIŠTVO

S pospešenim razvojem svetovnega računalniškega omrežja internet so se ponudile nove poslovne možnosti tudi za banke in druge finančne institucije. Tiste, ki so se najhitreje začele zavedati pomembnosti tega novega medija in se nanj tudi odzvale, žanjejo danes velik uspeh. Prva prisotnost bank na internetu sega v leto 1995, do leta 2000 pa je v svetovnem spletu svojo ponudbo predstavilo že preko 3750 bank.

Večina bank je internet najprej izkoristilo za postavitve svoje spletne strani, kjer so lahko z uporabo različnih večpredstavnih oblik (zvok, slika, grafika, video) na zanimiv način predstavile, sicer suhoparne informacije o ponudbi bančnih storitev. S tem je bil vsem obiskovalcem spletnih strani omogočen enostaven in hiter dostop do želenih informacij in predvsem do primerjave ponudb različnih bank.

Nekoliko zahtevnejši razvojni projekt pa je za banke predstavlja uvedba prave spletne poslovalnice, ki izključno komitentom omogoča tudi dostop do podatkov osebne narave, kot so stanje na računih in opravljanje drugih bančnih storitev (npr.: plačevanje položnic).

Pri spletnem oziroma WEB bančništvu izvajajo komitenti transakcije preko spletnih strani banke, do katerih pristopajo s spletnim brskalnikom preko interneta. Predvsem za podjetja pa je ugodnejši način elektronskega bančnega poslovanja po principu strežnik-odjemalec. V tem primeru je na osebnem računalniku ali na strežniku znotraj podjetja nameščena ustrezna programska oprema, ki uporabniku omogoča, da večino svojega dela opravi v lokalni bazi podatkov, brez povezave v internet. S strežnikom na bančni strani se poveže prek interneta le, ko želi izmenjati podatke. Na ta način, z avtomatizacijo postopkov plačilnega prometa ter drugih vsakodnevnih finančnih opravil, banke in podjetja racionalizirajo svoje poslovanje ter prihranijo čas in denar (<http://www.zrcalo.si>, 28.2.2002).

Prva slovenska banka, ki je svojim komitentom ponudila možnost opravljanja bančnih storitev preko interneta je bila SKB banka, kmalu pa ji je s takšno potezo sledila tudi NLB. Slednja je tako kot ostale banke je najprej priključila svoj strežnik na internet (<http://www.nlb.si>) in uporabnikom omogočila interaktiven dostop do multimedijskih aplikacij, ki vodijo vsakega obiskovalca do informacij o ponudbi bančnih storitev. Poleg informacij pa je možen tudi informativen izračun za odkup in prodajo valut, izračun tolarskega in deviznega varčevanja ter kratkoročnih in dolgoročnih posojil.

Danes pa najdemo na spletnih straneh NLB tudi osnovne informacije o spletni poslovalnici Klik NLB, ki jo je v sodelovanju s podjetjem Zaslon pripravila za fizične osebe, ki so komitenti banke. Tej novosti, ki so jo uvedli 17. novembra 1999, pa je sledila tudi ponudba pravnim osebam, ki lahko od začetka leta 2000 opravljajo

bančne storitve preko spletne poslovalnice ProKlik NLB in Proklik plus NLB.

V nadaljevanju bom spletno bančništvo predstavila le na primeru spletne poslovalnice Klik NLB, zato bom tu na kratko omenila še bistveno razliko med ponudbo za pravne osebe. Omenjeni poslovalnici sta sicer funkcionalno zelo podobni, razlikujeta pa se v tehnološki podpori. Pri Prokliku NLB gre za WEB bančništvo, ki zahteva stalno povezavo z internetom, Proklik plus pa deluje po principu strežnik-odjemalec in poteka preko modema po telefonski liniji (<http://www.nlb.si/slo/sporocilo01.html#226>).

6.2.1. SPLETNA POSLOVALNICA KLIK NLB

Z uvedbo spletne poslovalnice je NLB stopila še en korak naprej na področju razvoja tržnih poti, ki postajajo čedalje bolj pomemben element v trženjskem spletu bančnega sektorja. Po besedah Jasne Veronik, projektne vodje Klik NLB, je bil glavni namen tega projekta izboljšati kvaliteto poslovanja v poslovalnicah, kjer bi se lahko bančni uslužbenci bolj celovito in poglobljeno lotili opravljanja zahtevnejših storitev individualnih strank. Obenem pa so se želeli z novo potjo še bolj približati komitentom, jim omogočiti opravljanje enostavnih bančnih storitev kar preko računalnika in s tem zmanjšati možnost, da bi jih pritegnila podobna ponudba drugih konkurenčnih bank. Preko interneta lahko namreč uporabniki brez težav pregledajo in primerjajo ponudbo različnih bank, zato je zelo pomembno, da te sledijo svetovnim razvojnim trendom in skrbno spremljajo potrebe in želje svojih komitentov in drugih porabnikov bančnih storitev.

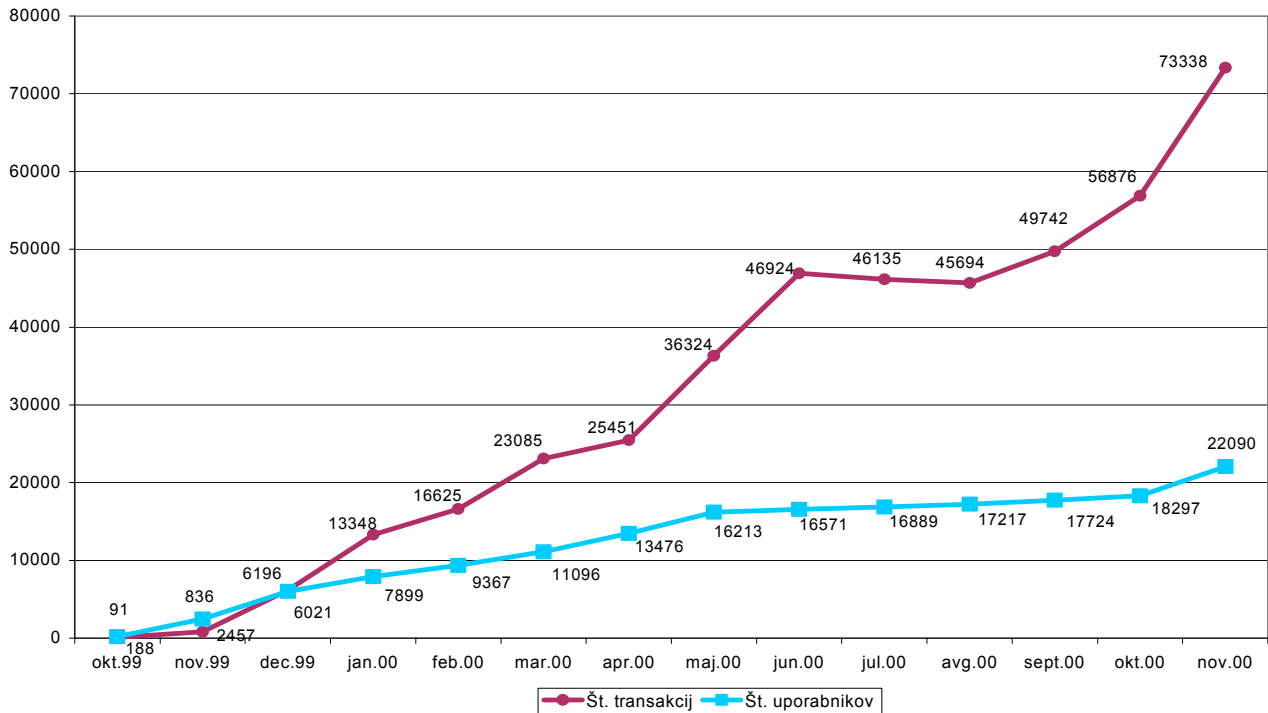
Klik NLB je torej spletna poslovalnica, ki je odprta 24 ur na dan, 365 dni v letu, kar omogoča njenim uporabnikom hitro in enostavno opravljanje osnovnih bančnih storitev kot so vpogled v stanje in promet na računu, plačevanje obveznosti prek posebne in splošne položnice ali virmana, prenose sredstev med računi v NLB in na račune v drugih bankah. Uporabnik lahko prav tako odda zahtevek za povečanje limita na tekočem računu in na plačilnih karticah, zahtevek za nakazilo in prevzem gotovine prek sistema Western Union, lahko veže sredstva, naroči in blokira čeke, prijavi krajo ali izgubo vseh vrst kartic in podobno.

Po dobrih dveh letih delovanja uporablja spletno poslovalnico Klik NLB že preko 29.800 uporabnikov, mesečno pa opravijo že več kot 113.700 transakcij (interni podatki NLB so na dan 31.3.2002). Največkrat uporabniki vežejo tolarški depozit, plačujejo položnice, opravljajo prenose, sledita pa jim zahtevek za povečanje limita na tekočem računu in naročilo čekovnih blanketov. Seveda pa ob vsakokratnem obisku Klika NLB komitenti pregledujejo tudi svoje stanje in promet na računih.

Prav tako so zanimivi tudi podatki o časovni uporabi spletne poslovalnice (slika 8, na

strani 31). Še vedno največ uporabnikov opravi bančne storitve preko spletne poslovalnice v dopoldanskem času in sicer med deveto in dvanajsto uro. Zelo razveseljujoč pa je podatek, da je visok obisk Klika NLB tudi v popoldanskih in predvsem večernih urah. Analize poslovanja za februar 2000 so pokazale, da je na primer med 18:00 in 23:00 uro, ko so klasične bančne poslovalnice zaprte, v Klik NLB vstopilo skoraj 12.700 uporabnikov (Veronik, 2000, str. 18).

