

ČESKÁ ZEMĚDĚLSKÁ UNIVERZITA V PRAZE

Provozně ekonomická fakulta

Katedra statistiky



DIPLOMOVÁ PRÁCE

**STATISTICKÉ POROVNÁNÍ NABÍZENÝCH PRODUKTŮ
VE VYBRANÝCH BANKÁCH**

Bc. Barbora Bachmeierová

© 2017 ČZU v Praze

ČESKÁ ZEMĚDĚLSKÁ UNIVERZITA V PRAZE

Provozně ekonomická fakulta

ZADÁNÍ DIPLOMOVÉ PRÁCE

Bc. Barbora Bachmeierová

Provoz a ekonomika

Název práce

Statistické porovnání nabízených produktů ve vybraných bankách

Název anglicky

Statistical comparison of bank products offered by selected banks

Cíle práce

Cílem práce je statistické porovnání vybraných bank na základě jejich nabízených produktů. Analýza bude provedena za pomoci vhodných ukazatelů jak z pohledu banky, tak i z pohledu klienta. Výsledkem práce bude porovnání jednotlivých vybraných bankovních produktů a návrhy na možné zlepšení kvality poskytovaných služeb.

Metodika

Zdrojem dat budou údaje získané přímo ve vybraných bankách a dále bude provedeno vlastní dotazníkové šetření mezi klienty. Získaná data budou statisticky vyhodnocena pomocí metod z oblasti časových řad, indexní analýzy a z oblasti analýzy závislosti kvalitativních znaků.

Harmonogram zpracování:

Studium odborné literatury a odborných textů: 03/2016-09/2016

Předložení konečné podoby literární rešerše: 10/2016

Sběr a zpracování dat: 08/2016-1/2017

Předložení konečné podoby diplomové práce: 02/2017

Doporučený rozsah práce

60-80 stran

Klíčová slova

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

Doporučené zdroje informací

ČESKO. Zákon č. 21/1992 Sb., o bankách. In: Sběrka zákonů. 2016. Dostupné z:
<https://portal.gov.cz/app/zakony/zakon.jsp?page=0&nr=21~2F1992&rpp=15#seznam>
DVOŘÁK, Petr. Bankovníctví pro bankéře a klienty. 3. přeprac. a rozš. vyd. Praha: Linde, 2005. ISBN 80-7201-515-X.
HINDLS, Richard, HRONOVÁ, Stanislava a SEGER, Jan. Statistika pro ekonomy. 2. vyd. Praha: Professional Publishing, 2002. ISBN 80-86419-30-4
JÍLEK, Josef. Finanční trhy. 1. vyd. Praha: Grada, 1997. ISBN 80-7169-453-3
KALABIS, Zbyněk. Bankovní služby v praxi. 1. vyd. Brno: Computer Press, 2005. ISBN 80-251-0882-1
POLOUČEK, Stanislav. Bankovníctví. 1. vyd. Praha: C.H. Beck, 2006. ISBN 80-7179-462-7
PŮLPÁN, Karel. Slovník bankovníctví, pojišťovnictví a kapitálových trhů. 1. vyd. Praha: Public History, 1998. ISBN 80-902193-2-2.
PŮLPÁNOVÁ, Stanislava. Komerční bankovníctví v České republice. 1. vyd. Praha: Oeconomica, 2007. ISBN 978-80-245-1180-1.
REVENDA, Zbyněk. Centrální bankovníctví. 1. vyd. Praha: Management Press, 1999. ISBN 80-85943-89-1
SEKERKA, Bohuslav. Banky a bankovní produkty. Praha: Profess, 1997. ISBN 80-85235-51-X

Předběžný termín obhajoby

2016/17 LS – PEF

Vedoucí práce

doc. Ing. Marie Prášilová, CSc.

Garantující pracoviště

Katedra statistiky

Elektronicky schváleno dne 25. 11. 2016

prof. Ing. Libuše Svatošová, CSc.

Vedoucí katedry

Elektronicky schváleno dne 25. 11. 2016

Ing. Martin Pelikán, Ph.D.

Děkan

V Praze dne 19. 03. 2017

Čestné prohlášení

Prohlašuji, že svou diplomovou práci „Statistické porovnání nabízených produktů ve vybraných bankách“ jsem vypracovala samostatně pod vedením vedoucí diplomové práce a s použitím odborné literatury a dalších informačních zdrojů, které jsou citovány v práci a uvedeny v seznamu literatury na konci práce. Jako autorka uvedené diplomové práce dále prohlašuji, že jsem v souvislosti s jejím vytvořením neporušila autorská práva třetích osob.

