Česká zemědělská univerzita v Praze

Provozně ekonomická fakulta

Katedra statistiky

Diplomová práce

Statistická komparace nabízených produktů vybraných bank

Marek Duda

© 2015 ČZU v Praze

ČESKÁ ZEMĚDĚLSKÁ UNIVERZITA V PRAZE

Katedra statistiky

Provozně ekonomická fakulta

ZADÁNÍ DIPLOMOVÉ PRÁCE

Duda Marek

Podnikání a administrativa

Název práce

Statistická komparace nabízených produktů vybraných bank

Anglický název

Statistical comparison of products offered by selected banks

Cíle práce

Cílem práce je statistická komparace některých bank na základě vybraných bankovních produktů. Analýza bude provedena s pomocí relevantních ukazatelů z pohledu banky i z pohledu klienta. Výsledkem práce budou jednak návrhy na zlepšení poskytovaných služeb, a dále doporučení, který produkt je pro klienta vhodný. Podkladové údaje budou zjištěny přímo v bankách a v rámci řešení bude provedeno dotazníkové šetření.

Metodika

Vytvořená databáze bude statisticky vyhodnocena pomocí metod z oblasti časových řad, indexní analýzy a z oblasti analýzy závislosti kvalitativních znaků.

Harmonogram zpracování

Studium odborné literatury a odborných textů: 03/2014-09/2014
Předložení konečné podoby literární rešerše: 10/2014
Sběr a zpracování dat: 08/2014-01/2015
Předložení konečné podoby diplomové práce: 02/2015

Rozsah textové části

60-80 stran

Klíčová slova

bankovní systém, centrální banka, obchodní banky, klient, bankovní produkty, běžný účet, spořicí účet, spotřebitelský úvěr, úroková sazba, statistická analýza, dotazníkové šetření

Doporučené zdroje informací

BABOUČEK, Ivan. Regulace činnosti bank. 3. vyd. Praha: Bankovní institut vysoká škola, 2009, 318 s. ISBN 978-80-7265-144-3.
DVOŘÁK, Petr. Bankovnictví pro bankéře a klienty. 3. přeprac. a rozš. vyd. Praha: Linde, 2005, 681 s. ISBN 80-7201-515-X.
HINDLS, Richard, Stanislava HRONOVÁ, Jan SEGER a Jakub FISCHER. Statistika pro ekonomy. 8. vyd. Praha: Professional Publishing, 2007, 415 s. ISBN 978-80-86946-43-6.
KALABIS, Zbyněk. Základy bankovnictví: bankovní obchody, služby, operace a rizika. 1. vyd. Brno: BizBooks, 2012, 168 s. ISBN 978-80-265-0001-8.
KLEIN, Gerald. Dictionary of banking. 2. vyd. Londýn: Pitman, 1995, 348 s. ISBN 0-273-61424-X.
POLOUČEK, Stanislav. Bankovnictví. 2. vyd. Praha: C.H. Beck, 2013, 480 s. ISBN 978-80-7400-491-9.
PŮLPÁNOVÁ, Stanislava. Komerční bankovnictví v České republice. 1. vyd. Praha: Oeconomica, 2007, 338 s. ISBN 978-80-245-1180-1.
REVENDA, Zbyněk. Centrální bankovnictví. 3. aktual. vyd. Praha: Management Press, 2011, 558 s. ISBN 978-80-7261-230-7.
REVENDA, Zbyněk, Martin MANDEL, Jan KODERA, Petr MUSÍLEK a Petr DVOŘÁK. Peněžní ekonomie a bankovnictví. 5. akt. vyd. Praha: Management Press, 2012, 423 s. ISBN 978-80-7261-240-6.
ŠENKÝŘOVÁ, Bohuslava. Bankovnictví. 1. vyd. Praha: Vysoká škola finanční a správní, 2010, 253 s. ISBN 978-80-7408-029-6.

Další literatura bude doporučena v průběhu zpracování diplomového úkolu.

Vedoucí práce

Prášilová Marie, doc. Ing., CSc.

Termín odevzdání

březen 2015

Elektronicky schváleno dne 15.10.2014

prof. Ing. Libuše Svatošová, CSc.
Vedoucí katedry

Elektronicky schváleno dne 11.11.2014

Ing. Martin Pelikán, Ph.D.
Děkan fakulty

Čestné prohlášení

Prohlašuji, že svou diplomovou práci "Statistická komparace nabízených produktů vybraných bank" jsem vypracoval samostatně pod vedením vedoucí diplomové práce a s použitím odborné literatury a dalších informačních zdrojů, které jsou citovány v práci a uvedeny v seznamu literatury na konci práce. Jako autor uvedené diplomové práce dále prohlašuji, že jsem v souvislosti s jejím vytvořením neporušil autorská práva třetích osob.

V Praze dne 31. března 2015 _____

Poděkování

Rád bych touto cestou poděkoval doc. Ing. Marii Prášilové, CSc. za její odborné vedení, cenné rady a připomínky v průběhu zpracování diplomové práce. Poděkovat bych chtěl také všem respondentům za jejich ochotu vyplnit dotazník.

Statistická komparace nabízených produktů vybraných bank

Statistical comparison of products offered by selected banks

Souhrn

Diplomová práce se zabývá analýzou současné situace na českém trhu retailového bankovnictví se zaměřením pozornosti na rozdíly tradičních a nízkonákladových bank. Teoretická část v úvodu vymezuje finanční trh, na který navazuje profilace bankovního systému České republiky. Jsou zde popsány funkce a služby, které poskytují centrální banka a obchodní banky, a to včetně legislativních opatření a popisu bankovních produktů. Následuje charakteristika tří největších tradičních bank, České spořitelny, Československé obchodní banky a Komerční banky, a tří největších nízkonákladových bank, mBank, Fio banky a Air Bank. V analytické části je provedena komparace běžných účtů, spořicích účtů a spotřebitelských úvěrů nabízených charakterizovanými bankami. Dále je prostřednictvím analýzy časových řad popsán vývoj počtu klientů a běžných účtů České spořitelny a Komerční banky. Součástí práce je také statistické vyhodnocení dotazníkového šetření zkoumající preference bankovních klientů. Na závěr jsou formulovány návrhy a doporučení pro bankovní instituce vedoucí ke zlepšení poskytovaných služeb.

Summary

Diploma thesis analyzes the current Czech retail banking market situation with focus on the differences between traditional and low-cost banks. The theoretical part defines the financial market and the banking system in the Czech Republic. There are described features and services providing by the central bank and commercial banks including legislative measures and a description of banking products. Follows the overview of the three top traditional banks, Česká spořitelna, Československá obchodní banka and Komerční banka, and the three top low-cost banks, mBank, Fio banka and Air Bank. The analytical part compares current accounts, savings accounts and consumer loans offered by described banks. Furthermore, this thesis analyzes the development of the number of clients and current accounts of Česká spořitelna and Komerční banka. This thesis also provides statistical evaluation of the questionnaire survey investigating the bank customer's preferences. At the end there are formulated the suggestions and recommendations that improve the services provided by banking institutions.

Klíčová slova: tradiční banka, nízkonákladová banka, bankovní produkt, běžný účet, spořicí účet, spotřebitelský úvěr, bankovní poplatky, kodex mobility

Keywords: traditional bank, low-cost bank, bank product, current account, savings account, consumer loan, bank charges, mobility codex

OBSAH

1 Úvod 9
2 Cíl práce a metodika 10
2.1 Cíl práce 10
2.2 Metodika 10
2.2.1 Popis metod 11
3 Literární rešerše 15
3.1 Finanční trh 15
3.2 Bankovní systém České republiky 16
3.2.1 Legislativní rámec 17
3.2.2 Česká národní banka 19
3.2.3 Obchodní (komerční) banky 19
3.2.4 Struktura bankovního sektoru 22
3.2.5 Česká bankovní asociace 23
3.2.6 Bankovní tajemství 24
3.2.7 Fond pojištění vkladů 25
3.2.8 Kodex mobility klientů 26
3.3 Bankovní produkty 27
3.3.1 Běžné účty 28
3.3.2 Spořicí účty 28
3.3.3 Spotřebitelské úvěry 29
3.3.4 Cena bankovních produktů 30
4 Charakteristika vybraných bank 31
4.1 Česká spořitelna 31
4.2 Československá obchodní banka 32
4.3 Komerční banka 33
4.4 Air Bank 35
4.5 mBank 36
4.6 Fio banka 37
5 Analýza dosažených výsledků 38
5.1 Komparace vybraných bankovních produktů 38
5.1.1 Běžné účty 39
5.1.2 Spořicí účty 43
5.1.3 Spotřebitelské úvěry 44
5.2 Analýza vybraných ukazatelů České spořitelny 47
5.2.1 Vývoj počtu klientů a jeho dynamika 47
5.2.2 Vývoj počtu běžných účtů a jeho dynamika 48
5.2.3 Shrnutí 50
5.3 Analýza vybraných ukazatelů Komerční banky 51
5.3.1 Vývoj počtu klientů a jeho dynamika 51
5.3.2 Vývoj počtu běžných účtů a jeho dynamika 52
5.3.3 Shrnutí 54
5.4 Vyhodnocení dotazníkového šetření 55
5.4.1 Popis souboru respondentů 55
5.4.2 Vyhodnocení tematických otázek 56
5.4.3 Testování závislosti kvalitativních znaků 65
5.5 Návrhy a doporučení 71
6 Závěr 74
7 Seznam použitých zdrojů 77
8 Přílohy 79

SEZNAM TABULEK

Tabulka 1: Kontingenční tabulka 13
Tabulka 2: Základní charakteristika České spořitelny 31
Tabulka 3: Základní produkty nabízené Českou spořitelnou 32
Tabulka 4: Základní charakteristika ČSOB 32
Tabulka 5: Základní produkty nabízené ČSOB 33
Tabulka 6: Základní charakteristika Komerční banky 34
Tabulka 7: Základní produkty nabízené Komerční bankou 34
Tabulka 8: Základní charakteristika Air Bank 35
Tabulka 9: Základní produkty nabízené Air Bank 35
Tabulka 10: Základní charakteristika mBank 36
Tabulka 11: Základní produkty nabízené mBank 36
Tabulka 12: Základní charakteristika Fio banky 37
Tabulka 13: Základní produkty nabízené Fio bankou 37
Tabulka 14: Komparace běžných účtů (údaje v Kč) 42
Tabulka 15: Komparace spořicích účtů (údaje v Kč) 44
Tabulka 16: Komparace spotřebitelských úvěrů (údaje v Kč) 46
Tabulka 17: Elementární charakteristiky počtu klientů ČS v období 2004 - 2013 47
Tabulka 18: Elementární charakteristiky počtu běžných účtů ČS v období 2004 - 2013 49
Tabulka 19: Elementární charakteristiky počtu klientů KB v období 2004 - 2013 51
Tabulka 20: Elementární charakteristiky počtu běžných účtů KB v období 2004 - 2013 53
Tabulka 21: Kritéria při volbě banky 57
Tabulka 22: Kritéria při rozhodování o sjednání úvěru 65
Tabulka 23: Závislost běžného osobního účtu podle banky a věku 65
Tabulka 24: Závislost placených bankovních poplatků a měsíčního příjmu 66
Tabulka 25: Závislost zkušenosti se změnou banky a věku 67
Tabulka 26: Závislost znalosti Kodexu mobility a pohlaví 68
Tabulka 27: Závislost počtu využívaných spořicích produktů a měsíčního příjmu 69
Tabulka 28: Závislost využívání spořicího účtu a pohlaví 69
Tabulka 29: Závislost využívání úvěrového produktu a pracovního postavení 70
Tabulka 30: Závislost využívání spotřebitelského úvěru a vzdělání 71

SEZNAM GRAFŮ

Graf 1: Využívání hlavního běžného osobního účtu podle banky 56
Graf 2: Využívání transakčních kanálů 58
Graf 3: Placené poplatky na běžném osobním účtu 58
Graf 4: Spokojenost s bankou 59
Graf 5: Zkušenost se změnou banky 60
Graf 6: Rozhodování nad změnou banky 60
Graf 7: Znalost Kodexu mobility 61
Graf 8: Volba banky při novém založení běžného osobního účtu 62
Graf 9: Využívání spořicích produktů 63
Graf 10: Zkušenost s úvěrovými produkty 63
Graf 11: Využívání úvěrových produktů 64
Graf 12: Aktivita před uzavřením úvěru 64

1 ÚVOD

Finance a operace s nimi hrají v dnešním světě velmi podstatnou roli u všech ekonomických subjektů. Pokrokem technologií a změnou životního stylu se neodmyslitelnou součástí lidských životů staly bankovní instituce. Vlastnictví běžného účtu, platební karty či jakéhokoliv jiného typu bankovního produktu je již ve vyspělé kultuře samozřejmostí. Banky zprostředkovávají platební styk, nabízí možnosti spoření a investování, poskytují finanční prostředky k financování bydlení, podnikání aj. Z těchto důvodů je stabilní bankovní sektor jedním ze základních pilířů národního hospodářství každé vyspělé země. Bankovnictví významnou měrou ovlivňuje ekonomiku země – bez kvalitně fungujícího bankovního systému totiž není možný výrazný ekonomický progres.

Za posledních několik let český bankovní trh zaznamenal dynamický rozvoj – technologie, konkurence, nabízené produkty, přístup ke klientovi – vše prošlo svým určitým vývojem. Zejména kanály přímého bankovnictví, pomocí nichž může klient obsluhovat svůj bankovní účet komfortně kdykoliv a kdekoliv se mu zachce, sebou přineslo řadu změn. Využitím této technologie ve své marketingové strategii na trh vstoupily nové nízkonákladové banky, které se staly tržním vyzyvatelem pro stávající tradiční velké banky.

Zvýšené konkurenční prostředí odstartovalo boj o klienty, což se v konečném důsledku pozitivně promítá právě směrem k zákazníkovi. Přechod od jedné banky ke druhé se navíc v posledních letech značně zjednodušil. Nové banky se snaží získat klienty především na nabídku účtů bez poplatků, výhodné úrokové sazby vkladů a úvěrů. Takto nastolená strategie přináší úspěch, klientská základna nových bank roste meziročně o desítky procent. Velké banky se tak vlivem konkurence ocitly pod tlakem zlevňování svých služeb, ale dosud poplatky omezují jen minimálně. Jejich náskok totiž spočívá díky širší nabídce produktů a služeb a také jejich větší dostupnosti, což je pro klienty stále často rozhodujícím kritériem.

Téma bankovních poplatků mezi veřejností obecně velmi sílí. Stále častěji se jím zaobírají média a nejrůznější občanská sdružení na ochranu spotřebitele. K dispozici jsou srovnávače a kalkulačky usnadňující výběr bankovního produktu. Bude jistě zajímavé sledovat, jak se trh vyvine. Zda pozice velkých bank určitým způsobem oslabí a budou tak nuceni zareagovat na poptávku a přizpůsobit svou nabídku. Jak se ale zdá, díky neflexibilitě českých klientů k tomu zatím nemají příliš velký důvod.

2 CÍL PRÁCE A METODIKA

2.1 Cíl práce

Cílem diplomové práce je statistická komparace aktuální nabídky běžných účtů, spořicích účtů a spotřebitelských úvěrů pro retailové klienty, které nabízí z pohledu počtu klientů tři největší tradiční banky (Česká spořitelna, Československá obchodní banka, Komerční banka) a tři největší nízkonákladové banky (mBank, Fio banka, Air Bank) působící na českém bankovním trhu. Cílem je také stanovit dopad změn bankovního trhu na Českou spořitelnu a Komerční banku. Dalším cílem je zjistit preference klientů, které mají rozhodující vliv při volbě banky a bankovních produktů. Na základě všech provedených analýz budou výsledkem práce návrhy a doporučení na zlepšení poskytovaných služeb bank.

2.2 Metodika

Podkladová data pro diplomovou práci byla získána ze sekundárních i primárních zdrojů dat. V úvodní fázi byla provedena analýza dokumentů zabývajících se problematikou bankovnictví. Analyzovány byly tyto dostupné dokumenty: odborné publikace, zákony, denní tisk, výroční zprávy bank a internetové stránky bankovních subjektů. Ze shromážděných informací byla zpracována teoretická východiska, charakterizovány zkoumané bankovní domy a provedena komparace nabízených běžných účtů, spořicích účtů a spotřebitelských úvěrů. Pro reálnou komparaci spotřebitelských úvěrů byla navíc využita metoda mystery shopping. Následky vstupu nových bank na trh byly pro Českou spořitelnu a Komerční banku analyzovány pomocí ukazatelů počtu klientů a počtu běžných účtů, sledovaných v rámci desetiletého časového období (2004 – 2013), jejichž hodnocení bylo provedeno pomocí elementárních charakteristik časových řad. Pro zjištění preferencí klientů bylo realizováno vlastní dotazníkové šetření, které probíhalo v období od 19. února do 8. března 2015 technikou elektronického dotazování CAWI v rámci online dotazníkové služby Vyplňto.cz. Výběrový soubor respondentů byl stanoven technikou úsudkového výběru. Dotazník byl mezi respondenty distribuován prostřednictvím e-mailu a sociálních sítí. Jednotlivé otázky byly rozděleny na dvě části: meritorní a třídicí, přičemž byl zvolen uzavřený a polouzavřený typ otázek. Sesbíraná data z dotazníkového šetření byla statisticky zpracována v programu MS Excel pomocí absolutních a relativních četností, grafů a tabulek. Pro stanovení míry závislosti kategoriálních proměnných byla provedena analýza

kvalitativních znaků s využitím chí-kvadrát testu a Pearsonova kontingenčního koeficientu, výpočty byly uskutečněny na hladině významnosti $\alpha = 0{,}05$ ve statistickém softwaru Statistica.

2.2.1 Popis metod

Analýza dokumentů

Analýza dokumentů představuje metodu sběru sekundárních dat, která spočívá ve vyhledávání, studiu a rozboru vhodných dokumentů, ze kterých lze získat potřebné informace o zkoumaném jevu.

Mystery shopping

Mystery shopping je jedna z technik pozorování. Představuje kvalitativní výzkum, který měří kvalitu poskytovaných služeb nebo získává informace o produktech a službách vlastní či konkurenční společnosti. Mystery shopping provádí tzv. mystery shopper, který vystupuje jako reálný zákazník, a jehož úkolem je dle předem připraveného scénáře hraní určité role, nákup produktu, kladení otázek apod.[1]

Dotazníkové šetření

Dotazníkové šetření je jednou z nejčastěji používaných metod sběru primárních dat kvantitativního výzkumu. Dotazník představuje formulář s důkladně sestavenými otázkami, na něž odpovídají respondenti. Díky rychlosti získání odpovědí a relativně nízkým nákladům patří mezi nejvíce využívané nástroje dotazování elektronická forma. Pro účely diplomové práce byla zvolena technika CAWI (Computer Assisted Web Interviewing), při které respondent sám vyplňuje dotazník na internetovém portále. Před zahájením každého dotazování je nutné určit výběrový vzorek (soubor) respondentů, který při dotazování zastupuje celý základní soubor. V rámci uskutečněného dotazníkového šetření byl zvolen úsudkový výběr, který je plně v kompetenci výzkumníka, a spočívá ve výběru respondentů na základě předpokladu (úsudku), že jde o respondenty splňující určité předpoklady.[2]

[1] Kozel, R., Mynářová, L., Svobodová, H., Moderní metody a techniky marketingového výzkumu, s. 180
[2] Kozel, R., Moderní marketingový výzkum, s. 155-161

Elementární charakteristiky časových řad

Časovou řadou se rozumí posloupnost věcně a prostorově srovnatelných pozorování (dat), která jsou jednoznačně uspořádána z hlediska času ve směru od minulosti do přítomnosti. Při jejich hodnocení lze využít analýzy časových řad, kterou se rozumí soubor metod, které slouží k popisu celkového vývoje dané časové řady a případně k předvídání jejího budoucího chování. Pro získání rychlé představy o charakteru analyzované časové řady se používá vizuální analýza spolu s určováním elementárních statistických charakteristik, pomocí nichž lze popsat dynamiku dané časové řady.[3]

Nejjednodušší charakteristikou dynamiky jsou absolutní přírůstky hodnot údajů v časových řadách, nazývané první diference. První diference charakterizují přírůstek, resp. úbytek hodnoty ukazatele v určitém období oproti období bezprostředně předcházejícímu.

$$d_{1t} = y_t - y_{t-1}\,, \qquad t = 2, 3, \dots, n$$

Rozdíl mezi absolutním přírůstkem vztahujícím se k danému členu časové řady a absolutním přírůstkem vztaženým k předchozímu členu časové řady nazýváme druhou diferencí. Druhé diference charakterizují absolutní zrychlení, resp. zpomalení vývoje ve zkoumané časové řadě a udávají, o kolik byl následující přírůstek větší, resp. menší než předcházející.

$$d_{2t} = d_{1t} - d_{1(t-1)}\,, \qquad t = 3, 4, \dots, n$$

Jako úhrnná charakteristika pro celou časovou řadu je používán průměrný absolutní přírůstek, vypočítaný jako aritmetický průměr z prvních diferencí.

$$\bar{d}_1 = \frac{y_n - y_1}{n - 1}$$

Vyjádřením poměru mezi daným a předchozím členem časové řady se získá koeficient růstu, označovaný též jako řetězový index. Koeficient růstu vyjadřuje rychlost růstu, resp. poklesu hodnot časové řady a udává, kolikrát úroveň ukazatele daného období převyšuje úroveň bezprostředně předcházejícího období.

$$k_t = \frac{y_t}{y_{t-1}}\,, \qquad t = 2, 3, \dots, n$$

[3] Hindls, R., Hronová, S., Seger, J., Statistika pro ekonomy, s. 246-252

Jako úhrnná charakteristika relativních změn pro celou časovou řadu se uvádí průměrný koeficient růstu, který je geometrickým průměrem z jednotlivých koeficientů růstu.

$$\bar{k} = \sqrt[n-1]{\frac{y_n}{y_1}}$$

Pro zjištění, k jakým změnám dochází v časové řadě vzhledem k základnímu období, lze stanovit bazické indexy. Bazické indexy udávají relativní změnu hodnot znaku vztaženou k úrovni výchozího období.[4]

$$BI = \frac{y_t}{y_0}$$

Analýza kvalitativních znaků

Základním testem používaným ke zjištění vzájemné (symetrické) závislosti dvou znaků je chí-kvadrát test (χ^2 test) o vzájemné nezávislosti v kontingenční tabulce. Kontingenční tabulkou se rozumí dvourozměrná tabulka rozdělení četností, do které jsou zaznamenávány v řádcích četnosti výskytu jedné proměnné a ve sloupcích četnosti výskytu druhé proměnné. Kontingenční tabulka představuje základ pro testování nezávislostí a pro výpočet měr intenzity závislostí.

Tabulka 1: Kontingenční tabulka

Znak A / Znak B	$\boldsymbol{b_1}$	$\boldsymbol{b_2}$	**……**	$\boldsymbol{b_s}$	n_{i+}
$\boldsymbol{a_1}$	n_{11}	n_{12}	……	n_{1s}	n_{1+}
$\boldsymbol{a_2}$	n_{21}	n_{22}	……	n_{2s}	n_{2+}
……	.	.		.	.
$\boldsymbol{a_r}$	n_{r1}	n_{r2}	……	n_{rs}	n_{r+}
n_{+j}	n_{+1}	n_{+2}	……	n_{+s}	n

Zdroj: Hošková, P., Jindrová, A., Procházková, R.

n … rozsah souboru (počet objektů se známými hodnotami obou sledovaných proměnných)

r … počet kategorií (a_1, a_2, …, a_r) proměnné A

s … počet kategorií (b_1, b_2, …, b_s) proměnné B

n_{ij} … sdružené absolutní četnosti (i=1, 2, …, r; j=1, 2, …, s)

n_{i+} … absolutní četnosti řádkové

n_{+j} … absolutní četnosti sloupcové

[4] Hošková, P., Jindrová, A., Procházková, R., Statistika v manažerské a obchodní praxi, s. 95-97

Tento χ^2 test je založen na porovnání empirických (skutečných) četností n_{ij} v jednotlivých buňkách kontingenční tabulky a očekávaných (teoretických) četností o_{ij}. Empirické četnosti se od očekávaných četností mohou lišit buď náhodně (platí nulová hypotéza H_0), nebo významně (platí alternativní hypotéza H_1).

$$\chi^2 = \sum_{i=1}^{k}\sum_{j=1}^{m}\frac{(n_{ij} - o_{ij})^2}{o_{ij}}\,, \qquad o_{ij} = \frac{n_{i+}n_{+j}}{n}$$

Hodnota testové statistiky χ^2 se porovná s kritickou hodnotou χ^2 rozdělení o *[(r-1)(s-1)]* stupňů volnosti. Nulová hypotéza H_0 na hladině významnosti α se zamítá, jestliže:

$$\chi^2 > \chi^2_{\alpha;[(r-1)(s-1)]}$$

χ^2 test pro kontingenční tabulku nelze použít, je-li více než 20 % teoretických četností menších než 5, příp. je-li alespoň v jedné buňce kontingenční tabulky očekávaná četnost menší než 1. V těchto případech, kdy nejsou splněny předpoklady použití χ^2 testu, je možné přistoupit k logickému sloučení sousedících skupin (sloučení dvou sloupců nebo řádků) tak, aby došlo ke splnění požadovaných předpokladů použití χ^2 testu.

