

MORAVSKÁ VYSOKÁ ŠKOLA OLMOUC

Ústav podnikové ekonomiky

Analýza spokojnosti retailovej klientely vo vybranej komerčnej banke

BAKALÁRSKA PRÁCA

Michaela Perunová

Vedúci práce: Ing. Zuzana Stefanovová, Ph.D.

Olomouc 2018

VYHLÁSENIE

Vyhlasujem, že som bakalársku prácu vypracovala samostatne a použila len zdroje v zozname literatúry a použitých zdrojov.

Tlačená verzia textu práce je zhodná s textom práce na CD nosiči a elektronickou verziou vloženou do študijného systému IS/STAG.

V Olomouci dňa 18.03.2018

Michaela Perunová

POĎAKOVANIE

Ďakujem svojej vedúcej Ing. Zuzane Stefanovovej, PhD. za odborné vedenie práce, za cenné rady a ochotu v priebehu spracovávania tejto práce.

OBSAH

ÚVOD	8
1 TEORETICKÉ VÝCHODISKÁ RIEŠENEJ PROBLEMATIKY.....	10
1.1 Charakteristika obchodnej banky	10
1.2 Bilancia obchodnej banky	12
1.2.1 Aktíva obchodnej banky	13
1.2.2 Pasíva obchodnej banky	15
1.2.3 Špecifické rysy bilancie obchodnej banky	17
2 BANKOVÉ OBCHODY	19
2.1 Aktívne bankové obchody.....	20
2.1.1 Členenie aktívnych obchodov	21
2.2 Pasívne bankové obchody	24
2.2.1 Členenie pasívnych obchodov.....	26
2.3 Neutrálne bankové obchody.....	28
2.3.1 Členenie neutrálnych obchodov	29
3 ZÁKAZNÍK A JEHO SPOKOJNOSŤ	37
3.1 Kto je zákazník.....	39
3.2 Spokojnosť zákazníka	40
4 PRAKTICKÁ APLIKÁCIA NA SPOLOČNOSŤ ČSOB, a.s.	42
4.1 Profil spoločnosti ČSOB, a.s.....	42
4.2 História spoločnosti ČSOB, a.s.	42
4.3 Stratégia skupiny ČSOB, a.s.	44
4.4 Produktové portfólio ČSOB, a.s.....	45
4.4.1 Účty	45
4.4.2 Investičné produkty	46
4.4.3 Platby a hotovosť	47
4.4.4 Internetové a mobilné bankovníctvo	48
4.4.5 Sporiace produkty	49
4.4.6 Hypotéky	51
4.4.7 Pôžičky	52
4.4.8 Platobné karty.....	53
5 VÝSKUM	57

5.1	Cieľ a metodika výskumu	57
5.2	Výsledky dotazníkového výskumu	58
5.3	Výsledky SWOT analýzy.....	75
5.4	Odporúčania pre spoločnosť ČSOB, a.s.....	77
	ZÁVER	80
	ZOZNAM ZDROJOV	81
	ZOZNAM TABULIEK.....	87
	ZOZNAM GRAFOV	87
	ZOZNAM OBRÁZKOV	88
	ZOZNAM PRÍLOH	88
	PRÍLOHY	89
	ANOTÁCIA.....	93
	ANNOTATION	94

ÚVOD

Bankovníctvo je veľmi významným prvkom v ekonomickej sfére každej krajiny. Fungovanie peňazí a celého peňažného mechanizmu by nemohlo byť realizované bez činnosti bankového systému. Nato, aby boli ekonomiky štátov prosperujúce je dôležité, aby banková sféra preukazovala dobrú kondíciu. Samozrejme, od svojho počiatku prešla dlhým vývojom. Prvá inštitúcia, nápadne sa podobajúca na banku, vznikla už v priebehu 12. storočia v Taliansku. Základom pojmu banka je teda talianske slovo „il banco“, tj. po slovensky lavica. Na nej stredovekí bankári uskutočňovali zmenárenské operácie.

Financie majú veľký význam a spôsobujú značný vplyv na ekonomiku štátu. Preto je v krajinách vytváraný finančný systém. Podoba finančného systému je odvíjaná od vnútroštátnych a medzinárodných podmienok v oblasti ekonomickej aj politickej, ale aj od historických osobitností. Je štátom upravovaný pomocou zákonov tak, aby zabezpečoval fungovanie financií v optimálnej forme. Jeho obsahom sú finančné inštitúcie, finančné inštrumenty (dokumenty) a finančné trhy. Obchodné banky, ako hlavné inštitúcie finančného systému, umožňujú v roli finančných sprostredkovateľov uskutočňovať transakcie na finančných trhoch.

Práve z týchto dôvodov sa v bakalárskej práci budem venovať prepojenosti medzi rozhodujúcim účinkom bánk a dobrou úrovňou bankového systému, ktorá sa odráža v spokojnosti klientov.

Cieľom bakalárskej práce je analyzovať spokojnosť retailovej klientely vo vybranej komerčnej banke. Zámerom analýzy spokojnosti nebude len konštatovanie spokojnosť, resp. nespokojnosť s produktmi a službami vybranej komerčnej banky, ale aj návrh prípadných riešení v oblastiach, kde bude existovať priestor k zlepšeniu.

Bakalárska práca bude rozčlenená na dve časti. V teoretickej oblasti práce budú vymedzené základné pojmy súvisiace s bankovým podnikaním. Zložená bude z troch kapitol. Praktická časť práce bude obsahovať predstavenie komerčnej banky, v ktorej bol aplikovaný výskum, výskumné informácie a odporúčania vyplývajúce z výsledkov prevedeného výskumu.

Prvá kapitola teoretickej časti hovorí o obchodných bankách. Rozpracovaná bude charakteristika obchodných bánk ako podnikateľského subjektu, definícia banky podľa zákona o bankách, jednotná banková licencia, podmienky pre udelenie bankovej licencie.

Naviaže sa na účtovný dokument - bilanciu. Bude popísaná súvaha bankového subjektu. V závere kapitoly zhrnieme špecifické znaky bilancie obchodnej banky.

V druhej kapitole sú rozobrané bankové obchody z hľadiska bilancie obchodnej banky. Analyzované budú aktívne, pasívne a neutrálne obchody. Súčasťou analýzy bude taktiež podanie príkladov k jednotlivým druhom obchodov a tiež ich stručná charakteristika.

Témou tretej kapitoly bude zákazník a jeho spokojnosť. Obsahom bude načrtnutie významu kvality na spokojnosť a popis potrieb zákazníkov. Kapitola bude pokračovať definíciou zákazníka a delením zákazníkov. Ďalšou zahrnutou problematikou bude retailová klientela a spokojnosť zákazníka.

Štvrtá kapitola, patriaca do praktickej časti, pojednáva o charakteristike Československej obchodnej banky. Zahŕňa stručný profil, históriu a stratégiu vybranej spoločnosti. Identifikované bude aj produktové portfólio Československej obchodnej banky.

Obsahom piatej kapitoly bude definovanie výskumného cieľa bakalárskej práce, identifikovanie metodiky výskumu, analýza výsledkov výskumu a ich interpretácia. Na záver kapitoly budú navrhnuté odporúčania pre zlepšenie pre konkrétnu pobočku Československej obchodnej banky.

1 TEORETICKÉ VÝCHODISKÁ RIEŠENEJ PROBLEMATIKY

Banka v úlohe sprostredkovateľa zabezpečuje tok peňažných prostriedkov. Od strán, ktoré môžu sporiť alebo investovať tým, že narábajú s voľnými financiami, odoberajú tento prebytočný kapitál a posúvajú ho subjektom, ktorým chýba.

Bankové podnikanie je spojené s radou zvláštností. Po prvé, komerčné banky sú subjektmi, ktoré podnikajú s pomerne malým podielom vlastného kapitálu. Jeho hodnota sa pohybuje okolo 10 % z celkového objemu zdrojov. Na druhej strane, banky disponujú s veľkým množstvom cudzích peňažných prostriedkov. Ide vo väčšine prípadoch o vklady klientov, ktorí jej zverujú svoj voľný kapitál na krátku alebo dlhšiu dobu. Tieto osobitosti vyplývajú hlavne z postavenia obchodných bánk v tržnej ekonomike.

1.1 Charakteristika obchodnej banky

Činnosť bánk v Českej republike je regulovaná zákonom č. 21/1992 Sb., o bankách. Tento predpis vysvetľuje pojem „banka“ ako právnickú osobu založenú formou akciovej spoločnosti so sídlom v Českej republike. Ďalej prijíma vklady od verejnosti, poskytuje úvery a vykonáva činnosti, ku ktorým je udelená banková licencia. Banka nemôže vykonávať iné podnikateľské aktivity ako tie, ktoré má povolené v licencii.

Obchodná banka vystupuje na finančnom trhu ako finančný sprostredkovateľ. Banky sa v ekonomike štátu správajú ako podnikateľské subjekty a ich hlavnou činnosťou je obchodovanie s peňažnými prostriedkami. Komerčná banka je firma ako každá iná, a preto je cieľom jej podnikania zisk a dlhodobé prežitie v rámci hospodárskej súťaže. Zisk a jeho objem, ako ukazovateľ výkonnosti banky, má len veľmi nízku výpovednú schopnosť. Pre komplexné hodnotenie banky a jej výkonnosti je nevyhnutné vykonať analýzu dosiahnutého zisku vzhľadom k objemu vloženého kapitálu. V neposlednom rade je potrebné zhotoviť porovnanie s konkurenciou. „Primárnym cieľom komerčnej banky je dosahovať maximálny zisk pri zachovaní stability a bezpečnosti banky.“¹ Maximalizácia zisku, ako dominantný cieľ podniku, je prvok podmienený podnikateľskou stratégiou komerčnej banky a bariérami ako záujmy klienta, regulácia zo strany štátu, morálka v podnikaní či riziko plynúce z podnikania

¹ BELÁS, J., *Finanční trhy, bankovníctví, pojišťovnictví*, s. 231.

„Základným predpokladom pre existenciu banky je banková licencia.“² Bankovou licenciou je označované povolenie akciovej spoločnosti, ktoré jej povoľuje pôsobiť ako banka. Okrem schválenia poskytovať bankové služby sa tu jednak nachádza vytýčenie rozsahu činností, ktoré má právo vykonávať. Zákon o bankách podáva inštrukcie, že „žiadosť o licenciáciu sa predkladá Českej národnej banke. Minimálna výška základného kapitálu banky činí 500 000 000 Kč a minimálne v tejto výške musí byť tvorený peňažnými vkladmi. O udelení licencie rozhoduje Česká národná banka.“³

Žiadosti o udelenie licencie sú predkladané Českej národnej banke. V procese udeľovania bankovej licencie je potrebné splňovať niekoľko podmienok uvedených v § 4 ods. 5 zákona o bankách:

- a) „priehľadný a nezávadný pôvod základného imania a ďalších finančných zdrojov banky, ich dostatočnosť a vyhovujúca skladba,
- b) splatenie základného imania v plnej výške,
- c) dôveryhodnosť a odborná spôsobilosť osoby, ktorej má byť udelená licencia,
- d) dôveryhodnosť a spôsobilosť osôb s kvalifikovanou účasťou (§ 17a ods. 4) na banke alebo, ak nie sú takéto osoby, 20 najväčších akcionárov banky podľa podielu na hlasovacích právach na výkon práv akcionára pri podnikaní banky,
- e) dôveryhodnosť, odborná spôsobilosť a skúsenosť členov štatutárneho orgánu, členov správnej rady a členov dozornej rady banky a splnenie ďalších požiadaviek na orgány banky a ich členmi podľa § 8,
- f) technické a organizačné predpoklady na výkon navrhovaných činností banky, funkčný systém riadenia a kontroly banky,
- g) obchodný plán vychádzajúci z navrhovanej stratégie činnosti banky podložený reálnymi ekonomickými kalkuláciami,
- h) transparentnosť skupiny osôb s úzkym prepojením s bankou,
- i) úzke väzby v rámci skupiny podľa písmena h) nebránia výkonu bankového dohľadu,
- j) v štáte, na ktorého území má skupina podľa písmena h) úzke prepojenie, nie sú právne ani faktické zábrany na výkon bankového dohľadu,
- k) sídlo banky musí byť na území Českej republiky,

² LIŠKA, P., ELEK, Š., a MAREK, K., *Bankovní obchody*, s. 17.

³ § 4 odst. 1 a 2 zák. č. 21/1992 Sb., o bankách.

- 1) banka má aspoň 3 zamestnancov alebo fyzické osoby, ktoré uskutočňujú svoju činnosť podľa príkazu iného (ďalej len "pracovník"), ktorí zastávajú výkonnú riadiacu funkciu a sú členmi jej štatutárneho orgánu alebo správnej rady.⁴

Ďalšie detaily ohľadom udelenia licencie popisuje zákon o bankách v § 4 ods. 8, kde vytyčuje, že „žiadosť o licenciu možno podať len na predpísanom formulári, ku ktorému žiadateľ priloží doklady o splnení podmienok uvedených v odseku 5. Vzor formulára a obsah jeho príloh stanovuje Národná banka vyhláškou.“⁵ Žiadosť o licenciu je podávaná výlučne na formulári s predpísanou podobou a štruktúrou. V ďalšom kroku subjekt prikladá doklady o splnení podmienok. Licencia je udeľovaná na neurčitú dobu. ČNB poskytne do pol roka od podania žiadosti o udelenie licencie rozhodnutie, ktoré pojednáva o tom, že licenciu:

- udeľuje,
- obmedzuje alebo
- úplne odmieta.

1.2 Bilancia obchodnej banky

V súvislosti porozumieť hospodáreniu komerčnej banky je dôležité pochopiť prepojenie medzi jednotlivými položkami majetku a štruktúry jej kapitálových zdrojov. Jednotlivé typy obchodov komerčnej banky je možné podrobnejšie vysvetliť na jej účtovnom výkaze, bilancii. Všetky informácie sú povinne zisťované minimálne jedenkrát za rok. Údaje sú vykazované v účtovnom dokumente nazývanom súvaha. Účtovný výkaz, súvaha, znázorňuje dáta o štruktúre a stave majetku a zdrojov vždy k určitému dátumu v roku. Inými slovami, bilancia priehľadne usporadúva majetok, aktíva subjektu, a zdroje jeho krytia, pasíva subjektu, v peňažnom vyčíslení k určitému dátumu. „Súvaha zobrazuje majetok podľa formy a účelu (aktíva) a jeho zdroje (pasíva) v peňažnom vyjadrení k určitému dňu.“⁶

Obsah bilancie je dôležitý najmä pre akcionárov, ale taktiež pre zamestnancov bánk, obchodných partnerov a klientov. Poskytuje informácie o celkovej bilančnej sume a tým majú jednotlivé spolupracujúce subjekty predstavu napríklad o celkovej veľkosti banky.

Výška zdrojov obchodnej banky a použitia týchto zdrojov sa musí vždy rovnať. Súčet aktívnych položiek a súčet pasív teda musí byť vyrovnaný za každých okolností. Jedná sa

⁴ § 4 odst. 5 zák. č. 21/1992 Sb., o bankách.

⁵ § 4 odst. 8 zák. č. 21/1992 Sb., o bankách.

⁶ Účtovníctvo prednášky, *euroekonom.sk*, [online].

o situáciu, že každá bilancia komerčnej banky musí byť účtovne vyrovnaná v každom okamihu. Bilančná rovnica teda vyzerá nasledovne:

$$\text{AKTÍVA} = \text{PASÍVA}$$

alebo

$$\text{celková výška aktív} = \text{celková výška pasív}$$

1.2.1 Aktíva obchodnej banky

Pokladničná hotovosť zahŕňa hotovostné peňažné prostriedky v mene tuzemskej aj zahraničnej.

Vklady v centrálnej banke sú zložené z položiek povinné minimálne rezervy a vklady v centrálnej banke na účte platobného styku. Ide o tzv. pohľadávky za ostatnými bankami. Obecne je pre pokladničnú hotovosť a vklady v centrálnej banke používaný termín aktívne rezervy komerčnej banky.

Cenné papiere oceňované reálnou hodnotou označujú deriváty na nákup daného podkladového aktíva alebo cenné papiere (akcie a dlhopisy). Sú určené na krátkodobé obchodovanie a ich cieľom je realizovať zisk, ktorý vzniká na základe pohybov cien. V tomto prípade sa nejedná o deriváty zaist'ovacie.

Zaist'ovacie deriváty s kladnou reálnou hodnotou predstavujú účtovnú hodnotu finančných derivátov, ktoré majú zaist'ovaciú funkciu. Komerčná banka, ktorá v minulosti realizovala dohodu o kúpe podkladového aktíva, je povinná v určenom termíne, dohodnuté aktívum kúpiť. Je povinná prijať úver v určitej výške so zafixovanou sadzbou alebo kúpiť dohodnuté množstvo cudzej meny v zafixovanom menovom kurze. Na začiatku doby platnosti môžu byť zafixované veličiny nepriaznivé. V prípade, ak sa banke motív špekulácie na úrokovú sadzbu alebo menový kurz vydarí, realizuje zisk. V tomto prípade sa údaje premietnu na strane aktív, v opačnej situácii by stratu z finančného derivátu uvádzala banka na pasívnej strane súvahy.

Realizovateľné cenné papiere zhromažďujú všetky cenné papiere (akcie a dlhopisy), ktorých cieľom nie je krátkodobé obchodovanie (ako v prípade cenných papierov oceňovaných reálnou hodnotou) ani držanie do dátumu splatnosti. Naopak, realizovateľné cenné papiere sú užitočnými zdrojmi pri získavaní likvidných prostriedkov pre banku. Príkladom sú dlhopisy, ktoré mala banka v úmysle držať do splatnosti, ale došlo k zmenám, ktoré vyvolali predaj dlhopisov.

Pohľadávky za bankami spájajú údaje ako úvery poskytnuté iným bankám a netermínované vklady na účtoch v iných bankách.

Pohľadávky za klientmi, inými slovami, pohľadávky za nebankovými subjektmi. Poskytujú informácie o:

- úveroch, ktoré boli poskytnuté fyzickým a právnickým osobám,
- debetných zostatkoch na bežných účtoch s povoleným prečerpaním,
- pohľadávkach plynúcich z leasingu a factoringu.

Finančné investície držané do splatnosti obsahujú tie investície banky do cenných papierov s úmyslom držať ich počas celej životnosti. Dlhopisy, ako investície na vlastný účet komerčnej banky, nie sú kupované s cieľom krátkodobého obchodovania. Avšak pôvodný zámer sa môže za istých okolností zmeniť, vtedy patria cenné papiere do časti realizovateľné finančné aktíva.

Ostatné aktíva sú zvyškovou časťou aktívnej strany, ktorá obsahuje:

- pohľadávky ku tretím osobám,
- zlato,
- iné drahé kovy.

Majetkové účasti pozostávajú z akcií, zatímných listov a podielov v iných ako akciových spoločnostiach. Sú rozlišované:

- účasti s rozhodujúcim vplyvom, najmä v dcérskych spoločnostiach. V prípade rozhodujúceho vplyvu komerčnej banky sa jedná o schopnosť riadiť finančnú a operatívnu politiku daných spoločností a takisto dosahovať prospech z aktív tohto subjektu.
- účasti s podstatným vplyvom, najmä v pridružených spoločnostiach. Na druhej strane, podstatný vplyv komerčnej banky pojednáva o schopnosti banky podieľať sa na finančnom a operatívnom riadení, no s obmedzením neschopnosti vykonávať rozhodujúci vplyv. V danej možnosti je bankou držaný aspoň 20% podiel na základnom kapitále alebo hlasovacích právach v inom subjekte.

Dlhodobý nehmotný majetok spojuje autorské práva, goodwill alebo software.

Dlhodobý hmotný majetok predstavuje aktíva komerčnej banky ako pozemky, budovy, súbory hnuiteľného majetku, vybavenie budov a podobne. Obstarávacia cena majetku činí minimálne 40 000 Kč a doba jeho použiteľnosti je viac ako jeden rok.

1.2.2 Pasíva obchodnej banky

Prvá časť pasívnej strany súvahy komerčnej banky je zložená zo záväzkov vo forme:

Záväzky voči bankám v sebe ukrývajú všetky záväzky, ktoré plynú z obchodovania medzi určitou komerčnou bankou a centrálnou bankou alebo inými obchodnými bankami. Patria sem prijaté úvery od centrálnej banky a iných bánk, bežné a tiež termínované vklady ostatných komerčných bánk uložené v danom subjekte. Vklady od bankových subjektov sú označované ako sekundárne vklady.

Záväzky voči klientom predstavujú každý záväzok voči nebankovým klientov. Ide predovšetkým o prijaté vklady od osôb fyzických aj právnických, ktoré spĺňajú podmienku, že nie sú bankou. Vklady od nebankových klientov sú tiež definované ako primárne vklady.

Finančné záväzky v reálnej hodnote vykazujúce predané cenné papiere alebo deriváty. Jednotlivé cenné papiere a deriváty nie sú primárne určené k zaisteniu bankových obchodov. Typickou funkciou tohto druhu je, že sprevádzajú emitovaný cenný papier, napríklad dlhopis s obcou.

Zaisťovacie deriváty so zápornou reálnou hodnotou obsahujú účtovnú hodnotu finančných derivátov, ktoré majú zaisťovaciu funkciu. Podstatou derivátov je ich odvodenosť od iných inštrumentov. Cena a vývoj hodnoty určitého derivátu je závislý práve na základnom inštrumente. Zaisťovacie deriváty sú charakteristické termínovanou povahou. Inak povedané, plnenie kontraktu uzatvoreného dnes nastáva až v určitej dopredu stanovenej dobe v budúcnosti. V prípade, ak sa bankovému subjektu motív špekulácie, napríklad na úrokovú sadzbu alebo menový kurz nevydarí, realizuje stratu. V tomto prípade sa údaje premietnu na strane pasív, v opačnej situácii by bol zisk z finančného derivátu uvádzaný bankou na aktívnej strane súvahy.

Emitované cenné papiere pojednávajú o hodnote záväzkov, ktoré plynú z emitovaných dlhopisov a hypotekárnych záložných listov.

Rezervy sú záväzky, ktoré popisujú budúcu nutnosť splniť tieto požiadavky. Je potrebné čo najvernejšie odhadnutie výšky a okamihu plnenia daných rezerv. Pasívne rezervy

majú diametrálne odlišné využitie ako rezervy na aktívnej strane súvahy. Ako bolo spomínané vyššie, rezervy na strane aktív sú tvorené pokladničnou hotovosťou a vkladmi v centrálnej banke. Vo väčšine prípadov sú rezervy na strane pasív tvorené pre situáciu, kedy by bankovému subjektu vznikali nečakané záväzky.

Ostatné pasíva zahŕňajú záväzky voči:

- dodávateľom,
- zamestnancom,
- zdravotným poisťovňami.

Podriadený dlh stanovuje záväzky banky, ktoré obsahujú podmienku podriadenosti. Klauzula podriadenosti znamená, že ak by nastali okolnosti vedúce k likvidácii komerčnej banky, jednotlivé záväzky budú z tohto titulu uspokojené až po tom, čo vyplatia všetky ostatné záväzky. Z tohto dôvodu je spomínaný druh záväzkov pomerne finančne náročný.

Druhá časť pasív v súvahe obchodnej banky je kapitál, ktorý má nasledujúcu štruktúru:

Základný kapitál, ktorý spojuje kapitálové vklady akcionárov danej banky.

Emisné ážio vykazuje kladný rozdiel medzi emisnou hodnotou a nominálnou hodnotou akcií obchodnej banky.

Rezervné fondy a ostatné fondy zo zisku sú tvorené:

- povinným rezervným fondom, ktorý je komerčná banka povinná ako akciová spoločnosť vytvárať zo svojho čistého zisku,
- fondmi, ktoré banky tvoria na báze dobrovoľnosti z dôvodu pokrytia možných rizík plynúcich z bankovej činnosti.

Nerozdelený zisk alebo neuhradená strata z predchádzajúcich období identifikuje zisk, ktorý je vytvorený a nahromadený v minulých účtovných obdobiach a zároveň nebol určený na rozdelenie. Ďalej sem patrí strata, ktorá bola dosiahnutá v minulých účtovných obdobiach, ale ešte nebola komerčnou bankou uhradená.

Zisk alebo strata za účtovné obdobie hovorí o výsledku hospodárenia za bežné účtovné obdobie danej účtovnej jednotky.

