

JIHOČESKÁ UNIVERZITA V ČESKÝCH BUDĚJOVICÍCH
Ekonomická fakulta
Katedra řízení

Studijní program: N 6208 Ekonomika a management
Studijní obor: Obchodně podnikatelský obor



Analýza produktu v sektoru bankovníctví a jeho perspektiva

Vedoucí diplomové práce
Ing. Marie Bunešová, Ph.D.

Autor
Bc. Jana Pěkná

2008

Prohlášení

Prohlašuji, že jsem diplomovou práci na téma *Analýza produktu v sektoru bankovníctví a jeho perspektiva* vypracovala samostatně na základě vlastních zjištění a materiálů, které uvádím v seznamu použité literatury.

V Pardubicích 25. dubna 2008

.....
Bc. Jana Pěkná

Dodatek k prohlášení

Prohlašuji, že v souladu s § 47 b zákona č. 111/1998 Sb. v platném znění, souhlasím se zveřejněním své diplomové práce, a to v nezkrácené podobě elektronickou cestou ve veřejně přístupné části databáze STAG provozované Jihočeskou univerzitou v Českých Budějovicích na jejich internetových stránkách.

V Pardubicích 25. dubna 2008

.....
Bc. Jana Pěkná

Poděkování

Děkuji vedoucí práce Ing. Marii Bunešové, Ph.D. za podněty, které mě inspirovaly při psaní diplomové práce. Současně děkuji kolektivu chrudimské pobočky České spořitelny, a. s. za cenné rady. A v neposlední řadě patří poděkování mojí rodině za jejich podporu.

OBSAH

OBSAH	5
1. ÚVOD.....	7
2. LITERÁRNÍ PŘEHLED	9
2.1 Produkt, služba.....	9
2.2 Vlastnosti služeb	11
2.2.1 Skutečnosti specifické pro služby	13
2.3 Třídění služeb	14
2.3.1 Členění nabídky služeb	14
2.4 Úkoly firem poskytující služby, kvalita služeb	16
2.5 Marketingový mix služeb	22
2.6 Bankovní služby v České republice.....	22
2.6.1 Zákon o bankách	22
2.6.2 Charakteristika bankovních služeb	23
2.7 Bankovní úvěrové produkty a jejich struktura.....	23
2.8 Hypoteční úvěrování.....	25
2.8.1 Historie hypotečního úvěrování v České republice	25
2.8.2 Co je to hypoteční úvěr?	26
2.8.3 Vývoj hypotečního úvěru v České republice	26
2.8.4 Druhy hypotečních úvěrů.....	28
2.8.5 Splatnost hypotečního úvěru.....	29
2.8.6 Výše hypotečního úvěru	29
2.8.7 Čerpání hypotečního úvěru	33
2.9 Hypoteční banky	34
2.9.1 Oprávnění poskytovat hypoteční úvěr	34
2.9.2 Hypoteční zástavní listy	35
2.9.3 Podmínky získání hypotečního úvěru.....	36
2.10 Hlavní formy státní podpory bytové výstavby	36
3. METODIKA A HYPOTÉZY	37
3.1 Metodika	37
3.2 Hypotézy	38
4. ANALÝZA A KLASIFIKACE PRODUKTU VE VYBRANÉ FIRMĚ	39
4.1 Charakteristika České spořitelny	39
4.2 Klasifikace služeb v České spořitelně	40
4.3 Hypoteční úvěry v České spořitelně	41
4.4 Hypoteční úvěr vs. úvěr ze stavebního spoření vs. půjčka	45
4.5 Porovnání hypoték na českém trhu	48
4.6 Hypotéky v ČR v porovnání se zahraničím	52
4.7 Perspektiva hypotečního úvěrování v ČR a Evropě	59

5. ZPRACOVÁNÍ A VYHODNOCENÍ INFORMACÍ.....	62
5.1 Shrnutí výsledků	90
6. NÁVRH ŘEŠENÍ SITUACE Z ČASOVÉHO HLEDISKA	94
7. ZÁVĚR	99
8. SUMMARY	101
9. POUŽITÁ LITERATURA.....	102
9.1 Seznam tabulek, obrázků a grafů	105
10. PŘÍLOHY	107

1. ÚVOD

V posledních několika letech je nejen v České republice, ale i v zahraničí nebyvalý zájem o úvěrové produkty na financování vlastního bydlení. Pro svoji diplomovou práci jsem si proto zvolila téma *Analýza produktu v sektoru bankovníctví a jeho perspektiva*.

Cílem diplomové práce je analýza a klasifikace produktu vybrané firmy a jeho využití a přínos pro spotřebitele i zákazníka včetně časového hlediska

Zvoleným bankovním ústavem je Česká spořitelna, a. s., jakožto dlouhodobě největší partner při pořizování bydlení na hypotéku. V této finanční instituci byla provedena analýza a klasifikace úvěrových produktů na bydlení. Práce dále porovnává výhody a nevýhody hypoték, úvěrů ze stavebního spoření a půjček na financování bytových potřeb. K dokreslení problematiky byly porovnány hypotéky ve vybraných českých finančních institucích.

Pro zmapování současné situace v oblasti úvěrových produktů bylo využito dotazníkové šetření, na jehož podkladě včetně dalších primárních a sekundárních zdrojů byly vypracovány návrhy řešení a zhodnocena perspektiva produktu. Jak je na tom Česká republika v porovnání se zahraničím nastiňuje vývoj hypoték na trhu evropském, který čtenáře seznámí i s novými trendy v oblasti hypotečního úvěrování.

Poválečná historie hypoték v České republice začala v roce 1995, kdy Česká národní banka udělila první licence k vydávání hypotečních zástavních listů. Pro řadu lidí byla hypotéka velkou neznámou, úroky se navíc v té době pohybovaly okolo 15 procent, v roce 1997 dokonce ještě krátkodobě stouply až ke dvaceti procentům. Není proto divu, že do konce roku 2000 ještě nebyly poskytnuty hypotéky ani za 30 miliard Kč. Po roce 2000 se však situace změnila. Trvalý pokles inflace, zpevnování koruny a s těmito faktory spojený pokles úrokových sazeb se odrazil na trvalém nárůstu poskytnutých hypoték, který pokračuje nezměněným tempem dodnes. První stovky

miliard bylo dosaženo v roce 2003, tj. po osmi letech od znovuuvedení hypoték na náš trh. Druhá stovka byla završena už během roku 2005, po jednadvaceti měsících, třetí k ní přibyla za dalších třináct měsíců a ke schválení zatím poslední, čtvrté stovky miliard došlo v červnu roku 2007. Počet poskytnutých hypoték se vyšplhal v roce 2007 na 300 000. Při průměrném počtu 1,7 klienta připadajícího na jednu smlouvu lze spočítat, že hypotéku na konci roku 2007 splácel přibližně každý dvacátý český občan.

2. LITERÁRNÍ PŘEHLED

Jak uvádí Bunešová in Hesková a kol. (2003) správný produkt je základem úspěchu podniku na trhu. Z tohoto pohledu je významnou částí marketingového mixu. Marketingové řízení produktu znamená přizpůsobovat marketingové a prodejní strategie potřebám zákazníků a možnostem trhu s ohledem na vědeckotechnický pokrok.

2.1 Produkt, služba

Produkt

Bunešová in Hesková a kol. (2003) považuje za **produkt** cokoli (*statek* – *hmotný* – výrobek), *nehmotný* – myšlenka, nápad, značka, *volný* – *služba*), co lze na trhu nabídnout, co může uspokojit potřebu a je prospěšné pro společnost. Pokud se produkt stává předmětem směny, můžeme mluvit o zboží. Většina produktů má povahu výrobků nebo služeb.

Jelikož bankovníctví patří do sektoru služeb, další podkapitoly budou věnovány této oblasti.

Služba

Jak poukazuje Parmová (2004) jednoznačnou definici pro tak heterogenní skupinu činností nelze jen tak jednoduše nalézt, proto je zde předkládáno několik příkladů definic. Některé z nich se vztahují k oblasti ryzích služeb jako hlavní činnosti v podnikání, některé definují oblast služeb zákazníkům, která je úzce provázána s výrobou.

Vybrané definice služeb:

- Činnosti, výhody nebo uspokojení nabízené na prodej nebo poskytované v souvislosti s prodejem zboží.
- Z hlediska výrobního podniku jsou služby doplňkem nabídky jeho výrobků a vytvářejí jeho konkurenční výhodu či jedinečnost jeho nabídky.

(Parmová, 2004)

Zákon o ochraně spotřebitele ČR¹ definuje službu jako jakoukoliv podnikatelskou činnost, která je určena k nabídce spotřebiteli, s výjimkou činností upravených zvláštními zákony.

Podle mého mínění vysvětluje nejlépe podstatu služeb Kotler (2001) v následující definici:

- ***Služba je jakákoliv činnost nebo schopnost, které může jedna strana nabídnout druhé straně. Služba je svou podstatou nehmotná a nevytváří žádné hmotné vlastnictví. Poskytování služby může (ale nemusí) být spojeno s hmotným produktem.***

Jak uvádí Bunešová in Hesková (2003) ***služby mají dvojí povahu:***

- firmy poskytující služby „***Co poskytují***“ (služba jako předmět podnikatelské činnosti – poradenská činnost, cestovní kancelář, ubytovací služby, stravovací služby, opravárenské, údržbářské, apod.)
- služby na podporu prodeje vlastních produktů „***Jakým způsobem***“
 - a) při prodeji (podpora prodeje, reklamní, dárková),
 - b) po prodeji (záruční podmínky, apod.).

¹ Zákon o ochraně spotřebitele č. 634/1992 Sb. ve znění zákona č. 36/2008 Sb.

2.2 Vlastnosti služeb

Hlavní vlastnosti služeb jsou dle Kotlera (2001) čtyři, a to následující:

- nehmotnost,
- nedělitelnost,
- proměnlivost,
- pomíjivost.

□ *Nehmotnost*

Služby jsou nehmotné. Na rozdíl od materiálních výrobků si je nemůžeme před koupí prohlédnout, ochutnat nebo očíhat. Aby se snížila neurčitost výsledků poskytnutí služby, bude se zákazník snažit vyhledávat znaky, které by svědčily o kvalitě služeb. Zákazník bude posuzovat kvalitu služeb na základě ***místa, personálu, vybavení, propagačních prostředků, symbolů a ceny***. Poskytovatel služeb se proto musí snažit o zhmotnění nehmotného, aby tím poskytl hmatatelné důkazy. Výrobci hmotného zboží jsou často vyzýváni k tomu, aby k výrobku připojili nějakou abstraktní představu nebo myšlenku. Naopak poskytovatelé služeb jsou nabádáni k tomu, aby svou imaginární a abstraktní nabídku materializovali a dodali ji tím průkaznosti.

Představme si banku, která se chce prezentovat jako nejrychlejší zprostředkovatel. Tento strategický přesun může banka materializovat řadou ***marketingových nástrojů*** jak dokazuje Kotler (2001):

1. *Místo*. Vzhled banky musí vyjadřovat rychlé a efektivní služby. Rozvržení oddělení a pohyb zákazníků by měly být velice pečlivě promyšleny. Neměly by vznikat dlouhé fronty.
2. *Personál*. Personál banky má být neustále v činnosti. Zaměstnance by banka měla mít v takovém počtu, aby stačili obsloužit zákazníky.

3. *Vybavení.* Vybavení pracovišť banky – počítače, kopírovací přístroje, stoly – by mělo reprezentovat moderní dobu.
4. *Propagační prostředky.* Propagační a písemné materiály banky by měly zdůrazňovat efektivnost a rychlost.
5. *Symboly.* Banka by si měla vybrat takové jméno a symbol, které by vyjadřovaly jejich rychlost.
6. *Cena.* Banka může dát na vědomí, že připíše na účet určitý obnos každému zákazníkovi, který bude čekat ve frontě déle než 5 minut.

□ ***Nedělitelnost***

Tento autor dále vysvětluje, že pro služby je typické současné vytváření a spotřeba. To neplatí pro materializované zboží, které je vyrobeno, uskladněno ve skladech, distribuováno přes zprostředkovatele a spotřebováváno i s velkým časovým odstupem. Jestliže nějaká osoba poskytuje službu, stává se tato osoba součástí služby. Je-li při poskytování služby přítomen i zákazník, vzniká interakce mezi poskytovatelem a zákazníkem, která je speciálním rysem marketingu služeb. Na výsledek poskytované služby má potom vliv jak poskytovatel, tak zákazník.

U služeb v oblasti zábavy a u profesionálních služeb projevuje zákazník zájem o to, kdo bude službu konkrétně poskytovat. Protože zákazníci mají velký zájem o určité poskytovatele služby a časové možnosti těchto poskytovatelů jsou omezeny, reguluje se poptávka po těchto poskytovatelích cenou. Pro zmírnění dopadů uvedeného omezení se používá různých strategií. Firmy poskytující služby mohou např. vyškolit větší počet poskytovatelů služeb, a tím posílit důvěru zákazníků.

□ ***Proměnlivost***

Služby jsou vysoce proměnlivé, protože závisejí na tom, kdo, kdy a kde je poskytuje. Zákazníci se vysoké proměnlivosti poskytovaných služeb obávají. Předtím než si zvolí poskytovatele služby, často mezi sebou předtím diskutují. (Kotler, 2001)

Kotler (2001) dále uvádí, že firmy poskytující služby mohou učinit tři kroky směrem k řízení kvality:

Prvním krokem je *investice do lidských zdrojů, do výběrů a vyškolení personálu*. Příkladem mohou být aerolinie, banky a hotely, které utratí velké sumy za školení svých zaměstnanců při poskytování kvalitních služeb.

Druhým krokem je *standardizace procesu poskytování služeb pomocí organizace*. Je vhodné, při přípravě na poskytnutí služby, projít si celý proces na zkoušku. Za provozu se tím odhalí plynulost procesu a místo, kde by mohly vzniknout problémy.

Třetím krokem je *sledování spokojenosti zákazníka*, které probíhá na základě přání a stížností, průzkumu zákazníků, kontrolních nákupů atd. Na základě těchto údajů je možné zjistit špatné služby a postarat se o jejich nápravu.

□ ***Pomíjivost***

Služby nelze skladovat, lze je poskytnout jen v určité době. Pomíjivost služeb nevytváří zvláštní problém do té doby, dokud je poptávka stálá, protože je možné předem zajistit dostatek personálu. Jakmile začne poptávka kolísat, vznikají firmám poskytujícím služby vážné problémy. (Kotler, 2001)

2.2.1 Skutečnosti specifické pro služby

K dokreslení charakteru služeb lze navíc vyjmenovat skutečnosti, které jsou pro služby zvlášť specifické (Bednář, 2002):

- zvýšené vnímání rizika, pokud je zákazník součástí procesu služby,
- zvýšený význam personálu a investic do něj,
- trend k individualizaci služeb – problém s nákladovou výhodou,
- důležité je jasné umístění služeb v konkurenčním prostředí,

- významná je jasná profilace výkonu vůči zákazníkům (personál, fyzická zařízení a management procesu),
- větší důraz kladen na proces než na výsledek.

2.3 Třídění služeb

Služby můžeme členit z několika pohledů. Bunešová in Hesková a kol. (2003) třídí služby následovně.

2.3.1 Členění nabídky služeb

Tržní nabídka firmy zahrnuje kromě výrobků (hmotný produkt) i určité služby, které mohou tvořit malou či velkou část nabídky. Z tohoto hlediska autorka rozlišuje pět kategorií tržní nabídky:

- **Čistě hmotný produkt**

Nabídka je tvořena pouze hmotným produktem – mýdlo, chléb apod. V tomto případě lze hovořit pouze *o službě na podporu prodeje*, např. úsměv.

- **Hmotný produkt spolu se službou**

Hmotný produkt je nabízen spolu se službami, zde jsou zastoupeny služby obou povah, ale v menší míře. Předmětem může být hmotný produkt např. automobil, služba – údržba, opravy. Způsob prodeje (podpory prodeje) – pomoc při výběru, hosteska apod.

- **Hybrid**

Nabídka se skládá ze dvou stejných dílů – výrobku a služeb. Například jako návštěvníci restaurace si objednáváme jídlo a poskytované služby (výběr nápojů, služby spojené s obsluhou apod.)

- **Služba spolu s malým podílem hmotného produktu**

V nabídce produktu převládá služba nad výrobkem. Například cestujeme-li letadlem, nakupujeme přepravní službu, hmotným výrobkem mohou být nápoje apod. Podpora prodeje je drobný dárek od letecké společnosti.

- **Čistá služba**

Nabídka se skládá pouze ze služby. Např. hlídání dětí, kadeřnictví, apod. Hmotné produkty jsou poskytovány pouze jako podpora prodeje respektive za účelem získání a udržení zákazníků.

Autorka dále uvádí, že v souvislosti s propojením hmotných produktů a služeb je někdy obtížné obecně hovořit o službách, pokud je více nerozlišíme. Hledisek pro třídění služeb může být celá řada, např. zda při jejich poskytování využíváme pracovní sílu či nikoliv, dále z hlediska přítomnosti zákazníka, zda uspokojují osobní potřeby nebo potřeby pro oblast bussines to bussines (služby organizacím), apod.

Subjekty poskytující služby

Firmy, které poskytují služby používají v různé míře marketingové řízení, jak uvádí Bunešová in Hesková (2003). Některé (př. cestovní kanceláře, restaurace, opravy obuvi, kadeřnictví, apod.) vyžadují odlišný přístup ke klientům, než jiné organizace (nemocnice, léčebny, školy apod.). Nehmotnost produktu má svoje dopady na specifika marketingového řízení podniků služeb. Uživatelé služeb jsou ovlivněni větším počtem vlivů než zákazníci, kteří si kupují hmotné výrobky.

Služby na podporu prodeje produktů

Služby na podporu prodeje jsou nedílnou součástí výrobku a velice často bitevním polem pro konkurenční výhody. Zákazníci jsou citliví na nedostačující služby spojené s výrobkem a u některých výrobků jsou právě služby zdrojem diferenciac nabídky na silně konkurenčních trzích. (Bunešová in Hesková, 2003)

Služby spojené s prodejem výrobku

Tyto služby jsou dle autorky poskytovány v souvislosti s prodejem zboží, v podobě placených a neplacených služeb (odvoz zakoupeného zboží, úprava zboží, dárkové balení, hlídání dětí apod.). Nedílnou součástí těchto služeb je nabídka různých forem podpory prodeje (demonstrační předvedení produktu, vyzkoušení produktu apod.).

2.4 Úkoly firem poskytující služby, kvalita služeb

Firmy poskytující služby stojí před třemi úkoly. Ty jsou dle Kotlera (2001) následující:

1. zvýšit konkurenční diferenciaci,
2. zvýšit kvalitu služeb,
3. zvýšit produktivitu.

□ *Usměrňování konkurenční diferenciaci*

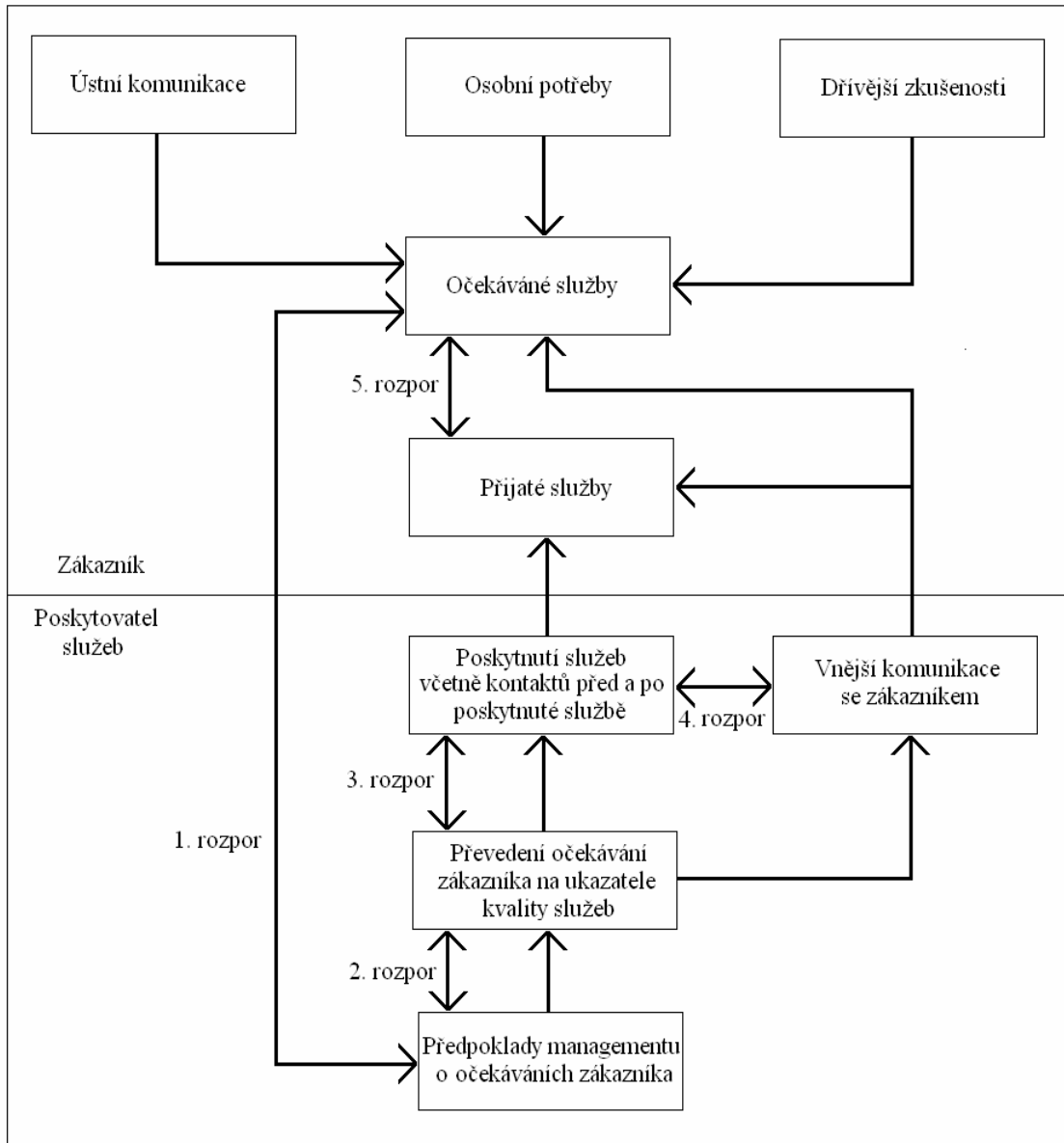
Poskytovatelé služeb si často stěžují, že je nesnadné odlišit jejich službu od služeb konkurence. Odstranění regulačních opatření v několika hlavních odvětvích služeb (v komunikacích, dopravě, energetice a bankovníctví) uvolnilo prudce cenovou konkurenci. Pokud zákazník vnímá nabídku jako poměrně rovnocennou, přestává ho zajímat dodavatel a řídí se spíše cenou. Alternativně k cenové konkurenci působí diferencovaná nabídka, dodací podmínky a image podnikatele. (Kotler, 2001)

□ *Zajišťování kvality služeb*

Firmy nejlépe odliší služby od konkurence tím, že budou trvale dodávat služby vyšší kvality než konkurenti. Klíčovým prvkem je dosažení toho, aby cílový zákazník měl pocit, že dostal vyšší kvalitu služeb, než očekával. Očekávání zákazníků je formováno jejich minulými zkušenostmi, vyslechnutím různých názorů na firmu ve svém okolí a reklamním působením firmy. Zákazníci si vybírají dodavatelskou firmu na základě spolupůsobení těchto vlivů a po poskytnutí služby ji porovnávají se službou očekávanou. Pokud je poskytnutá služba horší než očekávaná, zákazník ztratí

o poskytovatele služby zájem. Pokud poskytnutá služba splní nebo dokonce předčí očekávání zákazníka, rozhodne se použít stejného dodavatele opětovně. (Kotler, 2001)

Obrázek 1: Model kvality služeb



Pramen: KOTLER, P. *Marketing Management : 10. rozšířené vydání*. Z amerického originálu přeložili Doc. Ing. Václav Dolanský a Ing. Stanislav Jurnečka. 1st edition. Praha : Grada Publishing, 2001.

Parasuraman, Zeithaml a Berry sestavili model posuzování kvality služeb (viz. obrázek 1 na str. 13) odhalující pět rozporů, které jsou příčinou neúspěchů při poskytování služeb.

1. **Rozpor mezi očekáváním spotřebitele a předpoklady managementu.** Management nemusí vždy správně odhadnout to, co si zákazníci přejí a jak posuzují jednotlivé složky nebo prvky služby.
2. **Rozpor mezi představami managementu a konkrétní kvalitou služeb.** Management může mít správné představy o tom, co zákazníci chtějí, ale nestanoví správně soubor norem pro posuzování kvality služeb.
3. **Rozpor mezi normami pro posuzování kvality služeb a reálnými možnostmi poskytování služeb.** Tento rozpor vzniká tehdy, jsou-li zaměstnanci na poskytování služby nedostatečně připraveni, nejsou-li schopni nebo nechtějí-li dodržovat kvalitativní normy pro poskytování služeb.
4. **Rozpor mezi poskytovanou službou a vnější komunikací.** Očekávání zákazníků je ovlivněno prohlášeními představitelů firmy a propagačními prostředky.
5. **Rozpor mezi vnímáním služby a očekávanou kvalitou služby.** Vzniká tehdy, když má zákazník zmatené představy o kvalitě služeb.

Stejní vědci vypracovali seznam rozhodujících kritérií pro posuzování kvality služeb. Tato kritéria jsou uvedena v pořadí jejich důležitosti podle mínění zákazníků (nejvyšší hodnocení je sto bodů):

1. **Dostupnost:** schopnost poskytnout službu v době, kdy ji zákazník potřebuje (32 bodů).
2. **Ochota:** snaha pomoci zákazníkovi a poskytnutí služby bez čekání (22 bodů).
3. **Důvěryhodnost:** schopnosti a chování zaměstnanců, které zákazníka přesvědčí o tom, že bude řádně obsloužen (19 bodů).
4. **Citlivý přístup:** takové jednání se zákazníkem, které jej přesvědčí o osobní zainteresovanosti na řešení jeho problému (16 bodů).

5. **Materializace služby:** vzhled provozovny, vybavení, personálu a propagačních prostředků, který budí důvěru (11 bodů).

Řada studií, které se zabývají výborně řízenými firmami, dospěla k závěru, že tyto firmy mají mnoho společných prvků: ***strategickou koncepci, trvalý podíl vrcholového managementu na dosahování kvality, náročné normy, systémy pro sledování kvality poskytovaných služeb, systémy pro sledování výsledků řešení stížností zákazníků a systémy pro sledování spokojenosti zákazníků a zaměstnanců.***

➤ ***Strategická koncepce***

Nejlepší firmy v oblasti služeb jsou jednoznačně orientovány na zákazníka, jak uvádí Kotler (2001). Mají jasnou představu o cílové skupině zákazníků a o jejich potřebách, které se snaží svou službou uspokojit. Mají vypracovanou jasnou strategii uspokojování těchto potřeb a postupů pro získání věrnosti zákazníků.

➤ ***Trvalý podíl vrcholového managementu na dosahování kvality***

Management firem, který se vyznačuje trvalým úsilím o dosahování kvality, neposuzuje dosahované měsíční výsledky pouze z finančního hlediska, ale také z hlediska úrovně poskytovaných služeb. (Kotler, 2001)

➤ ***Náročné normy***

Tento autor dále tvrdí, že nejlepší poskytovatelé služeb mají zpracovány náročné normy pro posuzování kvality. Náročnost norem musí být stanovena správně.

➤ ***Systémy pro sledování kvality poskytovaných služeb***

Špičkové firmy v oblasti služeb pravidelně kontrolují kvalitu poskytovaných služeb, a to jak vlastních, tak i konkurence. Využívají k tomu řadu nástrojů: ***srovnávací***

nákupy, kontrolní nákupy, průzkumy zákazníků, zjišťování návrhů a stížností, kontrolní skupiny a dopisy prezidenta společnosti zákazníkům.

Jakmile kvalita služeb poklesne pod přijatelnou úroveň jsou přijímána nezbytná opatření. Neustále se však zvyšují požadavky na kvalitu služeb. Při navrhování zpětné vazby, kterou představují průzkumy zákazníků, musí pracovníci marketingu vycházet z určitých představ a předpokladů. Pokud jsou navrženy špatně, mohou být i výsledky průzkumu mylné a svést firmu na špatnou cestu. Úroveň kvality služeb lze posuzovat podle důležitosti jednotlivých úkonů pro zákazníka a podle kvality provedení. Analýza důležitosti jednotlivých úkonů a kvality jejich provedení firmě ukáže, jaká opatření je třeba ke zvýšení celkové kvality přijmout. (Kotler, 2001)

➤ *Systémy pro sledování výsledků řešení stížností zákazníků*

Studie nespokojenosti zákazníků ukazují, že nespokojených zákazníků je zhruba 25 %, ale z nich si stěžuje pouze 5 %. Zbývajících 95 % si myslí, že stěžování je zbytečnou ztrátou času a plýtvání silami. Nevědí, jak a komu by si měli stěžovat. Z uvedených 5 % stěžujících si zákazníků pouze 50 % uvádí, že jejich stížnost byla uspokojivě vyřešena. Řešení problémů a stížností zákazníků vhodným způsobem je proto velmi důležité. Je možné říci, že spokojený zákazník řekne průměrně třem lidem o svých dobrých zkušenostech. Naopak nespokojený zákazník informuje o špatných zkušenostech průměrně jedenáct lidí. Pokud každý z nich řekne někomu dalšímu o špatných zkušenostech, neblahé zprávy o firmě mohou narůstat exponenciálně.