Pro posouzení míry intenzity závislosti vztahů mezi proměnnými slouží Pearsonův kontingenční koeficient. Tento koeficient nabývá hodnot z intervalu $< 0; 1 >$, kde čím větší hodnota je získána, tím je závislost mezi proměnnými silnější.[5]

$$C = \sqrt{\frac{\chi^2}{\chi^2 + n}}$$

[5] Hošková, P., Jindrová, A., Procházková, R., Statistika v manažerské a obchodní praxi, s. 154-158

3 LITERÁRNÍ REŠERŠE

3.1 Finanční trh

Finanční trh lze vymezit jako systém institucí a instrumentů zabezpečujících pohyb peněz a kapitálu mezi ekonomickými subjekty na základě nabídky a poptávky[6]. Na jedné straně se totiž u jednotlivých subjektů v ekonomice vyskytují volné peníze (vytvářejí úspory), na straně druhé vzniká také u těchto subjektů potřeba si peněžní prostředky půjčit. Z tohoto důvodu vyplývá potřeba obchodování s penězi.[7] Přemísťování prostředků od přebytkových subjektů k deficitním umožňuje právě systém finančních trhů. Děje se tak zpravidla pomocí finančních zprostředkovatelů a cestou vytváření finančních instrumentů a jejich následného obchodování, což umožňuje, že volné finanční prostředky jsou alokovány k takovým subjektům, které je dokáží využít nejefektivněji – nejlépe zhodnotit.[8] Tím stimulují růst úspor i investic v ekonomice jako celku a zajišťují její rychlejší růst[9].

Z hlediska času se finanční trh dělí na trh:

- **peněžní**, na kterém se uskutečňují obchody s krátkodobými dluhovými instrumenty a deriváty se splatností do jednoho roku – mezi nástroje peněžního trhu patří např. vklady na viděnou, krátkodobé termínované vklady, krátkodobé úvěry, krátkodobá mezibankovní depozita, depozitní certifikáty, pokladniční poukázky, směnky apod.,
- **kapitálový**, na kterém se uskutečňují obchody s akciovými a se střednědobými a dlouhodobými dluhovými instrumenty a deriváty se splatností delší něž jeden rok – mezi nástroje kapitálového trhu se řadí např. střednědobé a dlouhodobé termínované vklady, střednědobé a dlouhodobé úvěry, emise akcií, emise obligací (dluhopisů), podílové listy apod.[10]

[6] REVENDA, Z., MANDEL, M., KODERA, J., MUSÍLEK, P., DVOŘÁK, P., BRADA, J., Peněžní ekonomie a bankovnictví, s. 95
[7] HENZLOVÁ, Š., JIRÁSEK, F., KLIMEŠ, V., KRABEC, J., STEHLÍK, E., Základy bankovnictví, s. 5
[8] REVENDA, Z., MANDEL, M., KODERA, J., MUSÍLEK, P., DVOŘÁK, P., Peněžní ekonomie a bankovnictví, s. 69
[9] POLOUČEK, S., Bankovnictví, s. 2
[10] REVENDA, Z., MANDEL, M., KODERA, J., MUSÍLEK, P., DVOŘÁK, P., Peněžní ekonomie a bankovnictví, s. 71-72

Jak již bylo uvedeno, proces, v rámci kterého přes prostředníky dochází k přesunu kapitálu, se označuje jako finanční zprostředkování a prostředníci, kteří je provádějí, jako finanční zprostředkovatelé[11]. Ty lze rozdělit do dvou skupin, na bankovní a na nebankovní finanční zprostředkovatele. Banky provádějí finanční zprostředkování na komerční bázi a jejich charakteristickým rysem je příjem různých forem vkladů na jedné straně a poskytování úvěrů na straně druhé. Mezi nebankovní finanční zprostředkovatele patří pojišťovny, penzijní fondy, podílové a investiční fondy či firmy cenných papírů.[12]

V rámci finančního zprostředkování dochází k tomu, že finanční zprostředkovatelé umísťují získané zdroje do nejrůznějších investičních nástrojů, a to vlastním jménem a na vlastní účet[13]. Z hlediska fungování finančního trhu mají finanční zprostředkovatelé, zejména pak banky, velký význam. Za jejich stěžejní funkce je možné považovat:

- transformaci peněz a kapitálu v rovině kvantitativní, teritoriální, časové, měnové a v rovině obchodovatelnosti instrumentů,
- zajištění efektivního finančního zprostředkování,
- realizaci platebního styku.[14]

3.2 Bankovní systém České republiky

Bankovní systém státu tvoří centrální banka a souhrn všech bank působících na jeho území, jejich vzájemné vztahy a vztahy k okolí – podnikovému sektoru, domácnostem, státu a zahraničí[15]. Český bankovní systém je ustaven na principu dvoustupňového univerzálního bankovnictví s existencí specializovaných druhů bank. Tato dvoustupňová bankovní soustava je založena na oddělení makroekonomické funkce, kterou zabezpečuje centrální banka (v ČR je tomu Česká národní banka), a mikroekonomické funkce, která je doménou sítě obchodních (komerčních) bank.[16]

[11] DVOŘÁK, P., Bankovnictví pro bankéře a klienty, s. 26
[12] REVENDA, Z., MANDEL, M., KODERA, J., MUSÍLEK, P., DVOŘÁK, P., Peněžní ekonomie a bankovnictví, s. 76
[13] DVOŘÁK, P., Bankovnictví pro bankéře a klienty, s. 26
[14] REVENDA, Z., MANDEL, M., KODERA, J., MUSÍLEK, P., DVOŘÁK, P., Peněžní ekonomie a bankovnictví, s. 76-77; PŮLPÁNOVÁ, S., Komerční bankovnictví v České republice, s. 78
[15] REVENDA, Z., MANDEL, M., KODERA, J., MUSÍLEK, P., DVOŘÁK, P., BRADA, J., Peněžní ekonomie a bankovnictví, s. 118
[16] DVOŘÁK, P., Bankovnictví pro bankéře a klienty, s. 108 a 120

3.2.1 Legislativní rámec

Podmínky podnikání v bankovním sektoru formuje celá řada politických, ekonomických, sociálních, technických a jiných faktorů[17]. Protože stabilní bankovní systém je významným prvkem pro fungování a rozvoj každé tržní ekonomiky[18], a protože banky hospodaří v prvé řadě především s cizími zdroji, bankovnictví je vysoce regulovaným odvětvím a je nad ním vykonáván pečlivý dohled. Případný krach i jedné banky může mít totiž velice negativní dopad jak na klienty postižené banky, tak na celý bankovní sektor a celou ekonomiku.[19] Cílem regulace a dohledu je tak vytvoření a udržení fungujícího, bezpečného, produktivního a atraktivního bankovního sektoru[20] a ochrana před rizikovými, nestabilními a nedůvěryhodnými subjekty[21].

Nástrojem bankovní regulace jsou zejména zákony, vyhlášky a jiné obecně závazné předpisy. Níže je uveden přehled právních norem, které nejvíce ovlivňují činnost fungování bankovního systému v ČR:

- zákon č. 1/1993 Sb., Ústava České republiky,
- zákon č. 6/1993 Sb., o České národní bance,
- zákon č. 21/1992 Sb., o bankách,
- zákon č. 455/1991 Sb., o živnostenském podnikání (živnostenský zákon),
- zákon č. 219/1995 Sb., devizový zákon,
- zákon č. 284/2009 Sb., o platebním styku,
- zákon č. 89/2012 Sb., občanský zákoník,
- zákon č. 90/2012 Sb., o obchodních společnostech a družstvech (zákon o obchodních korporacích),
- zákon č. 191/1950 Sb., směnečný a šekový,
- zákon č. 190/2004 Sb., o dluhopisech,

[17] POLOUČEK, S., Bankovnictví, s. 6
[18] HENZLOVÁ, Š., JIRÁSEK, F., KLIMEŠ, V., KRABEC, J., STEHLÍK, E., Základy bankovnictví, s. 5
[19] POLOUČEK, S., Bankovnictví, s. 300
[20] JENÍK, I., Dohled a regulace finančního trhu, s. 24
[21] DVOŘÁK, P., Bankovnictví pro bankéře a klienty, s. 39

- zákon č. 101/2000 Sb., o ochraně osobních údajů a o změně některých zákonů,
- zákon č. 145/2010 Sb., o spotřebitelském úvěru a o změně některých zákonů,
- zákon č. 229/2002 Sb., o finančním arbitrovi,
- zákon č. 253/2008 Sb., o některých opatřeních proti legalizaci výnosů z trestné činnosti a financování terorismu.[22]

Bankovní licence

Vstup do bankovního sektoru je přísně vázán na bankovní licenci, její udělování patří mezi výchozí a zároveň jeden z nejúčinnějších nástrojů bankovní regulace[23]. Žádný zájemce o podnikání v bankovnictví nesmí bez bankovní licence vystupovat a vyvíjet jakoukoliv činnost jako banka. Její přidělení je vázáno na splnění řady podmínek. Každý žadatel o bankovní licenci musí podat žádost centrální bance, disponovat minimální výší kapitálu 500 mil. Kč tvořeného peněžitými vklady a prokázat jeho původ, splňovat technické a technologické předpoklady apod. Samotná žádost o licenci musí mj. obsahovat návrh stanov banky, údaje o zakladatelích, jména vedoucích pracovníků banky odpovědných za její řízení a funkce, zásady vnitřního kontrolního sytému, obchodní plán na tři roky či strategický záměr rozvoje banky. Po získání bankovní licence se v názvu úspěšné organizace, s výjimkou zavedených názvů bank, musí objevit termín „banka“, „spořitelna“ či „bankovní dům“. Organizace bez přidělené bankovní licence nesmějí tyto termíny ve svých názvech nikterak používat.[24]

V souvislosti se členstvím České republiky v Evropské unii je také uplatňována tzv. jednotná bankovní licence, která jejímu držiteli dává právo, aby svoji činnost vykonával také na území všech členských států Evropské unie včetně Islandu, Lichtenštejnska a Norska, a to bez podmínky vydání licence příslušným orgánem daného státu.[25]

[22] KALABIS, Z., Základy bankovnictví: bankovní obchody, služby, operace a rizika, s. 17
[23] DVOŘÁK, P., Bankovnictví pro bankéře a klienty, s. 39
[24] REVENDA, Z., Centrální bankovnictví, s. 16, 372 a 461
[25] KALABIS, Z., Základy bankovnictví: bankovní obchody, služby, operace a rizika, s. 10

3.2.2 Česká národní banka

Centrální bankou České republiky je Česká národní banka (ČNB). Její existence je zakotvena v Hlavě VI Ústavy České republiky, do hloubky ji pak upravuje zákon č. 6/1993 Sb., o České národní bance[26]. Hlavním cílem činnosti ČNB je péče o cenovou stabilitu prostřednictvím cílování inflace, přičemž při zabezpečování svého cíle je zcela nezávislá na pokynech vlády[27]. Subsidiárně a pouze pokud není v rozporu s hlavním cílem, ČNB podporuje rovněž hospodářskou politiku vlády, vedoucí k udržitelnému hospodářskému růstu[28]. V souladu se svým hlavním cílem ČNB plní tyto úkoly:

- určuje měnovou politiku,
- emituje bankovky a mince,
- spravuje devizové rezervy,
- vystupuje ve funkci banky státu,
- řídí peněžní oběh, platební styk a zúčtování bank, pečuje o jejich plynulost a hospodárnost a podílí se na zajištění bezpečnosti, spolehlivosti a efektivnosti platebních systémů a na jejich rozvoji,
- vykonává bankovní dohled nad činností bank, poboček zahraničních bank a konsolidačních celků, jejichž součástí je banka se sídlem v České republice, a pečuje o bezpečné fungování a účelný rozvoj bankovního systému v ČR,
- provádí další investiční, obchodní a jiné činnosti.[29]

3.2.3 Obchodní (komerční) banky

Činnost obchodních bank je vymezena zákonem č. 21/1992 Sb., o bankách. Dle tohoto zákona se bankami rozumějí akciové společnosti se sídlem v České republice, které přijímají vklady od veřejnosti a poskytují úvěry, a které k výkonu těchto činností mají přidělenou bankovní licenci. Přehled všech obchodních bank působících v ČR je uveden v příloze č. 1. Na území České republiky mohou bankovní činnosti vykonávat rovněž zahraniční banky

[26] SEKERKA, B., Banky a bankovní produkty, s. 32
[27] KALABIS, Z., Bankovní služby v praxi, s. 3
[28] JENÍK, I., Dohled a regulace finančního trhu, s. 66
[29] KALABIS, Z., Bankovní služby v praxi, s. 3; REVENDA, Z., Centrální bankovnictví, s. 464

prostřednictvím svých poboček. Kromě již uvedených činností mohou banky vykonávat i tyto další činnosti jim povolené v udělené licenci:

- investování do cenných papírů na vlastní účet,
- finanční pronájem (finanční leasing),
- platební styk a zúčtování,
- vydávání a správa platebních prostředků,
- poskytování záruk,
- otevírání akreditivů,
- obstarávání inkasa,
- poskytování investičních služeb,
- finanční makléřství,
- výkon funkce depozitáře,
- směnárenská činnost,
- poskytování bankovních informací,
- obchodování na vlastní účet nebo na účet klienta s devizovými hodnotami, které nejsou investičním nástrojem, a se zlatem,
- pronájem bezpečnostních schránek,
- provádění administrace investičních fondů a zahraničních investičních fondů.[30]

Komerční banky vykonávají vlastní obchodní činnost poskytováním služeb klientům, a to na základě smluvních vztahů. Prvořadým cílem těchto bank je dosahování zisku, ten je z největší části tvořen rozdílem mezi přijatými a placenými úroky, tedy rozdílem mezi úroky, které banka přijme od svých klientů, jimž poskytla úvěr, a úroky, které banka platí svým klientům, kteří si u ní uložili svoje volné peněžní prostředky. A protože jsou úvěrové obchody poměrně rizikové, banky se snaží zvýšit svůj podíl zisku pomocí příjmů

[30] ČESKO, Zákon č. 21/1992 Sb., o bankách

z poskytování jiných služeb (např. poplatky za vedení účtů, za provádění platebního styku apod.).[31]

Zásady činnosti komerčních bank spočívají v konstantním zabezpečování likvidity banky, v bezpečnosti banky a v zabezpečování rentability s cílem sladit dobu splatnosti pasiv (vyjadřují zdroje banky) a aktiv (uvádějí použití zdrojů – způsob investování pasiv) banky[32]. Banka musí být schopna dostát svým závazkům v každém okamžiku, proto struktura aktivních obchodů musí z časového hlediska odpovídat pasivním obchodům[33].

Na bankovním trhu se lze setkat s různými druhy bank, které se od sebe navzájem liší svým charakterem, potažmo nabízejícími produkty a od nich se odvíjející poptávanou klientelou. Primární rozlišení bank:

- **univerzální banky** – bankovní licence jim povoluje působit ve všech oblastech bankovních činností, resp. v její převážné části,
- **specializované banky** – bankovní licence jim umožňuje působit jen v jistých sférách bankovních činností, nebo se banka zaměřuje pouze na určité segmenty bankovního trhu (teritorium, skupina klientů).[34]

Specializované banky

V bankovním systému České republiky působí několik specializovaných bank, které svým klientům poskytují úzký okruh specializovaných služeb:

- **Hypoteční banky** – specializují se na dlouhodobé hypoteční úvěry, které poskytují na investice do nemovitostí, přičemž jejich splácení je jištěno zástavním právem na nemovitý majetek[35].
- **Stavební spořitelny** – jejich specializace vyplývá přímo ze zákona č. 96/1993 Sb., o stavebním spoření, a jejich předmět činnosti je omezen výhradně na stavební

[31] KALABIS, Z., Bankovní služby v praxi, s. 7
[32] SEKERKA, B., Banky a bankovní produkty, s. 45
[33] HENZLOVÁ, Š., JIRÁSEK, F., KLIMEŠ, V., KRABEC, J., STEHLÍK, E., Základy bankovnictví, s. 21
[34] SEKERKA, B., Banky a bankovní produkty, s. 45
[35] HENZLOVÁ, Š., JIRÁSEK, F., KLIMEŠ, V., KRABEC, J., STEHLÍK, E., Základy bankovnictví, s. 47

spoření[36]. Tím se rozumí způsob naspoření si vlastních prostředků se státní podporou a s následnou možností získat úvěr a financovat své bytové potřeby[37].

- **Českomoravská záruční a rozvojová banka (ČMZRB)** – v souladu se záměry vlády ČR poskytuje podporu malým a středním podnikům. Svoji činnost zaměřuje zejména na záruční obchody prostřednictvím záručních programů a zprostředkování státních podpor formou záruk a zvýhodněných úvěrů s využitím prostředků státu a krajů. ČMZRB byla založena v roce 1992 a jejím majoritním akcionářem je stát (zastoupený Ministerstvem průmyslu a obchodu, Ministerstvem financí a Ministerstvem pro místní rozvoj), minoritní část akcionářů zastupuje Komerční banka, Česká spořitelna a Československá obchodní banka.[38]
- **Česká exportní banka (ČEB)** – vznikla roku 1995 jako specializovaná bankovní instituce tvořící nedílnou součást systému státní proexportní politiky ČR. Jejím posláním je podporovat státní vývoz zejména prostřednictvím poskytování a financování vývozních úvěrů. ČEB tak doplňuje služby nabízené domácí bankovní soustavou o financování vývozních operací za úrokové sazby a v objemech, které jsou pro vývozce na stávajícím bankovním trhu jinak nedosažitelné. Tímto umožňuje českým vývozcům vstupovat do soutěže na mezinárodních trzích za podmínek srovnatelných se zahraniční konkurencí.[39]

3.2.4 Struktura bankovního sektoru

V České republice zahrnuje bankovní sektor jak banky velké, tak banky malé. Přesto má oligopolní strukturu, několik velkých bank zde totiž stále dominuje. Rozhodujícím faktorem pro existenci banky je její efektivnost. Zde je mezi velkými a malými bankami možno sledovat rozdíly v nastolené strategii. Velké banky obvykle prosazují strategii kobercového pokrytí, spočívající ve snaze pokrýt celé území sítí bankovních míst a nabízet co nejširší paletu služeb co nejširší klientele. Naproti tomu malé banky jdou cestou nízké dostupnosti a vysoké specializace, ať už v podobě produktové specializace nebo klientského přístupu. Díky rozsáhlé síti poboček je výsledkem nesporná výhoda velkých bank. Další konkurenční

[36] REVENDA, Z., MANDEL, M., KODERA, J., MUSÍLEK, P., DVOŘÁK, P., BRADA, J., Peněžní ekonomie a bankovnictví, s. 120
[37] KALABIS, Z., Bankovní služby v praxi, s. 94
[38] KALABIS, Z., Základy bankovnictví: bankovní obchody, služby, operace a rizika, s. 145
[39] KALABIS, Z., Základy bankovnictví: bankovní obchody, služby, operace a rizika, s. 146

výhoda velkých bank spočívá v tom, že klienti mají zpravidla daleko větší důvěru v kapitálově silnou banku, z tohoto důvodu také velké podniky spolupracují obvykle výhradně jen s velkými bankami, které dokáží zabezpečit objem i strukturu jimi požadovaných služeb. Protože ale budování a provoz poboček je relativně vysoce nákladnou záležitostí, zákonitě se tyto musí odrazit na ceně nabízených bankovních služeb a právě zde se otevírá prostor právě pro malé banky. Ty se do jisté míry snaží eliminovat osobní kontakt s klienty a naopak silně implementovat trend elektronické formy bankovních produktů a služeb, čímž výrazně omezují vlastní náklady. Obecně zde tkví také budoucnost bankovnictví – v přizpůsobení a nabízení bankovních služeb prostřednictvím takových distribučních kanálů, které budou dostupné komukoliv, kdekoliv a v jakémkoliv čase.[40]

3.2.5 Česká bankovní asociace

Česká bankovní asociace (ČBA) byla založena v roce 1990 jako dobrovolné sdružení právnických osob podnikajících v peněžnictví a v oblastech úzce navazujících. Jejím předmětem činnosti je zejména:

- zastupovat a prosazovat společné zájmy členů ve vztahu k Parlamentu ČR, vládě, České národní bance a dalším právním subjektům,
- prezentovat roli a zájmy bankovnictví vůči veřejnosti a vůči zahraničí,
- podílet se na standardizaci postupů v bankovnictví a na vytváření odborných zvyklostí a podporovat harmonizaci bankovní legislativy s legislativou Evropské unie.[41]

Členství v ČBA může mít následující dvě formy:

- plné členství – vyhrazeno bankám a pobočkám zahraničních bank s licencí ČNB,
- přidružené členství – otevřeno zejména reprezentacím zahraničních bank a „pomocným organizacím“ se vztahem k bankovnictví.[42]

[40] POLOUČEK, S., Bankovnictví, s. 109 a 367-369
[41] KALABIS, Z., Základy bankovnictví: bankovní obchody, služby, operace a rizika, s. 12
[42] KALABIS, Z., Základy bankovnictví: bankovní obchody, služby, operace a rizika, s. 12

3.2.6 Bankovní tajemství

Banky svým klientům poskytují služby na smluvním základě a při vzájemných obchodních vztazích tímto shromažďují celou řadu důvěrných informací o osobních, majetkových a finančních poměrech klientů. Klienti bank proto musí mít naprostou jistotu, že jejich údaje budou chráněny a nedostanou se ke třetím osobám.[43] Tuto ochranu klientských dat zajišťuje institut bankovního tajemství, na jehož základě obchodní banka nesmí nikomu sdělovat žádné informace o svých klientech a o zůstatcích na jejich účtech, o poskytnutých úvěrech a jiných bankovních obchodech a poskytovaných služeb.[44]

I zde platí ale několik výjimek zakotvených v zákoně č. 21/1992 Sb., o bankách. Banka je povinna podat informace spadající pod bankovní tajemství osobám pověřeným výkonem bankovního dohledu a na základě písemného vyžádání také:

- soudu pro účely občanského soudního řízení,
- orgánu činného v trestním řízení,
- správcům daně za podmínek podle daňového řádu,
- finančnímu arbitrovi rozhodujícímu ve sporu podle zvláštního právního předpisu,
- Ministerstvu financí za podmínek, které stanoví zákon o některých opatřeních proti legalizaci výnosů z trestné činnosti a financování terorismu nebo zákon o provádění mezinárodních sankcí,
- orgánům sociálního zabezpečení, zdravotních pojišťoven, nemocenského pojištění, obecních úřadů obcí s rozšířenou působností nebo pověřených obecních úřadů ve věci řízení o závazku klienta,
- soudnímu exekutorovi pověřeným provedením exekuce podle zvláštního zákona,
- Úřadu práce České republiky ve věci řízení o vrácení finančních prostředků poskytnutých klientovi ze státního rozpočtu,
- zpravodajským službám za účelem plnění úkolu v oblasti potlačování financování terorismu podle zákona upravujícího činnost zpravodajských služeb České republiky se souhlasem soudce,

[43] DVOŘÁK, P., Bankovnictví pro bankéře a klienty, s. 276
[44] KALABIS, Z., Bankovní služby v praxi, s. 12

- Národnímu bezpečnostnímu úřadu, zpravodajským službám nebo Ministerstvu vnitra při provádění bezpečnostního řízení podle zvláštního zákona.[45]

Kromě výše uvedeného se banky mohou rovněž vzájemně informovat o identifikačních údajích svých klientů, o jejich bankovním spojení a jejich bonitě a důvěryhodnosti. Česká národní banka na základě tohoto ustanovení provozuje tzv. Centrální registr úvěrů.[46]

3.2.7 Fond pojištění vkladů

I v bankovním systému existuje značná míra informační asymetrie – vkladatelé, zejména pak fyzické osoby, nemají a z objektivních důvodů ani nemohou mít dostatek informací a znalostí nutných ke kvalifikovanému posouzení kvality banky. Proto jednou ze základních součástí systému regulace a dohledu bank je povinné pojištění vkladů v bankách.[47] Pokud jsou klienti bank řádně identifikováni, zákonem č. 21/1992 Sb., o bankách jsou všechny jejich vklady pojištěny[48]. Podstatou tohoto pojištění vkladů je snížení míry rizika investic vkladatelů a záruka, že v případě likvidace a neschopnosti banky vyplatit vklady bude klient řádně odškodněn[49]. Náhrada oprávněné osobě se poskytuje do maximální stanovené výše 100.000 EUR pro jednoho vkladatele u jedné banky, a to prostřednictvím Fondu pojištění vkladů (dále jen „Fond“). Pojištěny jsou veškeré pohledávky z vkladů včetně úroků vedených v české nebo v cizí měně, evidovaných jako kreditní zůstatky na účtech či vkladních knížkách nebo potvrzených vkladovým certifikátem, vkladním listem či jiným obdobným dokumentem. Naopak nejsou pojištěny pohledávky z vkladů bank, zahraničních bank, obchodníků s cennými papíry, spořitelních a úvěrních družstev, finančních institucí, pojišťoven, zajišťoven, zdravotních pojišťoven a státních fondů včetně zahraničních osob s obdobnou náplní činnosti.[50]

Všechny banky jsou povinny účastnit se tohoto systému pojištění vkladů a v rozsahu stanoveném zákonem přispívat do Fondu. Příspěvek banky činí 0,04 % a u stavební spořitelny 0,02 % z průměru objemu pojištěných pohledávek z vkladů za příslušné kalendářní čtvrtletí. Dosáhne-li však objem prostředků Fondu 1,5 % celkového objemu pohledávek z vkladů pojištěných u Fondu, od následujícího kalendářního čtvrtletí příspěvek

[45] ČESKO, Zákon č. 21/1992 Sb., o bankách
[46] KALABIS, Z., Bankovní služby v praxi, s. 12
[47] REVENDA, Z., Centrální bankovnictví, s. 394
[48] KALABIS, Z., Základy bankovnictví: bankovní obchody, služby, operace a rizika, s. 33
[49] DVOŘÁK, P., Bankovnictví pro bankéře a klienty, s. 455
[50] ČESKO, Zákon č. 21/1992 Sb., o bankách

bank klesá na 0,01 % a u stavebních spořitelen pak na 0,005 %.[51] Dalším zdrojem Fondu jsou výnosy z investování peněžních prostředků, návratné finanční výpomoci a výtěžky z ukončených konkurzních a likvidačních řízení[52].