Slika 7: Število uporabnikov in število vseh transakcij preko spletne poslovalnice v Klik NLB v obdobju od oktobra 1999 do novembra 2000



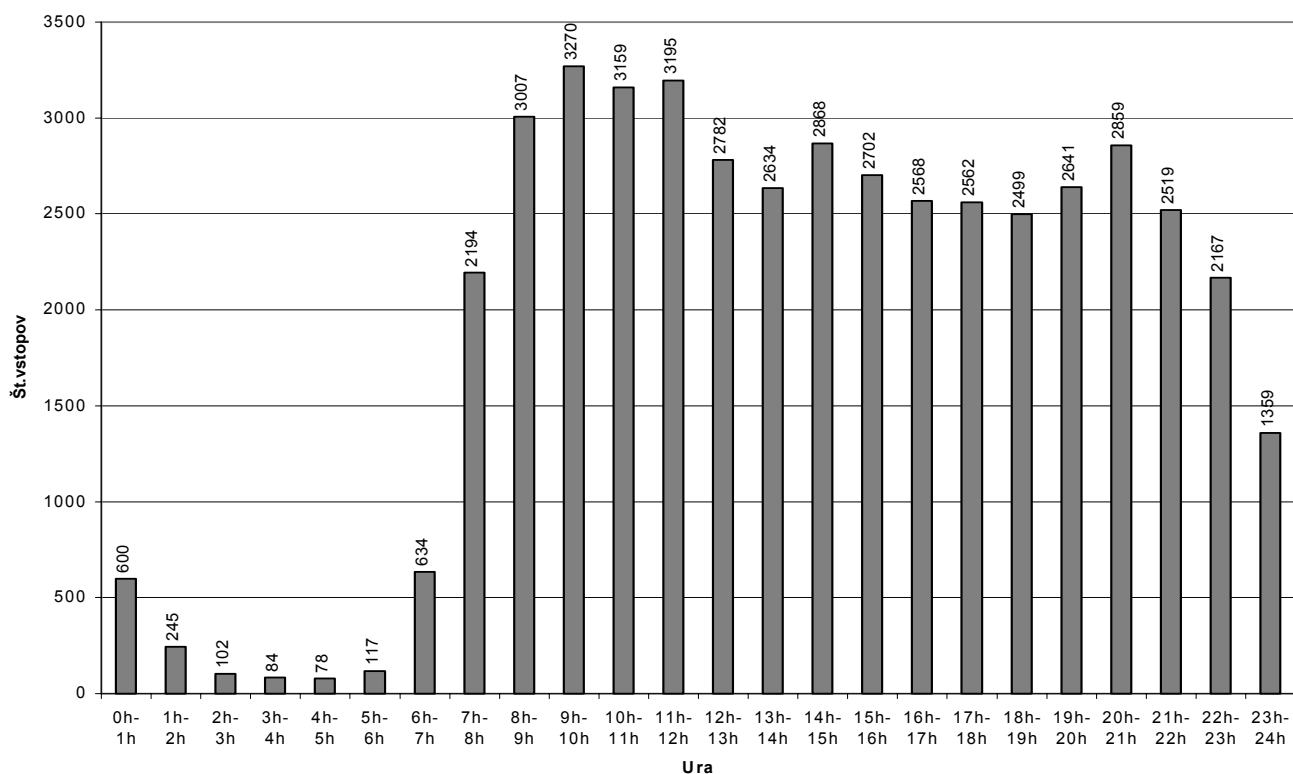
Vir: Krpič, 2000, str. 3.

Z vsako opravljeno storitvijo preko Klika NLB je bančnemu uslužbencu v klasični poslovalnici prihranjen čas, kar mu omogoči, da se lahko kakovostneje in bolj poglobljeno posveti individualni stranki z večjimi, zahtevnejšimi potrebami in željami. Na drugi strani pa je takšen podatek potrditev, da so sodobni načini poslovanja, ki 24 ur na dan in 365 dni v letu omogočajo opravljanje bančnih storitev resnično, čedalje večja potreba ljudi. Če pomislimo samo na deljen delovni čas ugotovimo, da takšen delavnik skoraj onemogoča obisk klasičnih poslovalnic, ki so na primer odprte najdalj do 18:00 ure.

Uporabnik spletne poslovalnice Klik NLB je lahko vsak, ki je imetnik tekočega računa, študentskega ali prvega računa NLB. Uporabniki so navadno tisti, ki si svojega življenja brez računalnika ne morejo več predstavljati, enostavnost uporabe Klika

NLB pa je privabila tudi tiste, ki nimajo posebnih računalniških znanj.

Slika 8: Število vstopov v Klik NLB po urah v februarju 2000



Vir: Veronik, 2000, str. 18.

Seveda pa si mora uporabnik priskrbeti tudi potrebno opremo, kjer gotovo največji začetni strošek predstavlja osebni računalnik z dostopom do interneta. Danes je v Sloveniji že kar lepo število ponudnikov dostopa do tega svetovnega omrežja (prikazani so tudi v tabeli 3, na strani 32), najbolj znani pa so gotovo Siol, K2.net, S-net in drugi.

Vsak uporabnik Klika NLB mora imeti naslov za prejemanje elektronske pošte, ki mu ga običajno priskrbi ponudnik dostopa do interneta. Poleg tega mora biti na računalnik nameščen spletni brskalnik, med katerimi sta najprimernejša Microsoft Internet Explorer različice 5.01 ali novejša in Netscape Communicator različice 4.73 ali novejša. V primeru, da uporabnik nima omenjenih brskalnikov, so v NLB pripravili zgoščenko z omenjeno programsko opremo, ki si jo uporabnik brez težav namesti sam, saj ga skozi ves postopek vodi, za ta namen pripravljen program.

Ko si uporabnik tako zagotovi potrebno opremo, mora v poslovalnici, ki vodi njegov račun, oddati zahtevek za odobritev uporabe Klika NLB. Zahtevke pošljejo nato v Sektor za sodobne tržne poti, kjer po potrebi vnesejo podatke bodočega uporabnika v register strank (če gre za novega komitent) ali pa dopolnijo morebitne manjkajoče

podatke. Zatem bodočega uporabnika, preko skrbniškega modula Klik vnesejo v strežnik elektronskega bančništva (SEB) in mu dodelijo novo tržno pot. Po vnosu potuje zahtevek v Agencijo za certificiranje, ki uporabniku izda osebni digitalni certifikat.

Po odobritvi zahtevka dobi novi uporabnik spletne poslovalnice geslo in referenčno številko, ki se računalniško določi ob izdaji osebnega certifikata in služi za njegov prevzem ob prvi prijavi na Klik NLB. Pred prvo uporabo Klik NLB se mora uporabnik na spletnem naslovu <https://klik.n-lb.si/prijava> torej najprej prijaviti in ob tem prevzeti digitalni certifikat banke, osebni digitalni certifikat, določiti pa mora tudi geslo za uporabo spletne poslovalnice Klik NLB. Digitalni certifikat banke je certifikat, s katerim se ob vsakokratnim poslovanju preko Klik NLB identificira banka, osebni digitalni certifikat pa je elektronska identifikacija uporabnika, s katero dokazuje svojo istovetnost. Skozi postopek prevzema omenjenih certifikatov uporabnika vodi računalniški program, ki pa se razlikuje glede na uporabnikov brskalnik in glede na to, kam želi uporabnik shraniti osebni digitalni certifikat. Ponujeni sta mu dve možnosti;shrani ga lahko na trdi disk svojega osebnega računalnika ali pa na čip kartico Klik NLB, za uporabo katere si mora predhodno namestiti tudi ustrezno strojno in programsko opremo.

Kljub vsem navodilom, ki jih dobijo novi uporabniki spletne poslovalnice v priloženem priročniku in zgoščenki NLB, pa nekateri vseeno potrebujejo dodatno pomoč pri vključevanju v Klik NLB. V ta namen so uvedli splošne elektronske predale (Services@n-lb.si, Info@n-lb.si, Klik@n-lb.si), kamor lahko uporabniki pošljejo svoja vprašanja, prav tako pa lahko dobijo vse informacije in odgovore nanje tudi preko telefonske poslovalnice Teledom. Po štirih mesecih po uvedbi Klik NLB so prejeli že preko 4500 elektronskih sporočil, odgovori nanje pa so zaradi različnih vsebin in omejenega časa gotovo predstavljali velik problem.

Na vprašanja odgovarjajo bančni komercialisti-operaterji in vodje skupin, najzahtevnejša vprašanja pa posredujejo ustreznim naslovnikom v banki in sicer predvsem Sektorju za trženjsko upravljanje in Sektorju informacijske tehnologije. Da pa bi uporabnikom prihranili nepotrebno čakanje na odgovore, so pripravili tudi posebno internetno stran, na kateri so podrobneje in po vsebini širše razvrščena najpogostejša vprašanja uporabnikov in vnaprej pripravljene odgovori (Vardjan, 2000, str. 20).

Tabela 3: Seznam ponudnikov dostopa do interneta v Sloveniji, ki je urejen po omrežjih

PONUĐNIK	OMREŽJE	www http://
METALING	AMIS.NET	www.metaling.si
KIVI	SIOL	www.kivi.si
SGN	Amadej	www.sgn.net
ABM	AMIS.NET	www.abm.si
Intertrade ITS	IBM Global Network	www.its.si
SIOL	SIOL	www.siol.net
K2.NET	K2.net	www.k2.net
AMADEJ	Amadej	www.amadej.si
SOFTNET	S-net	www.softnet.si
IBM	IBM Global Network	www.ibm.net
S-NET	S-net	www.s-net.net
MAIS	SIOL	www.mais.si
PROM	AMIS.NET	www.prom.si
B2	Amadej	www.b2bm.si
PRONET	SIOL	www.pronet.si
MULTIMEDIA	S-net	www.multimedia.si
MEDINET	AMIS.NET	www.medinet.si
FREECOM	AMIS:NET	www.amis.si
ESOTECH	S-net	www.esotech.si
EUROCOM	S-net	www.eurocom.si
INETIA.COM	SIOL	www.inetia.com
UNISOFT	s5.net	www.unisoft.si
KRAJNIK	SIOL	www.krajnik.si
PERFTECH	s5-net	www.s5.net
CERBERUS	AMIS.NET	www.erberus.si
COMCOM	AMIS.NET	www.comcom.si
ARCTUR	SIOL	www.arctur.si
IRTS	Amadej	www.irts.si
ACTUAL-IT	S-net	www.actual-it.si
INFOTEHNA	SIOL	www.infotehna.si
ABAK.NET	AMIS.NET	www.abak.net

Vir: Zgoščeka NLB, ki je namenjena uporabnikom spletne poslovalnice.