Je však také třeba říci, že pokud si zákazník stěžoval a jeho stížnost byla vyřešena uspokojivým způsobem, stává se zpravidla firmě věrnější než zákazníci, kteří byli vždy s firmou spokojeni. Kolem 34 % zákazníků, kteří si u firmy stěžovali na závažný nedostatek, se k firmě opět vrací, pokud jejich stížnost byla uspokojivě vyřešena. Pokud si stěžovali pouze na menší nedostatek, vrací se jich k firmě 52 %. Pokud byla stížnost vyřešena rychle, zvyšuje se počet vracejících se zákazníků u uvedených kategoriích na 52 % (závažné nedostatky) a 95 % (drobné nedostatky).

Z těchto důvodů by podle Kotlera (2001) firmy měly vypracovat programy pro znovuzískání nespokojených zákazníků. Prvním opatřením těchto programů by mělo být usnadnit podávání stížností nespokojeným zákazníkům. Na podávání stížností by měly být k dispozici formuláře a telefonní čísla, na která je možné volat bezplatně. Každý zaměstnanec firmy, který přijde do styku se stížnostmi, musí být natolik vyškolen, aby dovedl vyřešit stížnost rychle a uspokojivě. Zpracované studie ukazují, že čím rychleji firma na stížnost zákazníka zareaguje, tím větší je spokojenost s řešením stížnosti a s firmou. Firma musí jít při řešení stížností za rámec uspokojení jednoho zákazníka. Musí objevit základní příčinu stížností a odstranit ji.

➤ ***Systémy pro sledování spokojenosti zákazníků a zaměstnanců***

Špičkové firmy poskytující služby se domnívají, že vztah k zaměstnancům se odráží v jejich vztazích k zákazníkům. Management realizuje ***interní marketing***², vytváří prostředí na podporu svých zaměstnanců při poskytování služeb a odměňuje je za dobré výkony. Management pravidelně vyhodnocuje spokojenost svých zaměstnanců při poskytování služeb. (Kotler, 2001)

□ ***Zajišťování produktivity***

Firmy poskytující služby jsou pod velkým tlakem, který je nutí udržovat nízké náklady a zvyšovat produktivitu.

Kotler (2001) uvádí 7 možností, jak zlepšit produktivitu poskytovaných služeb:

1. Zvýšení kvalifikace personálu, který služby poskytuje.
2. Zvýšení kvantity poskytovaných služeb na úkor kvality.
3. „Zprůmyslnění“ služeb doplněním technických prostředků a standardizací některých procesů.

² týká se činností, která souvisí s přípravou a školením zaměstnanců firmy a jejich motivací při poskytování služeb zákazníkům

4. Částečné nebo úplné snížení potřeby dané služby vynálezem nového produktu.
5. Zajišťování mnohem efektivnějších služeb.
6. Nahrazení práce firmy prací iniciativních zákazníků.
7. Využití síly technologií, jakožto prostředku, který šetří čas a náklady ve výrobním procesu. Technologie však mají stejný potenciál i při zvyšování produktivity pracovníků v oblasti služeb.

2.5 Marketingový mix služeb

Tradiční model **4 P** (*product, price, place, promotion*) obvykle funguje velmi dobře v případě prodeje zboží, ale oblast služeb vyžaduje doplnění dalších prvků. Booms a Bittner soudí, že k tomuto modelu je třeba v oblasti marketingu služeb doplnit další **3 P**: lidi (*people*), materiální průkaznost (*physical evidence*) a procesy (*process*). Většinu služeb poskytují lidé. Proto výběr, školení a motivace zaměstnanců mohou vést k zásadním rozdílům v uspokojování zákazníků. V ideálním případě by zaměstnanci měli prokázat schopnosti, zodpovědný přístup, iniciativu, schopnost řešit problémy a vstřícnost. Firmy se rovněž snaží demonstrovat kvalitu svých služeb materializovanou průkazností a její prezentací. Dále si mohou vybírat různé procesy, které slouží k poskytnutí služby.

2.6 Bankovní služby v České republice

2.6.1 Zákon o bankách

Zákon o bankách³, který je rozdělen do deseti částí, vymezuje základní legislativní rámec pro podnikání bank a poboček zahraničních bank v České republice. Jeho základní principy vycházejí ze Směrnic Evropské unie pro oblast bankovníctví. I když ne všechny požadavky EU jsou již v našem zákoně promítnuty, je patrná tendence novelami ho postupně těmto požadavkům přibližovat.

³ zákon č. 21/1992 Sb., o bankách, ve znění zákona č. 264/1992 Sb., 292/1993 Sb., 156/1993 Sb., 83/1995 Sb., 84/1995 Sb., 64/1996 Sb., 16/1998 Sb. ve znění poslední novelizace č.269/2007 Sb.

2.6.2 Charakteristika bankovních služeb

Svojí podstatou můžeme zařadit bankovníctví do sféry služeb nemateriální povahy, protože pro naprostou většinu bankovních služeb je charakteristickým rysem to, že pro jejich hodnotu jsou naprosto rozhodující nemateriální faktory a vliv materiální části je zcela irelevantní. Jednotlivé služby, které mohou banky samostatně nabízet a zpravidla za úplatu provádět, budeme označovat jako **bankovní produkty**. (Dvořák, 1999)

Pánek (2002) píše, že bankovní produkt nelze vyzkoušet předem, je nehmotný, jeho působení je spíše dlouhodobé a efekt se měří obtížně. Nelze ho ani skladovat, je nedělitelný. Působení na klienta není pouze produktem samým, ale jeho prezentací, rychlostí, pružností, kvalitou obsluhy. I v bankovníctví v současné době platí, že přežije ten silnější, který včas rozpozná příležitosti trhu, dokáže na ně pružně reagovat a neustálým odstraňováním slabých stránek a současně posilováním stránek silnějších poskytuje kvalitní služby, upevňuje své postavení na trhu a v důsledku toho zlepšuje i své ekonomické výsledky.

Problematikou bankovních úvěrových produktů v České republice se zabývá řada autorů (Bardová, D. a kol, 1997; Dvořák, P., 1999; Syrový, P., 2003; Dušek, P., 2001), kteří se shodují v základních principech.

2.7 Bankovní úvěrové produkty a jejich struktura

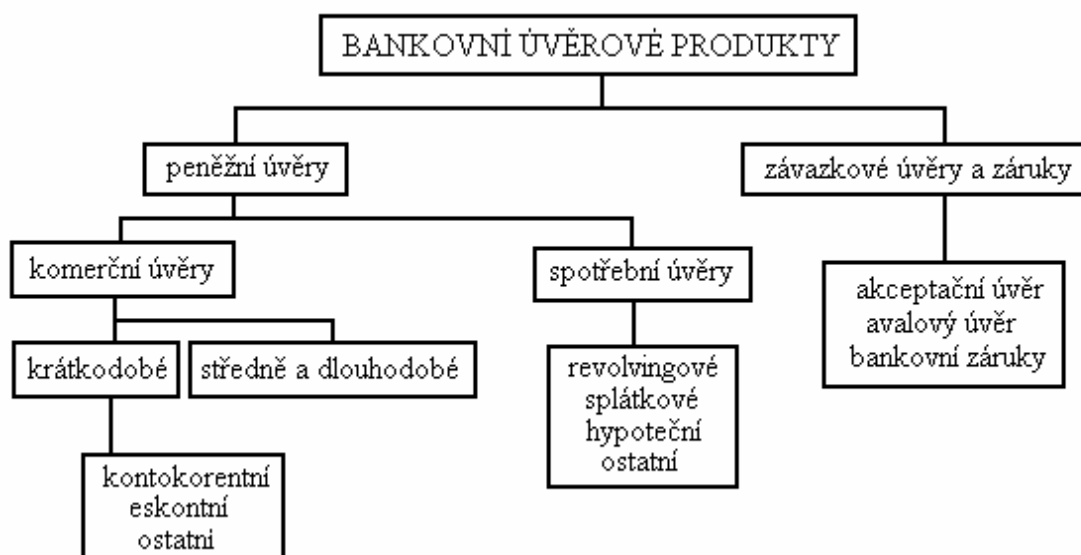
Za **bankovní úvěrové produkty** dle Dvořáka (1999) považujeme ty produkty, které umožňují klientům určitý způsob jejich financování a produkty s tím související. Z hlediska banky se tedy jedná především o poskytování finančních prostředků svým klientům, ale i o takové formy, kdy banka pouze závaznou formou garantuje poskytnutí prostředků v případě, že budou splněny určité okolnosti.

Poskytování úvěrů patří mezi nejdůležitější obchody komerčních bank. Banky poskytují celou řadu různých úvěrů, a proto provést v obecné rovině jejich systematizaci není jednoduchou záležitostí. Složitost systematizace vyplývá z toho, že existuje řada relevantních hledisek, podle kterých tyto produkty lze třídit.

Jednotlivé přístupy k členění úvěrů se liší tím, která hlediska považují za primární a která naopak za doplňující. V tomto směru jsou patrné rozdíly mezi jednotlivými zeměmi vyplývající z rozdílných zvyklostí a účetních předpisů, ale existují rozdíly i mezi jednotlivými bankami.

Při vědomí výše uvedených problémů lze provést systematizaci základních bankovních úvěrových produktů, která je znázorněna na obrázku 2.

Obrázek 2: Přehled základních druhů úvěrových produktů



Pramen: DVOŘÁK, Petr. *Komerční bankovníctví pro bankéře a klienty*. 2. aktualiz. vyd. Praha : Linde, 2001.

Je třeba zdůraznit, že se jedná o jeden z mnoha možných přístupů k členění těchto produktů, nejedná se o úplný výčet produktů, v praxi a odborných publikacích se setkáme s odlišnými přístupy, které dávají do popředí jiná kritéria, nežli jsou na uvedeném schématu.

Základní rovina členění bankovních úvěrových produktů podle Dvořáka (1999) vychází z toho, jaká je podstata (forma) dané bankovní služby pro klienta:

- **peněžní úvěry** znamenají skutečné poskytnutí likvidních peněz ať již v hotovostní, nebo obvykle v bezhotovostní podobě. Klient musí v dohodnuté lhůtě splatit přijatý úvěr včetně úroků. Z hlediska banky se přímo odrážejí v aktivech její bilance, a tedy i přímo ovlivňují její likviditu.
- **závazkové úvěry a záruky** naopak neznamenají pro klienta bezprostřední získání likvidních prostředků. Banka se pouze v určité formě zaručuje za svého klienta a zavazuje se splnit jeho závazek, pokud tak klient neučiní sám.

2.8 Hypoteční úvěrování

2.8.1 Historie hypotečního úvěrování v České republice

Přijetím zákona č. 84/1995 Sb., kterým došlo ke změně zákona o dluhopisech a dalších čtyř zákonů (obchodního zákoníku, zákonu o konkursu a vyrovnání, občanského soudního řádu a zákonu o bankách), ze dne 18.4.1995, vyjádřila Česká republika jako první z reformních zemí střední a východní Evropy svou připravenost znovu zavést do svého právního řádu úpravu umožňující financovat nemovitosti pomocí hypotečního úvěrování jako jednoho z významných nástrojů celkového rozvoje hospodářství a investic na trhu nemovitostí. Hlavním zájmem zákonodárce v dané oblasti bylo a nadále je pomocí tohoto tradičního instrumentu **zlepšit podmínky pro rozvoj bytové výstavby**. Význam hypotečního financování nicméně v žádném případě nelze omezovat pouze na byty, jak uvádí Bardová, D. a kol. (1997). Hypoteční úvěry se staly základním zdrojem prostředků výstavby či obnovy také nebytových objektů určených pro podnikání, jako jsou v první řadě kancelářské prostory, obchody a skladištní haly, nemovitosti pro poskytování různých služeb a v menší míře i různé průmyslové objekty. Tyto úvěry jsou zároveň nástrojem relativně bezpečných a stabilních investic volných peněžních prostředků jak pro institucionální, tak i pro soukromé investory. Hypoteční

úvěrování tak ve svém důsledku přispívá ke stabilitě stále ještě se rozvíjejícího kapitálového trhu i celého bankovního sektoru.

2.8.2 Co je to hypoteční úvěr?

Hypoteční úvěr je všude na světě chápán především jako úvěr na investice do nemovitostí, jehož splacení je zajištěno zástavním právem k nemovitosti, jak ve své publikaci zmiňuje Bardová a kol. (1997).

Česká právní úprava zakotvená v novelizovaném zákoně č. 190/2004 Sb., o dluhopisech definuje v § 28 odstavci 3 hypoteční úvěr jako: *„úvěr, jehož splacení včetně příslušenství je zajištěno zástavním právem k nemovitosti, i rozestavěné. Úvěr se považuje za hypoteční úvěr dnem vzniku právních účinků zástavního práva.“*

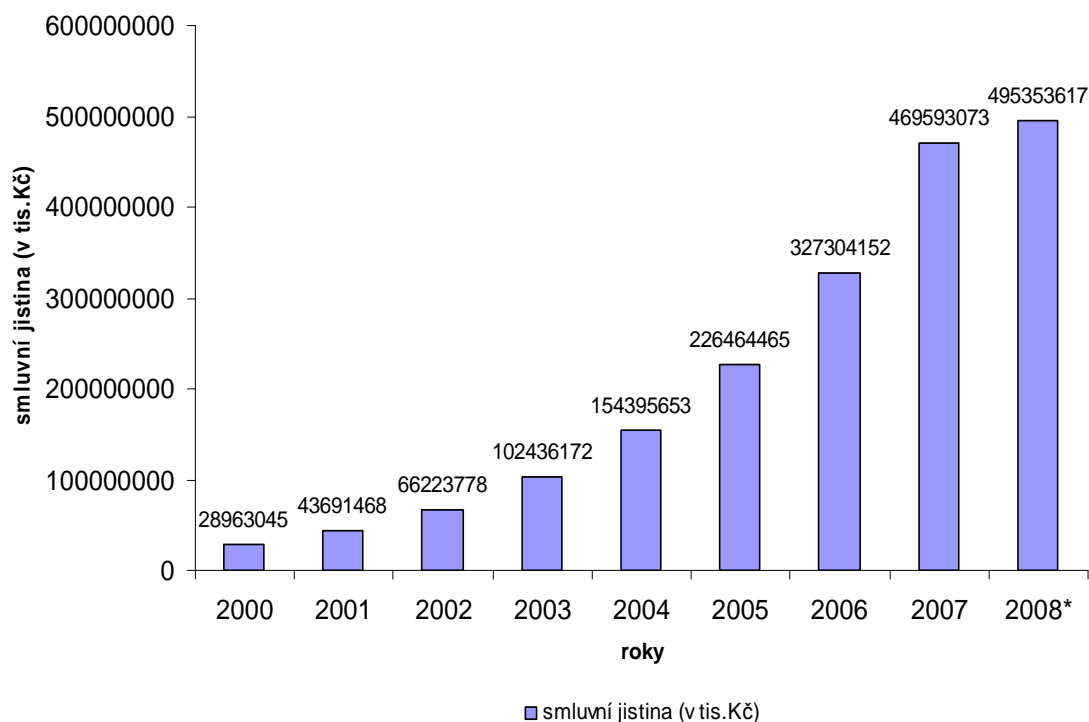
Na rozdíl od jiných typů úvěrů se u hypotečních úvěrů obecně jedná o úvěry s dlouhou dobou splatnosti. To je umožněno zejména jejich účelem, tj. investicemi do nemovitostí zajišťujících dlouhodobou návratnost, a zároveň dlouhodobým zajištěním úvěrů prostřednictvím zástavního práva k určité nemovité věci, jejichž hodnota za předpokladu správného ocenění a běžného řádného hospodaření obvykle po relativně dlouhou dobu neklesá. Různé formy státních úlev pro hypoteční úvěrování zejména u bytových objektů a možností dlouhodobého odpočtu zaplacených úroků od daňového základu příjemce úvěru chápání hypotečního úvěru jako dlouhodobé investice dále upevňují. (Bardová a kol., 1997)

2.8.3 Vývoj hypotečního úvěru v České republice

Využití hypotečních úvěrů k nabytí, výstavbě či modernizaci bytových a nebytových nemovitých objektů a pozemků zaznamenává v České republice poměrně strmý vzestup. Zatímco v roce 1997, kdy se příslušné statistiky začaly pro celou republiku vytvářet, vykazovaly hypoteční banky poskytnutí hypotečních úvěrů v celkovém objemu 15 336 mil. Kč, v roce 2000 činilo zadlužení občanů hypotékami 66 miliard Kč

a k 31. březnu 2008 se tato částka vyšplhala už na 495 mld. Kč (viz graf 1). Podle údajů Ministerstva pro místní rozvoj České republiky je více než dvoutřetinový podíl těchto úvěrů určen pro bytové účely a necelá třetina financování nebytových prostor určených k podnikání.

Graf 1: Vývoj objemu hypoték pro občany v letech 2000 - 2008*

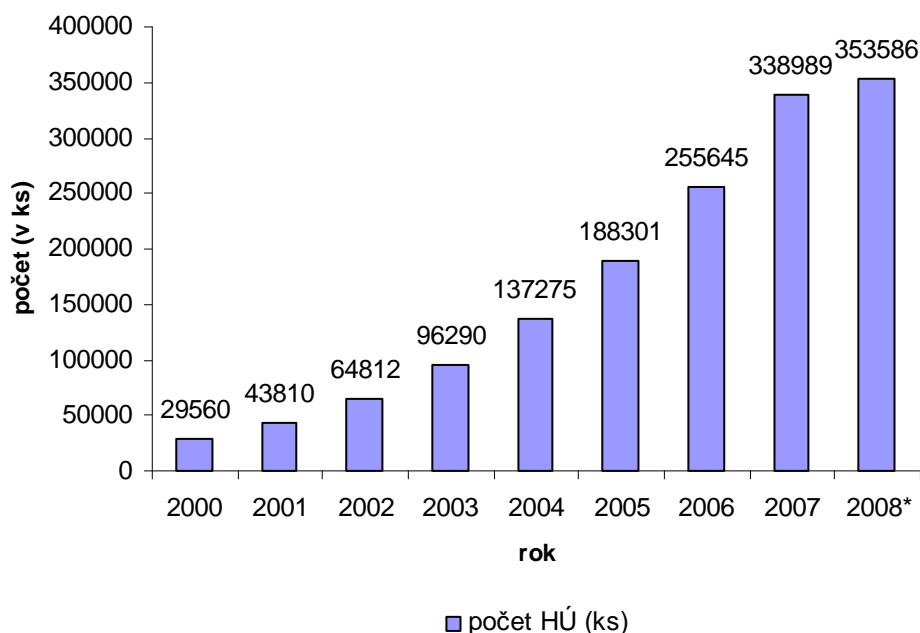


*údaj k 31.3.2008

Zdroj: Hypoteční úvěry pro občany, podnikatele a obce. MMR [online]. 2008 [cit. 2008-04-01]. Dostupný z WWW: <http://www.mmr.cz/uploads/MMR_Temata/BYTOVA_POLITIKA/Statistiky_Analyzy_BP/Hypoteky_2008/080422_sumar_k310308_01.pdf>.

Vývoj počtu hypoték pro občany znázorňuje graf 2 na straně 24, ze kterého je patrný strmý nárůst počtu hypoték. V roce 2000 bylo v České republice poskytnuto 29 560 hypoték, zatímco k březnu letošního roku se jejich celkový počet vyšplhal již na 353 586.

Graf 2: Vývoj počtu hypoték pro občany za období let 2000 – 2008*



*údaj k 31.3.2008

Zdroj: Hypoteční úvěry pro občany, podnikatele a obce. *MMR* [online]. 2008 [cit. 2008-04-01]. Dostupný z WWW: <http://www.mmr.cz/uploads/MMR_Temata/BYTOVA_POLITIKA/Statistiky_Analyzy_BP/Hypoteky_2008/080422_sumar_k310308_01.pdf>.

2.8.4 Druhy hypotečních úvěrů

Na rozdíl od ostatních úvěrů není pro vymezení druhů hypotečních úvěrů podle Syrového (2003) rozhodující doba jejich splatnosti, ale účel, na který jsou poskytovány. Nejrozšířenějším členěním, je jejich rozdělení na hypoteční úvěry určené na investice do nemovitostí pro tyto skupiny:

- Bydlení fyzických osob (rodin)
- Podnikání

První skupinu tvoří hypoteční úvěry *nepodnikatelské* (nazývané jako hypoteční úvěry pro fyzické osoby), druhou skupinu tvoří *hypoteční úvěry podnikatelského charakteru*.

2.8.5 Splatnost hypotečního úvěru

Hypoteční úvěry jsou zpravidla sjednávány s dobou splatnosti delší patnácti let; v praxi hypotečních bank nejsou neobvyklé úvěry se splatností 25 a více let. Prodloužení doby splatnosti snižuje splátky hypotečního úvěru a tím zvyšuje i jeho dostupnost. Na druhé straně ale zvyšuje celkově zaplacené úroky. Z tohoto důvodu lze poměrně s klidným svědomím konstatovat, že hypoteční úvěr provází fyzickou osobu, která se pro jeho přijetí rozhodla, po většinu jejího produktivního života. Proto lze rozhodnutí o přijetí hypotečního úvěru u většiny lidí považovat za rozhodnutí mající vpravdě životní důležitost. (Bardová a kol., 1997)

2.8.6 Výše hypotečního úvěru

Výše hypotečního úvěru nemůže překročit hodnotu, resp. cenu nemovitostí, které slouží jako zástava. Z logiky jeho charakteru vyplývá, že maximem může být hodnota, resp. cena nemovitostí, která slouží jako zástava. Poskytnutím vyšší částky by byla ohrožena jeho návratnost. Za relativně bezpečnou výši krytí hypotečních úvěrů se ve světě považuje hranice mezi 60 až 80 % obvyklé tržní ceny zastavené nemovitosti. Maximálně možný podíl hypotečního úvěru na hodnotě zastavené nemovitosti bývá obvykle stanoven zákonem. (Bardová a kol., 1997)

Kolik si klient doopravdy potřebuje půjčit závisí i na tom, jak velké má vlastní úspory (vlastní kapitál) a jaké jsou případné vedlejší nebo návazné investice na investici do nemovitosti (např. koupě nábytku, kobereců, vybavení apod.), které rovněž bude nutné uhradit, ale na které se hypoteční úvěr nevztahuje.

Množství vypůjčených peněz podle Bardové a kol. (1997) závisí především na třech základních bodech tzv. „*magického trojúhelníku*“:

1. výši zástav (zajištění úvěru),
2. doložené výši a účelu investice do nemovitosti (např. kupní cenou uvedenou v kupní smlouvě),
3. platební schopnosti klienta hypoteční úvěr splácet.

První dva body (tj. cena zastavených nemovitostí, doložená výše a účel investice do nemovitosti představují první dva z vrcholů „*magického trojúhelníku*“, které určují horní hranici možností poskytnutí hypotečního úvěru. Naopak třetí bod (platební schopnost klienta hypoteční úvěr splácet), neméně důležitý vrchol, představuje dolní limit.

add 1) Zajištění úvěru

Od poskytnutí úvěru do doby jeho úplného splacení může uplynout značný časový interval počítající se na celá léta a u hypotečních úvěrů pak až na celá desetiletí. Za tu dobu se může podstatným způsobem změnit finanční situace klienta, ať už k horšímu nebo lepšímu např. z důvodu nemoci, nezaměstnanosti, úrazu nebo neúspěchu podnikatelského záměru apod. (Bardová a kol., 1997)

Zlatým pravidlem hypotečních, ale i jiných, bankovních obchodů je podmínka, aby splacení úvěru bylo zajišťováno tím objektem (účelem), na který je úvěr poskytován. U hypotečních úvěrů jsou to ze zákona nemovitosti, tzn., že hypoteční úvěr musí být vždy zajištěn ***zástavním právem k nemovitosti*** ležící na území České republiky.

add 2) Doložená výše a účel investice do nemovitosti

Bardová a kol. (1997) dále uvádí, že při žádosti o hypoteční úvěr musí žadatel vedle účelu prokázat i výši zamýšlené investice do nemovitosti. Při koupi ji prokazuje kupní smlouvou, při výstavbě rozpočtem stavby atd. Doložená výše investičního záměru se

v praxi nemusí shodovat a často ani neshoduje s obvyklou cenou nemovitosti, která může být dána do zástavy.

add 3) Jak prokazovat schopnost splácet hypoteční úvěr?

Schopnost splácet hypoteční úvěr představuje platební schopnost klienta a prokazuje se porovnáním jeho příjmů s velikostí splátek hypotečního úvěru. Dostatečnost příjmů se posuzuje tak, že od celkových příjmů klienta se odečte určitá část (říkejme ji *odpočtová část*), o které se ví nebo předpokládá, že ji klient bude nezbytně potřebovat k jiným účelům. Rozdíl mezi celkovými příjmy dlužníka a touto odpočtovou částí představuje ***úvěrovou kapacitu klienta***, jak píše kolektiv autorů. Mít dostatečné příjmy však ještě neznamená, že banka skutečně hypoteční úvěr poskytne. K tomu je nutné splnit ještě řadu dalších podmínek a především mít dostatečně vysoké jištění hypotečního úvěru nemovitostní zástavou.

Odpočtový základ, ***odpočtová část***⁴ příjmů žadatele, spolužadatelů nebo ručitele, pokud jsou fyzickými osobami, se obvykle stanoví jako souhrn peněžních nákladů a neopominutelných finančních výdajů spojených s jejich fyzickou existencí. Při tom se většinou uvažuje s náklady a výdaji spojenými s jejich existencí jako rodiny. (Bardová a kol., 1997)

Jak správně prokazovat příjmy?

Správně prokazovat příjmy není vůbec jednoduché. Příjmy, které mohou být zahrnovány do základu pro hodnocení platební schopnosti žadatele o hypoteční úvěr, mohou plynout z nejrůznějších zdrojů. Jiné jsou u rodiny, jejíž členové jsou zaměstnání, jiné u rodiny, kde její členové podnikají. Aby hypoteční banka tyto různé možné druhy příjmů vzala při hodnocení platební schopnosti žadatele v úvahu, je nutné u všech řádně doložit jejich existenci a i jejich výši. Banky totiž akceptují pouze prokazatelné příjmy, nikoli příjmy prokazatelně neprokazatelné. Do příjmů při žádosti o hypoteční úvěr na

⁴ ***Pozn.:*** Každá hypoteční banka stanovuje odpočtovou část podle své metodiky, takže hodnocení úvěrové kapacity se může u jednotlivých bank od sebe lišit.

bydlení se zahrnují v podstatě všechny příjmy, které slouží k úhradě nákladů a ostatních finančních výdajů spojených se zajištěním funkce rodiny. Za relativně nejméně sporný doklad o příjmech a jejich výši se prakticky všude na světě považuje **daňové přiznání**.

Většina bank stanovuje náklady na existenci rodiny určitým paušálem, představujícím podle jejího názoru nezbytné minimum umožňující rodině ještě slušně žít. V České republice některé hypoteční banky využívají k tomuto účelu zákona o životním minimu (novelizovaný zákon č. 110/2006 Sb. ze dne 14. března 2006). Tento zákon taxativně stanoví minimální náklady na zajištění funkce jednotlivých typů rodin (viz. tabulka 1).

Tabulka 1: Výše částek životního minima stanovená od 1.1.2008 v Kč za měsíc

• pro jednotlivce	Kč 3 126
• pro první osobu v domácnosti	Kč 2 880
• pro 2. a další osobu v domácnosti, která není nezaopatřeným dítětem	Kč 2 600
• pro nezaopatřené dítě ve věku	
○ do 6 let	Kč 1 600
○ 6 až 15 let	Kč 1 960
○ 15 až 26 let (nezaopatřené)	Kč 2 250

Životní minimum je součtem všech částek životního minima jednotlivých členů domácnosti.

Částka existenčního minima za měsíc: Kč 2 020,-

Zdroj: Životní a existenční minimum. *Odbor 31 MPSV* [online]. 2008 [cit. 2008-01-03]. Dostupný z WWW: <<http://www.mpsv.cz/cs/3213>>.

Ve světě se však uplatňují i jiná kritéria. V mnoha zemích se využívá jednoduché, dobou vyzkoušené pravidlo, že měsíční splátky hypotečního úvěru, včetně úroku, by neměly převyšovat 30 % čistých měsíčních příjmů domácnosti. Někde vycházejí banky např. i z toho, že nejvyšší částka hypotečního úvěru by neměla překročit určitý násobek ročního platu klienta, apod.

Každá mince má dvě strany, jak poukazuje Bardová a kol. (1997). V našem případě je na jedné straně minimum, o které se opírá hypoteční banka, a na straně druhé velikost částky, se kterou skutečně rodina může a musí vyjít. Proto je vhodné se zamyslet ještě před podpisem úvěrové smlouvy. Případné odstoupení od podepsané úvěrové smlouvy totiž není ani jednoduché, ani levné.

2.8.7 Čerpání hypotečního úvěru

Ani čerpat hypoteční úvěr není tak jednoduché, problém je v tom, že česká právní úprava definuje hypoteční úvěry v podstatě jako úvěry účelové. Aby hypoteční banka měla jistotu, že předkládaný účel použití hypotečního úvěru je dodržen, umožňuje čerpání hypotečního úvěru v zásadě a přednostně bezhotovostní formou, cestou proplácení faktur nebo úhrady závazků plynoucích např. z kupní smlouvy. Bezhotovostní forma čerpání hypotečního úvěru totiž usnadňuje kontrolu banky nad tím, na jaké účely klient skutečně uvolněné peníze použije. Výjimečně, pokud je účelem hypotečního úvěru výstavba svépomocí lze s bankou dohodnout, že část peněz bude uvolňována na formou proplácení účtů za nákupy, které jste sami zaplatili v hotovosti. Hypoteční úvěr lze čerpat dvojím způsobem, rozhodující je v podstatě účel, respektive druh investice, na který chceme hypoteční úvěr použít. V zásadě se může jednat o způsob investice, který si vyžaduje buď:

- a) jednorázové čerpání* hypotečního úvěru. K němu se přistupuje např. při koupi nemovitosti, splacení dříve poskytnutého úvěru na investice do nemovitosti nebo při získání vlastnického podílu na nemovitosti,
- b) postupné čerpání* hypotečního úvěru. K tomu dochází např. při financování výstavby nové nemovitosti nebo opravě, rekonstrukci či modernizaci nemovitosti již existující.