V Praze, dne 28. 3. 2017

Poděkování

Ráda bych touto cestou poděkovala doc. Ing. Marii Prášilové, CSc., vedoucí mé diplomové práce, za cenné rady a odborné vedení, které mi poskytla při zpracování této práce. Děkuji tímto i své rodině a přátelům za oporu a podporu ve studiu. Nemalé poděkování patří PaedDr. Evě Kramperové, MBA za korekturu práce a praktické rady.

Statistické porovnání nabízených produktů ve vybraných bankách

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 poplatek

statistická analýza

dotazníkové šetření

Statistical comparison of bank products offered by selected banks

Summary

This thesis analyzes the current Czech commercial banking system. Attention is focused on the differences between large traditional banks and new low-cost banks and offer of their products portfolio. The comparison is made of current, student and savings accounts, which are offered by six selected banks. Within selected banks is done through analysis of time series the analysis of the evolution of number of clients and also predictions of their further development. Selected banks are CSOB, Czech Savings Bank and Komerční banka as representatives of traditional banks and mBank, Fio banka and Air Bank as a low-cost banks representatives. The work also includes a survey, which focuses on the opinions and demands of clients concerning current personal accounts, savings and credit products. Based on the data obtained are carried out tests of independence on the selected features and their statistical significance. Based on the obtained data are formulated proposals and recommendations that would improve the delivery of products and services of individual banking institutions.

Keywords

financial market

central bank

bank system

commercial bank

client

bank product

current account

bank charge

statistical analysis

questionnaire

OBSAH

1	ÚVOD	13
2	CÍL PRÁCE A METODIKA.....	15
2.1	Cíl práce	15
2.2	Metodika	15
2.2.1	Analýza časových řad.....	15
2.2.2	Dotazníkové šetření a jeho zpracování.....	17
2.2.3	Závislost kvalitativních znaků.....	18
3	LITERÁRNÍ REŠERŠE	21
3.1	Historie bankovníctví.....	21
3.1.1	Historie českého bankovníctví a české měny.....	21
3.2	Finanční trh	22
3.3	Bankovní systém.....	24
3.3.1	Legislativní nástroje	25
3.3.2	Bankovní licence	26
3.3.3	Garanční systém finančního trhu.....	26
3.3.4	Česká bankovní asociace.....	27
3.3.5	Česká národní banka (ČNB).....	27
3.3.6	Komerční (obchodní) banky.....	28
3.3.7	Specializované banky	30
3.3.8	Kodex „Mobilita klientů – postup při změně banky“.....	31
3.4	Bankovní produkty	31
3.4.1	Běžný účet	32
3.4.2	Spořicí účet.....	33
3.4.3	Spotřebitelský úvěr.....	34
3.4.4	Hypotéční úvěr	35
3.4.5	Cena bankovních produktů.....	36
3.5	Bankovní tajemství a jeho ochrana	36
4	CHARAKTERISTIKA VYBRANÝCH BANKOVNÍCH SUBJEKTŮ	38
4.1	Vybrané banky	38
4.1.1	Československá obchodní banka.....	39
4.1.2	Česká spořitelna	40
4.1.3	Komerční banka	41

4.1.4	mBank	42
4.1.5	Fio banka	43
4.1.6	Air Bank	44
4.2	Grafická srovnání některých údajů o vybraných bankách.....	44
5	ANALÝZA DOSAŽENÝCH VÝSLEDKŮ.....	48
5.1	Porovnání nabízených produktů ve vybraných bankách.....	48
5.1.1	Běžné osobní účty	48
5.1.2	Studentské účty.....	53
5.1.3	Spořicí účty.....	56
5.2	Analýza vývoje počtu klientů vybraných bank	60
5.2.1	Vývoj počtu klientů Československé obchodní banky.....	61
5.2.2	Vývoj počtu klientů České spořitelny	64
5.2.3	Vývoj počtu klientů Komerční banky	66
5.2.4	Vývoj počtu klientů Fio banky	68
5.2.5	Vývoj počtu klientů Air Bank	70
5.3	Vyhodnocení dotazníkového šetření.....	72
5.3.1	Charakteristika respondentů	73
5.3.2	Analýza využití bankovních produktů	74
5.3.3	Analýza závislosti kvalitativních znaků	83
5.4	Návrhy a doporučení.....	91
6	ZÁVĚR.....	94
7	SEZNAM LITERATURY A INTERNETOVÝCH ZDROJŮ	97
7.1	Literatura.....	97
7.2	Internetové zdroje	99
8	PŘÍLOHY	101