6.2.2. VARNOST SPLETNEGA BANČNIŠTVA

Velika razširjenost in dostopnost interneta, kot javnega omrežja pogosto vzbuja nezaupanje predvsem z vidika osnovnih zahtev varnosti, zaupnosti in avtentičnosti elektronskih podatkov ter preverjanja identitete posameznikov, s katerimi banke komunicirajo. Varnost se lahko zagotovi z dodatnimi tehnološkimi, organizacijskimi in pravnimi ukrepi, najbolj znane pa so naslednje metode varovanja podatkov:

◆ **Požarni zid (ang. firewall)**

Požarni zid predstavlja varnostno zaščito predvsem za privatna omrežja, ki jih imenujemo tudi intranet. Njegova naloga je, da prepreči vdore oziroma nezaželjene dostope iz zunanjega omrežja in onemogoči pošiljanje določenih sklopov podatkov v obratni smeri. Na meji med obema sistemoma tako preverja vsako sporočilo ali le to ustreza določenim varnostnim pogojem ter s tem registrira število pristopov in število poskusov vdora.

Slabost te zaščite je v tem, da požarni zid ne pozna vseh tveganj za posamezno vrsto podatkov in zato ne more registrirati in preprečiti vdora v notranji sistem.

◆ **Šifriranje-kriptografija**

Šifriranje je postopek, s katerim vsebino sporočila zaščitimo pred vpogledi neavtoriziranih oseb. Stopnja varnosti zaščenega sporočila pa je odvisna od vrste uporabljenega šifrirnega postopka in od velikosti šifrirnega ključa, ki ga merimo v bitih. V praksi se uporabljata 40- in 128-bitna zaščita, katera je varnejša, pa ni potrebno posebej poudarjati. Daljši kot je namreč ključ, teže je zaščito zlomiti in prebrati sporočilo.

V spletnem bančništvu s fizičnimi osebami je v uporabi šifriran komunikacijski internetni protokol SSL (Secure Socket Layer) z dodatkom posebne kartice, ki vsako minuto generira veljavno geslo. Ta način zaščite onemogoča zlorabo sistema, saj tudi v primeru, da kdo prestreže trenutno geslo, to čez nekaj trenutkov ni več veljavno (Vagaja, 1999, str. 8).

Glede na uporabo šifrirnega ključa ločimo:

1. *simetrično šifriranje*, pri katerem se za šifriranje in dešifriranje podatkov uporablja isti ključ.
2. *asimetrično kriptografijo*, ki se je izkazala za najbolj varen sistem (v elektronskem poslovanju se imenuje Infrastruktura javnih ključev –»Public Key Infrastructure« ali skrajšano PKI).

V omenjeni metodi je uporabljen par ključev, ki sta si med seboj različna, pri uporabi pa neločljivo povezana. En ključ je namreč namenjen dešifriranju podatkov in se imenuje zasebni ključ, drugi pa je namenjen šifriranju podatkov in se imenuje javni ključ. Tako ima vsaka sodelujoča oseba par omenjenih šifrirnih ključev, pri tem pa velja, da z zasebnim ključem šifrirano sporočilo lahko dešifrira vsak, ki pozna javni ključ. Z javnim ključem šifrirano sporočilo pa lahko dešifrira le

tisti, ki pozna zasebni ključ (Terčelj, 2000, str. 4).

◆ **Zaupanja vredna tretja stran ali overitelj (ang. Certification Authority ali CA)**

Agencija za overjanje javnih ključev (overitelj) skrbi za upravljanje javnih ključev ter omogoča povezave med uporabnikom in njegovim javnim ključem v elektronskem poslovanju. Ta ustanova igra torej nekakšno vlogo posrednika pri izmenjavi javnih ključev. V primeru, ko želimo s partnerjem komunicirati preko uporabe javnega ključa, le tega registriramo pri overitelju. Ob registraciji omenjena služba naš javni ključ digitalno podpiše in ga objavi na svojem strežniku javnih ključev, na katerem ga najde vsak, ki ima dostop do interneta. Digitalni podpis javnega ključa s strani overitelja zagotavlja njegovo verodostojnost, zato nam ni potrebno še naprej razmišljati o morebitni lažni identiteti pošiljatelja dokumentov (Skrtnar, 2000, str. 17).

Za celovitost postopka overjanja javnih ključev so poleg potrdil izdajatelja potrebni še drugi subjekti. V NLB so tako na primer že postavili agencijo za certificiranje, njene naloge pa segajo na področje izdajanja digitalnega certifikata posameznikom. Prav tako je zadolžena za sprotno verifikacijo uporabnikov in veljavnost digitalnih certifikatov, preklic certifikatov na zahtevo uporabnika ali zaradi kršitev varnostnih zahtev in spremljanje zgodovine izdanih certifikatov (Terčelj, 2000, str. 5).

◆ **Digitalni podpis**

Digitalni podpis je sodobna alternativa klasičnim osebnim identifikatorjem, kot so osebna izkaznica, potni list, vozniško dovoljenje, bančna kartica in podobno. Predstavljen je kot računalniški podpis, ki vsebuje najmanj osnovne podatke o imetniku, njegov elektronski naslov, njegov javni ključ in podatke o izdajatelju digitalnega podpisa ter obdobje veljavnosti zapisa. Najpomembnejša prednost je ta, da zagotavlja neokrnjenost podpisanega dokumenta, saj najmanjša sprememba dokumenta podpis razveljavi. Poleg tega pa je preverjanje digitalnega podpisa učinkovito, saj je hitro, avtomatizirano in računalniško nezmotljivo. Postopka podpisovanja in preverjanja digitalnega podpisa ob uporabi javnega in zasebnega ključa sta v praksi preprosta, saj zanju zadostuje le pritisk tipke na osebem računalniku z ustrezno programsko podporo.

Digitalni podpisi nudijo torej naslednje rešitve za varnost in zasebnost v elektronskem poslovanju in komuniciranju (Terčelj, 2000, str. 4):

- ◆ zaupnost (le pošiljatelj in od njega izbran prejemnik lahko dešifrirajo in berejo prejete dokumente),
- ◆ avtentičnost pošiljatelja in nemožnost zatajitve lastništva posredovane informacije (oboje je zagotovljeno z digitalnim podpisom pošiljatelja),
- ◆ celovitost sporočila (najmanjši del sporočila ni bil spremenjen ali drugače popravljen brez vednosti pošiljatelja).

Bistvo varovanja podatkov z asimetričnim šifriranjem in digitalnim podpisovanjem pa

temelji predvsem na tajnosti zasebnega ključa. Ključ je namreč posebna datoteka, v kateri so zapisani vsi podatki, ki so potrebni za šifriranje in dešifriranje podatkov. Če nekdo odkrije ta ključ, lahko dešifrira vse zaupne dokumente, ki so šifrirani z našim javnim ključem, ali pa celo v našem imenu digitalno podpisuje dokumente, ki jih mi sami sicer ne bi podpisali. Z dodatnim geslom zaščiten zasebni ključ hranimo na disku računalniškega sistema, njegova varnost pa je odvisna tudi od tega, komu bomo še zaupali omenjeno geslo in dovolili dostop do zasebnega ključa.

Za čim boljše zaščito oziroma ohranjanje tajnosti zasebnega ključa, so strokovnjaki ustvarili *pametno kartico*. Ta vsebuje certifikat in tajni ključ, v njej pa teče majhen program, katerega naloga je le šifrirati, dešifrirati in podpisovati podatke, ki jih dobiva od zunaj (na primer od programa za spletno bančništvo). Prava zaščitna pametna kartica tako nikoli ne izda zasebnega ključa navzven, ampak z njim le podpisuje podatke. Za delo s pametno kartico mora uporabnik vpisati svoje osebno vstopno geslo (PIN – Personal Identification Number), brez katerega pa je kartica neuporabna, če jo lastnik izgubi (Eržen, 2001, str. 10).

Seveda pa pametna kartica ni edini medij za hrambo ključev. V ta namen služijo še diskete in diski, ki pa nudijo manjšo stopnjo zaščite.

Kljub vsem prednostim zaščite, ki jih nudi pametna kartica, pa se le ta povsod še ni uveljavila. Najnaprednejša na tem področju je gotovo Finska, ki svojim državljanom namesto osebnih izkaznic izdaja že pametne kartice s certifikati. S tem je na široko odprla vrata uporabi varnega elektronskega poslovanja vsem: na eni strani vsakemu državljanu, na drugi pa vsem ponudnikom storitev, še posebno tistim, ki si zaradi svoje majhnosti brez državne infrastrukture takšnega poslovanja ne bi mogli omisliti (Čadež, 2000, str. 5).

Tudi v Sloveniji zelo hitro sledimo najnovejšim varnostnim ukrepom na področju elektronskega bančništva. Velik korak na področju elektronskega podpisovanja smo naredili s sprejetjem Zakona o elektronskem poslovanju in elektronskem podpisu, s čemer pa sta bila s strani vlade ustanovljena tudi dva overitelja elektronskih certifikatov: overitelj na Ministrstvu za gospodarske dejavnosti je namenjen podjetjem, overitelj na Centru vlade za informatiko pa državni upravi (Pavšič, 2000, str. 4).

6.2.3. PREDNOSTI IN SLABOSTI SPLETNEGA BANČNIŠTVA ZA KOMITENTA

Banke se danes spopadajo z zelo močno konkurenco, ki ji bodo kos le, če bodo znale pritegniti in obdržati kupce s čim boljše zadovoljitvijo in izpolnitvijo njihovih potreb. Poskrbeti morajo, da bo skupna vrednost v očeh kupca, ki je razlika med celotno vrednostjo in celotnimi stroški dane storitve, čim večja (Kotler, 1998a, str. 36).