Pro postupné čerpání hypotečního úvěru mohou nastat následující varianty:

1. Úrok se neplatí z celé schválené částky úvěru, ale jen z té, která již byla čerpána.
2. Čím je delší doba čerpání, tím více zaplatíme na úrocích.
3. Čím více peněz z úvěru vyčerpáme na počátku doby čerpání, tím větší úroky zaplatíme a obráceně, čím větší část úvěru vyčerpáme ke konci doby splácení, tím méně zaplatíme na úrocích.

(Bardová a kol., 1997)

K čerpání hypotečního úvěru, a tedy k zaplacení kupní ceny, nemůže dojít dříve, než je v katastru nemovitostí vloženo i zástavní právo k této nebo i jiné nemovitosti.

2.9 Hypoteční banky

Začne-li člověk vůbec přemýšlet o hypotečním úvěru jako o možnosti jak např. vyřešit svoji otázku bydlení, s největší pravděpodobností bude nejprve zjišťovat, které banky hypoteční úvěry vůbec poskytují. Získat tuto informaci není v současnosti již žádný problém, protože slovo hypotéka už není pro nikoho slovem z jiného světa, i když slovo hypotéka nahání stále velkému počtu lidí strach. (Dušek, P., 2001)

2.9.1 Oprávnění poskytovat hypoteční úvěr

Ve smyslu zákona č. 21/1992 Sb., o bankách, je oprávnění provádět hypoteční obchody vázáno na získání zvláštního povolení, které uděluje Česká národní banka po projednání s Komisí pro cenné papíry bankám existujícím ve formě akciových společností podle českého obchodního zákoníku. Pro udělení povolení musí hypoteční banky (tj. banky, které mají povolení vydávat hypoteční zástavní listy) zabezpečit přísné oddělení hypotečních obchodů od ostatních činností banky a prokázat personální, organizační a technické vybavení pro tyto obchody (proškolení specialisté na hypoteční úvěry, zvláštní pracoviště pro financování projektů v oblasti nemovitostí, zajištění odhadů ceny

nemovitostí, vedení tzv. krycího bloku pro vydávání hypotečních zástavních listů a jejich emise apod.).

Na rozvoji investic do nemovitostí se v současné době v České republice podílí již desítky bankovních domů s povolením k hypotečním obchodům.

2.9.2 Hypoteční zástavní listy

Hypoteční úvěry jsou, jak již bylo řečeno, svou povahou úvěry dlouhodobé. Pro hypoteční banky tak představují dlouhodobé pohledávky, dlouhodobě investované prostředky. Aby se hypoteční banky nedostávaly do problémů se svou finanční rovnováhou a se svou likviditou, je zapotřebí, aby proti nim stály odpovídající dlouhodobé zdroje jejich poskytování. (Dušek, P., 2001) Jeden z nich představují hypoteční zástavní listy. Hypoteční zástavní listy jsou českou právní úpravou definovány jako *„dluhopisy, jejichž jmenovitá hodnota a poměrný výnos (dále jen „závazky z hypotečních zástavních listů“)* jsou plně kryty pohledávkami z hypotečních úvěrů nebo částí těchto pohledávek (i „řádne krytí“) a popřípadě též náhradním způsobem podle tohoto zákona (náhradní krytí). Součástí názvu tohoto dluhopisu je označení hypoteční zástavní list.“

Hypoteční úvěry a hypoteční zástavní listy tvoří rub a líc jedné a téže mince – hypotečních obchodů. Hypoteční úvěry představují jejich aktivní stránku, kdy hypoteční banky se vůči svým klientům nacházejí v pozici věřitele, hypoteční zástavní listy pak jejich pasivní stránku. Při vydávání hypotečních zástavních listů se hypoteční banky nacházejí vůči svým klientům v roli dlužníka.

Hypoteční zástavní listy patří do skupiny tzv. *dluhových cenných papírů*, ve kterých se jejich emitent (vydavatel) a prodejce v jedné osobě, zavazuje jejich kupcům, že po uplynutí dohodnuté doby jim zpět vyplatí částku, kterou do nich investovali. A nejen to. Zavazuje se zároveň, že v pravidelných intervalech jim bude vyplácet i příslušné úroky. (Dušek, P., 2001)

2.9.3 Podmínky získání hypotečního úvěru

Před návštěvou hypotečních bank je dobré si nejdříve zjistit základní podmínky, za kterých poskytují hypoteční úvěry. Zejména je dle Bardové a kol. (1997) vhodné zjistit:

- **Účely**, na které jsou hypoteční úvěry poskytovány. Ne každá banka poskytuje hypoteční úvěr na všechny záměry, které by zájemci rádi realizovali.
- Existenci možných **dolních a horních limitů** poskytování jednotlivých druhů hypotečních úvěrů. Některé hypoteční banky neposkytují hypoteční úvěry pod určitou výši.
- Požadavky na **minimální výši úvěrové respektive platební schopnosti**.
- **Základní obchodní podmínky** (úrokové sazby, maximální doby splatnosti, poplatky za vyřízení žádosti o úvěr,...).

2.10 Hlavní formy státní podpory bytové výstavby

Prakticky nikde na světě se bytová výstavba neobejde bez státní podpory. Je tomu tak proto, že bydlení patří mezi nejvýznamnější lidské potřeby, ale současně je i nákladnou záležitostí a v neposlední řadě obor podnikání je málokdy tak výnosný jako jiná odvětví.

Pokud jde o možnosti podpory hypotečního úvěrování v České republice v podstatě lze použít dle Syrového, P. (2003) tyto **základní varianty**:

- **přímé dotace**,
- **nepřímé dotace**,
- **progresivní splácení hypotečních úvěrů**,
- **daňové úlevy**.

V současnosti poslanecká sněmovna v České republice rozhoduje o zrušení některých výhod.

3. METODIKA A HYPOTÉZY

Cílem mé diplomové práce je analýza a klasifikace produktu vybrané firmy a jeho využití a přínos pro spotřebitele i zákazníka včetně časového hlediska.

Práce se zabývá oblastí úvěrových bankovních produktů se zaměřením na produkty pro financování bydlení ve zvoleném bankovním ústavu, jímž je Česká spořitelna, a. s. (dále jen ČS).

3.1 Metodika

Data pro zpracování byla získávána četbou odborné literatury zaměřené na bankovní úvěrové služby, dále bylo provedeno dotazníkové šetření a významná část aktuálních informací byla čerpána z internetových portálů, výsledků výzkumů renomovaných agentur a v neposlední řadě z osobních konzultací s úvěrovými pracovníky bankovního domu. Seznam použité literatury a webových stránek je uveden na závěr této práce.

Jak již bylo řečeno, zvolenou metodou a nástrojem sběru dat je v této práci *dotazník*. Soubor, který bude reprezentovat celou populaci v Pardubickém kraji je stanoven na 100 respondentů. Ve výběru respondentů byla vyloučena věková skupina obyvatel 0 – 17 let a částečně omezena věková skupina nad 62 let. Dotazník obsahuje 25 otázek. Jeho struktura byla konzultována s pracovníky bankovního ústavu a s vedoucí práce. Vzor dotazníku je uveden v příloze 1. Dotazníkové šetření probíhalo v období od poloviny února do začátku března. Poté byly výsledky zpracovány graficky a následně vyhodnoceny. Na závěr byly vytvořeny návrhy šetření.

Samotný úvod je zaměřen na popis ČS, práce dále obsahuje analýzu a klasifikaci vybraného produktu, jeho perspektivu, vývoj hypotečního trhu v zahraničí, vyhodnocení dotazníkového šetření a návrh řešení s výhledem do budoucna.

3.2 Hypotézy

Při formulování hypotéz jsem vycházela z informací, které mi byly poskytnuty na pobočce banky a z rozhovorů s finančními analytiky.

Hypotéza 1: Základní hypotézou je předpoklad, že pokud lidé využívají k financování vlastního bydlení úvěrový produkt, je jím ve většině případů hypoteční úvěr, a to hlavně z důvodu celkové výše úvěru a delší době splatnosti. Následující výzkum tuto hypotézu potvrdí nebo vyvrátí.

Hypotéza 2: Druhou hypotézou, kterou potvrdí či vyvrátí dotazníkové šetření je domněnka, že hypotečním úvěrem jsou zatíženi především lidé do 49 let, neboť nemají takový strach ze zadlužení jako starší generace.

Hypotéza 3: Poslední hypotéza předpokládá, že mladí lidé ve věku 18 – 35 let jsou více nakloněni elektronickému bankovníctví, neboť lépe rozumějí informačním technologiím než starší generace. Zda je tato hypotéza správná či nikoliv, to přinesou výsledky dotazníkového šetření.

4. ANALÝZA A KLASIFIKACE PRODUKTU VE VYBRANÉ FIRMĚ

4.1 Charakteristika České spořitelny

Kořeny České spořitelny sahají až do roku 1825, kdy zahájila činnost Spořitelna česká, nejstarší právní předchůdce České spořitelny. Na tradici českého a později československého spořitelnictví navázala v roce 1992 ČS jako akciová společnost. V roce 2000 banku koupila silná střeoevropská Finanční skupina Erste Group (viz příloha 3) s více jak 16 miliony klienty. S využitím know-how a bohatých praktických zkušeností zahraničního vlastníka, směřuje k tomu, aby byla konkurenceschopnou finanční institucí nejen na českém a střeoevropském poli, ale i v Evropské unii. V červenci roku 2001 ČS úspěšně dokončila svoji transformaci s názvem „Naše spořitelna“, ve které se zaměřila na zlepšení všech klíčových součástí banky a i nadále pokračuje ve zkvalitňování svých produktů a služeb, zefektivňování pracovních procesů i v modernizaci informačních technologií.

Česká spořitelna je moderní banka zaměřená na drobnou klientelu, malé a střední firmy, na města a obce, financuje a obsluhuje velké podniky a společnosti. Téměř 5,3 milionu klientů finanční skupiny ČS (viz příloha 4) svědčí o jejím pevném postavení na českém trhu. Provozuje přes 1 100 bankomatů, včetně několika bankomatů pro nevidomé. Disponuje téměř 640 pobočkami.

ČS je partnerem svým klientům i společnosti ve všech oblastech, kde působí. Nadace ČS podporuje již od roku 2002 projekty v oblasti kultury, vzdělávání, vědy, veřejných a sociálních záležitostí, zdravotní péče, charity, komunálních aktivit, sportu a ekologie. Z jejích prostředků jsou finančními dary podporovány například Sdružení Česká katolická charita (pomoc tělesně i mentálně postiženým, opuštěným matkám a dětem v tísní, apod.), Nadace VIA, Nadace Terezy Maxové, Nadační fond Mamma, apod. V současné době se nadace snaží zaměřit zejména na pomoc seniorům, drogově závislým a na projekty z oblasti životního prostředí.

4.2 Klasifikace služeb v České spořitelně

Podle **cílového trhu služeb** se služby v ČS klasifikují na:

- a) **Služby pro spotřebitele** (v ČS označované jako oblast Lidé). Tyto služby ČS poskytuje *domácnostem a jednotlivcům* (občanům, dětem, studentům, důchodcům), kteří služby využívají pro svůj vlastní užitek. Do této skupiny pak můžeme zařadit tyto nabízené bankovní produkty: *účty, platební karty, vkladové účty, úvěry, hypotéky, pojištění apod.*

ČS tuto oblast rozděluje do následujících kategorií:

- Účty a karty
- Úvěry
- Bydlení
- Spoření a investování
- Pojištění

- b) **Služby pro firmy, organizace** (v ČS označované jako oblast Firmy). Tyto služby většinou slouží k vytvoření dalších ekonomických užitků. ČS pro tuto skupinu nabízí širší škálu produktů, jako jsou např.: *běžné účty, profit programy, služební platební karty, investování, programy pro zaměstnance, osobní finance, EU programy a další.*

Některé služby ČS nabízí ***jak spotřebitelům, tak organizacím***, např. softwarové programy, přímé bankovníctví, poradenské a směnářské služby, platební karty atd.

Diplomová práce se zabývá analýzou úvěrových bankovních služeb v oblasti Lidé, a to se zaměřením na kategorii Bydlení.

Bankovní produkty v oblasti BYDLENÍ

Cílem ČS je nabízet takovou škálu úvěrových produktů, v níž by každý klient našel úvěr „šitý na míru“, který by vyhovoval jeho potřebám a zároveň zohledňoval jeho možnosti.

K 1. dubnu 2008 ČS nabízí svým klientům tyto produkty v oblasti financování bydlení:

- **Hypoteční úvěry**
 - Hypotéka na bydlení
 - ČS hypotéka na počkání
 - Hypotéka na investice
- **Úvěry ze stavebního spoření**
 - překlenovací úvěr TREND
 - překlenovací úvěr HYPO TREND
 - úvěr ze stavebního spoření
- **Mezi další produkty financování bydlení patří:**
 - americká hypotéka: spotřebitelská, hotovostní
 - půjčka
 - kreditní karty (Kredit+Visa Electron, Kredit+MC Partner/Kredit+MC Partner UK, Kredit+Visa Classic Partner, Kredit+MC Gold/Kredit+MC Gold UK, Kredit+Visa Gold)

4.3 Hypoteční úvěry v České spořitelně

ČS je dlouhodobě největší partner při pořizování bydlení na hypotéku. Hypotéky v ČS jsou poskytovány fyzickým osobám za účelem financování nemovitostí určených k bydlení.

Hypoteční úvěry v ČS lze využít na:

- *koupi nemovitosti* (např. pozemku, rodinného domu, bytu včetně příslušenství – garáž, sklep apod.),
- *koupi objektů pro individuální rekreaci* (chaty, chalupy, apod.),
- *koupi družstevního bytu nebo bytu od města či obce,*
- *koupi nemovitosti na bydlení za účelem jejího pronájmu, na financování výstavby a stavebních úprav nemovitosti* (stavba, rekonstrukce, nástavba, přístavba),
- *refinancování předchozích investic do nemovitosti,*
- *všechny prokazatelné náklady související s investicí do nemovitostí* (poplatky za bankovní služby,...),
- *a jiné.*

Vybrané parametry v současnosti nabízených produktů ČS znázorňuje tabulka 2.

Tabulka 2: Vybrané parametry nabízených produktů České spořitelny, a. s.

Parametry	Hypotéka na bydlení	ČS hypotéka na počkání	Hypotéka na investice
Účel poskytnutí	koupě RD, bytu, rekreačního objektu, financování výstavby a stavebních úprav nemovitosti, refinancování, apod.	koupě a rekonstrukce nemovitosti, financování výstavby nebo dostavby (před kolaudací) a na prokazatelné náklady související s pořízením nemovitosti	pro financování nemovitostí, které nejsou určeny k bydlení (pro podnikání, činžovní domy, ubytovací a stravovací zařízení), účelem je další pronájem
Minimální výše úvěru	není stanovena	není stanovena	není stanovena
Maximální výše úvěru	do 100 % hodnoty zastavené nemovitosti	do 100 % hodnoty nemovitosti; nejvýše však 6 mil. Kč	do 90 % hodnoty nemovitosti

Pokračování tabulky 2 ze strany 38

Parametry	Hypotéka na bydlení	ČS hypotéka na počkání	Hypotéka na investice
Minimální podíl vlastních prostředků	není stanoveno	není stanoveno	min. 15 %
Doba splatnosti	až 30 let	až 30 let	až 20 let
Doba fixace úrokové sazby	1,2,3,4,5,10,15 nebo 20 let	1 nebo 5 let	1,2,3,4,5,10,15 nebo 20 let
Úroková míra	od 4,99 %	individuální	individuální
Čerpání úvěru	dle potřeb klienta	dle potřeb klienta	dle potřeb klienta
Splácení	po zaplacení úroků z vyčerpané části úvěru se začne splácet jistina	po zaplacení úroků z vyčerpané části úvěru se začne splácet jistina	po zaplacení úroků z vyčerpané části úvěru se začne splácet jistina
Sankce za předčasné splacení	bez sankce k datu změny úrokové sazby	bez sankce k datu změny úrokové sazby	bez sankce k datu změny úrokové sazby
Ostatní	umožňuje změnu výše splátek a odklad splátek; výhody pro mladé	úrokovou sazbu má klient zajištěnu již dnes, přitom může čerpat až za rok a sazba se mu nezmění; není třeba dokládat žádné doklady; lze uzavřít na první schůzce	-

Zdroj: vlastní zjištění na základě webových prezentací a osobní konzultace

Hypoteční úvěr je zajištěn smluvním zástavním právem k financované nebo jiné nemovitosti na území České republiky, což je dáno zákonem. Nemovitost, která je předmětem zástavního práva, musí být pojištěna a pohledávka z pojistného plnění zastavena ve prospěch ČS.

ČS se snaží, aby na hypotéku dosáhlo co nejvíce klientů (v současné době 90 % klientů, kteří se o hypotéku v ČS zajímají, jí také dostanou). Administrativní zátěží bylo ještě před třemi lety vyřízení hypotéky. V březnu 2006 proto ČS zavedla na trh novinku

spočívající ve zkrácení celého procesu vyřízení hypotéky na minimum. V loňském roce ČS zavedla nový produkt – ČS Hypotéka na počkání, který umožňuje uzavřít smlouvu již na první schůzce, aniž je třeba dokládat nějaké doklady. Další významný krok, který ČS učinila, je minimalizování podkladů pro získání hypotéky, čímž klientovi ušetří jeho čas a náklady. Příkladem může být zajištění výpisu z katastru nemovitostí.

Základní podmínkou pro jakýkoliv úvěr, hypoteční nevyjímaje (právě naopak), zůstává však i nadále **dostatečná bonita**, tedy dostatečný příjem. Bez slušného příjmu, který pokryje splátku, životní náklady a určitou rezervu, hypotéku nikdo nezíská.

Nedostatečný čistý příjem se tak pro řadu zájemců o hypoteční úvěr může stát velmi nepříjemnou komplikací. Je třeba mít na mysli, že přestože jsou úrokové sazby na nízkých úrovních, hypoteční úvěry se neposkytují v desítkách tisíc korun. Většina těchto úvěrů je poskytována v objemech nad milión korun. U takové sumy nelze očekávat měsíční splátky ve výši jen několika málo tisíc korun. Například miliónová hypotéka na 15 let při úrokové sazbě necelých pět procent znamená pro klienta měsíční splátku téměř 8 tisíc korun. To se sice nemusí zdát jako extrémně vysoká částka, nicméně všechny hypoteční banky včetně ČS povinně na klientech požadují, aby po odečtení všech nezbytných výdajů a vypočtené splátky jim zůstala ještě nějaká finanční rezerva. Každá banka má na její určení trochu jiný algoritmus, náročnost na bonitu klientů je však přibližně srovnatelná. Klient, který si chce půjčit na hypotéku jeden milión korun, musí doložit čistý měsíční příjem minimálně okolo šestnácti až sedmnácti tisíc korun v případě, že je svobodný a nemá žádné pevné finanční závazky (např. placení leasingu, životní pojistky či splátky jiného úvěru). Analogicky v opačném případě musí mít žadatel příjem vyšší o tyto položky. Teprve až po odečtení těchto závazků mu musí zůstat disponibilní příjem okolo 16 tisíc korun. Hrubý příjem před zdaněním by proto u zájemce o milión měl činit více než 20 tisíc korun měsíčně, což je v současné době téměř udávaná průměrná mzda.

4.4 Hypoteční úvěr vs. úvěr ze stavebního spoření vs. půjčka

V České republice bylo podle statistik v roce 2006 dokončeno 30 187 bytových jednotek (tj. o 8,1 % méně než v předchozím roce). Největší podíl na dokončených bytových jednotkách mají byty v rodinných domech. Až 6,5 % domácností v ČR má přitom své bydlení financované hypotečním úvěrem, takže není divu, že objem nově poskytnutých hypoték v roce 2006 přesáhl 100,8 miliard korun. Hypoteční úvěry tvoří už více jak 48 % všech úvěrů poskytnutých bankami domácnostem, úvěry na bydlení potom dokonce celých 75 %.

K financování bydlení lze však využít kromě hypotéky i úvěr ze stavebního spoření nebo půjčku, nejčastěji jde o spotřebitelský úvěr. Následující podkapitola bude zaměřena na výhody a nevýhody těchto produktů.

Hypotéka, úvěr ze stavebního spoření nebo půjčka? Toto dilema řeší řada rodin, které si chtějí pořídit vlastní bydlení. Pro lepší vysvětlení vyjdeme z příkladu.

Příklad:

Průměrná rodina se dvěma dětmi se chce přestěhovat z nájemního bytu do většího bytu. Zvažují proto, jaký typ bydlení si mohou prostřednictvím hypotéky, stavebního spoření nebo půjčky koupit. Manžel má průměrný měsíční příjem 21 000 Kč, manželka je na mateřské dovolené s jejich dvouletým synem, její příjem je kolem 7 500 Kč za měsíc. Na dvou stavebních spořeních mají dohromady 240 tisíc korun.

Vzhledem k jejich příjmovým možnostem pro ně pravděpodobně bude nejvýhodnější, když si bydlení pořídí na hypotéku a úspory ze stavebního spoření využijí jinak. Půjčka se v jejich případě jeví jako nejdražší možná varianta.

Podle výpočtů oslovených finančních poradců by rodina mohla dosáhnout na hypotéku kolem 2 miliónů korun. Záleží na zvolené délce fixace úrokové sazby a době splácení. Na základě výše poskytnuté částky může rodina uvažovat o zakoupení bytu v osobním vlastnictví ve městě či menším domě na vesnici. Stavebním spořením by mohli

v budoucnu uhradit část nutných stavebních úprav či vybavení domácnosti, každopádně financování celého bytu, resp. domu, by při příjmech rodiny nebylo dobré. Na první pohled se sice může zdát, že sazba i splátky jsou výhodnější, ale protože je zde povinnost splácet úvěr a současně spořit (podmínka stavebních spořitelén), ve výsledku to pro rodinu vychází měsíčně draž než splátky hypotéky.

Teď již záleží pouze na tom, jakou fixaci úrokové sazby zvolit. Jednoletá fixace může pomoci k hypotéce lidem, kteří nemohou doložit pravidelné příjmy, nebo mají jiné problémy s bonitou. Když se jim podaří získat hypotéku s jednoletou fixací, a tedy s nižším úrokem a splátkami, může se jim sice následující rok sazba zvednout, ale hypotéku už jim nikdo nevezme. Delší doba splatnosti zase snižuje momentální zatížení rodinného rozpočtu.

Jak je patrné z tabulky 3 na straně 43, která srovnává výhody a nevýhody hypotečního úvěru, úvěru ze stavebního spoření a spotřebitelského úvěru, nejméně výhodný pro financování vlastního bydlení se jeví spotřebitelský úvěr, a to zejména vzhledem k úrokovým sazbám a době splatnosti. Naopak z těchto důvodů za nejvýhodnější způsoby financování bydlení lze považovat hypoteční úvěr či úvěr ze stavebního spoření.

Obecně ovšem nelze jednoznačně říct, zda je lepší hypotéka, nebo úvěr ze stavebního spoření. Neexistuje totiž jen jedno číslo, podle kterého je možné oba produkty rozsoudit. Rozhodujícím kritériem při výběru vhodné banky i produktu by neměly být jen úrokové sazby. Do celkových nákladů a tedy posouzení výhodnosti finančního produktu je třeba započítat i všechny další související poplatky (jako např. poplatek za sjednání úvěru, měsíční bankovní poplatky, pojištění úvěru či životní pojištění, atd.).

Tabulka 3: Porovnání parametrů hypotečních úvěrů, úvěrů ze stavebního spoření a spotřebitelských úvěrů v České republice

	Hypoteční úvěr	Úvěr ze stavebního spoření	Spotřebitelské úvěry
Poskytovatelé	hypoteční banky	6 stavebních spořitelů	finanční instituce
Úroková sazba	cca 4,74 – 7,39 % (záleží na době fixace úrokové sazby)	u řádného úvěru neměnná po celou dobu splatnosti: cca 3 - 5 %	cca 7,15 – 14,52 %
Vedení účtu	od 1 200 Kč/rok	od 200 Kč/měsíc	0 – 80 Kč/měsíc
Poplatek za uzavření smlouvy	cca od 0,4 % z výše úvěru	ve většině SS zdarma, příp. max. 2 % z úvěru	max. 1 % z výše úvěru
Minimální měsíční splátka úvěru	-	0,45 - 1 % z cílové částky	-
Mimořádné splátky	bez sankce na konci fixace	bez sankčních úhrad	-
Splatnost	až 40 let	až 13 let	až 10 let, u americké hypotéky až 20 let
Účelovost	pro financování bydlení, výjimka: americké hypotéky (na cokoliv)	výhradně pro financování bydlení	úhrada zboží, služeb, závazků i s nemovitým majetkem
Zajištění	vyžadováno vždy – ze zákona rezidenční nemovitostí	vyžadováno nad 400 000 Kč, u nižších úvěrů stačí ručitel	u nižších úvěrů stačí ručitel; u vyšších částek a americké hypotéky nemovitým majetkem
Výše úvěru	lze půjčit až na 100 % hodnoty zástavy	od 60 do 80 % cílové částky	-

Zdroj: vlastní zjištění na základě podkladů z bank

Výhody a nevýhody úvěru ze stavebního spoření

Na straně úvěru ze stavebního spoření stojí jistota, že úrokové sazby úvěru jsou stejné po celou dobu splácení. Od okamžiku podpisu smlouvy tak člověk ví, jaké splátky ho čekají a jak si může své finance plánovat. Významnou výhodou je také možnost předčasného splacení, a to kdykoli a bez sankcí. Do zhruba 400 000 Kč je možné také získat úvěr bez zajištění. Vedení úvěrového účtu přijde jen na pár stokorun ročně.

Podmínkou pro získání řádného úvěru ze stavebního spoření ve většině stavebních spořitelén je založení stavebního spoření a jeho trvání v délce min. 24 měsíců, i zde však existují výjimky. Pokud člověk stavební spoření založené nemá, lze využít překlenovací úvěr s vyššími úrokovými sazbami z úvěru.

Mezi nevýhody úvěru ze stavebního spoření lze řadit, že jej lze použít pouze pro financování bytových potřeb. Omezená je i maximální výše úvěru, a to zpravidla 60 – 80 % zastavené nemovitosti.

Výhody a nevýhody hypotečního úvěru

Ve prospěch hypoték hovoří skutečnost, že banky poskytují úvěr až na sto procent ceny nemovitosti. Velké plus pro hypotéky je i možnost využití delší doby splatnosti, která rozloží výši měsíčních splátek a nezatěžuje tak nadměrně rodinný rozpočet.

Naopak fakt, že hypoteční úvěr se dá bezplatně splatit jedině na konci fixačního období a že úvěr musí být ze zákona vždy kryt zastavenou nemovitostí mluví v neprospěch hypoték.

4.5 Porovnání hypoték na českém trhu

K porovnání parametrů hypotečních úvěrů byly vybrány tři finanční instituce působící na českém trhu, které se řadí co do počtu poskytnutých hypoték na přední místa a které se umístily v šestém ročníku soutěže MasterCard banka roku 2007 na prvních třech místech. Jsou jimi Česká spořitelna, a. s., Hypoteční banka, a. s. a Komerční banka, a. s. Porovnání vybraných parametrů je uvedeno v tabulce 4 na straně 45 - 46.

Tabulka 4: Porovnání hypoték ve třech finančních institucích působících na českém trhu

Finanční instituce	Česká spořitelna	Hypoteční banka	Komerční banka
Název hypotéky	Hypotéka na bydlení	Hypoteční úvěr do 100 %	Flexibilní hypotéka
Výše úvěru			
Minimální výše úvěru	není určena	300 000 Kč	200 000 Kč
Maximální výše úvěru (% z ceny nemovitosti)	100 %	100 %	100 %
Doba splatnosti			
Minimální doba splatnosti v letech	5	5	5
Maximální doba splatnosti v letech	30	30	30
Úrokové sazby			
Minimální úroková sazba fixace na 1 rok	4,99 %	5,54 %	4,99 %
fixace na 3 roky	4,99 %	5,54 %	-
fixace na 4 roky	-	-	4,99 %
fixace na 5 let	4,99 %	5,54 %	-
fixace na 10 let	5,29 %	6,09 %	4,99 %
fixace na 15 let	5,59 %	6,09 %	4,99 %
fixace na 20 let	individuální	6,09 %	4,99 %
fixace na 25 let	individuální	6,09 %	individuální
Maximální doba fixace úrokové sazby (v letech)	20	25	15
Poplatky			
Poplatek při schválení úvěru	0,9 %	0,8 %	0,8 %
Minimální poplatek	9 500 Kč	8 000 Kč	9 000 Kč
Maximální poplatek	25 000 Kč	25 000 Kč	28 000 Kč
Poplatek za vedení účtu měsíčně (se státní podporou)	150 Kč	220 Kč	neposkytuje se (bez státní podpory 250 Kč)
Změna smluvních podmínek	0,2% z aktuálního zůstatku, min. 1 000 Kč, max. 3 000 Kč.	2 – 10 tisíc Kč změny ze strany klienta. Oznámením banky 200 Kč	2000 Kč

Pokračování tabulky 4 ze strany 45

Finanční instituce	Česká spořitelna	Hypoteční banka	Komerční banka
Název hypotéky	Hypotéka na bydlení	Hypoteční úvěr do 100 %	Flexibilní hypotéka
Předčasné splacení úvěru	zdarma na konci fixace úrokové sazby	zdarma na konci fixace úrokové sazby; část úvěru přesahující 70 % ceny nemovitosti kdykoliv lze splatit kdykoliv a bez sankcí	zdarma na konci fixace úrokové sazby
Čerpání	zdarma	1. až 3. čerpání zdarma, další 500 Kč	zdarma
Ostatní	Možnost refinancování stávajících úvěrů. Zpětné proplácení výdajů.	Po uplynutí pětileté fixace se dražší úroková sazba snižuje na úroveň klasických hypoték.	Na začátku možnost odkladu splácení až o 12 měsíců. Jednou za rok možnost změny výše splátky, odkladu splácení až o 3 měsíce. Možnost Hypotéky 2 v 1.

