

**ČESKÁ ZEMĚDĚLSKÁ UNIVERZITA V PRAZE**

---

**Provozně ekonomická fakulta**

**Katedra statistiky**



**TEZE DIPLOMOVÉ PRÁCE**

**STATISTICKÉ POROVNÁNÍ NABÍZENÝCH PRODUKTŮ  
VE VYBRANÝCH BANKÁCH**

**Bc. Barbora Bachmeierová**

© 2017 ČZU v Praze

## **Souhrn**

Diplomová práce se zabývá analýzou situace současného českého komerčního bankovníctví. Pozornost je zaměřena na rozdíly mezi velkými tradičními bankami a novými nízkonákladovými bankami a jimi nabízeným portfoliem produktů. V práci je provedeno srovnání běžných, studentských a spořicíh účtů, které jsou nabízeny šesti vybranými bankami. U vybraných bank je prostřednictvím analýzy časových řad provedena analýza vývoje počtu klientů a také predikce jejich dalšího vývoje. Vybranými bankami jsou ČSOB, Česká spořitelna a Komerční banka jako zástupci tradičních bank, a mBank, Fio banka a AirBank jako zástupci nízkonákladových bank. Součástí práce je i dotazníkové šetření, které je zaměřeno na názory a požadavky klientů, týkajících se běžných osobních účtů, spořicíh a úvěrových produktů. Ze získaných dat jsou provedeny testy nezávislosti vybraných znaků a jejich statistická významnost. Na základě získaných dat jsou formulovány návrhy a doporučení, které by měly zlepšit poskytování produktů a služeb jednotlivých bankovních subjektů.

## **Klíčová slova**

finanční trh, centrální banka, bankovní soustava, obchodní banka, klient, bankovní produkt, běžný účet, bankovní poplatky, statistická analýza, dotazníkové šetření

## **Cíl práce**

Cílem práce je statistické porovnání nabízených vybraných bankovních produktů, (běžných, studentských a spořicíh účtů), které jsou nabízeny třemi největšími bankami s dlouholetou existencí na českém bankovním trhu (ČSOB, Česká spořitelna a Komerční banka) a třemi nízkonákladovými a relativně novými bankami (mBank, Fio banka a Air Bank). Dále je provedena analýza vývoje počtu klientů výše uvedených bankovních subjektů a predikce vývoje v letech 2016, 2017 a 2018. Neméně důležitou částí práce je analýza vlastního dotazníkového šetření, které se zaměřuje na vlivy rozhodování klientů o výběru banky a o využívání bankovních služeb. Na základě všech získaných poznatků jsou pak sestaveny návrhy a doporučení na zlepšení poskytovaných bankovních služeb.

## **Metodika**

Pro výpočet prognózy počtu klientů jednotlivých bank byla využita analýza časových řad v softwaru Statistica. Významným zdrojem dat pro analytickou část práce byly výroční zprávy a webové stránky vybraných bankovních subjektů. Pro získání dat o využívání bankovních služeb v České republice bylo použito vlastní dotazníkové šetření. Vyhodnocení dotazníkového šetření bylo provedeno testováním nezávislosti vztahů kvalitativních znaků prostřednictvím metod asociace a kontingence, provedených taktéž v softwaru Statistica. Ke zpracování teoretické části práce byla využita metodika prostudování příslušné odborné literatury a validních internetových zdrojů.

## **Návrhy a doporučení**

V souvislosti se vznikem nových nízkonákladových bank v České republice se dá současný bankovní trh považovat za silné konkurenční prostředí. Výrazným rozlišujícím znakem nabízených produktů napříč bankami je výše poplatků a úrokových sazeb u nabízených produktů.

Konzervativní Češi se obvykle řídí heslem „co mám vyzkoušené, to je dobré“, což je přívětivé pro velké banky s několikaletou existencí na trhu. Ovšem určitou hrozbou pro tyto banky může být mladá generace, která upřednostňuje především nízké náklady spojené se správou financí a již nehledí na dostupnost pobočky či bankomatu. Určitým řešením vedoucím k menším odlivům klientů z velkých bank by mohlo být snížení poplatků za určité služby, zvýšení úroků u spořicíh produktů a snížení úrokových sazeb u úvěrových produktů.

Pokud by nízkonákladové banky chtěly i nadále získávat čím dál větší počet klientů, měly by rozšířit spektrum nabízených produktů a služeb o ty, které jsou v současné době ve standardní nabídce velkých bank. Rozšíření nabídky produktů a služeb by zároveň bylo určitou pojistkou, aby klienti od těchto bank neodcházeli k velkým subjektům, které jim jsou schopny požadované produkty nabídnout.