Tabela 4: Prednosti in slabosti poslovanja preko spletnega bančništva za komitente

Prednosti	Slabosti
◆ dostop od kjerkoli in kadarkoli	◆ visoki začetni stroški
◆ hiter pregled nad celotno ponudbo različnih bank	◆ problem varnosti poslovanja
◆ enostavnost uporabe	◆ prekinitve zaradi okvar informacijske infrastrukture
◆ pregledno poslovanje	
◆ hitro komuniciranje z banko	
◆ nižje provizije	
◆ pravna zaščita (v Sloveniji ZEPEP)	

Tudi pri uvedbi spletnega bančništva komitenti tehtajo med prednostmi in slabostmi novega načina poslovanja. Predvsem tisti, ki so precej oddaljeni od klasičnih bančnih poslovalnic, ki imajo zelo razgiban delovni čas oziroma jim prihranek časa zelo veliko pomeni, bodo v novi tržni poti našli veliko prednosti. Dostop je ob ustrezni opremi omogočen namreč kadarkoli in od koderkoli. Omenjeno prednost potrjujejo tudi podatki Klika NLB (slika 8) iz katerih je razvidno, da je veliko transakcij opravljenih prav v poznih popoldanskih in večernih urah, torej izven delovnega časa klasičnih poslovalnic.

Poleg tega so komitentom in ostalim uporabnikom bančnih storitev na spletnih straneh posamezne banke na voljo pregledno urejene informacije o celotni ponudbi storitev, na voljo pa so tudi elektronski predali, od koder lahko pošiljajo banki svoja vprašanja, želje, pripombe in podobno. Ker pa je v svetovno omrežje vključenih že veliko število bank, je ljudem omogočen hiter in enostaven dostop tudi do ponudb drugih bank in s tem do njihove medsebojne primerjave. To pripomore k bolj premišljenim in boljšim odločitvam porabnikov.

Prav tako pa je pregledno tudi samo poslovanje preko spletnih poslovalnic, saj so ob vsakem času komitentu na voljo potrebni tekoči podatki o njegovem stanju, limitu, njegovih plačilih, prenosih sredstev, varčevanjih in podobno.

Pri elektronskem bančništvu igra veliko vlogo tudi urejena zakonodaja oziroma pravna zaščita strank, ki sodelujejo v poslovanju. Slovenija je ena izmed prvih držav z urejeno zakonodajo na tem področju, saj smo spomladi leta 2000 sprejeli Zakon o elektronskem poslovanju in elektronskem podpisu (ZEPEP). Več o omenjenem zakonu sem zapisala v točki 3.5.

Seveda pa ne smemo mimo dejanskih stroškov, ki jih ima komitent, ki se odloči za poslovanje preko te nove tržne poti. Poleg osebnega računalnika z dostopom do interneta, mora uporabnik Klika NLB plačati enkratno pristopnino (5.000,00 SIT in 2.500,00 za študente), vsaki dve leti pa mora plačati 1.500,00 SIT nadomestila za

obnovo certifikata. Uporabnik pa se lahko odloči tudi za neobvezno zaščitno opremo, ki jo sestavljata kartica Klik in čitalnik kartice, cena tega paketa pa se giblje od dobrih 23.000 SIT naprej (cene na dan 25.2.2002). Poleg tega v nekaterih slovenskih bankah obračunavajo tudi nadomestilo za mesečno uporabo te tržne poti, česar pa uporabnikom Klica NLB ni potrebno plačevati.

Veliko vlogo pa igra tudi provizija, torej cena, ki jo banka zaračunava pri posameznih transakcijah. Ta je pri spletnem poslovanju precej nižja od tistih, ki jih zaračuna v klasičnih poslovalnicah in navadno enotna za vse vrste transakcij. Tako na primer NLB zaračuna 200 SIT za plačilo položnice ne glede na njen znesek v klasični poslovalnici in 30 SIT za transakcijo preko Klica NLB.

V primerjavi s provizijami večjih konkurenčnih bank s podobno ponudbo (prikazane so v tabeli 5) lahko rečemo, da je NLB cenovno dovolj konkurenčna. Menim, da je celo v prednosti v primerjavi s tistimi bankami, ki tudi v spletnih poslovalnicah obračunavajo provizijo glede na zneske posameznih transakcij. Komitenti si tako lahko že v naprej brez težav izračunajo znesek provizije, ki ga bodo odšteli za plačilo zajetnega šopa mesečnih položnic, saj le ta ne varira glede na njihove zneske.

Tabela 5: Višina provizij (v SIT) v klasičnih in spletnih poslovalnicah ter morebitni mesečni stroški uporabe spletne poslovalnice, ki jih zaračunavajo v nekaterih slovenskih bankah (ki niso v bančni skupini NLB)

Banka	Spletna Poslovalnica	Provizija v klasični Poslovalnici (v SIT)	Provizija v spletni poslovalnici (v SIT)	Stroški mesečne uporabe spletne poslovalnice (v SIT)
NKBM	Bank@Net	80-170*	25	200
NLB	Klik NLB	200	30	-
Abanka	Abanet	80-150*	30	100
SKB	SKB NET	200	30	200
Gorenjska banka	Link	71-890*	49,5	198
Probanka	Prosplet	90-1000*	40-400*	200
Hypo Alpe-Adria-Bank	HYPO-net	100-1000*	50-500*	-
Banka Koper	i-Net Banka	180	50	-

* Banka obračuna provizijo v znesku 1% od vrednosti položnice oziroma v okviru navedene provizije.

Vir: Internetne strani omenjenih bank na dan 25.2.2000.

Kot sem že zapisala želijo, v NLB s spletnim poslovanjem povečati zadovoljstvo komitentov in z večjo učinkovitostjo izboljšati kakovost storitev v klasičnih

poslovalnicah ter tako dolgoročno tudi zmanjšati stroške svojega poslovanja. Nižje provizije so tako gotovo prednost Klika NLB, kar pa pripomore tudi k večji vrednosti v očeh kupca in k večjemu zadovoljstvu.

Poleg visokih stroškov nakupa ustrezne strojne računalniške in programske opreme, pa se uporabniki soočajo predvsem s strahom pred zlorabo podatkov in nasploh s problemom varnosti poslovanja. Z uporabo javnih in zasebnih ključev, pametne kartice in podobnih varnostnih elementov so strokovnjaki bistveno zmanjšali možnost vdora v informacijske sisteme in v sisteme elektronskega bančništva. Tako danes večina bank v svojih ponudbah spletnega bančništva poudarjajo in zagotavljajo varno poslovanje. Kot pa sem zapisala že v točki o varnosti poslovanja, pa na stopnjo varnosti vplivajo tudi uporabniki sami.

6.2.4. PREDNOSTI IN SLABOSTI SPLETNEGA BANČNIŠTVA ZA BANKO

Tabela 6: Prednosti in slabosti spletnega bančništva za banko

Prednosti	Slabosti
♦ povečanje konkurenčnosti	♦ izguba osebnega kontakta z uporabniki
♦ prihranki pri distribuciji bančnih storitev	♦ možnosti vdora v sistem
♦ večja učinkovitost klasičnih poslovalnic	♦ začetni stroški
♦ globalni dostop do tržišča	
♦ krajši čas za doseganje porabnikov	
♦ enostavna nadgradnja sistemov elektronskega bančništva	

Vir: Vesel, 1994, str. 60; Sjekloča, 1999, str. 31-32; Banovič, 1998, str. 11.

Z uvedbo spletnega bančništva banka razširi obstoječo ponudbo in si s tem odpre nove možnosti za pridobivanje novih komitentov, do katerih pride hitreje in ceneje. Nova tržna pot pa je tako tudi korak k večji konkurenčnosti predvsem do tistih bank, ki takšne ponudbe še nimajo (Vesel, 1994, str. 60).

Poleg tega omogoča ta tržna pot bistveno nižje stroške poslovanja. Zahteva majhno število zaposlenih, njihova učinkovitost pa je veliko večja kot pri poslovanju preko bančnega okenca. Z novo tržno potjo in z njo povezano avtomatizacijo rutinskih opravil se prihrani čas za opravilo storitev pri bančnem okencu in čas za obdelavo podatkov. Tako je z vsakim komitentovim obiskom spletne poslovalnice uslužbencem v klasičnih poslovalnicah omogočeno bolj celovito in učinkovitejše obravnavanje individualnih strank z zahtevnejšimi željami in potrebami (Sjekloča, 1999, str. 32-33). Svetovno računalniško omrežje pa je za banko idealna priložnost, da se s

predstavitvijo svoje ponudbe na spletnih straneh razširi tudi izven naših meja ter tako postane globalno dosegljiva. Tak način poslovanja jo lahko, ob ustrezni organizaciji, postavi v enakopravnejši položaj v tekmi z velikimi svetovnimi bankami (Banovič, 1998, str. 11).

Nova tržna pot ponuja tudi tehnološke prednosti. Odprta arhitektura sistema spletnega bančništva omogoča namreč enostavno nadgradnjo v skladu s sodobnimi tehnološkimi dosežki. Poleg tega ponuja veliko možnosti za širitev ponudbe bančnih storitev preko novih oblik elektronskega bančništva, kot so elektronsko bančništvo prek mobilnih telefonov in dlančnikov.

Uvedba nove tržne poti je navadno povezana tudi z mnogimi spremembami in prilagoditvami v poslovanju banke, kar pa je lahko dolgotrajen in zapleten proces. Sistemi elektronskega bančništva, ki jih razvijajo domača podjetja, je moč enostavno integrirati v produkcijsko okolje banke in povezati z obstoječim informacijskim sistemom. S tem je banki prihranjen čas in denar.