1.2.3 Špecifické rysy bilancie obchodnej banky

Medzi bilanciou bánk a bilanciou nebankových subjektov existujú odchýlky. Je to spôsobené špecifickým postavením komerčnej banky na finančnom trhu. Keďže banky vystupujú ako subjekty sprostredkujúce finančné toky v rámci trhu, odzrkadľuje sa táto charakteristika aj v špecifickej skladbe jej účtovného výkazu, súvahy. Zjednodušená podoba bilancie komerčnej banky je uvedená v Prílohe 2.

Atypické zloženie súvahy komerčnej banky zohráva významný aspekt najmä pre bankový management a tiež politický a ekonomický systém v krajine. Krach ktorejkoľvek komerčnej banky môže v následkoch ohroziť stabilitu krajiny a spôsobiť rizikové zmeny v štáte pôsobenia. Netypické postavenie bánk na finančnom trhu je tak prejavované v účtovníctve vo zvláštnostiach na strane aktív aj na strane pasív.

Strana aktív je utváraná z viac ako 95 % aktívami finančnými. Zastúpenie v tejto časti súvahy majú pohľadávky u bánk, úvery poskytnuté klientom alebo cenné papiere. Na druhej strane však na aktívnej strane súvahy zvyčajne figuruje hmotný majetok len vo výške 3 % z ich celkovej hodnoty. Dôsledkom spomínanej štruktúry aktív je relatívne nízky súčet fixných nákladov, ktoré dávajú odraz vo výsledovke, ďalšom účtovnom dokumente.

Ďalšia osobitosť na aktívnej strane je aj usporiadanie aktívnych položiek v súvahe. V prípade podniku v nebankovom sektore sú údaje o aktívach zorganizované podľa rastúcej likvidity. To znamená, že na prvom mieste sú spočiatku uvedené dlhodobé aktíva (v poradí hmotné, nehmotné a ostatné) a postupne sú za dlhodobým majetkom zobrazované aktíva krátkodobé (v poradí zásoby, pohľadávky a krátkodobý finančný majetok).

Naopak, v bilancii komerčnej banky sú aktíva systematicky učlenené od krátkodobého majetku, ktorý je najviac likvidný. V tomto prípade sa začína položkou pokladničná hotovosť. Nasledujú aktíva menej likvidné, a to účasti a ostatné aktíva. Súvaha banky ďalej pokračuje informáciami o dlhodobom majetku, ktorý je držaný v relatívne malom počte.

Cudzie zdroje predstavujú až 90 % zo všetkých pasív v súvahe. Banky vo všeobecnosti obchodujú prevažne s cudzími zdrojmi. Dominantné zastúpenie malých aj veľkých vkladov od domácností a firiem sa prejavuje predovšetkým v súvahe vo forme cudzích zdrojov. Existuje vysoký podiel cudzieho majetku v porovnaní s vlastnými prostriedkami banky.

Ďalšia jedinečnosť na pasívnej strane súvahy reprezentuje poradie pasívnych zložiek. Ako už bolo naznačené, ak je sledovaná bilancia nebankového subjektu, sú jeho položky zoradené podľa rastúcej likvidity. Tento poznatok platí pre stranu aktív a tiež pasív. Konkrétne, pasívna strana značí v prvom rade zdroje vlastné, potom zdroje cudzie (v poradí rezervy, krátkodobé záväzky a dlhodobé záväzky).

V bankovej bilancii môžeme pozorovať cudzie zdroje na prvom mieste. Sú navyše zoradené v opačnom poradí ako v prípade nebankového subjektu (záväzky, rezervy). Súpis pasív potom ďalej pokračuje zdrojmi vlastnými.

2 BANKOVÉ OBCHODY

Existuje viacero spôsobov, ako nahliadať na obchody bánk a ich členenie. Jedno z hľadísk rozdeľuje bankové obchody na základe účtovej súvahy na aktívne, pasívne a neutrálne. Pojem bankové obchody predstavuje zmluvy, ktoré sú uzatvárané obchodnými bankami pri realizácii ich podnikania. Z uzavretej bankovej dokumentácie bankám vyplývajú zmluvne vymedzené záväzky, ktoré sú povinné plniť druhej strane. Zoznam činností vykonávané bankami vymedzuje § 1 ods. 1 a 3 zákona o bankách. Pojednáva o skutočnosti, že medzi bankové činnosti sa zaradzuje:

- prijímanie vkladov od verejnosti,
- poskytovanie úverov,
- investovanie do cenných papierov na vlastný účet,
- finančný prenájom,
- platobný styk a zúčtovanie,
- vydávanie a správa platobných prostriedkov, napríklad platobných kariet a cestovných šekov,
- poskytovanie záruk,
- otváranie akreditívov,
- obstarávanie inkasa,
- poskytovanie investičných služieb podľa zvláštneho právneho predpisu,
- finančné makléristvo,
- výkon funkcie depozitára,
- zmenárenská činnosť,
- poskytovanie bankových informácií,
- obchodovanie na vlastný účet alebo na účet klienta s devízovými hodnotami, ktoré nie sú investičným nástrojom, a so zlatom,
- prenájom bezpečnostných schránok,
- vykonávanie administrácie investičných fondov a zahraničných investičných fondov.⁷

Každý z aktívnych a pasívnych obchodov obchodnej banky navodzuje zmeny v čiastkových položkách súvahy. Bilancia je vyjadrením štruktúry a objemu bankového majetku a zdrojov na jeho financovanie. Tento zoznam aktív a pasív musí byť v každej chvíli účtovne vyrovnaný. To znamená, že celkový súpis aktívnej strany sa rovná pasívnej strane

⁷ KOLEKTIV AUTORŮ, *Bankovníctví*, s. 38 – 39.

súvahy. Popri existencii obchodov, ktoré sú odrážané zmenami v súvahe, jestvujú obchody nespôsobujúce zmeny v tomto dokumente. Jedná sa o operácie, ktoré sú potenciálnymi pohľadávkami alebo záväzkami banky do budúcnosti. Účtovne sa neprejavujú priamo. Vykazovanie prebieha prostredníctvom podsúvahových položiek. Zaradenie do daného druhu je určované podľa skutočnosti, či bude účtovný prípad pri jeho realizácii patriť k aktívam alebo pasívam obchodnej banky. Pohľadávka sa stáva podsúvahovým aktívom banky a záväzky podsúvahovými pasívami. Vo všeobecnosti radíme medzi podsúvahové položky pohľadávky a záväzky:

- z prísľubov úverov,
- zo záruk,
- z akreditívov,
- z operácií spotových a opčných,
- zo zástav.⁸

2.1 Aktívne bankové obchody

Aktívne obchody realizované obchodnou bankou majú väzbu na stranu aktív v bankovej účtovej súvahe. Tieto bankové obchody majú bezprostredný vplyv na meniacu sa štruktúru a objem aktív. Jednotlivé zložky aktív banky sa zaznamenávajú na ľavej strane súvahy a predstavujú spôsob využitia pasív. Samotné pomenovanie aktívnych obchodov teda vyplýva z ich umiestnenia v účtovej súvahe na strane aktív.

V rámci aktívneho obchodovania banka manipuluje s cudzími a vlastnými peňažnými prostriedkami a vystupuje ako veriteľská strana. Banka plní rolu subjektu, ktorý poskytuje inému subjektu (dlžníkovi) plnenia a z ich realizácie jej vznikajú pohľadávky, napr. z poskytnutia úveru. Inými slovami, predáva dlhy za rozličné pohľadávky. Banke ako veriteľovi vzniká pri aktívnych obchodoch nárok na plnenie a druhej strane, tj. dlžníkovi, vzniká povinnosť plniť záväzok. Spojitosť medzi stranou veriteľskou a dlžníckou sa podkladá písomnou zmluvou.

Z hľadiska výnosov figurujú aktívne bankové obchody ako hlavný zdroj výnosov. Výnosy, ktoré plynú z aktívnych obchodov majú priamy vplyv na ziskovosť banky. Jedným z cieľov obchodných bánk, ako podnikateľských subjektov, je rentabilita. Práve z tohto dôvodu sa banky maximálne sústredia a venujú pozornosť tomuto druhu obchodov. Z uskutočnených aktívnych obchodov vyplývajú banke výnosy, a to vo forme:

⁸ Srov. MELUZIN, T., a ZEMAN, V., *Bankovní produkty a služby*, s. 20 – 21.

- a) úrokov z poskytnutých úverov,
- b) výnosov z cenných papierov,
- c) poplatkov a provízií.

Základným nástrojom aktívnych obchodov bánk je poskytovanie úverov. Úver je považovaný za potrebný prvok moderného tržného hospodárstva. Je to nástroj umožňujúci prekonať nesúlad medzi dobou, kedy vzniká potreba finančných zdrojov a okamihom, kedy sa vytvoria.

2.1.1 Členenie aktívnych obchodov

Výrazný podiel v počte aktívnych obchodov majú úverové obchody. „Bankový úver je časovo obmedzené, úplatné prenechanie peňazí obchodnou bankou jej klientom k voľnému alebo zmluvne viazanému použitiu.“⁹ Úver znamená prekonanie časového úseku medzi potrebou finančných prostriedkov a ich vytvorením. Úver vzniká v prípade ak veriteľ (poskytovateľ úveru) prenechá dlžníkovi (príjemcovi úveru) určité hodnoty dočasne k dispozícií.

Dlžník je oprávnený narábať so zverenými prostriedkami, avšak iba počas zjednanej doby. Na druhej strane je povinný za poskytnutie úveru platiť poskytovateľovi úrok.¹⁰ Meluzín a Zeman definujú úver ako zapožičanie peňažného kapitálu a s ním spojeného práva disponovať s kapitálom proti záväzku vrátiť neskôr kapitál veriteľovi a vyplatiť mu odmenu za jeho zapožičanie vo forme úroku.¹¹

V úverovom procese je uvádzaný do pohybu kapitál, ktorý by inak nebol využitý. Zo zákona o bankách je zrejmé, že poskytovanie úverov je jednou zo základných činností, ktoré banky uskutočňujú. V prípade úveru ide o zapožičanie peňažných zdrojov k rôznym účelom. Bankové úvery sú charakterizované ako:

- kvalitatívna premena spiacich peňazí (úspor) na aktívne prostriedky (investície),
- najväčšia časť aktív banky, ktorá sa podieľa približne 65 – 75% časťou na celkovom objeme aktív,
- položky s vysokou rizikovosťou (zmeny ekonomického cyklu, rozličná bonita klientov a prítomnosť úverového rizika),

⁹ KOLEKTIV AUTORŮ, *Bankovníctví*, s. 95.

¹⁰ Srov. tamtéž, s. 93.

¹¹ MELUZÍN, T., a ZEMAN, V., *Bankovní produkty a služby*, s.64.

- služby s nízkou likviditou poskytované na dlhšie časové obdobie. Eventuálne ťažkosti s likviditou tak nesmú byť riešené spôsobom vynútenia predčasného splatenia úveru klientom,
- produkty s vysokým výnosom vo forme úrokov (podiel úrokových výnosov na celkových výnosoch bánk je zhruba 80 %).¹²

Pre obchodnú banku predstavuje úver pohľadávku za klientom. Pohľadávka má niekoľko zložiek. Prvú časť tvorí istina úveru. Jedná sa o poskytnutú peňažnú čiastku pre klienta. Druhý prvok pohľadávky banky je cena za poskytnutie úveru. Cena úveru obsahuje úrok a príslušenstvo. Príslušenstvom ceny úveru rozumieme poplatky za správu úveru.¹³

Bankové úverové obchody je možné členiť podľa mnohých charakteristík. Zaradenie jednotlivých úverov do menších celkov je pre obchodné banky dôležité. Podľa toho, do akej skupiny daný úver patrí sú bankou určované podmienky pre poskytnutie úveru a nastavované úrokové sadzby. Spravidla sú úverové obchody členené podľa nasledujúcich hľadísk:

- doba splatnosti,
- zaistenie,
- poskytovateľ,
- účel,
- mena,
- odvetvie.
- právne postavenie príjemcu.

Kontokorentný úver

„Je krátkodobý bankový úver poskytovaný bankou klientovi v určitej výške, čerpaný podľa potreby v meniacom sa rozsahu až do zjednanej maximálnej hranice, v tzv. úverovom rámci. Prebieha pri tom zúčtovanie došlých a odchádzajúcich platieb spoločne so zúčtovaním úveru na jednom, bankou uvedenom, kontokorentnom účte.“¹⁴ Kontokorentné úvery poskytuje obchodná banka domácnostiam aj podnikateľom.

Dochádza ku stanoveniu úverového rámca a klientovi plynie povinnosť vrátiť peniaze jednou splátkou po ukončení úverového vzťahu. Tento aspekt zvyšuje riziko poskytnutého kontokorentného úveru. Odráža sa to vysokou cenou, ktorá je odmenou za náročnosť riadenia

¹² BELÁS, J., *Finanční trhy, bankovníctví, pojišťovnictví*, s. 363.

¹³ Srov. tamtéž, s. 65.

¹⁴ MELUZÍN, T., a ZEMAN, V., *Bankovní produkty a služby*, s.67.

poskytnutého úveru. Je poskytovaný na kontokorentnom účte. Ide o bežný účet, ktorého zostatok môže prechádzať do debetu. Otvorenie takéhoto účtu je podložené zmluvou medzi bankou a klientom o vytvorení kontokorentného účtu.

Čerpanie kontokorentného úveru prebieha automaticky a to spôsobom, že klient platí zo svojho účtu aj vtedy, kedy nemá dostatočné množstvo finančných prostriedkov. Na vrub účtu klienta sú účtované všetky úhrady a v prospech účtu sú pripisované všetky prijaté platby.

Hypotekárny úver

Jedná sa o jednu z najstarších foriem poskytovania úveru, ktorej počiatky začínajú v antickom svete. Hypotéky sú v Českej republike upravované zákonom č. 190/2004 Sb., o dlhopisoch. Ten ho definuje ako „úver, ktorého splatenie vrátane príslušenstva je zabezpečené záložným právom k nehnuteľnej veci, keď pohľadávka z úveru neprevyšuje dvojnásobok záložné hodnoty založenej nehnuteľnej veci. Úver sa považuje za hypotekárny úver dňom vzniku právnych účinkov záložného práva.“¹⁵

Je druhom dlhodobého účelového úveru. Bankový produkt je zaistený záložným právom k nehnuteľnosti a financovanie prebieha najmenej vo výške 90 %. Medzi charakteristické znaky patrí:

- Dlhodobá a účelová podstata úveru so splatnosťou niekoľko desiatok rokov.
- Je určený na financovanie bytových potrieb.
- Poskytovanie na kúpu, výstavbu, rekonštrukciu, modernizáciu alebo opravu nehnuteľnosti.
- Zaistenie zástavovým právom k nehnuteľnosti – hypotékou zapísanou v prospech komerčnej banky v katastre nehnuteľností.
- Vo väčšine prípadov je poskytovaný s pevnou úrokovou sadzbou, ktorá je stanovená na 1-5, 10, 15 alebo 20 rokov.

V procese poskytovania úveru formou hypotéky je komerčnou bankou preverená bonita daného klienta spolu so všetkými detailmi, ktoré majú súvis so zastavenou nehnuteľnosťou. Žiadateľ je povinný predložiť niekoľko dokumentov a preukázať týmto spôsobom schopnosť splácať úver. Po schválení žiadosti o poskytnutie hypotéky je úver

¹⁵ § 28 odst. 3 zák. č. 21/1992 Sb., o bankách.

spravidla čerpaný bezhotovostne. Počas trvania zmluvného vzťahu je úver splácaný konštantnými splátkami, anuitami.

Konsolidačný úver

„Pojmom konsolidácia úverov je označované prevedenie niekoľkých rôznych úverov na úver jediný“¹⁶ Vo všeobecnosti je aplikovaný predovšetkým na konsolidáciu spotrebiteľských úverov alebo úverov z kreditnej karty. Obchodné banky na seba, za určitých podmienok, preberajú záväzky klienta. Predchádzajúce úvery, z ktorých klientovi vyplývajú záväzky tak banka vezme na seba a poskytnutými peňažnými prostriedkami ich zaplatí. Výhodou je nižšia výška nákladov a splátok úveru, čo je na druhej strane spojené s predĺžením doby splácania úveru. Konsolidačným úverom tiež dochádza k jednoduchšej administratíve pri pozorovaní úveru - termín a počet splátok.

Spotrebiteľský úver

Je pôžička určená pre súkromné domácnosti a drobných živnostníkov. Je to najmladšia forma úveru. Vnímanie spotrebiteľa a jeho potrieb ako cieľovú skupinu pre poskytovanie úverov sa začalo objavovať počas rozvoja malobankovníctva. Dochádzalo k vytváraniu jedinečných druhov úverov, ktoré napĺňali úverové potreby tejto skupiny klientov. Spotrebiteľský úver sa rádovo pohybuje spravidla v desať tisícoch. Doba splatnosti činí najčastejšie časový úsek od 6 mesiacov do 6 rokov. Krátkodobé spotrebiteľské úvery, označované ako úvery dispozičné alebo úvery z prečerpania účtu, majú podobu vkladov na účtoch, pri ktorých existuje možnosť debetného zostatku. Úhrada tohto typu úveru prebieha pomocou pravidelných príjmov klienta. Strednodobé a dlhodobé spotrebné úvery obsahujú širokú škálu tzv. splátkových úverov. Ide o úvery malé, súkromné pôžičky, obstarávacie úvery. Tie sú odvíjané od osobných pomerov klienta.¹⁷

2.2 Pasívne bankové obchody

Pasívne obchody, ktoré sú uskutočnené bankou spôsobujú, na rozdiel od aktívnych obchodov, vplyv na stranu pasív v bankovej účtovnej súvahe. Tento typ bankových obchodov nadväzuje na meniaci sa objem a štruktúru pasív. Každá položka pasív banky sa zachytáva na pravej strane súvahy a popisuje zdroje slúžiace k financovaniu aktívnych obchodov. Samotné pomenovanie obchodov teda vyplýva z ich umiestnenia v účtovej súvahe na strane pasív.

¹⁶ KALABIS, Z., *Základy bankovníctví*, s. 117.

¹⁷ KOLEKTIV AUTORŮ, *Bankovníctví*, s. 105.

Každý pasívny obchod súvisí s údajmi pasívnej strany súvahy. Vďaka ním dochádza k sústreďovaniu finančných fondov, ktoré banka využíva pri svojej podnikateľskej činnosti. Najmä ako zdroj obchodov aktívnych.

Banke ako dlžníckej strane vzniká pri pasívnych obchodoch povinnosť plniť záväzok a druhej strane, tj. veriteľovi, vzniká nárok na plnenie. Spojitosť medzi stranou veriteľskou a dlžníckou sa podkladá písomnou zmluvou.

„Prostredníctvom pasívnych obchodov banky sústreďujú dočasne voľné peňažné prostriedky rôznych ekonomických subjektov.“¹⁸ Jedná sa najmä o financie vo forme:

- vkladov obyvateľov,
- vkladov podnikateľských subjektov,
- vkladov verejnoprávných inštitúcií,
- vkladov iných obchodných bánk alebo
- pôžičiek od centrálnej banky a aj iných komerčných bánk.

Peňažné prostriedky, ktoré boli vypožičané, bankové subjekty ďalej poskytujú svojim klientom. Použijú teda tieto prostriedky ako zdroj na umožnenie úveru alebo na ich základe realizujú iné investície. To znamená, že pasívne bankové obchody zabezpečujú bankám finančné zdroje z vnútorného a vonkajšieho prostredia, ktoré aplikujú v rámci podnikateľských aktivít.

Počas realizácie pasívnych bankových obchodov sa banky správajú ako subjekty v pozícii dlžníka. Vyplývajú pre ne isté záväzky, ktoré sú povinné vyrovnať veriteľovi podľa vopred dohodnutých podmienok. Pri tomto type obchodovania plnia banky funkciu spojenú s nákupom vkladov od klientov alebo prijímania úverov. Bankovému, v pasívnych bankových obchodoch dlžníckemu, subjektu vzniká povinnosť splniť určitý záväzok a strane druhej, tj. veriteľovi, z toho vyplýva nárok na plnenie.

Depozitnými obchodmi sú tvorené pasíva bankového subjektu. Tieto zdroje banky zabezpečujú prevádzku aktívnych obchodov. Vkladové produkty sú bankami ponúkané v domácej alebo zahraničnej mene. Konkrétne podmienky pre ich vedenie si určuje každá banka podľa vlastných pravidiel. Z hľadiska času delíme pasívne obchody na:

- krátkodobé so splatnosťou do jedného roka,

¹⁸ KOLEKTIV AUTORŮ, *Bankovníctví*, s. 122.

- strednodobé so splatnosťou medzi jedným až štyrmi rokmi,
- dlhodobé so splatnosťou viac ako štyri roky.

Balíčky služieb pre klientov je rozšírená forma, ktorú obchodné banky poskytujú svojej klientele. Obsahom balíčka je viac produktov a služieb naraz. Výhodou balíčkov je zvýhodnená cena, za ktorú ho klient získava na rozdiel od situácie, ak by si dané produkty a služby zakúpil jednotlivo. Balíček služieb je zložený z tzv. povinných produktov a nepovinných produktov. Povinné produkty si klient musí zvoliť, na druhej strane, produkty nepovinného charakteru si klient vybrať môže, ale nie je to jeho povinnosť. Súčasťou balíčkov je:

- minimálne jeden bežný účet, ktorý je vedený v CZK,
- bežný účet vedený v cudzej mene,
- debetná alebo kreditná karta s poistením,
- povolený debet na bežnom účte klienta,
- produkt priameho bankovníctva – internetové alebo telefónne bankovníctvo.¹⁹

2.2.1 Členenie pasívnych obchodov

Obchodné banky sprostredkujú pestrú škálu depozitných produktov, ktoré z pohľadu banky patria k pasívnym obchodom. Pasívne bankové obchody je možné rozdeliť podľa niekoľkých pohľadov. V praxi sa primárne využíva členenie podľa druhu depozitného produktu. Vkladové produkty poskytované bankami sú klasifikované ako:

- vklady na videnou,
- sporiace vklady,
- termínované vklady,
- obligácie.

Vklady na videnou

Vkladmi na videnou sa rozumejú vklady na podnikových a súkromných bežných účtoch alebo vkladných knižkách. Klient má možnosť bezprostredne disponovať s finančnými prostriedkami na danom účte.

¹⁹ Srov. KALABIS, Z., *Základy bankovníctví*, s. 31 – 32.

Tieto vklady, označované ako vklady na požiadanie, a vista, at night alebo on demand sa môžu vybrať priamo v hotovosti alebo v bezhotovostnej forme. Nie sú zaťažené žiadnou výpovednou lehotou v prípade manipulácie s nimi alebo výberu prostriedkov. Inými slovami, sú k dispozícii bez predchádzajúcej výpovede. Vklady na videnou sú však úročené nízkou úrokovou sadzbou alebo nie sú úročené vôbec. Preto je tento typ transakčných peňazí používaný najmä v oblasti platobného styku.²⁰

Základným vkladovým produktom je bežný účet. Patrí teda medzi vklady na videnou. Cieľom bežného účtu je poskytnúť klientovi peňažné prostriedky, s ktorými potrebuje v akomkoľvek okamihu manipulovať. Sú zriaďované osobám fyzickým, právnickým a tiež pre podnikateľov. Vedenie bežného účtu má dve podoby. Vedenie v českých korunách alebo v cudzej mene. K obsahu účtu má klient prístup prostredníctvom platobnej karty, internetového alebo telefónneho bankovníctva.²¹

Sporiace vklady

Sporiace účty sú považované za eventuálny doplnok k účtu bežnému. Ponúkajú v prvom rade zhodnotenie klientových voľných prostriedkov. Neslúžia teda k realizácii platobného styku. Oproti bežným účtom vo všeobecnosti podliehajú úročeniu pomocou vyšších úrokov. V súčasnej dobe sa sporiace účty zakladajú na dobu neurčitú s dopredu dohodnutou výpovednou lehotou. Obchodné banky realizujú tento typ produktu v domácej alebo cudzej mene.²²

Termínované vklady

„Termínovaný vklad klient ukladá do banky na pevne stanovenú dobu a za dohodnutú úrokovú sadzbu (buď s možnosťou výpovednej lehoty alebo bez nej).“²³ Spomínaný druh pasívnych obchodov je adekvátny nástroj pre klientov, ktorý disponujú voľnými prostriedkami a majú záujem o zhodnotenie.