Seznam tabulek:

Tabulka č. 1: Asociační tabulka	18
Tabulka č. 2: Kontingenční tabulka	20
Tabulka č. 3: Vybrané produkty nabízené ČSOB k 31. říjnu 2016	40
Tabulka č. 4: Vybrané produkty nabízené Českou spořitelnou k 31. říjnu 2016.....	41
Tabulka č. 5: Vybrané produkty nabízené Komerční bankou k 31. říjnu 2016	42
Tabulka č. 6: Vybrané produkty nabízené mBank k 31. říjnu 2016	43
Tabulka č. 7: Vybrané produkty nabízené Fio bankou k 31. říjnu 2016.....	43
Tabulka č. 8: Vybrané produkty nabízené Air Bank k 31. říjnu 2016	44
Tabulka č. 9: Přehled poplatků vybraných běžných osobních účtů v Kč	53
Tabulka č. 10: Přehled poplatků vybraných studentských účtů v Kč	55
Tabulka č. 11: Přehled vybraných spořicíh účtů	60
Tabulka č. 12: Elementární charakteristiky počtu klientů ČSOB v letech 2005-2015	62
Tabulka č. 13: Předpověď počtu klientů ČSOB pro roky 2016, 2017 a 2018	63
Tabulka č. 14: Elementární charakteristiky počtu klientů České spořitelny v letech 2001-2015	64
Tabulka č. 15: Předpověď počtu klientů České spořitelny pro roky 2016, 2017 a 2018 ...	66
Tabulka č. 16: Elementární charakteristiky počtu klientů Komerční banky v letech 2004-2015	66
Tabulka č. 17: Předpověď počtu klientů Komerční banky pro roky 2016, 2017 a 2018 ...	68
Tabulka č. 18: Elementární charakteristiky počtu klientů Fio banky v letech 2010-2015.	68
Tabulka č. 19: Předpověď počtu klientů Fio banky pro roky 2016, 2017 a 2018.....	70
Tabulka č. 20: Elementární charakteristiky počtu klientů Air Bank v letech 2011-2015 ..	70
Tabulka č. 21: Předpověď počtu klientů Air Bank pro roky 2016, 2017 a 2018	72
Tabulka č. 22: Kritéria pro výběr banky	75
Tabulka č. 23: Forma spoření finančních prostředků.....	81
Tabulka č. 24: Kritéria při výběru bankovního úvěru	82
Tabulka č. 25: Vztah věku klienta s výběrem banky	83
Tabulka č. 26: Výsledky testování nezávislosti mezi věkem klienta a výběrem banky	84
Tabulka č. 27: Vztah pohlaví klienta s výběrem banky	85
Tabulka č. 28: Výsledky testování nezávislosti mezi pohlavím klienta a výběrem banky	85
Tabulka č. 29: Vztah příjmu klienta s výší bankovních poplatků.....	86

Tabulka č. 30: Výsledky testování nezávislosti mezi příjmem klienta a výší bankovních poplatků	86
Tabulka č. 31: Vztah vzdělání klienta se znalostí kodexu mobility.....	87
Tabulka č. 32: Výsledky testování nezávislosti mezi vzděláním klienta a znalostí kodexu mobility.....	88
Tabulka č. 33: Vztah pohlaví klienta se spokojeností s bankou.....	88
Tabulka č. 34: Výsledky testování nezávislosti mezi pohlavím klienta a spokojeností s bankou	89
Tabulka č. 35: Vztah věku klienta s využitím platební karty	89
Tabulka č. 36: Výsledky testování závislosti mezi věkem klienta a využitím platební karty	90
Tabulka č. 37: Souhrnné výsledky testování nezávislosti kvalitativních znaků	91

Seznam grafů:

Graf č. 1: Doba existence vybraných bankovních subjektů na českém trhu	38
Graf č. 2: Počet klientů v roce 2015 u vybraných bankovních subjektů na českém trhu ...	45
Graf č. 3: Počet poboček a bankomatů vybraných bank v roce 2015.....	46
Graf č. 4: Počet zaměstnanců vybraných bank za rok 2015	46
Graf č. 5: Vývoj počtu klientů vybraných bank	61
Graf č. 6: Vývoj počtu klientů ČSOB (v tis.)	63
Graf č. 7: Vývoj počtu klientů České spořitelny (v tis.).....	65
Graf č. 8: Vývoj počtu klientů Komerční banky (v tis.).....	67
Graf č. 9: Vývoj počtu klientů Fio banky	69
Graf č. 10: Vývoj počtu klientů Air Bank	71
Graf č. 11: Podíl respondentů s běžným osobním účtem v %	74
Graf č. 12: Počet respondentů využívající bankovní služby.....	76
Graf č. 13: Počet respondentů využívající platební kartu.....	77
Graf č. 14: Průměrná měsíční částka za poplatky spojené s využíváním běžného účtu v Kč	78
Graf č. 15: Počet respondentů (ne)spokojených se svou bankou	78
Graf č. 16: Podíl respondentů při volbě nové banky pro založení nového běžného účtu v %	80
Graf č. 17: Využití bankovního úvěru respondenty v %	82

1 ÚVOD

Finance a finanční operace hrají ve světě čím dál větší roli, a to u všech ekonomických i neekonomických subjektů. Bankovní instituce jsou podniky, které jsou specializovány na obchodování s finančním kapitálem a na nespočet služeb spojených s úschovou peněžních prostředků a jejich pohybem. V dnešní době se banky snaží o aktivitu především v rozvoji bankovníctví, jehož neopomenutelnou součástí jsou moderní technologie a životní styl bankovních klientů. Hlavním úkolem moderních technologií je zejména modernizace a vylepšování nabízených produktů tak, aby se co nejvíce přizpůsobily životnímu stylu klientů. Samotné banky se zvětšují různými formami fúzí a vzájemného propojování s činnostmi pojišťoven, penzijních fondů a dalších finančních institucí. Stabilní bankovní sektor je jedním z nejdůležitějších pilířů národního hospodářství prakticky každé vyspělé země. Neexistence dobře fungujícího bankovního systému neumožňuje růst ekonomiky.

Bankovní instituce působící na českém bankovním trhu nabízejí klientům široké spektrum produktů a služeb. V současné době jsou banky součástí každodenního života valné většiny populace. Jen málokdo je schopen představit si svůj život bez používání platební karty, bez obdržení mzdy (platu) na bankovní účet či bez realizace nejrůznějších transakcí prostřednictvím internetového nebo mobilního bankovníctví. Pro spoustu lidí však může být obtížné zorientovat se v současném konkurenčním prostředí, vyznat se v široké nabídce produktů a následně si i správný a vyhovující produkt vybrat. Právě z tohoto důvodu lze v médiích pozorovat masivní a cílené marketingové kampaně různých bank, které mají za úkol zaujmout potenciální nové klienty. Zároveň se banky snaží neustále své produkty a služby zlepšovat a zdokonalovat. Klient si z dostupné nabídky vždy vybere nejvhodnější produkt tak, aby co nejvíce uspokojil jeho potřeby.

Změna konkurenčního prostředí odstartovala „boj o klienty“. Tento „boj“ v konečném důsledku přináší výhody samotným klientům. V posledních letech se mimo jiné zjednodušil i přechod od jedné banky ke druhé, pokud se klient rozhodne k její změně. Banky se v boji o klienty předhánějí ve výši (resp. níži) poplatků a ve výši úrokových sazeb u spořicíh či úvěrových produktů. Do konkurenčního boje se intenzivně zapojují i nové, tzv. nízkonákladové banky, které díky svým marketingovým strategiím „přetahují“ klienty velkým a tradičním bankám s několikaletou existencí.

Za posledních několik let došlo k výrazné změně i ve způsobu hospodaření s finančními prostředky – díky rozvoji internetu se začalo více používat internetové bankovníctví a postupem času díky výrobě tzv. chytrých telefonů vzniklo mobilní bankovníctví, jehož prostřednictvím je možné se svými finančními prostředky disponovat kdykoli a odkudkoli.

Diplomová práce se v teoretické části zaměřuje na historický vývoj českého bankovníctví, na charakteristiku českého finančního trhu jako takového, na strukturu českého bankovního systému, na charakteristiku typů bankovních subjektů a na jimi nabízené bankovní produkty. Přestože v současné době banky nabízejí široké spektrum produktů a služeb, zaměřuje se tato práce v analytické části především na běžné osobní, studentské a spořicí účty, a to z toho důvodu, že uvedené produkty jsou klienty nejvíce využívány. V práci je dále zkoumán vývoj počtu klientů u vybraných bankovních subjektů. Poslední dílčí částí práce je zhodnocení provedeného dotazníkového šetření o využívání nabízených bankovních služeb.