Seveda pa ne moremo mimo slabosti, ki jih prinaša spletno bančništvo. S to tržno potjo banka prekine osebni odnos s svojim komitentom, s čemer onemogoči takojšnje posredovanje pojasnil ali drugih informacij, ki jih komitent ne more razbrati iz spletne strani oziroma spletne poslovalnice. Velik poudarek mora zato banka nameniti natančnemu, podrobnemu in preglednemu oblikovanju spletne ponudbe, ki mora obiskovalca pripeljati do čim več informacij. Preglednost in enostavnost uporabe pa je še toliko pomembnejša pri spletni poslovalnici, kjer uporabnik sam opravlja bančne storitve. Na podobo banke torej ne vplivajo samo vljudni, ustrežljivi, komunikativni in delovno usposobljeni bančni uslužbenci pri okencu, ampak tudi uporabniku prijazno in kakovostno oblikovano spletno bančništvo. Kljub vsemu pa mora banka poskrbeti tudi za zahteve komitentov po stikih in dodatnih informacijah. V ta namen je banka izdelala sistem skrbništva in nadzora nad skrbništvom, komitentom pa so na voljo različne vrste pomoči (elektronski predali, brezplačne telefonske linije z bančnim uslužbencem na drugi strani in podobno).

Tudi varnost poslovanja in možnosti vdora v sistem predstavljajo veliko skrb tako za komitente kot tudi za samo banko. Ponudniki sistemov elektronskega bančništva v Sloveniji sicer zagotavljajo, da so pri postavitvi varnostnih orodij za preprečevanje vdorov oziroma zlorab upoštevali najvišje tuje standarde in da so možnosti za vdore zelo majhne. Toda popolnega zagotovila ni. V nekaterih tujih bankah preverjajo varnost sistemov elektronskega bančništva s pomočjo računalniških genijev (hackerji), pri nas pa tega še ni izvedla nobena banka (Povšič, Čepon, 2000, str. 14).

Z vsako uvedbo novosti so povezana tudi finančna sredstva. Poleg samega nakupa in vzpostavitve sistema elektronskega bančništva z vso potrebno tehnologijo, mora banka veliko sredstev vložiti tudi v dobro izdelan program komuniciranja s komitenti

in potencialnimi uporabniki spletnega bančništva. Širitev spletnega bančništva pa lahko naleti na psihološko oviro. Veliko lažje je namreč zaupati denar nekemu, ki ga vidimo in veliko bolj prepričljiva je moderno zgrajena zgradba banke kot pa le elektronski naslov. Prav zaradi tega morajo banke z dobro pripravljenimi oglaševalskimi akcijami in drugimi orodji komuniciranja predstaviti novost komitentom, jih dobro informirati in si pridobiti njihovo zaupanje.

V NLB so konec leta 1999 in v začetku leta 2000 izvedli obsežno oglaševalsko akcijo, s katero so uvedli spletno poslovalnico Klik NLB, hkrati pa so želeli pospešiti uporabo tudi drugih sodobnih načinov bančnega poslovanja. Pri vseh promocijskih akcijah so spremljali dejanske učinke (večanje število uporabnikov posamezne sodobne tržne poti) in psihološke učinke (opaznost, razumevanje sporočil, všečnost in vpliv na nakupno odločanje). V okviru akcije so imeli štiri različne televizijske oglase in sicer za bankomate, Teledom, Klik in banko prihodnosti ter tiskana gradiva. V NLB so bili z dejanskimi učinki izredno zadovoljni, saj je bilo povečanje števila uporabnikov nad pričakovanji. Poleg tega pa so tudi rezultati ankete, ki jo je izvedlo tržnoraziskovalno podjetje Gral Iteo, pokazali, da je bila akcija prepoznavna in všečna (Majcen, 2000, str. 20).

6.3. MOBILNO BANČNIŠTVO

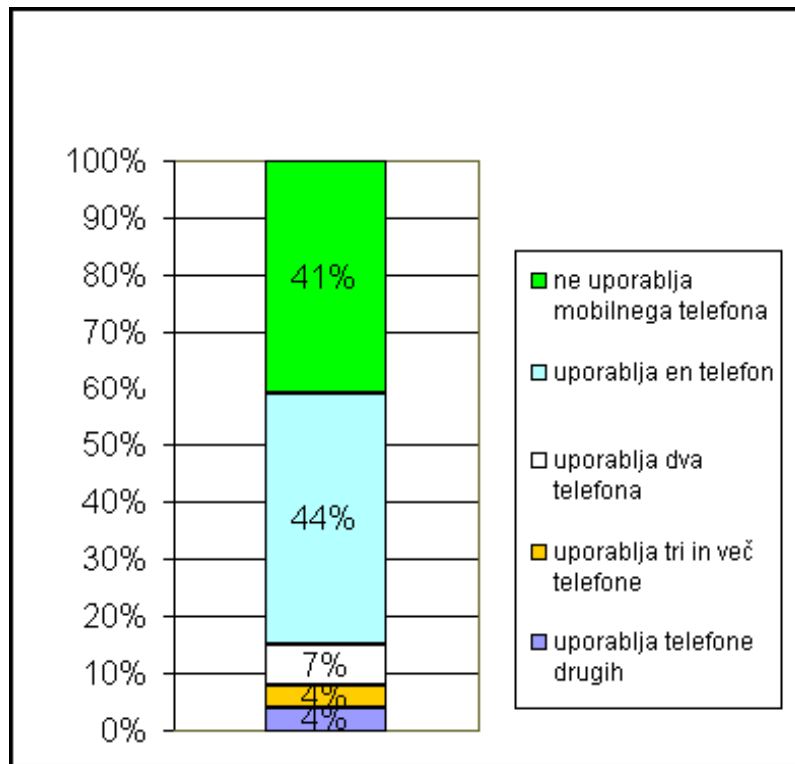
Mobilno bančništvo je precej sveža oblika sodobnih tržnih poti, ki predstavlja preprost, učinkovit in od lokacije neodvisen način komuniciranja bank s komitenti. Z novimi tehnologijami se tako banke selijo iz poslovalnic tudi v mobilne terminale. Sem pa ne sodijo le mobilni telefoni, temveč tudi majhne prenosne naprave kot so denimo prenosni in žepni računalniki (PDA, Palm Pilot, Pocket PC ali Handheld PC) ter izjemno majhni pametni telefoni, ki združujejo žepni računalnik in mobilni telefon.

Prodor mobilne telefonije je doseglo velik zagon z uveljavitvijo protokola WAP, ki združuje spletne tehnologije (internet) s sodobnimi mobilnimi omrežji. Seveda pa je to le začetek razvoja mobilne telefonije, saj so strokovnjaki razvili že nove, zmogljivejše terminale s hitro brezžično komunikacijo (npr.: žepni računalniki, ki za komunikacijo uporabljajo protokol GPRS/UMTS). Z njimi so želeli odpraviti pomanjkljivosti, kot so dolg čas za vzpostavitev povezave in omejene možnosti prikaza in vnosa podatkov (Vagaja, 2000, str.10).

WAP tehnologija ni namenjena dolgotrajnemu deskanju, ampak hitremu dostopu do informacij. Tako lahko uporabniki telefonov WAP v vsakem trenutku pregledujejo zbrane informacije, med katerimi prevladujejo tiste z uporabno vrednostjo: od splošnih informacij o vremenu, stanju na cestah, poslovnih poročil z borze do opravljanja nakupov in v prihodnosti celo do celovitega bančnega poslovanja.

V Evropi se je, v primerjavi z ZDA, mobilna telefonija veliko bolj razcvetela, rast uporabe mobilnih terminalov med Evropejci pa je veliko hitrejša od rasti uporabe interneta (McCarthy, 2001, str. 119).

Slika 9: Posedovanje mobilnih telefonov (v%) v Sloveniji decembra 2000



Vir: Število uporabnikov mobilnih telefonov, [<http://www.ris.org/ict/index.html>], 31.3.2002

Tabela 7: Število uporabnikov mobilnih telefonov konec leta 2001 po svetovnih regijah, uporabniki pa so razdeljeni tudi na pravne in fizične osebe

REGIJA	UPORABNIKI MOBITELOV	PRAVNE OSEBE	FIZIČNE OSEBE
Afrika	4,900,001	3,250,000	1,650,000
Avstralija	5,250,000	2,150,000	3,100,000
Rusija	11,191,500	3,000,000	8,191,500
Srednja in Južna Amerika	18,250,000	6,400,000	11,850,000
Evropa	68,850,000	29,500,000	39,350,000
Severna Amerika	133,290,000	46,500,000	86,790,000
Azija – Pacifik	206,500,000	74,750,000	131,750,000
Svet	448,231,500	165,550,000	282,681,500

Vir: Uporaba mobilnih telefonov v svetovnih regijah, [http://cyberatlas.internet.com/Markets/wireless/article/0,,100094_765331,00.html], 5.4.2002.

6.3.1. MOBILNA TEHNOLOGIJA

Protokol brezžičnih informacij (ang. Wireless Application Protocol ali WAP) je univerzalen, odprt standard, ki prinaša vsebino interneta in napredne dodatne storitve do mobilnih telefonov in drugih brezžičnih naprav.

Z razvojem mobilne tehnologije pa se je odprla nova tržna pot tudi za trženje bančnih storitev. Bankam je s to sodobno tržno potjo omogočeno, da ponudijo svojim komitentom in drugim potencialnim strankam preprost dostop do informacij na straneh, prirejenih portalu WAP in sicer ne glede na čas in kraj.

Pri vzpostavitvi sistema osnovnega mobilnega bančništva na podlagi protokola WAP banka potrebuje (Vagaja, 2000, str. 12):

- ◆ prehodni sistem (Gateway), ki ga pri nas zagotavljajo kar mobilni operaterji,
- ◆ certifikat za prehodni sistem,
- ◆ spletni strežnik bančne aplikacije, ki je neposredno povezan s prehodnim sistemom,
- ◆ sistem avtentifikacije uporabnika, ki služi varnosti poslovanja.

Seveda pa mora banka tako kot pri drugih sodobnih rešitvah poslovanja vzpostaviti primeren bančni informacijski sistem, ki lahko preprosto in hitro podpre nove tržne poti.