Úročenie termínovaného vkladu je spravidla vyššie ako v prípade bežných a sporiacich účtov. Trvanie vkladu je určované klientom podľa jeho potrieb a predstáv. Po

²⁰ Srov. KOLEKTIV AUTORŮ, *Bankovníctví*, s. 125.

²¹ Srov. KALABIS, Z., *Základy bankovníctví*, s. 38.

²² Srov. tamtéž, s. 38.

²³ KOLEKTIV AUTORŮ, *Bankovníctví*, s. 126.

uplynutí zjednanej doby je zostatok z jednorazového termínovaného vkladu presunutý na bežný účet klienta alebo vyplatený v hotovosti.

Čo sa týka termínovaných vkladov revolvingového charakteru, môžu nastať po uplynutí doby splatnosti dve varianty. Po prvé, vklad sa automaticky obnoví po určenom termíne splatnosti vkladu. Ak však klient predloží obchodnej banke informáciu, že po uplynutí termínu nechce v termínovanom vklade pokračovať, dochádza k zrušeniu vkladu.²⁴

Obligácie

Obligácie sú cennými papiermi, s ktorými sa spája majiteľove právo na požiadanie splniť vyplývajúci záväzok. Pri spomínanom type produktu sa dlžník zaväzuje splatiť veriteľovi určitú čiastku k určitému dátumu. Takisto sa zaväzuje vyplatiť z dlhopisu výnos.

Dlhopisy sú veľmi rozšírenou formou produktov. Cieľom je získať ich emitovaním dlhodobé peňažné zdroje, ktorými budú financované budúce úverové obchody. Obligácie sú pomerne málo rizikové. Kvalitné zabezpečenie vyplýva zo skutočnosti, že výnosy sa vyplácajú v dopredu zjednanej výške, a to aj bez ohľadu na to, ako banky hospodárila. Úročenie dlhopisov môže prebiehať pevnou fixnou sadzbou alebo variabilnou úrokovou sadzbou.

Rating obligácie a rating emitenta hrajú nezastupiteľnú úlohu pri určovaní výnosu z dlhopisov. Obligácie emitujú v nemalej miere veľké bankové subjekty a sú nositeľmi medzinárodného významu. To má za následok vznikanie skupín bánk, ktoré si touto cestou zaobstarávajú potrebný kapitál pre svoje fungovanie.

2.3 Neutrálne bankové obchody

Bankové subjekty sprostredkujú veľké množstvo obchodov, ktoré sú bilančne neutrálne. Výsledky hospodárenia tohto typu obchodov sa tak nevyskytujú v súvahe, ale v účtovnom dokumente nazývanom Výkaz zisku a strát. Dokument sa zvykne označovať aj ako výsledovka. Do bilančne neutrálnych obchodov sú zatriedené všetky aktivity platobného styku banky.

„Platobný styk bánk je proces predávania peňazí od dlžníka k veriteľovi. Zahŕňa všetky hotovostné a bezhotovostné platby, ktoré uskutočňujú banky pre seba, resp. pre

²⁴ KALABIS, Z., *Základy bankovníctví*, s. 39.

klientov.“²⁵ Dokonale fungujúci platobný styk je nevyhnutná podmienka pre zdravé ekonomické vzťahy. Pri absencii platobného styku s efektívnymi výstupmi by bolo nereálne prevádzať akékoľvek obchody. V tejto oblasti obchodné banky zastávajú miesto sprostredkovateľa transferu platieb.

Na výnosnosť neutrálnych obchodov majú priamy vplyv provízie a poplatky. Výnosmi rozumieme:

- výnosy z emisných obchodov,
- výnosy z obchodov s cennými papiermi,
- výnosy z poradenstva,
- výnosy z úschovy,
- výnosy z devízových obchodov.

2.3.1 Členenie neutrálnych obchodov

Delenie neutrálnych obchodov je pomerne rozmanité. Základnými kategóriami bilančne neutrálnych obchodov sú hotovostný platobný styk, bezhotovostný platobný styk a platobné karty, kombinácia hotovostných a bezhotovostných operácií.

Hotovostný platobný styk obsahuje hotovostné vklady a výbery na pokladniach, nočné trezory a zmenárenskú činnosť obchodných bánk. Do bezhotovostného platobného styku zaraďujeme príkaz k úhrade, trvalý príkaz k úhrade, hromadný platobný príkaz, príkaz k inkasu, šeky a formy elektronického bankovníctva. Platobné karty sú tradične diferencované na karty kreditné a debetné.

2.3.1.1 Hotovostný platobný styk

V priebehu hotovostného platobného styku dochádza k presunu finančných zdrojov priamou formou. Dlh je teda hradený v hotovosti pomocou bankoviek a mincí. „Hotovostné platby zahrňujú všetky peňažné pohyby uskutočnené za použitia zákonných platidiel.“²⁶ Táto forma platobného styku je najviac rozšírenou v spotrebiteľskej sfére.

Hotovostné vklady a výbery

Hotovostné peniaze sú neustále v pohybe a preto bankám, ako sprostredkovateľovi na trhu, prislúcha zásobovať hospodárstvo potrebným množstvom hotovosti. Jedná sa o hotovostné výbery a vklady na pokladničných úsekoch obchodných bánk. Samotné banky

²⁵ KALABIS, Z., *Základy bankovníctví*, s. 140.

²⁶ KOLEKTIV AUTORŮ, *Bankovníctví*, s. 142.

zadržiavajú na pokladniach peňažné prostriedky len v takom rozsahu, aby pokryli očakávané krátkodobé potreby klientov. Je to z dôvodu znižovania úrokových strát a rizík, ktoré sa plynú z držania hotovosti na pokladniach.

Nočný trezor

Po uplynutí otváracích hodín pokladní obchodných bánk pre hotovostné vklady a výbery klienti používajú službu nočného trezoru. Finančné prostriedky a šeky sú ukladané do špeciálnych uzatvárateľných obalov. Tie môžu byť prenechané banke aj mimo otváracích hodín pobočiek. Pred samotným odovzdaním obálky musia byť bankovky rozradené podľa nominálnych hodnôt, smeru a strán. Ďalej sú vkladane do pások s označením:

- počtu kusov,
- nominálnej hodnoty,
- celkovej čiastky,
- klientovho mena a sídla,
- dátumu vytvorenia a
- podpismi pracovníkov.

Výhoda pre bankových klientov spočíva v neobmedzenom prístupe k nočným trezorom, kde odovzdajú prostriedky bez čakania. Používanie trezora je podložené písomnou zmluvou medzi bankou a jej klientom.²⁷

Zmenárenská činnosť

Obchodné banky vykonávajú, okrem už spomenutých činností, aj činnosť zmenárenskú. Náplňou je výmena jednej meny za inú. Tento neutrálny obchod sa vzťahuje k hotovostnej forme platobného styku. „Obsahom zmenárenských operácií je obchod s valutami. Valutami rozumieme peniaze v hotovosti znejúce na cudziu menu.“²⁸

Dôležitým prvkom v rámci zmenárenských aktivít je zmený kurz jednotlivých mien. Je definovaný ako cena, ktorá symbolizuje jednotku cudzej meny vyjadrenú v domácej mene. Rozlišované sú dve odnože zmených kurzov – nákupný a predajný. Nákupný kurz valút má v každom okamihu nižšiu hodnotu ako kurz predajný. Práve rozdiel medzi zmeným kurzom nákup a predaj tvorí zisk banky v oddelení zmenárenskej činnosti. Rozdiel nie je jediným

²⁷ Srov. KALABIS, Z., *Základy bankovníctví*, s. 48.

²⁸ KOLEKTIV AUTORŮ, *Bankovníctví*, s. 184.

atribútom vplývajúcim na ziskovosť. Započítavajú sa sem aj poplatky za zmenárenskú činnosť, ktoré sú klienti povinný uhradiť.

Zmenárskymi operáciami dochádza v obchodných bankách:

- k nákupu cudzích mien v stanovenom zmennom kurze valuta – nákup vzťahujúcom sa na českú korunu,
- k predaji cudzích mien v stanovenom kurze valuta – predaj vzťahujúcom sa na českú korunu,
- ku konverzii dvoch cudzích mien navzájom (EUR za USD).²⁹

2.3.1.2 Bežhotovostný platobný styk

Transfer peňažných prostriedkov v rámci bežhotovostného platobného styku prebieha nepriamo. To znamená, že dlh sa uhradí účtovnými peniazmi. Buď pripísaním určenej čiastky na účet príjemcu alebo vystavením šeku.

Bežhotovostné peniaze sú hlavným predmetom bežhotovostného platobného styku. Styk môže prebiehať iba za podmienky, že príjemca aj príkazca disponujú bežným alebo iných bankovým účtom. „Bankový účet klienta je chronologicky vedený prehľad záväzkov a pohľadávok určitej banky, vyplývajúcich z obchodných vzťahov s klientom.“³⁰ Účet sa zakladá na základe žiadosti klienta. Práva a povinnosti vyplývajúce pre obe strany sú zakotvené v zmluve o účte. Každý klient môže mať ľubovoľný počet účtov v ľubovoľnom počte bánk. Základnými nástrojmi bežhotovostného platobného styku sú:

- príkaz k úhrade,
- hromadný platobný príkaz,
- trvalý príkaz,
- príkaz k inkasu,
- šeky,
- internetové bankovníctvo.

Príkaz k úhrade

Predstavuje tradičný produkt bežhotovostného platobného styku. Cieľom je príkaz klienta, aby banka previedla na vrub jeho účtu istú výšku peňazí, a to v prospech tretej osoby,

²⁹ Srov. KOLEKTIV AUTORŮ, *Bankovníctví*, s. 184.

³⁰ Tamtéž, s. 144.

ktorá je príjemcom platby. „Platba vychádza od platcu smerom k príjemcu platby.“³¹ Príkazy k úhrade sú predkladané na samostatnom formulári pre každú platbu. Predpoklad uskutočnenia transakcie je obsahová správnosť príkazu k úhrade a dostatočné finančné prostriedky na klientovom účte.

Následne dochádza k zaťaženiu príkazovho bankového účtu stanovenou výškou čiastky. Banka v ďalšom kroku vyhotoví a poskytne dáta v predpísanej forme clearingovému centru. Zúčtovaním platby dôjde k presunu týchto dát z clearingového centra do banky príjemcu platby. Tam sa opäť zúčtuje čiastka na účtoch a v poslednej fázy sa pripíše suma na účet klienta. Povinné náležitosti príkazov k úhrade sú nasledujúce parametre:

- bankové spojenie s kódom banky platcu a príjemcu,
- čiastka,
- mena.

V oblasti platobných príkazov existujú modifikované verzie. Ich zámerom je šetriť čas a peniaze klientov a tiež ich ochrániť pred povinnosťou pravidelne kontrolovať termíny platieb. Banka z toho ťaží výhodu úspory nákladov a času pri vyplňovaní platobných príkazov. Patrí sem hromadný príkaz k úhrade a príkaz trvalý.

Hromadný príkaz k úhrade klienti používajú prevažne v situáciách, ak vyžadujú v jeden rovnaký deň previesť viacero platieb súčasne. To znamená, že bankový účet príkazcu je v jeden deň zaťažený v prospech niekoľkých iných účtov.

Trvalý príkaz je automatizovaný druh používaný v platobnom styku a zabezpečuje realizáciu transakcií, ktoré prebiehajú v určitých termínoch a v konštantnej výške. Trvalý príkaz je vhodné využiť, ak klient pravidelne mesačne uhradzuje nájom, zálohy alebo predplatné produktu vždy v rovnakej sume.³²

Príkaz k inkasu

Príkaz k inkasu poskytuje klientom opačný prístup k priebehu platieb. „Príkaz k inkasu je pokyn banke, aby sprostredkovala prevod peňažných prostriedkov od banky platcu v prospech účtu vystavovateľa inkasného príkazu.“³³ Podnet k platbe dáva príjemca platby,

³¹ KOLEKTIV AUTORŮ, *Bankovníctví*, s. 147.

³² BELÁŠ, J., *Finanční trhy, bankovníctví, pojišťovnictví*, s. 441.

³³ KOLEKTIV AUTORŮ, *Bankovníctví*, s. 148.

a tým získava stanovenú čiastku na platcovom účte. Platca však musí v prvom rade povoliť prístup k inkasu pre vymenovaných príjemcov platby. Jedná sa teda o výslovný súhlas pre druhú stranu.

Šeky

„Šek je bezpodmienečný príkaz, ktorým vystavovateľ šeku prikazuje banke zaplatiť vystavenú čiastku osobe na šeku menovite uvedenej alebo majiteľovi šeku“³⁴ Šeky sú listinné cenné papiere. Využívajú sa často v zahraničnom platobnom styku. Kolektív autorů charakterizuje, že: „Šek je písomný platobný príkaz majiteľa účtu (vystavovateľ šeku) prikazujúci šekovníkovi (banke) vyplatiť pri predložení šeku osobe na šeku uvedenej alebo doručiteľovi určitú čiastku, uvedenú na šeku, na vrub jeho účtu.“³⁵ Medzi náležitosti šeku radíme:

- označenie v texte dokumentu, že sa jedná o šek,
- bezpodmienečný príkaz zaplatiť určitú čiastku,
- kto má platiť,
- miesto vyplatenia,
- dátum a miesto vystavenia šeku,
- podpis vystavovateľa šeku.³⁶

Elektronické bankovníctvo

„Elektronické bankovníctvo predstavuje najmodernejšie a najdynamickejšie sa rozvíjajúcu priamu formu komunikácie medzi bankou a klientom vo forme elektronického spojenia, kedy klient neprichádza do osobného kontaktu so zamestnancami banky.“³⁷ Zapojené sú komunikačné médiá ako počítače alebo mobilné telefóny. Prostredníctvom distribučných kanálov elektronického bankovníctva sú predávané bankové produkty a služby.

V súčasnosti je elektronické bankovníctvo nositeľom pohodlného a rýchleho transferu informácií medzi obchodnou bankou a jej klientelou. Nezameniteľný dopad je pozitívne prejavovaný vo zvyšujúcej sa dostupnosti a kvalite produktov a služieb banky a tiež v znižujúcej sa tendencii prevádzkových nákladov.

³⁴ BELÁS, J., *Finanční trhy, bankovníctví, pojišťovnictví*, s. 442.

³⁵ KOLEKTIV AUTORŮ, *Bankovníctví*, s. 148.

³⁶ Srov. tamtéž, s. 148.

³⁷ BELÁS, J., *Finanční trhy, bankovníctví, pojišťovnictví*, s. 477.

Elektronické bankovníctvo prináša vyššiu konkurencieschopnosť bánk, neobmedzený prístup klientov k ich prostriedkom a šetrenie času klientov a aj pracovníkov pobočiek bánk. Na druhej strane pôsobia na banky náročné požiadavky v oblasti zabezpečenia komunikácie a riziká spojené s nejednoznačnou identifikáciou klientov.

Vývoj nástrojov elektronického bankovníctva zaznamenal rapídny posun. Dominantou týchto prvkov neutrálnych produktov je dostupnosť dvadsaťštyri hodín denne sedem dní v týždni. Momentálne majú klienti na výber z mnohých elektronických inštrumentov. Jedná sa napríklad o:

- internetové bankovníctvo s využitím počítača a pripojenia na internet. Klientovi je umožnené jednoduchým spôsobom realizovať bankové transakcie online. Na webových stránkach obchodnej banky sa klienti prihlásia pomocou priradeného prihlasovacieho mena a zadania hesiel a zabezpečovacích prvkov. Po úspešnom prihlásení sa môžu vykonávať rôzne typy úkonov, v závislosti od potrieb klienta. Celá komunikácia medzi osobou klienta a bankou je šifrovaná.
- telefónne bankovníctvo pri komunikácií s bankou cez pevné linky a mobilné zariadenia. Kľúčovou časťou sú telefónne centrá komerčných bánk. Po nadviazaní spojenia s centrom je klient povinný sa identifikovať pomocou rodného čísla a hesla k telefónnemu bankovníctvu. Až po úspešnom preukázaní totožnosti môže klient vyžadovať výkon operácií. Úlohou call centra je klientom:
 - zabezpečovať informácie o zostatku na účte,
 - zadávať platobný príkaz k úhrade,
 - zadávať príkaz k inkasu,
 - zadávať, meniť a rušiť trvalý príkaz,
 - zakladať termínované vklady,
 - meniť limity na platobných kartách.³⁸
- smart banking ako produkt priameho bankovníctva pre „chytřé“ mobily. V súčasnosti obľúbená a rozšírená banková aplikácia, ktorá bola vytvorená pre smartphone telefóny

³⁸ Srov. KALABIS, Z., *Základy bankovníctví*, s. 62 – 63.

a tablety. Nainštalovaním aplikácie klienti dostanú prístup k svojim bankovým účtom, na ktorých môžu vykonávať aktívne operácie kdekoľvek a kedykoľvek.³⁹

2.3.1.3 Platobné karty

Bankové platobné karty zhmotňujú nástroj moderného platobného styku. Klient môže vďaka tomuto prostriedku disponovať s prostriedkami na svojom účte. Platobnými kartami je možné vyberať hotovosť z bankomatov, platiť u obchodníkov prostredníctvom POS terminálu, zistiť zostatok na účte alebo uhradiť čiastku na internete.

Platobné karty predstavujú úzke prepojenie s hotovostným aj bezhotovostným platobným stykom. Každý je pridelený PIN kód, ktorý plní funkciu podpisového vzoru a chráni pred neoprávneným použitím. Tieto produkty neutrálnych bankových obchodov sú vydávané bankami prostredníctvom kartových asociácií – EuroCard, MasterCard, VISA alebo American Express.⁴⁰ Jednotlivé časti platobnej karty sú znázornené v nasledujúcej Tabuľke 1.

Tabuľka 1 Časti platobnej karty

Platobná karta	
Lícna strana	Rubová strana
čísla platobnej karty	magnetický čip
doby platnosti platobnej karty	podpisový prúžok
mena a priezviska držiteľa platobnej karty	logo banky
názvu a loga banky	logo kartovej spoločnosti
názvu a loga kartovej spoločnosti	

[Zdroj: vlastné spracovanie podľa Finanční trhy, bankovníctví, pojišťovnictví]⁴¹

Platobné karty sú zhotovené z plastického materiálu a výrobcovia majú povinnosť dodržiavať medzinárodné normy a štandardy. Existuje viacero kritérií delenia platobných kariet. V praktickom živote sa vo väčšine prípadov hľadí na kritérium funkcie a účelu použitia karty. V tomto zmysle sú platobné karty delené na debetné a kreditné karty.

³⁹ Srov. Smartbanking. *lehce.info*, [online].

⁴⁰ Srov. KALABIS, Z., *Základy bankovníctví*, s. 94 – 95.

⁴¹ Srov. BELÁS, J., *Finanční trhy, bankovníctví, pojišťovnictví*, s. 441-442.

Debetná karta sa vydáva klientovi k bežnému účtu. Platením pomocou platobnej karty využíva výlučne svoje vlastné prostriedky, ktoré má na účte. Čerpanie prebieha iba do výšky disponibilného zostatku na účte klienta.

Kreditná karta je vydaná klientom k účtu úverovému. Pri transakciách teda používa finančné zdroje banky a nie vlastné. Úroková sadzba za poskytnutie úveru je stanovovaná obchodnými bankami. V prípade rýchleho a včasného splatenia je často raz sadzba nulová. V opačnom prípade hrozí klientom vysoká úroková sadzba.

3 ZÁKAZNÍK A JEHO SPOKOJNOST'

Spokojnosť zákazníka je úzko spätá s kvalitou poskytovaného produktu alebo služby. Ide predovšetkým o kvalitu, ktorá je vnímaná zákazníkom. V jeho očiach sú aspekty kvality často rás vnímané iným spôsobom, ako na ne nahliadajú manažéri firiem alebo špecialisti venujúci sa zlepšovaniu kvality v podnikoch. Na to, aby nedochádzalo k situáciám vedúcim k rozdielnym pohľadom na túto problematiku, je potrebné dodržiavať nasledujúci postup:

- zistenie potrieb zákazníkov,
- pretvorenie potrieb do technických parametrov pomocou využitia metód kvality,
- zistenie spokojnosti zákazníkov a eventuálne návrhy zlepšenia.⁴²

Kvalita je definovaná ako: „Stupeň splnenia požiadaviek súborom inherentných charakteristík.“⁴³ Za inherentné charakteristiky sú považované trvalé znaky podmieňujúce funkcie daného produktu alebo služby.

V súčasnosti existuje viacero spôsobov, ako opísať pojem kvalita. Spejchalová uvádza vo svojej publikácii ďalšie možné charakteristiky:

- „Kvalita je zhoda s požiadavkami.
- Kvalita je to, čo za ňu považuje zákazník.
- Kvalita je spôsobilosť pre užitie.“⁴⁴

Kvalita je takisto súhrnom vlastností a charakteristických znakov produktov a služieb, ktoré sú schopné uspokojiť dané alebo aj vyvolané potreby. Jedná sa o definíciu kvality, ktorá je smerovaná na zákaznícky pohľad. V zásade to je zákazníkovo názor na hodnotu produktu alebo služby.⁴⁵

Každý podnikateľský subjekt sa snaží svojimi výrobkami alebo službami uspokojovať potreby svojich zákazníkov. Na to, aby sa tak stalo, je dôležité poznať jednotlivé požiadavky a potreby zákazníka, ktoré môžeme rozdeliť na:

- a. **Nutne očakávané potreby „M“** (z anglického „musts“): ktoré musia byť splnené, a to bezpodmienečne. V opačnom prípade je zákazník veľmi nespokojný.

⁴² Srov. BLECHARZ, P., *Kvalita a zákazník*, s. 22.

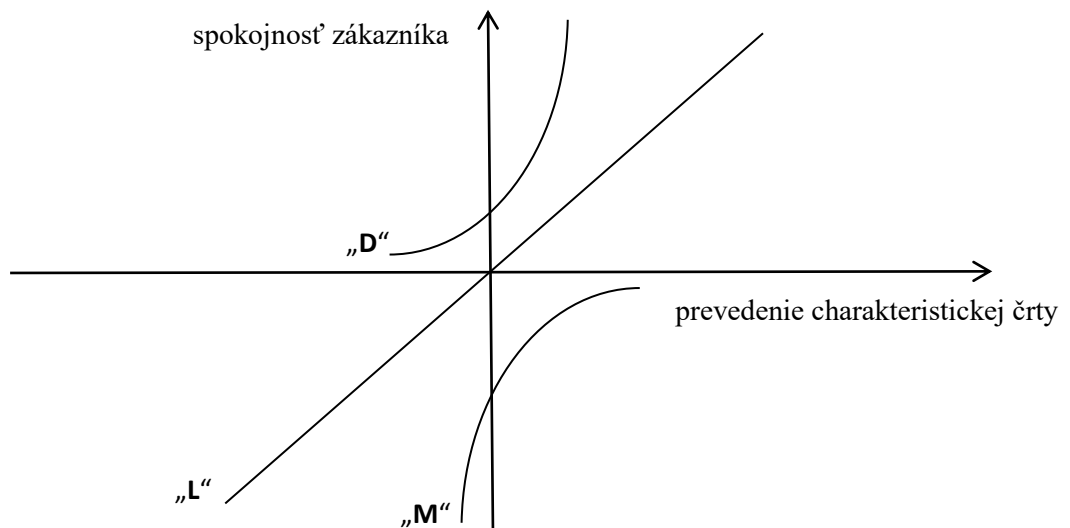
⁴³ SPEJCHALOVÁ, D., *Management kvality, bezpečnosti a environmentu*, s. 11.

⁴⁴ Tamtéž, s. 11.

⁴⁵ Srov. KOTLER, P., *Marketing management*, s. 87.

- b. **Lineárne uspokojované potreby „L“** (z anglického „linear“): rastú priamo úmerne pri zvyšujúcej sa kvalite určitej charakteristickej črty produkty alebo služby.
- c. **Potešenie zákazníka „D“** (z anglického „delight“): vo forme prekvapenia, ktoré nečakal. Zákazník toto plnenie neočakáva, a preto pri jeho nezaistení nenastane nespokojnosť. Naopak, prudko rastie, ak je týmto prekvapením naplnená jeho potreba a vyvolá v ňom radosť.