2 CÍL PRÁCE A METODIKA

2.1 Cíl práce

Cílem diplomové práce je statistické porovnání aktuálně nabízených vybraných produktů, konkrétně běžných účtů, studentských účtů a spořicíh účtů, které jsou nabízeny třemi největšími bankami s dlouholetou existencí na českém bankovním trhu (Československá obchodní banka, 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.

2.2 Metodika

V práci je využito několik metod pro zpracování statistických dat. Pro výpočet prognózy počtu klientů jednotlivých bank v letech 2016, 2017 a 2018 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 diplomové práce byla využita metodika prostudování příslušné odborné literatury a validních internetových zdrojů.

2.2.1 Analýza časových řad

Pojem časová řada lze chápat jako posloupnost určitých srovnatelných dat, uspořádaných z časového hlediska chronologicky, od minulosti do přítomnosti. Ke zjištění

prognózy a popisu současné situace se využívá mnoho statistických metod, zabývajících se analýzou časových řad. [7, 26]

Elementární charakteristiky časových řad

K základním charakteristikám časových řad patří difference různých řádů, koeficient růstu či bazický index. V následujících vzorcích je symbolem y_t označen pozorovaný ukazatel v čase t , kde t nabývá hodnot 1, 2, ..., n :

- a) *první absolutní difference* – absolutní přírůstky (úbytky) v určitém časovém období proti období bezprostředně předcházejícímu:

$$d_t^1 = y_t - y_{t-1},$$

- b) *druhá absolutní difference* – absolutní zrychlení (zpomalení), o kolik je následující přírůstek (úbytek) větší nebo menší, než přírůstek předcházející:

$$d_t^2 = d_t^1 - d_{t-1}^1,$$

- c) *koeficient růstu* – tempo růstu či řetězový index:

$$k_t = \frac{y_t}{y_{t-1}},$$

- d) *bazický index* – index se stálým základem:

$$BI = \frac{y_t}{y_0}. \quad [7]$$

Analýza trendu

*Lineární trend*¹ je jednou z použitých forem trendové funkce v diplomové práci. Je využit zejména tehdy, pokud je potřeba určit orientační směr vývoje zkoumané časové řady. Lineární trendová funkce má tvar přímky a lze ji zapsat následujícím předpisem:

$$y'_i = a + bt_i,$$

kde a a b jsou neznámé parametry a t ($t = 1, 2, 3, \dots, n$) je časová proměnná. K odhadu parametrů funkce byly využity příslušné analýzy v softwaru Statistica. [7]

¹ *Trend* – tendence dlouhodobé prognózy údajů sledovaného ukazatele v čase. Rozlišují se tři typy trendu – rostoucí, klesající a konstantní. [7, 26]

Parabolický (kvadratický) trend je další formou trendové funkce, která patří mezi tzv. aditivní modely. Rovnici kvadratické trendové funkce lze zapsat předpisem:

$$y'_i = a + bt_i + ct_i^2,$$

kde a , b a c jsou neznámé parametry a t ($t = 1, 2, 3, \dots, n$) je časová proměnná. [7]

Kubický trend je posledním typem trendové funkce použité v diplomové práci. Rovnici kubické trendové funkce lze zapsat předpisem:

$$y'_i = a + bt_i + ct_i^2 + dt_i^3,$$

kde a , b , c a d jsou neznámé parametry a t ($t = 1, 2, 3, \dots, n$) je časová proměnná. [7]

Pro zjištění použití vhodného typu trendové funkce jsou vzájemně porovnávány hodnoty koeficientu determinace I^2 – nejvyšší hodnota představuje nejvhodnější trendovou funkci pro daný model. Vybraná trendová funkce je následně využita pro výpočet predikcí. Index determinace I^2 určuje statistickou významnost zkoumaného modelu, výpočet indexu je následující:

$$I^2 = \frac{\sum_{i=1}^n (y'_i - \bar{y})^2}{\sum_{i=1}^n (y_i - y'_i)^2},$$

kde čítec výrazu představuje regresní neboli modelový součet čtverců a jmenovatel představuje reziduální součet čtverců. [12]