Zdroj: vlastní zjištění z osobních konzultací a webových prezentací

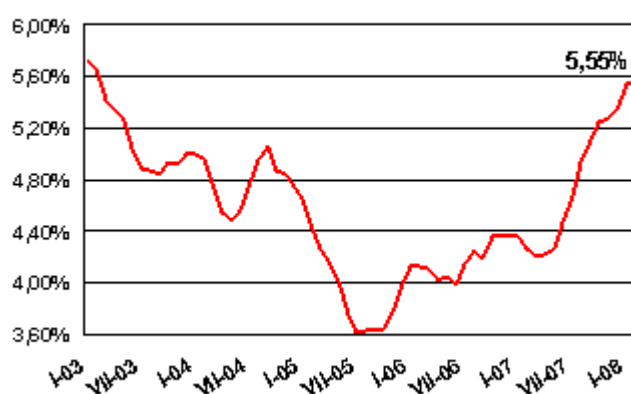
Zhodnocení:

Jak je patrné z tabulky 4 na straně 45 - 46, která porovnává jednotlivé parametry hypoték u třech finančních institucí, nelze jednoznačně říci, která z nich je nejvýhodnější. Shrňme si nyní, co mají hypotéky nastaveno stejně. Jedná se o dobu splatnosti úvěru, a to jak minimální hranici, která je stanovena na 5 let, tak maximální, která činí 30 let. Hypotéky, které byly porovnávány poskytují částku až do výše 100 % ceny nemovitosti, omezení je pouze v minimální výši, kterou nemá stanovenu Česká spořitelna. Komerční banka vyžaduje poskytnutí úvěru v minimální výši 200 000 Kč, Hypoteční banka dokonce 300 000 Kč.

Rozdíly lze spatřit v úrokových sazbách. Tyto sazby se s přibývajícím dobou fixace o něco málo zvyšují, vyjma Komerční banky, která od poloviny dubna do konce června tohoto roku nabízí stejné úrokové sazby ve všech dobách fixace. Růst úrokových sazeb s přibývajícím dobou lze přisuzovat nejistotě ve vývoji úrokových sazeb na hypotečním

trhu v České republice v nadcházejících letech. Za dobu poskytování hypoték jsme byli svědky, kdy úrokové sazby byly na hranici 3 % p.a., aby se o několik let déle dotkly hranice 6 % p.a.⁵ Vývoj úrokových sazeb v České republice za poslední roky naznačuje graf 3.

Graf 3: Vývoj úrokových sazeb z hypoték za pololetí od roku 2003 do ledna 2008 v České republice



Zdroj: Hypoindex : Vývoj hypotečního trhu. *Idnes* [online]. 2008 [cit. 2008-04-08]. Dostupný z WWW: <<http://fincentrum.idnes.cz/hypoindex.asp?y=hypoindex/vyvojhypotecnihotrhu.htm>>.

Dalším parametrem, který může potenciální klienty zlákat k výběru finanční instituce je i poplatek za zřízení a vedení účtu příslušného produktu. Podle tohoto kritéria vychází nejlépe Hypoteční banka, i když rozdíly oproti ostatním zkoumaných bankovním domům jsou zcela minimální.

Při výběru banky může zákazníka ovlivnit i možnost předčasného splacení. V současnosti banky nabízejí splacení zdarma vždy na konci fixace úrokové sazby, jinak je předčasné splacení sankcionováno určitým procentem z celkové částky jistiny (nejčastěji 1 – 2 %). Objevují se však i první instituce, které klientům nabízejí při

⁵ Na začátku poskytování hypotečních úvěrů byly úrokové sazby i na hranici 20 %.

splnění určitých podmínek předčasné splacení či mimořádné splátky i během splácení úvěrového produktu. Mezi prvními, kteří zavedli tuto novinku byla Hypoteční banka. Podmínkou zde však je, aby klient měl splaceno více než 70 % ceny nemovitosti.

Čerpání úvěru na bydlení je ve většině bankovních domů zdarma, i když i zde existují výjimky. Například Hypoteční banka nabízí zdarma první až třetí čerpání, každé další je zpoplatněno 500 Kč.

Aby banky uspěly v konkurenčním boji, přicházejí i s řadou dalších výhod k jednotlivým typům úvěru. V této oblasti ČS umožňuje např. zpětné proplacení výdajů spojených s pořízením nemovitosti či refinancování úvěru stávajícího. Hypoteční banka oslovuje klienty prostřednictvím snížení sazby po uplynutí pětileté doby fixace na úroveň klasických hypoték a Komerční banka vychází klientům vstříc a umožňuje jim odklad splátek až na 1 rok. Lze očekávat, že banky i nadále budou své zákazníky motivovat řadou výhod, aby získaly pevnější pozici na trhu.

4.6 Hypotéky v ČR v porovnání se zahraničím

Sledováním vývoje hypotečních trhů se zabývá *Evropská hypoteční federace*, která sbírá a publikuje statistické údaje o poskytnutých hypotékách v jednotlivých zemích Evropy. V současnosti jsou k dispozici výsledky za rok 2005, resp. 2006.

Evropský hypoteční trh

První emitované hypoteční zástavní listy se objevily v Dánsku již v 18. století. Do zemí s nejdelší historií hypotečního financování se kromě Dánska řadí i Velká Británie.

Český hypoteční trh je ve srovnání s jinými evropskými trhy mladý. I přesto lze však konstatovat, že produkty v České republice jsou již více jak z 90 % srovnatelné s produkty v ostatních evropských zemích. Problémem českého trhu a jeho dynamičtějšího rozvoje jsou určité psychologické zábrany, které se teprve v posledních letech daří překonávat. Lidé se „učí“ zadlužovat. Dříve v nás bylo zakořeněné nemít

žádné dluhy, dnes se však myšlení lidí pomalu posouvá k názoru, že není opravdu nic špatného na tom vzít si hypotéku.

Celá střední Evropa zažívá v posledních letech obrovský hypoteční boom. Ve Spojených státech naopak hypoteční trh zažil v uplynulém roce největší šok za posledních několik desetiletí, z něhož se dodnes vzpamatovává a jehož negativní dopady se mohou přenést i do jiných zemích. Jednou z reálných možností vyústění tamní hypoteční krize mohla být i hospodářská recese.

Celková výše nesplacené jistiny hypoték použitých na financování bydlení dosáhla v Evropské unii v roce 2006 hodnoty více než 5,7 bilionu eur. Pro srovnání, ve Spojených státech to bylo 7,1 bilionu eur. **Největší celkový objem hypoték** mají **Velká Británie a Německo**, v obou případech přesahuje 1 bilion eur. Britské hypotéky pak tvoří více jak čtvrtinu celkového objemu hypotečních úvěrů poskytnutých v celé Evropské unii.

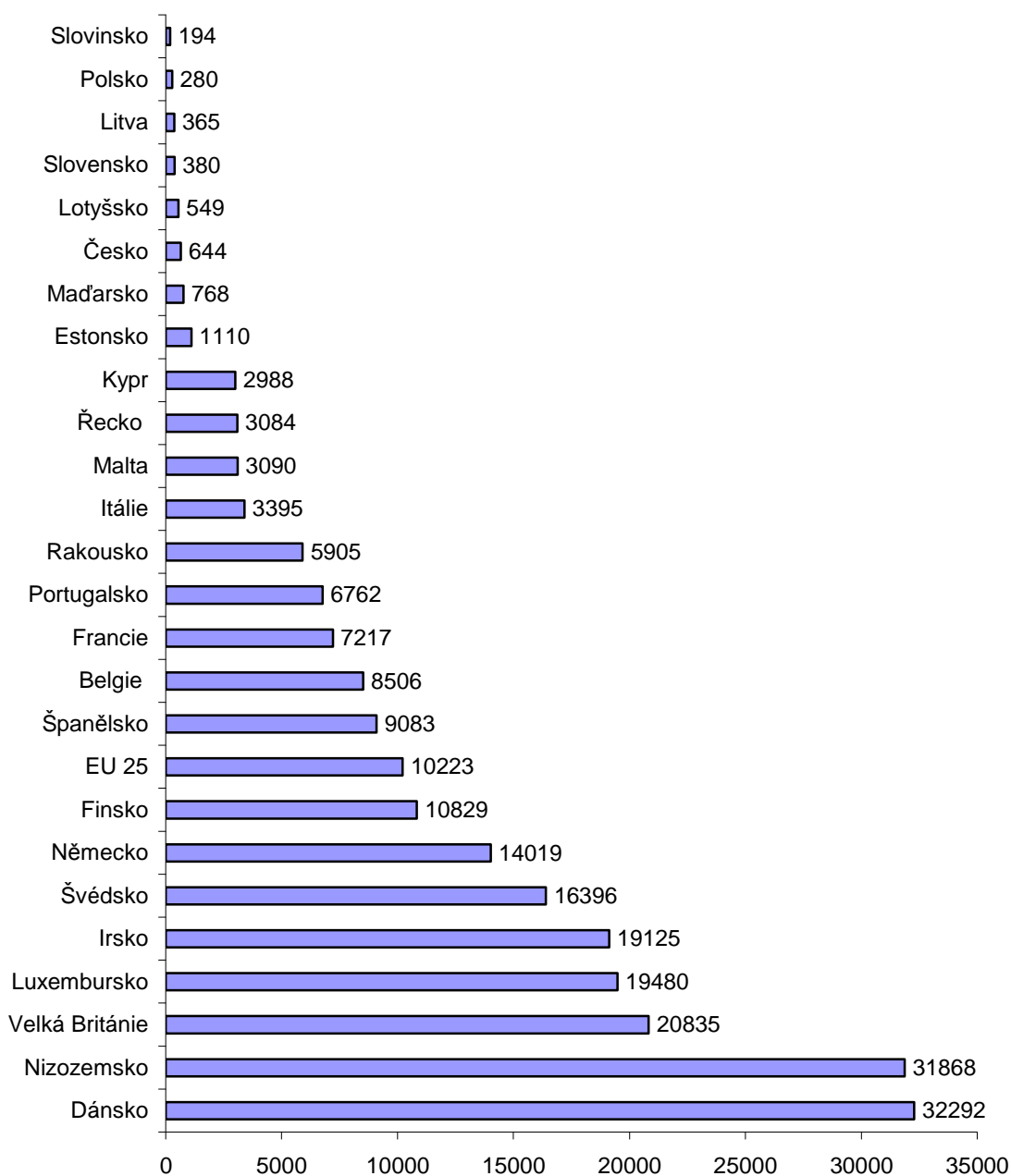
Oproti roku 2005 rostl dynamičtěji hypoteční trh EU 27 pouze u 5 států, konkrétně v Německu, Rakousku, Polsku, Portugalsku a ve Velké Británii. Rekordní růst cen hypoték zvýšil i úrokovou sazbu v roce 2006 v zemích Německa, v Irsku, Polsku a Velké Británii.

Nejrychleji rozvíjejícím trhem ve střední Evropě je polský trh. Především díky dříve silnému agrárnímu polskému venkovu dnes stále více obyvatel hledá příležitosti v hlavním městě Varšava, které se tak stalo jedním z nejrychleji se rozvíjejících v celé EU. Lze proto očekávat, že Varšavu čeká v nejbližším desetiletí boom, jehož součástí bude i razantní nárůst cen nemovitostí.

V roce 2005 činila **průměrná hodnota hypotečního dluhu na osobu v ČR 644 eur**, tj. zhruba 18 000 korun. Objem nesplacených hypoték dosahoval zhruba osm procent hrubého domácího produktu. Průměrný Rakušan však na hypotékách dlužil 5 905 eur a průměrný **Dán**, který si na bydlení půjčuje nejochotněji a nejvíce z celé EU, rovných **32 292 eur**, jak ukazuje graf 4 na straně 50. V celé evropské pětadvacítce se hypoteční

dluh na hlavu pohyboval v průměru kolem deseti tisíc eur. A i když se v uvedeném roce zvýšil podíl hypotečních úvěrů v ČR na zhruba 14 procent HDP, v zemích EU se běžně pohybuje kolem 45 %.

Graf 4 : Výše dluhu Evropanů (na osobu) v roce 2005 (v Eurech)

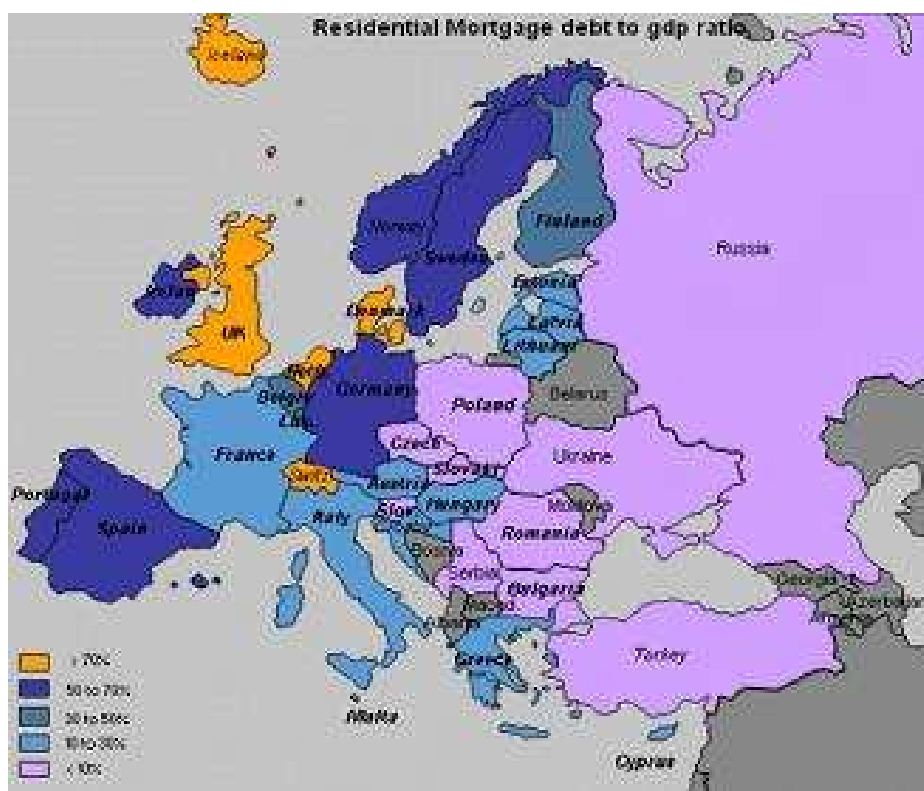


Zdroj: Evropská hypoteční federace, 2005

O oblibě financování bydlení hypotečními úvěry v jednotlivých zemích vypovídají lépe než absolutní čísla o objemu poskytnutých hypoték ukazatele jako *podíl výše nesplacené jistiny vztažené k HDP* nebo k počtu obyvatel.

Pokud jde o podíl zadluženosti hypotečními úvěry vůči HDP, jednoznačně vede Nizozemsko a Dánsko, kde se tento ukazatel blíží sto procentům. Průměr za celou Evropskou unii je přibližně poloviční – 47,5 %. Česká republika má zadluženost hypotékami na HDP pouhých 6,1 % a patří ji spodní příčky ve srovnání s Evropou (viz. obrázek 3).

Obrázek 3: Zadluženost hypotečními úvěry na HDP



Zdroj: Evropská hypoteční federace, 2005

Trendy na evropském trhu

Banky v Evropě v minulých letech hlásily zejména prodlužování ***doby splácení hypotečních úvěrů***. Například ve Francii se průměrné trvání hypotéky zvýšilo z 12 let v roce 1995 na 19 let v roce 2006, v Itálii se průměrná délka hypotéky zvýšila z 10 let v polovině 90. let 20. století na 15 let v roce 2006. V některých zemích jsou délky hypotečních úvěrů ještě větší. V Dánsku je typická délka splatnosti hypotéky 30 let, v Irsku je to dokonce 31 až 35 let. Ve Velké Británii je 22 % úvěrů poskytnuto na dobu nad 25 let, 8 % úvěrů dokonce nad 30 let.

Jestliže delší doba splatnosti znamená vyšší podíl placených úroků a vyšší riziko výpadku splácení, na opačné straně stojí fakt, že měsíční splátky jsou méně zatěžující. Takové úvěry se zaměřují na lidi kupující nemovitost poprvé, ve věku 25 až 35 let, kteří si mohou dovolit koupit nemovitosti pouze s dlouhou dobou splatnosti úvěru.

Dalším trendem u hypoték v Evropské unii je ***rostoucí poměr LTV*** (loan-to-value, poměr úvěru vůči hodnotě nemovitosti). V několika zemích unie banky akceptují vyšší poměry LTV než kdykoli předtím. Ani LTV okolo 70 až 80 % hodnoty nemovitosti už nejsou výjimečné. V některých případech jsou banky dokonce ochotny financovat až 100 % hodnoty nemovitosti. Úvěry s vysokým poměrem LTV však nejsou pro všechny klienty. Například v Nizozemsku lze získat hypoteční úvěr s LTV 100 % nebo i více - závisí to ale na tom, zda si úvěrovaný klient pojistí riziko nesplácení. Na druhé straně pak takový pojištěný klient dostane o něco nižší úrokovou sazbu. Podobně v Itálii je ochotna řada hypotečních bank poskytnout až 100 % hodnoty nemovitosti v případě pojištění úvěru, které pokrývá více než 80 % hodnoty nemovitosti. Ve Švédsku banky skupině úvěrovaných občanů s velmi dobrou finanční situací rovněž umožňují přístup k úvěrům se 100 % LTV nebo vyšším poměrem. Takto se dostanou k dodatečné hotovosti lidé, kteří momentálně hotovost nemají, mají ale zajištěné vysoké příjmy.

Novým trendem na trhu hypoték je i **posun od úvěrů s variabilními sazbami k úvěrům s fixními úrokovými sazbami**, které souvisí s pohybem sazeb. Protože v některých zemích více rostly variabilně nastavené sazby, odráželo to očekávání, že krátkodobé sazby porostou více než dlouhodobé. Zmíněné posuny byly zaznamenány dokonce i v zemích, kde tradičně převládají hypotéky s variabilními sazbami. Například v Řecku bylo v roce 2005 až 90 % hypoték s variabilními sazbami (včetně započítání hypoték jen s jednorocní fixací), zatímco ke konci roku 2006 tento podíl spadl na 44 % a v dubnu 2007 to bylo již méně než 36 % všech nových úvěrů. Ve Velké Británii si fixovanou sazbu u hypotéky vybralo 89 % poprvé hypotékou úvěrovaných občanů, což je nejvíce v historii. Většina britských hypoték je však fixována na krátkou dobu jednoho či dvou let. Podle průzkumů **Češi** mají největší důvěru **k fixaci úrokové sazby na 5 let**. Němci, Dánové nebo Francouzi zase dávají přednost fixní úrokové sazbě na celou dobu splatnosti úvěru.

Další novinkou je zavedení legislativy umožňující **reverzní hypotéky**. Jsou to úvěry zpravidla poskytnuté na dobu dlužníka života a zajištěné nemovitostí. Úvěr banka poskytne naráz nebo posílá klientovi pravidelné splátky a po jeho smrti (případně odchodu do nějakého ústavu pro seniory) je úvěr splacen buď prodejem nemovitosti, nebo jiným způsobem (dědici apod.).

V západní Evropě je také běžné **refinancování hypoték**. Výhodou je snadnější adaptace dlužníka na změny v ekonomické situaci, na druhé straně nevýhodou ale je, že zvyšuje důvěru u hypotečních dlužníků, kteří jsou tak schopni brát si rizikovější typy produktů, protože vědí, že v případě problémů mohou opět snadno refinancovat, tzn. najdou si typ úvěru, který bude více vyhovovat jejich momentálním potřebám. Holanďané nebo Belgičané běžně splatí původní hypoteční úvěr novým, pokud zjistí, že jim konkurenční banka nabídne výhodnější podmínky. Britové si například zvykli každých pár let pravidelně obměňovat banku. V Dánsku dokonce existují hypotéky, kde se pravidelně platí pouze úroky bez splátek a kde si jistinu splácí klient mimořádnými splátkami sám podle potřeby. Češi zatím refinancování hypoték příliš nevyužívají.

V jednotlivých státech EU panují samozřejmě rozdíly a srovnávat tak ČR k unii jako celku je vždy trochu zavádějící. Pokud se o to však pokusíme, zjistíme, že úrokové sazby hypotečních úvěrů jsou stále o něco málo nižší než v ČR. O cenách nemovitostí se to samé říci nedá. Jsou vyšší jak v relativním porovnání, tak v poměru ke příjmu obyvatelstva. Výhodnost uzavření hypotéky v zahraničí je tedy značně diskutabilní, na to by bylo potřeba znát konkrétní nabídky zahraničních bank a porovnat je s nabídkou v ČR. Pro ukázkou jsou uvedeny úrokové sazby z hypotečních úvěrů našich sousedů (viz tabulka 5). Výše sazeb je pouze orientační, vždy je uvedena nejnižší úroková sazba, která byla zjištěna v daném státě. Data byla nalezena na webových prezentacích hypotečních zahraničních bank, jejichž seznam je uveden v použité literatuře.

Tabulka 5: Výše úrokových sazeb v ČR a sousedících státech v dubnu 2008

Země	Úrokové sazby z hypoték
Německo	od 4,47 %
Rakousko	od 4,56 %
ČR	od 4,74 %
Slovenská republika	od 4,99 %
Polsko	od 5,25 %

Zdroj: vlastní zjištění na webových prezentacích zahraničních bank, duben 2008

Jak můžeme vidět z tabulky 5, nižší sazby z hypoték mají v Německu a Rakousku, naopak vyšší sazby nalezneme na Slovensku a v Polsku. Jak již bylo řečeno, výše úrokových sazeb není jediným parametrem, který by měl vzít člověk v úvahu. Nelze proto jen za pomoci tohoto kritéria srovnávat, zda je výhodnější si vzít hypotéku v zahraničí, záleží to i na dalších podmínkách (např. podmínkách uzavření smlouvy, poplatcích, době splatnosti apod.). Tyto parametry mají banky stanoveny různě.

4.7 Perspektiva hypotečního úvěrování v ČR a Evropě

Česká republika

V České republice vzrostl objem poskytnutých hypotečních úvěrů v loňském roce téměř o polovinu. V roce 2006 poskytly tuzemské banky hypoteční úvěry v celkovém objemu 100,8 mld. Kč, zatímco v září roku 2007 byly evidovány hypotéky v částce téměř 107 mld. Kč. Odhady na letošní rok počítají se zpomalením nárůstu, a to okolo 10 – 20 %.

Tabulka 6: Co sílí, resp. tlumí vývoj hypotečního úvěrování – vybrané aspekty

	Posílení trhu hypoték	Útlum trhu hypoték
Rostoucí úrokové sazby		√
Deregulace nájemného	√	
Zvyšování mezd	√	
Rostoucí počet obyvatel – silné populační ročníky	√	
Růst cen nemovitostí		√
Daňové změny – snížení sazeb z příjmů, vyšší DPH		√

Zdroj: vlastní zjištění na základě dostupných informací

Úrokové sazby z hypoték v ČR zaznamenávají již přes dva roky **vzestupný trend**, jak dokazuje i graf 3 na straně 47. To má za následek jednak snižování dostupnosti úvěru, ale také více zatěžuje část hypotečních dlužníků s krátkodobými fixacemi, jak vyplývá z tabulky 6. Prognózou v úrokových sazbách je další růst, který bude pokračovat tak dlouho, jak bude ČNB zvyšovat základní úrokové sazby, aby zbrzdila inflaci. Lze očekávat, že úroková sazba české koruny se přinejmenším srovná se zatím vyšší sazbou, která platí pro euro. Cenová hladina hypoték by se tak měla ustálit mezi **pěti a šesti procenty**. Na jednu stranu mohou být předpovědi o dalším růstu úrokových sazeb přehnané, protože jejich motivací může být snaha prodat co nejvíce hypoték klientům, kteří se začínou obávat, že levným hypotékám bude brzy konec a že právě teď je čas jednat.

Obecně platí, že čím rychlejší je růst úrokových sazeb, tím vyšší je nebezpečí nárůstu počtu nesplácejících a klasifikovaných úvěrů. Platí to zvláště tehdy, když růst HDP zpomalí nebo když nastane recese. Podíl klasifikovaných úvěrů na hypotečních úvěrech je však v ČR zatím poměrně mizivý, takže zde žádné větší problémy bankám pravděpodobně nehrozí. Vyšší sazby mají ještě další efekt. Protože zvyšují pravidelné splátky hypotečních úvěrů o úroky navíc, větší část klientů sahá k mimořádným splátkám jistiny a jejich rodiny pak méně spotřebovávají. To se projevuje jako nižší poptávka v ekonomice a zpomaluje růst HDP.

V současné době sice roste počet obyvatel ČR pomalu, ale **do produktivního věku se dostaly populačně silné ročníky**, takže poptávka na trhu bydlení je nyní dočasně vyšší. Pro další růst hypoték mluví především počínající skutečná **deregulace nájemného**, která zvyšuje atraktivitu vlastního bydlení pro další skupinu občanů - splátky hypotéky pro ně mohou znamenat nižší zátěž než platby nájemného. Razantní **zvyšování průměrných mezd**, které provází momentální růstovou fází hospodářství také počet bonitních klientů rozšíří.

Proti růstu hypotečního trhu dále hovoří **zvyšování cen bytů a rodinných domků z nové výstavby, zvýšení hladiny DPH a paradoxně i snížení daně z příjmu**. Vyšší DPH u nových bytů a domů způsobila (již vloni) promítnutí této změny do všech cen nemovitostí včetně starých.

Prognózou pro příští tři roky je, že se budou zvyšovat objemy poskytnutých hypoték a hypoteční trh i nadále poroste. Tempo růstu se ale zmírní a patrně se bude pohybovat někde okolo 30 % ročně. Navíc se očekává zvyšování sazeb centrální banky, které následně přinese i další zdražování hypoték. I přesto, že úrokové sazby z hypoték rostou a doba extrémně levných hypoték je za námi, ekonomice se daří a jasným signálem je i trh s nemovitostmi. **Prognózou pro český trh tedy je stabilní dynamický růst.**

Evropa

Ke sjednocení evropského hypotečního trhu by mohla přispět i tzv. ***Eurohypotéka***, tj. jeden produkt, který by bylo možné si za stejných parametrů vzít po celé unii. Tato jednotná hypotéka však nenahradí diverzifikovanou nabídku národních produktů a bude narážet na různé zvykové vlastnosti. Problémem by mohly být i jednotné úvěrové a zástavní smlouvy, neboť každá země má svou vlastní legislativu, jiné způsoby evidence nemovitostí a např. ani všechny země nemají katastr nemovitostí.

Dalším cílem komisí v rámci EU je zajistit ***transparentní trh hypoték v celé Evropě***, tzn., že by si klienti mohli porovnat podmínky, za kterých jim banky nabízejí hypotéky v jednotlivých zemích. Tento záměr splňuje postupné zavádění ***Code of Conduct*** ve všech evropských zemích. Jedná se o předmluvní informace pro klienta, vztahující se k požadované hypotéce ve strukturované podobě, jež je shodná ve všech zemích unie. Klientovi je nabídnuto srovnání jeho požadavku u jednotlivých bankovních ústavů, a to nejen u jeho domácích bank, ale také u bank přeshraničních. Kromě standardních informací typu výše splátky, výše potřebného zajištění apod., se klient dozví, kolik skutečně za úvěr zaplatí. To znamená nejenom nominální úrokovou sazbu, ale také úrokovou sazbu se zohledněním bance placených poplatků.

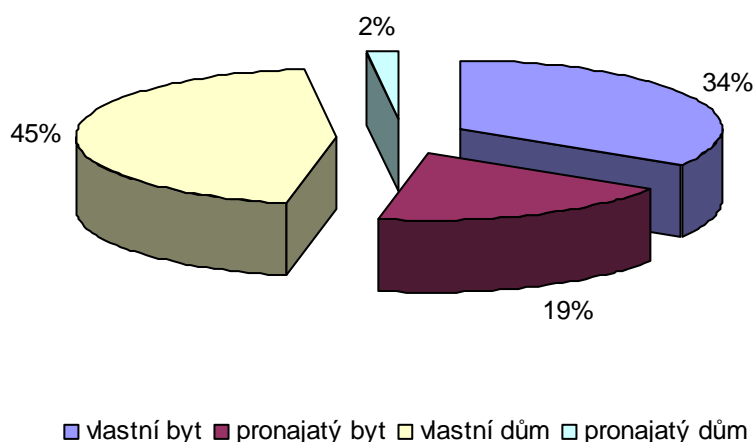
Vývoj na trhu hypotečních úvěrů v Evropě ukazuje, že banky se snaží pod tlakem silné konkurence nabízet stále více sofistikovanějších produktů, které učiní hypoteční financování bydlení pro klienty dostupnější než dříve. Zvyšuje se též flexibilita na straně nabídky úvěrů. I v Evropě je prognózou na další roky ***růst hypotečního úvěrování***.