Graf 1 Grafická závislosť spokojnosti zákazníka a prevedenia charakteristickej črty



[Zdroj: vlastné spracovanie podľa Kvalita a zákazník]⁴⁶

Výskum spokojnosti klientov je náročný proces. Marketingový výskum je vykonávaný s cieľom vyriešiť a zdokonaľiť rozhodnutia v oblasti marketingu firmy, pomôcť s výberom optimálnej možnosti a vytvoriť plán marketingových rozhodnutí. Dôležitým faktorom je porozumieť potrebám zákazníkov. „Marketingový výskum – systematická zbierka, analýza a interpretácia informácií relevantných pre marketingové rozhodnutia.“⁴⁷ Výskumy je možné aplikovať jednorázovo alebo nepretržite pomocou pravidelného sledovania trhu.

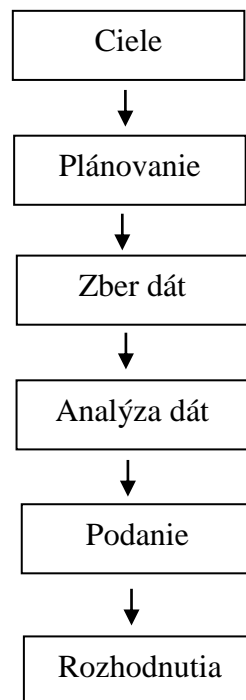
Marketingový výskum pozostáva z čiastkových procesov. Delí sa na štyri oblasti. Jedná sa o definovanie, zber, analyzovanie a interpretáciu. Na začiatku je stále potreba definovať cieľ marketingového výskumu. Znamená to ujasnenie toho, čoho má byť dosiahnuté. Pokračuje sa vytvorením plánu výskumu. Špecifikuje sa spôsob dosiahnutia cieľa a zberu informácií. Viditeľná časť marketingového výskumu je zber dát. Táto etapa prebieha nástrojmi kvantitatívneho alebo kvalitatívneho výskumu. Následne prebieha analýza

⁴⁶ Srov. BLECHARZ, P., *Kvalita a zákazník*, s. 23.

⁴⁷ HAGUE, P., *Průzkum trhu*, s. 11.

získaných dát od zákazníkov. Informácie sa interpretujú zrozumiteľným spôsobom tak, aby boli kompetentné osoby schopné reagovať na konečné výsledky výskumu. Celkové výsledky a odporúčania sú v ďalšom kroku podané v správe výskumu. Posledným krokom v rámci marketingového výskumu je výkon rozhodnutí vyplývajúcich z výsledkov daného výskumu. To znamená, že výskum by mal spôsobiť reakciu a získané údaje.⁴⁸ Celý proces marketingového výskumu zobrazuje obrázok nižšie.

Obrázok 1 Stručný proces marketingového výskumu



[Zdroj: vlastné spracovanie podľa Průzkum trhu]⁴⁹

3.1 Kto je zákazník

Za zákazníka je považovaná každá osoba alebo organizácia prijímajúca výsledky práce daného podniku. Zákazník na základe svojich predstáv a prání dopytuje na trhu určitý výrobok alebo službu, a tým uspokojuje svoje potreby. Zákazník má v podnikoch zameraných na služby primárne postavenie.

Pojmom zákazník je tiež označovaný široký rozsah kolektívnych a aj jedinečných potrieb, očakávaní, spôsobov správania sa alebo hodnotenia. Klienti, hostia alebo konzumenti služieb predstavujú hlavný dôvod existencie podniku. Z tohto vyplýva, že firma je na zákazníkoch závislá. Proces získavania zákazníka si vyžaduje čas, avšak jeho strata môže

⁴⁸ Srov. HAGUE, P., *Průzkum trhu*, s. 12 – 13.

⁴⁹ Srov. tamtéž, s. 13.

prebehnúť nečakane, aj behom sekundy. Nie len z tohto dôvodu sa firmy pokúšajú prevýšiť zákazníkove očakávania. Neustále zlepšujú kvalitu a pridanú hodnotu nimi poskytovaných služieb.

V dnešnej uponáhľanej a hektickej dobe sa mení aj pohľad na úspešnosť podnikajúceho subjektu. Dôraz nie je kladený na jednorazový predaj služby zákazníkovi. Práve naopak, úspešnosť je vnímaná ako nadviazanie trvalého vzťahu so svojimi zákazníkmi.⁵⁰ Zákazníci sú vo všeobecnosti segmentovaní do nasledujúcich skupín:

- interní ako všetci zamestnanci firiem,
- externí ako subjekty mimo organizácie. Sú to odberatelia, ktorí plnia rolu distribútorov alebo konečných spotrebiteľov,
- cenovo orientovaní vnímajúci predovšetkým cenu, za ktorú pre seba získavajú istú hodnotu,
- emocionálne viazaní vnímajúci najmä pre nich výhodný vzťah s dodávateľom.⁵¹

Retailová klientela označuje skupinu zákazníkov používajúcich bežné produkty a služby v nižších hodnotách. Patria sem občania so štandardnými príjmami. Napriek tomu, že nedosahujú nadštandardné príjmy predstavujú väčšinu obratu spoločnosti. Pojem retailové bankovníctvo nie je jednoznačne vymedzené. Retailové bankovníctvo je však druh bankového podnikania, ktorý sa orientuje na masový predaj bankových produktov a služieb, predovšetkým obyvateľstvu. Retail v preklade znamená maloobchod. To značí, že banka predáva štandardné produkty a služby štandardným klientom za štandardných podmienok.

3.2 Spokojnosť zákazníka

Spokojnosť zákazníka je cieľom podnikateľských subjektov. Zákazník pristupuje k porovnávaniu jeho osobných skúseností v kontraste s očakávaným výsledkom pri využití služby. Ak je očakávanie potvrdené alebo dokonca prekonané, hovoríme o spokojnosti zákazníka. Je to situácia, ktorá vzniká pri takej úrovni transakcie, že naplnila potreby a očakávania zákazníka.

Spokojnosť zákazníkov je prejavovaná v opätovných nákupoch. Organizácie sa snažia o spokojných zákazníkov z dôvodu, aby nakupovali opakovane a taktiež posúvali pozitívne

⁵⁰ Srov. VAŠTÍKOVÁ, M., *Marketing služieb: efektívne a moderné*, s. 153.

⁵¹ Srov. tamtéž, s. 155.

ohlasy ďalej. Práve tieto aspekty charakterizujú úspešné podniky. Model spokojnosti zákazníka je uvedený v Prílohe 3.

Spokojnosť zákazníka, nehmotný zdroj firiem, teda vzniká pri konfrontácií zákazníkových predstáv o produkte alebo službe a skutočných dojmov po realizácii nákupu. V momente dosiahnutia alebo prekročenia očakávania vzniká spokojnosť. Na druhej strane, ak očakávania neboli docielené, vzniká u zákazníka nespokojnosť.

V súčasnosti je zákazník kľúčovým partnerom podnikateľských aktivít. Z tohto pohľadu je veľmi dôležité venovať zákazníkovi a jeho spokojnosti patričnú pozornosť. Je to predovšetkým z dôvodu, že:

- spokojný zákazník zostáva spoločnosti verný. Udržanie zákazníka si vynucuje päťkrát menšie úsilie, čas a peňažné prostriedky v porovnaní so získaním nového,
- spokojný zákazník je ochotný uhradiť vyššiu cenu,
- spokojný zákazník, v prípade nečakaných problémov vo firme, dokáže porozumieť vzniknutej kríze a jednať ohľaduplne,
- spokojný zákazník odovzdáva kladné skúsenosti minimálne trom ďalším osobám a zaisťuje tak efektívnu a neplatenú propagáciu,
- spokojný zákazník má priaznivý postoj k nákupu ďalších produktov alebo služieb firmy,
- spokojný zákazník ochotne a otvorenou cestou referuje svoje skúsenosti a tak iniciuje zlepšenia a inovácie,
- spokojný zákazník podnecuje u zamestnancov uspokojivý pocit a hrdosť na ich osobnú prácu v podniku.⁵²

⁵² Srov. FORET, M., *Marketingová komunikace*, s. 91 – 92.

4 PRAKTICKÁ APLIKÁCIA NA SPOLOČNOSŤ ČSOB, a.s.

4.1 Profil spoločnosti ČSOB, a.s.

Výskum spokojnosti retailovej klientely bol uskutočnený v Československej obchodnej banke, a.s., konkrétne na pobočke Jeremenkova 40B v Olomouci. Informácie o centrále ČSOB, a.s. poskytuje tabuľka uvedená nižšie.

Tabuľka 2 Základné informácie o spoločnosti ČSOB, a.s.

Obchodná firma	Československá obchodná banka, a.s.
Sídlo	Radlická 333/150, 150 57 Praha 5
Právna forma	akciová spoločnosť
Registrácia	zapísaná v obchodnom registri, vedenom Mestským súdom v Prahe, oddiel B XXXVI, vložka 46
Základný kapitál	5 855 000 040 (splatené 100%)
Predmet podnikania	banka
Identifikačné číslo	00001350
Kód banky	0300
SWIFT	CEKOCZPP
Orgán dohľadu	Česká národná banka, Na Příkopě 28, 115 03 Praha 1

[Zdroj: vlastné spracovanie podľa csob.cz]⁵³

4.2 História spoločnosti ČSOB, a.s.

Zrodenie Československej obchodnej banky je možné datovať už od doby pôsobenia Národnej banky Československej. Po vzniku Štátnej banky československej v roku 1950 boli kompetencie v oblasti zahraničného obchodu rozdeľované na:

1. Devízový dohľad – stanovovala podmienky pre dovoz a vývoz a prídel valút.
2. Vlastný výkon platov z alebo do cudziny, určovanie kurzu devíz a valút a tiež agendy zmenárenských operácií.
3. Zaoštaranie dokumentárnych transakcií, ktoré boli spojené s vývozom alebo dovozom tovaru.
4. Kontrolu dovozu a vývozu a ďalej poskytovanie úverov.

⁵³ Srov. Základní údaje, csob.cz, [online].

Ustanovujúce valné zhromaždenie Československej obchodnej banky sa realizovalo v Prahe dňa 27. novembra 1964. Založená bola ako akciová spoločnosť. Výška akciového kapitálu činila 500 miliónov Kčs. Ten bol rozčlenený na 5000 akcií, z ktorej každá akcia niesla nominálnu hodnotu sto tisíc Kčs. Štátna banka československá, majoritný akcionár subjektu, vlastnila 51% podiel akcií. Ďalšími významnými akcionármi boli Škoda Plzeň, Chemopetrol, Metalimex, Ústredná rada družstiev a Živnostenská banka. Všetci z akcionárov Československej obchodnej banky boli československými právnickými osobami.

Československá obchodná banka zahájila svoju činnosť 1. januára v roku 1965. Stanovy ČSOB vymedzovali jej pôsobnosť na úseky:

1. Financovanie a úverovanie podnikov zahraničného obchodu.
2. Zaisťovanie platobného styku s cudzinou.
3. Uzatváranie medzibankových dohôd.
4. Zabezpečovanie platobného styku pri mnohostrannom zúčtovaní v rubľoch skrze Medzinárodnej banky hospodárskej spolupráce v Moskve.
5. Obchodovanie s drahými kovmi a hodnotnými devízami.
6. Nadobúdanie kapitálových podielov v spoločnostiach na území Československa aj v zahraničí.⁵⁴

V roku 1999 nastala privatizácia tejto banky. Majoritný dosah získala belgická KBC Bank a od roku 2007 nadobudla titul vlastníka jediného. Niekoľko rokov banka účinkovala na českom a súčasne tak, aj na slovenskom trhu. Až kým nedošlo 1. januára 2008 k transformácii slovenskej pobočky ČSOB na samostatnú právnickú osobu. Československá obchodná banka pôsobí v rámci Českej republiky ako univerzálna banka, ktorá umožňuje poskytovanie služieb pre všetky klientske segmenty, ako sú fyzické osoby, malé a stredné podniky, korporátni a inštitucionálni klienti.⁵⁵

⁵⁴ Srov. Dejiny inštitúcie, *historie.cnb.cz*, [online].

⁵⁵ Srov. O ČSOB, *csob.cz*, [online].

Obrázok 2 Logo ČSOB, a.s.



[Zdroj: csob.cz]⁵⁶

4.3 Stratégia skupiny ČSOB, a.s.

Skupina ČSOB predstavuje na území Českej republiky subjekt s vedúcou pozíciou na trhu hypoték, stavebného sporenia, privátneho bankovníctva a leasingu. Takisto je jednou z troch najväčších skupín, ktorá poskytuje finančné služby v Českej republike. Jej ambíciou je dosahovanie vysokej a udržateľnej pozície. „Skupina ČSOB chce byť referenciou v bankovníctve a poisťovníctve prostredníctvom uvádzania klienta do centra nášho diania a dosahovanie udržateľného rastu. To všetko pomocou kultúry PEARL.“⁵⁷ Stratégia, ktorá funguje na piatich princípoch kultúry PEARL zahŕňa zložky:

- výkonnosť,
- zmocňovanie,
- zodpovednosť,
- vnímavosť,
- lokálne ukotvenie.

Tak ako je každý podnikateľský subjekt ovplyvňovaný vonkajšími a vnútornými faktormi, nevyhne sa tomuto pôsobeniu ani Československá obchodná banka. Reakciou na dejúce sa interferencie trendu digitalizácie a nových tendencií trhu, skupina ČSOB upravuje svoj obchodný model. A to takým spôsobom, že sa snaží o lepšie naplnenie klientskych služieb. Zároveň však nestráca zo zreteľa snahu posilňovať svoje schopnosti, ktorými si udržuje pozíciu na trhu finančných služieb. Zámerom skupiny ČSOB je zriadiť integrované prostredie bankových a poisťovacích služieb s myšlienkou, že:

⁵⁶ Logo ČSOB, *csob.cz*, [online].

⁵⁷ O ČSOB, *csob.cz*, [online].

- je klient stále v centre diania a dokáže si sám určiť rozsah služieb, o ktoré prejaví záujem,
- skupina ČSOB dá klientovi možnosť pohybovať sa navzájom medzi rôznymi metódami pri kontakte s bankou,
- skupina ČSOB bude schopná prepojiť svoje bankové a poisťovacie služby a produkty.⁵⁸

4.4 Produktové portfólio ČSOB, a.s.

4.4.1 Účty

- **Plus Konto**
 - deti, mladí a študenti do veku 26 rokov majú vedenie účtu zadarmo,
 - neobmedzené prichádzajúce a odchádzajúce platby,
 - elektronické bankovníctvo a elektronické výpisy zdarma,
 - dve platobné bezkontaktné karty,
 - jeden výber na Českej pošte.⁵⁹
- **Premium Konto**
 - nadštandardný produkt je vedený zadarmo v prípade, ak klient spĺňa aspoň jednu z podmienok, že mesačný príjem na účet je vyšší ako 50 000 Kč, má úspory väčšie ako 1,5 miliónov Kč alebo má hypotéku najmenej 3 milióny Kč,
 - prestížna debetná karta Visa Infinite pre majiteľa karty,
 - debetná karta pre disponenta,
 - bezkontaktná platobná nálepka,
 - zadarmo jeden devízový účet,
 - neobmedzené výbery z automatov na celom svete.⁶⁰

⁵⁸ Srov. O ČSOB, *csob.cz*, [online].

⁵⁹ Srov. Plus konto, *csob.cz*, [online].

- **Základný účet**

- spoplatnený mesačným poplatkom 25 Kč,
- zdarma prichádzajúce platby v tuzemsku,
- debetná karta pre majiteľa zdarma,
- ovládanie cez elektronické bankovníctvo,
- možné nastaviť povolené prečerpanie.⁶¹

- **Bežný devízový účet**

- účet vedený v menách EUR, USD, GBP, CHF alebo CAD,
- platby v rámci ČR v cudzej mene,
- internetové a mobilné bankovníctvo,
- možnosť bezkontaktnéj karty,
- úročenie zostatku na účte.⁶²

4.4.2 Investičné produkty

- **Podielové fondy**

- možnosť jednorazových aj pravidelných platieb,
- investície do fondov peňažného trhu, dlhopisových fondov, zmiešaných fondov, zaistených fondov, štruktúrovaných fondov, akciových fondov, fondov ČSOB Premium, fondov ČSOB Private Banking.⁶³

- **Duo Profit**

- produkt s kombináciou investovania a sporenia,
- potenciál vyššieho zhodnotenia,
- zvýhodnená úroková sadzba na sporiacom účte 2 %,

⁶⁰ Srov. Premium konto, *csob.cz*, [online].

⁶¹ Srov. Základní účet, *csob.cz*, [online].

⁶² Srov. Devizový účet, *csob.cz*, [online].

⁶³ Srov. Podílové fondy, *csob.cz*, [online].

- možnosť výberu fondov pre opatrných aj odvážnych klientov,
- výpovedná lehota sporiaceho účtu sú dva dni.⁶⁴

- **Pravidelné investovanie**

- možnosť zjednať online,
- výška investície od 500 Kč mesačne,
- peniaze kedykoľvek k dispozícii,
- bonus od banky za pravidelné investovanie.⁶⁵

- **Online obchodovanie s Patria Direct**

- zadarmo vedenie účtu, podávanie a rušenie pokynov,
- bez minimálnych objemov obchodov,
- prístupných viac ako 20 svetových búrz,
- online alebo telefonické obchodovanie.⁶⁶

4.4.3 Platby a hotovosť

- **hotovostné služby a bankomaty**

- viac ako 1 000 výberových bankomatov na území Českej republiky,
- výhodou sú nižšie poplatky ako na pobočke,
- dostupnosť 24 hodín denne,
- viac ako 140 vkladových bankomatov v Českej republike,
- všetky vklady sú zadarmo,
- peňažné prostriedky sú na účte okamžite.⁶⁷

⁶⁴ Srov. Duo Profit, *csob.cz*, [online].

⁶⁵ Srov. Pravidelné investování, *csob.cz*, [online].

⁶⁶ Srov. Obchodování na burzách, *csob.cz*, [online].

⁶⁷ Srov. Hotovostní služby, *csob.cz*, [online].

- **transakcie na Českej pošte**
 - klienti majú prístup k peniazom v 3 200 pobočkách Českej pošty,
 - možnosť vybrať a vložiť peniaze na účet,
 - možné zadávať príkaz k úhrade,
 - bezpečné karty vždy potvrdené PINom,
 - nadlimitné transakcie overované občianskym preukazom,
 - nastavenie týždenného limitu pre transakcie na Českej pošte.⁶⁸

- **ČSOB mobilný bankomat**
 - dokáže všetko, čo klasický bankomat,
 - bankomat na štyroch kolesách vhodný pre organizátorov akcií,
 - možné vkladať a vybrať hotovosť, spýtať sa na zostatok.⁶⁹

4.4.4 Internetové a mobilné bankovníctvo

- **internetové bankovníctvo**
 - ku všetkým účtom zdarma,
 - úprava parametrov kariet, účtov a úverov,
 - poskytuje prehľad o investíciách, poistení alebo hypotéke,
 - zmena frekvencie zasielania výpisov,
 - online žiadosť na úver na základe pred schválených limitov,
 - zabezpečenie pomocou SMART kľúča alebo sms kódu.⁷⁰

- **ČSOB SmartBanking**
 - poskytuje pohodlný a rýchly prístup k účtu,

⁶⁸ Srov. Transakce na České poště, *csob.cz*, [online].

⁶⁹ Srov. Mobilní bankomat, *csob.cz*, [online].

⁷⁰ Srov. Internetbanking, *csob.cz*, [online].

- možné prihlásenie jediným odtlačkom prsta,
 - vhodné pre telefóny, tablety a hodinky,
 - aplikácia dostupná zadarmo.⁷¹
- **ČSOB Smart klíč**
 - najjednoduchšia cesta na prihlásenie sa a potvrdzovanie platieb v internetovom bankovníctve ČSOB,
 - je rýchlejšou náhradou sms kľúča,
 - funguje aj bez prístupu na internet.⁷²
 - **Telefónne bankovníctvo**
 - klient sa identifikuje PINom pre elektronické bankovníctvo, identifikačným číslom a heslom pre Telefónne bankovníctvo,
 - možnosť zadávať tuzemské aj zahraničné platby a meniť limity kariet,
 - prístup k účtu medzi 06-24 hodinou na bezplatnej linke.⁷³

4.4.5 Sporiace produkty

- **Sporenie s bonusom**
 - rezerva pre nečakané životné situácie,
 - dostupné cez internetové alebo aj mobilné bankovníctvo,
 - úroková sadzba 0,41 %,
 - peňažné prostriedky ihneď k dispozícii,
 - poistenie zdrojov až do výšky ekvivalentu 100 000 EUR.⁷⁴
- **Sporiaci účet v cudzej mene**
 - vhodný ako doplnok k devízovému účtu,

⁷¹ Srov. Smartbanking, *csob.cz*, [online].

⁷² Srov. Smart klíč, *csob.cz*, [online].

⁷³ Srov. Internetové a mobilní bankovníctví, *csob.cz*, [online].

⁷⁴ Srov. Spoření s bonusem, *csob.cz*, [online].

- rezerva možná v eurách alebo dolároch,
 - dostupné cez internetové alebo aj mobilné bankovníctvo,
 - peňažné prostriedky ihneď k dispozícií,
 - poistenie zdrojov až do výšky ekvivalentu 100 000 EUR.⁷⁵
- **Termínovaný vklad**
 - jednorazový vklad s istým a dopredu známym výnosom,
 - garantovaná úroková sadzba počas celej doby vkladu,
 - možnosť uložiť finančné prostriedky od 7 dní do jedného roka,
 - príležitosť vkladu aj v cudzích menách.⁷⁶
- **Termínovaný vklad Plus**
 - jednorazový peňažný vklad,
 - uloženie úspor na dva alebo tri roky,
 - možnosť kedykoľvek bezplatne vybrať 20 % vkladu,
 - automatická obnova vkladu.⁷⁷
- **Doplňkové penzijné sporenie**
 - produkt, ktorý spája sporenie a investovanie,
 - možnosť čerpať pred dôchodok 5 rokov pred štátnym dôchodkom,
 - ročná prémie od štátu 6 360 Kč,
 - klient môže kedykoľvek zmeniť zasielanú čiastku,
 - eventualita príspevku od zamestnávateľa.⁷⁸

⁷⁵ Srov. Spořicí účet v cizí měně, *csob.cz*, [online].

⁷⁶ Srov. Termínovaný vklad, *csob.cz*, [online].

⁷⁷ Srov. Termínovaný vklad Plus, *csob.cz*, [online].

⁷⁸ Srov. Doplnkové penzijní spoření, *csob.cz*, [online].

- **Doplňkové penzijné sporenie pre deti**

- možnosť jednorazového vkladu alebo pravidelného sporenia,
- peňažné prostriedky je možné vybrať aj predčasne,
- ročná prémie od štátu až do výšky 2 760 Kč,
- klient môže kedykoľvek zmeniť zasielanú čiastku.⁷⁹

- **Stavebné sporenie**

- výhodné financovanie vďaka úveru zo stavebného sporenia,
- peniaze sú po 6 rokoch klientovi k dispozícii na čokoľvek,
- ročné zhodnotenie až 3,20 %,
- štátna ročná prémie až vo výške 2 000 Kč.⁸⁰

4.4.6 Hypotéky

- **Hypotéka**

- peňažné prostriedky od 300 000 Kč až do 90 % hodnoty nehnuteľnosti,
- splácanie umožnené v intervale 5 až 40 rokov,
- garantovaná pevná sadzba na tri roky 2,49 % p.a. alebo 2,59 % p.a. na päť rokov,
- Plus Konto k hypotéke zadarmo,
- možnosť výberu pohyblivej úrokovej sadzby alebo pevnej sadzby s fixáciou na 1, 3, 5, 7 a viac rokov.⁸¹

- **Americká hypotéka**

- peňažné prostriedky od 200 000 do 5 000 000 Kč až do 70 % hodnoty nehnuteľnosti,

⁷⁹ Srov. Doplňkové penzijní spoření pro děti, *csob.cz*, [online].

⁸⁰ Srov. Stavební spoření, *csob.cz*, [online].

⁸¹ Srov. Hypotéka, *csob.cz*, [online].