3.2.8 Kodex mobility klientů

Kodex mobility bankovních klientů (dále jen „Kodex“) je užitečný nástroj sloužící ke snadnější změně banky v rámci běžného účtu. Základem Kodexu jsou společné principy EBIC (European Banking Industry Commitee), které zahrnují závazné postupy a pravidla pro případ, kdy chce klient svoji banku změnit. Principy byly vyvinuty bankami, spořitelnami a dalšími poskytovateli platebních služeb na základě výzvy Evropské komise v roce 2008. Tyto principy taktéž do svého Kodexu převzala Česká bankovní asociace. Kodex nabyl účinnosti dnem 1. listopadu 2009 a je závazný pro všechny banky na území České republiky, které ke Kodexu přistoupí (jejich seznam je uveden v příloze č. 2). Žádost o změnu banky musí být klientem podána osobně, přičemž si klient může zvolit postup, při němž se obrátí jen na novou banku a původní banku tak nemusí vůbec kontaktovat. Celý proces změny banky trvá nejméně 15 pracovních dnů. Základní principy Kodexu obsahují při změně banky tyto činnosti:

- původní i nová banka poskytnou klientovi součinnost tak, aby mu umožnily změnu banky,
- otevření běžného účtu v nové bance,
- převedení všech trvalých příkazů k úhradě a souhlasů s inkasem z původní do nové banky včetně zrušení běžného účtu v původní bance,
- možnost požádat o součinnost při zpřístupnění informací o novém bankovním spojení klienta příslušným třetím stranám,
- v souvislosti se změnou banky nemohou být klientovi účtovány žádné poplatky.[53]

[51] ČESKO, Zákon č. 21/1992 Sb., o bankách
[52] KALABIS, Z., Základy bankovnictví: bankovní obchody, služby, operace a rizika, s. 33
[53] KODEX: Mobilita klientů - postup při změně banky

3.3 Bankovní produkty

Podstatou bankovních aktivit je poskytnutí služeb klientům prostřednictvím bankovních produktů[54]. V současné době banky nabízejí celou širokou paletu produktů, které se neustále rozvíjejí a modifikují, čímž je také obtížné vymezit jejich obecnou charakteristiku a systematizaci[55].

Bankovní produkty lze rozdělit podle klasického přístupu, který je založen na členění bankovních obchodů na základě jejich odrazu v bilanci (rozvaze) banky:

- **pasivní obchody** – obchody „se vztahem" ke straně pasiv, banka při nich vystupuje v dlužnickém postavení, vznikají jí různé závazky (např. příjem vkladů, emise dluhopisů),
- **aktivní obchody** – obchody „se vztahem" ke straně aktiv, banka při nich vystupuje v postavení věřitele, vznikají jí různé pohledávky (např. poskytnuté úvěry, dluhové cenné papíry) nebo určitá vlastnická práva (např. majetkové cenné papíry),
- **bilančně neutrální obchody** – nemají přímý vztah k rozvaze, banka při nich nevystupuje ani ve věřitelském ani v dlužnickém postavení (např. platební styk nebo pronájem bezpečnostních schránek).[56]

Z hlediska funkce (účelu), jakou plní bankovní produkt pro klienta, lze pak rozdělit bankovní produkty primárně do tří základních skupin:

- **úvěrové bankovní produkty** – klientům umožňují od banky získat finanční prostředky, poskytování úvěrů patří mezi nejdůležitější obchody komerčních bank, přičemž poskytují celou řadu úvěrů vzájemně se odlišujících řadou charakteristik,
- **depozitní (vkladové) bankovní produkty** – pro klienty představují možnosti finančního investování,

[54] PŮLPÁNOVÁ, S., Komerční bankovnictví v České republice, s. 212
[55] REVENDA, Z., MANDEL, M., KODERA, J., MUSÍLEK, P., DVOŘÁK, P., BRADA, J., Peněžní ekonomie a bankovnictví, s. 130
[56] REVENDA, Z., MANDEL, M., KODERA, J., MUSÍLEK, P., DVOŘÁK, P., Peněžní ekonomie a bankovnictví, s. 97-98

- **platebně zúčtovací bankovní produkty** – klientům umožňují prostřednictvím banky provádět platební a zúčtovací styk.[57]

Následující kapitoly se blíže zaměřují jen na vysvětlení bankovních produktů relevantních pro diplomovou práci.

3.3.1 Běžné účty

Běžné účty je možné vnímat za základní bankovní produkt, jelikož ve většině případů stojí obvykle na počátku vztahu mezi klientem a bankou a jsou pilířem pro využívání řady dalších bankovních produktů. Běžné účty slouží především k likvidnímu uložení dočasně volných prostředků a pro potřeby provádění hotovostního a bezhotovnostního platebního styku.[58] Patří mezi tzv. vklady na viděnou, tzn., že klient může s uloženými penězi disponovat v kterémkoliv okamžiku bez jakýchkoliv výpovědních lhůt[59].

Běžné účty jsou určeny pro všechny osoby, tj. fyzické osoby, podnikatele i právnické osoby, vedeny mohou být jak v českých korunách, tak i v cizích měnách. V bankovní praxi se lze také setkat se dvěma typy zůstatku na běžném účtu – s běžným zůstatkem a se zůstatkem disponibilním neboli použitelným, který odpovídá součtu běžného zůstatku a povoleného přečerpání (debetu), resp. kontokorentu (viz kapitola Spotřebitelské úvěry). Ke svým uloženým prostředkům na běžném účtu je pak možné mít přístup prostřednictvím řady produktů, jako jsou např. platební karty nebo internetové a telefonní bankovnictví.[60]

Z pohledu banky, ze smlouvy o vedení běžného účtu, vyplývá povinnost klientovi připisovat na účet došlé finanční prostředky, zajišťovat platby na základě příkazu klienta, poskytovat dohodnutým způsobem a v dohodnutých termínech klientovi informace o obratech na účtu a o jeho zůstatku a účtovat vše řádně a bez chyb[61].

3.3.2 Spořicí účty

Dalším významným depozitním bankovním produktem jsou spořicí účty, které představují spojení výhod běžného účtu (jednodušší možnosti disponování se zůstatkem na účtu)

[57] REVENDA, Z., MANDEL, M., KODERA, J., MUSÍLEK, P., DVOŘÁK, P., Peněžní ekonomie a bankovnictví, s. 98
[58] DVOŘÁK, P., Bankovnictví pro bankéře a klienty, s. 261
[59] KALABIS, Z., Základy bankovnictví: bankovní obchody, služby, operace a rizika, s. 37
[60] KALABIS, Z., Základy bankovnictví: bankovní obchody, služby, operace a rizika, s. 38
[61] POLOUČEK, S., Bankovnictví, s. 101

a termínovaného vkladu (výhodnější úroková sazba). Primárně nejsou určeny k provádění platebního styku, ale slouží zejména ke zhodnocování volných finančních prostředků klienta. Zakládány jsou obvykle na dobu neurčitou bez výpovědní lhůty, v některých případech může ale být výpovědní lhůta ještě stále vyžadována. Dnešní bankovní trh rovněž umožňuje „propojení“ spořicího účtu s účtem běžným, což umožňuje průběžně převádět a lépe tak zhodnocovat volné disponibilní prostředky uložené na běžném účtu nebo zvyšovat disponibilní zůstatek na běžném účtu o úroky ze zůstatku na spořicím účtu.[62]

3.3.3 Spotřebitelské úvěry

Úvěr lze charakterizovat jako časově omezený přesun peněžních prostředků mezi bankou a klientem za předpokladu jejich návratnosti a vyinkasování úroků v předem dohodnuté výši[63]. Spotřebitelské úvěry jsou pak úvěry, které (nejenom) obchodní banky poskytují fyzickým osobám k financování jejich spotřebních výdajů. Cena za čerpání spotřebitelského úvěru je relativně vysoká, což je dáno rizikem, které je s nimi pro banky spojeno. Spotřebitelský úvěr se sjednává výhradně na základě písemné smlouvy, která musí mj. obsahovat uvedení skutečných nákladů na spotřebitelský úvěr prostřednictvím roční procentní sazby nákladů (RPSN).[64] Ta vypovídá o úrovni platebních podmínek úvěru, čímž lze také vyhodnotit výhodnost úvěru pro klienta. Základními parametry pro stanovení RPSN jsou výše úvěru, informace o výši jednotlivých splátek, poplatků a případných dalších plateb a informace o lhůtě splatnosti. Dozorovým orgánem nad dodržováním těchto pravidel je Česká obchodní inspekce.[65]

Z hlediska způsobu poskytování se spotřebitelské úvěry mohou vyskytovat ve dvou základních variantách:

- **jednorázové spotřebitelské úvěry** – jsou poskytovány najednou ve sjednané výši, přičemž po splacení úvěru ve sjednané době splatnosti úvěrový vztah končí,
- **revolvingové spotřebitelské úvěry** – jsou poskytovány formou stanovení úvěrového rámce, ze kterého může klient čerpat prostředky, obvykle je průběžně splácen

[62] KALABIS, Z., Základy bankovnictví: bankovní obchody, služby, operace a rizika, s. 38-39
[63] PŮLPÁNOVÁ, S., Komerční bankovnictví v České republice, s. 279; HENZLOVÁ, Š., JIRÁSEK, F., KLIMEŠ, V., KRABEC, J., STEHLÍK, E., Základy bankovnictví, s. 27
[64] REVENDA, Z., MANDEL, M., KODERA, J., MUSÍLEK, P., DVOŘÁK, P., Peněžní ekonomie a bankovnictví, s. 102; KLEIN, G., Dictionary of banking, s. 58
[65] KALABIS, Z., Základy bankovnictví: bankovní obchody, služby, operace a rizika, s. 116

(např. převodem měsíčního příjmu), přičemž splácením dochází k uvolnění rámce, klient pak platí úroky pouze za skutečně čerpaný úvěr. Revolvingové úvěry jsou poskytovány v některé z následujících forem:

- **kontokorent** – jedná se o úvěr poskytovaný klientovi v pohyblivé výši na běžném účtu do výše vymezené úvěrovým rámcem, tzn., že banka klientovi dovoluje na jeho běžném účtu „jít do mínusu“ do výše sjednaného limitu[66],
- **kreditní karty** – umožňují placení, resp. výběr hotovosti, a zároveň neuhradit své závazky bezprostředně, ale až během stanovené lhůty vymezené smlouvou. Splácení tohoto úvěru nemusí být pravidelné, výhodou je rovněž stanovená lhůta pro bezúročné zúčtování, během které může držitel karty uhradit svůj závazek, aniž by byl zatížen úroky.[67]

Z hlediska účelu poskytování se pak spotřebitelské úvěry rozlišují na:

- **účelové úvěry** – jsou poskytovány výhradně na financování nákupu konkrétních spotřebních předmětů či služeb,
- **neúčelové úvěry** – u těchto úvěrů banka nijak nesleduje účel jejich poskytnutí, oproti účelovým úvěrům je však jejich maximální výše obvykle nižší a jejich zatížení úroky naopak vyšší.[68]

3.3.4 Cena bankovních produktů

Cena nabízených produktů hraje, stejně jako všude jinde, i v oblasti bankovnictví velmi důležitou roli a odráží cenovou politiku dané banky. Jejím hlavním cílem je stanovení takových cen bankovních produktů, které pro banku zajistí dostatečnou rentabilitu, v ideálním případě zlepší konkurenční postavení a odráží nákladovost banky spojenou s konkrétním produktem. Ceny bankovních produktů se vyskytují v řadě různých forem. Za základní druhy cen bankovních produktů lze považovat úroky, provize, prémie a přímé a nepřímé poplatky.[69]

[66] HENZLOVÁ, Š., JIRÁSEK, F., KLIMEŠ, V., KRABEC, J., STEHLÍK, E., Základy bankovnictví, s. 30
[67] DVOŘÁK, P., Bankovnictví pro bankéře a klienty, s. 538
[68] DVOŘÁK, P., Bankovnictví pro bankéře a klienty, s. 539
[69] DVOŘÁK, P., Bankovnictví pro bankéře a klienty, s. 257-258

4 CHARAKTERISTIKA VYBRANÝCH BANK

Obsahem této kapitoly je představení šesti vybraných bank. Do charakteristiky byla zařazena tzv. velká trojka, tj. Česká spořitelna, Československá obchodní banka a Komerční banka, a nejvýznamnější nízkonákladové banky Air Bank, mBank a Fio banka.

4.1 Česká spořitelna

Česká spořitelna je nejstarší bankou na území České republiky, její kořeny sahají až do roku 1825. Dlouholetou tradicí má pevné postavení na českém bankovním trhu, v současnosti je největší bankou, když její služby využívá více než 5 milionů klientů. Disponuje rovněž nejrozsáhlejší sítí poboček a bankomatů. Od roku 2000 je Česká spořitelna členem jednoho z předních poskytovatelů finančních služeb ve střední a východní Evropě, rakouské Erste Group. Česká spořitelna je také řídící osobou koncernu Finanční skupina České spořitelny, do kterého mj. spadá Penzijní společnost České spořitelny, Stavební spořitelna České spořitelny, Factoring České spořitelny, Erste Corporate Finance či Erste Leasing.

Tabulka 2: Základní charakteristika České spořitelny

Obchodní název	Česká spořitelna, a.s.
Sídlo	Olbrachtova 1929/62, 140 00 Praha 4
Výše základního kapitálu	15,2 mld. Kč
Kód banky pro účely platebního styku	0800
Počet klientů	5,1 mil.
Počet poboček	645
Počet pracovníků	9 388
Počet bankomatů	1 556

Zdroj: Česká spořitelna, údaje platné k 30. 9. 2014

Česká spořitelna nabízí své bankovní produkty a služby občanům, malým a středním firmám, městům a obcím. Nezastupitelnou roli hraje také ve financování velkých korporací a v poskytování služeb v oblasti finančních trhů. V uplynulém roce Česká spořitelna získala řadu ocenění – v soutěži Fincentrum Banka roku 2014 získala pojedenácté v řadě titul Nejdůvěryhodnější banka roku, prvenství si odnesla také v kategorii Hypotéka roku a druhé místo pak v kategorii Banka roku.

Tabulka 3: Základní produkty nabízené Českou spořitelnou

Bankovní produkt/služba	**Název**
Běžný účet	Osobní účet ČS II, Internetový osobní účet ČS (iÚčet), FRESH účet, Běžný účet v cizí měně
Platební karta	VISA Classic, VISA Gold, Debetní nálepka
Přímé bankovnictví	SERVIS 24 – Internetbanking, Telebanking, Mobilní banka
Depozitní produkty	Spoření ČS, Vkladový účet, Dětská vkladní knížka, Výherní vkladní knížka
Stavební spoření	Stavební spoření
Úvěr	Půjčka, Spotřebitelský úvěr, Úvěr od Buřinky, Úvěr ze stavebního spoření, Půjčka pro studenty, Kreditní karta Odměna, Kontokorent, Konsolidace půjček
Hypoteční úvěr	Hypotéka ČS, Americká hypotéka

Zdroj: Česká spořitelna, údaje platné k 9. 1. 2015

4.2 Československá obchodní banka

Československá obchodní banka (ČSOB) se řadí mezi největší banky na českém trhu. V České republice působí od roku 1964, kdy byla založena jako státní banka. Privatizována byla roku 1999 a jejím majoritním vlastníkem se stala belgická KBC Bank, spadající pod bankopojišťovací skupinu KBC Group. V roce 2000 ČSOB převzala Investiční a poštovní banku (IPB). V retailovém bankovnictví banka působí pod obchodními značkami ČSOB, Era a Poštovní spořitelna. Do skupiny ČSOB spadá také řada specializujících se dceřiných společností, mezi nejvýznamnější patří Hypoteční banka, Českomoravská stavební spořitelna, ČSOB Penzijní společnost, ČSOB Leasing a ČSOB Factoring.

Tabulka 4: Základní charakteristika ČSOB

Obchodní název	Československá obchodní banka, a.s.
Sídlo	Radlická 333/150, 150 57 Praha 5
Výše základního kapitálu	5,9 mld. Kč
Kód banky pro účely platebního styku	0300
Počet klientů	2,9 mil.
Počet poboček	318
Počet pracovníků	6 378
Počet bankomatů	1 006

Zdroj: Československá obchodní banka, údaje platné k 30. 9. 2014

ČSOB poskytuje služby všem klientským segmentům, tj. fyzickým osobám, malým a středním podnikům, korporátním a institucionálním klientům. Rok 2014 byl z pohledu ČSOB velmi úspěšný. V soutěži Fincentrum Banka roku 2014 získala první místo jak v kategorii Banka roku, tak v kategorii Privátní banka roku. Ocenění Nejlepší banka v České republice se podařilo obdržet také v anketě prestižního časopisu Global Finance a magazínu EMEA Finance.

Tabulka 5: Základní produkty nabízené ČSOB

Bankovní produkt/služba	**Název**
Běžný účet	Konto, Aktivní konto, Exkluzivní konto, Dětské konto Slůně, Studentské konto, Běžný devizový účet
Platební karta	VISA Classic, VISA Gold, VISA Electron, MasterCard, MasterCard Gold, Bezkontaktní nálepka
Přímé bankovnictví	InternetBanking 24, SmartBanking, Linka 24,
Depozitní produkty	Spořicí účet, Spořicí účet s prémií, Termínovaný vklad, Termínovaný vklad Plus
Stavební spoření	Stavební spoření
Úvěr	Flexi půjčka, Půjčka na lepší bydlení, Kreditní karta, Povolené přečerpání účtu, Konsolidace
Hypoteční úvěr	Hypotéka s bonusem, Bezstarostná hypotéka, Hypotéka s garantovanou výší splátky, Hypotéka bez dokládání příjmů, Předhypoteční úvěr, Americká hypotéka

Zdroj: Československá obchodní banka, údaje platné k 11. 1. 2015

4.3 Komerční banka

Komerční banka (KB) patří mezi přední bankovní instituce v České republice, byla založena státem v roce 1990. Roku 2001 prošla procesem privatizace, kdy ji koupila francouzská Société Générale, jedna z největších evropských finančních skupin. KB disponuje druhou největší sítí kamenných poboček umístěných po celé republice. V rámci Skupiny Komerční banky nabízí další specializované služby prostřednictvím dceřiných společností, jako jsou Modrá pyramida, KB Penzijní společnost, KB Pojišťovna, KB Factoring či ESSOX.

Tabulka 6: Základní charakteristika Komerční banky

Obchodní název	Komerční banka, a.s.
Sídlo	Na Příkopě 969/33, 114 07 Praha 1
Výše základního kapitálu	19,0 mld. Kč
Kód banky pro účely platebního styku	0100
Počet klientů	1,6 mil.
Počet poboček	399
Počet pracovníků	7 594
Počet bankomatů	748

Zdroj: Komerční banka, údaje platné k 30. 9. 2014

KB je univerzální bankou se širokou nabídkou služeb v oblasti retailového, podnikového a investičního bankovnictví. V uplynulém roce získala ocenění Hospodářských novin Nejlepší banka 2014. V soutěži Fincentrum Banka roku 2014 se KB umístila hned třikrát mezi nejlepšími – na druhém místě v kategorii Nejdůvěryhodnější banka roku a v kategorii Privátní banka roku, a na třetím místě v kategorii Banka roku.

Tabulka 7: Základní produkty nabízené Komerční bankou

Bankovní produkt/služba	**Název**
Běžný účet	MůjÚčet, TOP nabídka, Konto G2.2, Dětské konto Beruška, KB Start konto
Platební karta	MasterCard, VISA Classic, VISA Platinum, VISA Electron, Maestro
Přímé bankovnictví	MojeBanka, Expresní linka, Mobilní banka 2
Depozitní produkty	Spořicí konto Bonus Aktiv, Spořicí konto Bonus Invest, Spořicí konto Bonus, Perfektní spoření, Garantovaný vklad, Garantovaný vklad Prémie, Termínovaný účet vedený v Kč, Termínovaný účet vedený v cizí měně
Stavební spoření	Stavební spoření, Stavební spoření Mopy junior, Stavební spoření Mopísek
Úvěr	Osobní úvěr, Optimální půjčka, Úvěr Gaudeamus, MojePůjčka Plus, Úvěr na nemovitost, Kreditní karta, Povolené debety pro občany
Hypoteční úvěr	Hypoteční úvěr, Flexibilní hypotéka, Hypotéka 2 v 1, Hypotéka Dozadu, Překlenovací hypoteční úvěr, Předhypoteční úvěr, Americká hypotéka (Úvěr Garant)

Zdroj: Komerční banka, údaje platné k 11. 1. 2015

4.4 Air Bank

Air Bank se řadí mezi moderní nízkonákladové banky 21. století. Své služby nabízí v České republice teprve od listopadu 2011 a je členem skupiny PPF, jedné z největších investičních a finančních skupin ve střední a východní Evropě. Filozofie Air Bank spočívá především v otevřenosti, jednoduchosti, srozumitelnosti a přehlednosti.

Tabulka 8: Základní charakteristika Air Bank

Obchodní název	Air Bank, a.s.
Sídlo	Hráského 2231/25, 148 00 Praha 11
Výše základního kapitálu	500 mil. Kč
Kód banky pro účely platebního styku	3030
Počet klientů	320 tis.
Počet poboček	24
Počet pracovníků	541
Počet bankomatů	28

Zdroj: Air bank, údaje platné k 30. 9. 2014

Air Bank nabízí pouze základní produkty a služby bankovnictví, v letošním roce se klienti navíc mohou těšit na zařazení hypotečního úvěru do portfolia. V soutěži Fincentrum Banka roku 2014 Air Bank dosáhla na titul Nejdynamičtější banka roku a v kategorii Účet roku pak obsadila třetí místo. Ocenění získala také v soutěži Zlatá koruna 2014, kde shodně obsadila druhá místa v kategorii Účty i Úvěry.