5. ZPRACOVÁNÍ A VYHODNOCENÍ INFORMACÍ

Jak již bylo řečeno, ke sběru dat byl použit *dotazník*, na který odpovídali náhodně oslovení lidé v Pardubickém kraji. Celkový počet respondentů byl 100. Jediným omezujícím kritériem bylo vyloučení věkové skupiny obyvatel ve věku 0 – 17 let a částečně omezena věková skupina obyvatel nad 62 let. Dotazník obsahuje 25 otázek, jeho struktura byla konzultována s pracovníky bankovního ústavu a s vedoucí práce. Dotazníkové šetření probíhalo v období od poloviny února do začátku března roku 2008. Poté byly výsledky zpracovány graficky a následně vyhodnoceny.

1) Jaká je vaše současná bytová situace?

Graf 5: Současná bytová situace respondentů

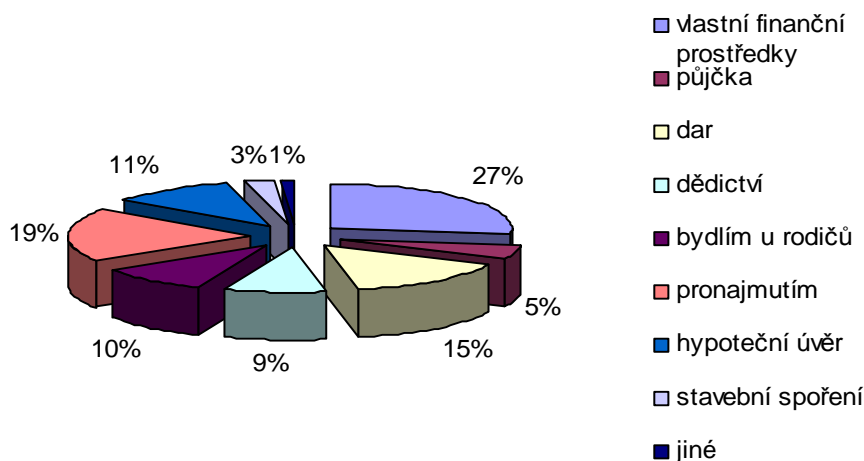


Zdroj: dotazníkové šetření autora

Ze 100 oslovených respondentů v Pardubickém kraji 45 osob bydlí ve vlastním domě, 34 oslovených žije ve vlastním bytě. Pronajatý byt slouží k bydlení pro 19 oslovených a 2 mají pronajatý dům.

2) Jak jste získali současné bydlení?

Graf 6: Způsob, jakým respondent získal současné bydlení



Zdroj: dotazníkové šetření autora

Současné bydlení si nejčastěji respondenti pořizovali z vlastních úspor (27 respondentů), 19 oslovených má bydlení pronajato. 15 respondentů současné bydlení získalo darem od rodičů, příbuzných apod., 11 osob získalo bydlení za pomoci hypotečního úvěru. 10 dotazovaných bydlí s rodiči, 9 lidí svoje současné bydlení zdědilo. 5 oslovených využilo půjčky, 3 stavebního spoření a 1 respondent bydlí v dvougeneračním domě.

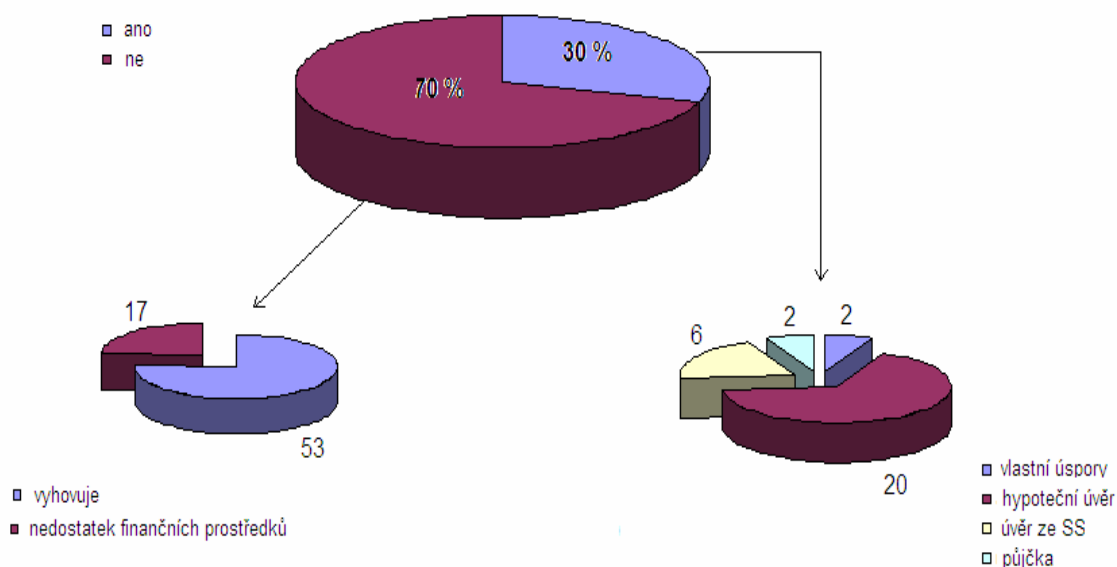
3) Uvažujete o koupi či rekonstrukci nemovitosti?

V současné době o koupi či rekonstrukci nemovitosti uvažuje 30 respondentů, kteří k tomu ve 20 případech hodlají využít hypoteční úvěr, 6 respondentů by rádo využilo úvěru ze stavebního spoření, 2 oslovení si vezmou půjčku a 2 dotázaným na to budou stačit vlastní finanční prostředky, jak dokládá graf 7 na straně 60.

Lidé, kteří by volili hypoteční úvěr mají v současnosti v 15 případech pronajaté bydlení, z nichž 11 respondentů je svobodných ve věku 24 – 35 let, 3 osoby žijí ve svazku manželském (v tomto případě se jedná o věkovou skupinu 24 – 49 let) a 1 osoba je rozvedená ve věku 35 – 49 let. 5 oslovených uvažujících o hypotečním úvěru má v současnosti bydlení vlastní, ale z důvodu koupě většího bytu, resp. domu chtějí využít úvěrový způsob financování. Jedná se především o mladé páry, kteří čekají přírůstek do rodiny (2 respondenti), nebo mají dvě děti a současné bydlení je pro ně nedostatečné (3 respondenti). Respondenti, kteří zvolili variantu stavebního spoření chtějí ve všech případech rekonstruovat vlastní nemovitosti. Je zřejmé, že v těchto lidech se bankám či jiným finančním institucím skrývají potenciální klienti.

Ze 70 respondentů, kteří odpověděli „ne“, uvádějí jako hlavní důvod v 53 případech spokojenost se současnou bytovou situací, 17 respondentů na to nemá dostatečné finanční prostředky a nechce se zadlužovat.

Graf 7: Uvažují respondenti v současné době o koupi či rekonstrukci nemovitosti, proč ano, resp.ne?

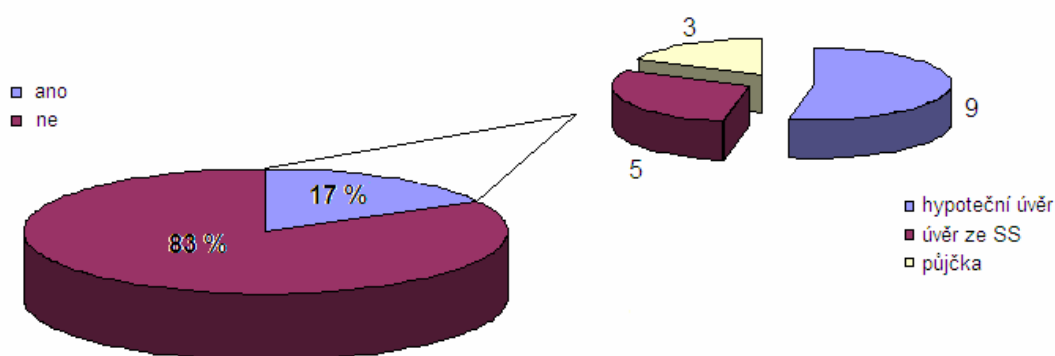


Zdroj: dotazníkové šetření autora

4) a 5) Máte v současné době úvěrový produkt na financování Vašeho bydlení? Pokud ano, jaký a jak jste si ho sjednali?

Tato otázka byla filtrační a rozdělila respondenty do dvou skupin. **První skupinu** tvořili dotázaní, kteří mají v současnosti úvěrový produkt, jímž financují své bydlení. Tuto skupinu tvořilo 17 % oslovených, z nichž 9 osob je zatíženo hypotečním úvěrem, 5 osob úvěrem ze stavebního spoření a 3 lidé půjčkou, jak znázorňuje graf 8. Všichni oslovení si úvěrový produkt sjednali z vlastní iniciativy. Popis respondentů, kteří vlastní úvěrový produkt na financování bydlení bude podrobněji rozebrán a graficky znázorněn v demografických otázkách (od strany 76). **Druhou skupinu** tvořilo zbylých 83 % respondentů, kteří žádný úvěrový produkt, kterým by financovali své bydlení nemají.

Graf 8: Má respondent v současné době úvěrový produkt na financování bydlení, pokud ano, jaký?

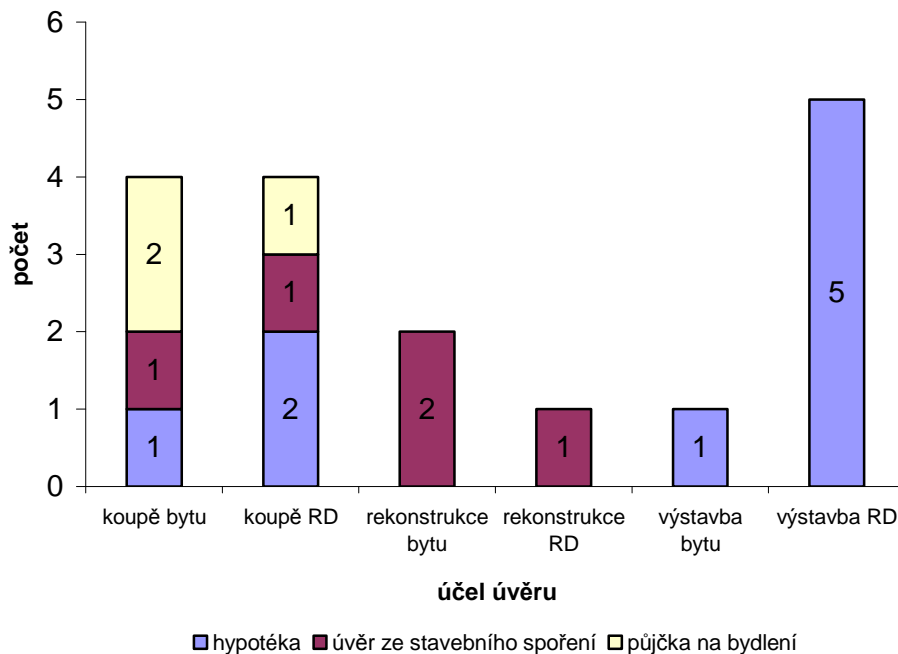


Zdroj: dotazníkové šetření autora

Na otázky 6 – 14 odpovídala pouze první skupina respondentů (17).

6) Na jaký účel jste si vzal(a) úvěrový produkt?

Graf 9: Struktura úvěrových produktů na financování bydlení dle účelu

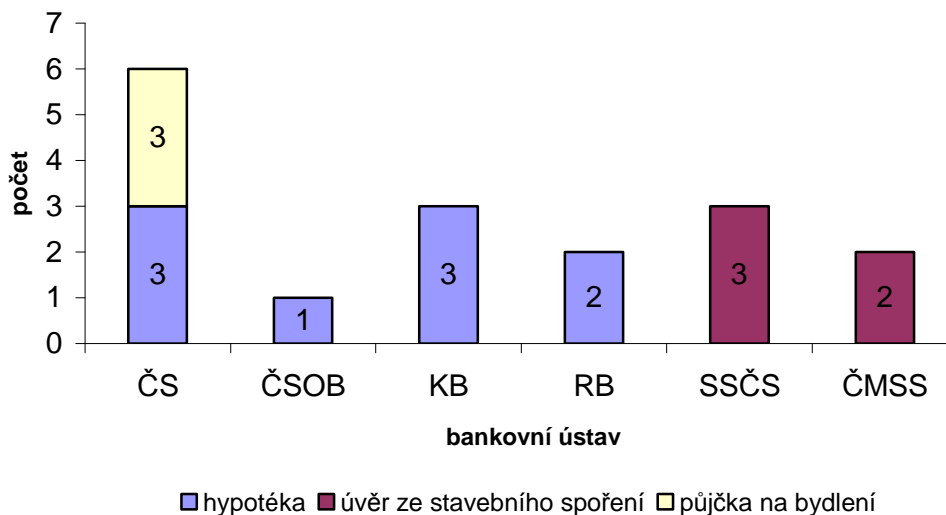


Zdroj: dotazníkové šetření autora

Jak vyplývá z grafu 9, nejvíce respondentů si vzalo hypoteční úvěr na výstavbu rodinného domu. Stejným principem, tedy hypotékou, byla pořízena i výstavba bytu. Pokud respondent kupoval rodinný dům, ve 2 případech využil hypotéku a po jednom případě úvěr ze stavebního spoření, resp. půjčku. Dal-li dotázaný přednost koupi bytu, poté se nejčastěji rozhodl pro půjčku (2), v závěsu s hypotékou, resp. úvěrem ze stavebního spoření. Rozhodl-li se oslovený pro rekonstrukce, ať již bytu nebo rodinného domu, vždy mu k tomu posloužil úvěr ze stavebního spoření.

7) U kterého bankovního ústavu máte úvěrový produkt na bydlení sjednán?

Graf 10: Struktura úvěrových produktů na financování vlastního bydlení v bankovních domech

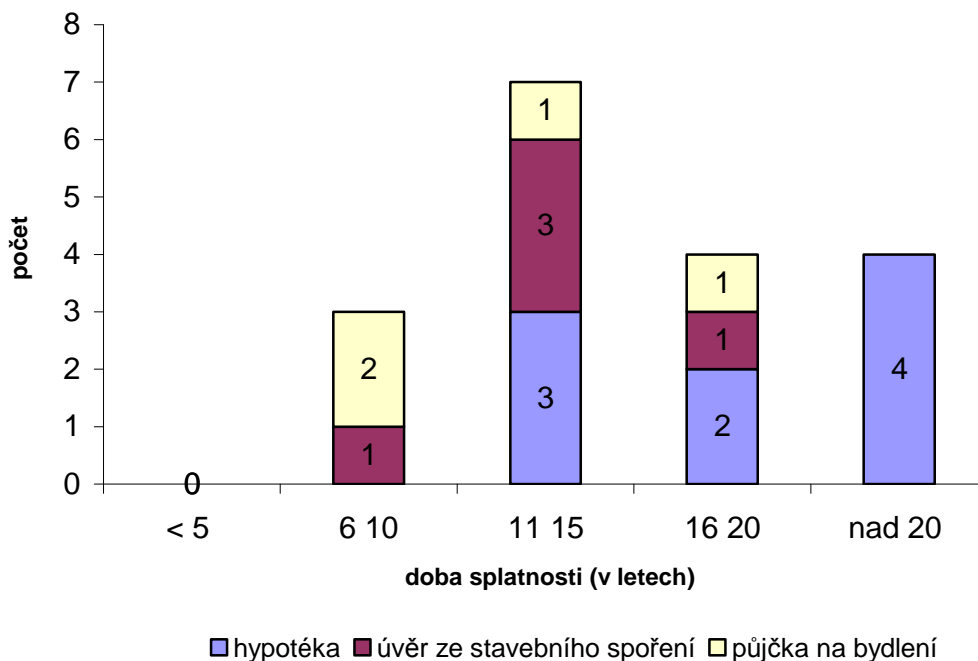


Zdroj: dotazníkové šetření autora

Nejvíce úvěrových produktů na financování bydlení je poskytováno ve finanční skupině České spořitelně, ve které má úvěrový produkt 9 ze 17 dotázaných. V Komerční bance, a. s. mají sjednanou hypotéku 3 respondenti, 2 oslovení mají hypoteční úvěr uzavřen v Raiffeisen bance a jeden respondent v Československé obchodní bance, a. s. Smlouvu o úvěru ze stavebního spoření mají sepsánu a úvěr právě splácí 2 respondenti v Českomoravské stavební spořitelně.

8) Na jak dlouho máte úvěrový produkt financující bydlení sjednán?

Graf 11: Struktura úvěrových produktů na financování bydlení dle doby splatnosti

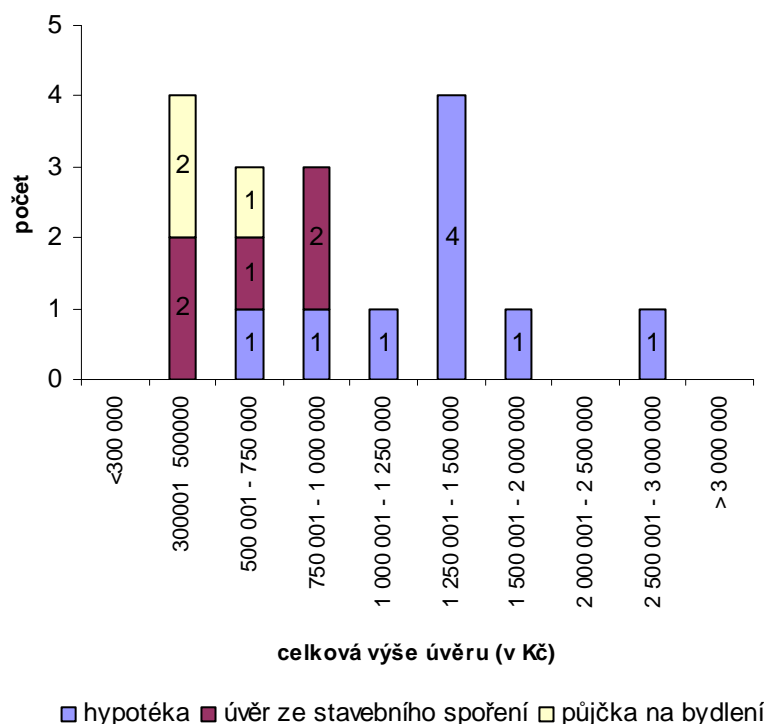


Zdroj: dotazníkové šetření autora

Oslovení nejčastěji volí dobu splatnosti svého úvěrového produktu v rozmezí mezi 11 – 15 lety, v těsném závěsu pak stojí doba splatnosti nad 20 let. S kratší dobou splatnosti klienti volí spíše úvěry ze stavebního spoření či půjčky na bydlení, jak vyplývá z grafu 11. Naopak s delší dobou splatnosti přibývá respondentů, kteří volí hypoteční úvěr. Žádný z respondentů, který má úvěrový produkt, s nímž financuje vlastní bydlení, nezvolil dobu splatnosti kratší než 6 let. Důvodem mohou být měsíční splátky úvěrů, neboť delší doba splatnosti rozloží splátky a nezatíží tak nadměrně rodinný rozpočet. V současnosti je trendem nejenom v České republice, ale i v zahraničí, brát si úvěr na delší dobu splatnosti z výše uvedeného důvodu, tj. z rozložení splátek na delší dobu splatnosti. V ČR je v současné době udáváná průměrná doba splatnosti hypotéky 23 let.

9) Na jakou částku máte tento produkt sjednán?

**Graf 12: Struktura úvěrových produktů na financování svého bydlení
dle celkové výše úvěru**



Zdroj: dotazníkové šetření autora

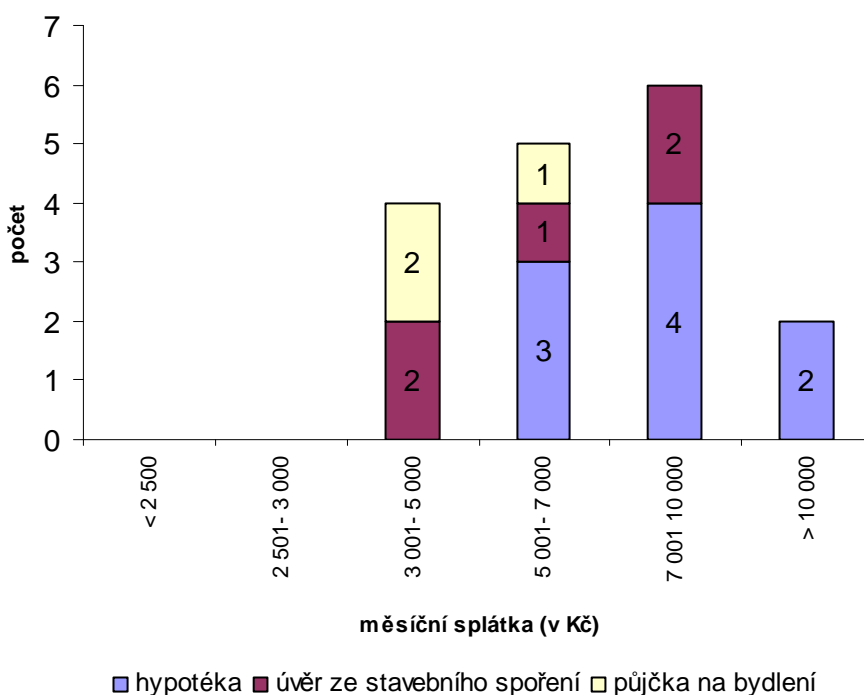
V grafu 12 si lze všimnout několika zajímavostí. Čím vyšší výše úvěru, tím spíše respondenti volí hypoteční úvěr. Naopak do částky 1 000 000 Kč dávají oslovení přednost úvěru ze stavebního spoření, či půjčce. Poslední dva zmíněné úvěrové produkty slouží respondentům v drtivé většině případů na rekonstrukce domácností, či chybí-li jim jen menší finanční obnos k získání nového bydlení.

Nejčastěji půjčovaná částka je v rozmezí od 300 001 – 500 000 Kč, resp. 1 250 001 – 1 500 000 Kč. Vyšší částku než jeden a půl milionu si respondenti berou zřídka, což může být dáno i nedostatečnou bonitou klienta, neboť aby klient dosáhl na částku

3 000 000 Kč při době splatnosti 30 let, musel by měsíčně splácet více jak 16 000 Kč, což je téměř stejně jako průměrná udávaná čistá mzda, resp. plat jednotlivce.

10) Jak vysokou částku splácíte měsíčně?

Graf 13: Struktura úvěrových produktů na financování vlastního bydlení dle výše měsíční splátky v Kč

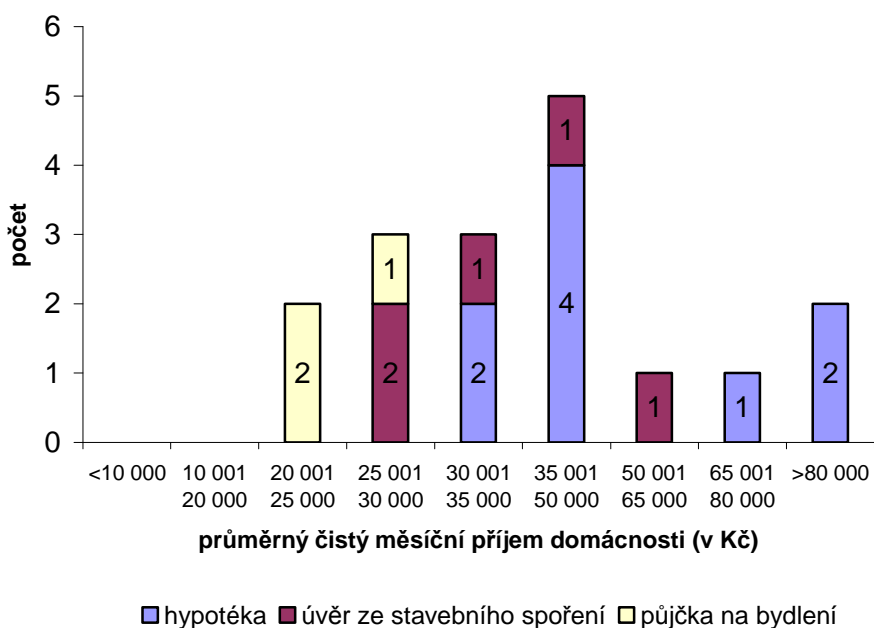


Zdroj: dotazníkové šetření autora

Od udaných dob splatnosti a celkové výše úvěru, které byly znázorněny na předchozích grafech, se odvíjí i výše měsíční splátky. Má-li respondent úvěr ze stavebního spoření či půjčku na bydlení, jsou jeho splátky nižší, zpravidla jsou splatné od 6 do 20 let a pohybují se v částkách do 1 000 000 Kč. Naopak u hypotečních úvěrů je celková výše úvěru vyšší, z čehož logicky vyplývají i vyšší splátky a to i při delší době splatnosti, což dokazuje i graf 13.

Grafy 14 - 16 doplňují informace k objasnění dané problematiky

Graf 14: Struktura úvěrových produktů na financování vlastního bydlení v závislosti na průměrných čistých měsíčních příjmech domácností

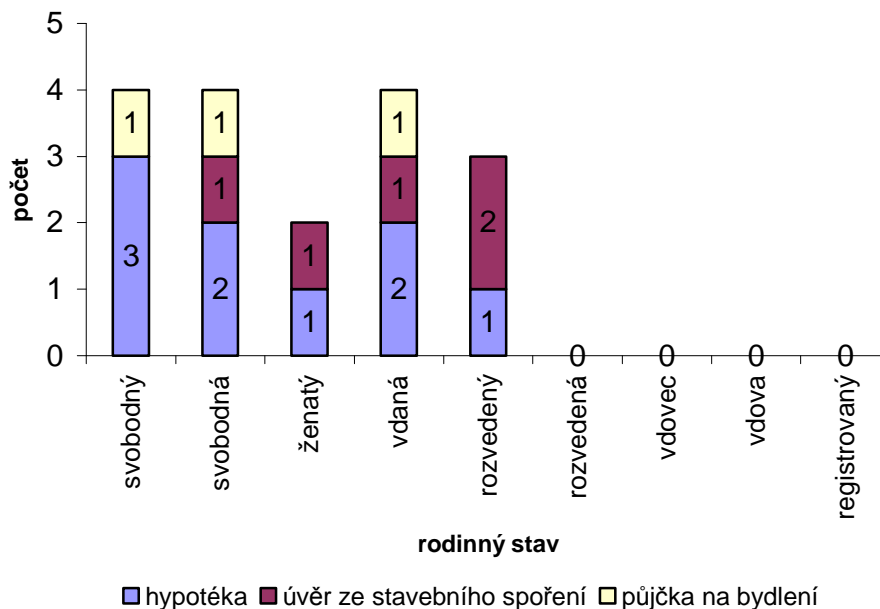


Zdroj: dotazníkové šetření autora

Graf 14 uvádí strukturu úvěrových produktů na financování vlastního bydlení v závislosti na výši průměrných čistých příjmů domácností. Domácnosti s vyššími příjmy dávají v drtivé většině případů přednost hypotečním úvěrům, naopak domácnosti, jejichž příjmy jsou nižší, volí úvěr ze stavebního spoření či půjčku.

Nejvíce zatíženi úvěrovým produktem jsou domácnosti s příjmy od 35 001 do 50 000 Kč. Domácnosti, které mají příjmy do 20 000 Kč žádný úvěr nemají, což je zřejmě dáno ve většině případů nedostatečnou bonitou respondentů.

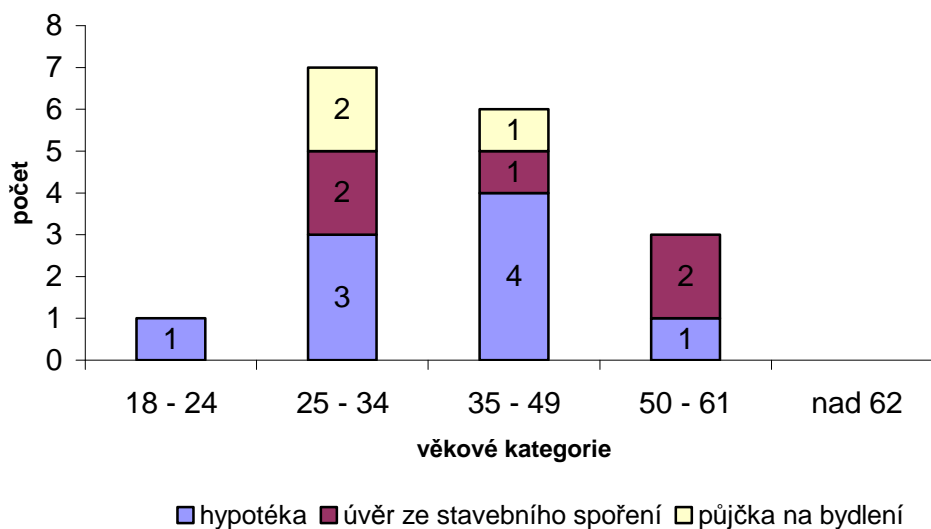
Graf 15: Struktura úvěrových produktů na financování bydlení v závislosti na rodinném stavu respondenta



Zdroj: dotazníkové šetření autora

Jak je patrné z grafu 15 nejvíce úvěrových produktů na financování bydlení si berou svobodní lidé. Ve většině případů dávají přednost hypotéce, před úvěrem ze stavebního spoření či půjčce. Hypotéku si berou především mladí lidé, což je dáno věkem a menší obavou ze zadlužení. Protože hypoteční úvěry se poskytují ve velké míře v řádech desítek let, starší lidé na ni mohou hůře dosáhnout. Platí pravidlo, že čím delší doba splatnosti tím nižší splátky, tudíž nižší zatížení rodinného rozpočtu, což může být další důvod pro zvolení hypotéky. Dále si lze všimnout i druhé neméně významné skupiny – respondentů v manželském svazku. Ti v polovině případů volí hypotéku, 2 respondenti úvěr ze stavebního spoření a jedna žena řeší financování svého bydlení půjčkou. Poslední zastoupená kategorie jsou rozvedení muži, kteří dali přednost úvěru ze stavebního spoření. Jak dále vyplývá z grafu 15, úvěrový produkt, jímž financují respondenti své bydlení, si berou muži k ženám v poměru 8:9.