- splácanie umožnené v intervale 3 až 20 rokov,
- možnosť mimoriadnych splátok,
- možnosť výberu pevnej úrokovej sadzby s fixáciou na 1, 2 alebo 3 roky.⁸²

4.4.7 Pôžičky

- **Pôžička na čokoľvek**

- bezúčelová pôžička poskytovaná od 20 000 do 800 000 Kč,
- nie je povinnosť dokladať využitie,
- možnosť vrátiť pôžičku do 30 dní a kedykoľvek predčasne splatiť zdarma,
- klient si upravuje mesačné splátky podľa seba.⁸³

- **Pôžička po ruke**

- ak peniaze nie sú čerpané, klient nič neplatí,
- na výber sú tri varianty rýchlosti splácania,
- k dispozícii je karta, ktorou klient platí priamo u obchodníkov alebo cez internet.⁸⁴

- **Pôžička na lepšie bývanie**

- rýchla pôžička na rekonštrukciu alebo nákup nehnuteľnosti, nákup materiálu, spotrebičov a nábytku alebo modernizáciu,
- 20 % z čiastky je možné využiť na čokoľvek,
- vlastné nastavenie splátok – splácať je možné 1 až 12 rokov,
- dodanie faktúr v období do 6 mesiacov od poskytnutia pôžičky,
- možnosť vrátiť pôžičku do 30 dní a kedykoľvek predčasne splatiť zdarma.⁸⁵

⁸² Srov. Americká hypotéka, *csob.cz*, [online].

⁸³ Srov. Půjčka na cokoliv, *csob.cz*, [online].

⁸⁴ Srov. Půjčka po ruce, *csob.cz*, [online].

⁸⁵ Srov. Půjčka na lepší bydlení, *csob.cz*, [online].

- **Refinancovanie pôžičiek**

- prevod akejkoľvek pôžičky a zlúčenie všetkých záväzkov do jednej splátky,
- zníženie mesačných splátok,
- prefinancovaná čiastka v rozmedzí 50 000 – 800 000 Kč,
- vlastné nastavenie splátok – splácať je možné 1 až 10 rokov,
- možnosť vrátiť pôžičku do 30 dní a kedykoľvek predčasne splatiť zdarma.⁸⁶

- **Autopôžička**

- pôžička na nové aj ojazdené automobily,
- minimálna výška pôžičky je 100 000 Kč,
- vlastné nastavenie splátok – splácať je možné 1 až 6 rokov,
- garantovaná fixná úroková sadzba počas celej doby splácania,
- v cene pôžičky je zahrnuté aj poistenie.⁸⁷

- **Povolené prečerpanie účtu**

- predstavuje rezervu k bežnému účtu,
- ak peniaze nie sú čerpané, klient nič neplatí,
- úver je neustále obnovovaný,
- dostupné až do 20 000 Kč ihneď.⁸⁸

4.4.8 Platobné karty

- **ČSOB NaNákupy**

- platenie v obchodoch a na internete mobilom, pomocou aplikácie,
- ukladá vernostné kartičky,

⁸⁶ Srov. Refinancování půjčky, *csob.cz* [online].

⁸⁷ Srov. Autopůjčka, *csob.cz* [online].

⁸⁸ Srov. Povolené přečerpání účtu, *csob.cz* [online].

- zaznamenáva zostatky a históriu platieb,
- možnosť výberu hotovosti v bezkontaktných bankomatoch,
- zabezpečenie PINom alebo odtlačkom prsta.⁸⁹

- **Debetné karty**

- a. **Debetná karta pre každého**

- vhodná pre platby a výbery z bankomatov aj v zahraničí,
- možnosť vlastného obrázka,
- peniaze k dispozícii aj na pobočkách pošty,
- bezkontaktná platobná karta – platby do výšky 500 Kč možné bez PINu,
- platby na internete zabezpečené 3D Secure.⁹⁰

- b. **Zlatá karta MasterCard**

- karta pre náročných klientov,
- vhodná pre platby a výbery z bankomatov aj v zahraničí,
- bezkontaktná platobná karta,
- výbery z bankomatov ČSOB zadarmo,
- možnosť vlastného designu,
- platby na internete zabezpečené 3D Secure.⁹¹

- **Kreditné karty**

- a. **Kreditná karta Standard**

- prvých 6 mesiacov úrokové prázdniny,
- peňažné prostriedky zdarma k dispozícii až 55 dní,

⁸⁹ Srov. NaNákupy, *csob.cz* [online].

⁹⁰ Srov. Debetní karta standard, *csob.cz* [online].

⁹¹ Srov. Zlatá karta MasterCard, *csob.cz* [online].

- predĺžená záručná doba na tovar zakúpený kreditnou kartou,
- poistenie tovaru na pol roka zadarmo,
- zdarma vedenie kreditnej karty pri nákupoch aspoň 3000 Kč mesačne.⁹²

b. Kreditná karta pre študentov

- prvých 6 mesiacov úrokové prázdniny,
- peňažné prostriedky zdarma k dispozícií až 55 dní,
- predĺžená záručná doba na vybraný tovar zakúpený kreditnou kartou,
- poistenie tovaru na pol roka zadarmo,
- nákupy s limitom až 20 000 Kč.⁹³

c. Kreditná karta Premium

- peňažné prostriedky zdarma k dispozícií až 55 dní,
- nákupy s limitom až 500 000 Kč,
- platby na internete zabezpečené 3D Secure,
- k dispozícií asistenčné služby,
- nálepka ku karte zadarmo.⁹⁴

- **Bezkontaktná platobná nálepka**

- nálepka k debetnej alebo kreditnej karte,
- zmenšená forma bezkontaktnej karty,
- pri platbách do čiastky 500 Kč nie je nutné zadávať PIN.⁹⁵

- **Predplatená COOL karta**

- bezkontaktná karta pre rodičov a ich deti (vhodné ako darček),

⁹² Srov. Kreditní karta Standard, *csob.cz* [online].

⁹³ Srov. Kreditní karta pro studenty, *csob.cz* [online].

⁹⁴ Srov. Kreditní karta Premium, *csob.cz* [online].

⁹⁵ Srov. Bezkontaktní platební nálepky, *csob.cz* [online].

- predplatená karta nie je spojená priamo s účtom,
- objednávka karty možná online, bez podpisu zmluvy v banke,
- kontrola výdajov zaslaním sms po uskutočnení každej platby,
- platby na internete zabezpečené 3D Secure.⁹⁶

Obrázok 3 COOL karta



[Zdroj: csob.cz]⁹⁷

- **Karty pre fanúšikov**

- slúžia na špeciálne výhody od klubov a zľavy u partnerov klubov a miestnych obchodníkov,
- jedná sa o bezkontaktné debetné karty k účtu alebo karty kreditné od spoločnosti Mastercard,
- zapojenými klubmi sú FC Viktoria Plzeň, FC Slovan Liberec, FC Hradec Králové, HC Kometa Brno, HC Dynamo Pardubice, HC Motor České Budějovice, HV VERVA Litvínov, Golf Club Hostivař.⁹⁸

⁹⁶ Srov. COOL karta, *csob.cz* [online].

⁹⁷ COOL karta. *csob.cz* [online].

⁹⁸ Srov. Klubová karta, *csob.cz* [online].

5 VÝSKUM

Výskum k praktickej časti mojej bakalárskej práce bol uskutočnený na pobočke Československej obchodnej banky, a.s. so sídlom na Jeremenkovej ulici 40B v Olomouci. Pri skúmaní spokojnosti klientov s poskytovanými produktmi a službami vo vybranej pobočke bola využitá metóda dotazníka. Dotazník je uvedený v Prílohe 1. Celkovo bolo oslovených 160 respondentov. Zúčastnení respondenti boli oboznámení s cieľom konania výskumu a následne anonymne odpovedali na predložený dotazník. Prieskum prebiehal výlučne na pobočke ČSOB, a.s., a to v časovom úseku od pätnásteho januára do dvadsiateho ôsmeho februára 2018. Do výskumnej časti práce je začlenená aj SWOT analýza Československej obchodnej banky.

5.1 Cieľ a metodika výskumu

Cieľom bakalárskej práce a taktiež výskumu bolo analyzovať spokojnosť retailovej klientely vo vybranej komerčnej banke.

Empirická časť bakalárskej práce preveruje výskumný problém z pohľadu kvantitatívneho prístupu (z lat. quantum = koľko), v ktorom sa z relatívne veľkého počtu dát, získaných od relatívne veľkého počtu ľudí, vyhodnotí určitý záver. Jedná sa o tzv. postup od obecného k jednotlivému záveru, kde sa využíva dedukcia.

Použitým nástrojom v kvantitatívnom výskume bol dotazník. Respondenti odpovedali anonymne na vopred pripravené otázky dotazníka. Dotazník je najrozšírenejšou formou marketingového výskumu. Ide o písomný formulár so zoznamom otázok, na ktoré respondenti odpovedajú. Príprava dotazníka začína rozhodnutím, aké otázky bude obsahovať, ako budú formulované a v akom poradí budú v dotazníku nasledovať.

Výhodou použitého nástroja sú pomerne nízke náklady na vytlačenie, rozdanie a opätovné zhromažďovanie dotazníkov a zaistená anonymita respondentov. Nevýhodou je však časová náročnosť zberu a následne spracovania dát. Úskalím nástroja je skutočnosť, že ľudia veľakrát robia niečo iné ako hovoria a napíšu. Dotazníkom teda nebolo merané skutočné správanie sa, ale názory a postoje. V dotazníku je použitých niekoľko druhov otázok. Kladené boli otázky:

- otvorené – ich účelom bolo získať názory a postoje opýtaných. V rámci otázky bola definovaná oblasť informácií, ktoré chceme zistiť a bolo na odpovedajúcom aké dáta nám poskytne. „Otvorené otázky umožňujú respondentom odpovedať svojimi

vlastnými slovami“⁹⁹ Keďže v odpovediach nie je obmedzenie často pomôžu odhaliť viac ako otázky uzatvorené.

- zatvorené – ktorých cieľom bolo potvrdiť domnienku. Otázka vymedzila predpoklad, ktorý sme overovali. Pri týchto otázkach sú ponúknuté všetky možnosti odpovede a respondent si volí odpoveď, ktorá najvernejšie vyjadruje jeho postoj a názor. Uzavretý typ otázok obsahoval otázky polytomické poskytujúce viacero odpovedí a polozatvorené s možnosťou „iné“, v ktorých mali klienti priestor bližšie špecifikovať svoju odpoveď.
- škálové – „škálové otázky sú najhodnotnejším nástrojom na meranie názorov a postojov. Odpovede je možné jednoducho kvantifikovať a následne štatisticky analyzovať.“¹⁰⁰ Pomocou hodnotiacej škály respondenti vyjadrujú svoj subjektívny pohľad a pocit k istej problematike. Existuje variant výberu hodnotenia na stupnici od 1 po 5 ako v škole alebo graficky variant. Ten má podobu úsečky, ktorý je obmedzený dvoma krajnými bodmi.

Výskumná časť bakalárskej práce obsahuje aj SWOT analýzu. Jedná sa o manažérsky nástroj, ktorý analyzuje silné a slabé stránky a tiež príležitosti a hrozby podnikateľského subjektu. Prínosom je zistenie výkonnosti a perspektívy firmy. V analýze sa zohľadňuje vonkajšie a vnútorné prostredie podniku. Na základe výstupov SWOT analýzy je následne možné rozhodnúť a ďalšom riadení a plánovaní vo firmách. Platí, že silné stránky a príležitosti sa majú maximálne využívať pri rozvoji, slabé stránky sa majú minimalizovať alebo odstrániť a proti hrozbám vytvárať ochranné opatrenia.

5.2 Výsledky dotazníkového výskumu

Dotazník aplikovaný na pobočke ČSOB, a.s. pozostával z úvodného oslovenia klienta a vymedzenia cieľa výskumu, ôsmich otázok a stručného záveru s poďakovaním za spoluprácu venované klientom. Všetky otázky sú postupne uvedené, vyjadrené v tabuľke odpovedí a v grafickom zobrazení a na záver analyzované.

⁹⁹ KOTLER, P., *Moderní marketing*, s. 420.

¹⁰⁰ Uzavreté otázky, *dotaznik-online.cz*, [online].

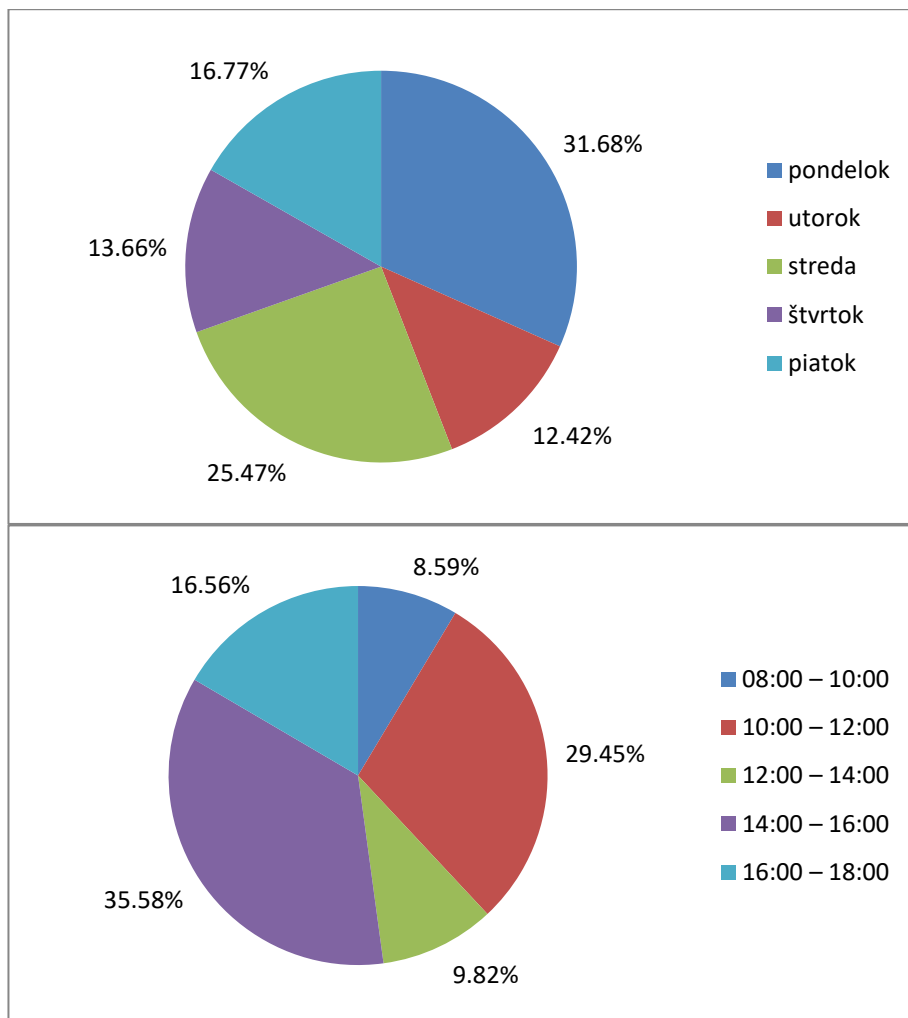
Otázka č. 1: Ktorý deň a ktorá hodina sú pre Vás najvhodnejšie pre návštevu pobočky?

Tabuľka 3 Odpovede k otázke č.1

pondelok	51	08:00 – 10:00	14
utorok	20	10:00 – 12:00	48
streda	41	12:00 – 14:00	16
štvrtok	22	14:00 – 16:00	58
piatok	27	16:00 – 18:00	27

[Zdroj: vlastné spracovanie]

Graf 2 Odpovede k otázke č.1



[Zdroj: vlastné spracovanie]

Prvá otázka patrila k uzatvoreným otázkam polytomického typu. Pri výbere dňa bolo k dispozícii päť alternatív tak isto, ako pri výbere preferovaného časového rozpätia. Najviac respondentov navštevuje pobočku najčastejšie v pondelok (31,68 %) a v stredu (25,47 %). Tretím najpreferovanejším dňom je piatok (16,77 %). Najmenej chodia klienti na pobočku vo štvrtok (13,66 %) a v utorok (12,42 %).

Čo sa týka časového rozpätia, v ktorom klienti banky prichádzajú na pobočku, najobľúbenejším termínom je úsek medzi štrnástou a šesťnástou hodinou (35,58 %). Následne sa 29,45 % respondentov vyjadrilo, že prichádza v čase medzi desiatou a dvanástou hodinou a 16,56 % medzi šesťnástou až osemnástou hodinou. Najmenej opýtaných využíva na návštevu pobočky časové rozpätie 12:00 – 14:00 hod. (9,82 %) a tiež časové rozmedzie od 08:00 do 10:00 hod. (8,59 %).

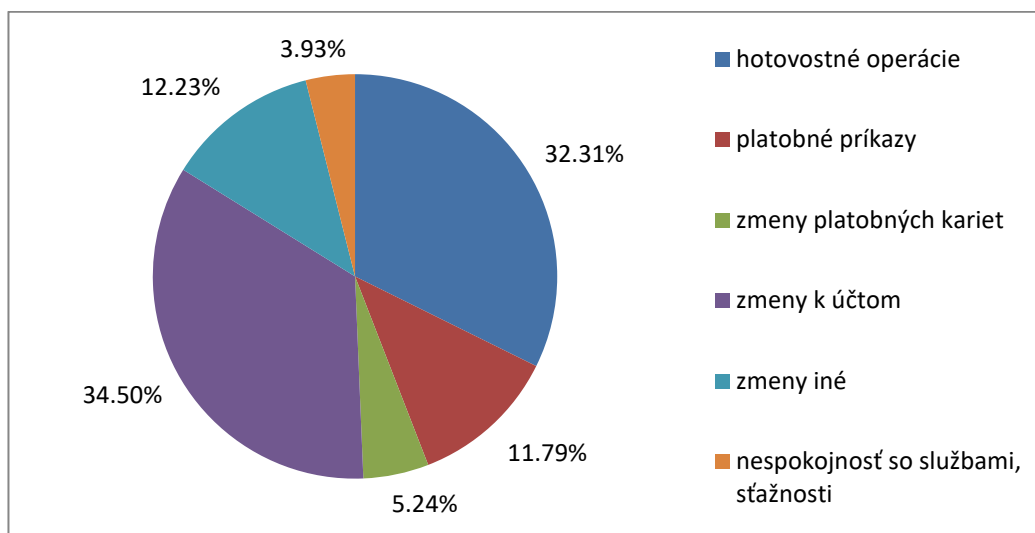
Otázka č. 2: Čo najčastejšie riešite osobne na pobočke banky?

Tabuľka 4 Odpovede k otázke č.2

hotovostné operácie	74
platobné príkazy	27
zmeny platobných kariet	12
zmeny k účtom	79
zmeny iné	28
nespokojnosť so službami, sťažnosti	9

[Zdroj: vlastné spracovanie]

Graf 3 Odpovede k otázke č.2



[Zdroj: vlastné spracovanie]

Druhou otázkou pokračoval variant výberu odpovedí z viacerých možností. Doplnená bola polozatvorenou možnosťou „iné“. Spolu si tak klienti mohli vybrať zo šiestich možností. Najväčšie množstvo respondentov rieši na pobočke zmeny k účtom (34,50 %) a hotovostné operácie (32,31 %). Tretie miesto majú zmeny iné (12,33 %), ktoré zahŕňajú zmeny limitov elektronického bankovníctva, odblokovanie Internetového bankovníctva ČSOB, poradenstvo v oblasti investícií a úprava portfólia, zmeny v poistení, úveroch a predčasné uhradenie úveru. Platobné príkazy využíva osobne na pobočke 11,79 % opýtaných. Zmeny k platobným kartám rieši 5,24 % a sťažnosti 3,93 % klientov. Nespokojnosť sa týka chybné zúčtovaných poplatkov a prázdnych bankomatov.

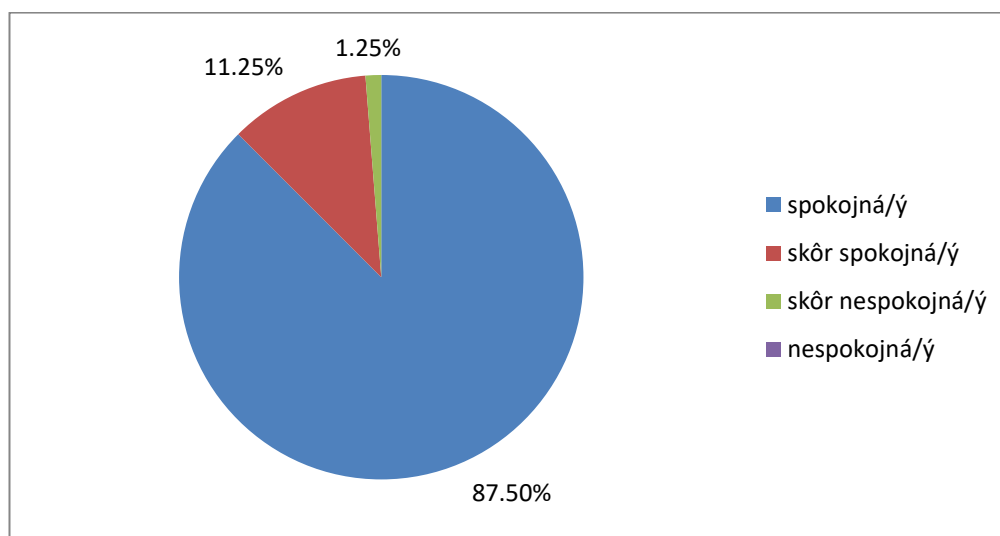
Otázka č. 3a: Ako by ste charakterizovali prístup a ochotu pracovníkov?

Tabuľka 5 Odpovede k otázke č. 3a

spokojná/ý	skôr spokojná/ý	skôr nespokojná/ý	nespokojná/ý
140	18	2	0

[Zdroj: vlastné spracovanie]

Graf 4 Odpovede k otázke č.3a



[Zdroj: vlastné spracovanie]

Otázka 3a poskytovala škálové hodnotenie prístupu a ochoty pracovníkov. Meralo sa na škále od spokojná/ý, skôr spokojná/ý, skôr nespokojná/ý až po stupeň nespokojná/ý. Prevažná väčšina klientov (87,50 %) vyhlásila, že s prístupom a ochotou pracovníkov pobočky sú plne spokojní. Skôr spokojných je 11,25 % respondentov a tretí stupeň, tj. skôr nespokojná/ý, označilo iba 1,25 % opýtaných klientov pobočky. Nespokojnosť s ochotou a prístupom pracovníkov je 0 % klientov. Z tohto vyplýva vysoká miera spokojnosti klientov banky s prístupom a ochotou personálu.

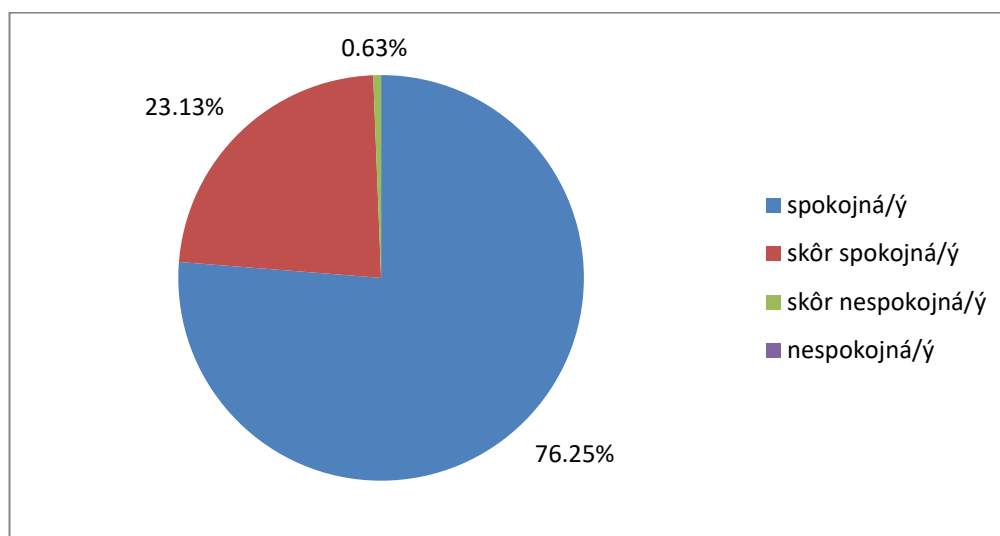
Otázka č. 3b: Ako by ste charakterizovali rýchlosť pracovníkov?

Tabuľka 6 Odpovede k otázke č. 3b

spokojná/ý	skôr spokojná/ý	skôr nespokojná/ý	nespokojná/ý
122	37	1	0

[Zdroj: vlastné spracovanie]

Graf 5 Odpovede k otázke č.3b



[Zdroj: vlastné spracovanie]

Otázka 3b poskytovala škálové hodnotenie rýchlosti pracovníkov. Meralo sa na škále od spokojná/ý, skôr spokojná/ý, skôr nespokojná/ý až po stupeň nespokojná/ý. S rýchlosťou pracovníkov je spokojných 76,25 % klientov. Skôr spokojných je 23,13 % a možnosť skôr nespokojná/ý označilo 0,63 % respondentov. Nespokojných s rýchlosťou banky je 0 % klientov. Čo sa týka rýchlosti pracovníkov dosahuje spokojnosť vysoké hodnotenie, viac ako 76 %. Avšak vyskytuje sa tu priestor na zlepšenie tejto oblasti, pretože skoro jedna štvrtina klientov banky označila možnosť skôr spokojná/ý s rýchlosťou pracovníkov.