Tabulka 9: Základní produkty nabízené Air Bank

Bankovní produkt/služba	**Název**
Běžný účet	Běžný účet Malý tarif, Běžný účet Velký tarif
Platební karta	MasterCard
Přímé bankovnictví	Internetové bankovnictví, Mobilní bankovnictví, Telefonní bankovnictví
Depozitní produkty	Spořicí účet
Stavební spoření	-
Úvěr	Půjčka, Převedení půjčky
Hypoteční úvěr	Převedení hypotéky (spuštění koncem března 2015)

Zdroj: Air bank, údaje platné k 11. 1. 2015

4.5 mBank

mBank vstoupila na český bankovní trh v roce 2007 jako vůbec první nízkonákladová banka a se svou bezpoplatkovou politikou způsobila doslova revoluci. V České republice podniká na základě tzv. evropské jednotné bankovní licence, přičemž je obchodní značkou polské mBank, jež spadá do jedné z největších finančních skupin v Evropě, německé Commerzbank. Obchodní model mBank stojí na samoobslužném modelu, zákazníci obsluhují svůj účet sami prostřednictvím přímého bankovnictví, pobočky pak slouží hlavně jako poradenská centra, nikde nepracují s hotovostí.

Tabulka 10: Základní charakteristika mBank

Obchodní název	mBank S.A., organizační složka
Sídlo	Sokolovská 668/136D, 186 00 Praha 8
Výše základního kapitálu	-
Kód banky pro účely platebního styku	6210
Počet klientů	530 tis.
Počet poboček	26
Počet pracovníků	nezveřejněno
Počet bankomatů	0

Zdroj: mBank, údaje platné k 30. 9. 2014

Produktová nabídka mBank zahrnuje všechny důležité produkty pro retailový segment a pro živnostníky. Za relativně krátkou dobu svého působení sklízí na české bankovní scéně řadu ocenění. V soutěži Hospodářských novin Nejlepší banka 2014 obsadila mBank díky svému novému internetovému bankovnictví druhé místo v kategorii Bankovní inovátor.

Tabulka 11: Základní produkty nabízené mBank

Bankovní produkt/služba	**Název**
Běžný účet	Osobní účet mKonto
Platební karta	VISA Classic, VISA Electron
Přímé bankovnictví	Internetové bankovnictví, Mobilní aplikace, mLinka
Depozitní produkty	Spořicí účet eMax, Spořicí účet eMax Plus, mSpoření, mVklad
Stavební spoření	-
Úvěr	mPůjčka Plus, Konsolidace, mRezerva, mKreditka
Hypoteční úvěr	mHypotéka Light, Refinancování, Americká hypotéka

Zdroj: mBank, údaje platné k 12. 1. 2015

4.6 Fio banka

Historie Fio banky spadá do roku 1993, kdy byla založena Finanční skupina Fio. Bankovní licenci získala v roce 2010 a v současnosti je jedinou ryze českou bankou. Je zaměřena na poskytování běžných bankovních služeb bez poplatků a investice do cenných papírů. Fio banka vlastní burzovní společnost RM-SYSTÉM a je největším českým obchodníkem s cennými papíry zaměřeným na drobnou klientelu.

Tabulka 12: Základní charakteristika Fio banky

Obchodní název	Fio banka, a.s.
Sídlo	V Celnici 1028/10, 117 21 Praha 1
Výše základního kapitálu	560 mil. Kč
Kód banky pro účely platebního styku	2010
Počet klientů	415 tis. Kč
Počet poboček	86
Počet pracovníků	58
Počet bankomatů	148

Zdroj: Fio banka, údaje platné k 30. 9. 2014

Fio banka nabízí tradiční produkty a služby pro řešení osobních financí. V hodnocení Fincentrum Banka roku 2014 získal Fio osobní účet titul v kategorii Účet roku. Fio banka se také umístila na třetím místě v kategoriích Nejdynamičtější banka roku a Hypotéka roku. Fio osobní účet se stal také nejlepším v soutěži Zlatá koruna 2014 a navíc získal bronz v kategorii Cena veřejnosti. Fio Smartbanking si pak odneslo nejvyšší ocenění v kategorii On-line aplikace. Fio banka získala také titul Bankovní inovátor v ocenění Hospodářských novin Nejlepší banka 2014, a to se svým osobním účtem zdarma v 15 měnách.

Tabulka 13: Základní produkty nabízené Fio bankou

Bankovní produkt/služba	**Název**
Běžný účet	Fio osobní účet
Platební karta	MasterCard, MasterCard Gold, MasterCard Standard, VISA Classic, VISA Gold, Maestro
Přímé bankovnictví	Internetbanking, Smartbanking
Depozitní produkty	Spořicí účet Fio konto, Termínovaný vklad s obnovou
Úvěr	Kontokorentní úvěr
Hypoteční úvěr	Fio hypotéka, Americká hypotéka

Zdroj: Fio banka, údaje platné k 13. 1. 2015

5 ANALÝZA DOSAŽENÝCH VÝSLEDKŮ

V analytické části budou vybrané bankovní produkty, konkrétně běžné účty, spořicí účty a spotřebitelské úvěry, podrobeny komparaci. Dále bude provedena analýza některých ukazatelů České spořitelny a Komerční banky pro období 2004 – 2013. Jmenovitě se bude jednat o analýzu vývoje počtu retailových klientů a počtu běžných účtů. Závěr bude věnován zpracování a vyhodnocení dotazníkového šetření.

5.1 Komparace vybraných bankovních produktů

Pro komparaci nabízených produktů charakterizovaných bank byly vybrány tři produkty, které jsou bankovními klienty výrazně využívány.

V první řadě bude provedena komparace běžných účtů. Tento produkt byl vybrán z toho důvodu, že se jedná o základní a nejčastěji využívaný bankovní produkt, bez kterého se v dnešní době již téměř nikdo neobejde. Klientský index dle portálu bankovnipoplatky.com ukazuje, že za čtvrté čtvrtletí roku 2014 průměrné měsíční poplatky za běžný bankovní účet se pohybovaly ve výši 181 Kč. Celkové výnosy bank v České republice na poplatcích a provizích pak za rok 2013 podle České národní banky činily 50 miliard korun. Komparace bude zaměřena právě na výši poplatků a na odlišnosti podmínek stanovených jednotlivými bankami.

Dalším komparovaným produktem jsou spořicí účty. Jedná se totiž o hojně využívaný bankovní produkt ke spoření volných finančních prostředků, navíc ve většině případů poskytující standard v podobě možnosti okamžitého přístupu k vlastním uloženým penězům. Oproti běžnému účtu poskytuje také výhodnější úrokovou sazbu, čímž nabízí vhodnou příležitost zhodnotit finance ležící ladem právě na běžných účtech. Dle údajů České národní banky k datu 31. 12. 2013 činily celkové vklady domácností u bank 1 812 mld. korun, z nichž 23 % (409 mld. korun) tvoří vklady na spořicích účtech.

Třetím a posledním komparovaným produktem jsou spotřebitelské úvěry. Z údajů za třetí čtvrtletí roku 2014 Bankovního a Nebankovního registru klientských informací vyplývá, že spotřebitelský úvěr toho času využívalo něco málo přes jeden milion klientů, a to v celkovém objemu 119,2 miliardy korun. Průměrná výše úvěru připadající na jednoho klienta je pak na hodnotě 113,9 tisíce korun. Pro srovnání, dle průměrných RPSN spotřebitelských úvěrů za leden 2015 v zemích EU sledovaných Evropskou centrální

bankou, průměrná RPSN byla v českých bankách 14,36 %, což je více než dvojnásobně oproti sousednímu Německu a Rakousku, kde se sazba pohybovala mezi 6 až 6,5 procenty ročně. Celý přehled průměrných RPSN v zemích EU je k dispozici v příloze č. 3. Komparace spotřebitelských úvěrů ukáže, jak si v tomto ohledu vedou zkoumané banky.

5.1.1 Běžné účty

Česká spořitelna a ČSOB nabízí běžným klientům dva typy běžného účtu. Ostatní sledované banky nabízí „pouze" jeden typ, včetně Air Bank, která jej ale nabízí ve dvou různých cenových variantách. Již na první sledované položce – vedení účtu – je viditelný rozdíl. Zatímco nízkonákladové banky nabízí účet vedený zdarma, u velkých bank poplatek činí od 55 do 98 korun. Založení i zrušení účtu je u všech komparovaných bank zdarma, stejně jako vydání a vedení debetní karty a jejich prostřednictvím následné platby u obchodníků. Žádná z bank si rovněž nenárokuje poplatek za všechny tuzemské příchozí platby na účet, zaslání elektronického výpisu a vklad hotovosti na pobočce či pomocí vlastního bankomatu konkrétní banky. Právě v omezené práci s hotovostí tkví jedna ze slabin nízkonákladových bank. Air Bank neumožňuje hotovostní vklady na svých pobočkách, Fio banka zase nedisponuje vkladovými bankomaty a mBank pro změnu neposkytuje žádnou z těchto variant. Povolené přečerpání běžného účtu nabízí, vyjma Air Bank, všechny komparované banky, a to bez rozdílu bez poplatku za jeho otevření a vedení. Úrokové sazby jsou u České spořitelny, ČSOB, mBank i Fio banky na stejné úrovni ve výši 18,9 % p.a., u Komerční banky je úroková sazba ještě o 1,09 procentního bodu vyšší. Fio banka ale navíc při řádném plnění smlouvy o kontokorentu po prvním roce jeho čerpání sníží úrokovou sazbu o 2 % a pokud bude klient řádně plnit podmínky smlouvy i v dalším roce, sníží úrok o další 2 %.

Česká spořitelna si za vedení **Osobního účtu ČS II** účtuje měsíční poplatek 69 korun, v rámci kterého má klient dva výběry z vlastního bankomatu zdarma. S programem „Za důvěru" může mít klient vedení účtu zdarma, a to za podmínek, že mu bude každý měsíc na účet chodit minimálně 7 tisíc korun a navíc bude aktivně využívat jeden další produkt od České spořitelny (úvěr, autoleasing, hypotéku, úvěr ze stavebního spoření, kreditní kartu, životní pojištění, investice nebo podnikatelské konto). Česká spořitelna k účtu nabízí také dva balíčky služeb – všechny výběry z vlastních bankomatů za 29 korun měsíčně nebo za stejnou cenu všechny odchozí platby zdarma, včetně trvalých plateb, inkas a SIPO.

Pro klienty obsluhující svůj účet výhradně elektronicky a platící platební kartou v minimální hodnotě 7 tisíc měsíčně Česká spořitelna nabízí elektronický účet **iÚčet**, v jehož rámci je vedení zdarma. Avšak při nesplnění již jedné z podmínek cena za vedení účtu vzroste na 98 korun měsíčně.

ČSOB nabízí dva typy účtu lišící se měsíční sazbou za jejich vedení a množstvím bezplatných položek. **Konto** za měsíční poplatek 55 korun umožňuje dvě odchozí elektronické platby a dva výběry z vlastních bankomatů. **Aktivní konto** za měsíční poplatek 95 korun nabízí již provedení deseti odchozích elektronických plateb, pěti inkas vč. SIPO a pěti výběrů z vlastních bankomatů.

MůjÚčet od Komerční banky má standardní cenu za vedení 68 korun měsíčně, avšak i zde může klient díky konceptu MojeOdměny výslednou cenu ovlivnit. Při splnění jednoho pravidla bude klientovi vráceno zpět 50 % z měsíčního poplatku za vedení, při splnění dvou a více pravidel pak bude vrácen rovnou celý poplatek. Podmínky pro získání odměny jsou následující – došlá platba na účet; vlastnictví kreditní karty, úvěru či hypotéky od KB nebo Modré pyramidy; vyšší objem prostředků než 100 tisíc korun uložených u KB, Modré pyramidy, Komerční pojišťovny, KB Penzijní společnosti nebo Investiční kapitálové společnosti KB; pravidelná měsíční úložka v libovolné výši u KB (termínované a spořicí účty), Modré pyramidy, Komerční pojišťovny, KB Penzijní společnosti nebo Investiční kapitálové společnosti KB. Klient může mít zdarma také všechny výběry z vlastních bankomatů, jedna platba debetní či kreditní kartou u obchodníka zajišťuje totiž vrácení poplatku za jeden výběr z bankomatu KB. Za 39 korun měsíčně si pak může klient pořídit balíček všech odchozích plateb zdarma. KB zůstává jedinou bankou, která si účtuje poplatek také za dotaz na aktuální výši zůstatku na účtu prostřednictvím vlastního bankomatu.

Klient Air Bank si může vybrat ze dvou variant běžného účtu. **Malý tarif** je bez poplatku za vedení, jeho některé služby jsou ale samostatně zpoplatněny. **Velký tarif** za měsíční poplatek 100 korun v sobě zahrnuje již veškeré potenciálně využívané služby. V případě, že klient alespoň pětkrát měsíčně zaplatí debetní kartou u obchodníků, bude banka peníze do 100 tisíc korun na běžném účtu (platí pro oba nabízené tarify) úročit bonusovou sazbou stejně jako na spořicím účtu. Pro výběry hotovosti může klient Air Bank využít také více než 4 300 prodejních míst společnosti Sazka (u Malého tarifu za poplatek 10 korun, u Velkého tarifu zdarma).

mBank se svým **mKontem** umožňuje tři výběry z kteréhokoliv bankomatu v ČR zdarma, navíc bez poplatku za vedení účtu. Pokud objem zaúčtovaných plateb debetní kartou u obchodníků bude vyšší než 500 Kč nebo držitel debetní karty má u mBank sjednaný úvěrový produkt, klient neplatí žádný poplatek ani za vedení debetní karty, v opačném případě vyjde vedení karty na 29 korun měsíčně.

Fio osobní účet se taktéž řadí mezi bezpoplatkové účty za vedení, navíc poskytuje měsíčně deset výběrů z vlastních bankomatů. Pokud klient platí se svou debetní kartou u obchodníků, získá za každé čtyři tisíce korun kumulovaného součtu těchto transakcí jeden výběr z cizího bankomatu zdarma, přičemž celkem takto může v každém měsíci využít až pět výběrů z cizích bankomatů zdarma. Fio banka jako jediná nabízí při založení běžného účtu možnost zvolit si na přání zdarma číslo svého účtu.

Určit celkovou cenu za využívání běžného účtu je obecně těžko proveditelné. Chování bankovních klientů se totiž velmi podstatně liší. A právě od toho, jak každý klient s účtem nakládá, se cena výrazně odvíjí. Proto byl, pro adekvátní komparaci běžných účtů, vytvořen modelový klient:

Na účet mu každý měsíc přichází výplata 15 tisíc korun a stejnou částku tvoří také jeho průměrný měsíční zůstatek. Klient je aktivní a ke svému účtu přistupuje racionálně, veškeré operace na účtu provádí elektronicky prostřednictvím internetového bankovnictví. V rámci měsíce provede dvě jednorázové platby (jednu do vlastní banky, druhou do cizí), ve dvou případech pak platby zadané trvalým příkazem (opět do vlastní i cizí banky). Dvakrát měsíčně probíhá také inkaso z účtu a jednou SIPO. K účtu využívá základní debetní kartu, u obchodníků s ní zaplatí pětkrát do měsíce, celkem za 3 tisíce korun. Uskuteční i dva výběry z bankomatů vlastní banky. Výpis z účtu má pouze elektronicky. Následující tabulka odpoví, kolik modelový klient zaplatí měsíčně za běžný účet jednotlivých bank.

Tabulka 14: Komparace běžných účtů (údaje v Kč)

Banka Název účtu	**Česká spořitelna Osobní účet ČS II**	**Česká spořitelna iÚčet**	**ČSOB Konto**	**ČSOB Aktivní konto**	**KB MůjÚčet**	**Air Bank Běžný účet Malý tarif**	**Air Bank Běžný účet Velký tarif**	**mBank mKonto**	**Fio banka Fio osobní účet**
Vedení účtu	69[3]	98	55	95	68[4]	0	100	0	0
Příchozí platba z: vlastní / cizí banky	0 / 0	0 / 0	0 / 0	0 / 0	0 / 0	0 / 0	0 / 0	0 / 0	0 / 0
Odchozí platba do: vlastní / cizí banky	5 / 5	0 / 0	3 / 3	3 / 3	6 / 6	0 / 0	0 / 0	0 / 0	0 / 0
Inkaso a SIPO	5	0	6	6	6	0	0	0	0
Výběr z bankomatu: vlastní / cizí banky	5 / 40	5 / 40	6 / 35	6 / 35	9[1] / 39	0 / 25	0 / 0	- / 35	9/30[1]
Zjištění zůstatku v bankomatu	0	0	0	0	2,50	0	0	9[2]	0
Platební karta: vydání / vedení	0 / 0	0 / 0	0 / 0	0 / 0	0 / 0	0 / 0	0 / 0	0/29[1]	0 / 0
Výpis: elektr. / poštou	0 / 25	0 / 25	0 / 13	0 / 13	0 / 30	0 / 25	0 / 0	0 / 30	0 / 25
Max. výše kontokorentu	5-100 tis.	5-100 tis.	podle příjmu[5]	podle příjmu[5]	2-100 tis.	-	-	5-300 tis.	500 tis.
Úroková sazba kontokorentu (%)	18,9	18,9	18,9	18,9	19,99	-	-	18,9	18,9
Poplatky celkem	**98**	**98**	**79**	**95**	**73**	**0**	**100**	**0**	**0**
Úroková sazba (%)	0,01	0,01	0,01	0,01	0,00	1,10	1,10	0,00	0,00
Roční výnos	1,50	1,50	1,50	1,50	0	165	165	0	0
Čisté roční náklady	**1174,5**	**1174,5**	**946,5**	**1138,5**	**876**	**- 165**	**1035**	**0**	**0**

[1] při splnění podmínek zdarma *Zdroj: Jednotlivé banky, údaje platné k 18. 1. 2015*

[2] nemá vlastní síť bankomatů

[3] využití balíčku všechny odchozí platby za 29 Kč měsíčně

[4] 50% sleva za vedení + využití balíčku všechny odchozí platby za 39 Kč měsíčně

[5] úvěrový limit až do dvojnásobku čistého měsíčního příjmu, který směřuje na účet

Stejné služby využívané v rámci běžného účtu může mít klient u jedné banky zcela zdarma, u jiné zase klidně i za několik desítek korun měsíčně. Obecně ale vždy platí zásadní pravidlo: aby klient dosáhl na nízké či dokonce nulové poplatky, musí splnit předem stanovené podmínky jednotlivých bank. Komparace ukazuje, že nízkonákladové banky nabízí jednoznačně výhodnější běžné účty. U všech se dá získat běžný účet úplně zdarma, u Air Bank může klient dokonce ještě vydělat. Co se týče velkých bank, nejekonomičtější volbou je MůjÚčet od Komerční banky. Naopak oba dva nabízené účty od České spořitelny, suverénní jedničky na českém bankovním trhu, se krčí na úplném chvostu výhodnosti.

5.1.2 Spořicí účty

Ani jedna z komparovaných bank si za založení, vedení a zrušení spořicího účtu neúčtuje žádný poplatek. Totéž se týká také zaslání měsíčního elektronického výpisu, všech příchozích plateb na účet a vkladu, resp. výběru hotovosti na pobočce dané banky, s výjimkou Air Bank a mBank, které s hotovostí vůbec nepracují, a kde tak jedinou možností výběru finančních prostředků zůstává jejich přeposlání na běžný účet a následný výběr prostřednictvím bankomatů. U dalších ukazatelů se již vyskytují odchylky. Zatímco nízkonákladové banky umožňují bez poplatku také všechny odchozí platby, u velkých bank lze zdarma provést pouze jednu platbu. Pokud by si chtěl klient zřídit spořicí účet u ČSOB nebo Komerční banky, nutností je také zřízení účtu běžného. Tyto dvě banky zároveň také požadují minimální vklad ve výši 5 tisíc korun, ten vyžaduje i Fio banka, ale jen v hodnotě 100 korun, u ostatních bank není minimální vklad podmínkou. Většina bank připisuje úroky s výhodnější měsíční frekvencí, pouze Komerční banka se čtvrtletní periodicitou. Výše připisovaných úroků se odvíjí od zůstatku na spořicím účtu. Česká spořitelna úročí zůstatek 0,7 % p.a. až do částky 200 tisíc korun, část zůstatku nad 200 tisíc pak 0,01 % p.a, vybere-li ovšem klient třeba jen jedinou korunu, úspory v daném měsíci nebudou zhodnoceny vůbec. Úroková sazba u ČSOB činí pro zůstatky do 29 999 999 korun 0,45 % p.a., nad 30 mil. korun 0,2 % p.a. Stejné rozpětí, ale s rozdílnými úrokovými sazbami má Komerční banka, u které je do 30 mil. korun úroková sazba 0,2 % p.a., nad 30 mil. korun 0,16 % p.a. Air Bank úročí vklady do výše 250 tisíc korun sazbou v rámci tzv. TOP3 garance (toho času 1,1 % p.a.), díky které má klient jistotu, že jeho úrok na spořicím účtu bude patřit vždy mezi tři nejvyšší na trhu, nad uvedený limit platí úroková sazba 0,5 % p.a. mBank, ani Fio banka výši úrokové sazby nijak nelimitují s výší zůstatku, obě tyto banky současně také jako jediné ke spořicímu účtu vydávají platební kartu, a to zdarma včetně jejího vedení.

I zde byl vytvořen modelový příklad, jenž určí výhodnost spořicích účtů jednotlivých bank. Vklad činí 130 tisíc korun, což odpovídá průměrnému vkladu obyvatelstva dle údajů České národní banky, s délkou spoření 1 roku. Jedinou podmínkou je okamžitá dostupnost vložených peněz, tj. peníze na spořicím účtu jsou klientovi neustále k dispozici.

Tabulka 15: Komparace spořicích účtů (údaje v Kč)

Banka Název účtu	**Česká spořitelna Spoření ČS**	**ČSOB Spořicí účet**	**KB Spořicí konto Bonus**	**Air Bank Spořicí účet**	**mBank Spořicí účet eMax**	**Fio banka Spořicí účet Fio konto**
Min. vklad	0	5 000	5 000	0	0	100
Povinný běžný účet	ne	ano	ano	ne	ne	ne
Úrok. sazba (%)	0,70	0,45	0,20	1,10	0,05	0,40
Připisování úroků	měsíčně	měsíčně	čtvrtletně	měsíčně	měsíčně	měsíčně
Čistý zůstatek po 1 roce	130 776	130 498	130 221	131 221	130 055	130 443
Zhodnocení	**776**	**498**	**221**	**1 221**	**55**	**443**

Zdroj: Jednotlivé banky, údaje platné k 18. 1. 2015

Zdaleka nejvýhodnější spořicí účet nabízí Air Bank, u které jako jediné po odečtení daní činí roční zhodnocení přes 1 tisíc korun. Díky TOP3 garanci mají klienti navíc záruku dlouhodobě výhodného spoření volných peněžních prostředků. Mezi velkými bankami pak poměrně zajímavý výnos nabízí Česká spořitelna, ten se ale pohybuje jen na úrovni necelých dvou třetin výnosnosti spořicího účtu u Air Bank. Atraktivita spořicího účtu Air Bank stoupá také s délkou spoření, neboť v závislosti na faktoru času rozdíly ve zhodnocení rostou. Za podmínky ceteris paribus rozdíl mezi výnosností spořicích účtů Air Bank a České spořitelny při pětileté délce spoření činí 2 294 korun a v rámci 10 let dokonce 4 768 korun. Jen velmi zanedbatelný výnos nabízí základní spořicí účet mBank, pro její klienty aktivně využívající běžný účet je ale připraven speciální spořicí účet mSpoření, v jehož rámci lze při splnění určitých podmínek dosáhnout i na pohádkovou úrokovou sazbu 3 % p.a.