Graf 16: Struktura úvěrových produktů na financování současného bydlení podle věkových kategorií respondentů

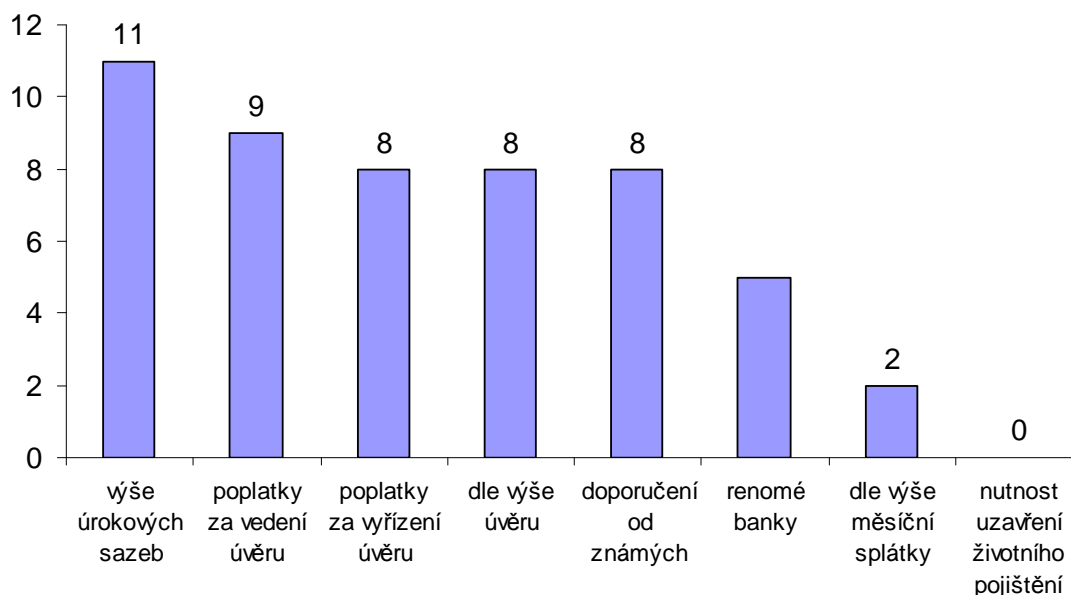


Zdroj: dotazníkové šetření autora

Podle rozdělených věkových skupin jsou nejvíce zatíženi úvěrovými produkty na financování svého bydlení respondenti ve věku 25 – 49 let. K pořízení či modernizaci vlastního bydlení využívá 9 ze 17 oslovených hypotéku, 5 dotázaných dává přednost úvěru ze stavebního spoření a 3 lidé mají půjčku. Největší zájem o hypotéky je u oslovených ve věkové kategorii 35 – 49 let, v těsném závěsu se 3 hypotékami je věková kategorie od 25 do 34 let. Půjčku na bydlení nejvíce využívá věková skupina 25 – 34 let. Dále si lze všimnout, že ve věkové kategorii 50 – 61 let převažují úvěry ze stavebního spoření nad hypotékou, což je ovlivněno nejspíše dlouhou dobou splatnosti hypotečních úvěrů. Respondenti nad 62 let žádný úvěrový produkt, kterým by financovali své bydlení nemají. Jelikož se jedná o důchodový věk, je to zcela pochopitelné.

11) Podle jakých kritérií jste si vybíral(a) banku, u které jste si sjednal(a) úvěrový produkt?

Graf 17: Struktura parametrů, které rozhodly o výběru banky



Zdroj: dotazníkové šetření autora

V otázce: „Podle čeho jste si vybíral(a) bankovní instituci, ve které máte úvěrový produkt sloužící k financování Vašeho bydlení“ respondenti volili maximálně tři kritéria, která přispěla k výběru banky. Nejvíce odpovědí zaznamenala varianta „*dle výše úrokových sazeb*“. Na druhém místě se umístil *poplatek za vedení úvěru*, o třetí místo se dělí *poplatek za vyřízení úvěru*, *výše úvěru* a *doporučení od známých*. Za zmínku stojí i další kritérium, kterým je renomé banky a výše měsíční splátky.

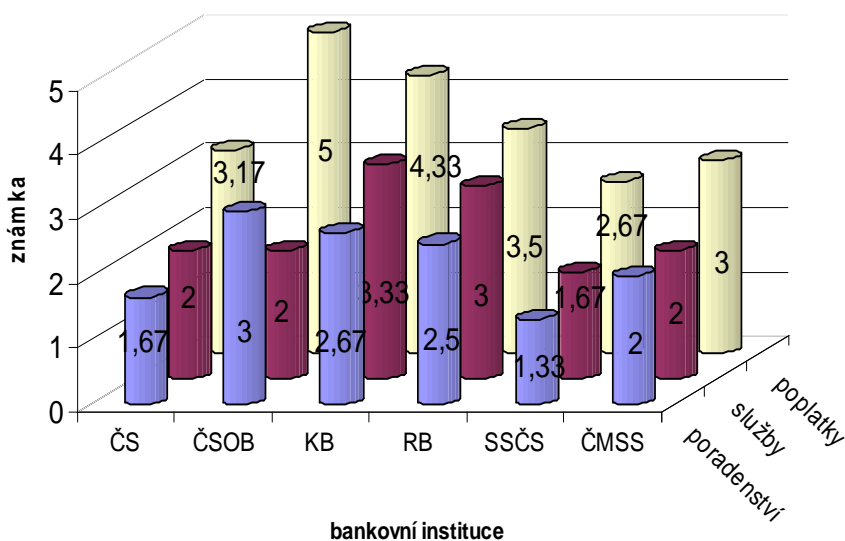
Podle provedeného výzkumu renomované agentury k nejdůležitějším faktorům, které ovlivňují výběr finanční instituce, patří cenové atributy, jako jsou úroková sazba a výše měsíčních splátek, podstatnou roli hrají také jednoduché podmínky pro získání úvěru. Lidé se rozhodují také podle možnosti zaplatit mimořádnou splátku, výše nabízené částky, v potaz berou i důvěryhodnost, spolehlivost banky a procento pravděpodobnosti schválení poskytnutí úvěru. Ptají se také na výši měsíčního poplatku za vedení

příslušného účtu, možnost odkladu splátek a dobu vyřízení úvěru. Až na konci seznamu hledisek je doporučení rodinou a známými.

Ve srovnání s provedeným výzkumem, dopadlo dotazníkové šetření téměř shodně, i když v něm nebyla zahrnuta všechna hlediska. Výjimku tvořilo pouze kritérium doporučení od rodiny či známých, které se oproti provedenému výzkumu v dotazníkovém šetření umístilo na předních místech.

12) Jak jste spokojen(a) s poradenstvím, službami a poplatky u Vašeho úvěrového produktu?

Graf 18: Hodnocení vybraných parametrů dle spokojenosti klienta



Zdroj: dotazníkové šetření autora

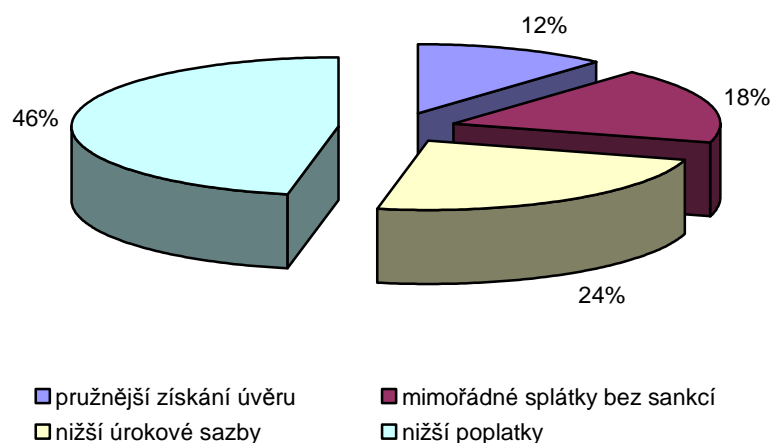
Respondenti, kteří mají v současné době úvěrový produkt na financování bydlení hodnotili následující vybrané parametry: poradenství, služby a poplatky známkou dle jejich spokojenosti (1 – nejlepší, 5 – nejhorší). Je třeba upozornit na fakt, že výsledky

hodnocení nejsou zcela objektivní, neboť průměry známek jsou vypočtené dle počtu klientů, kteří mají v instituci úvěrový produkt. Z grafu 18 na straně 71 vyplývá, že nejvíce spokojeni s poradenstvím jsou klienti Stavební spořitelny České spořitelny, naopak nejméně zákazník z ČSOB. Co se týče služeb, tak opět vyhrála Stavební spořitelna ČS, nejhůře v této oblasti byla ohodnocena Komerční banka. Poplatky nejlépe vyšly ve Stavební spořitelně České spořitelny, nejhůře byly hodnoceny v ČSOB.

13) Co byste uvítal(a) k Vaší plné spokojenosti s úvěrovým produktem?

Tato otázka byla otevřená, tzn. že dala prostor respondentům a umožnila tak získat jejich věrnější pohled na danou problematiku. Zároveň byla poslední, na kterou odpovídalo pouze 17 osob, kteří vlastní úvěrový produkt. Na zbylé otázky odpovídalo již opět 100 respondentů.

Graf 19: K úplné spokojenosti s úvěrovým produktem na financování bydlení si respondenti přejí



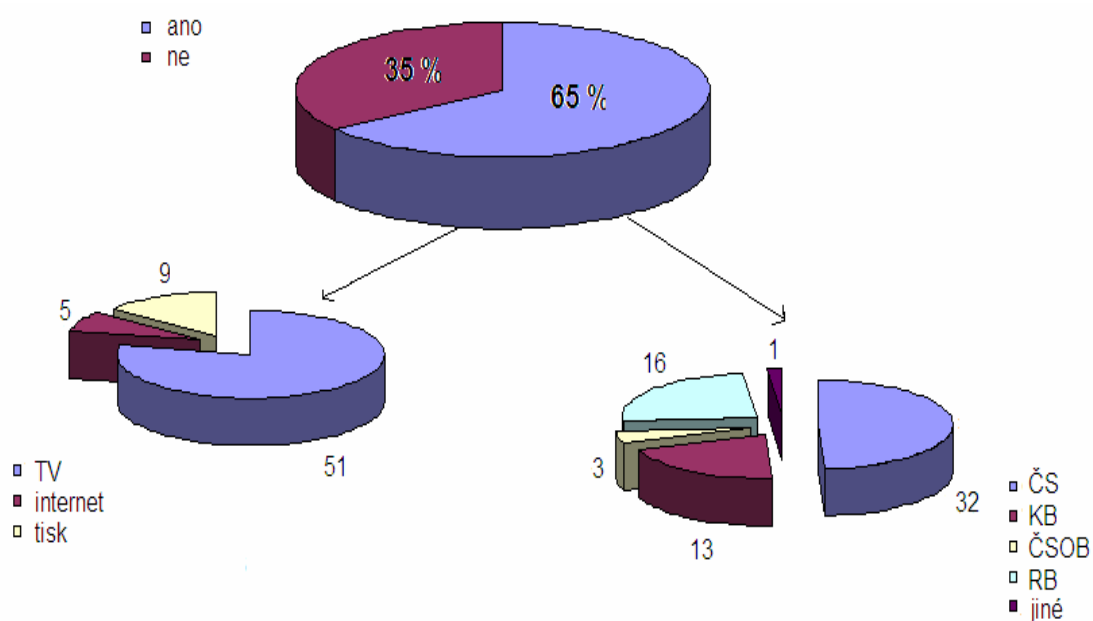
Zdroj: dotazníkové šetření autora

K úplné spokojenosti s úvěrovým produktem by si 8 respondentů přálo **nižší poplatky**, ať již za vyřízení úvěru, či jeho vedení. **Nižší úrokové sazby** by uvítali 4 respondenti.

3 oslovení by byli vděční za *předčasné splacení úvěru, nebo mimořádných splátek*, a to *bez sankcí*. V současné době možnost předčasného splacení či mimořádných splátek bez sankcí, ale za určitých omezení nabízí Hypoteční banka. ČS by proto měla o zavedení těchto možností uvažovat, aby i nadále obstála v konkurenčním boji bank. Dva dotázaní by byli ještě rádi za *pružnější získání úvěru*.

14) Zaregistroval(a) jste v poslední době reklamní kampaň na hypotéky? Pokud ano, kterou reklamu považujete za zdařilou a kde jste ji zaregistroval(a)?

Graf 20: Zaregistroval-li respondent reklamu na hypoteční úvěr, jaké instituce a kde?



Zdroj: dotazníkové šetření autora

Pouze 65 z oslovených respondentů zaregistrovalo reklamní kampaň na hypoteční úvěry. Největší počet respondentů, a to 32, zaregistrovalo reklamu České spořitelny, 16 dotázaných oslovila reklama Raiffeisen banky, o 3 méně poté Komerční banka. 3 účastníci dotazníkového průzkumu zaregistrovali reklamu na Československou obchodní banku, a. s. a 1 respondent na mBank.

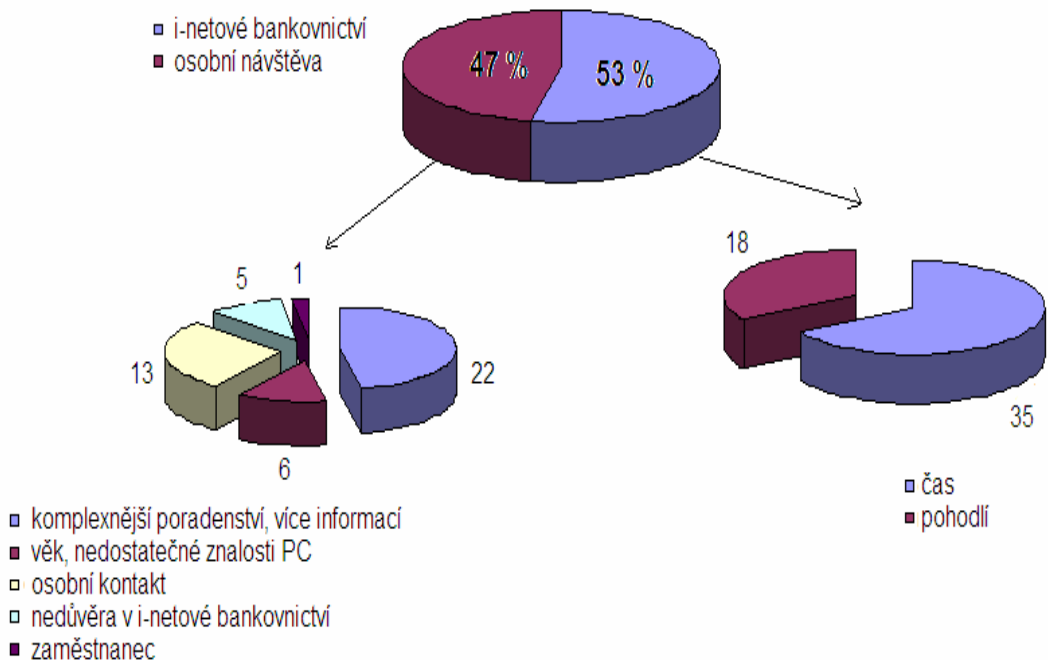
Reklama v televizi oslovila 51 respondentů, z nichž 31 osob bylo ve věku 24 – 35 let, 8 lidí ve věkové skupině 35 – 49 let a 12 respondentů ve věku nad 50 let. 9 z oslovených zaregistrovalo reklamu v tisku, v tomto případě se jednalo vždy o muže ve věku 35 – 49 let a 5 respondentů na internetu, zde převládla věková skupina 18 – 34 let.

15) Dáváte přednost osobní návštěvě banky nebo využíváte služeb internetového, GSM bankovníctví a proč?

Tato otázka se opět řadila do otázek otevřených, respondenti tak uváděli důvod sami.

Osobní návštěva pobočky banky vs. internetové, resp. GSM bankovníctví dopadlo v poměru 47:53. Jako hlavní důvod pro vítězné internetové bankovníctví byl uveden ve 35 případech čas, v 18 případech oslovení uvedli pohodlí (vyřízení z domova, žádné fronty). Zde se potvrdila i stanovená hypotéza, která předpokládala, že mladí lidé do 35 let jsou více nakloněni internetovému bankovníctví, což potvrdilo 38 případů. 15 oslovených bylo do věku 49 let. Pokud volí respondenti osobní návštěvu banky, potom nejčastějším důvodem je získání více informací a komplexnější poradenství (22 respondentů), ve 13 případech oslovení kladou důraz na osobní kontakt. Nedostatečná znalost počítače, či internetu, případně věk je důvod pro 6 oslovených. 5 respondentů hovoří o nedůvěře v internetové bankovníctví, resp. jeho spolehlivosti. Jeden oslovený je zaměstnancem finanční instituce, vyřizuje si tak své finanční věci osobně, jak ukazuje graf 21 na straně 75.

Graf 21: Preferuje respondent osobní návštěvu či internetové bankovní a proč?

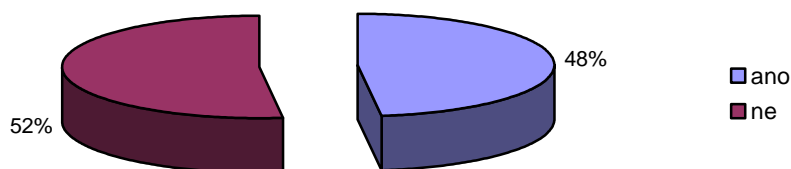


Zdroj: dotazníkové šetření autora

16) Využíváte internet k získávání informací o bankovních produktech?

Vyrovnané odpovědi byly i u otázky, zda respondent využívá k získávání informací o bankovních produktech internet a jejichž výsledky jsou zachyceny v grafu 22 na straně 76. Těsnou nadpoloviční většinou se respondenti přiklonili k variantě „ne“. Pro variantu ano byla především věková kategorie ve věku 18 – 49 let, naopak polovina lidí ve věku 35 -49 let a lidé starší 50 let internet k získávání informací o bankovních produktech nepoužívají. Hlavním důvodem může být opět role věku.

Graf 22: Využívá respondent k získávání informací o bankovních produktech internet?

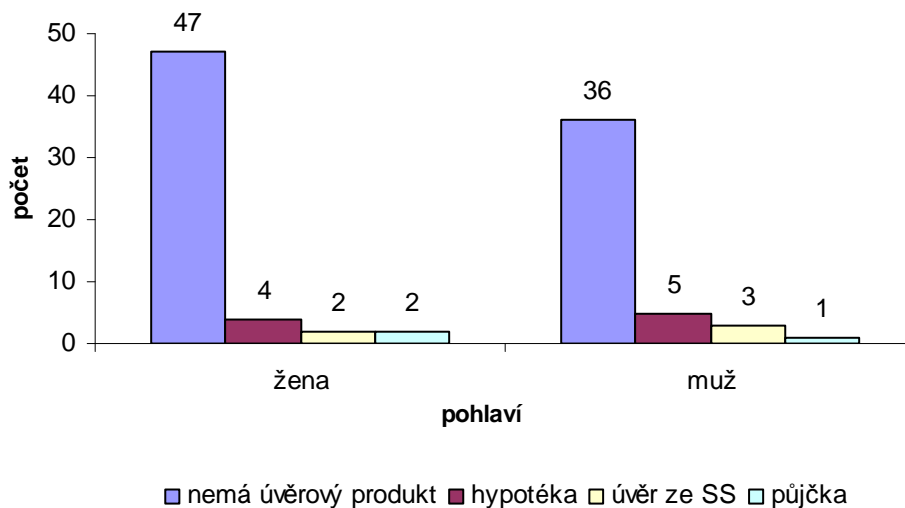


Zdroj: dotazníkové šetření autora

Demografické otázky o respondentech

17) Pohlaví

Graf 23: Pohlaví respondentů



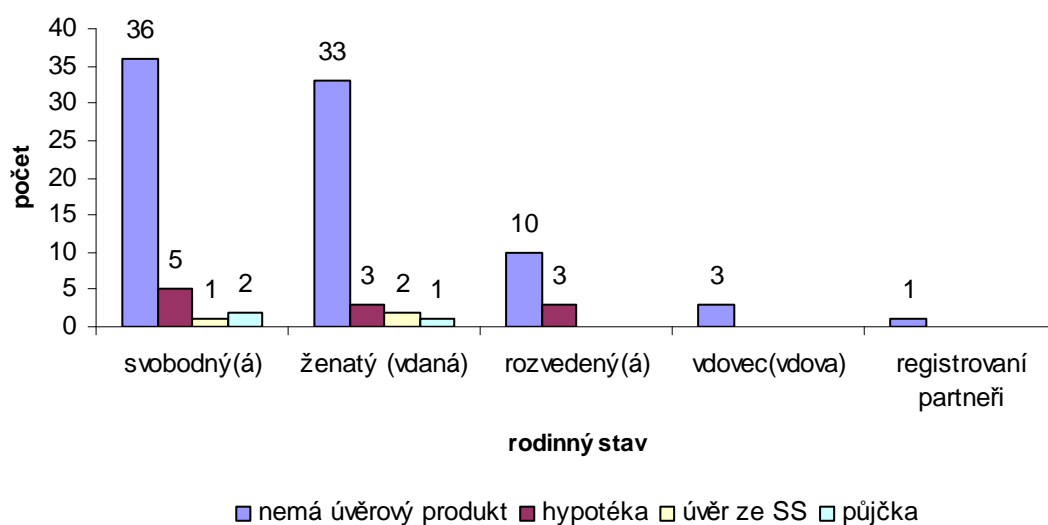
Zdroj: dotazníkové šetření autora

Pozn. úvěr ze stavebního spoření (dále jen úvěr ze SS)

Z celkového počtu 100 dotazovaných odpovídalo 55 žen a 45 mužů. Po provedeném dotazníkovém šetření se dá konstatovat, že pohlaví respondentů nemá vliv na výběr úvěrového produktu. 4 ženy, resp. 5 mužů volilo hypotéku, 2 ženy, resp. 3 muži úvěr ze stavební spoření a 2 ženy, resp. 1 muž využil půjčku.

18) Rodinný stav

Graf 24: Rodinný stav respondentů

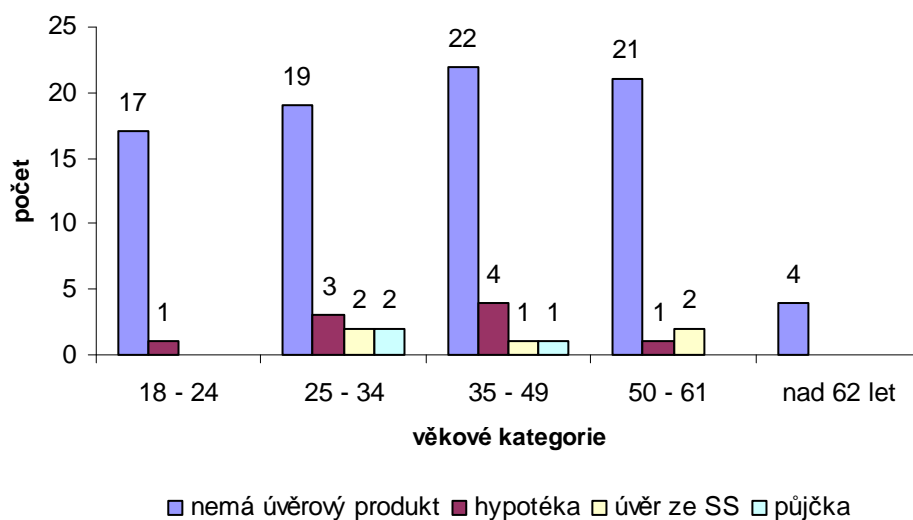


Zdroj: dotazníkové šetření autora

Jak vyplývá z grafu, 44 dotázaných je svobodných, 39 respondentů jsou ve svazku manželském, 13 oslovených bylo rozvedených. Dotazníkového šetření se dále účastnili 3 vdovci, resp. vdovy a 1 registrovaný partner. Závislost rodinného stavu a úvěrového produktu byla vyhodnocena na straně 68.

19) Do jaké věkové kategorie patříte?

Graf 25: Věk respondentů



Zdroj: dotazníkové šetření autora

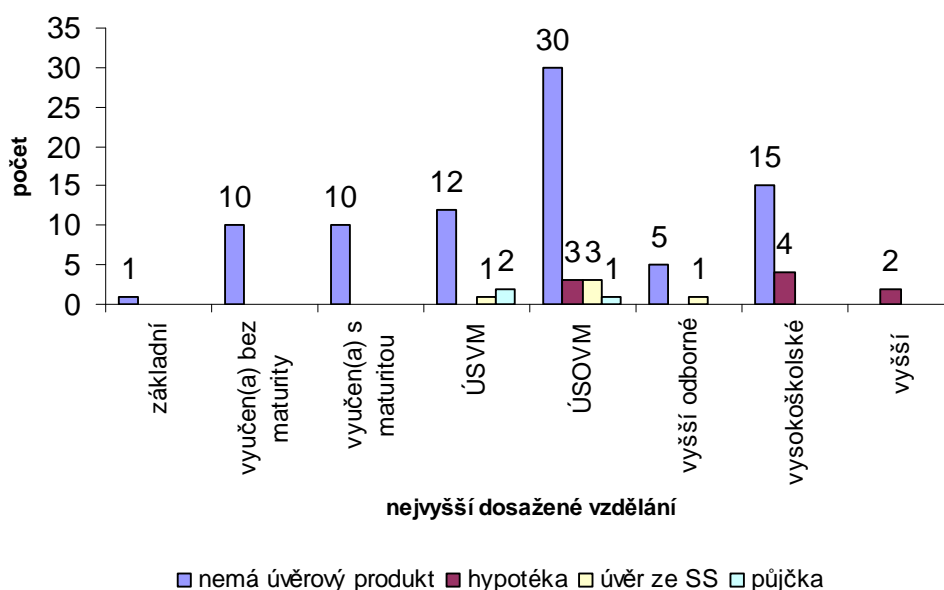
Věk respondentů byl rozdělen do 5 kategorií. Ve věkové kategorii 18 – 24 let odpovídalo 18 osob, kategorie 25 – 34 let byla zastoupena 26 respondenty, do kategorie 35 – 49 let spadalo 28 oslovených, ve věku 50 – 61 let odpovídalo 24 lidí a důchodový věk byl zastoupen 4 osobami. I v tomto případě byla podrobněji rozebrána problematika závislosti věku a úvěrového produktu na straně 69.

20) Jaké je Vaše nejvyšší dosažené vzdělání

Z celkového počtu dotázaných nejvíce respondentů, a to 37, odpovědělo na otázku: „Jaké máte nejvyšší dosažené vzdělání“ variantu úplné střední odborné vzdělání s maturitou. 19ti respondenty bylo zastoupeno vzdělání vysokoškolské, 15 dotázaných odpovědělo úplné střední vzdělání s maturitou, po 10ti oslovených bylo vyučeno bez, resp. s maturitou, 2 respondenti dosáhli vyššího vzdělání a pouze 1 osoba má vzdělání základní.

Jak je patrné z grafu 26, nejvíce lidí, kteří si vzali úvěrový produkt na financování svých bytových potřeb má úplné střední odborné vzdělání s maturitou následováno vzděláním vysokoškolským. Úvěrový produkt dále vlastní oslovení s úplným středním vzděláním s maturitou, vyšším a vyšším odborným. Z tohoto lze usuzovat, že lidé se základním vzděláním, resp. s vyučením o hypotéku, či stavební spoření nemají zájem. Jedním z důvodů by mohly být nižší platy a tedy nedostatečná bonita respondentů. S nižším vzděláním dali respondenti ve většině případů půjčku (3) či úvěr stavebnímu spoření (4), a to především z důvodu nižších částek celkového úvěru. Oproti tomu dotázaní s vyšším dosaženým vzděláním dali v drtivé většině přednost hypotéce (6), jeden respondent volil úvěr ze SS.