2.2.2 Dotazníkové šetření a jeho zpracování

Dotazníkové šetření lze zařadit mezi nejčastěji používané způsoby získávání dat v průzkumech veřejného mínění. Správné sestavení dotazníku umožňuje sběr požadovaných dat od veškerých jednotek (lidí) stejným způsobem. [19]

V rámci dotazníkového šetření v této práci je možné se setkat s následujícími typy otázek, a to:

- a) *uzavřenými* – respondent může odpovědět pouze prostřednictvím uvedených možností,
- b) *polouzavřenými* – respondent může odpovědět prostřednictvím uvedených možností, či odpovědět vlastními slovy. [19]

2.2.3 Závislost kvalitativních znaků

Kvalitativní znaky jsou takové statistické znaky, které jsou vyjádřeny slovy (kvalitativně), nikoliv čísly (kvantitativně). Obdobně jako u kvantitativních znaků je možné i mezi kvalitativními znaky zkoumat závislost vztahů a případně intenzitu této závislosti. Obvykle bývá závislost mezi kvalitativními statistickými znaky nazývána závislostí korelační. Kvalitativní znaky mohou nabývat:

- a) *dvou obměn* – znaky alternativní,
- b) *více obměn* – znaky množné. [12, 26]

Vztah alternativních znaků popisuje asociační tabulka, vztah množných znaků popisuje tabulka kontingenční. [12, 26]

Test nezávislosti v asociační tabulce

Asociace se zabývá vztahy mezi kvalitativními znaky, které nabývají pouze dvou obměn – obvykle ano/ne. Při výpočtu jsou znaky uspořádány do tzv. asociační tabulky o rozměrech 2x2 (tabulka č. 1). [12]

Tabulka č. 1: Asociační tabulka

Znak A	Znak B		Celkem
	b ₁	b ₂	
a ₁	a	b	a + b
a ₂	c	d	c + d
Celkem	a + c	b + d	n

Zdroj: [12]

Vnitřní četnosti a , b , c a d musí odpovídat znaku A i B. Okrajové četnosti $(a + b)$, $(c + d)$, $(a + c)$ a $(b + d)$ odpovídají třídění znaků podle znaku A nebo podle znaku B. [12]

Postup testování v asociační tabulce:

1. formulace nulové hypotézy H_0 ,
2. formulace alternativní hypotézy H_1 ,
3. stanovení hladiny významnosti α ,

4. výpočet testovacího kritéria χ^2 :

$$\chi^2 = \frac{n \cdot (ad - bc)^2}{(a + b)(a + c)(b + d)(c + d)},$$

5. určení kritické hodnoty χ_α^2 pro 1 stupeň volnosti,

6. porovnání dosažených výsledků – je-li $\chi^2 > \chi_\alpha^2$, potom se nulová hypotéza H_0 zamítá na hladině významnosti α ve prospěch alternativní hypotézy H_1 . [7, 12]

Jestliže je prokázána závislost mezi sledovanými kvalitativními znaky, je možné určit sílu této závislosti pomocí tzv. koeficientu asociace:

$$|V| = \frac{ad - bc}{\sqrt{(a + b)(c + d)(a + c)(b + d)}} = \sqrt{\frac{\chi^2}{n}},$$

kde n je rozsah sledovaného výběrového souboru. V případě, kdy je koeficient asociace rovný 0, jedná se o absolutní nezávislost znaků. Naopak úplnou závislost znaků představuje hodnota koeficientu asociace rovna 1. [12]

Uvedené testovací kritérium χ^2 lze použít pouze v případě, kdy velikost sledovaného výběrového souboru je $n > 40$. Je-li $20 < n < 40$ a minimálně jedna teoretická četnost je menší než 5, nebo je-li $n < 20$, používá se Fisherův faktoriálový test. [12]

Test nezávislosti v kontingenční tabulce

Kontingence představuje vztah mezi dvěma či více kvalitativními znaky, z nichž alespoň jeden znak je znakem množným. Při kontingenci jsou četnosti těchto znaků uspořádané do kontingenční tabulky (tabulka č. 2 na následující straně). [12, 26]

Tabulka č. 2: Kontingenční tabulka

Znak A	Znak B						Celkem
	b ₁	b ₂	...	b _j	...	b _s	
a ₁	n ₁₁	n ₁₂	...	n _{1j}	...	n _{1s}	n _{1•}
a ₂	n ₂₁	n ₂₂	...	n _{2j}	...	n _{2s}	n _{2•}
...
a _i	n _{i1}	n _{i2}	...	n _{ij}	...	n _{is}	n _{i•}
...
a _r	n _{r1}	n _{r2}	...	n _{rj}	...	n _{rs}	n _{r•}
Celkem	n _{•1}	n _{•2}	...	n _{•j}	...	n _{•s}	n