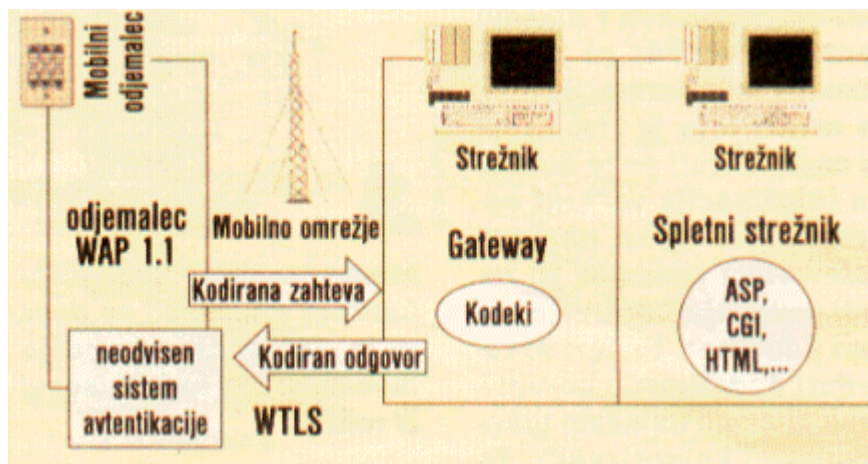
Širitev mobilnega bančništva pa je seveda v veliki meri odvisna od razvoja same mobilne tehnologije in njene širitve med ljudmi. Strokovnjaki so že na začetku razvoja naleteli na težave, saj prenosi preko protokola WAP potekajo prek ozkopasovnih nosilcev, vsebina se mora prikazati na majhnih ekranih, terminali imajo omejeno zmogljivost spomina in procesorske moči, vhodni podatki pa so omejeni na numerično tipkovnico.

Danes so že v uporabi mobilni terminali z GPRS storitvami (General Packet Radio Service), ki temeljijo na paketnem dostopu in hkratnem prenosu podatkov po več kanalih radijskega vmesnika. Torej gre za hitrejši prenos podatkov in krajši odzivni čas, ki omogoča pravo mobilno poslovanje in s tem tudi mobilno bančništvo (Gobelšek, 2001, str. 8).

V prihodnosti bo pravkar omenjeno tehnologijo nasledila tretja generacija mobilnih omrežji UMTS, ki bo zmožna prenosa vedno večje količine podatkov iz čedalje večjega spektra mobilnih terminalov.

Z naglim razvojem mobilne tehnologije bo med drugim tudi bankam omogočeno, da bodo svojim komitentom lahko ponudile čedalje večji spekter bančnih storitev prav preko te tržne poti.

Slika 10: Shematični prikaz mobilne tehnologije WAP



Vir: Vagaja, 2000, str. 12.

6.3.2. MOBILNO BANČNIŠTVO V NLB

Če je spletno bančništvo značilno predvsem za podjetja in se med posamezniki širi počasneje, pa je mobilna tehnologija usmerjena prav v posameznika. S tem elektronskim medijem je namreč omogočena visoka dosegljivost in banka ima idealno priložnost, da se z individualno obravnavo približa vsakemu posamezniku. Poleg tega se z enostavnostjo uporabe in z, širši množici dosegljivimi cenami mobilnih terminalov brišejo meje socialnih ravni. Tako postaja mobilno bančništvo način poslovanja med banko in širšo množico posameznikov, ne glede na njihov socialni položaj in tehnološka znanja (McCarthy, 2001, str. 118-120).

Seveda pa banka ne sme mimo dejstva, da potrebujejo uporabniki pri vsaki uvedbi novosti določen čas, da jo spoznajo, ji zaupajo in jo sprejmejo. Že iz podatkov o posedovanju mobilnih telefonov je razvidno, da je za novo tehnologijo dozretnejše mlajše generacije in temu primerno mora banka tudi oblikovati svojo strategijo trženja novosti.

Zaenkrat sicer še ne moremo govoriti o pravem mobilnem bančnem poslovanju. NLB je sicer kot ena izmed prvih bank konec leta 2000 imetnikom WAP mobilnih terminalov ponudila predstavitvene strani prirejene portalu WAP. V tem projektu je sodelovalo več sektorjev podjetja: Projekt Sigma, Sektor informacijske tehnologije za distribuirane sisteme, Sektor za razvoj, trženje in uvajanje sprememb, Sektor za sodobne tržne poti in Sektor za korporativno in tržno komuniciranje.

Tako lahko na naslovu <http://wap.n-lb.si> najdemo novice s področja investicijskega bančništva, aktualne novice o banki, novice v ponudbi, lahko si izračunamo posojilo, varčevanje ali depoziti po svoji meri, na voljo pa je tudi menjalniški in srednji tečaj Banke Slovenije. Ob tem je mogoč tudi preračun valut, ki je dobrodošel predvsem v

počitniškem obdobju, pri podjetnikih pa praktično vsak dan. Na voljo je tudi podroben pregled podružnic in poslovalnic NLB s poslovnimi časi in seznam vseh bankomatov.

V NLB pravijo, da bodo strokovnjaki NLB v prihodnosti spremljali razvoj tehnologije pri ponudnikih mobilne infrastrukture in temu ustrezno dopolnjevali spekter storitev prilagojen vsakemu posamezniku. Veliko pozornosti bodo namenjali predvsem varnosti mobilnega poslovanja, ki že danes postaja pereč problem (Krpíč, 2000, str. 2).

Kot sem že omenila pa je zelo pomemben tudi primeren bančni informacijski sistem, ki preprosto in hitro podpira tako mobilno bančništvo kot tudi ostale sodobne tržne poti. V NLB sodelujejo s podjetjem Zaslon, ki je pripravil, banki prilagojen sistem elektronskega bančništva (SEB). Sistem je sestavljen iz skrbniškega in nadzornega sistema, ki sta enotna za vse komunikacijske poti. Skrbniški sistem omogoča statistično spremljanje navad uporabnikov, izvajanje uporabniških naročil, spremljanje reklamacij, izmenjavo sporočil z uporabniki ter ostala opravila. Nadzorni sistem pa omogoča nadzor in analizo delovanja vseh tržnih poti in izdelavo poročil za podporo odločanju (<http://www.zaslon.si/>).

Ta sistem je v mobilnem bančništvu še toliko bolj dobrodošel, saj bo banki omogočil lažje oblikovanje ponudb prilagojenih vsakemu posamezniku. V NLB so že naredili korak bližje k individualni obravnavi posameznega komitenta, saj so uporabnikom klasičnih GSM telefonov ponudili prejemanje SMS sporočil o stanju na njihovih računih.

7. KRATEK PREGLED SODOBNIH TRŽNIH POTI V NLB

V NLB pri poslovanju, predvsem s fizičnimi osebami, že od leta 1990 sistematično gradijo alternativne tržne poti in s tem poskušajo slediti razvoju v svetu. S tem želijo v poslovalnicah z osebnim kontaktom izboljšati kvaliteto poslovanja, hkrati pa stranki ponuditi splet prodajnih poti, po katerih lahko sama opravi določene enostavne posle. Z razvojem alternativnih prodajnih poti komercialistom postopoma omogočajo celovito, večstopenjsko, poglobljeno obravnavo strank, končni cilj pa je zadovoljna stranka in uspešna banka.

Čeprav je NLB potrebovala nekoliko več časa za uvedbo novi tržnih poti kot konkurenčne banke, pa so bili ocenjeni tržni deleži za posamezne tržne poti konec leta 2000 visoki: 60% tržni delež pri spletnem bančništvu, 35% pri bančnih avtomatih, pri telefonskem bančništvu pa 80% tržni delež. Po besedah Nevenke Bremec, izvršne direktorice Direkcije za strateški in poslovni razvoj v NLB, naj bi do kasnejše uvedbe novosti prišlo zaradi uvedbe najsodobnejših standardov varnosti internetnega

poslovanja, ki komitentom največ pomeni (Vagaja, 2000a, str. 19).

Tabela 8: Pregled sodobnih načinov poslovanja v NLB

Sodobna tržna pot	Pogoj za uporabo	Pregled storitev
Bančni avtomat	tekoči račun	dvig in plog gotovine, plačila položnic, nakup GM kartice
Samopostrežni kiosk	<ul style="list-style-type: none"> ◆ Informacije o bančni ponudbi so na voljo vsakomur ◆ za dvig gotovine in opravljanje storitev Teledoma in Klik NLB je potreben tekoči račun 	Informacije o bančni ponudbi, opravljanje storitev, ki jih nudijo telefonska in spletne poslovalnice
Avtomatski odzivnik	tekoči račun, telefon	stanje na računu
Teledom	tekoči račun, telefon	opravljanje finančnih transakcij, naročil, svetovanje, splošne informacije s področja bančništva
Spletno bančništvo (spletna stran banke, Klik NLB,)	tekoči račun, osebni računalnik, dostop do interneta	<ul style="list-style-type: none"> ◆ spletna stran: splošne informacije o bančni ponudbi, izračuni, pregledi ◆ Klik NLB: opravljanje finančnih transakcij, naročila, blokacije,...
SMS sporočila	tekoči račun, mobilni telefon	stanje na računu
Wap portal NLB	mobilni telefon z WAP funkcijo	splošne informacije o bančni ponudbi, izračuni, pregledi

Preko sodobnih prodajnih poti se odvija več rutinskih transakcij kot so dvig gotovine, plačevanje položnic in virmanov ter informiranje strank. Za dvig gotovine so na voljo bankomati, kjer se lahko plačujejo tudi položnice, uporaba te tržne poti pa še vedno strmo narašča. V letu 2001 je število bankomatov, v primerjavi s predhodnim letom, naraslo kar za 74%, tako da ima banka zdaj v lasti že 42% vseh bankomatov v omrežju Bankart. Do takšnega povečanja je prišlo zaradi postavitve novih bankomatov na novih lokacijah ter zaradi združitve treh bank (Dolenjske banke d.d., Pomurske banke d.d. in Banke Velenje d.d.) z NLB.