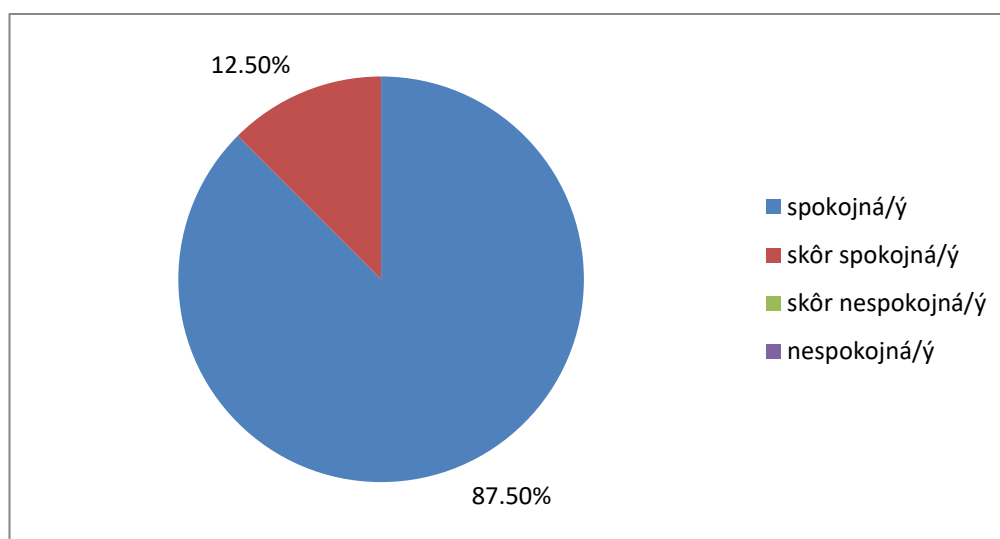
Otázka č. 3c: Ako by ste charakterizovali znalosti pracovníka o produktoch?

Tabuľka 7 Odpovede k otázke č. 3c

spokojná/ý	skôr spokojná/ý	skôr nespokojná/ý	nespokojná/ý
140	20	0	0

[Zdroj: vlastné spracovanie]

Graf 6 Odpovede k otázke č.3c



[Zdroj: vlastné spracovanie]

Otázka 3c poskytovala škálové hodnotenie znalosti pracovníkov o produktoch banky. Meralo sa na škále od spokojná/ý, skôr spokojná/ý, skôr nespokojná/ý až po stupeň nespokojná/ý. Takmer 90 % opýtaných reagovalo na hodnotenie znalostí pracovníkov o produktoch a službách variantom spokojná/ý. Klientov skôr spokojných je 12,50 %. Zvyšné možnosti hodnotenia (skôr nespokojná/ý a nespokojná/ý) neboli využité. To poukazuje na vysokú znalosť a prehľad pracovníkov pobočky o produktoch a službách banky. Pobočka má teda zabezpečené kvalitné predávanie informácií o produktoch a službách. Hodnotenie klientov naznačuje, že pri schôdkach s pracovníkmi banky dostávajú relevantné a užitočné údaje, na základe ktorých sa môžu ďalej rozhodovať.

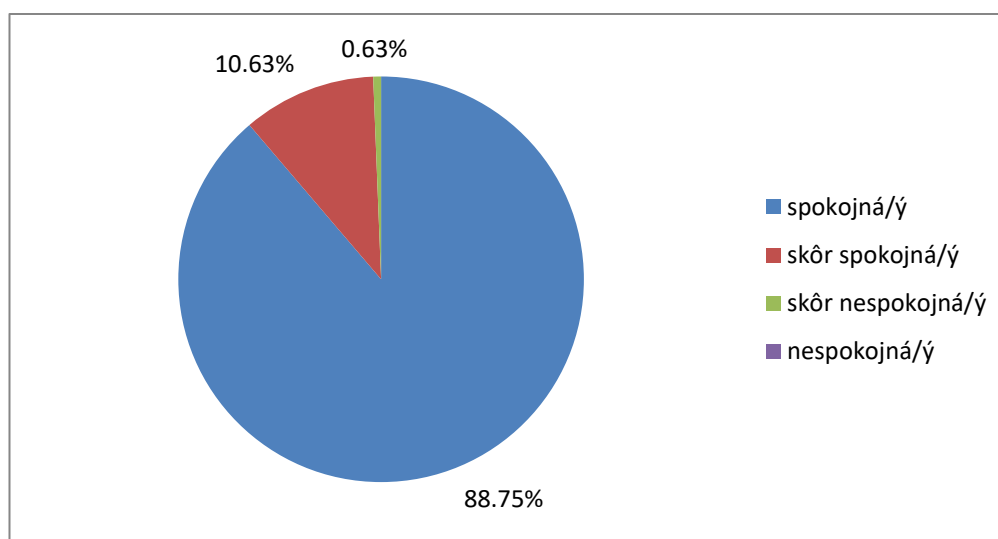
Otázka č. 3d: Ako by ste charakterizovali celkový dojem z úrovne obsluhy pracovníkom?

Tabuľka 8 Odpovede k otázke č. 3d

spokojná/ý	skôr spokojná/ý	skôr nespokojná/ý	nespokojná/ý
142	17	1	0

[Zdroj: vlastné spracovanie]

Graf 7 Odpovede k otázke č.3d



[Zdroj: vlastné spracovanie]

Otázka 3d poskytovala škálové hodnotenie celkového dojmu z úrovne obsluhy pracovníkom. Meralo sa na škále od spokojná/ý, skôr spokojná/ý, skôr nespokojná/ý až po stupeň nespokojná/ý. Väčšina respondentov (88,75 %) uviedla spokojnosť s celkovou úrovňou obsluhy pracovníkom. Možnosť skôr spokojná/ý označilo 10,63 % respondentov. Skôr nespokojných je 0,63 % opýtaných klientov pobočky. Nespokojný nie je ani jeden klient. Výsledné hodnotenie je veľmi pozitívne, pretože skoro 90 % klientov zhodnotilo celkový dojem známkou spokojná/ý. Nahliadnuc na odpovede predchádzajúcich otázok, zameraných na charakteristiku pracovníkov vyplýva, že celkový dojem z úrovne obsluhy pracovníkom znižuje rýchlosť pracovníkov - 23, 13 % klientov je skôr spokojných.

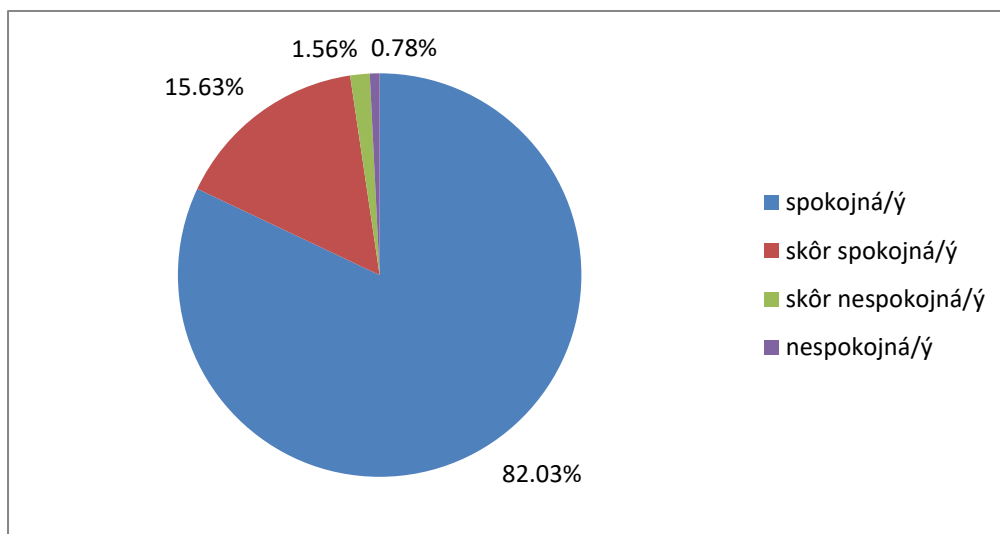
Otázka č. 4a: Ako hodnotíte Internetové bankovníctvo ČSOB z pohľadu zabezpečenia?

Tabuľka 9 Odpovede k otázke č. 4a

spokojná/ý	skôr spokojná/ý	skôr nespokojná/ý	nespokojná/ý
105	20	2	1

[Zdroj: vlastné spracovanie]

Graf 8 Odpovede k otázke č.4a



[Zdroj: vlastné spracovanie]

Otázkou 4a sa skúmalo klientske škálové posudzovanie zabezpečenia Internetového bankovníctva ČSOB. Klasifikovanie bolo na škále od spokojná/ý, skôr spokojná/ý, skôr nespokojná/ý až po stupeň nespokojná/ý. Celkovo je spokojných 82,03 % klientov, ktorí sa v dotazníku vyjadrili. So zabezpečením Internetového bankovníctva je v hodnotení skôr spokojných 16,63 % klientov, ktorí ho využívajú. Možnosť skôr nespokojná/ý označilo len 1,56 % opýtaných a možnosť nespokojná/ý označilo 0,78 % respondentov.

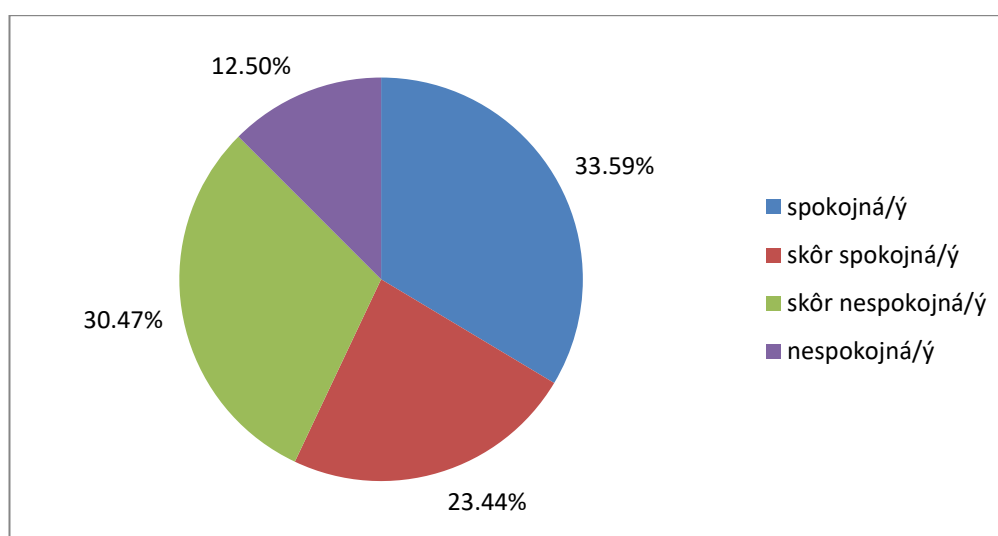
Otázka č. 4b: Ako hodnotíte Internetové bankovníctvo ČSOB z pohľadu prehľadnosti orientácie na stránkach?

Tabuľka 10 Odpovede k otázke č. 4b

spokojná/ý	skôr spokojná/ý	skôr nespokojná/ý	nespokojná/ý
43	30	39	16

[Zdroj: vlastné spracovanie]

Graf 9 Odpovede k otázke č.4b



[Zdroj: vlastné spracovanie]

Otázkou 4b sa skúmalo klientske škálové posudzovanie prehľadnosti a orientácie na stránkach Internetového bankovníctva ČSOB. Klasifikovanie bolo na škále od spokojná/ý, skôr spokojná/ý, skôr nespokojná/ý až po stupeň nespokojná/ý. Iba 33,59 % klientov je plne spokojných s prehľadnosťou a orientáciou na stránkach Internetového bankovníctva ČSOB. Skôr spokojných je 23,44 % respondentov. Skôr nespokojnosť vyjadrilo 30,47 % používateľov a úplnú nespokojnosť s prehľadnosťou a orientáciou označilo 12,50 %. V tejto problematike existuje priestor na vylepšenie spokojnosti klientov. Z výskumu vyplýva, že iba približne tretina používateľov Internetového bankovníctva ČSOB je spokojná s jeho prehľadnosťou a orientáciou na stránkach. Súčasne je približne tretina klientov skôr nespokojná a zastúpenie nespokojných klientov je tiež vysoké – 12,50 %.

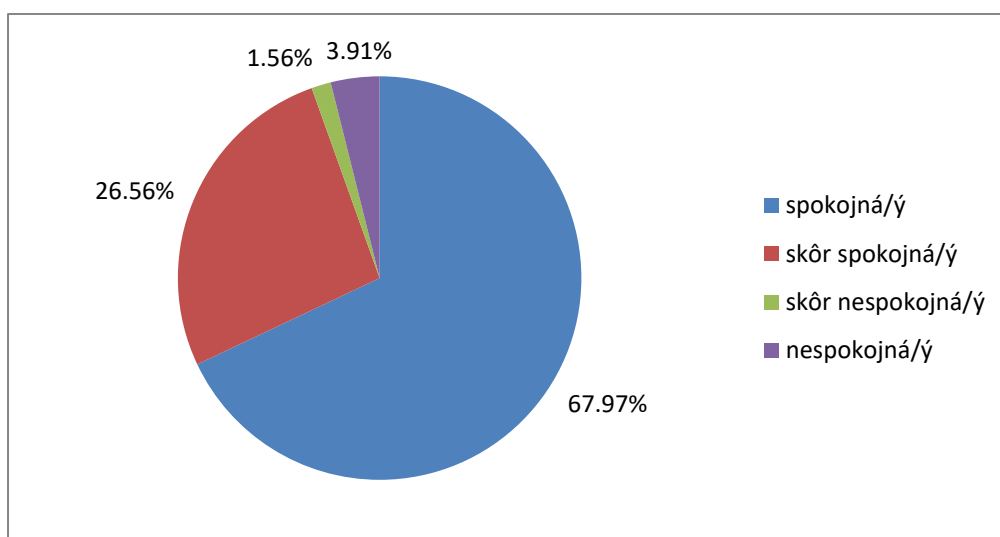
Otázka č. 4c: Ako hodnotíte Internetové bankovníctvo ČSOB z pohľadu dostupnosti?

Tabuľka 11 Odpovede k otázke č. 4c

spokojná/ý	skôr spokojná/ý	skôr nespokojná/ý	nespokojná/ý
87	34	2	5

[Zdroj: vlastné spracovanie]

Graf 10 Odpovede k otázke č.4c



[Zdroj: vlastné spracovanie]

Otázkou 4c sa skúmalo klientske škálové posudzovanie dostupnosti Internetového bankovníctva ČSOB. Klasifikovanie bolo na škále od spokojná/ý, skôr spokojná/ý, skôr nespokojná/ý až po stupeň nespokojná/ý. Nadpolovičná väčšina používateľov (67,97 %) je s dostupnosťou spokojná. Nasleduje 26,56 % skôr spokojných klientov. Hodnotením skôr nespokojná/ý odpovedalo 1,56 % a hodnotením nespokojná/ý odpovedalo 3,91 % opýtaných. Oblasť zabezpečenia Internetového bankovníctva ČSOB je podľa výskumu vnímaná pozitívne.

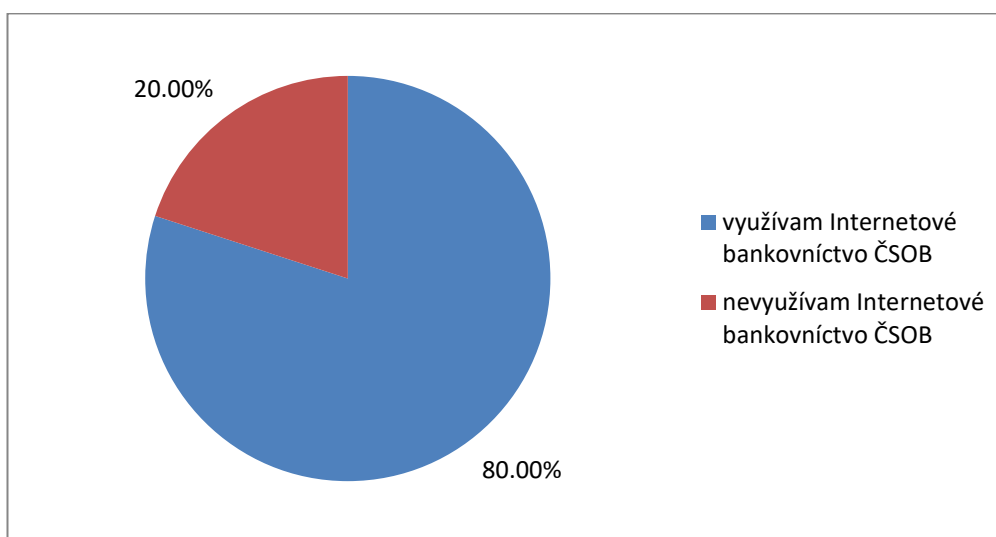
Otázka č. 4d: Internetové bankovníctvo ČSOB nevyužívam.

Tabuľka 12 Odpovede k otázke č. 4d

Internetové bankovníctvo nevyužívam	32
-------------------------------------	----

[Zdroj: vlastné spracovanie]

Graf 11 Odpovede k otázke č.4d



[Zdroj: vlastné spracovanie]

Otázkou 4d sa zaznamenávali informácie o nevyužívaní Internetového bankovníctva ČSOB. Celkovo bolo oslovených vo výskume 160 respondentov. Z toho 32 opýtaných označilo, že Internetové bankovníctvo ČSOB nevyužívajú. To znamená, že 20 % respondentov zapojených do prieskumu nevyužíva služby elektronického bankovníctva. Medzi najčastejšie uvádzané dôvody nepoužívania klienti uviedli nezáujem o Internetové bankovníctvo ČSOB. Ďalej, že nepotrebujú využívať tieto služby alebo nedôverujú bankovníctvu cez internet z hľadiska bezpečnosti a zabezpečenia prístupu. Tiež uvádzali, že v domácnosti nemajú k dispozícii potrebnú techniku a pripojenie k internetu.

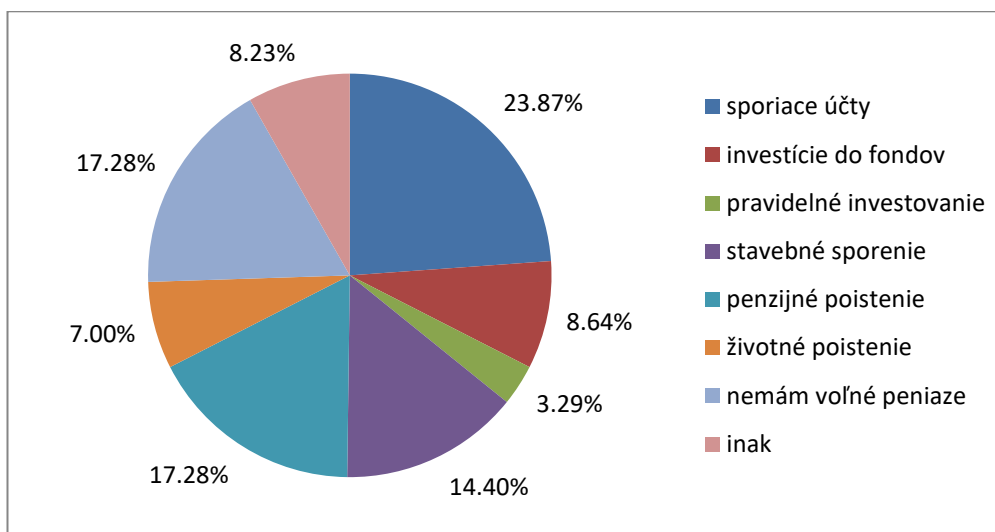
Otázka č. 5: Akým spôsobom zhodnocujete svoje voľné peniaze?

Tabuľka 13 Odpovede k otázke č.5

sporiace účty	58
investície do fondov	21
pravidelné investovanie	8
stavebné sporenie	35
penzijné poistenie	42
životné poistenie	17
nemám voľné peniaze	42
inak	20

[Zdroj: vlastné spracovanie]

Graf 12 Odpovede k otázke č.5



[Zdroj: vlastné spracovanie]

V poradí piata otázka sa venovala spôsobom zhodnocovania voľných peňažných prostriedkov klientov banky. Táto otázka prislúcha k polouzatvoreným, kde bol možný výber zo siedmych uzatvorených variant, s ktorých si klient mohol vybrať a jednej otvorenej možnosti, kde klient mohol doplniť vlastný názor. Respondenti najčastejšie zvolili možnosť zhodnocovania peňazí formou sporiaceho účtu (23,87 %). O druhé miesto sa zhodne delí

penzijné poistenie (17,28 %) a možnosť nezhodnocovania z dôvodu, že nemajú voľné peňažné prostriedky (17,28 %). Následne 14,40 % opýtaných využíva stavebné sporenie. Takmer rovnako si vedú investície do fondov (8,64 %) a možnosť inak (8,23 %). Ako iný spôsob zhodnocovania voľných peňažných prostriedkov klienti uviedli zhodnocovanie nehnuteľnosti a zhodnocovanie pomocou vlastného podnikania. V súhrne 7 % respondentov označilo variant zhodnocovania prostredníctvom životného poistenia a najmenej využívajú opýtaní klienti pravidelné investovanie (3,29 %).

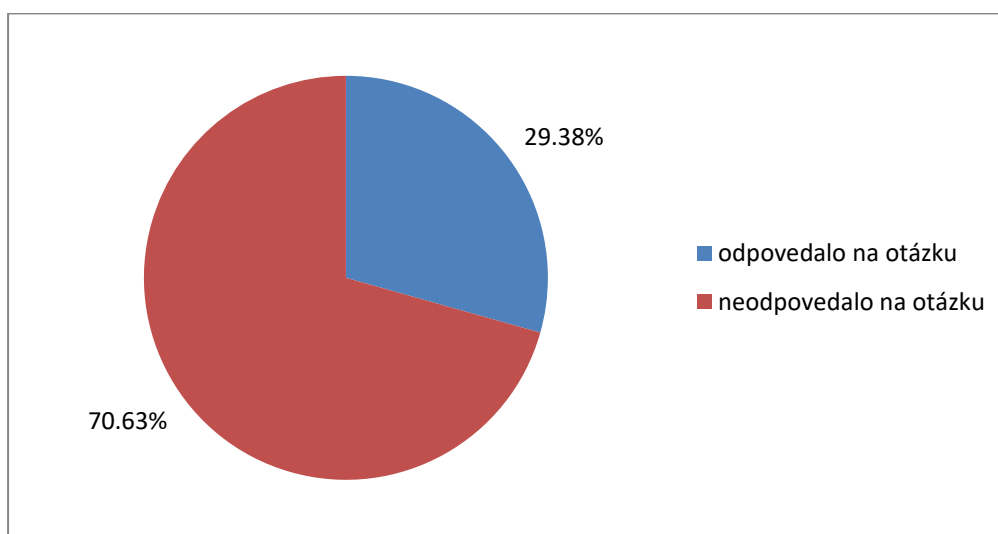
Otázka č. 6: Aká je Vaša predstava o dobre uložených peniazoch?

Tabuľka 14 Odpovede k otázke č. 6

Predstava o dobre uložených peniazoch	47
---------------------------------------	----

[Zdroj: vlastné spracovanie]

Graf 13 Odpovede k otázke č.6



[Zdroj: vlastné spracovanie]

V šiestej otázke mali klienti priestor vyjadriť svoju mienku o dobre uložených peniazoch. Spomínaná otázka patrí do oblasti otvorených otázok v dotazníku. Odpoveď bola nepovinná. Z celkového počtu 160 opýtaných respondentov sa k tejto otázke vyjadrilo 47 odpovedajúcich. Uviedli predstavu ako nehnuteľnosť a sporiaci účet. Ďalej požadovali vyššie zhodnotenie finančných prostriedkov. Konkrétne návrhy však neboli uvedené. Z výsledkov vyplýva, že väčšina respondentov, až 70,63 %, nemá žiadnu predstavu o tom, ako by chceli zhodnocovať svoje voľné finančné prostriedky.