Zdroj: [12]

Postup testování v kontingenční tabulce je obdobný jako v tabulce asociační, přičemž výpočet testovacího kritéria χ^2 má podobu:

$$\chi^2 = \sum \sum \frac{(n_{ij} - n_{oj})^2}{n_{oj}},$$

kde n_{oj} představuje teoretické četnosti, které se vypočítají následujícím způsobem:

$$n_{oj} = \frac{(n_i \cdot n_j)^2}{n}. \quad [7, 12]$$

Kritická hodnota χ^2_{α} má $[(r - 1)(s - 1)]$ stupňů volnosti. Platí-li $\chi^2 > \chi^2_{\alpha}$, pak dochází k zamítnutí nulové hypotézy H_0 na hladině významnosti α ve prospěch alternativní hypotézy H_1 . [7, 12]

Jestliže je prokázána závislost mezi zkoumanými kvalitativními znaky, je možné změřit sílu této závislosti tzv. Pearsonovým koeficientem kontingence:

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

kde n je rozsah zkoumaného výběrového souboru. [12, 26]

Uvedené testovací kritérium χ^2 lze použít pouze v případě, kdy více jak 20% očekávaných četností je menší než 5 a kdy žádná z těchto četností není menší než 1. Jestliže uvedené podmínky nejsou splněny, je nutné sloučit slabé skupiny do jedné větší, silnější. [12]

3 LITERÁRNÍ REŠERŠE

3.1 Historie bankovníctví

Vývoj bankovníctví od svého počátku úzce souvisel se samotným vývojem peněz. Směna služeb a výrobků postupem času získala dnešní podobu bankovního systému. Za předchůdce dnešních bank a bankéřů lze považovat tzv. směnárníky a peněžníky (lichváře). Směnárníci zprostředkovávali depozitní operace, peněžníci naopak úvěrové operace. Bankovní služby těchto funkcionářů se postupně rozrůstaly a za vzniku různých forem došlo k realizaci peněžních operací. Docházelo taktéž k rozmachu široké nabídky věřitelských a dlužnických forem operací a vztahů. Před vznikem samotného moderního bankovníctví ve světě existovala řada institucí s „bankovní činností“. Tyto instituce vznikaly převážně v období 12.-14. století v italském Janově a Benátkách, v německém Hamburgu nebo v holandském Amsterdamu. Samotné slovo „banka“ svůj původ připisuje italskému slovu „banco“, což z historického pohledu představuje lavici, kterou středověcí peněžní obchodníci využívali k provozování své činnosti. [10, 11, 28, 30]

Na samém začátku dějin lidstva neexistovaly peníze jako takové, ale různé výrobky a potraviny se směňovaly. Tento směnný obchod vedl ke vzniku různých forem směňování – např. naturální směna (barter) či směna drahých kovů, zlata a stříbra. První mince byly využity již v polovině 7. století před Kristem v antickém Řecku. V té době se množství oběživa regulovalo podle potřeb samotného oběhu. Peníze měly v onu dobu funkci zachovatele hodnoty, bohatství a pokladu. Pokud bylo zapotřebí zvýšit množství oběživa, byl poklad předělán z podoby zlatých a stříbrných slitků na mince ražené. Tyto mince byly následně vpuštěny do oběhu a doplňovaly tak oběživo v dostatečném množství. Tímto způsobem bylo dosahováno tržní rovnováhy peněz i zboží. Na začátku mohl mince razit kdokoli, kdo vlastnil drahé kovy, postupem času se ražba mincí stala výhradním právem státu. [11, 20, 28, 30]

3.1.1 Historie českého bankovníctví a české měny

České země do začátku vlády rodu Habsburků byly v oblasti bankovníctví opomíjeny, banky na tomto území prakticky neexistovaly. K rozmachu bankovníctví na území Česka

došlo až na začátku 19. století. K tomuto kroku výrazně přispěla evropská buržoazie, která svými aktivitami vyvíjela silný tlak na zprostředkování bankovních služeb. V Českých zemích se posléze otevíraly pobočky vídeňských bank a vznikaly i první banky české. [1, 11, 20, 23, 24, 28, 30]