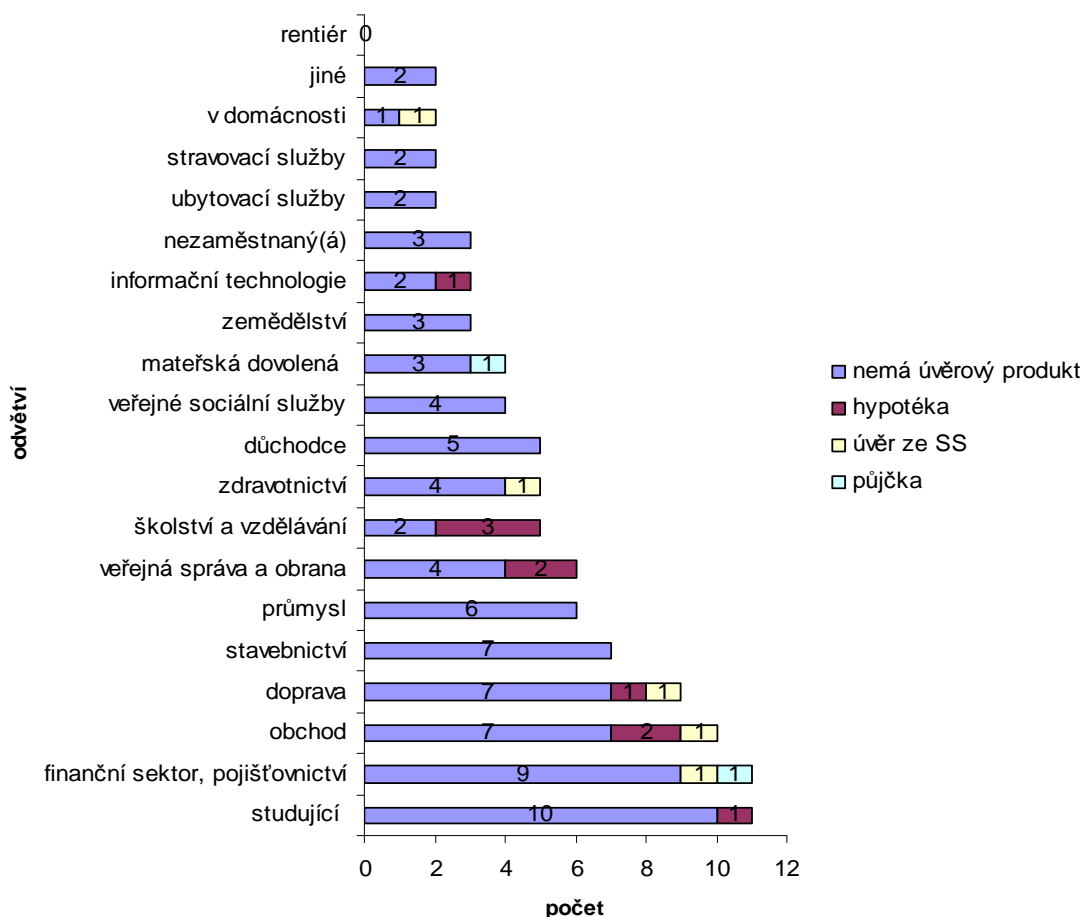
Graf 26: Nejvyšší dosažené vzdělání respondentů



Zdroj: dotazníkové šetření autora

21) V jakém odvětví nyní pracujete?

Graf 27: Odvětví, ve kterém respondenti pracují



Zdroj: dotazníkové šetření autora

Nejpočetněji zastoupené odvětví, ve kterém respondenti pracují, je finanční sektor a pojišťovnictví (11), stejně velkou skupinu tvoří studující (11). V obchodě pracuje 10 respondentů, doprava byla zastoupena 9 osobami, stavebnictví 7 oslovenými. V průmyslu pracuje 6 osob, rovněž 6 dotázaných pracuje ve veřejné správě a obraně. 5 respondentů je zaměstnáno ve zdravotnictví a 5 je v důchodu. Po 4 oslovených

pracuje ve školství, či vzdělání, veřejných sociálních službách a 4 ženy jsou na mateřské dovolené. Mezi respondenty byli dále 3 nezaměstnaní, 3 osoby pracující v informačních technologiích, 3 respondenti ze zemědělství a po 2 zástupcích bylo z odvětví stravovacích služeb, ubytovacích služeb, hlídacích agentur a v domácnosti.

Co se týká závislosti úvěrového produktu na odvětví, ve kterém respondent pracuje, dopadlo dotazníkové šetření následovně. Nejvíce respondentů zatížených úvěrovým produktem na financování bydlení se nachází v sektoru školství a vzdělání (3), stejně jako v obchodě (3). Po dvou respondentech jsou zastoupeny tyto obory: finanční sektor a pojišťovnictví, doprava, veřejná správa a obrana. Produkt na financování bydlení má dále jeden studující, žena v domácnosti, žena na mateřské dovolené, zaměstnanec ve zdravotnictví a pracující v informačních technologiích. Je zajímavé sledovat, jakému produktu dávají respondenti přednost v závislosti na oboru, v němž pracují. Hypotéku nejvíce využívají pracovníci v obchodě, školství a ve veřejné správě (po dvou produktech), hypotéku upřednostnila i studentka, pracovník v informačních technologiích a zaměstnanec v dopravě. Po jednom respondentu z finančního oboru, obchodu, dopravy, zdravotnictví a taktéž žena v domácnosti se shodlo při výběru produktu na úvěru ze stavebního spoření. Pravděpodobně vzhledem k nízkému rodičovskému příspěvku se žena na mateřské dovolené rozhodla pro půjčku. Tento produkt dále využil k financování bytových potřeb pracovník z finančního sektoru, resp. pojišťovnictví a zaměstnanec ve státní správě.

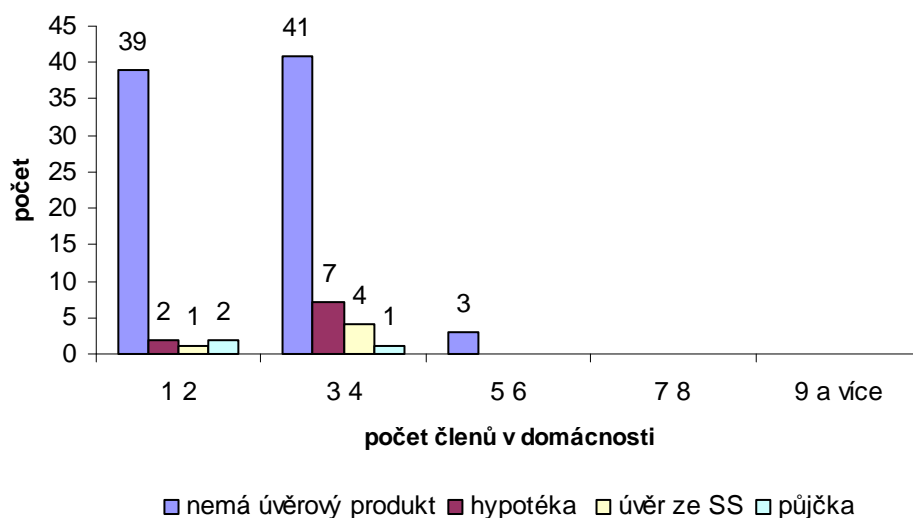
22) Počet členů žijících ve společné domácnosti

Respondenti nejvíce žijí ve 3-4členné domácnosti (53 respondentů). 44 oslovených žije samo nebo společně s jednou osobou. Pouze 3 domácnosti mají 5 – 6 členů, vícečlenné domácnosti zastoupeny nebyly.

Nejvíce nakloněni pro úvěrový produkt jsou 3-4členné rodiny, které po dvou případech volili hypotéku, resp. půjčku a jeden respondent využil úvěru ze stavebního spoření. 5 respondentů zatížených měsíčními splátky úvěru je i mezi 1-2 člennou domácností. Tady je situace poněkud vytříbenější, neboť nejvíce respondentů (7) důvěřuje hypotéce,

4 stavebnímu spoření a půjčka se objevila pouze v 1 případě. Vícečlenné domácnosti žádný produkt na financování bytových potřeb nemají.

Graf 28: Počet členů žijících ve společné domácnosti



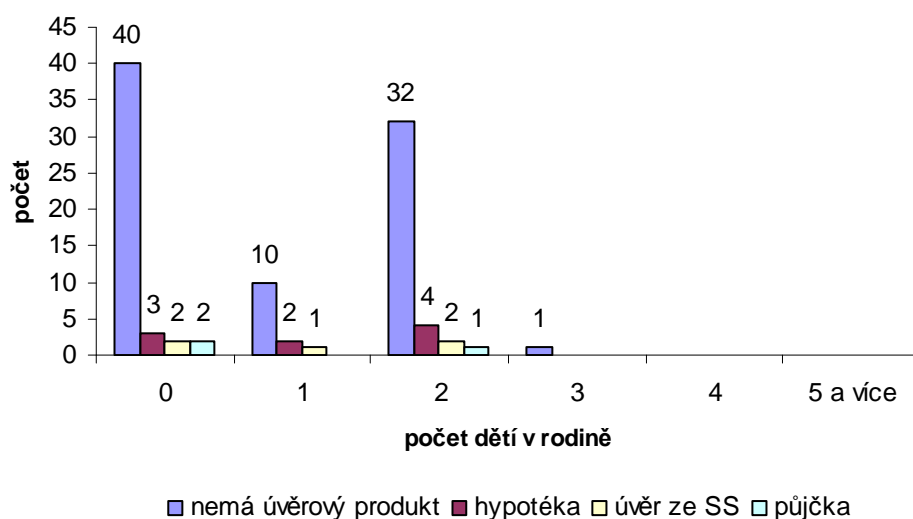
Zdroj: dotazníkové šetření autora

23) Počet dětí v rodině

Nejčastější odpovědí na otázku: „Kolik máte dětí?“ bylo žádné (47 respondentů), 39 respondentů má 2 děti, 13 oslovených má po 1 dítěti. 3 děti měla pouze 1 rodina.

Vlastní-li respondent úvěrový produkt, pak má buď 2 děti nebo je bezdětný. V těchto rodinách využívají v 7 případech hypotéku, 4 oslovení úvěru ze SS a 3 půjčky. Domněnkou zde může být, že respondentům současné bydlení nevyhovuje z důvodu velikosti, a proto se hodlají přestěhovat do větších bytových prostor či pouze chtějí zrekonstruovat své současné bydlení. Další skupinu zatíženou úvěrovým produktem představují rodiny s jedním dítětem, kteří upřednostnili hypoteční úvěr (2) před úvěrem ze stavebním spořím (1), jak znázorňuje graf 29 na straně 83.

Graf 29: Počet dětí v rodině



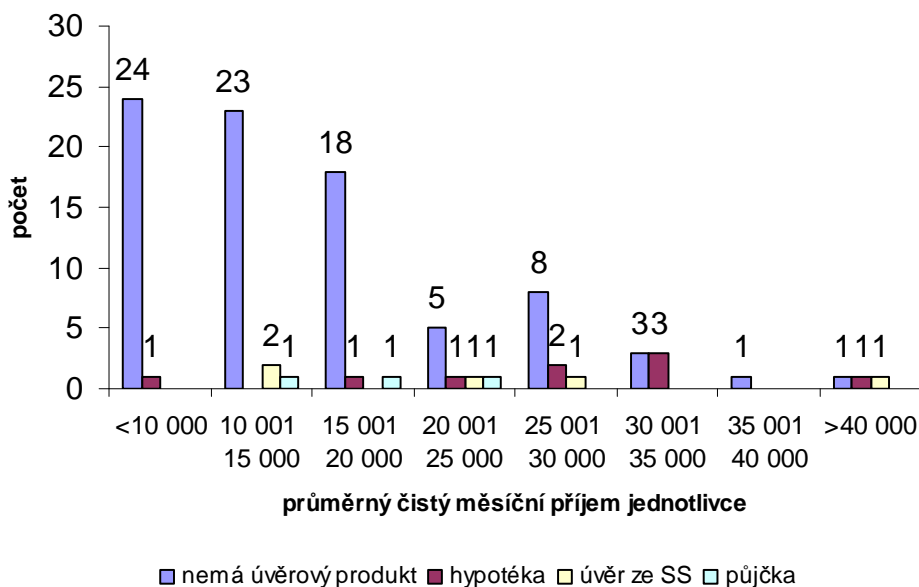
Zdroj: dotazníkové šetření autora

24) Váš průměrný čistý měsíční příjem

Jak je patrné z grafu 30 na straně 84 nejvíce respondentů (26) má průměrný měsíční čistý příjem 10 001 – 15 000 Kč, o jednoho respondenta méně, tj. 25, má příjem menší než 10 000 Kč. Více jak polovina dotázaných je tedy pod hranicí udávané minimální průměrné mzdy ČR. Na její hranici je 20 oslovených, čistý příjem mají od 15 001 do 20 000 Kč. 29 respondentů má čistý příjem vyšší: 11 dotázaných má příjem od 25 001 do 30 000 Kč, 8 oslovených 20 001 – 25 000 Kč, 6 osob disponuje s příjmem 30 001 až 35 000 Kč, 3 mají příjem vyšší jak 40 000 Kč a 1 respondent patří svým příjmem do skupiny 35 001 – 40 000 Kč.

K hypotéce se nejvíce přiklánějí respondenti s průměrným čistým měsíčním příjmem ve výši 30 001 – 35 000 Kč (3 respondenti), v těsném závěsu za ním stojí příjem ve výši 25 001 – 30 000 Kč (2 oslovení). Naopak úvěru ze SS nejvíce využívají lidé s měsíčním příjmem od 10 001 do 15 000 Kč.

Graf 30: Průměrný měsíční čistý příjem respondentů (v Kč)

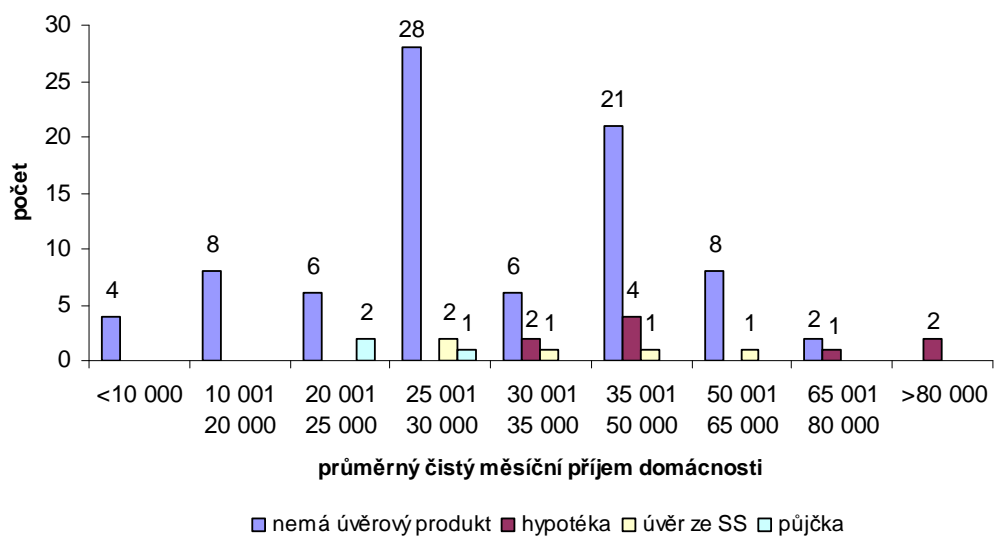


Zdroj: dotazníkové šetření autora

25) Průměrný čistý měsíční příjem domácnosti

Jak je patrné z grafu 31 na straně 85 nejvíce z dotázaných má průměrný čistý měsíční příjem na domácnost 25 001 – 30 000 Kč, 26 respondentů má k dispozici 35 001 – 50 000 Kč. Stejný počet, a to 9, spadá do skupin příjmů na domácnost 30 001 – 35 000 Kč a 50 001 – 65 000 Kč. Po 8 domácnostech hospodaří s příjmy 10 001 – 20 000 Kč, resp. 20 001 – 25 000 Kč. Čtyři domácnosti mají příjmy do 10 000 Kč, v kontrastu k nim 3 domácnosti disponují příjmem 65 001 – 80 000 Kč a 2 domácnosti mají příjem vyšší jak 80 000 Kč. Problematika, resp. závislost úvěrového produktu a průměrného měsíčního čistého příjmu domácnosti byla znázorněna na straně 67.

Graf 31: Struktura průměrných měsíčních čistých příjmů domácnosti (v Kč)



Zdroj: dotazníkové šetření autora

5.1 Shrnutí výsledků

V této podkapitole bude provedeno shrnutí dotazníkového šetření, které navazuje na kapitolu 5, kde byly výsledky převedeny do grafické podoby, která je přehlednější a lépe srozumitelná.

První dvě otázky zkoumaly současnou bytovou situaci respondentů. Z dotazníkového šetření vyplynulo, že více jak $\frac{3}{4}$ *domácností bydlí ve vlastním domě, resp. bytě*. Nejčastějším způsobem, kterým oslovení nabyli současné bydlení bylo využití vlastních úspor, v těsném závěsu za touto odpovědí se umístilo pronajmutí, což vyplývá z toho, že *$\frac{1}{4}$ lidí má bydlení pronajato*, jak dokazuje první otázka. Dalším častým způsobem bylo získání darem. Stejný počet respondentů, tedy 19, získalo bydlení za pomoci úvěrového produktu na financování vlastního bydlení, z nichž 11 osob využilo hypotečního úvěru. Zbývající respondenti buďto ještě bydlí s rodiči (10) nebo své bydlení nabylo dědictvím po příbuzných.

Třetí otázka měla za úkol zjistit, zda v současné době respondenti uvažují o koupi či rekonstrukci nemovitosti. *70 respondentů o koupi či rekonstrukci neuvažuje*, neboť jsou v 53 případech se svojí současnou bytovou situací spokojeni. 17 respondentů se přiznalo, že na to nemá dostatečné finanční prostředky a má strach ze zadlužení. *30 dotázaných* v současné době o koupi či rekonstrukci nemovitosti *uvažuje*. *Z těchto respondentů by 66 % rádo využilo hypoteční úvěr, 20 % stavební spoření a zanedbatelné procento respondentů půjčku, nebo vlastní úspory*.

Čtvrtá otázka byla filtrační a rozdělila respondenty do dvou skupin. První skupinu tvořili dotázaní, kteří mají *v současnosti úvěrový produkt*, jímž financují své bydlení. Tuto skupinu tvořilo *17 % oslovených*, z nichž *9 osob je zatíženo hypotečním úvěrem, 5 osob úvěrem ze stavebního spoření a 3 lidé půjčkou*. Všichni oslovení si úvěrový produkt sjednali z vlastní iniciativy. Druhou skupinu tvořilo zbylých 83 % respondentů, kteří žádný úvěrový produkt, jímž by financovali své bydlení v současné době nemají. Toto rozdělení bylo důležité, neboť otázky 6 – 14 byly určeny pouze pro první skupinu respondentů.

Šestá otázka sledovala na jaký *účel* si nejčastěji respondenti vzali úvěrový produkt. Nejvíce oslovených si vzalo úvěrový produkt *na výstavbu rodinného domu, resp. na jeho koupi či koupi bytu*. Tyto osoby volily v 60 % hypoteční úvěr, ve 20 % případech úvěr ze stavebního spoření, resp. půjčku. Rozhodl-li se oslovený pro rekonstrukci svého bydlení, vždy využil úvěru ze stavebního spoření.

Z otázky 7 vyplynulo, že si lidé nejvíce půjčují *ve finanční skupině České spořitelny*, neboť v této finanční instituci má úvěrový produkt sjednáno 9 ze 17 respondentů. Čtyři bankovní domy (KB, ČSOB, RB, ČMSS) si rozdělily zbylých 8 klientů.

Další otázky objasnily, jakou *dobu splatnosti úvěrového produktu a jakou celkovou částku úvěru* respondenti preferují. Nejčastěji volí *dobu splatnosti* v rozmezí mezi *11 – 15 lety*, v těsném závěsu pak stojí doba splatnosti nad 20 let. Při delší době splatnosti dávají respondenti přednost hypotečnímu úvěru, s kratší naopak úvěru ze stavebního spoření, resp. půjčce. Co se týká celkové částky úvěru, nejčastěji půjčovaná částka je v rozmezí od *300 001 – 500 000 Kč u úvěru ze stavebního spoření nebo půjčky*. Má-li respondent *hypotéku*, pak je tato částka *1 250 000 – 1 500 000 Kč*. S těmito otázkami souvisela i otázka následující, která se zabývala vyšší měsíční splátkou. Logicky s nižší vyšší úvěru je měsíční splátka nižší, naopak s vyšší částkou měsíční splátka roste. Vliv na vyšší splátky má samozřejmě i doba splatnosti.

Jedenáctá otázka sledovala, *podle jakých parametrů se klienti rozhodují o výběru banky*, u které mají sjednán úvěrový produkt. V této otázce respondenti zaškrtovali 3 možnosti. Nejvíce odpovědí zaznamenala varianta „*dle výše úrokových sazeb*“, na druhém místě se umístil *poplatek za vedení úvěru*, o třetí místo se poté dělily tyto parametry: *poplatek za vyřízení úvěru, výše úvěru a doporučení od známých*.

Co se týká *spokojenosti s poradenstvím, službami a poplatky* úvěrového produktu u jednotlivých finančních institucí, *nejlépe ohodnocena byla Stavební spořitelna České spořitelny*. Další otázka zkoumala *návrhy*, které by respondenti uvítali k úplné spokojenosti. Nejvíce respondentů se shodlo na *nižších poplatcích*, 4 respondenti by

uvítali *nižší úrokové sazby z úvěru*, 3 oslovení by poté byli vděční za *předčasné splacení úvěru nebo mimořádných splátek, a to bez sankcí*.

Na čtrnáctou otázku a další odpovídalo opět všech 100 respondentů. Tato otázka se týkala reklamy na hypoteční úvěry. Pokud respondenti byli mezi **65 %**, kteří *zaregistrovali reklamu*, pak nejlépe ohodnocena byla reklama *České spořitelny*, která dotázané oslovila ve většině případů v televizi. Je zajímavé, že z 51 respondentů, kteří shlédli reklamní spot bylo 60 % dotázaných ve věkové kategorii 24 – 35 let.

Další otázka sledovala, čemu dávají respondenti přednost. Zda internetovému bankovníctví, či osobní návštěvě pobočky. **53 % respondentů dalo přednost internetovému bankovníctví**, a to z důvodů ušetření času a pohodlí. Tato otázka nám zároveň *potvrdila třetí hypotézu*, která předpokládala, že *mladí lidé do 35 let jsou více nakloněni internetovému bankovníctví*, což potvrdilo 38 případů. Přiklonili-li se respondenti k osobní návštěvě, pak hlavním důvodem bylo komplexnější získání informací.

Vyrovnané odpovědi byly i u otázky, zda respondent využívá k získávání informací o bankovních produktech internet. Těsnou nadpoloviční většinou se respondenti přiklonili k variantě „ne“. Pro variantu „ano“ byla především věková kategorie ve věku 18 – 49 let, pro opačnou variantu více jak polovina respondentů ve věku 35 – 49 let a lidé starší 50ti let. I tato otázka potvrzuje, že mladší generace je více nakloněna informačním technologiím.

Zbylé otázky byly demografické a ukázaly strukturu respondentů. Porovnávání byli jak lidé nezatížení úvěrovým produktem, tak respondenti, kteří úvěrový produkt na financování mají. Sledováno bylo: *pohlaví, rodinný stav, věk, nejvyšší dosažené vzdělání, odvětví, v němž respondent pracuje, počet členů žijících ve společné domácnosti, počet dětí v rodině, průměrný měsíční čistý příjem jednotlivce a domácnosti*.

Osm žen, resp. 9 mužů je v současné době zatíženo úvěrovým produktem na financování vlastního bydlení. Lze tedy konstatovat, že pohlaví respondentů nemá na výběr úvěrového produktu vliv.

Nejvíce zatížena splátkami úvěrových produktů je věková skupina od 25 do 49 let, a to buďto svobodní lidé či partneři v manželském svazku žijící v domácnostech s celkovým průměrným čistým příjmem od 25 001 do 50 000 Kč.

Co se týká nejvyššího dosaženého vzdělání a odvětví, ve kterém respondenti pracují, tak nejvíce dotázaných vlastníci úvěrový produkt má *úplné střední odborné vzdělání s maturitou*. Nejpočetněji zastoupené odvětví, ve kterém si respondenti vzali úvěr na bydlení je *obchod a školství*.

Nejvíce naklonění pro úvěrový produkt jsou dále *3-4členné rodiny*, v těsném závěsu pak 1-2členná domácnost. Z těchto údajů lze vyčíst i počet dětí, nejčastěji mají úvěrový produkt *rodiny s dvěma dětmi*, po nichž následují bezdětné páry.

Jak je patrné ze shrnutí výsledků, *podářilo se potvrdit všechny 3 hypotézy*.

Základní hypotézou byl předpoklad, že pokud lidé využívají k financování vlastního bydlení úvěrový produkt, je jím ve většině případů *hypoteční úvěr*, a to hlavně z důvodu celkové výše úvěru a delší době splatnosti. Tuto hypotézu potvrzují otázky 4, 8 a 9.

Druhou hypotézu, kterou potvrdilo dotazníkové šetření je domněnka, že *úvěrovým produktem na financování bydlení jsou zatíženi především lidé do 49 let*, neboť nemají takový strach ze zadlužení jako starší generace. Kladnou odpověď na tuto hypotézu poskytla otázka 10.

Otázka 15 *potvrdila třetí hypotézu*, která předpokládala, že *mladí lidé do 35 let jsou více nakloněni internetovému bankovníctví*.

6. NÁVRH ŘEŠENÍ SITUACE Z ČASOVÉHO HLEDISKA

Jak potvrdilo dotazníkové šetření, finanční skupina České spořitelny je největším partnerem pro pořizování bydlení na hypotéku, zároveň byla i nejlépe hodnocena. Je to pro ni určitý závazek, proto by se měla i nadále snažit o co nejkvalitnější služby a vycházet vstříc svým současným i potenciálním klientům. K jejich plné spokojenosti by banka měla uvažovat o *snížení* alespoň některých svých *poplatků*, či *úrokových sazeb*. Klienti by uvítali i *pružnější získání úvěru* a *možnost předčasného splacení či mimořádných splátek bez sankcí*.

Jak ukázalo dotazníkové šetření, ve *30 % lidí*, kteří v současné době uvažují o úvěrovém produktu se bankám skrývají *noví potenciální klienti*. Na tyto klienty by se měla banka soustředit. Návrhy jak získat nové klienty a zároveň udržet si stávající je nastíněn v dalších odstavcích.

Při výběru banky, ve které si účastník uzavírá úvěrový produkt, na něho velmi často působí psychologické vlivy. Na rozdíl od odborníků totiž nerozeznává kvalitu banky podle toho, kolikrát na ni byla uvalena nucená zpráva, jaký má podíl nedobytných úvěrů apod., ale podle toho jak *působí při své propagaci*. Tím si získává image „jistoty“ u svých klientů. Také *umístění propagace* by mělo být jiné, v tomto případě se vyplatí komunikace prostřednictvím veřejných sdělovacích prostředků. Jak potvrzuje provedené dotazníkové šetření, nejvíce lidí vnímá reklamu v televizi. I když se jedná o jednu z nejdražších forem komunikace, je však nejúčinnější. Proto by se ČS i nadále měla dostávat do podvědomí svých současných i budoucích klientů svými *vhodně zvolenými reklamními spoty*.

Další otázkou je, jak se klient k výběru banky rozhoduje. Velice často se tak děje na základě *doporučení svých dobrých známých či příbuzných*, jak ukázalo dotazníkové šetření.

Protože hypoteční úvěry se poskytují ve větších finančních částkách, musíme znát, kdo o výběru banky nejčastěji rozhoduje, abychom věděli na koho svou komunikací a dalšími prvky marketingového mixu působit. Z provedeného šetření vyplynulo, že nejvíce lidí, kteří jsou zatíženi úvěrovým produktem na financování bydlení, se nachází **ve věku od 25 do 49 let**. Především se jedná o **svobodné lidi, či manžele**. Na tuto cílovou skupinu by se proto měla banka svými komunikačními prostředky zaměřit.

K dotvoření image jistoty se musí banka pokusit vyvoláním nejen propagací, ale i působením prostředí, ve kterém poskytuje služby a v neposlední řadě i **obslužným personálem**, neboť téměř polovina lidí dává stále přednost osobní návštěvě banky. V tomto případě se jedná spíše o starší generaci či osoby, kteří chtějí získat komplexnější informace, nebo kterým vyhovuje osobní kontakt. Nemalá část respondentů však pro získávání informací využívá internet, proto by ČS měla klást **důraz i na své webové prezentace**.

Jak již bylo řečeno a dotazníkové šetření potvrdilo, **nejčastějšími žadateli o hypoteční úvěr jsou mladí lidé**, kteří si pořizují bydlení. Na tuto cílovou skupinu je také zaměřena většina reklamních kampaní. Proto může vznikat dojem, že pro starší generaci se hypotéky nehodí a že banky tyto klienty příliš nevyhledávají. Podle průzkumů, které byly provedeny banky samy však tvrdí, že na tyto žadatele nekladou žádné speciální požadavky a posuzují je standardně jako ostatní zájemce o úvěr. Pro banku je důležité, aby byl každý hypoteční úvěr dostatečně zajištěn zástavním právem k nemovitosti a aby byl klient dostatečně bonitní. To znamená, aby měl dostatečně vysoký a pravidelný příjem. Lidé ve věku kolem padesáti let jsou většinou na vrcholu své pracovní kariéry, takže v době žádosti o úvěr na tom s bonitou mohou být lépe než lidé mladší. Problém je v tom, že do budoucna je u nich třeba počítat s možností snížení pravidelných příjmů. Proto banky stanovují horní věkové hranice, do kdy musí být celý úvěr splacen. Většinou se jako tento limit ještě nedávno bral věk odchodu do důchodu. V poslední době však banky jedna po druhé začaly tuto hranici posouvat směrem nahoru a dnes většinou stačí, aby byla **hypotéka splacena nejpozději v roce, kdy dlužník dosáhne sedmdesáti let věku**. Důvodem je umožnit sjednání hypotéky většímu počtu zájemců.

Souvisí to i s prodlužováním maximální možné doby splatnosti úvěru, kterou si může klient zvolit. V současné době je to třicet, u některých bank až čtyřicet let.