5.1.3 Spotřebitelské úvěry

Z charakterizovaných bank nemá ve svém portfoliu spotřebitelský úvěr Fio banka, která běžným občanům poskytuje finanční prostředky na dluhové bázi pouze formou kontokorentu. U tří z pěti bank, konkrétně ČSOB, Komerční banky a Air Bank, musí dlužník spolu s úvěrem zřídit také běžný účet, ze kterého bude následně splácet úvěrovou jistinu. Velký rozdíl mezi velkými a nízkonákladovými bankami lze vysledovat v poplatkové

strategii. Poplatek za poskytnutí úvěru činí u České spořitelny i ČSOB 1 % z částky poskytnutého úvěru, výše poplatku je u České spořitelny limitována maximální částkou 5 tisíc korun a u ČSOB horní hranicí 3,5 tisíc korun, přičemž je zde i stanovena dolní hranice ve výši 500 korun. U Komerční banky je poplatek za poskytnutí úvěru taxativně stanoven na 490 korun bez ohledu na výši sjednaného úvěru. Air Bank, ani mBank si tento poplatek neúčtují. Česká spořitelna a ČSOB si také shodně účtují poplatek za předčasné splacení úvěru v částečné či plné výši, a to v obou případech sazbou 1 % z výše mimořádné splátky, je-li doba mezi mimořádnou splátkou a sjednaným koncem spotřebitelského úvěru kratší než 1 rok, nárokuje se snížená sazba 0,5 % z výše mimořádné splátky úvěru. Komerční banka, Air Bank, ani mBank předčasné splacení nijak nesankcionují. ČSOB je pak jedinou bankou, která si navíc účtuje poplatek za správu a vedení úvěru, a to v měsíční výši 59 korun. Každá z bank má také nastavené své vlastní limity co do výše poskytnutého úvěru a doby, po kterou je úvěr možné splácet. Ty jsou u jednotlivých bank následující: u České spořitelny od 20 do 700 tisíc korun až na dobu 7 let, u ČSOB od 20 do 600 tisíc korun až na 7 let, u Komerční banky od 30 tisíc do 2,5 milionu korun až na dobu 6 let, u Air Bank od 5 do 600 tisíc korun až na dobu 8 let a u mBank od 10 do 500 tisíc korun až na dobu 7 let.

U spotřebitelského úvěru je nutností zohlednit jeho výši, délku splácení a bonitu žadatele. Všechny tyto zmíněné faktory se významným způsobem promítají do nastavení individuálních podmínek sjednaného úvěru, zejména pak ovlivňují úrokovou míru. Pro účely komparace spotřebitelských úvěrů u jednotlivých bank byl zvolen modelový příklad neúčelového úvěru ve výši 110 tisíc korun s dobou splatnosti 4 let. Komparace bude nejprve probíhat prostřednictvím úvěrových kalkulaček na internetových stránkách samotných bank. Reálné porovnání je pak zajištěno výzkumnou metodou mystery shopping, přičemž profil mystery shoppera je následující: pohlaví - muž, věk - 25 let, rodinný stav - svobodný (bezdětný), dosažené vzdělání - vysokoškolské, měsíční příjem - 25 tisíc korun (zvoleno na základě průměrné mzdy v ČR), délka a typ zaměstnaneckého poměru - zaměstnanec na dobu neurčitou, klient je dále bez negativního záznamu v registru dlužníků a nemá sjednaný žádný další úvěrový produkt. Mystery shopping byl uskutečněn dne 2. března 2015 na těchto pražských pobočkách jednotlivých bank: Česká spořitelna – pobočka OC Letňany, ČSOB – pobočka NC Fénix, Komerční banka – pobočka NC Fénix, Air Bank – pobočka OC Letňany, mBank – pobočka OC Letňany.

Tabulka 16: Komparace spotřebitelských úvěrů (údaje v Kč)

Banka Název úvěru	**Česká spořitelna Půjčka**	**ČSOB Půjčka na cokoliv**	**KB Osobní úvěr**	**Air Bank Půjčka**	**mBank mPůjčka Plus**
Poplatek za poskytnutí úvěru	1 100	1 100	490	0	0
Správa úvěru	0	59	0	0	0
Povinný běžný účet	ne	ano	ano	ano	ne
Úroková sazba z webu (%)	16,9	13,9	8,4	9,9	9,9
Reálná úroková sazba (%)	17,1	14,9	8,4	9,9	9,9
RPSN (%)	19,4	17,8	9,0	10,4	10,4
Měsíční splátka	3 191	3 056	2 755	3 062	2 785
Celková částka ke splacení	**154 268**	**148 496**	**130 415**	**131 200**	**133 661**

Zdroj: Jednotlivé banky, údaje platné k 2. 3. 2015

Na první příčce se ve srovnání neúčelových spotřebitelských úvěrů umístila Komerční banka s nejnižší reálnou RPSN ve výši 9 %. Následovaly ji obě nízkonákladové banky Air Bank a mBank s totožnou reálně nabídnutou hodnotou RPSN 10,4 %. V celkové splatné částce se ale Air Bank již na druhém místě osamostatnila, jelikož v případě řádného splácení odpouští vždy několik posledních splátek (v tomto daném případě celkem 5), čímž se i nepatrně sníží úrokové zatížení, a proto je i výše měsíční splátky vyšší. Na opačném konci skončila Česká spořitelna, jejíž reálně nabídnutá hodnota RPSN činí 19,4 %. ČSOB, Komerční banka a Air Bank rovněž k úvěru požadují i založení běžného účtu, jehož případné náklady za vedení je z pohledu výhodnosti pro klienta také nutno zahrnout do úvěru. Zatímco u Komerční banky (pro vedení účtu zdarma jsou splněny podmínky), ani u Air Bank by klient za vedení běžného účtu neplatil žádný poplatek, u ČSOB činí měsíční poplatek už 55 korun. Rozdíl mezi nejvyšší a nejnižší nabídnutou hodnotou RPSN tak dosáhl 10,4 procentních bodů. Při úvěru ve výši 110 tisíc korun na 4 roky by tak klient zaplatil u nejdražší nabídky od České spořitelny celkově o 23 853 Kč více, než pokud by využil nejlevnější nabídky od Komerční banky. Zajímavé je také zjištění, že reálná nabídka úvěru všech tří bank, nabízejících nejlepší podmínky, je totožná s předběžnou nabídkou v rámci jejich on-line kalkulaček. U České spořitelny a ČSOB se tyto hodnoty nezanedbatelně liší v neprospěch klienta. Na závěr ještě jedno srovnání: průměrná hodnota RPSN u sledovaných bank dosáhla

hodnoty 13,4 %, což je o necelý jeden procentní bod méně, než celorepubliková hodnota za období leden 2015 napříč všemi bankami.

Pro řadu klientů je důležité také vystupování a úroveň jednání bankovních poradců. V rámci provedeného mystery shoppingu lze shrnout, že poradci všech bank vystupovali na velmi profesionální úrovni, o klienta jevili zájem a nikterak nevyvíjeli nátlak na okamžité sjednání či podání žádosti o úvěr. U Air Bank bylo klientovi dokonce nabídnuto občerstvení v podobě minerální vody či kávy. Výraznější rozdíly byly spatřeny pouze v čekací době na poradce. U Komerční banky a Air Bank se poradce klienta ujmul ihned, u České spořitelny a mBank tomu bylo do 5 minut a u ČSOB došlo na osobní jednání až po 15 minutách čekání.

5.2 Analýza vybraných ukazatelů České spořitelny

5.2.1 Vývoj počtu klientů a jeho dynamika

Celkový počet klientů České spořitelny v letech 2004 – 2013 je znázorněn v tabulce č. 17. Průměrný počet za sledované období činí 5 284 204 klientů. Nejnižší počet byl zaznamenán v roce 2011, a to 5 202 572 klientů. Ve srovnání s uvedeným průměrným počtem klientů je to úbytek o 1,54 %. Naproti tomu nejvyšší počet byl zaznamenán v roce 2004, a to 5 353 923 klientů. Ve srovnání s uvedeným průměrným počtem klientů je to přírůstek o 1,32 %.

Tabulka 17: Elementární charakteristiky počtu klientů ČS v období 2004 - 2013

Rok	Počet klientů	d_{1t}	d_{2t}	k_t [%]	BI [%]
2004	5 353 923	x	x	x	1
2005	5 326 378	-27 545	x	99,49	99,49
2006	5 276 897	-49 481	-21 936	99,07	98,56
2007	5 294 470	17 573	67 054	100,33	98,89
2008	5 293 632	-838	-18 411	99,98	98,87
2009	5 272 785	-20 847	-20 009	99,61	98,48
2010	5 265 097	-7 688	13 159	99,85	98,34
2011	5 202 572	-62 525	-54 837	98,81	97,17
2012	5 297 398	94 826	157 351	101,82	98,94
2013	5 258 892	-38 506	-133 332	99,27	98,23
Průměr	5 284 204	-10 559	x	99,80	x

Zdroj: Výroční zprávy České spořitelny z let 2004 - 2013

V tabulce č. 17 jsou vypočítány jednotlivé elementární charakteristiky pro danou časovou řadu. Hodnoty první diference d_{1t} zobrazují roční změnu celkového počtu klientů České spořitelny. Největší absolutní úbytek byl v roce 2011 (-62 525 klientů) a naopak největší absolutní přírůstek byl v roce 2012 (+94 826 klientů). Hodnoty druhé diference d_{2t} popisují zpomalení, resp. zrychlení celkového počtu klientů České spořitelny. Hodnoty koeficientu růstu (řetězového indexu) k_t značí, o kolik procent se změnil celkový počet klientů oproti předchozímu období. Nejnižší koeficient růstu byl zaznamenán v roce 2011 (98,81 %) a nejvyšší naopak v roce 2012 (101,82 %). Dále byl vypočten bazický index BI, který porovnává jednotlivé hodnoty časové řady oproti hodnotě základního období, tj. roku 2004. Nejnižší hodnota byla zaznamenána v roce 2011 (97,17 %) a nejvyšší hodnota pak v roce 2005 (99,49 %).

Nárůst klientů v roce 2012 je především reakcí na vysoký přírůstek v počtu běžných účtů, který je zaznamenán a popsán v následující podkapitole 5.2.2. Mimo to Česká spořitelna v roce 2012 jako první zavedla princip odměňování za placení kreditní kartou a své portfolio rozšířila o nový spořicí produkt Účelové spoření. Vyjma zmíněného roku 2012 Česká spořitelna v posledních letech registruje úbytek klientů, odůvodnění lze hledat v nabídce konkurenčních bank, která je pro klienty mnohdy ekonomičtější.

Výpočet odhadu počtu klientů České spořitelny v roce 2014

Odhad počtu klientů České spořitelny v roce 2014 byl proveden pomocí průměrné hodnoty řetězového indexu $\bar{k}$ časové řady, která dosahuje hodnoty 0,9980.

$$5\,258\,892 \cdot 0{,}9980 = 5\,248\,438\ klientů$$

Počet klientů České spořitelny v roce 2014 by měl dle odhadu být 5 248 438 osob, což je oproti předešlému roku 2013 úbytek o 10 454 klientů (0,20 %). Z výše uvedeného vyplývá, že vývoj počtu klientů České spořitelny bude v následujících letech vykazovat velmi mírně klesající trend.

5.2.2 Vývoj počtu běžných účtů a jeho dynamika

Celkový počet běžných účtů České spořitelny v letech 2004 – 2013 je znázorněn v tabulce č. 18. Průměrný počet za sledované období činí 2 855 500 vedených běžných účtů. Nejnižší počet byl zaznamenán v roce 2004, a to 2 757 929 běžných účtů. Ve srovnání s uvedeným průměrným počtem je to úbytek o 3,42 %. Naproti tomu nejvyšší počet byl

zaznamenán v roce 2013, a to 3 078 221 běžných účtů. Ve srovnání s uvedeným průměrným počtem je to přírůstek o 7,80 %.

Tabulka 18: Elementární charakteristiky počtu běžných účtů ČS v období 2004 - 2013

Rok	Počet běžných účtů	d_{1t}	d_{2t}	k_t [%]	BI [%]
2004	2 757 929	x	x	x	1
2005	2 761 062	3 133	x	100,11	100,11
2006	2 789 076	28 014	24 881	101,01	101,13
2007	2 838 173	49 097	21 083	101,76	102,91
2008	2 874 110	35 937	-13 160	101,27	104,21
2009	2 837 756	-36 354	-72 291	98,74	102,89
2010	2 800 822	-36 934	-580	98,70	101,56
2011	2 784 286	-16 536	20 398	99,41	100,96
2012	3 033 563	249 277	265 813	108,95	109,99
2013	3 078 221	44 658	-204 619	101,47	111,61
Průměr	2 855 500	35 588	x	101,23	x

Zdroj: Výroční zprávy České spořitelny z let 2004 - 2013

V tabulce č. 18 jsou vypočítány jednotlivé elementární charakteristiky pro danou časovou řadu. Hodnoty první diference d_{1t} zobrazují roční změnu celkového počtu běžných účtů u České spořitelny. Největší absolutní úbytek byl v roce 2010 (-36 934) a naopak největší absolutní přírůstek byl v roce 2012 (+249 277). Hodnoty druhé diference d_{2t} popisují zpomalení, resp. zrychlení celkového počtu běžných účtů u České spořitelny. Hodnoty koeficientu růstu (řetězového indexu) k_t značí, o kolik procent se změnil celkový počet běžných účtů oproti předchozímu období. Nejnižší koeficient růstu byl zaznamenán v roce 2010 (98,70 %) a nejvyšší naopak v roce 2012 (108,95 %). Dále byl vypočten bazický index BI, který porovnává jednotlivé hodnoty časové řady oproti hodnotě základního období, tj. roku 2004. Nejnižší hodnota byla zaznamenána v roce 2005 (100,11 %) a nejvyšší hodnota pak v roce 2013 (111,61 %).

V roce 2012 k velkému nárůstu běžných účtů přispěla sociální reforma Ministerstva práce a sociálních věcí v podobě zavedení tzv. sKaret, jejichž vydavatelem byla exkluzivně právě Česká spořitelna. Největší úbytek vedených běžných účtů byl zaznamenán v roce 2010, kdy začaly být trendem nízkonákladové banky, a kdy mj. obdržela bankovní licenci Fio banka.

Výpočet odhadu počtu běžných účtů České spořitelny v roce 2014

Odhad počtu běžných účtů České spořitelny v roce 2014 byl proveden pomocí průměrné hodnoty řetězového indexu $\bar{k}$ časové řady, která dosahuje hodnoty 1,0123.

$$3\,078\,221 \cdot 1{,}0123 = 3\,116\,030\ běžných\ účtů$$

Počet běžných účtů České spořitelny v roce 2014 by měl dle odhadu být 3 116 030, což je oproti předešlému roku 2013 přírůstek o 37 809 (1,23 %). Z výše uvedeného vyplývá, že vývoj počtu běžných účtů České spořitelny bude v následujících letech vykazovat mírně rostoucí trend.

5.2.3 Shrnutí

Z provedené analýzy dat České spořitelny vyplývá, že v oblasti celkového počtu klientů banka zaznamenává klesající trend, i když velmi mírný (0,2 %). Naproti tomu ale počet běžných účtů má trend rostoucí, když jeho výše činí 1,23 %.

Pokles počtu klientů lze odůvodnit vstupem nových malých bank v posledních několika letech na český bankovní trh, čímž došlo k rozšíření a variabilitě bankovních produktů a služeb na českém trhu. Tyto nové banky se snaží získat klienty právě od zavedených bankovních domů, a to prostřednictvím nabídky účtů zdarma, nulových poplatků a výhodných úrokových sazeb úvěrů a vkladů. Česká spořitelna se tak díky nové konkurenci ocitla pod tlakem zlevňování. Navzdory tomu ale ke snížení poplatků nepřistoupila, ba dokonce některé poplatky zdražila, čímž přichází o klienty. Na druhou stranu Česká spořitelna na situaci zareagovala procesem transformace svého retailového bankovnictví, který byl dokončen v roce 2012, a který spočíval ve značném zjednodušení nabídky a zavedení individuálního přístupu v obsluze různých skupin klientů. Česká spořitelna také těží ze své bohaté historie, kdy až do devadesátých let minulého století měla na českém bankovním trhu zcela dominantní postavení, podpořené vzájemnou důvěrou. Tímto v myslích českých zákazníků, řadících se převážně do segmentu konzervativních, zasadila hluboké kořeny z hlediska vnímání jejího dobrého jména.

Zvyšování počtu vedených běžných účtů je však důkazem toho, že i Česká spořitelna, jakožto banka s dlouholetou tradicí dokáže oslovit a nalákat nové klienty a následovat trendy v oblasti moderní bankovní technologie. V roce 2012 např. prošlo modernizací internetové bankovnictví, čímž získalo na jednoduchosti, rychlosti a pohodlnosti. O rok dříve pak byla

první bankou na českém trhu, která začala vydávat bezkontaktní karty a vytvářet síť pro jejich využití. Rostoucí trend v oblasti běžných účtů České spořitelny lze registrovat i přesto, že odchod z jedné banky do druhé v současnosti již není administrativně složitým a zdlouhavým procesem, jako tomu bývalo v minulosti. Vzhledem k vyšším bankovním poplatkům vázaných na vedení běžného účtu se lze domnívat, že Česká spořitelna u klientů získává konkurenční výhodu v podobě rozsáhlé nabídky specifických bankovních produktů a služeb a větší dostupnosti poboček a bankomatů.

5.3 Analýza vybraných ukazatelů Komerční banky

5.3.1 Vývoj počtu klientů a jeho dynamika

Celkový počet klientů Komerční banky v letech 2004 – 2013 je znázorněn v tabulce č. 19. Průměrný počet za sledované období činí 1 560 233 klientů. Nejnižší počet byl zaznamenán v roce 2004, a to 1 407 837 klientů. Ve srovnání s uvedeným průměrným počtem klientů je to úbytek o 9,77 %. Naproti tomu nejvyšší počet byl zaznamenán v roce 2008, a to 1 629 089 klientů. Ve srovnání s uvedeným průměrným počtem klientů je to přírůstek o 4,41 %.

Tabulka 19: Elementární charakteristiky počtu klientů KB v období 2004 - 2013

Rok	Počet klientů	d_{1t}	d_{2t}	k_t [%]	BI [%]
2004	1 407 837	x	x	x	1
2005	1 467 227	59 390	x	104,22	104,22
2006	1 515 076	47 849	-11 541	103,26	107,62
2007	1 577 459	62 383	14 534	104,12	112,05
2008	1 629 089	51 630	-10 753	103,27	115,72
2009	1 620 234	-8 855	-60 485	99,46	115,09
2010	1 590 739	-29 495	-20 640	98,18	112,99
2011	1 602 678	11 939	41 434	100,75	113,84
2012	1 602 385	-293	-12 232	99,98	113,82
2013	1 589 605	-12 780	-12 487	99,20	112,91
Průměr	1 560 233	20 196	x	101,36	x

Zdroj: Výroční zprávy Komerční banky z let 2004 - 2013

V tabulce č. 19 jsou vypočítány jednotlivé elementární charakteristiky pro danou časovou řadu. Hodnoty první diference d_{1t} zobrazují roční změnu celkového počtu klientů Komerční banky. Největší absolutní úbytek byl v roce 2010 (-29 495 klientů) a naopak největší

absolutní přírůstek byl v roce 2007 (+62 383 klientů). Hodnoty druhé diference d_{2t} popisují zpomalení, resp. zrychlení celkového počtu klientů Komerční banky. Hodnoty koeficientu růstu (řetězového indexu) k_t značí, o kolik procent se změnil celkový počet klientů oproti předchozímu období. Nejnižší koeficient růstu byl zaznamenán v roce 2010 (98,18 %) a nejvyšší naopak v roce 2005 (104,22 %). Dále byl vypočten bazický index BI, který porovnává jednotlivé hodnoty časové řady oproti hodnotě základního období, tj. roku 2004. Nejnižší hodnota byla zaznamenána v roce 2005 (104,22 %) a nejvyšší hodnota pak v roce 2008 (115,72 %).

V letech 2005 – 2008 Komerční banka registrovala vysoký nárůst v oblasti počtu klientů. V daném časovém horizontu banka úspěšně měnila svou strategii – představila nový zjednodušený a levnější sazebník, sjednotila a zpřehlednila všeobecné obchodní podmínky, modernizovala kanály přímého bankovnictví, účelně cílila na segment mladých lidí a v neposlední řadě zveřejnila více než padesát produktových novinek. Z nich lze vyzdvihnout flexibilní hypotéku, díky níž mohli její klienti vůbec jako první na českém trhu měnit splátky hypotéky podle aktuálních potřeb, čímž Komerční banka zaznamenala téměř 40% meziroční růst v objemu poskytnutých hypotečních úvěrů. Po tomto období již Komerční banka vyjma roku 2011 eviduje pokles klientů, důvody lze opět hledat v širší nabídce, kterou zapříčinil vstup nových bank.

Výpočet odhadu počtu klientů Komerční banky v roce 2014

Odhad počtu klientů Komerční banky v roce 2014 lze byl proveden pomocí průměrné hodnoty řetězového indexu $\bar{k}$ časové řady, která dosahuje hodnoty 1,0136.

$$1\,560\,233 \cdot 1{,}0136 = 1\,611\,198\ klientů$$

Počet klientů Komerční banky v roce 2014 by měl dle odhadu být 1 611 198 osob, což je oproti předešlému roku 2013 přírůstek o 50 965 klientů (3,27 %). Z výše uvedeného vyplývá, že vývoj počtu klientů Komerční banky bude v následujících letech vykazovat mírně rostoucí trend.

5.3.2 Vývoj počtu běžných účtů a jeho dynamika

Celkový počet běžných účtů Komerční banky v letech 2004 – 2013 je znázorněn v tabulce č. 20. Průměrný počet za sledované období činí 1 286 270 vedených běžných účtů. Nejnižší počet byl zaznamenán v roce 2004, a to 1 123 789 běžných účtů. Ve srovnání

s uvedeným průměrným počtem je to úbytek o 12,63 %. Naproti tomu nejvyšší počet byl zaznamenán v roce 2008, a to 1 344 940 běžných účtů. Ve srovnání s uvedeným průměrným počtem je to přírůstek o 4,56 %.

Tabulka 20: Elementární charakteristiky počtu běžných účtů KB v období 2004 - 2013

Rok	Počet běžných účtů	d_{1t}	d_{2t}	k_t [%]	BI [%]
2004	1 123 789	x	x	x	1
2005	1 186 369	62 580	x	105,57	105,57
2006	1 232 561	46 192	-16 388	103,89	109,68
2007	1 293 285	60 724	14 532	104,93	115,08
2008	1 344 940	51 655	-9 069	103,99	119,68
2009	1 343 369	-1 571	-53 226	99,88	119,54
2010	1 321 085	-22 284	-20 713	98,34	117,56
2011	1 336 298	15 213	37 497	101,15	118,91
2012	1 343 430	7 132	-8 081	100,53	119,54
2013	1 337 578	-5 852	-12 984	99,56	119,02
Průměr	1 286 270	23 754	x	101,95	x

Zdroj: Výroční zprávy Komerční banky z let 2004 - 2013

V tabulce č. 20 jsou vypočítány jednotlivé elementární charakteristiky pro danou časovou řadu. Hodnoty první diference d_{1t} zobrazují roční změnu celkového počtu běžných účtů u Komerční banky. Největší absolutní úbytek byl v roce 2010 (-22 284) a naopak největší absolutní přírůstek byl v roce 2005 (+62 580). Hodnoty druhé diference d_{2t} popisují zpomalení, resp. zrychlení celkového počtu běžných účtů u Komerční banky. Hodnoty koeficientu růstu (řetězového indexu) k_t značí, o kolik procent se změnil celkový počet běžných účtů oproti předchozímu období. Nejnižší koeficient růstu byl zaznamenán v roce 2010 (98,34 %) a nejvyšší naopak v roce 2005 (105,57 %). Dále byl vypočten bazický index BI, který porovnává jednotlivé hodnoty časové řady oproti hodnotě základního období, tj. roku 2004. Nejnižší hodnota byla zaznamenána v roce 2005 (105,57 %) a nejvyšší hodnota pak v roce 2008 (119,68 %).

Vysoký nárůst v počtu běžných účtů v letech 2005 – 2008 a následný pokles v letech nadcházejících má úzkou spojitost s příčinami, které byly popsány v předchozí podkapitole 5.3.1 v souvislosti s vývojem počtu klientů.

Výpočet odhadu počtu běžných účtů Komerční banky v roce 2014

Odhad počtu běžných účtů Komerční banky v roce 2014 byl proveden pomocí průměrné hodnoty řetězového indexu $\bar{k}$ časové řady, která dosahuje hodnoty 1,0195.

$$1\,337\,578 \cdot 1{,}0195 = 1\,363\,713\ běžných\ účtů$$

Počet běžných účtů Komerční banky v roce 2014 by měl dle odhadu být 1 363 713, což je oproti předešlému roku 2013 přírůstek o 26 135 (1,95 %). Z výše uvedeného vyplývá, že vývoj počtu běžných účtů Komerční banky bude v následujících letech vykazovat mírně rostoucí trend.

5.3.3 Shrnutí

Z provedené analýzy dat Komerční banky vyplývá, že v oblasti celkového počtu klientů banka zaznamenává rostoucí trend, když jeho výše činí 3,27 %. Zvětšuje se také počet běžných účtů, i když ve srovnání s celkovým počtem klientů menším tempem (o 1,95 %).