Dalším doporučením pro banky je jednoduchost, dostupnost a srozumitelnost komunikace s klienty. Webové stránky, jako primární zdroj informací pro klienty, by měly

být maximálně přehledné a intuitivní. Banky by také měly potenciální nové klienty informovat o kodexu mobility, který usnadňuje přechod z jedné banky ke druhé.

## **Závěr**

Z komparace analyzovaných běžných účtů vyplývá, že stejné služby může mít klient v rámci běžného osobního účtu u několika bank zcela zdarma, pokud ovšem splní určitou obrátovou podmínku. Nízkonákladové banky zpravidla nabízejí nejvýhodnější běžné osobní účty. Z porovnání studentských účtů vyplývá, že nejvýhodnějšími studentskými účty jsou ČSOB Studentské konto a ČS Základní účet Pro studenty, u kterých jsou všechny služby zdarma a bez plnění jakýchkoli podmínek. Z porovnání spořicíh účtů je zřejmé, že nejjednodušším spořicíh účtem je Spoření České spořitelny, které nepožaduje minimální vklad a trvalý zůstatek, ani povinnost mít zřízen běžný účet u téže banky.

V průměru nejvíce klientů měla Česká spořitelna – 5 209 941 klientů, naopak nejméně klientů v průměru měla Air Bank – 210 000 klientů, což je dáno především její krátkou existencí na bankovním trhu. Největší úbytek klientů zaznamenala Česká spořitelna, v průměru o 51 571 klientů ročně. Naopak největší přírůstek měla Fio banka, v průměru o 106 534 klientů ročně. Nejvyšší koeficient růstu byl zaznamenán u Air Bank, konkrétně ve výši 4,4545% ročně.

Největší zastoupení mezi respondenty má ČSOB. Nejdůležitějším kritériem při volbě banky je výše měsíčních poplatků spojených s vedením účtu a se základními službami a dostupnost bankomatů a poboček. Průměrná výše měsíčních poplatků spojených s užíváním účtu se nejčastěji pohybuje ve výši 0 až 100 Kč. Téměř všichni respondenti jsou se svou bankou spokojeni a neuvažují o její změně. Ke spoření volných finančních prostředků jsou nejvíce využívány spořicí účty u stejné banky, jako je zřízen běžný účet, a penzijní připojištění. Nejdůležitějšími kritérii pro výběr bankovního úvěru je pro klienty výše úrokové sazby a případně její fixace u hypotečního úvěru a celková splacená částka.

Prokázané závislosti kvalitativních znaků byly zjištěny mezi vztahem banky s věkem klienta a mezi vztahem měsíčního příjmu s měsíčními poplatky. Tyto závislosti byly očekávané, mladí respondenti si vybírají spíše nové a nízkonákladové banky, a čím nižší

příjem respondent má, tím méně peněz je ochoten vynakládat za poplatky spojené s běžným osobním účtem. Obě tyto závislosti byly vyhodnoceny jako slabé až střední.

### **Seznam vybrané literatury**

- [1] BLAŽEK, Jiří a UKLEIN, Jiří. *Bankovníctví*. 1. vyd. Brno: Doplněk, 1997. ISBN 80-85765-91-8.
- [2] DVOŘÁK, Petr. *Bankovníctví pro bankéře a klienty*. 3. přeprac. a rozš. vyd. Praha: Linde, 2005. ISBN 80-7201-515-X.
- [3] HINDLS, Richard, HRONOVÁ, Stanislava a SEGER, Jan. *Statistika pro ekonomy*. 5. vyd. Praha: Professional Publishing, 2004. ISBN 80-86419-59-2.
- [4] JÍLEK, Josef. *Finanční trhy*. 1. vyd. Praha: Grada, 1997. ISBN 80-7169-453-3.
- [5] JUŘÍK, Pavel. *Historie bank a spořitelén v Čechách a na Moravě*. 1. vyd. Praha: Libri, 2011. ISBN 978-80-7277-488-3.
- [6] KALABIS, Zbyněk. *Základy bankovníctví: bankovní obchody, služby, operace a rizika*. 1. vyd. Brno: BizBooks, 2012. ISBN 978-80-265-0001-8.
- [7] LANDOROVÁ, Anděla a KOŠTEKOVÁ, Věra. *Peníze a banky*. 1. vyd. Praha: Univerzita Karlova, 1997. ISBN 80-7184-355-5.
- [8] PŮLPÁN, Karel. *Slovník bankovníctví, pojišťovnictví a kapitálových trhů*. 1. vyd. Praha: Public History, 1998. ISBN 80-902193-2-2.
- [9] REVENDA, Zbyněk. *Centrální bankovníctví*. 3. aktualiz. vyd. Praha: Management Press, 2011. ISBN 978-80-7261-230-7.
- [10] SEKERKA, Bohuslav. *Banky a bankovní produkty*. 1. vyd. Praha: Profess Consulting, 1997. ISBN 80-85235-51-7.