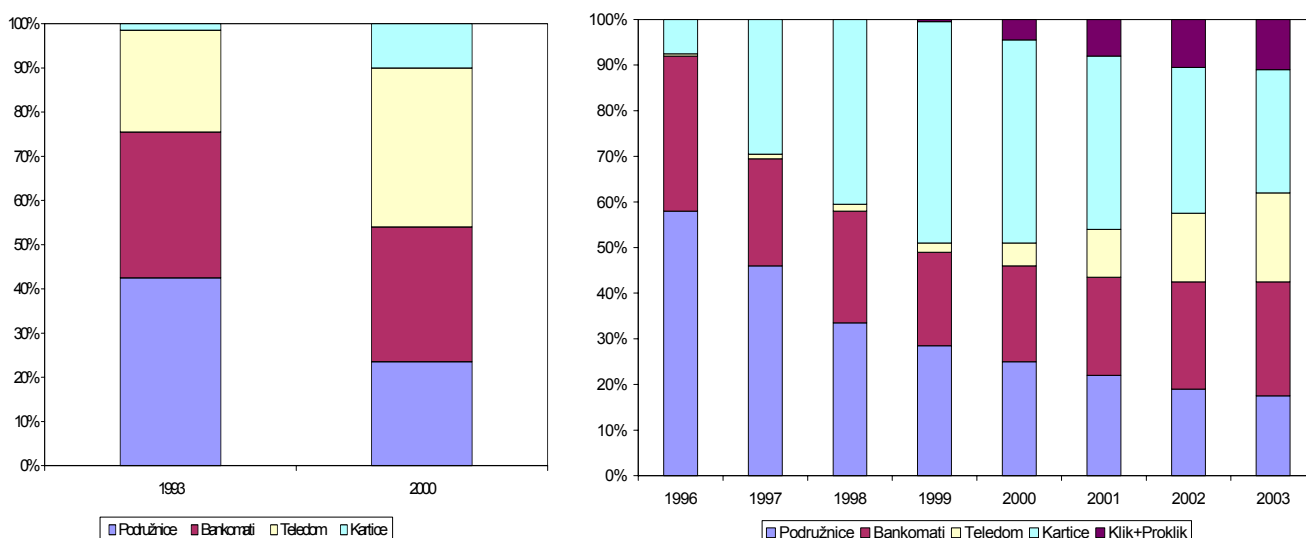
Prav tako strmo raste tudi število uporabnikov prave telefonske poslovalnice Teledom, saj je v letu 2001 to tržno pot začelo uporabljati 32% več komitentov.

Za 31,3% se je, v primerjavi z letom 2000, povečalo število uporabnikov spletne

poslovalnice Klik NLB, presenetljivo 163% rast pa so zabeležili v številu uporabnikov spletne poslovalnice za pravne osebe Proklik NLB.

Tudi v mobilnem bančništvu so doživeli prve pozitivne odzive, ki se kažejo v 66% povečanju poslanih SMS sporočil o stanju na računih, v primerjavi z letom poprej (<http://www.nlb.si/sporocila.html#259>, 28.2.2002).

Slika 11: Sprememba strukture transakcij (v%) v podružnicah in na sodobnih tržnih poteh v ZDA in v NLB



Vir: Interno gradivo NLB, 1999.

8. PRIHODNOST SODOBNIH TRŽNIH POTI V NLB

Gotovo se nova doba ekonomije in z njo tudi bančništva razvija v smeri informacijske tehnologije, telekomunikacij, svetovnega omrežja internet. Izrazita značilnost te dobe pa je gotovo večja hitrost uvajanja tehnoloških sprememb, ki zahteva veliko večjo fleksibilnost vseh vključenih subjektov.

Nova ekonomija se v NLB in tudi v drugih bankah kaže v novih tržnih poteh, torej v načinih prodaje storitev fizičnim in pravnim osebam. O vlogi sodobnih tržnih poti v prihodnosti je spregovorila Nevenka Črnko v intervjuju z novinarko Aleksandro Vagaja, prispevek pa je bil objavljen v reviji Manager, dne 15.11.2000.

Črnkova meni, da se bo prihodnost bančništva odvijala predvsem v smeri mobilnega bančništva, saj se že danes telekomunikacijske družbe in podjetja v svetu povezujejo z bankami z namenom iskanja najboljše rešitve za stranke, ki so navsezadnje skupne. Razvoj naj bi šel torej v smeri mobilnega interneta, z zelo funkcionalno čip kartico. Bančne storitve bo tako možno opraviti veliko hitreje, kar pomeni prihrank

časa za komitente in finančne prihranke za banko.

V NLB se tudi zavedajo, da bodo morali pri tako velikih spremembah zagotoviti predvsem varnost poslovanja. S tem si bodo pridobili zaupanje strank, kar jim bo še z ostalimi prednostmi (poznavanje strank, velik obseg informacij o strankah, znanje o finančnih storitvah) omogočalo preživetje v novi dobi ekonomije.

Govori se tudi o virtualnem bančniku, ki bo morda zaživel takrat, ko bo informacijska družba bolj razvita. Njegova prihodnost je še zelo nejasna, saj bodo po mnenju strokovnjakov največji zadržki prav v družbi. Virtualni bančnik je namreč tridimenzionalna podoba osebnega finančnega svetovalca, ki ga aktiviramo z enim samim klikom. Gre torej za posebljanje banke, ki želi v čim večji meri ustreči želji komitenta. Toda ali bomo ljudje hoteli in želeli prenašati finančne odločitve na »nekaj umetnega«?

Po besedah Črnkove bo ena glavnih skrbi NLB v prihodnosti skrb za nadaljnji razvoj sodobnih tržnih poti, uravnavanju njihovega pomena in upravljanja odnosov s komitenti. Zato veliko sredstev namenjajo razvoju tako imenovanih informacijskih sistemov za upravljanje odnosov s strankami (Customer Relationship Management). Včasih so se namreč pretežno ukvarjali z bančnimi produkti in njihovimi izboljšavami, danes in v prihodnosti pa bodo odgovore in rešitve iskali pri komitentu. K premiku iz produktnega bančništva v bančništvo za komitente so prispevale tako tudi sodobne tržne poti, ki so bile odgovor na potrebe komitentov v sodobni družbi. Vseeno pa je potrebno poudariti, da z novimi tržnimi potmi poslovalnice ne bodo kar izginile, saj bo v njih vedno potrebno servisirati določen krog ljudi (Vagaja, 2000, str. 19-20).

9. SKLEP

V diplomskem delu sem predstavila sodobne tržne poti v bančništvu in na primeru Nove ljubljanske banke d.d. ter poudarila njihov pomen. Elektronski način poslovanja je postal jedro sodobne ekonomije. Z meteorskim razvojem informacijske tehnologije se spreminjajo načini in pogoji poslovanja, s tem pa se postavljajo čedalje večje zahteve, da elektronsko poslovanje postane del miselnosti in strategije bank in drugih podjetij novega tisočletja. Velik pečat k uveljavitvi elektronskega poslovanja pa je prispevalo tudi največje svetovno računalniško omrežje internet, s katerim so bile premagane geografske in časovne ovire poslovanja, bančništvo pa je dobilo globalne razsežnosti.

Razvoj sodobnih tržnih poti svetovnih bank, pri katerih je elektronsko poslovanje že nekaj vsakdanjega, je spodbudilo tudi slovenske banke, da so začele slediti svetovnim trendom. V diplomskem delu sem tako predstavila sodobne tržne poti Nove ljubljanske banke d.d. glede na njihovo kronološko uvajanje v slovenski bančni prostor. Pri obravnavi posameznih poti sem se dotaknila njihovega razvojnega, tehnološkega in predvsem varnostnega vidika, predstavila pa sem tudi njihov pomen za banko in komitente.

Ob tem sem prišla do naslednjih ugotovitev. Začetki elektronskega bančništva v Sloveniji segajo že v leto 1991, ko je Nova ljubljanska banka d.d. postavila prvi bančni avtomat. V dobrih desetih letih smo bili priča uvedbam lepega števila sodobnih tržnih poti, kar je slovensko bančništvo približalo evropskim bankam, ki pa so takšen način poslovanja že uspešno razširile med svoje komitente.

Bančni avtomati so bili med Slovenci hitro sprejeti in danes se s številom bankomatov na milijon prebivalcev že približujemo državam Evropske unije. Uspeh, ki ga je Nova ljubljanska banka d.d. doživela z omenjeno obliko samopostrežnega bančništva jo je spodbudilo k razvoju kompleksnejše ponudbe, zato so februarja 2001 komitentom ponudili samopostrežne kioske. Ti informacijsko-transakcijski terminali ne omogočajo komitentom le dvig gotovine in plačilo položnic, ampak so zajeten vir informacij o celotni bančni ponudbi, nudijo pa tudi možnost opravljanja širokega seznama bančnih storitev. Tri leta po uvedbi prvega bankomata so v Novi ljubljanski banki d.d. komitentom ponudili možnost opravljanja bančnih storitev preko telefonske poslovalnice Teledom. Z možnostjo komuniciranja komitentov neposredno z bančnim uslužbencem na drugi strani telefonske žice, je zadostila potrebam tistih, ki želijo opraviti storitve ob vsakem času in od koderkoli, ob tem pa nočejo poslovati z avtomatskim odzivnikom. Banka vsako leto beleži rast števila uporabnikov te tržne poti, vendar pa še nekaj časa ne bo dosegla rezultatov britanske telefonske banke First Direct, ki jo uporabljajo vsi njeni komitenti. V globalni trg je banka s svojo

ponudbo vstopila s priključitvijo na svetovno računalniško omrežje internet, komitentom pa je konec leta 1999 s spletno poslovalnico Klik NLB ponudila možnost pravega bančnega poslovanja na daljavo. Ker je širitev spletnega poslovanje tesno povezano z razširjenostjo računalnikov s priključkom na internet med prebivalstvom, število uporabnikov takšnega načina poslovanja z banko počasi narašča. Zato pa ima toliko svetlejšo prihodnost mobilno bančništvo, saj uporablja danes mobilni telefon že vsaj dve tretjini Slovencev in je torej potencialno število strank, ki bi jih banka dosegla po tej poti, veliko. Z izpopolnitvijo in razvojem telekomunikacijske tehnologije bo tako banki odprta možnost hitre širitve, svojo ponudbo pa bo lahko, z ustrežno podporo sistema elektronskega bančništva, prilagodila vsakemu posamezniku.