Na vstup nových malých bank na český bankovní trh Komerční banka v roce 2011 zareagovala zavedením konceptu MojeOdměny, který spočívá v tom, že si klient sám svou aktivitou ovlivňuje konečnou výši poplatků, přičemž při splnění podmínek může mít účet i zcela zdarma. Tímto krokem Komerční banka zatraktivnila svou nabídku a zamezila odlivu mnoha klientů do jiných bank, zároveň docílila toho, že klienti mají u banky sjednáno vícero produktů, což je pro banku nákladově optimální. Rostoucí trend v oblasti běžných účtů Komerční banky lze odůvodnit také provázaností jednotlivých produktů. Na všechny úvěrové či spořicí produkty platí totiž požadavek na založení běžného účtu, tzn.: pokud si klient hodlá otevřít např. spořicí účet, musí zároveň založit i účet běžný (v případě, že ještě není klientem). Výrazným faktorem při získávání nových klientů a jejich trvalého udržení je také jejich výchova, Komerční banka proto nabízí nejvstřícnější účet pro studenty. Při zřízení studentského účtu Konto G2.2 každý student dostane ihned bonus ve výši 200 korun za předložení platné ISIC karty a navíc může každý rok získat dalších 333 korun díky aktivnímu využívání tohoto konta (student musí alespoň jednou v každém měsíci zaplatit debetní kartou vydanou k účtu, dobít mobilní kredit přes vlastní bankomat nebo uskutečnit peněžní transakci prostřednictvím internetového bankovnictví). Podobně jako u České spořitelny, i zde se lze domnívat, že konkurenční výhoda Komerční banky tkví také v podobě

rozsáhlé nabídky (specifických) bankovních produktů a služeb a velké dostupnosti poboček a bankomatů.

5.4 Vyhodnocení dotazníkového šetření

Sestavený dotazník je k dispozici v příloze č. 4.

5.4.1 Popis souboru respondentů

Pohlaví

Výběrový soubor zahrnuje celkem 197 respondentů. Z celkového počtu je zastoupeno 99 žen (50,3 %) a 98 mužů (49,7 %).

Věková struktura

Věkové složení respondentů je následující: ve věkové kategorii 18 – 25 let je to 52 osob (26,4 %), v kategorii 26 – 35 let 64 osob (32,5 %), kategorie 36 – 45 let čítá 36 osob (18,3 %), kategorie 46 – 55 let 29 osob (14,7 %) a v kategorii 56 a více let je to 16 osob (8,1 %).

Dosažené vzdělání

Základního vzdělání dosáhla pouze 1 dotazovaná osoba (0,5 %), středoškolského bez maturity dosáhlo 15 osob (7,6 %), středoškolského s maturitou 64 osob (32,5 %), vyššího odborného 4 osoby (2,0 %) a 113 osob (57,4 %) pak dosáhlo vysokoškolského vzdělání.

Čistý měsíční příjem

52 dotazovaných osob (26,4 %) uvedlo, že jejich čistý měsíční příjem dosahuje částky do 10 tisíc korun. U 65 dotazovaných osob (33,0 %) dosahuje měsíční příjem hodnoty v rozmezí 10 až 20 tisíc korun. Na příjem mezi 20 a 30 tisíci korun dosahuje 51 dotazovaných osob (25,9 %) a dalších 29 dotazovaných osob (14,7 %) má příjem vyšší než 30 tisíc korun.

Pracovní postavení

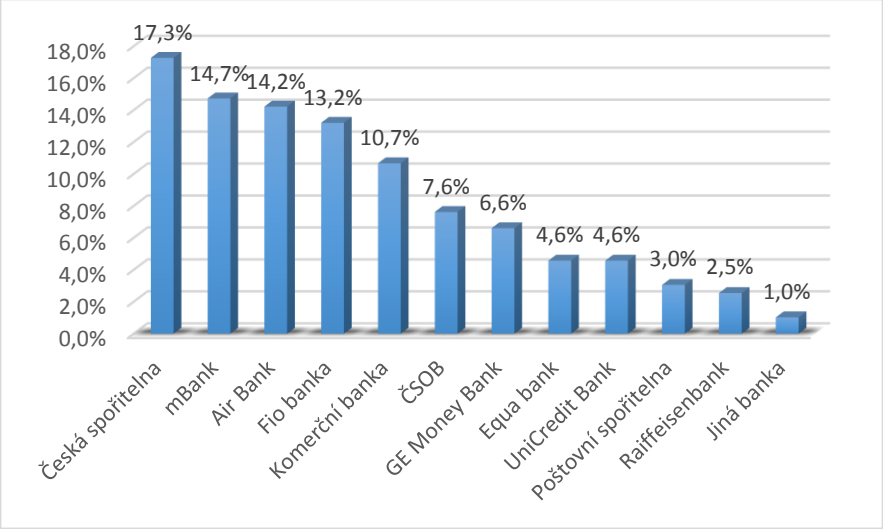
Z hlediska pracovního zařazení jsou 111 dotazované osoby (56,3 %) zaměstnanci státu či soukromého subjektu, 20 dotazovaných osob (10,2 %) jsou podnikatelé či živnostníci a 41 dotazovaných osob (20,8 %) jsou studenti denního studia. Dále 11 dotazovaných osob (5,6 %) uvedlo, že jsou ve starobním či invalidním důchodu. 9 dotazovaných osob (4,6 %) je na mateřské či rodičovské dovolené a dalších 5 dotazovaných osob (2,5 %) jsou bez zaměstnání.

5.4.2 Vyhodnocení tematických otázek

Otázka č. 1: Hlavní běžný osobní účet podle banky

Dle výsledků šetření, nejvyšší počet klientů v oblasti běžných osobních účtů má Česká spořitelna, kterou jako svou hlavní banku uvedlo 17,3 % respondentů. S mírným odstupem se za ní seřadily nízkonákladové banky mBank, Air bank a Fio banka. Významné postavení získala také Komerční banka. Podrobné rozložení klientů mezi jednotlivými bankami znázorňuje graf č. 1.

Graf 1: Využívání hlavního běžného osobního účtu podle banky



Zdroj: vlastní dotazníkové šetření

Ženy svůj běžný osobní účet nejčastěji vedou u Komerční banky a mBank, které obě shodně získaly 16,2 %. Zatímco u mužů s 20,4 % vede Česká spořitelna, následovaná s 14,3 % Fio bankou. Také věkové kategorie vykazují odlišný přístup. V kategorii 18-25 let je nejpreferovanější bankou mBank (19,2 %), na druhém místě se umístila hned trojice bank (Komerční banka, Air Bank a Fio banka) s 15,4 %. V kategorii 26-35 let už s více než 10% náskokem před svými konkurenty zvítězily Air Bank a mBank. Ve starších kategoriích již ale vždy prvenství uhájila Česká spořitelna – v kategorii 36-45 let 19,4 % dotázaných, v kategorii 46-55 let dokonce 37,9 % a v kategorii 56 a více let pak 25 %.

Otázka č. 2: Kritéria při volbě banky

U této otázky bylo respondentům umožněno označit více odpovědí. Tabulka č. 21 uvádí pořadí jednotlivých kritérií při rozhodování o výběru banky. Pro bezmála čtyři pětiny respondentů je nejdůležitějším kritériem výše bankovních poplatků. U skoro poloviny

respondentů je rozhodujícím faktorem také dostupnost poboček a bankomatů. Naopak informace z reklam či médií nemají při volbě banky téměř žádný vliv.

Tabulka 21: Kritéria při volbě banky

Pořadí	Kritérium	Relativní četnost [%]
1.	Výše bankovních poplatků	79,2
2.	Dostupnost poboček a bankomatů	48,2
3.	Celková nabídka bankovních služeb	33,5
4.	Doporučení od známých	32,0
5.	Vlastní zkušenosti s bankou	30,5
6.	Výše úrokových sazeb	28,4
7.	Vstřícný personál	20,8
8.	Snaha mít vše na jednom místě	11,2
9.	Výhodné podmínky pro poskytnutí úvěru	9,1
10.	Velikost banky	8,1
11.	Informace z reklam či médií	3,6

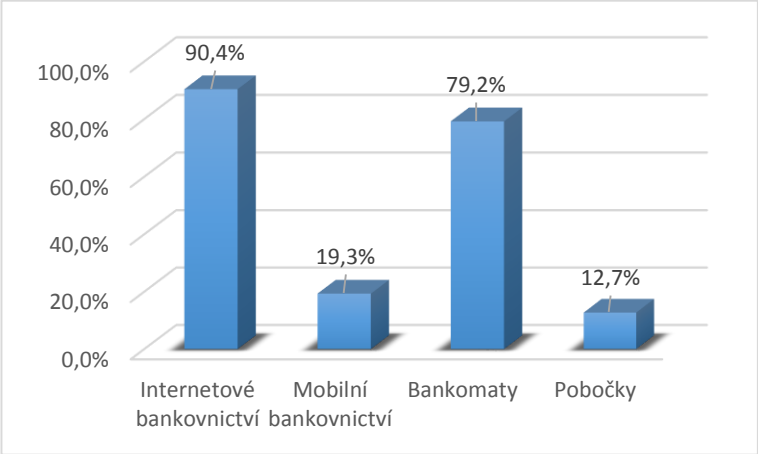
Zdroj: vlastní dotazníkové šetření

Pro ženy hraje důležitější roli doporučení od známých (ve srovnání s muži o 12,9 %) a také vlastní zkušenost s bankou (oproti mužům rozdíl 5,7 %). Významnost faktoru dostupnosti poboček a bankomatů roste s věkem respondentů – zatímco v kategorii 18-25 let je důležitá pro 44,2 % dotazovaných, v kategorii 56 a více let již pro 62,5 %. Opačně je tomu u výše bankovních poplatků, která je pro kategorii 18-25 let zcela zásadním kritériem (90,4 %). V rámci kategorie 56 a více let hrají poplatky roli pro 43,8 % dotazovaných.

Otázka č. 3: Využívání transakčních kanálů

Internetové bankovnictví je díky svému komfortu nejčastěji využívanou formou pro běžné transakce, alespoň jednou měsíčně internetové bankovnictví využije přes 90 % dotazovaných. Pobočky bank jsou využívány, dalo by se říci, jen v nejnutnějších případech (necelých 13 %). Vzhledem k permanentnímu rozvoji mobilních zařízení, roste také využití mobilního bankovnictví, které měsíčně využívá téměř pětina dotazovaných. Klienti se nadále neobejdou bez bankomatů, které využívá bezmála čtyři pětiny dotazovaných. Naopak telefonního bankovnictví pro transakce nevyužívá nikdo z dotazovaných, tento kanál tak zůstává nezbytným jen z hlediska poskytování informací klientům.

Graf 2: Využívání transakčních kanálů



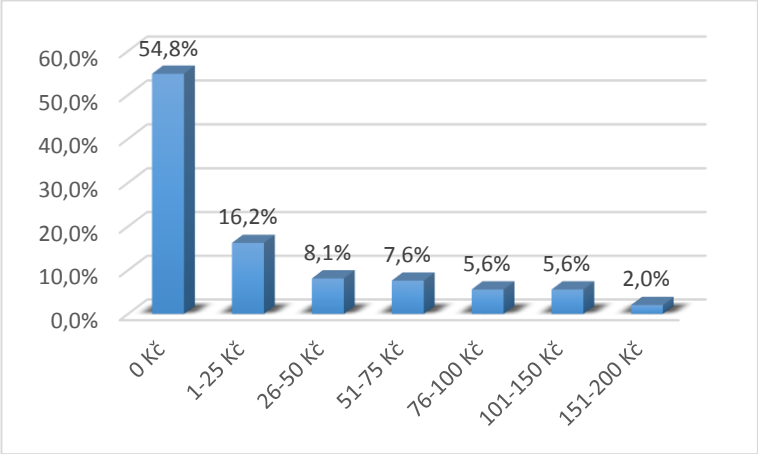
Zdroj: vlastní dotazníkové šetření

Muži pro své transakce využívají mobilní bankovnictví častěji než ženy, kterých je 13,1 %, zatímco mužů je 25,5 %. Čím starší respondent, tím frekventovaněji využívá pobočky bank a naopak méně internetové bankovnictví. Pro srovnání v kategorii 56 a více let pobočky využívá 62,5 % dotazovaných a v kategorii 18-25 let je tomu jen 3,8 %. Naopak internetové bankovnictví využívá 92,3 % dotazovaných v kategorii 18-25 let a 43,8 % dotazovaných v kategorii 56 a více let.

Otázka č. 4: Poplatky na běžném osobním účtu

Více než polovina dotazovaných své bance za využívání běžného osobního účtu neplatí ani korunu. Z grafu č. 3 vyplývá, že četnost odpovědí klesá s výší poplatků. Více než 200 korun pak neplatí žádný z dotazovaných.

Graf 3: Placené poplatky na běžném osobním účtu



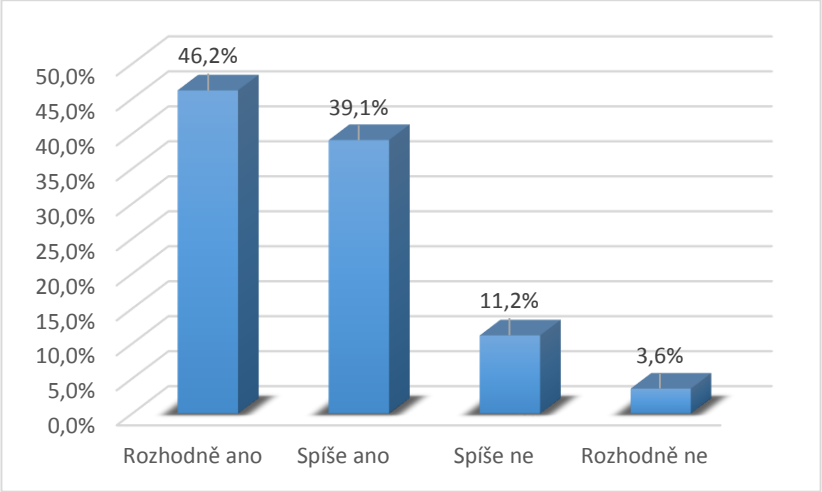
Zdroj: vlastní dotazníkové šetření

Jak vyplynulo z otázky č. 2, pro nejmladší klienty je nejdůležitější výše bankovních poplatků. Tomu odpovídá také fakt, že 84,7 % z nich v kategorii 18-25 let platí své bance za využívání běžného účtu do 25 korun měsíčně. V kategorii 56 a více let je tomu ve 43,8 % případů. 90 % klientů Air Bank a Fio banky a dalších 75 % klientů mBank neplatí žádný poplatek. U Komerční banky a ČSOB poplatky nehradí shodně 33 % klientů. Ze všech sledovaných bank nejmenší číslo vykazuje Česká spořitelna, kde má účet bez poplatku 11,8 % dotazovaných klientů.

Otázka č. 5: Spokojenost s bankou

Většina respondentů (85,3 %) je rozhodně nebo spíše spokojena se svou bankou, u které mají veden svůj hlavní běžný osobní účet. Na druhé straně nespokojenost vůči své bance vyjádřilo necelých 15 % dotazovaných.

Graf 4: Spokojenost s bankou



Zdroj: vlastní dotazníkové šetření

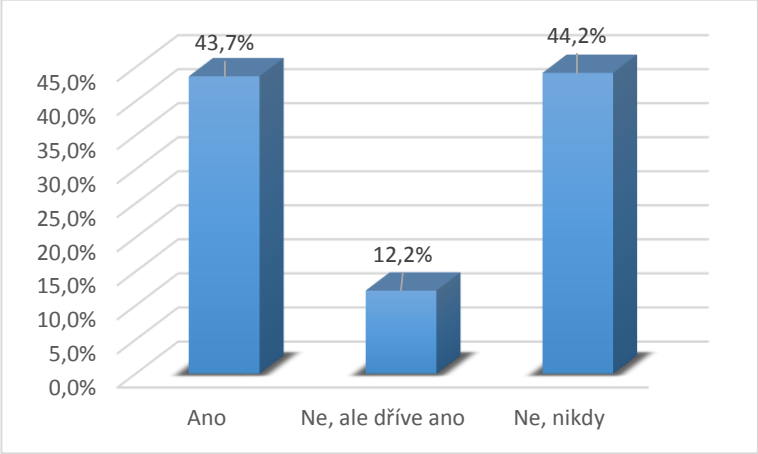
Ženy vyjadřují vyšší míru nespokojenosti ke své bance než muži, a to řádově o 7 %. Z pohledu klientů jednotlivých bank nejvíce nespokojení jsou klienti České spořitelny, u které vyjádřilo nespokojenost 44,1 % respondentů. U další v pořadí, Komerční banky, byla zaznamenána nespokojenost u 28,6 % respondentů. Naopak u Fio banky je nespokojeno pouze 3,9 % klientů a u mBank pak 3,5 % klientů. Klienti Air Bank a ČSOB jsou dokonce se svou bankou bez výjimky spokojeni, i když u ČSOB dvě třetiny z nich pouze částečně.

Otázka č. 6: Zkušenost se změnou banky

Zkušenost se změnou banky má již více než polovina dotazovaných. Během posledních 5 let, kdy český bankovní trh zaznamenal nárůst nových bank, pak svou banku změnilo

43,7 % dotazovaných. Naopak 44,2 % dotazovaných svou banku nikdy neměnilo a stále tak zůstávají věrni svému prvnímu zvolenému bankovnímu domu.

Graf 5: Zkušenost se změnou banky



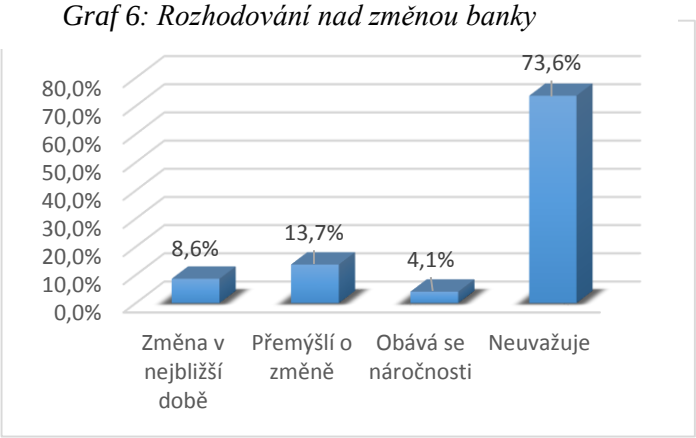
Zdroj: vlastní dotazníkové šetření

Ženy jsou v porovnání s muži své vůbec první bance věrnější o 8,7 %. Nejaktivnější věkovou kategorií je skupina 26-35 let, kde již 75 % dotazovaných svou banku někdy změnilo. Velmi výrazné odchylky byly zjištěny v porovnání jednotlivých bank. Zatímco 82,3 % z řad současných klientů jedné z nízkonákladových bank má se změnou banky zkušenost, u velké trojky 76,3 % klientů naopak svou banku nikdy neměnilo.

Otázka č. 7: Rozhodování nad změnou banky

Téměř tři čtvrtiny respondentů momentálně nad změnou své banky nikterak neuvažuje. Zbytek respondentů nad otázkou změny banky minimálně přemýšlí. 8,6 % z nich plánuje změnu v nejbližší době, dalších 13,7 % nad změnou uvažuje a 4,1 % by svou banku rádo změnilo, ale obávají se, že změna banky je administrativně náročný a zdlouhavý proces.

Graf 6: Rozhodování nad změnou banky



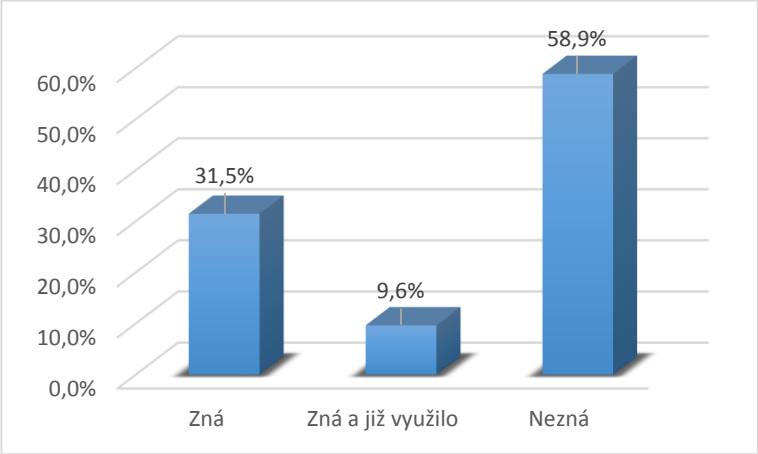
Zdroj: vlastní dotazníkové šetření

Nad změnou své současné banky zdaleka nejvíce uvažují klienti České spořitelny (58,8 %) a Komerční banky (47,6 %). Zajímavým zjištěním je, že 14,3 % z řad nespokojených klientů nad otázkou změny banky vůbec neuvažuje.

Otázka č. 8: Kodex mobility

Přestože již řadu let platí tzv. Kodex mobility, který usnadňuje přechod od jedné banky ke druhé, výsledky šetření ukazují, že o něm vůbec neví skoro tři pětiny dotázaných. Naopak téměř každý desátý již Kodex mobility v rámci procesu změny banky aktivně využil.

Graf 7: Znalost Kodexu mobility



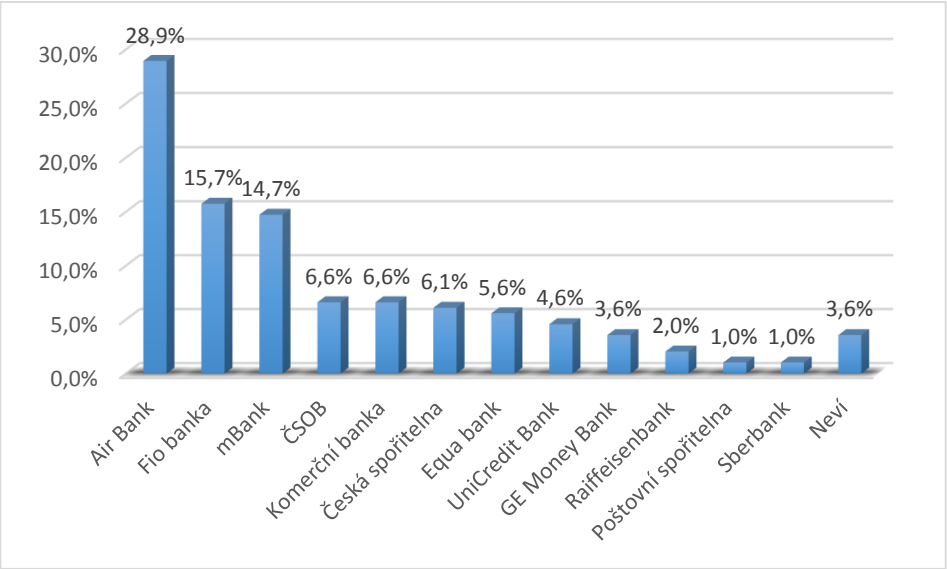
Zdroj: vlastní dotazníkové šetření

Povědomí o Kodexu mobility má každý druhý muž a každá třetí žena. Nejinformovanějšími jsou v tomto směru klienti Air Bank (82,1 %) a Fio banky (61,5 %). Naopak u velké trojky zná Kodex mobility v průměru pouze každý čtvrtý klient. Vysoká neznalost byla zaregistrována také u klientů mBank (69 %), což může být dáno tím, že mBank jako jedna z mála velkých bankovních hráčů na principy Kodexu nepřistoupila.

Otázka č. 9: Volba banky při založení běžného osobního účtu

Pokud by se dnes respondenti znovu rozhodovali, u které banky si založí svůj běžný osobní účet, pro bezmála dvě třetiny z nich by byla první volbou jedna z pěti nových nízkonákladových bank, přičemž nejvíce respondentů (28,9 %) by zamířilo do Air Bank. Naopak jednu ze tří největších tuzemských bank (Českou spořitelnu, ČSOB nebo Komerční banku) by si vybralo pouze 19,3 % dotazovaných. Sedm respondentů nedokázalo jednoznačně odpovědět s tím, že by potřebovali podrobně prostudovat nabídku jednotlivých bank.