Základním kritériem, podle něhož se banky v České republice rozhodují o schválení či neschválení hypotečního úvěru, je výše zmíněný **dostatečný pravidelný příjem** toho, kdo o úvěr žádá. Banku přinejmenším v prvním kole nezajímá důvěryhodnost žadatele o úvěr, jeho majetkové poměry a finanční situace, ale to, kolik si vydělal v uplynulém čtvrtletí. Z tohoto údaje pak usuzují na schopnost dlužníka splácet několikamilionový úvěr v dalších dvaceti i více letech. Jinak řečeno, rozhodovat se podle výše minulých příjmů není zárukou příjmů budoucích, zvláště pak v dlouhém časovém období, proto posouzení získání, resp. zamítnutí úvěru podle tohoto kritéria je téměř absurdní. Přijít o práci, ať už řízením osudu nebo vlastním přičiněním, může kdokoliv a kdykoliv. Vypovídací schopnost potvrzení o příjmech požadovaného bankami je navíc degradována i možností výši příjmů si v určitém období uměle navýšit - třeba dohodou se zaměstnavatelem o přesunu termínu výplaty prémie apod. Ambivalentní je také přístup bank k hodnocení kreditní historie klientů. Prakticky všechny banky při schvalování úvěrů pracují *s informacemi z úvěrových registrů*. Stačí, aby klient třeba jen jednou nakrátko sklouzl do nepovoleného debetu na účtu, a záznam v registru už mu nikdo „neodmaže“. Byť by se jednalo o klienta s dlouholetou bankovní historií, jinak vzorně plnícího všechny své ostatní závazky. Snad jednou nastane doba, kdy banky budou o bonitě klienta vycházet z jiných algoritmů.

Má-li někdo v současné době zájem o hypotéku, určitě ho bude zajímat, **kolik by mohla činit splátka hypotéky v budoucnu**. Splátky hypotečního úvěru mohou totiž do jisté míry značně zatížit rodinný rozpočet. Největší obavy bude mít člověk nejspíše z toho, zda-li náhodou nemůže splátka hypotéky v budoucnu přerůst jeho finanční možnosti. Jednoduchá odpověď na to bohužel neexistuje, neboť se může změnit velká řada parametrů, které ovlivňují výši splátky. **Slovo v tomto případě může mít vláda, banka či celková kondice ekonomiky, od níž se odvíjejí úrokové sazby**. Kdo tedy uvažuje o hypotéce, měl by si v rodinném rozpočtu vytvořit dostatečnou rezervu, aby ho případné zdražení úvěru příliš nepřekvapilo.

Jak ovlivňuje vláda výši hypoték?

Vláda stanovuje **výši daňových odpočtů**. Ještě před pár lety byla daňová úspora 32 % ze zaplacených úroků, dnes tuto sazbu nahradila sazba pouze **patnáctiprocentní**. Příští rok by měla daňová úspora klesnout až na 12,5 %, co bude za dalších pár let, až se vystřídají vlády, lze jen těžko předvídat. Pokud by se však daňové odpočty na hypotéky úplně zrušily, jak o tom vláda uvažuje, zatížení domácností by vzrostlo. Splátka bance by sice zůstala stejná, ale dlužníci by už nedostali nic zpátky od státu. Splátka dvoumilionové hypotéky se splatností dvacet let a úrokové sazbě 5 procent by činila 13 200 Kč a daňová úspora (při sazbě 15 %) 1 250 Kč měsíčně. Při zrušení daňových odpočtů by se rodinné rozpočty právě o těchto 1 250 Kč snížily.

Banka a výše splátek

Do výše splátky mohou promluvit i banky, a to tím, že **zvýší bankovní poplatky**. Může se stát, že vedení účtu nebude za pár let stát kolem 1 800 Kč ročně, ale bude mnohem dražší. Nicméně případné zvýšení tohoto poplatku by z hlediska splácení nemělo významný dopad.

Ekonomika a hypotéky

Mnohem větší neznámou, která může s výší splátky pořádně zahýbat, jsou ovšem **úrokové sazby**. O kolik mohou vzrůst úrokové sazby je dobře vidět nejen z české, ale i světové historie. Našli bychom hodně příkladů, kdy byly sazby v jednom období jen 3 %, aby za pár let atakovaly hranici 20 %. Koneckonců i v Česku se sazby v uplynulých deseti letech pohybovaly v tomto rozpětí. Pokud by například sazba vzrostla o jeden procentní bod, bude splátka u modelového příkladu zhruba o 900 Kč dražší. Růst splátky také hodně závisí na době splatnosti hypotéky.

S úroky úzce souvisí i doba fixace úrokové sazby. Krátké fixace jsou logicky nejrizikovější, neboť jsou kolísavější, dlouhodobé jsou stabilnější a navíc mají tu výhodu, že růst přijde až za několik let a dá se na něj teoreticky i připravit. Ve prospěch

fixací na kratší dobu hovoří fakt, že mohou dopomoci k hypotéce lidem, kteří nemohou doložit své příjmy, či mají problémy s bonitou.

Drahost hypotéky nelze poměřovat pouze výší zaplaceného úroku, ale i nejrůznějšími poplatky, které hypotéku zdražují. Při plánování hypotéky je dobré si v každém případě **v rodinném rozpočtu nechat rezervu**, aby případný růst splátky neznamenal pro rodinu finanční katastrofu.

7. ZÁVĚR

Cílem diplomové práce bylo analyzovat a klasifikovat produkt v sektoru bankovníctví včetně jeho využití a přínosu pro spotřebitele i zákazníka včetně časového hlediska. Ke splnění cíle bylo využito *dotazníkové šetření*. Dotazník obsahoval 25 otázek, na které odpovídalo 100 náhodně oslovených respondentů z Pardubického kraje. Toto šetření vyloučilo věkovou skupinu 0 – 17 let a částečně omezilo skupinu seniorů ve věku nad 62 let.

Před samotným šetřením byly na základě informací získaných na pobočce banky a z rozhovorů s finančními analytiky formulovány tři hypotézy, jejichž konkrétní znění je uvedeno v části 3 Metodika a hypotézy. První dvě hypotézy objasňovaly jaká věková skupina a z jakých důvodů volí hypoteční úvěr. Třetí hypotéza předpokládala, že mladí lidé ve věku 18 – 35 let jsou více nakloněni elektronickému bankovníctví, neboť lépe rozumějí informačním technologiím než starší generace. *Všechny tři hypotézy se podařilo potvrdit dotazníkovým šetřením*, jehož výsledky jsou v přehledné formě grafů znázorněny v kapitole 5.

Jak ukázalo dotazníkové šetření, ve **30 % lidí**, kteří v současné době uvažují o úvěrovém produktu se bankám, potažmo České spořitelně, skrývají *noví potenciální klienti*. Banka by se proto měla zaměřit na vhodnou propagaci a i nadále by měla klást důraz na serióznost a důvěryhodnost. K plné spokojenosti zákazníků by banka měla dále uvažovat o *snížení* alespoň některých svých *poplateků*, či *úrokových sazeb*. Klienti by uvítali i *pružnější získání úvěru* a *možnost předčasného splacení či mimořádných splátek bez sankcí*. Návrhy řešení z časového hlediska jsou uvedeny v kapitole 6.

Jak již bylo zmíněno, Česká spořitelna je největší partner při pořizování bydlení na hypotéku. Pevné postavení banky dokazuje i řada ocenění, z nichž lze jmenovat ocenění z listopadu 2007, kdy ČS získala titul *Nejdůvěryhodnější banka roku* v soutěži MasterCard Banka roku. V šestém ročníku soutěže se ČS podařilo získat i druhé místo v kategorii Banka roku. Odborná porota udělila ČS *bronz v kategorii Hypotéka roku*.

Rok 2007 přinesl v prosinci pro hypoteční trh také Bílou knihu Evropské komise – *Hypoteční úvěr v EU*, která se věnuje čtyřem hlavním oblastem: ochraně spotřebitelů, právním otázkám poskytování hypotečních úvěrů, zajištění úvěrů a financování. Tento dokument má usnadnit přeshraniční prodej úvěrů a zvýšit konkurenci na trhu financování bydlení.

Je možné, že při čtení této diplomové práce již budou některé návrhy na zlepšení či doporučení uskutečněny, neboť ostrý konkurenční boj povede k dalšímu rozšiřování nabídky úvěrových produktů na financování bydlení a ke snaze bank strukturovat parametry úvěru podle specifických potřeb klientů.

Věřím, že moje diplomová práce splnila nejen svůj účel a stanovený cíl, ale stane se pro mnoho lidí i zajímavým zdrojem informací a pomůže jim orientovat se v dané problematice.

8. SUMMARY

Unusual interest in credit products at finance housing are recording in Czech republic and abroad over the last years. Especially section of mortgage records giant boom all the world.

The aim of this work is an analysis and classification of product in chosen banking house and its usage and gain for consumers and costumers inclusive point of view. This work informs readers about issue of mortgage credit in Czech market including forecasts to expectations. In the following is an adumbration and development in European market. Chosen banking house is Česká spořitelna, a. s., because this bank is considered the greatest provider of mortgage credits in Czech republic. Majority shareholder of this bank is financial group Erste Bank.

The interrogatory was using to analyze of mortgage credits. Three hypothesis were formulated before running research technique. The first and the second hypothesis account for the fact, which age group and from which reasons people give way to the mortgage credit. The third one expected, that the young people in the age 18 – 35 are more inclined to electronic banking than the senior citizens. All the hypothesis succeeded validate with the interrogatory.

Forecasts for Czech and European market of motgage credits are as well as today the progressive trend.

Key words

Mortgage credits, credit product, banking, forecast

9. POUŽITÁ LITERATURA

Monografie, příspěvky v publikacích

BARDOVÁ, D., OPLTOVÁ, R., PAVELKA, F. *Jak správně na hypotéky*. 1. vyd. Praha : Consultinvest, 1997. 142 s. ISBN 80-901486-5-4.

BEDNÁŘ, F. *Management a marketing služeb*. 2002. Brno : Janáčkova akademie muzických umění, 2002. 45 s. ISBN 80-85429-70-5.

BUNEŠOVÁ, M. *Produkt jako nástroj marketingového mixu*. In Hesková, M. a kol. *Marketing*. 2003. České Budějovice : Jihočeská univerzita v Českých Budějovicích, Zemědělská fakulta, 2003. s. 79 - 100. ISBN 80-7040-620-8.

DUŠEK, P., KOS, B. *Právo hypotečního úvěrování*. 1. vyd. Praha : C.H.Beck, 2001. 208 s. ISBN 80-7179-384-1.

DVOŘÁK, Petr. *Komerční bankovníctví pro bankéře a klienty*. 2. aktualiz. vyd. Praha : Linde, 2001. 471 s. ISBN 80-7201-310-6.

KOTLER, P. *Marketing Management : 10. rozšířené vydání*. Z amerického originálu přeložili Doc. Ing. Václav Dolanský a Ing. Stanislav Jurnečka. 1st edition. Praha : Grada Publishing, 2001. 720 s. ISBN 80-247-0016-6.

LUX, M. a kol. *Standardy bydlení 2004/2005 : Financování bydlení a regenerace sídlišť*. 1. vyd. Praha : Sociologický ústav AV ČR, c2005. 178 s. Dostupný z WWW: <http://seb.soc.cas.cz/publikace_download/standardy2005_downcz.htm>.

PÁNEK, D. *Bankovní služby*. Brno : Masarykova univerzita, 2001. 70 s. ISBN 80-210-2691-X.

PARMOVÁ, D. *Řízení služeb : přednášky*. 1. vyd. České Budějovice : Jihočeská univerzita v Českých Budějovicích, Zemědělská fakulta, 2004. 93 s. ISBN 80-7040-673-9.

SYROVÝ, P. *Financování vlastního bydlení*. 3. rozš. vyd. Praha : Grada Publishing, 2003. 120 s. ISBN 80-247-0662-8.

Elektronické dokumenty

BUREŠ, Jan. *Poroste hypoteční trh i nadále?. Bydlení* [online]. 2007 [cit. 2008-03-20]. Dostupný z WWW: <<http://www.investujeme.cz/clanky/poroste-hypotecni-trh-i-nadale/>>.

CHUCHVALCOVÁ, Jana. *Hypotéky stále bodují. Bankovníctví.ihned* [online]. 2006 [cit. 2008-03-12]. Dostupný z WWW: <http://bankovnictvi.ihned.cz/3-19970710-hypot%E9k%E1ch-900000_d-19>.

JAROŠOVÁ, Jana. *České hypotéky doženou Evropu tak za deset let. Fincentrum* [online]. 2007 [cit. 2008-03-23]. Dostupný z WWW: <http://fincentrum.idnes.cz/fi_blind.asp?c=A070418_025820_fi_osobni_jjj>.

MACHALA, Karel. *Úrokové změny na hypoteční šachovnici. Bankovníctví* [online]. 2008 [cit. 2008-04-04]. Dostupný z WWW: <http://bankovnictvi.ihned.cz/c4-10024640-23439730-900000_d-urokove-zmeny-na-hypotecni-sachovnici>.

SYROVÝ, Petr. *Kolik ve skutečnosti stojí hypotéka. Peníze* [online]. 2008 [cit. 2008-04-02]. Dostupný z WWW: <<http://www.penize.cz/40676-kolik-ve-skutecnosti-stoji-hypoteka>>.

ŠTÍPEK, Vladimír. *Splácet hypotéku předčasně a bez poplatku?. Měsíc* [online]. 2007 [cit. 2008-04-01]. Dostupný z WWW: <<http://www.mesec.cz/clanky/splacet-hypoteku-predcasne-a-bez-poplatku/>>.

Bílá kniha pomůže integraci hypotečních trhů. Euroskop [online]. 2008 [cit. 2008-04-04]. Dostupný z WWW: <<http://www.euroskop.cz/23439700/clanek-zpravodajstvi/bila-kniha-pomuze-integraci-hypotecnich-trhu/>>.

Hypoindex : Vývoj hypotečního trhu. Idnes [online]. 2008 [cit. 2008-04-08]. Dostupný z WWW: <<http://fincentrum.idnes.cz/hypoindex.asp?y=hypoindex/vyvojhypotecnihotrhu.htm>>.

Hypostat 2006. European Mortgage Federation [online]. 2007 [cit. 2008-03-20]. Dostupný z WWW: <<http://www.hypo.org/content/default.asp?PageID=343>>.

Hypoteční úvěry pro občany, podnikatele a obce. MMR [online]. 2008 [cit. 2008-04-01]. Dostupný z WWW: <http://www.mmr.cz/uploads/MMR_Temata/BYTOVA_POLITIKA/Statistiky_Analyzy_BP/Hypoteky_2008/080422_sumar_k310308_01.pdf>.

Trendy na trhu hypoték v Evropě. Bankovníctví [online]. 2008 [cit. 2008-04-05]. Dostupný z WWW: <http://bankovnictvi.ihned.cz/2-23439720-900000_d-35>.

Životní a existenční minimum. Odbor 31 MPSV [online]. 2008 [cit. 2008-01-03]. Dostupný z WWW: <<http://www.mpsv.cz/cs/3213>>.

Webové prezentace

Česká spořitelna, a. s. [online]. 2008 [cit. 2008-03-10]. Dostupný z WWW: <<http://www.csas.cz/banka/appmanager/portal/banka>>.

Deutsche Hypo [online]. 2008 [cit. 2008-04-08]. Dostupný z WWW: <www.deutsche-hypo.de>.

Erste bank [online]. 2008 [cit. 2008-04-08]. Dostupný z WWW: <www.sparkasse.at/erstebank>.

Hypoteční banka [online]. c2007, 2008 [cit. 2008-04-08]. Dostupný z WWW: <www.hypotecnibanka.cz>.

Istrobanka [online]. 2008 [cit. 2008-04-08]. Dostupný z WWW: <www.istrobanka.sk>.

Komerční banka, a. s. [online]. c2006, 2008 [cit. 2008-03-15]. Dostupný z WWW: <www.kb.cz>.

mbank [online]. 2008 [cit. 2008-04-08]. Dostupný z WWW: <www.mbank.pl>.

Zákony

Zákon o bankách č. 21/1992 Sb., o bankách, ve znění zákona č. 264/1992 Sb., 292/1993 Sb., 156/1993 Sb., 83/1995 Sb., 84/1995 Sb., 64/1996 Sb., 16/1998 Sb. ve znění poslední novelizace č.269/2007 Sb.

Zákon č. 190/2004 Sb., o dluhopisech

Zákon o ochraně spotřebitele č. 634/1992 Sb. ve znění zákona č. 36/2008 Sb.

9.1 Seznam tabulek, obrázků a grafů

Tabulky

- Tabulka 1: Výše částek životního minima stanovená od 1.1.2008 v Kč za měsíc
Tabulka 2: Vybrané parametry nabízených produktů České spořitelny, a. s.
Tabulka 3: Porovnání parametrů hypotečních úvěrů, úvěrů ze stavebního spoření a spotřebitelských úvěrů v České republice
Tabulka 4: Porovnání hypoték ve třech finančních institucích působících na českém trhu
Tabulka 5: Výše úrokových sazeb v ČR a sousedících státech v dubnu 2008
Tabulka 6: Co sílí, resp. tlumí vývoj hypotečního úvěrování – vybrané aspekty

Obrázky

- Obrázek 1: Model kvality služeb
Obrázek 2: Přehled základních druhů úvěrových produktů
Obrázek 3: Zadluženost hypotečními úvěry na HDP

Grafy

- Graf 1: Vývoj objemu hypoték pro občany za období let 2000 – 2008*
Graf 2: Vývoj počtu hypoték pro občany v letech 2000 - 2008*
Graf 3: Vývoj úrokových sazeb z hypoték za pololetí od roku 2003 do ledna 2008 v ČR
Graf 4: Výše dluhu Evropanů (na osobu) v roce 2005 (v Eurech)
Graf 5: Současná bytová situace respondentů
Graf 6: Způsob, jakým respondent získal současné bydlení
Graf 7: Uvažují respondenti v současné době o koupi či rekonstrukci nemovitosti, proč ano, resp.ne?
Graf 8: Má respondent v současné době úvěrový produkt na financování bydlení, pokud ano, jaký?
Graf 9: Struktura úvěrových produktů na financování bydlení dle účelu
Graf 10: Struktura úvěrových produktů na financování vlastního bydlení v bankovních domech
Graf 11: Struktura úvěrových produktů na financování bydlení dle doby splatnosti
Graf 12: Struktura úvěrových produktů na financování svého bydlení dle celkové výše úvěru
Graf 13: Struktura úvěrových produktů na financování vlastního bydlení dle výše měsíční splátky v Kč
Graf 14: Struktura úvěrových produktů na financování vlastního bydlení v závislosti na průměrných čistých měsíčních příjmech domácností
Graf 15: Struktura úvěrových produktů na financování bydlení v závislosti na rodinném stavu respondenta

- Graf 16: Struktura úvěrových produktů na financování současného bydlení podle věkových kategorií respondentů
- Graf 17: Struktura parametrů, které rozhodly o výběru banky
- Graf 18: Hodnocení vybraných parametrů dle spokojenosti klienta
- Graf 19: K úplné spokojenosti s úvěrovým produktem na financování bydlení si respondenti přejí
- Graf 20: Zaregistroval-li respondent reklamu na hypoteční úvěr, jaké instituce a kde?
- Graf 21: Preferuje respondent osobní návštěvu či internetové bankovní a proč?
- Graf 22: Využívá respondent k získávání informací o bankovních produktech internet?
- Graf 23: Pohlaví respondentů
- Graf 24: Rodinný stav respondentů
- Graf 25: Věk respondentů
- Graf 26: Nejvyšší dosažené vzdělání respondentů
- Graf 27: Odvětví, ve kterém respondenti pracují
- Graf 28: Počet členů žijících ve společné domácnosti
- Graf 29: Počet dětí v rodině
- Graf 30: Průměrný měsíční čistý příjem respondentů (v Kč)
- Graf 31: Struktura průměrných měsíčních čistých příjmů domácnosti (v Kč)

10. PŘÍLOHY

Příloha 1: Dotazník

Příloha 2: Základní údaje o České spořitelně

Příloha 3: Středoevropská finanční skupina Erste Gruppe

Příloha 4: Finanční skupina České spořitelny

Příloha 1: Dotazník

Jmenuji se Jana Pěkná a jsem studentkou Jihočeské univerzity v Českých Budějovicích, Ekonomické fakulty, oboru Obchodní podnikání. V rámci své diplomové práce s názvem: „*Analýza produktu v sektoru bankovníctví a jeho perspektiva*“ provádím výzkum týkající se financování vlastního bydlení, především oblasti hypoték. Tímto bych Vás chtěla poprosit o spolupráci vyplněním tohoto dotazníku. Svě odpovědi prosím zaškrtněte, případně doplňte. Veškeré Vámi uvedené informace budou použity pouze při zpracování této diplomové práce.

1. *Jaká je vaše současná bytová situace?*

- a) vlastní byt
- b) vlastní dům
- c) pronajatý byt
- d) pronajatý dům

2. *Jak jste získali současné bydlení?*

- a) dar od rodičů, příbuzných, atd.
- b) půjčka
- c) dědictví
- d) koupě z vlastních prostředků
- e) koupě za pomoci hypotečního úvěru
- f) z restituce
- g) pronajmutí
- h) jiné, uveďte

3. *Uvažujete o koupi nemovitosti?*

- a) ano, pokud ano z jakých prostředků ji budete pořizovat?
 - 1. vlastní úspory
 - 2. půjčka od známých
 - 3. úvěr ze stavebního spoření
 - 4. hypotéka
 - 5. jiné, uveďte
- b) ne, uveďte prosím důvod
 - 1. nedostatek finančních prostředků
 - 2. mám vlastní
 - 3. jiné, uveďte

4. *Máte v současné době úvěrový produkt na financování vlastního bydlení? Pokud ano, jaký?*

- a) ano,
 - 1. hypoteční úvěr
 - 2. úvěr ze stavebního spoření
 - 3. půjčka
 - 4. jiné, prosím uveďte
- b) ne – přejděte prosím na otázku č. 14

5. Jakým způsobem jste si sjednali úvěrový produkt?

- a) z vlastní iniciativy
- b) bylo mi nabídnuto

6. Na jaký účel jste si vzal(a) úvěrový produkt?

- a) koupě bytu
- b) koupě rodinného domu
- c) rekonstrukce bytu
- d) rekonstrukce rodinného domu
- e) výstavba bytu
- f) výstavba rodinného domu
- g) koupě rekreačního objektu
- h) jiné, uveďte

7. U které banky máte úvěrový produkt sjednanou?

- a) Česká spořitelna, a. s.
- b) Komerční banka, a. s.
- c) ČSOB, a. s.
- d) Raiffeisen banka
- e) jiné, prosím uveďte

8. Na jak dlouho máte úvěrový produkt na financování vlastního bydlení sjednán?

- a) méně než 5 let
- b) 6 – 10 let
- c) 11 – 15 let
- d) 16 – 20 let
- e) nad 20 let

9. Na jakou částku máte sjednán úvěrový produkt?

- | | |
|-----------------------------|-----------------------------|
| a) do 300 000 Kč | f) 1 250 001 – 1 500 000 Kč |
| b) 300 001 – 500 000 Kč | g) 1 500 001 – 2 000 000 Kč |
| c) 500 001 – 750 000 Kč | h) 2 000 001 – 2 500 000 Kč |
| d) 750 001 – 1 000 000 Kč | i) 2 500 001 – 3 000 000 Kč |
| e) 1 000 001 – 1 250 000 Kč | j) nad 3 000 000 Kč |

10. Jak vysokou částku splácíte měsíčně?

- | | |
|---------------------|----------------------|
| a) do 2 500 Kč | d) 5 001 – 7 000 Kč |
| b) 2 501 – 3 000 Kč | e) 7 001 – 10 000 Kč |
| c) 3 001 – 5 000 Kč | f) nad 10 000 Kč |

11. Podle jakých kritérií jste si vybíral(a) banku, u které jste si sjednal(a) úvěrový produkt?

- a) výše úrokových sazeb
- b) poplatky za vyřízení úvěru
- c) poplatky za vedení úvěru
- d) podle výše úvěru, který mi byl bankou nabídnut
- e) podle výše měsíční splátky
- f) nutnost uzavření životního pojištění
- g) renomé banky
- h) doporučení od známých, přátel, apod.
- i) vše uvedené
- j) jiné, uveďte

12. Jak jste spokojen(a) s: (hodnocení jako ve škole, 1 = nejlepší, 5 = nejhorší)

- a) poradenstvím
1 2 3 4 5
- b) službami
1 2 3 4 5
- c) poplatky
1 2 3 4 5

13. Co byste uvítal(a) k Vaší plné spokojenosti s úvěrovým produktem? Prosím uveďte

.....
.....
.....

14. Zaregistroval(a) jste v poslední době reklamní kampaň na hypotéky?

- a) ano – pokud ano, kterou reklamu považujete za zdařilou a kde jste ji zaregistroval(a)
 - 1. České spořitelny, a. s.
 - 2. Komerční banky, a. s.
 - 3. Raiffeissen banka
 - 4. jiné, uveďte
 - 1. televize
 - 2. tisk, časopisy
 - 3. internet
 - 4. jiné, uveďte.....
- b) ne

15. Dáváte přednost osobní návštěvě banky nebo využíváte služeb internetového, GSM bankovníctví a proč?

- a) osobní návštěva, důvod
.....
- b) internetové, GSM bankovníctví, důvodem je
.....

16. Využíváte internet k získávání informací o bankovních produktech?

- a) ano
- b) ne

Demografické údaje o respondentech

17. Pohlaví

- a) žena
- b) muž

18. Rodinný stav

- a) svobodný(á)
- b) ženatý (vdaná)
- c) rozvedený (á)
- d) vdovec (vdova)
- e) registrovaný

19. Do jaké věkové kategorie patříte?

- a) 18 – 24
- b) 25 – 34
- c) 35 – 49
- d) 50 – 61
- e) 62 a více let

20. Jaké je Vaše nejvyšší dosažené vzdělání?

- a) základní
- b) vyučen(a) bez maturity
- c) vyučen(a) s maturitou
- d) úplné střední vzdělání s maturitou
- e) úplné střední odborné vzdělání s maturitou
- f) vyšší odborné
- g) vysokoškolské
- h) vyšší

21. V jakém odvětví nyní pracujete?

- a) zemědělství
- b) průmysl
- c) stavebnictví
- d) obchod
- e) ubytovací služby
- f) stravovací služby
- g) doprava
- h) finanční sektor
- i) veřejná správa a obrana
- j) školství a vzdělávání
- k) informační technologie
- l) zdravotnictví
- m) veřejné sociální služby
- n) rentiér
- o) v domácnosti
- p) mateřská dovolená
- q) studující
- r) nezaměstnaný(á)
- s) důchodce
- t) jiné, uveďte.....

22. Počet členů v domácnosti

- a) 1 – 2
- b) 3 – 4
- c) 5 – 6
- d) 7 – 8
- e) 9 a více

23. Počet dětí v rodině

- a) žádné
- b) 1
- c) 2
- d) 3
- e) 4 a více

24. *Váš průměrný čistý měsíční příjem*

- | | |
|-----------------------|-----------------------|
| a) do 10 000 Kč | e) 25 001 – 30 000 Kč |
| b) 10 001 – 15 000 Kč | f) 30 001 – 35 000 Kč |
| c) 15 001 – 20 000 Kč | g) 35 001 – 40 000 Kč |
| d) 20 001 – 25 000 Kč | h) nad 40 000 Kč |

25. *Průměrný čistý měsíční příjem domácnosti*

- | | |
|-----------------------|-----------------------|
| a) do 10 000 Kč | f) 35 001 – 50 000 Kč |
| b) 10 001 – 20 000 Kč | g) 50 001 – 65 000 Kč |
| c) 20 001 – 25 000 Kč | h) 65 001 – 80 000 Kč |
| d) 25 001 – 30 000 Kč | i) nad 80 000 Kč |
| e) 30 001 – 35 000 Kč | |

Velice Vám děkuji za Váš čas, který jste věnovali vyplnění tohoto dotazníku.
Přeji hezký den!

Bc. Jana Pěkná

Příloha 2: Základní údaje o České spořitelně, a. s.

Základní údaje o společnosti

Sídlo centrály ČS:

Olbrachtova 62, Praha 4

kontakt: 800 207 207

e-mail: csas@csas.cz



IČ: 45244782

DIČ: CZ45244782

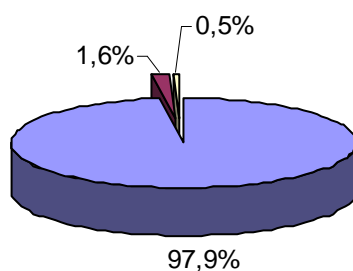
Zapsána v obchodním rejstříku Městským soudem v Praze, oddíl B, vložka 1171.

Kód banky pro účely platebního styku: 0800

Akcionářská struktura České spořitelny

Akcionář	Podíl na základním kapitálu (v %)	Podíl na hlasovacích právech (v %)
Erste Bank	97,9	99,5
Města a obce ČR	1,6	0
Ostatní	0,5	0,5

Graf: Akcionářská struktura České spořitelny



■ Erste Bank ■ Města a obce ČR □ Ostatní

Zdroj: Česká spořitelna, a. s. [online]. 2008 [cit. 2008-03-10]. Dostupný z WWW: <<http://www.csas.cz/banka/appmanager/portal/banka>>.

Příloha 3: Středoevropská skupina Erste Gruppe



Erste Bank

www.erstebank.at



Česká spořitelna

www.csas.cz



Slovenská sporiteľňa

www.slsp.sk



Erste Bank Hungary

www.erstebank.hu



Erste Bank Croatia

www.erstebank.hr



Erste Bank Serbia

www.erstebank.co.yu



Banca Comerciala Romana

www.bcr.ro



JSC Erste Bank

Příloha 4: Finanční skupina České spořitelny

Členy finanční skupiny České spořitelny tvoří:

- Brokerjet České spořitelny
- Erste Corporate Finance
- Consulting České spořitelny
- Factoring České spořitelny
- Investiční společnost České spořitelny
- Leasing České spořitelny
- Penzijní fond České spořitelny
- Pojišťovna České spořitelny
- Raven EU Advisory
- Realitní společnost České spořitelny
- REICO České spořitelny
- Stavební spořitelna České spořitelny
- sAutoleasing