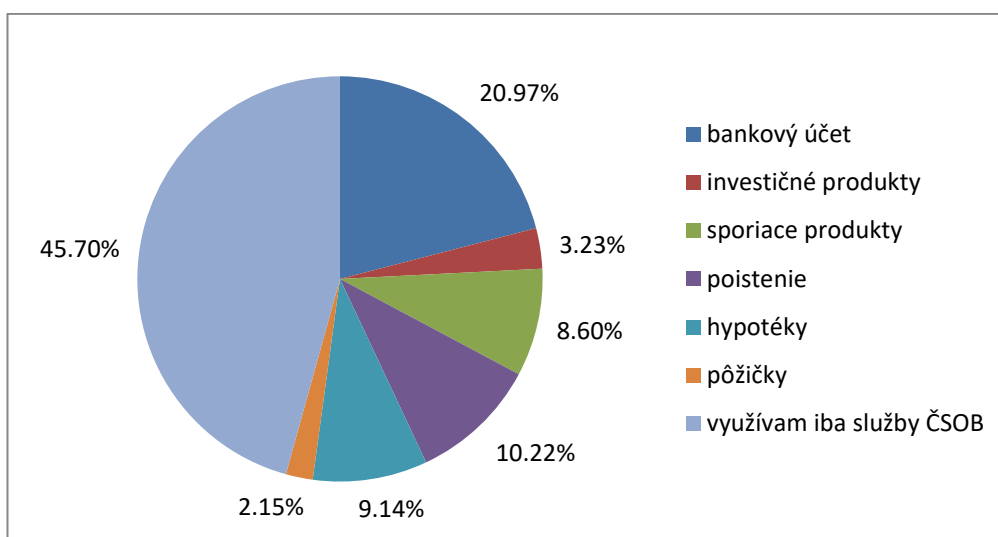
Otázka č. 7: Ktoré finančné služby využívate v inej banke?

Tabuľka 15 Odpovede k otázke č. 7

bankový účet	39
investičné produkty	6
sporiace produkty	16
poistenie	19
hypotéky	17
pôžičky	4
využívam iba služby ČSOB	85

[Zdroj: vlastné spracovanie]

Graf 14 Odpovede k otázke č.7



[Zdroj: vlastné spracovanie]

Nasledujúca, teda siedma otázka, bilancovala ČSOB z pohľadu konkurencie. Otázka bola uzatvorená a ponúkala na výber sedem možných odpovedí. Takmer polovica respondentov (45,70 %) využíva výhradne produkty a služby spoločnosti ČSOB. Ďalej až 20,97 % klientov využíva v inej banke produkt bankový účet. Skoro zhodné množstvo hlasov získalo poistenie (10,22 %) a hypotéky (9,14 %). Piate miesto dosiahli sporiace produkty (8,60 %) v iných bankách ako je ČSOB. Najnižšie zastúpenie v dotazníku majú investičné produkty (3,23 %) a pôžičky (2,15 %).

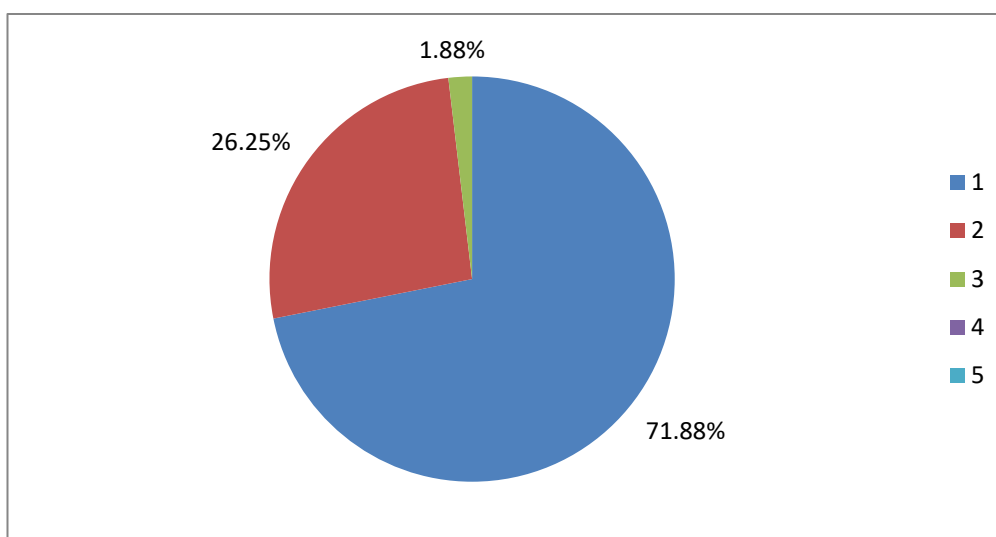
Otázka č. 8: Akú výslednú známku od Vás naša pobočka získava?

Tabuľka 16 Odpovede k otázke č.8

1	2	3	4	5
115	42	3	0	0

[Zdroj: vlastné spracovanie]

Graf 15 Odpovede k otázke č.8



[Zdroj: vlastné spracovanie]

Otázka s poradovým číslom osem, posledná otázka dotazníka, pojednávala o udelení výslednej známky pre danú pobočku. Hlasovať mohli klienti v rozmedzí známok jeden až päť. Vyberali si teda z piatich zatvorených možností. Väčšina klientov, tj. 71,88 % označilo hodnotenie známkou jeden. A teda považujú pobočku banky ČSOB za výbornú. Necelá tretina respondentov (26,25 %) priradili pobočke známkou dva a 1,88 % opýtaných ohodnotilo pobočku známkou tri. Za ďalší priaznivý výsledok sa považuje, že známky štyri a päť neboli v dotazníkovom výskume udelené ani raz.

5.3 Výsledky SWOT analýzy

SWOT analýza zobrazuje rozbor vonkajšieho a vnútorného prostredia spoločnosti. Najprv sa venuje analýze silných a slabých stránok – vnútornému prostrediu. V ďalšej časti sa analyzuje prostredie vonkajšie, konkrétne prostredníctvom príležitostí a hrozieb. Vypracovaná SWOT analýza je uvedená nižšie.

Všetky banky by mali dobre poznať svoje silné a slabé stránky ako aj príležitosti a hrozby. Toto poznanie zohráva dôležitú rolu pri určovaní stratégie, ktorú si daný subjekt vyberá pre svoje ďalšie pôsobenie na trhu.

Tabuľka 17 SWOT analýza pobočky ČSOB, a.s.

Silné stránky	Slabé stránky
<ul style="list-style-type: none"> • dlhoročná tradícia spoločnosti • dobré meno • kvalitný management • pracovníci (profesionalita, ochota, priateľský prístup ku klientom) • veľká klientela • lojalita klientov • široká škála produktov a služieb • dostupnosť pobočky • príjemná atmosféra na pobočke • CSR aktivity spoločnosti 	<ul style="list-style-type: none"> • málo parkovacích miest • dlhé rady pri pokladniach • prázdne bankomaty • nefunkčné otváranie dverí k bankomatom • nová verzia Internetového bankovníctva ČSOB • prevádzkové náklady
Príležitosti	Hrozby
<ul style="list-style-type: none"> • vývoj a inovácia produktov • zaistenie parkovacích miest • efektívnejší marketing produktov • získavanie nových klientov • vytváranie užšieho vzťahu s klientmi • aktívne oslovovanie stávajúcich klientov • viac elektronických služieb cez internet 	<ul style="list-style-type: none"> • novovznikajúce banky • odchod klientov ku konkurencii • negatívny stav na finančnom trhu • nepriaznivé politické podmienky • zníženie platobnej schopnosti dlžníkov • odchod kvalifikovaného personálu

[Zdroj: vlastné spracovanie]

Výsledkom SWOT analýzy je syntéza záverov vonkajšieho a vnútorného prostredia. Z týchto výstupov analýzy môže byť zostavených niekoľko stratégií pre danú pobočku. Je na podnikateľskom subjekte, ktorou sa bude riadiť. Je možné stanoviť scenár od strategicky najlepšieho po najhorší variant. Voľba stratégie závisí od interných podmienok v spoločnosti. Preto pri zmene vnútorných faktorov môže dôjsť aj k zmene stratégie, ktorá bude vyhovujúca. Nasledujúca Tabuľka 18 zobrazuje potenciálne SWOT stratégie pre pobočku ČSOB, a.s.

Tabuľka 18 SWOT stratégie

		Interné prostredie	
		Silné stránky (Strengths)	Slabé stránky (Weaknesses)
Externé prostredie	Príležitosti (Opportunities)	STRATÉGIA ROZVOJA „maxi-maxi“	STRATÉGIA SPOJENECTVA „mini-maxi“
		pomocou silných stránok využiť príležitosti	hľadať príležitostí a prekonať slabé stránky
	Hrozby (Threats)	STRATÉGIA OBRANNÁ „maxi-mini“	STRATÉGIA ÚTLMU „mini-mini“
		pomocou silných stránok konfrontovať hrozby	vyhýbať sa slabým stránkam a hrozbám

[Zdroj: vlastné spracovanie]

Pobočka môže zvoliť zameranie na jej silné stránky a využívať ich v prospech príležitostí z vonkajšieho prostredia. Príjemná atmosféra pobočky, široká produktová škála a prístup pracovníkov môžu byť využité na budovanie užšieho vzťahu s klientmi. Na posilnenie a udržanie postavenia na trhu môže spoločnosť využiť príležitosť vývoja a inovácií produktov a služieb.

V oblasti obrannej stratégie môže kvalitný management pobočky, zabezpečením vhodných pracovných podmienok, obmedziť hrozbu fluktuácie zamestnancov. Taktiež na základe dobrého mena, dlhodobej tradície spoločnosti ČSOB, a.s. a veľkej klientele môže konfrontovať hrozbu ako sú novovznikajúce banky a odchod existujúcich klientov ku konkurencii.

Pri stratégii „mini-maxi“ má pobočka možnosť hľadaním príležitostí prekonať slabé stránky. Na zvýšenie spokojnosti môže pobočka zabezpečiť vyšší počet parkovacích miest pre klientov, ktorí prichádzajú na pobočku autom. V snahe znížiť prevádzkové náklady a šetriť energiu sa naskytuje pobočke príležitosť zlepšenia finančnej situácie a v neposlednom rade ochrany životného prostredia.

5.4 Odporúčania pre spoločnosť ČSOB, a.s.

Spokojnosť klientov vychádza z toho, že obchodná banka neposkytuje len platobné služby, ale aj poradenstvo z oblasti platobného komfortu, poistenia, úverov a investičnej oblasti. Princípom je nájsť sféru, ktorá klienta najviac zaujíma alebo mu otvorí nové možnosti, o ktorých ani sám nevedel.

Každý klient vníma spokojnosť s poskytovanými produktmi a službami v niečom inom. Niektorí klienti využívajú platobný komfort, iní investovanie a podobne. Z tohto dôvodu je nevyhnutné nahliadať na spokojnosť klientov celostne. To znamená, že na to, aby boli klienti banky spokojní, nestačí skúmať iba mieru spokojnosti, ale tiež zisťovať a spoznávať ich potreby. Práve uvedomenie si potrieb klientov prináša príležitosť ich uspokojiť a vyvolať tak u klientov spokojnosť.

Z prevedeného dotazníkového výskumu a SWOT analýzy sú doporučené nasledujúce návrhy, ktoré by mohli prispieť k zvýšeniu spokojnosti retailovej klientely ČSOB, a.s. Prvé odporúčanie sa viaže k výsledkom prvej otázky v dotazníku. Návrhom je zabezpečiť plné obsadenie pracovníkmi pobočky a pracovníkmi na pokladniach najmä v čase 10:00 – 12:00 a následne v časovom rozmedzí 14:00 – 16:00, kedy preferuje návštevu pobočky najviac klientov. To sa týka hlavne dní pondelok a streda.

Vďaka tomuto kroku by sa taktiež zrýchlila obsluha prichádzajúcich klientov, a tým by sa zvyšovala aj spokojnosť klientov. Dostali by servis bez čakania a zefektívnila by sa tak ich návšteva pobočky. Ďalším spôsobom, ako zrýchliť obsluhu prichádzajúcich klientov, je takpovediac „naučiť“ klientov objednávať si schôdzky so svojim klientskym pracovníkom. Pre klienta by tak bol vyhradený čas, počas ktorého by sa mu pracovník pobočky mohol plnohodnotne venovať.

Veľký priestor na zlepšenie je v oblasti služieb elektronického bankovníctva. Pre zvýšenie spokojnosti s orientáciou a prehľadnosťou webových stránok Internetového bankovníctva ČSOB navrhujeme dve možnosti. Jednou je vylepšiť grafickú podobu stránok Internetového bankovníctva tak, aby bolo možné čo najjednoduchšie ovládanie. Pri ponechaní doterajšej verzie Internetového bankovníctva navrhujeme zostaviť podrobný manuál o pohybe na stránkach aj s názornými ukážkami vo forme videí a obrázkov. Ďalej aktívna pomoc zo strany pracovníkov pobočky, ktorí môžu vysvetliť, poradiť a prípadne navigovať klientov pri používaní Internetového bankovníctva.

V otázke č. 6, zameranej na predstavu o dobre zhodnotených finančných prostriedkoch, sa vyjadrila so svojou predstavou iba necelá tretina respondentov. Vysoké percento neodpovedania na túto otázku môže mať niekoľko dôvodov. Opýtaní nevyplnili v dotazníku časť zameranú na investície kvôli neznalosti produktov, ktoré majú k dispozícii a môžu využívať. Ďalšou možnosťou je, že banka ešte nedocielila stavu, aby presvedčila klientov, že im je schopná zhodnotiť voľné peňažné prostriedky. Riešením by bolo cielené marketingové oslovenie klientov zamerané na investičné produkty. Je dôležité, aby banka dobre poznala svojho klienta, vnímala jeho unikátnosť a aktuálne potreby. Pobočka sa môže zamerať na istý okruh klientov so spoločnými znakmi a na základe získaných informácií ich aktívne osloviť a hľadať najlepšiu možnosť pre klienta. Vyhne sa obsluhu stále rovnakej skupiny klientov, ktorí navštevujú pobočku pravidelne a vznikne tak priestor na oslovenie nových klientov. Ďalší krok by spočíval v rozšírení povedomia o investičných produktoch banky pomocou reklamy, letákov alebo predania informácií klientom pracovníkmi pobočky.

SWOT analýza ukázala, že silné stránky pobočky prevyšujú tie slabé. Veľmi významnou silnou stránkou pobočky je klientske vnímanie pracovníkov. Aj v dotazníkovom šetrení bol pozitívne hodnotený prístup personálu, ktorý sa snaží vyriešiť každý problém, profesionálna stránka pracovníkov a ochota pomôcť prichádzajúcim klientom. Respondenti ocenili príjemnú atmosféru na pobočke a označili ju ako najlepšiu pobočku ČSOB v Olomouci. Tu je príležitosť zamerať sa na budovanie silných a dlhotrvajúcich vzťahov medzi bankou a klientmi, ktoré by umocnili lojalitu klientov. Na základe kladných skúseností existujúcich klientov by mohla pobočka vďaka odporúčaniam získavať novú klientelu. Dochádzalo by tak k posilňovaniu významnej pozície na bankovom trhu.

Slabou stránkou pobočky, ktorú klienti vnímajú je nedostatok parkovacích miest v blízkosti pobočky. Pobočka sa nachádza vo frekventovanej časti mesta a v blízkosti železničnej stanice. Počas dňa je tam veľký pohyb automobilov a parkovisko vedľa pobočky banky nemá pre klientov dostatočnú kapacitu. Možnosťou je zriadiť nové parkovacie miesta vyhradené výlučne pre klientov pobočky ČSOB. Zvýšila by sa súčasná kapacita miest na parkovanie, čo by prispelo v zvýšení spokojnosti klientov.

Nespokojnosť klientov spôsobuje v niektorých prípadoch nefunkčnosť vchodových dverí k bankomatom v dobe, kedy je pobočka už zatvorená. Klienti sa sťažujú, že čítačka kariet, ktorá umožňuje otvorenie dverí k bankomatom nereaguje. Odporúčame pravidelný servis a kontrolu zariadenia, aby sa predchádzalo nečakaným výpadkom. V prípade

opakujúcej sa poruchy je efektívnejšie túto technológiu vymeniť za kvalitnejšiu a spoľahlivejšiu. Pobočka sa tak vyhne prípadnej nespokojnosti klientov.

V rámci výsledného hodnotenia si pobočka vedie vynikajúco. Vyše 70 % respondentov ohodnotilo pobočku známkou jeden. To poukazuje na vysokú mieru spokojnosti s vybranou pobočkou a jej dobrým postavením na trhu. Avšak v súčasnosti by sa banka mala usilovať priblížiť svojim klientom individuálnym prístupom a osobnejším vzťahom. Je to príležitosť získať konkurenčnú výhodu voči konkurenčným bankám. Cieľom je zaujímať sa o klienta a jeho potreby a životnú situáciu. Úspešné priblíženie sa produktmi ku klientovi alebo nadviazanie bližšieho vzťahu medzi bankou a klientom sa prejaví v rastúcej tendencii lojálnych klientov pobočky ČSOB. Zároveň to je opatrenie voči odchodu stávajúcich klientov do iných bánk.

ZÁVER

Cieľom bakalárskej práce bolo analyzovať spokojnosť retailovej klientely vo vybranej komerčnej banke. Bakalárska práca bola rozčlenená na dve časti. V teoretickej oblasti práce boli vymedzené základné pojmy súvisiace s bankovým podnikaním. Zložená bola z troch kapitol. Praktická časť práce obsahuje predstavenie Československej obchodnej banky, v ktorej bol aplikovaný výskum, výskumné informácie a odporúčania vyplývajúce z výsledkov prevedeného výskumu.

Prvá kapitola teoretickej časti hovorila o obchodných bankách. Ďalej popisovala súvahu bankového subjektu. V závere kapitoly boli zhrnuté špecifické znaky bilancie obchodnej banky.

V druhej kapitole boli charakterizované bankové obchody z hľadiska bilancie obchodnej banky. Analyzované boli aktívne, pasívne a neutrálne obchody.

Témou tretej kapitoly bol zákazník a jeho spokojnosť. Obsahovala načrtnutie významu kvality na spokojnosť zákazníka a popis potrieb zákazníkov. Kapitola pokračovala definíciou zákazníka a tiež retailovej klientely. Ďalšou zahrnutou problematikou bola spokojnosť zákazníka.

Štvrtá kapitola, patriaca do praktickej časti, pojednávala o charakteristike Československej obchodnej banky. Zahŕňala jej stručný profil, históriu a stratégiu. Identifikované bolo aj produktové portfólio Československej obchodnej banky.

Obsahom piatej kapitoly bola definícia výskumného cieľa bakalárskej práce, identifikácia metodiky výskumu, analýza výsledkov výskumu a ich interpretácia.

Na základe výsledkov dotazníkového výskumu a SWOT analýzy boli navrhnuté odporúčania pre pobočku ČSOB v Olomouci. Týkali sa zmeny obsadenia pobočky pracovníkmi vo vyťažených dňoch a časových intervaloch. Boli navrhnuté zmeny v oblasti Internetového bankovníctva ČSOB a zefektívnenia času, ktorý strávia klienti pri návšteve pobočky. Ďalšie postrehy sa týkali zlepšenia v investičnej oblasti banky. Na odstránenie slabých stránok bolo odporúčané vylepšiť možnosť parkovania a zabezpečiť pravidelnú kontrolu vstupných dverí k bankomatom, aby sa predišlo ich poruchám. Posledná rada sa venovala využitiu príležitosti vo forme pracovníkov, ktorí majú možnosť zvyšovať spokojnosť a lojalitu klientov pobočky.

ZOZNAM ZDROJOV

- BELÁS, Jaroslav. *Finanční trhy, bankovníctví, pojišťovnictví*. Žilina: Georg, 2013. ISBN 978-80-8154-024-0.
- BLECHARZ, Pavel. *Kvalita a zákazník*. 1. vydání. Praha: Ekopress, 2015. 160 s. ISBN 978-80-87865-20-0.
- FORET, Miroslav. *Marketingová komunikace*. 3., aktualiz. vyd. Brno: Computer Press, 2011. 486 s. ISBN 978-80-251-3432-0.
- HAGUE, Paul. *Průzkum trhu: příprava, výběr vhodných metod, provedení, interpretace získaných údajů*. Vyd. 1. Praha: Computer Press, 2003. 234 s. ISBN 80-7226-917-8.
- KALABIS, Zbyněk. *Základy bankovníctví: bankovní obchody, služby, operace a rizika*. Brno: BizBooks, 2012. ISBN 978-80-265-0001-8.
- KOLEKTIV AUTORŮ. *Bankovníctví*. 6. vyd. Praha: Bankovní institut vysoká škola, 2006. ISBN 80-726-5099-8.
- KOTLER, Philip. *Marketing management*. 10. rozš. vyd. Praha: Grada, 2001. Profesionál. ISBN 80-247-0016-6.
- KOTLER, Philip. *Moderní marketing*: 4. evropské vydání. Praha: Grada, 2007. ISBN 978-80-247-1545-2.
- LIŠKA, Petr, Štefan ELEK a Karel MAREK. *Bankovní obchody*. Praha: Wolters Kluwer, 2014. ISBN 978-80-7478-510-8.
- MELUZÍN, Tomáš a Václav ZEMAN. *Bankovníctví II*. Brno: Akademické nakladatelství CERM, 2016. ISBN 978-80-214-5447-7.
- MELUZÍN, Tomáš a Václav ZEMAN. *Bankovní produkty a služby*. Brno: Akademické nakladatelství CERM, 2014. ISBN 978-80-214-4841-4.
- NENADÁL, Jaroslav. *Moderní management jakosti: principy, postupy, metody*. Praha: Management Press, 2008. ISBN 978-807-2611-867.
- POLOUČEK, Stanislav. *Bankovníctví*. 2. vyd. Praha: C.H. Beck, 2013. Beckovy ekonomické učebnice. ISBN 978-80-7400-491-9.

SPEJCHALOVÁ, Dana. Management kvality, bezpečnosti a environmentu. Praha: Vysoká škola ekonomie a managementu, 2012. ISBN 978-808-6730-875.

SYNEK, Miloslav. *Manažerská ekonomika*. 5., aktualiz. a dopl. vyd. Praha: Grada, 2011. ISBN 978-802-4734-941.

VAŠTÍKOVÁ, Miroslava. *Marketing služeb: efektivně a moderně*. 2., aktualiz. a rozš. vyd. Praha: Grada, 2014. 268 s. ISBN 978-80-247-5037-8.

Zákony

Zákon č. 21/1992 Sb., o bankách v platném znění. [on-line]. [cit. 20.01.2018]. Dostupné z: <https://www.zakonyprolidi.cz/cs/1992-21>.

Elektronické zdroje

Aké sú možnosti investovania? *fondy.sk* [online]. [cit. 17.02.2018]. Dostupné z: <https://www.fondy.sk/podielove-fondy/moznosti-investovania/>.

Aktiva vs. pasiva. *finteligencia.blog.cz* [online]. [cit. 10.12.2017]. Dostupné z: <http://finteligencia.blog.cz/1004/aktiva-vs-pasiva>.

Americká hypotéka. *csob.cz* [online]. [cit. 21.02.2018]. Dostupné z: <https://www.csob.cz/portal/lide/produkty/hypoteky/americka-hypoteka>.

Autopůjčka. *csob.cz* [online]. [cit. 25.02.2018]. Dostupné z: <https://www.csob.cz/portal/lide/produkty/pujcky/autopujcka>.

COOL karta. *csob.cz* [online]. [cit. 29.02.2018]. Dostupné z: https://www.csob.cz/portal/lide/produkty/platbni-karty/predplacena-cool-karta-na-kapesne#vse-o-karte|ipxm_1.

Čo je to základné imanie. *podnikajte.sk* [online]. [cit. 10.12.2017]. Dostupné z: <https://www.podnikajte.sk/start-podnikania/c/2379/category/sro/article/co-je-to-zakladne-imanie.xhtml>.

ČSOB logo. *csob.cz* [online]. [cit. 07.01.2018]. Dostupné z: <https://www.csob.cz/portal/documents/10710/279706/csob-logo.png>.

Debetní karta Standard. *csob.cz* [online]. [cit. 25.02.2018]. Dostupné z: <https://www.csob.cz/portal/lide/produkty/platebni-karty/debetni-karty/debetni-karta-standard>.