Graf 8: Volba banky při novém založení běžného osobního účtu



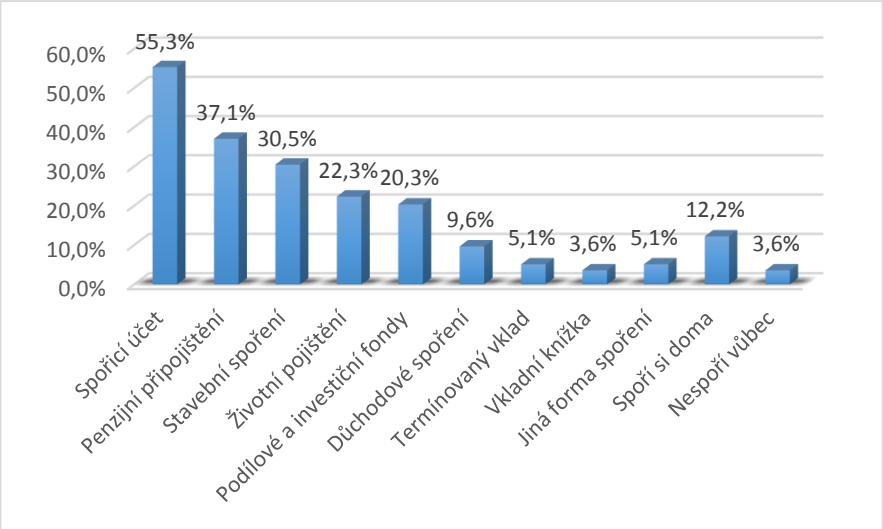
Zdroj: vlastní dotazníkové šetření

Klienti nízkonákladových bank si svou současnou banku převážně zvolili i při opětovném zakládání běžného účtu (Air Bank 92,9 %, Fio banka 84,6% a mBank 72,4 %). 73,3 % klientů ČSOB by rovněž u své banky zůstalo, 20 % z nich by však již volilo Air Bank. České spořitelně by zůstalo loajální jen 32,4 % současných klientů, 23,5 % by jich odešlo do Air Bank, 14,7 % do mBank a dalších 11,8 % do Komerční banky. Té by zůstal věrný přesně každý třetí současný klient, 28,6 % by se přesunulo k Air Bank a 14,3 % do mBank.

Otázka č. 10: Spořicí produkty

Jelikož mohou klienti bank využívat vícero spořicích produktů, bylo respondentům u této otázky umožněno označit více odpovědí. Nejčastěji využívaným produktem pro spoření volných finančních prostředků je u dotazovaných spořicí účet, který využívá více než polovina z nich. Další více než třetina dotazovaných uvedla, že mají uzavřená penzijní připojištění. Třetím nejčastějším spořicím produktem je stavební spoření, které má uzavřeno přes 30 % dotázaných. Kompletní výčet znázorňuje graf č. 7. Naopak více než 15 % dotazovaných nevyužívá žádný spořicí produkt, a to z důvodů, že jim již nezbývají žádné volné prostředky ke spoření, nebo si peníze stranou ukládají pouze doma.

Graf 9: Využívání spořicích produktů

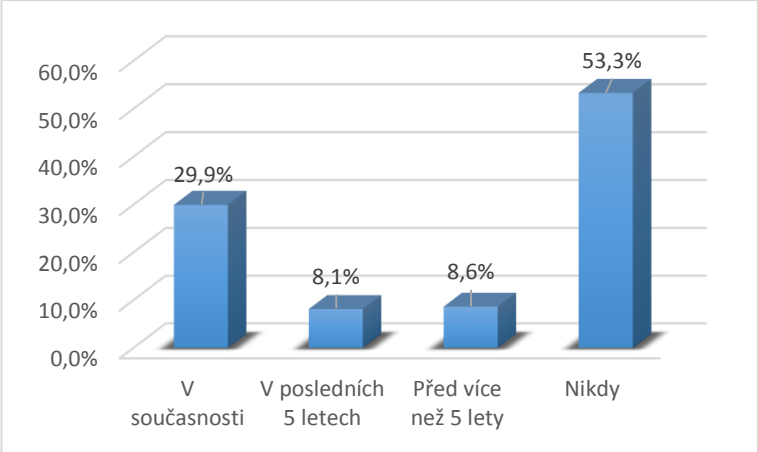


Zdroj: vlastní dotazníkové šetření

Otázka č. 11: Zkušenost s úvěrovými produkty

Necelá polovina respondentů si už alespoň jednou v životě půjčila peníze. Bezmála 30 % dotázaných v současnosti splácí úvěrovou jistinu a dalších 8,1 % má zkušenost s úvěrem v posledních pěti letech.

Graf 10: Zkušenost s úvěrovými produkty



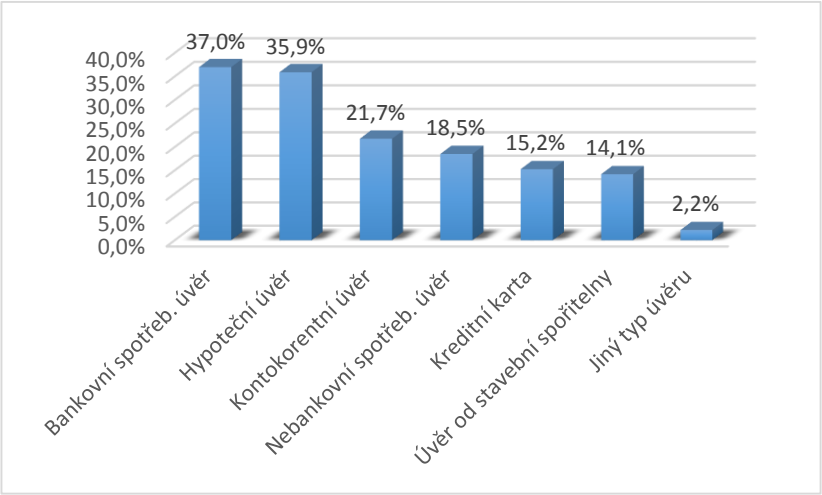
Zdroj: vlastní dotazníkové šetření

Zkušenost s úvěrem roste s dosaženým věkem. V kategorii 18-25 let si někdy půjčilo peníze 21,2 % dotázaných, zatímco v kategorii 56 a více let je tomu již 87,5 % dotázaných.

Otázka č. 12: Využívání úvěrových produktů

U respondentů, kteří již mají zkušenost s úvěrovými produkty, je nejčastěji využíván bankovní spotřebitelský (37,0 %) a hypoteční (35,9 %) úvěr. Rozšířené je i sjednávání kontokorentu a nebankovního spotřebitelského úvěru. Podrobný přehled uvádí graf č. 11.

Graf 11: Využívání úvěrových produktů

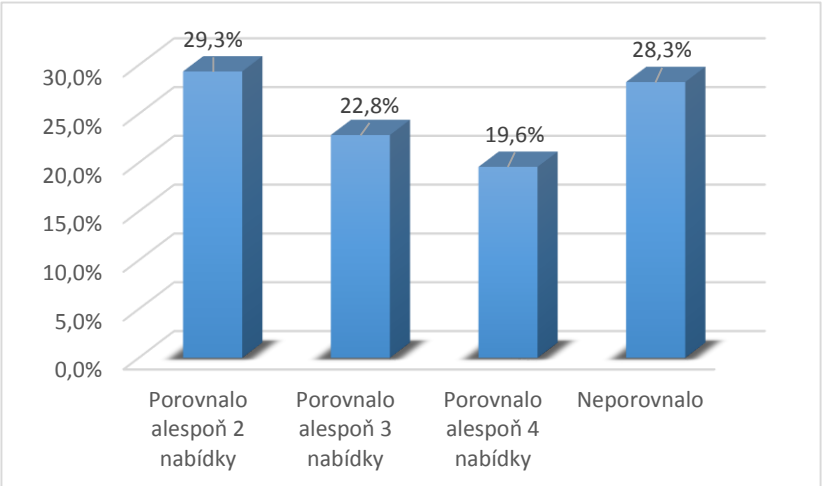


Zdroj: vlastní dotazníkové šetření

Otázka č. 13: Aktivita před uzavřením úvěru

Šetření ukázalo, že více než čtvrtina respondentů si před uzavřením úvěru aktivně nesrovnává podmínky konkurenčních nabídek. Naproti tomu necelá pětina respondentů již porovnává nabídky alespoň čtyř poskytovatelů úvěrových produktů.

Graf 12: Aktivita před uzavřením úvěru



Zdroj: vlastní dotazníkové šetření

Otázka č. 14: Kritéria při rozhodování o sjednání úvěru

U této otázky bylo respondentům umožněno označit více odpovědí. Tabulka č. 22 zobrazuje pořadí jednotlivých kritérií při rozhodování o sjednání úvěrového produktu. Za zásadní parametry úvěru během rozhodovacího procesu respondenti nejvíce uvádějí celkovou částku, kterou přeplatí a výši měsíční splátky. Výše úrokové sazby hraje o 13,2 procentních bodů důležitější roli než RPSN, která má ovšem vyšší vypovídající hodnotu. Další úvěrové podmínky jako např. zajištění či podmínky předčasného splacení nemají velký význam.

Tabulka 22: Kritéria při rozhodování o sjednání úvěru

Pořadí	Kritérium	Relativní četnost [%]
1.	Celková splatná částka	68,8
2.	Výše měsíční splátky	61,7
3.	Výše úrokové sazby	52,3
4.	RPSN	39,1
5.	Délka úvěru	36,7
6.	Rychlost získání úvěru	14,8
7.	Jiné podmínky	1,6

Zdroj: vlastní dotazníkové šetření

5.4.3 Testování závislosti kvalitativních znaků

Závislost běžného osobního účtu podle banky a věku

Je provedeno testování nulové hypotézy H_0 o nezávislosti výběru typu banky pro využívání běžného osobního účtu na věku klienta.

Tabulka 23: Závislost běžného osobního účtu podle banky a věku

Věk	Běžný osobní účet podle banky		Celkem
	Velká banka	Nízkonákladová banka	
18 – 25 let	25	27	**52**
26 – 35 let	24	40	**64**
36 – 45 let	24	12	**36**
46 – 55 let	21	8	**29**
56 a více let	10	6	**16**
Celkem	**104**	**93**	**197**

Zdroj: vlastní zpracování

Vypočtená hodnota chí-kvadrátu: $\chi^2 = 14{,}335$

Tabulková hodnota chí-kvadrátu: $\chi^2_{(0{,}05;4)} = 9{,}488$

Protože $\chi^2 > \chi^2_{(0,05;4)}$, nulová hypotéza H_0 se na hladině významnosti 0,05 zamítá ve prospěch alternativní hypotézy H_1, z čehož vyplývá, že mezi oběma znaky byla prokázána statisticky významná závislost. S 95% pravděpodobností lze tedy konstatovat, že výběr typu banky pro vedení běžného osobního účtu je ovlivněno věkem klienta. Hodnota Pearsonova kontingenčního koeficientu $C = 0{,}260$ však indikuje pouze slabou závislost. Klienti s nižším věkem poměrově spíše využívají nízkonákladové banky na rozdíl od starších klientů, kteří ve větší míře využívají velké banky.

Závislost měsíčních bankovních poplatků a měsíčního příjmu

Je provedeno testování nulové hypotézy H_0 o nezávislosti placených bankovních poplatků za využívání běžného osobního účtu na výši měsíčního příjmu klienta. Protože výchozí kontingenční tabulka nesplňovala podmínky použití testu (více než 20 % teoretických četností bylo menších než 5), byly sloučeny příjmové kategorie „10.001-15.000 Kč“ s „15.001-20.000 Kč“, „20.001-25.000 Kč“ s „25.001-30.000 Kč“ a „30.001-40.000 Kč“ s „nad 40.000 Kč“, dále byly sloučeny poplatkové kategorie „51-75 Kč“, „76-100 Kč“, „101-150 Kč“ a „151-200 Kč“ do jedné souhrnné.

Tabulka 24: Závislost placených bankovních poplatků a měsíčního příjmu

Příjem	**Měsíční bankovní poplatky**				**Celkem**
	0 Kč	**1 – 25 Kč**	**26 – 50 Kč**	**nad 50 Kč**	
do 10.000 Kč	30	9	5	8	**52**
10.001 – 20.000 Kč	43	10	5	7	**65**
20.001 – 30.000 Kč	25	10	3	13	**51**
nad 30.000 Kč	10	3	3	13	**29**
Celkem	**108**	**32**	**16**	**41**	**197**

Zdroj: vlastní zpracování

Vypočtená hodnota chí-kvadrátu: $\chi^2 = 18{,}252$

Tabulková hodnota chí-kvadrátu: $\chi^2_{(0,05;9)} = 16{,}919$

Protože $\chi^2 > \chi^2_{(0,05;9)}$, nulová hypotéza H_0 se na hladině významnosti 0,05 zamítá ve prospěch alternativní hypotézy H_1, z čehož vyplývá, že mezi oběma znaky byla prokázána statisticky významná závislost. S 95% pravděpodobností lze tedy konstatovat, že výše bankovních poplatků za využívání běžného osobního účtu je ovlivněna měsíčním příjmem klienta. Hodnota Pearsonova kontingenčního koeficientu $C = 0{,}291$ však indikuje pouze slabou závislost. Klienti s nižším příjmem poměrově spíše své bance platí nižší poplatky

za využívání běžného osobního účtu na rozdíl od klientů z vyšších příjmových tříd, kteří platí poplatky ve větší míře.

Závislost zkušenosti se změnou banky a věku

Je provedeno testování nulové hypotézy H_0 o nezávislosti zkušenosti se změnou své hlavní banky na věku klienta.

Tabulka 25: Závislost zkušenosti se změnou banky a věku

Věk	**Zkušenost se změnou banky**		**Celkem**
	ANO	**NE**	
18 – 25 let	25	27	**52**
26 – 35 let	48	16	**64**
36 – 45 let	17	19	**36**
46 – 55 let	12	17	**29**
56 a více let	8	8	**16**
Celkem	**110**	**87**	**197**

Zdroj: vlastní zpracování

Vypočtená hodnota chí-kvadrátu: $\chi^2 = 14{,}563$

Tabulková hodnota chí-kvadrátu: $\chi^2_{(0{,}05;4)} = 9{,}488$

Protože $\chi^2 > \chi^2_{(0{,}05;4)}$, nulová hypotéza H_0 se na hladině významnosti 0,05 zamítá ve prospěch alternativní hypotézy H_1, z čehož vyplývá, že mezi oběma znaky byla prokázána statisticky významná závislost. S 95% pravděpodobností lze tedy konstatovat, že zkušenost se změnou banky je ovlivněna věkem klienta. Hodnota Pearsonova kontingenčního koeficientu $C = 0{,}262$ však indikuje pouze slabou závislost. Klienti s nižším věkem poměrově spíše neváhají svou banku změnit na rozdíl od starších klientů, kteří jsou své bance věrní ve větší míře.

Závislost znalosti Kodexu mobility a pohlaví

Je provedeno testování nulové hypotézy H_0 o nezávislosti znalosti Kodexu mobility na pohlaví klienta.

Tabulka 26: Závislost znalosti Kodexu mobility a pohlaví

Pohlaví	Znalost Kodexu mobility		Celkem
	ANO	NE	
Muž	49	49	**98**
Žena	32	67	**99**
Celkem	**81**	**116**	**197**

Zdroj: vlastní zpracování

Vypočtená hodnota chí-kvadrátu: $\chi^2 = 6{,}356$

Tabulková hodnota chí-kvadrátu: $\chi^2_{(0{,}05;1)} = 3{,}841$

Protože $\chi^2 > \chi^2_{(0{,}05;1)}$, nulová hypotéza H_0 se na hladině významnosti 0,05 zamítá ve prospěch alternativní hypotézy H_1, z čehož vyplývá, že mezi oběma znaky byla prokázána statisticky významná závislost. S 95% pravděpodobností lze tedy konstatovat, že znalost Kodexu mobility je ovlivněna pohlavím klienta. Hodnota Pearsonova kontingenčního koeficientu $C = 0{,}177$ však indikuje pouze slabou závislost. Muži poměrově vykazují spíše vyšší míru informovanosti o Kodexu mobility, než ženy.

Závislost počtu využívaných spořicích produktů a měsíčního příjmu

Je provedeno testování nulové hypotézy H_0 o nezávislosti počtu využívaných spořicích produktů na výši měsíčního příjmu klienta. Protože výchozí kontingenční tabulka nesplňovala podmínky použití testu (více než 20 % teoretických četností bylo menších než 5), byly sloučeny příjmové kategorie „10.001-15.000 Kč“ s „15.001-20.000 Kč“, „20.001-25.000 Kč“ s „25.001-30.000 Kč“ a „30.001-40.000 Kč“ s „nad 40.000 Kč“, dále byly sloučeny kategorie počtu využívaných produktů „čtyři“, „pět“ a „šest“ do jedné souhrnné.

Tabulka 27: Závislost počtu využívaných spořicích produktů a měsíčního příjmu

Příjem	Počet využívaných spořicích produktů					Celkem
	Žádný	Jeden	Dva	Tři	Čtyři a více	
do 10.000 Kč	8	16	18	5	5	**52**
10.001 – 20.000 Kč	7	29	12	14	3	**65**
20.001 – 30.000 Kč	2	18	18	6	7	**51**
nad 30.000 Kč	0	7	9	6	7	**29**
Celkem	**17**	**70**	**57**	**31**	**22**	**197**

Zdroj: vlastní zpracování

Vypočtená hodnota chí-kvadrátu: $\chi^2 = 24{,}480$

Tabulková hodnota chí-kvadrátu: $\chi^2_{(0{,}05;12)} = 21{,}026$

Protože $\chi^2 > \chi^2_{(0{,}05;12)}$, nulová hypotéza H_0 se na hladině významnosti 0,05 zamítá ve prospěch alternativní hypotézy H_1, z čehož vyplývá, že mezi oběma znaky byla prokázána statisticky významná závislost. S 95% pravděpodobností lze tedy konstatovat, že počet využívaných spořicích produktů je ovlivněn měsíčním příjmem klienta. Hodnota Pearsonova kontingenčního koeficientu $C = 0{,}332$ však indikuje pouze slabou závislost. Klienti z vyšších příjmových tříd poměrově spíše využívají větší počet spořicích produktů na rozdíl od klientů s nižšími příjmy, kterým na vyšší využívání spořicích produktů nezbývá dostatek volných finančních prostředků.

Závislost využívání spořicího účtu a pohlaví

Je provedeno testování nulové hypotézy H_0 o nezávislosti využívání spořicího účtu na pohlaví klienta.

Tabulka 28: Závislost využívání spořicího účtu a pohlaví

Pohlaví	Využívání spořicího účtu		Celkem
	ANO	NE	
Muž	54	44	**98**
Žena	55	44	**99**
Celkem	**109**	**88**	**197**

Zdroj: vlastní zpracování

Vypočtená hodnota chí-kvadrátu: $\chi^2 = 0{,}004$

Tabulková hodnota chí-kvadrátu: $\chi^2_{(0{,}05;1)} = 3{,}841$

Protože $\chi^2 < \chi^2_{(0,05;1)}$, nulová hypotéza H_0 se na hladině významnosti 0,05 přijímá, z čehož vyplývá, že mezi oběma znaky nebyla prokázána statisticky významná závislost. S 95% pravděpodobností lze tedy konstatovat, že míra využívání spořicího účtu není ovlivněna pohlavím klienta. Muži i ženy poměrově využívají spořicí účet ke spoření svých volných finančních prostředků ve stejné míře.

Závislost využívání úvěrového produktu a pracovního postavení

Je provedeno testování nulové hypotézy H_0 o nezávislosti využívání úvěrových produktů na pracovním postavení klienta. Protože výchozí kontingenční tabulka nesplňovala podmínky použití testu (více než 20 % teoretických četností bylo menších než 5), byly do jedné sloučeny pracovní kategorie „mateřská/rodičovská dovolená“ a „nezaměstnaný“.

Tabulka 29: Závislost využívání úvěrového produktu a pracovního postavení

Pracovní postavení	Využívání úvěrového produktu		Celkem
	ANO	NE	
Soukromý zaměstnanec	48	44	**92**
Státní zaměstnanec	12	7	**19**
Podnikatel (OSVČ)	13	7	**20**
Student	5	36	**41**
Mateřská/rodičovská dovolená / Nezaměstnaný	4	10	**14**
Důchodce/invalidní důchodce	10	1	**11**
Celkem	**92**	**105**	**197**

Zdroj: vlastní zpracování

Vypočtená hodnota chí-kvadrátu: $\chi^2 = 35{,}963$

Tabulková hodnota chí-kvadrátu: $\chi^2_{(0,05;5)} = 11{,}071$

Protože $\chi^2 > \chi^2_{(0,05;5)}$, nulová hypotéza H_0 se na hladině významnosti 0,05 zamítá ve prospěch alternativní hypotézy H_1, z čehož vyplývá, že mezi oběma znaky byla prokázána statisticky významná závislost. S 95% pravděpodobností lze tedy konstatovat, že využívání úvěrových produktů je ovlivněno pracovním postavením klienta. Hodnota Pearsonova kontingenčního koeficientu $C = 0{,}393$ však indikuje pouze slabou závislost. Ekonomicky aktivní klienti poměrově spíše využívají úvěrové produkty na rozdíl od klientů bez pracovního příjmu, kteří by neměli z čeho splácet úvěrovou jistinu.

Závislost využívání spotřebitelského úvěru a dosaženého vzdělání

Je provedeno testování nulové hypotézy H_0 o nezávislosti využívání spotřebitelského úvěru na dosaženém vzdělání klienta. Protože výchozí kontingenční tabulka nesplňovala podmínky použití testu (více než 20 % teoretických četností bylo menších než 5), byly do jedné sloučeny kategorie „základní“ s „střední bez maturity“ a „vyšší odborné“ s „vysokoškolské“.

Tabulka 30: Závislost využívání spotřebitelského úvěru a vzdělání

Vzdělání	Využívání spotřebitelského úvěru		Celkem
	ANO	NE	
Základní / Střední bez maturity	4	12	**16**
Střední s maturitou	14	50	**64**
Vyšší odborné / Vysokoškolské	28	89	**117**
Celkem	**46**	**151**	**197**

Zdroj: vlastní zpracování

Vypočtená hodnota chí-kvadrátu: $\chi^2 = 0{,}124$

Tabulková hodnota chí-kvadrátu: $\chi^2_{(0{,}05;2)} = 5{,}991$

Protože $\chi^2 < \chi^2_{(0{,}05;2)}$, nulová hypotéza H_0 se na hladině významnosti 0,05 přijímá, z čehož vyplývá, že mezi oběma znaky nebyla prokázána statisticky významná závislost. S 95% pravděpodobností lze tedy konstatovat, že míra využívání spotřebitelského úvěru není ovlivněna dosaženým vzděláním klienta. Vysokoškoláci i klienti např. s výučním listem poměrově využívají spotřebitelský úvěr k financování svých vlastních potřeb ve stejné míře.

5.5 Návrhy a doporučení

Nejenom vlivem nástupu nových bank lze současný bankovní trh na území České republiky označit za vysoce konkurenční. Jednotlivé banky nabízejí široká portfolia produktů a služeb, které jsou si ve své podstatě velmi podobné. To, co banky navzájem výrazně odlišuje, je zejména poplatková politika a politika stanovení úrokových sazeb u těchto produktů. Tyto kritéria jsou také jedna z nejzásadnějších, která mohou klienty přesvědčit o výhodnosti daného produktu u konkrétní banky. Samotný výběr optimálního bankovního produktu závisí na individuálních požadavcích klienta. Proto, aby měl klient své finance investované maximálně efektivně a účelně dle vlastních potřeb, musí si sám aktivně vyhledat a srovnat podmínky konkurenčních nabídek.

Postoj českých bankovních klientů je ale spíše konzervativní. Všeobecně lze tvrdit, že jsou Češi pohodlní a nemají rádi změny, z čehož plyne, že také málo přímo jednají. A tak v případě, že si klient u vybrané banky založí nějaký produkt, obvykle u banky zůstává i za cenu vlastní nespokojenosti, nebo toho, že konkurenční banka pro něj nabízí výhodnější podmínky. Tento fakt v konkurenčním boji nahrává tradičním velkým bankám. Ohrožením je pro ně nastoupivší moderní generace Y, která využívá především služeb nízkonákladových bank, protože hlavní rozhodovací roli u nich hraje výše bankovních poplatků, přičemž klesá významnost dostupnosti poboček a bankomatů. Vzhledem k tomu, že se dnes tradiční velké banky opírají zejména o klientelu starší 40 let, v budoucnosti jim hrozí nemalý pokles klientů. Řešením by měla být snaha o snížení bankovních poplatků na minimum. Poplatky za vedení účtů, zpracování žádosti o poskytnutí úvěru, odchozí platby či výběr z vlastního bankomatu pak zrušit úplně. Ve své podstatě totiž klienti uložením svých finančních prostředků na účet tyto prostředky bance půjčují, která s nimi dále disponuje a investuje ve svůj prospěch.