Skupni imenovalec sodobnih tržnih poti je možnost, da komitenti kadarkoli in od koderkoli, z ustrežno opremo opravijo enostavne bančne storitve in s tem privarčujejo dragocen čas in denar. Z vsako opravljeno rutinsko storitvijo preko sodobne tržne poti se povečuje tudi učinkovitost poslovanja bank, uslužbenci v klasičnih poslovalnicah pa lahko kakovostneje, bolj poglobljeno in celovito obravnavajo potrebe in želje zahtevnejših strank.

Kljub številnim prednostim, ki jih nudijo sodobni načini poslovanja, pa se ti uveljavljajo počasneje, kot je bilo pričakovati. Pomanjkanje ustreznega znanja ljudi in posledično nezaupanje sodobni tehnologiji in varnosti poslovanja preko elektronskih poti, je glavna ovira pri njihovi širitvi. V Sloveniji je varnost sodobnega bančnega poslovanja zagotovljeno ne le s tehnološkega in organizacijskega vidika, ampak tudi z zakonsko ureditvijo. S sprejetjem Zakona o elektronskem poslovanju in elektronskem podpisu smo postali ena prvih evropskih držav z urejeno zakonodajo na tem področju. Kljub vsem varnostnim zagotovitvam in pravnim ukrepom, pa bo potreben čas, da bodo ljudje sprejeli nov način poslovanja in pri upravljanju s svojimi finančnimi sredstvi zaupali »napravi«.

Sodobni načini bančnega poslovanja se v svetu razvijajo in širijo z bliskovito naglico. Nova ljubljanska banka d.d. ima na slovenskem bančnem trgu prevladujoče tržne deleže na področju poslovanja preko sodobnih tržnih poti, majhnost našega trga pa ji onemogoča vidnejše mesto na svetovni ravni. Vendar pa ji je z internetom in drugimi dosežki sodobne tehnologije omogočeno, da se predstavi svetu, vstopi na svetovno bančno tržišče s svojo ponudbo in začne bolj enakopraven konkurenčen boj za pridobitev strank.

LITERATURA

1. Banovič Zoran: Novo orodje finančnikov. PC Kapital, Maribor, 4 (1998), 15, str. 10-12.
2. Bartolini Brane: Samo še skozi virtualno okence. Moj mikro, Ljubljana, 16(2000), 7/8, str. 68-69.
3. Bradshaw David, Wood Stephen, Delaney John: Next Generation Call Centres: CTI, Voice and the Web. Reports, Ovum, London, 1999, str. 59-67.
4. Čadež Matjaž: Hitreje, ceneje in kreativnejše. Finance, Ljubljana, 2000, 82, str. 5.
5. Črčinovič-Krofič Vlasta: Sodobni načini poravnavanja obveznosti v prometu blaga in storitev. Pravna praksa, Ljubljana, 1995, 332, str. 15.
6. Delak Boštjan: Smernice v razvoju retail bančništva po svetu. Bančni vestnik, Ljubljana, 46(1997), 7-8, str. 55.
7. Eržen Boris: Kako varno je spletno bančništvo. Priloga Gospodarskega vestnika: I&T Tehnologija za poslovno rabo, Ljubljana, 2001, 10, str. 7-13.
8. Grobelšek Matic: Mobilne telekomunikacije: Simobilov hitri start. Gospodarski vestnik, 2001, 16, str. 8.
9. Hoffman Paul: Vse o internetu & World Wide Webu. Ljubljana: Pasadena, 1996. 203 str.
10. Horvat Anja: Po posojilo v samopostrežni bančni kiosk. Finance, Ljubljana, 2001, 39, str. 17.
11. Jerman-Blažič Borka: Elektronsko poslovanje in pravo: Elektronsko poslovanje na internetu. Ljubljana, 2001. 1289 str.
12. Jerman-Blažič Borka, Turk Tomaž: Internet. Ljubljana: Novi Forum, 1996. 87 str.
13. Klajnščak Boštjan: E-bančništvo v Sloveniji-upočasnjena zgodba o uspehu. Ljubljana, Kapital, 11(2001), 269, str. 30-37.
14. Kotler Philip: Marketing Management - Trženjsko upravljanje. Ljubljana: Slovenska knjiga, 1998. 832 str.
15. Krč Matjaž: Teledom že deluje. Finance, Ljubljana, 1994, 83, str. 12.
16. Logar Miha: Troboj plastičnih kartic. Bančni vestnik, Ljubljana, 45(1996), 1-2, str. 37.
17. McCarthy Paul: The Future is Mobile. The Banker, 2001, 75, str. 118-120.
18. Pavšič Robert: Nepotrebnost dveh overiteljev. Finance, 72, 21.6.2000, str. 4.
19. Perše Zoran: Pomembnejše oblike in prednosti elektronskega poslovanja. Svetovalec iz Gospodarskega vestnika, Ljubljana, 2000, 33, str. 41.
20. Peterman Matjaž: Teledom se uveljavlja. Finance, Ljubljana, 1994, 94, str. 10.
21. Potočnik Vekoslav: Trženje storitev. Ljubljana: Gospodarski vestnik, 2000. 222 str.
22. Sabrina Povšič, Lenart Čepon: Bodo poti zaupnih podatkov res varne?. Gospodarski vestnik, Ljubljana, 2000, 20, str. 14.
23. Sejkoča Marko: Elektronsko bančništvo. Bančni vestnik, Ljubljana: 48(1999), 1-2,

str. 31-33.

24. Skrt Radoš: Preprečevanje zlorab: Varno nakupovanje v spletnih trgovinah. Gospodarski vestnik, Ljubljana, 2000, 11, str. 17.
25. Svobljak Irena Miš: Spletno bančništvo - le ena od poti do banke. Kapital, Ljubljana, 11(2001), 253, str. 49-53.
26. Svobljak Irena Miš: V tujini se elektronsko bančništvo še povečuje. Kapital, Ljubljana, 9(1999), 207, str. 30.
27. Toplišek Janez: Elektronsko poslovanje. Ljubljana: Založba Atlantis, 1998. 336 str.
28. Vagaja Aleksandra: Elektronske banke: tvegane, a neizogibne. Finance, Ljubljana, 1999, 1, str. 8.
29. Vagaja Aleksandra: Mobilno bančništvo: z WAP-om do komitenta. Finance, Ljubljana, 2000, 68, str. 10-12.
30. Vagaja Aleksandra: Status manager: Nova ekonomija večja hitrost sprememb. Manager, Ljubljana, 2000, 11, str. 19-20.
31. Vesel Marjeta: Bančno poslovanje na daljavo. Gospodarski vestnik, Ljubljana, 1994, 47, str. 60.
32. Vrečar Ciril: Prihodnost bank usmerjajo stroški. Kapital, Maribor, 5(1995), 116, str. 32-33.

VIRI

1. Bevc Jasmina: NLB med prvimi ponudila WAP. Mozaik, Interni časopis NLB, 2000, 3-4, str. 26-27.
2. Bilten Banke Slovenije, 10(2001)9, str. 46-47.
3. Krpič Viljem, Ambrož Potočnik Vesna: Časovne in geografske omejitve so stvar preteklosti. Kažipot – Interni časopis NLB, Ljubljana, 2000, 15, str. 2-3.
4. Letno poročilo 2001. Ljubljana: Nova ljubljanska banka d.d., 2002, str. 41.
5. Majcen Natalija: Prepoznana in všečna. Mozaik, Interno gradivo NLB, Ljubljana, 2000, 1-2, str. 20.
6. Prospekt NLB: Do denarja iz avta-avtobankomat.
7. Terčelj Mladen: Podpišite se elektronsko. Kažipot – Interno gradivo NLB, Ljubljana, 2000, 15, str. 4-5.
8. Tomassini Irena: Na vogalu stoji bankomat. Mozaik, interni časopis NLB, Ljubljana, 1999, 5-6, str. 40-41.
9. Vardjan Boris: Spodbuden začetek. Mozaik, Interni časopis NLB, Ljubljana, 2000, 1-2, str. 20.
10. Veronik Jasna: Klik-anje preseglo naša pričakovanja. Mozaik, Interni časopis NLB, Ljubljana, 2000, 1-2, str. 18.
11. Telefonska banka v Veliki Britaniji.

- [URL: <http://firstdirect.co.uk/home.html>], 1.3.2002.
12. Število uporabnikov interneta v Sloveniji.
[URL: <http://www.ris.org>], 25.02.2002.
 13. Primerjava Slovenije in Evropskih držav glede uporabe interneta.
[URL: <http://www.graliteo.si>], 25.02.2002.
 14. Število komitentov v NLB.
[URL: <http://www.nlb.si/slo/sporocila01.html#226>], 1.03.2002.
 15. Število bankomatov v lasti NLB.
[URL: <http://www.nlb.si/sporocila01.html>], 1.03.2002.
 16. Zakon o elektronskem poslovanju in elektronskem podpisu (ZEPEP).
[URL: http://www.dz-si/si/aktualno/spremljanje_zakonodaje/sprejeti_zakoni.html].
 17. Število uporabnikov mobilnih telefonov.
[URL: <http://www.ris.org/ict/index.html>], 31.3.2002.
 18. Sistem elektronskega bančništva (SEB).
[URL: <http://www.zrcalo.si>], 28.2.2002.
 19. Rast števila uporabnikov posamezne tržne poti v NLB.
[URL: <http://www.nlb.si/sporocila.html#259>], 28.2.2002.
 20. Število uporabnikov mobilnih telefonov po svetovnih regijah.
[URL: http://cyberatlas.internet.com/markets/wireless/article/0,10094_76533,00.html], 5.4.2002.
 21. Število uporabnikov interneta v svetu.
[URL: <http://www.commerce.net/research/stat>], 27.2.2002.
 22. Tržni delež NLB na dan 31.12.2001.
[URL: <http://www.n-lb.si/slo/delezi.html>], 15.5.2002.