Dejiny instituce. *historie.cnb.cz* [online]. [cit. 03.01.2018]. Dostupné z: http://www.historie.cnb.cz/cs/dejiny_instituce/statni_bank_a_ceskoslovenska/vznik_ceskoslovenske_obchodni_banky.html.

Devízový účet. *csob.cz* [online]. [cit. 10.01.2018]. Dostupné z: <https://www.csob.cz/portal/lide/produkty/ucty-a-platby/ucty/bezny-devizovy-ucet>.

Doplňkové penzijní spoření. *csob.cz* [online]. [cit. 19.02.2018]. Dostupné z: <https://www.csob.cz/portal/lide/produkty/sporici-produkty/doplnekove-penzijni-sporeni>.

Doplňkové penzijní spoření pro děti. *csob.cz* [online]. [cit. 19.02.2018]. Dostupné z: <https://www.csob.cz/portal/lide/produkty/sporici-produkty/doplnekove-penzijni-sporeni-pro-deti>.

Duo Profit. *csob.cz* [online]. [cit. 10.01.2018]. Dostupné z: <https://www.csob.cz/portal/lide/produkty/sporici-produkty/duo-profit>.

Hotovostní služby. *csob.cz* [online]. [cit. 07.02.2018]. Dostupné z: <https://www.csob.cz/portal/lide/produkty/ucty-a-platby/platby/hotovostni-sluzby>.

Hypotéka. *csob.cz* [online]. [cit. 21.02.2018]. Dostupné z: <https://www.csob.cz/portal/lide/produkty/hypoteky/hypoteka>.

Internetbanking. *csob.cz* [online]. [cit. 10.02.2018]. Dostupné z: <https://www.csob.cz/portal/lide/produkty/internetove-a-mobilni-bankovnictvi/internetbanking-24>.

Internetové a mobilní bankovníctví. *csob.cz* [online]. [cit. 10.02.2018]. Dostupné z: <https://www.csob.cz/portal/lide/produkty/internetove-a-mobilni-bankovnictvi#ic1=HP-CSOB~Internetove-a-mobilni-bankovnictvi>.

Klubová karta. *csob.cz* [online]. [cit. 19.02.2018]. Dostupné z: <https://www.csob.cz/portal/lide/produkty/platebni-karty/klubova-karta>.

Kreditní karta Premium. *csob.cz* [online]. [cit. 29.02.2018]. Dostupné z: <https://www.csob.cz/portal/lide/produkty/platebni-karty/kreditni-karty/kreditni-karta-premium>.

Kreditní karta pro studenty. *csob.cz* [online]. [cit. 29.02.2018]. Dostupné z: <https://www.csob.cz/portal/lide/produkty/platebni-karty/kreditni-karty/kreditni-karta-pro-studenty>.

Kreditní karta Standard. *csob.cz* [online]. [cit. 27.02.2018]. Dostupné z: <https://www.csob.cz/portal/lide/produkty/platebni-karty/kreditni-karty/kreditni-karta-standard>.

Mobilní bankomat. *csob.cz* [online]. [cit. 07.02.2018]. Dostupné z: <https://www.csob.cz/portal/lide/produkty/ucty-a-platby/platby/csob-mobilni-bankomat>.

Na nákupy. *csob.cz* [online]. [cit. 25.02.2018]. Dostupné z: <https://www.csob.cz/portal/lide/produkty/platebni-karty/csob-nanakupy>.

Obchodování na burzách. *csob.cz* [online]. [cit. 25.01.2018]. Dostupné z: <https://www.csob.cz/portal/lide/produkty/investicni-produkty/on-line-obchodovani-na-burzach>.

O ČSOB a skupine. *csob.cz* [online]. [cit. 03.01.2018]. Dostupné z: <https://www.csob.cz/portal/o-csob/o-csob-a-kbc/o-csob-a-skupine>.

Predplacená COOL karta na kapesne. *csob.cz* [online]. [cit. 10.01.2018]. Dostupné z: <https://www.csob.cz/portal/documents/10710/29976/promobox-predplacena-cool-karta-na-kapesne>.

Platební nálepka. *csob.cz* [online]. [cit. 29.02.2018]. Dostupné z: <https://www.csob.cz/portal/lide/produkty/platebni-karty/bezkontaktni-platebni-nalepky#vse-o-nalepce>.

Plus konto. *csob.cz* [online]. [cit. 10.01.2018]. Dostupné z: <https://www.csob.cz/portal/lide/produkty/ucty-a-platby/ucty/plus-konto>.

Podílové fondy. *csob.cz* [online]. [cit. 10.01.2018]. Dostupné z: <https://www.csob.cz/portal/lide/produkty/investicni-produkty/podilove-fondy>.

- Povolené přečerpání účtu. *csob.cz* [online]. [cit. 25.02.2018]. Dostupné z: <https://www.csob.cz/portal/lide/produkty/ucty-a-platby/ucty/povolene-precerpani-uctu>.
- Pravidelné investování. *csob.cz* [online]. [cit. 27.01.2018]. Dostupné z: <https://www.csob.cz/portal/lide/produkty/investicni-produkty/pravidelne-investovani>.
- Premium konto. *csob.cz* [online]. [cit. 10.01.2018]. Dostupné z: <https://www.csob.cz/portal/lide/produkty/ucty-a-platby/ucty/premium-konto>.
- Půjčka na cokoliv. *csob.cz* [online]. [cit. 22.02.2018]. Dostupné z: <https://www.csob.cz/portal/lide/produkty/pujcky/pujcka-na-cokoliv>.
- Půjčka na lepší bydlení. *csob.cz* [online]. [cit. 22.02.2018]. Dostupné z: <https://www.csob.cz/portal/lide/produkty/pujcky/pujcka-na-lepsi-bydleni>.
- Půjčka po ruce. *csob.cz* [online]. [cit. 22.02.2018]. Dostupné z: <https://www.csob.cz/portal/lide/produkty/pujcky/pujcka-po-ruce>.
- Refinancování půjčky. *csob.cz* [online]. [cit. 22.02.2018]. Dostupné z: <https://www.csob.cz/portal/lide/produkty/pujcky/refinancovani-pujcek>.
- Smartbanking. *csob.cz* [online]. [cit. 10.02.2018]. Dostupné z: <https://www.csob.cz/portal/lide/produkty/internetove-a-mobilni-bankovnictvi/smartbanking#vse-o-aplikaci>.
- Smartbanking. *lehce.info*. [online]. [cit. 03.01.2018]. Dostupné z: <http://www.lehce.info/smartbanking-a-pouzivat/>.
- Smart klíč. *csob.cz* [online]. [cit. 10.02.2018]. Dostupné z: <https://www.csob.cz/portal/lide/produkty/internetove-a-mobilni-bankovnictvi/csob-smart-klic>.
- Spoření s bonusem. *csob.cz* [online]. [cit. 17.02.2018]. Dostupné z: <https://www.csob.cz/portal/lide/produkty/sporici-produkty/sporeni-s-bonusem>.
- Spořicí účet v cizí měně. *csob.cz* [online]. [cit. 17.02.2018]. Dostupné z: <https://www.csob.cz/portal/lide/produkty/sporici-produkty/sporici-ucet-v-cizi-mene>.
- Stavební spoření. *csob.cz* [online]. [cit. 19.02.2018]. Dostupné z: <https://www.csob.cz/portal/lide/produkty/sporici-produkty/stavebni-sporeni>.

Strategie skupiny ČSOB. *csob.cz* [online]. [cit. 10.01.2018]. Dostupné z: <https://www.csob.cz/portal/o-csob/o-csob-a-kbc/o-csob-a-skupine#strategie-skupiny-csob>.

Transakce na České poště. *csob.cz* [online]. [cit. 07.02.2018]. Dostupné z: <https://www.csob.cz/portal/lide/produkty/ucty-a-platby/platby/transakce-na-ceske-poste>.

Termínovaný vklad. *csob.cz* [online]. [cit. 17.02.2018]. Dostupné z: <https://www.csob.cz/portal/lide/produkty/sporici-produkty/terminovany-vklad#poplatky>.

Termínovaný vklad Plus. *csob.cz* [online]. [cit. 17.02.2018]. Dostupné z: <https://www.csob.cz/portal/lide/produkty/sporici-produkty/terminovany-vklad-plus>.

Učtovníctvo. *euroekonom.sk* [online]. [cit. 10.11.2017]. Dostupné z: http://www.euroekonom.sk/download2/uctovnictvo/Uctovnictvo-Predmet_uctovnictvo-Prednasky.pdf.

Ukazatele likvidity. *financnyanalyza.cz* [online]. [cit. 10.11.2017]. Dostupné z: <http://financni-analyza.webnode.cz/ukazatele-likvidity/>.

Uzavřené otázky. *dotaznik-online.cz*. [online]. [cit. 21.01.2018]. Dostupné z: <http://www.dotaznik-online.cz/uzavrene-otazky.htm>.

Vlastné zdroje, cudzie zdroje a ostatné aktíva ako finančné zdroje. *euroekonom.sk* [online]. [cit. 17.12.2017]. Dostupné z: <https://www.euroekonom.sk/financie/financie-a-podnik/vlastne-zdroje-cudzie-zdroje-a-ostatne-pasiva-ako-financne-zdroje/>.

Základní účet. *csob.cz* [online]. [cit. 10.01.2018]. Dostupné z: <https://www.csob.cz/portal/lide/produkty/ucty-a-platby/ucty/zakladni-ucet>.

Základní údaje ČSOB. *csob.cz* [online]. [cit. 07.01.2018]. Dostupné z: <https://www.csob.cz/portal/o-csob/o-csob-a-kbc/o-csob-a-skupine#zakladni-udaje-csob>.

Zlatá karta MasterCard. *csob.cz* [online]. [cit. 27.02.2018]. Dostupné z: <https://www.csob.cz/portal/lide/produkty/platbni-karty/debetni-karty/zlata-karta-mastercard>.

ZOZNAM TABULIEK

Tabuľka 1 Časti platobnej karty	35
Tabuľka 2 Základné informácie o spoločnosti ČSOB, a.s.	42
Tabuľka 3 Odpovede k otázke č.1	59
Tabuľka 4 Odpovede k otázke č.2	61
Tabuľka 5 Odpovede k otázke č. 3a.....	62
Tabuľka 6 Odpovede k otázke č. 3b.....	63
Tabuľka 7 Odpovede k otázke č. 3c.....	64
Tabuľka 8 Odpovede k otázke č. 3d.....	65
Tabuľka 9 Odpovede k otázke č. 4a.....	66
Tabuľka 10 Odpovede k otázke č. 4b.....	67
Tabuľka 11 Odpovede k otázke č. 4c.....	68
Tabuľka 12 Odpovede k otázke č. 4d.....	69
Tabuľka 13 Odpovede k otázke č.5.....	70
Tabuľka 14 Odpovede k otázke č. 6.....	72
Tabuľka 15 Odpovede k otázke č. 7.....	73
Tabuľka 16 Odpovede k otázke č.8.....	74
Tabuľka 17 SWOT analýza pobočky ČSOB, a.s.	75
Tabuľka 18 SWOT stratégie	76

ZOZNAM GRAFOV

Graf 1 Grafická závislosť spokojnosti zákazníka a prevedenia charakteristickej črty	38
Graf 2 Odpovede k otázke č.1	59
Graf 3 Odpovede k otázke č.2.....	61
Graf 4 Odpovede k otázke č.3a	62
Graf 5 Odpovede k otázke č.3b.....	63
Graf 6 Odpovede k otázke č.3c	64
Graf 7 Odpovede k otázke č.3d.....	65
Graf 8 Odpovede k otázke č.4a	66
Graf 9 Odpovede k otázke č.4b.....	67
Graf 10 Odpovede k otázke č.4c	68
Graf 11 Odpovede k otázke č.4d.....	69
Graf 12 Odpovede k otázke č.5	70
Graf 13 Odpovede k otázke č.6.....	72
Graf 14 Odpovede k otázke č.7.....	73
Graf 15 Odpovede k otázke č.8.....	74

ZOZNAM OBRÁZKOV

Obrázok 1 Stručný proces marketingového výskumu.....	39
Obrázok 2 Logo ČSOB, a.s.....	44
Obrázok 3 COOL karta.....	56

ZOZNAM PRÍLOH

Príloha 1 Dotazník	89
Príloha 2 Zjednodušená bilancia bankového subjektu	91
Príloha 3 Model spokojnosti zákazníka	92

PRÍLOHY

Príloha 1 Dotazník

Vážený kliente / Vážená klientko,

na Vašem názoru a spokojenosti nám veľmi záleží, preto Vás prosíme o vyplnení krátkého dotazníku. Výsledky průzkumu použijeme pro zkvalitnění naší poskytovaných služeb.

Spokojenost klientů banky vychází z toho, že banka neposkytuje pouze platební služby, ale také poradenství z oblasti platebního komfortu, pojištění, úvěrů a investic. Principem je najít oblast, která klienta nejvíce zajímá a zároveň objevit zónu, která otevře klientovi nové možnosti, o kterých dosud nevěděl.

1. Který den a která hodina je pro Vás nevhodnější pro návštěvu pobočky?

- | | |
|----------------------------------|--|
| <input type="checkbox"/> pondělí | <input type="checkbox"/> 08 ⁰⁰ – 10 ⁰⁰ |
| <input type="checkbox"/> úterý | <input type="checkbox"/> 10 ⁰⁰ – 12 ⁰⁰ |
| <input type="checkbox"/> středa | <input type="checkbox"/> 12 ⁰⁰ – 14 ⁰⁰ |
| <input type="checkbox"/> čtvrtek | <input type="checkbox"/> 14 ⁰⁰ – 16 ⁰⁰ |
| <input type="checkbox"/> pátek | <input type="checkbox"/> 16 ⁰⁰ – 18 ⁰⁰ |

2. Co nejčastěji řešíte osobně na pobočce banky?

- hotovostní operace
- platební příkazy
- změny PK
- změny k účtům
- změny jiné (můžete specifikovat)

- nespokojenost se službami, stížnosti (můžete specifikovat)

Platební komfort

3. Jak byste charakterizovali:

- | | spokojená / ý | spíše spokojená / ý | spíše nespokojená / ý | nespokojená / ý |
|--|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|
| a) přístup a ochotu pracovníků? | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| b) rychlost pracovníků? | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| c) znalosti pracovníka o produktech? | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| d) celkový dojem z úrovně obsluhy pracovníkem? | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |

4. Jak hodnotíte Internetové bankovníctví ČSOB z pohledu:

- | | spokojená / ý | spíše spokojená / ý | spíše nespokojená / ý | nespokojená / ý |
|---|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|
| a) zabezpečení? (sms klíč, SMART klíč) | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| b) přehlednosti a orientace na stránkách? | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| c) dostupnosti? (počet výpadků) | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |

d) nevyužívám z důvodu:

Oblast zhodnocení

Naši spokojení klienti získali zkušenost na základě zajištěných fondů a pravidelného investování. Dnes vědí, že dokážu zhodnotit úspory lépe než se spořicími účtem.

5. Jakým způsobem zhodnocujete své volné peníze nyní?

- spořicí účty
- investice do fondů
- pravidelné investování
- stavební spoření
- penzijní pojištění
- životní pojištění se spořením
- nemám volné peníze
- jinak (můžete specifikovat)

6. Jaká je Vaše představa o dobře uložených penězích?

ČSOB vs. konkurence

7. Které finanční služby využíváte v jiné bance?

- bankovní účet
- investiční produkty
- spořicí produkty
- pojištění
- hypotéky
- půjčky
- využívám jen služby ČSOB

můžete specifikovat

8. Jakou výslednou známku od Vás naše pobočka získává?

- | | | | | |
|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| nejlepší | | | | nejhorší |

Váš prostor pro pochvalu:

Váš prostor pro námět k zlepšení:

Děkujeme Vám, za Váš drahocenný čas strávený nad vyplněním dotazníku.
Váš kolektiv pracovníků ČSOB Olomouc Jeremenkova 40B

[Zdroj: Vlastný dotazníkový výzkum]

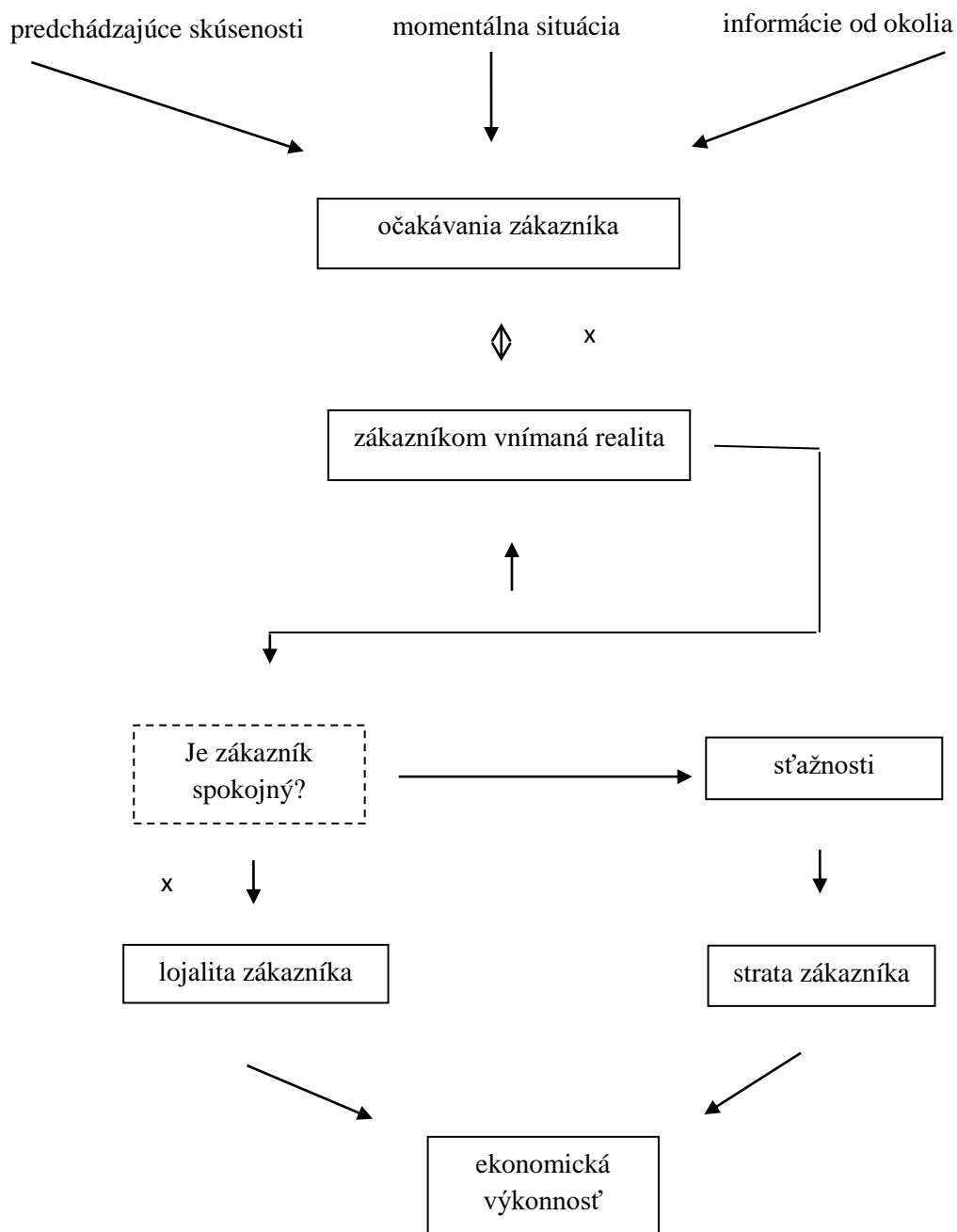
Príloha 2 Zjednodušená bilancia bankového subjektu

AKTÍVA	PASÍVA
<p>Krátkodobý finančný majetok</p> <p>pokladničná hotovosť</p> <p>vklady v centrálnej banke</p> <p>cenné papiere oceňované reálnou hodnotou</p> <p>zaist'ovacie deriváty s kladnou reálnou hodnotou</p> <p>realizovateľné cenné papiere</p> <p>pohľadávky za bankami</p> <p>pohľadávky za klientov</p> <p>finančné investície držané do splatnosti</p> <p>ostatné aktíva</p> <p>majetkovej účasti</p> <p style="padding-left: 20px;">s rozhodujúcim vplyvom</p> <p style="padding-left: 20px;">s podstatným vplyvom</p> <p>Dlhodobý nehmotný majetok</p> <p>dlhodobý nehmotný majetok</p> <p>Dlhodobý hmotný majetok</p> <p>dlhodobý hmotný majetok</p>	<p>Cudzíe zdroje (záväzky)</p> <p>záväzky voči bankám</p> <p>záväzky voči klientom</p> <p>finančné záväzky v reálnej hodnote</p> <p>zaist'ovacie deriváty s - reálnou hodnotou</p> <p>emitované cenné papiere</p> <p>rezervy</p> <p>ostatné pasíva</p> <p>podriadený dlh</p> <p>Vlastné zdroje (majetok)</p> <p>základný kapitál</p> <p>emisné ážio</p> <p>rezervné fondy a fondy zo zisku</p> <p>kapitálové fondy</p> <p>nerozdelený zisk / neuhradená strata</p> <p>z predchádzajúcich období</p> <p>zisk / strata za účtovné obdobie</p>
AKTÍVA CELKOM	PASÍVA CELKOM

[Zdroj: vlastné spracovanie podľa Bankovníctví]¹⁰¹

¹⁰¹ Srov. KOLEKTIV AUTORŮ, *Bankovníctví*, s. 22.

Príloha 3 Model spokojnosti zákazníka



[Zdroj: vlastné spracovanie podľa Moderní management jakosti]¹⁰²

¹⁰² Srov. NENADÁL, J., *Moderní management jakosti: principy, postupy, metody*, s. 87.

ANOTÁCIA

PERUNOVÁ, Michaela. *Analýza spokojnosti retailovej klientely vo vybranej komerčnej banke*. Olomouc 2018. Bakalárska práca. Moravská vysoká škola Olomouc. Vedúci práce: Ing. Zuzana Stefanovová, PhD.

Názov práce: Analýza spokojnosti retailovej klientely vo vybranej komerčnej banke

Autor: Michaela Perunová

Ústav: Ústav podnikovej ekonomiky

Vedúci práce: Ing. Zuzana Stefanovová, PhD.

Abstrakt: Cieľom bakalárskej práce je analyzovať spokojnosť retailovej klientely vo vybranej komerčnej banke. Teoretická časť práce obsahuje tri kapitoly. Prvá kapitola predstavuje definíciu banky, informácie o bankovej licencií a účtovnom výkaze - bankovej bilancii. Druhá kapitola je o bankových obchodoch bánk. Obsahuje delenie a charakteristiku aktívnych, pasívnych a neutrálnych obchodov obchodnej banky. Posledná kapitola teoretickej časti je o spokojnosti zákazníka. Opisuje proces skúmania spokojnosti a definíciu zákazníka a spokojnosti. Praktická časť je zložená z predstavenia firmy, kde prebiehal výskum, opisuje metódu výskumu a analyzuje výsledky výskumu. V závere bakalárskej práce navrhujeme odporúčenia k zlepšeniu spokojnosti klientov.

Kľúčové slová: obchodná banka, bankové obchody, spokojnosť klienta

ANNOTATION

PERUNOVÁ, Michaela. Analysis of the Satisfaction of the Retail Client in a Selected Commercial Bank. Olomouc 2018. Bachelor thesis. Moravian University College Olomouc. Supervisor: Ing. Zuzana Stefanovová, PhD.

Title: Analysis of the Satisfaction of the Retail Client in a Selected Commercial Bank

Author: Michaela Perunová

Department: Department of Business Economics

Supervisor: Ing. Zuzana Stefanovová, PhD.

Abstract: The aim of this bachelor thesis is to analyze the satisfaction of the retail client in a selected commercial bank. The theoretical part of the thesis contains three chapters. The first chapter formulates the bank's definition and information on the financial statement – the bank balance sheet. The second chapter is about banks' transactions. It includes the division and the characteristics of active, passive and neutral trades of a commercial bank. The last chapter of the theoretical part is about customer satisfaction. It describes the process of satisfaction exploration and customer definition and satisfaction. The practical part consists of a company presentation, where research is conducted, describes research methods and analyzes the results of the research. In the end of the bachelor thesis we will propose recommendations for improving the satisfaction of clients.

Keywords: commercial bank, bank trades, client satisfaction