Pro zvýšení konkurenceschopnosti nízkonákladových bank stojí za uvážení rozšíření jejich stávajícího portfolia o všechny standardně využívané bankovní služby a produkty. Celková nabídka bank je totiž jedním z důležitých kritérií při volbě banky. V nabídce nízkonákladových bank by tak kromě běžného účtu, spořicího účtu a spotřebitelského úvěru neměly chybět ani kontokorent, kreditní karta a hypoteční úvěr, čímž zároveň mohou zajistit, aby klienti kvůli těmto produktům neodcházeli ke konkurenci. Své marketingové aktivity by dále měly zaměřit na rozšíření povědomí ohledně Kodexu mobility, o kterém stále neví více než polovina populace, a klást tak důraz na to, že přechod od jedné banky ke druhé je jednoduchá záležitost.

Pro všechny banky platí, že ideálním klientem je takový klient, který u své banky využívá více produktů naráz, je vůči své bance loajální a svou banku dále doporučuje svým příbuzným a přátelům. Proto je vhodný personalizovaný přístup, kdy banka ke klientovi přistupuje individuálně, analyzuje jeho chování a na jeho základě mu nabídne vhodnou formu určitého zvýhodnění. To je možné zajistit např. snížením úroků v případě řádného splácení úvěru, u spořicího účtu, jakožto nejoblíbenějšího spořicího produktu, nastavit vyšší úročení pro období, ve kterém klient nevybíral žádné finanční prostředky, při aktivním placení debetní kartou nabídnout bonus v podobě výběru z bankomatu cizí banky zdarma, odměnit klienta v den jeho narozenin či výročí od založení společného partnerství.

Tímto přístupem klient získá pocit, že o něj banka jeví zájem, že o jeho finance je postaráno a nebude tak mít potřebu přestoupit ke konkurenci.

Bankám lze dále doporučit, aby jejich komunikace s klienty byla maximálně jednoduchá, srozumitelná a dostupná. Podmínky využívání bankovních produktů by měly být jasné a přehledné, aby klient ihned po prvním přečtení měl přehled o tom, co může od daného produktu očekávat a jaké jsou s ním spojené náklady. Banky by také měly odstoupit od požadavku provázání některých produktů, kdy klient např. při čerpání úvěru má povinnost založit si i běžný účet. Jakékoliv vynucovací jednání je nežádoucí a pro řadu klientů může být i neakceptovatelné.

Dnešní doba je dobou informačních a komunikačních technologií. Pokrok lze výrazně sledovat také v bankovnictví. Současné banky se již neobejdou bez podpory na straně moderních technologií, proto je třeba inovacím v této oblasti věnovat značnou pozornost. Stále častěji dochází ze stran klientů k většímu využívání digitálních technologií na úkor osobních návštěv poboček bank. Stalo se samozřejmostí, že klienti při vyřizování požadavků v rámci svých finančních prostředků v mnoha případech ani nemusí přijít do styku s pobočkovými pracovníky bank. Díky internetovému a mobilnímu bankovnictví mohou vše snadno a rychle vyřídit na jakémkoliv místě. Úlohou bank by mělo být tyto technologie maximálně využít. Nedílnou součástí by mělo být responzivní zobrazení internetového bankovnictví a kompatibilita mobilního bankovnictví se všemi rozšířenými operačními systémy. Tyto kanály by měly zaručit spolehlivé, bezpečné a komplexní řízení vlastních financí, včetně možnosti zřízení či zrušení běžných a spořicích účtů, platebních karet, úvěrových produktů apod. Zajištěna by měla být také uživatelská přívětivost, přehlednost, rychlost a jednoduchost vytváření platebních příkazů. Další důležitou součástí těchto kanálů by měla být i možnost členění transakcí do kategorií, vytváření finančních přehledů pomocí interaktivních grafů nebo vyhledávání nejbližších poboček a bankomatů prostřednictvím geolokace.

6 ZÁVĚR

Diplomová práce komparuje bankovní produkty pro retailové klienty nabízené bankami na českém bankovním trhu s použitím statistických metod v závislosti na individuálních preferencích klientů. Komparace je zaměřena na tradiční velké banky oproti novým nízkonákladovým bankám. Srovnávána je aktuální nabídka běžných účtů, spořicích účtů a spotřebitelských úvěrů z portfolia České spořitelny, Československé obchodní banky, Komerční banky, mBank, Fio banky a Air Bank. Dále jsou analyzovány časové řady počtu klientů a počtu běžných účtů za období 2004 – 2013 pro Českou spořitelnu a Komerční banku. Závěrem jsou vyhodnoceny preference klientů bank vycházející z vlastního dotazníkového šetření.

Z podrobené komparace vyplývá, že stejné služby využívané v rámci běžného účtu může mít klient u jedné banky zcela zdarma, u jiné zase klidně i za několik desítek korun měsíčně. Nejvýhodnější běžný účet nabízí Air Bank, u které klient za běžně používané služby neplatí ani korunu, navíc při aktivním využívání platební karty dosáhne i na bonusové úročení zůstatku na běžném účtu stejným úrokem jako na spořicím účtu, tedy 1,1 % p. a. S tímto úrokem Air Bank poskytuje také nejlepší podmínky při srovnání spořicích účtů, jejich klienti mají díky TOP3 garanci i záruku dlouhodobě výhodného spoření. U ostatních bank je zhodnocení prostředků velmi nízké, neboť drží sazby hluboko pod 1 % p. a. Nejlevnější úrokovou sazbu u spotřebitelského úvěru má Komerční banka, která v rámci modelového příkladu 110 tisíc korun se splatností 4 roky nabídla úvěr s reálnou RPSN ve výši 9 %. Průzkum poukázal mj. na velké rozdíly, které v těchto sazbách na trhu panují. Mezi nejnižší a nejvyšší RPSN je více než 10% rozdíl. V celkovém hodnocení se jako nejekonomičtější volbou jeví Air Bank, naopak stávající neotřesitelná jednička na českém bankovním trhu, Česká spořitelna, nabízí jak u běžných účtů, tak u spotřebitelských úvěrů nejdražší varianty, pouze v rámci spořicích účtů poskytuje druhou nejlepší úrokovou sazbu.

Analýza ukazatelů České spořitelny značí v oblasti celkového počtu klientů klesající trend řádově o 10 tisíc ročně, naopak počet běžných účtů vykazuje rostoucí trend o téměř 40 tisíc klientů. U Komerční banky oba tyto ukazatele vykazují rostoucí trend, u celkového počtu klientů je možné sledovat nárůst o 50 tisíc klientů ročně a u počtu běžných účtů pak roční nárůst přes 25 tisíc. Nepotvrdilo se tedy, že by vstupem nových nízkonákladových bank došlo k oslabení pozic tradičních velkých bank. A to i přesto, že nové banky registrují

pravidelný roční nárůst klientů řádově o několik desítek tisíc. Z toho lze usuzovat, že klienti využívají bankovní účty u více bank, a než aby přistoupili ke změně, k nově založenému účtu si raději ponechají i ten stávající.

Z dotazníkového šetření vychází jednoznačné preference u klientů rozdílného věku. Zatímco u mladých jsou nejvyužívanějšími nízkonákladové banky, s přibývajícím věkem vzrůstá obliba tradičních bank. Při volbě banky má na rozhodování klientů velký vliv výše bankovních poplatků, dostupnost poboček a bankomatů, celková nabídka bankovních služeb a také doporučení od známých. Významnost faktoru dostupnosti poboček a bankomatů roste s věkem klientů, zcela opačně je tomu u výše bankovních poplatků, která je pro nejmladší věkovou kategorii naprosto zásadním kritériem. Důležitou roli hrají moderní technologie, když z hlediska transakčních kanálů se pro většinu klientů stalo internetové bankovnictví nepostradatelnou záležitostí, roste také využití mobilního bankovnictví, které je častěji využíváno než pobočky bank. Již více než polovina klientů někdy změnila svou hlavní banku, přibližně stejný počet klientů ale nemá ponětí o existenci Kodexu mobility, toto číslo navyšují zejména klienti tradičních velkých bank, kde zná Kodex v průměru pouze každý čtvrtý klient. Pokud by se dnes klienti měli znovu rozhodnout, u které banky si založí svůj běžný účet, pro bezmála dvě třetiny z nich by byla první volbou jedna z pěti nových nízkonákladových bank, nejvíce klientů by pak zamířilo do Air Bank. Nejčastěji využívaným spořicím produktem je u klientů spořicí účet, mezi nejvyužívanější se řadí také penzijní připojištění a stavební spoření. Alespoň jednou v životě si již půjčila peníze necelá polovina klientů, nejvíce využívanými úvěrovými produkty jsou spotřebitelský a hypoteční úvěr. Za zásadní parametry během rozhodovacího procesu o sjednání úvěru klienti považují celkovou částku, kterou přeplatí, výši měsíční splátky a výši úrokové sazby.

Pomocí statistické analýzy vícerozměrných dat byly zjišťovány předpoklady vycházející z výsledků dotazníkového šetření. Bylo stanoveno osm hypotéz o vzájemné nezávislosti dvou znaků, z nichž u šesti případů byla prokázána statisticky významná závislost. Bylo potvrzeno, že klienti s nižším věkem poměrově více využívají nízkonákladové banky a nebojí se svou banku změnit, na rozdíl od starších klientů, kteří ve větší míře využívají tradiční velké banky, kterým jsou navíc více loajální. Dále bylo zjištěno, že klienti s nižším měsíčním příjmem platí své bance poměrově nižší poplatky za využívání běžného osobního účtu než klienti z vyšších příjmových tříd, kteří naproti tomu využívají větší počet spořicích produktů. Prokázáno bylo i to, že oproti ženám muži vykazují vyšší míru informovanosti

o Kodexu mobility, a že ekonomicky aktivní klienti více využívají úvěrové produkty na rozdíl od klientů bez pracovního příjmu.

Na českém bankovním trhu panuje zdravá konkurence. Vstup nových bank zapříčinil zlepšení jak celkové nabídky, tak klientského přístupu. Současné portfolio produktů a služeb nabízené všemi bankami napříč trhem je natolik pestré, že dokáže uspokojit potřeby klientů všech věkových i příjmových kategorií. Samotný výběr požadovaného produktu závisí na individuálních požadavcích klienta.

Aby tradiční velké banky neztrácely zejména mladou skupinu klientů, lze jim doporučit změnit svou poplatkovou politiku směrem k vyšší transparentnosti. Naopak pro zvýšení konkurenceschopnosti nízkonákladových bank je vhodné rozšířit stávající nabídku o všechny standardně využívané bankovní produkty a služby. Všem bankám lze jedině navrhnout, aby ještě zdokonalovaly svůj osobní přístup ke každému klientovi a na základě jeho chování mu nabízely personalizované služby. Komunikace s klientem by měla být vždy založena především na jednoduchosti s maximální mírou potlačení byrokracie. Banky by měly v neposlední řadě také zaujmout značnou pozornost do inovací v oblasti informačních a komunikačních technologií.

7 SEZNAM POUŽITÝCH ZDROJŮ

Monografické zdroje

ČESKO. Zákon č. 21/1992 Sb., o bankách. In: *Sbírka zákonů*. 2014. Dostupné z: http://portal.gov.cz/app/zakony/download?idBiblio=39677&nr=21~2F1992~20Sb.&ft=pdf

DVOŘÁK, Petr. *Bankovnictví pro bankéře a klienty*. 3. přeprac. a rozš. vyd. Praha: Linde, 2005, 681 s. ISBN 80-7201-515-X.

HENZLOVÁ, Š., F. JIRÁSEK, V. KLIMEŠ, J. KRABEC a E. STEHLÍK. *Základy bankovnictví*. Praha: Bankovní institut vysoká škola, 2003, 146 s. ISBN 80-7265-052-1.

HINDLS, R., S. HRONOVÁ a J. SEGER. *Statistika pro ekonomy*. 4. vyd. Praha: Professional Publishing, 2003, 415 s. ISBN 80-86419-52-5.

HOŠKOVÁ, P., A. JINDROVÁ a R. PROCHÁZKOVÁ. *Statistika v manažerské a obchodní praxi: Základní metody a postupy řešení v programu STATISTICA* [online]. 2014 [cit. 2015-03-20]. Dostupné z: https://moodle.czu.cz/pluginfile.php/203697/mod_folder/content/0/Statistika%20v%20mana%C5%BEersk%C3%A9%20a%20obcodn%C3%AD%20praxi-2014%20-%20verze%20I.pdf?forcedownload=1

JENÍK, Ivo. *Dohled a regulace finančního trhu*. Praha: Všehrd, 2011, 116 s. ISBN 978-808-5305-487.

KALABIS, Zbyněk. *Bankovní služby v praxi*. Brno: Computer Press, 2005, 148 s. ISBN 80-251-0882-1.

KALABIS, Zbyněk. *Základy bankovnictví: bankovní obchody, služby, operace a rizika*. Brno: BizBooks, 2012, 168 s. ISBN 978-80-265-0001-8.

KLEIN, Gerald. *Dictionary of banking*. 2. vyd. Londýn: Pitman, 1995, 348 s. ISBN 0-273-61424-X.

KODEX: Mobilita klientů - postup při změně banky. In: *Česká bankovní asociace* [online]. 2009 [cit. 2014-11-02]. Dostupné z: https://www.czech-ba.cz/sites/default/files/down_7109.pdf

KOZEL, Roman. *Moderní marketingový výzkum*. Praha: Grada, 2006, 277 s. ISBN 978-80-247-0966-6.

KOZEL, R., L. MYNÁŘOVÁ a H. SVOBODOVÁ. *Moderní metody a techniky marketingového výzkumu*. Praha: Grada, 2011, 304 s. ISBN 978-80-247-3527-6.

POLOUČEK, Stanislav. *Bankovnictví*. 2. vyd. Praha: C. H. Beck, 2013, 480 s. ISBN 978-80-7400-491-9.

PŮLPÁNOVÁ, Stanislava. *Komerční bankovnictví v České republice*. Praha: Oeconomica, 2007, 338 s. ISBN 978-80-245-1180-1.

REVENDA, Zbyněk. *Centrální bankovnictví*. 3., aktualiz. vyd. Praha: Management Press, 2011, 558 s. ISBN 978-80-7261-230-7.

REVENDA, Z., M. MANDEL, J. KODERA, P. MUSÍLEK a P. DVOŘÁK. *Peněžní ekonomie a bankovnictví*. 5., aktualiz. vyd. Praha: Management Press, 2012, 423 s. ISBN 978-80-7261-240-6.

REVENDA, Z., M. MANDEL, J. KODERA, P. MUSÍLEK, P. DVOŘÁK a J. BRADA. *Peněžní ekonomie a bankovnictví*. 3. vyd. Praha: Management Press, 2000, 634 s. ISBN 80-7261-031-7.

SEKERKA, Bohuslav. *Banky a bankovní produkty*. Praha: Profess, 1997, 532 s. ISBN 80-852-3551-X.

Elektronické zdroje

Air Bank [online]. 2015 [cit. 2015-01-15]. Dostupné z: https://www.airbank.cz/

Bankovnípoplatky.com [online]. 2015 [cit. 2015-01-15]. Dostupné z: http://www.bankovnipoplatky.com/

Česká bankovní asociace [online]. 2015 [cit. 2015-01-15]. Dostupné z: https://www.czech-ba.cz/

Česká národní banka [online]. 2015 [cit. 2015-01-15]. Dostupné z: http://www.cnb.cz/

Česká spořitelna [online]. 2015 [cit. 2015-01-15]. Dostupné z: http://www.csas.cz/

Československá obchodní banka [online]. 2015 [cit. 2015-01-15]. Dostupné z: http://www.csob.cz/

ECB Statistical Data Warehouse [online]. 2015 [cit. 2015-01-15]. Dostupné z: http://sdw.ecb.europa.eu/

Fio banka [online]. 2015 [cit. 2015-01-15]. Dostupné z: http://www.fio.cz/

Komerční banka [online]. 2015 [cit. 2015-01-15]. Dostupné z: http://www.kb.cz/

mBank [online]. 2015 [cit. 2015-01-15]. Dostupné z: http://www.mbank.cz/

8 PŘÍLOHY

Příloha č. 1: Přehled všech obchodních bank působících v ČR

Air Bank	Citibank
Česká spořitelna	Českomoravská stavební spořitelna
Československá obchodní banka	Equa bank
Evropsko-ruská banka	Fio banka
GE Money Bank	Hypoteční banka
ING Bank N. V.	J&T BANKA
Komerční banka	LBBW Bank CZ
mBank	Modrá pyramida stavební spořitelna
Oberbank AG	Poštovní spořitelna
Raiffeisen stavební spořitelna	Raiffeisenbank
Raiffeisenbank im Stiftland eG	Sberbank CZ
Stavební spořitelna České spořitelny	UniCredit Bank
Volksbank Löbau-Zittau eG	Waldviertler Sparkasse von 1842 AG
Wüstenrot – stavební spořitelna	Wüstenrot hypoteční banka
Zuno	Bank Gutmann Aktiengesellschaft
Bank of Tokyo-Mitsubishi	COMMERZBANK Aktiengesellschaft
Crédit Agricole	Česká exportní banka
Českomoravská záruční a rozvojová banka	Deutsche Bank
Fortis Bank SA/NV	HSBC Bank plc – pobočka Praha
Meinl bank	Poštovní banka, a.s.
PPF banka	PRIVAT BANK AG
Royal Bank of Scotland	Saxo Bank A/S
Všeobecná úvěrová banka	

Zdroj: Česká bankovní asociace, údaje platné k 31. 10. 2014

Příloha č. 2: Přehled všech přistupujících bank ke Kodexu mobility

Air Bank	Equa bank
Citibank	Česká spořitelna
Českomoravská záruční a rozvojová banka	Československá obchodní banka
Poštovní spořitelna	Fio Banka
GE Money Bank	ING Bank N.V.
J&T Banka	Komerční banka
LBBW Bank CZ	Oberbank AG
PPF banka	Raiffeisen bank
The Royal Bank of Scotland	UniCredit Bank Czech Republic
Sberbank CZ	Waldviertel Sparkasse Bank AG
ZUNO BANK AG	

Zdroj: Česká bankovní asociace, údaje platné k 31. 10. 2014

Příloha č. 3: Přehled průměrných RPSN spotřebitelských úvěrů za leden 2015 v zemích Evropské unie

Rakousko	6,48	Belgie	4,95
Bulharsko	12,34	Kypr	5,80
Česká republika	14,36	Německo	6,11
Dánsko	9,11	Estonsko	25,02
Španělsko	9,50	Finsko	6,31
Francie	5,34	Řecko	9,22
Chorvatsko	9,09	Maďarsko	18,97
Irsko	8,29	Itálie	8,71
Litva	17,16	Lotyšsko	17,60
Malta	4,80	Polsko	16,62
Portugalsko	10,43	Rumunsko	11,28
Švédsko	4,64	Slovinsko	7,90
Slovensko	12,92		

Zdroj: ECB Statistical Data Warehouse

Příloha č. 4: Dotazník

Vážená paní, vážený pane,

dovolte mi Vás požádat o spolupráci při získávání podkladů pro diplomovou práci zabývající se tématem komparace bankovních produktů velkých vs. nízkonákladových bank.

Rád bych Vás ubezpečil, že se jedná o zcela anonymní průzkum a získané údaje budou sloužit ke studijním účelům.

Děkuji za spolupráci.

Marek Duda

student 2. ročníku navazujícího magisterského studia PEF ČZU v Praze

1. U jaké banky máte vedený svůj hlavní běžný osobní účet?

a) Česká spořitelna
b) ČSOB
c) Komerční banka
d) Air Bank
e) mBank
f) Fio banka
g) UniCredit Bank
h) Raiffeisenbank
i) GE Money Bank
j) Poštovní spořitelna
k) Sberbank
l) Equa bank
m) Zuno
n) Jiná

2. Jaké jsou Vaše rozhodující kritéria při volbě banky?

a) Dostupnost poboček a bankomatů
b) Výše bankovních poplatků
c) Výše úrokových sazeb
d) Výhodné podmínky pro poskytnutí úvěru
e) Celková nabídka bankovních služeb
f) Velikost banky
g) Vstřícný personál
h) Vlastní zkušenosti s bankou
i) Doporučení od známých
j) Informace z reklam či médií
k) Snaha mít vše na jednom místě

3. Jaké transakční kanály využíváte alespoň jednou měsíčně?
a) Internetové bankovnictví
b) Mobilní bankovnictví
c) Telefonní bankovnictví
d) Pobočky
e) Bankomaty

4. Kolik měsíčně v průměru platíte své bance za využívání běžného osobního účtu?
a) 0 Kč
b) 1 – 25 Kč
c) 26 – 50 Kč
d) 51 – 75 Kč
e) 76 – 100 Kč
f) 101 – 150 Kč
g) 151 – 200 Kč
h) Více než 200 Kč

5. Jste spokojen/a s Vaší bankou, u které máte veden běžný osobní účet?
a) Rozhodně ano
b) Spíše ano
c) Spíše ne
d) Rozhodně ne

6. Máte zkušenost se změnou banky během posledních 5 let?
a) Ano
b) Ne, ale banku jsem měnil/a již dříve
c) Ne, banku jsem nikdy neměnil/a

7. Uvažujete nad změnou banky, u které máte veden Váš běžný osobní účet?
a) Ano, změnu plánuji v nejbližší době
b) Ano, přemýšlím o tom
c) Ano, ale obávám se problémů spojených se změnou banky
d) Ne, nad změnou banky neuvažuji

8. Máte ponětí o tzv. Kodexu mobility, díky němuž je přechod od jedné banky ke druhé výrazně jednodušší?
a) Ano
b) Ano, již jsem jej při změně banky využil/a
c) Ne, nikdy jsem o něm neslyšel/a

9. Pokud byste se dnes znovu rozhodoval/a, u které banky si založíte běžný účet, jaká by byla Vaše první volba?

a) Česká spořitelna
b) ČSOB
c) Komerční banka
d) Air Bank
e) mBank
f) Fio banka
g) UniCredit Bank
h) Raiffeisenbank
i) GE Money Bank
j) Poštovní spořitelna
k) Sberbank
l) Equa bank
m) Zuno
n) Jiná

10. Jaké produkty využíváte ke spoření volných finančních prostředků?

a) Spořicí účet
b) Vkladní knížka
c) Termínovaný vklad
d) Stavební spoření
e) Důchodové spoření
f) Penzijní připojištění (doplňkové penzijní spoření)
g) Životní pojištění
h) Podílové a investiční fondy
i) Spořím si doma
j) Nespořím vůbec
k) Jiná forma spoření

11. Vzal/a jste si někdy nějaký úvěr?

a) Ano, mám v současnosti
b) Ano, v posledních 5 letech
c) Ano, před více než 5 lety
d) Ne, nikdy

12. Jaký typ úvěru jste si již někdy vzal/a?
a) Bankovní spotřebitelský úvěr
b) Nebankovní spotřebitelský úvěr
c) Kontokorentní úvěr
d) Úvěr od stavební spořitelny
e) Hypoteční úvěr
f) Kreditní karta
g) Jiný typ úvěru

13. Porovnal/a jste si aktivně podmínky konkurenčních nabídek před uzavřením úvěru?
a) Ano, porovnal/a jsem alespoň 2 nabídky
b) Ano, porovnal/a jsem alespoň 3 nabídky
c) Ano, porovnal/a jsem alespoň 4 nabídky
d) Ne, vzal/a jsem první nabídku

14. Jaké jsou Vaše zásadní kritéria při rozhodování o sjednání úvěru?
a) Výše úrokové sazby
b) Délka úvěru
c) Celková splatná částka (kolik přeplatím navíc)
d) Výše měsíční splátky
e) RPSN
f) Rychlost získání úvěru

15. Jaké je Vaše pohlaví?
a) Žena
b) Muž

16. Jaký je Váš věk?
a) 18 – 25 let
b) 26 – 35 let
c) 36 – 45 let
d) 46 – 55 let
e) 56 a více let

17. Jaké je Vaše nejvyšší dosažené vzdělání?
a) Základní
b) Střední bez maturity
c) Střední s maturitou
d) Vyšší odborné
e) Vysokoškolské

18. Jaký je Váš čistý měsíční příjem?
a) do 10.000 Kč
b) 10.001 – 15.000 Kč
c) 15.001 – 20.000 Kč
d) 20.001 – 25.000 Kč
e) 25.001 – 30.000 Kč
f) 30.001 – 40.000 Kč
g) nad 40.000 Kč

19. Jaký je Váš ekonomický status?
a) Státní zaměstnanec
b) Soukromý zaměstnanec
c) Podnikatel (OSVČ)
d) Student/ka
e) Mateřská / rodičovská dovolená
f) Důchodce / invalidní důchodce
g) Nezaměstnaný/á