V letech 1918-1919, po rozpadu Rakousko-uherské monarchie, byl v Československu převzat systém rakousko-uherských bank. Tyto banky fungovaly především na principu nuceného odkupu, kdy značnou část kapitálu převzaly české firmy a instituce. Významné postavení v československé bankovní soustavě měla Živnostenská banka, která byla napojena na český průmysl a expandovala i na zahraniční trhy. V roce 1926 vznikla Národní banka československá, která plnila funkci centrální emisní banky státu. Po druhé světové válce došlo vlivem nařízení prezidenta republiky ke znárodnění akciových bank, posléze i ke znárodnění soukromých bankovních domů. Důležitým milníkem v českých bankovních dějinách je rok 1950, kdy byla založena Státní banka československá, která byla zároveň centrální emisní bankou, poskytovala provozní úvěry a plnila funkci ústředí všech zúčtovacích styků v republice. [1, 11, 20, 23, 24, 28]

V roce 1990 byly přijaty nové zákony, které zavedly několik institucionálních změn. Státní banka československá měla i nadále emisní funkci. Zákon dále určil tři univerzální obchodní banky, každá z nich měla statut státního peněžního ústavu. Před rozpadem Československé federativní republiky bylo v roce 1992 uděleno ještě 57 licencí novým bankám. [1, 11, 23, 28]

Rozdělení Československa znamenalo rozdělení Státní banky na dva subjekty, a to na Českou národní banku a na Národní banku Slovenska. V České republice došlo k masivnímu rozvoji stavebních spořitelen, různých úvěrových družstev či hypotéčních služeb. Ze zákona byl zvýšen základní kapitál bank a bylo zavedeno pojištění vkladů pro fyzické osoby. [1, 11, 20]

3.2 Finanční trh

Pojem finanční trh lze vysvětlit jako určitý systém instrumentů a institucí, které zabezpečují pohyb kapitálu a peněz mezi jednotlivými ekonomickými subjekty na základě poptávky a nabídky. Finanční trh lze rozdělit na dvě strany, kdy se na jedné straně vyskytují

volné peníze, které vytvářejí úspory, a na straně druhé dochází k potřebě si tyto peníze vypůjčit. Právě tato potřeba je podstatou bankovních obchodů. Přelévání těchto finančních prostředků mezi přebytkovými a deficitními subjekty zprostředkovává systém finančního trhu. Deficitní subjekty jsou ochotné za získání prostředků zaplatit určitou částku, která se nazývá úrok. [6, 9, 16, 17, 18, 24]

Finanční trh lze dále rozdělit podle dvou hledisek, a to podle likvidity a územní disponibility, a podle doby splatnosti instrumentů. [24]

Podle prvního kritéria se rozeznávají tři typy trhů:

- a) *pojistný trh* – místo, kde dochází ke střetu nabídky a poptávky v přenášení rizika pojištěním (specifický druh peněžní služby),
- b) *trh drahých kovů* – na tomto trhu se obchoduje zejména se zlatem a stříbrem,
- c) *devizový trh* – tento trh rozlišuje mezi klientským a mezibankovním trhem. Klientský trh představuje transakce odehrávající se mezi bankou a jejími klienty, mezibankovní trh představuje transakce odehrávající se mezi jednotlivými institucemi. [23]

Podle druhého kritéria se finanční trh dělí na:

- a) *peněžní trh* – trh, na kterém se uskutečňují obchody s krátkodobými instrumenty a deriváty se splatností do jednoho roku (výjimku tvoří krátkodobé dluhopisy se splatností do 5 let). Mezi nástroje tohoto trhu lze zařadit krátkodobé termínované vklady, vklady na viděnou², krátkodobé úvěry, směnky, pokladniční poukázky atd.,
- b) *kapitálový trh* – trh, na kterém dochází k obchodování s dlouhodobými instrumenty a deriváty se splatností nad jeden rok. Mezi nástroje kapitálového trhu patří termínované vklady, dlouhodobé úvěry, emise dluhopisů a akcií, podílové listy atd. [24]

Dále lze finanční trh rozdělit na primární a na sekundární. Na primárním trhu příjemce úvěru získává kapitál a v tu chvíli se zavazuje splnit předem stanovené podmínky.

² *Vklady na viděnou (vklady na požádání, vista vklady, běžné vklady)* – vklad, na kterém jsou drženy nejlikvidnější prostředky a dispozice není omezena výpovědní lhůtou ani termínem. Tento vklad je využíván k realizaci běžného každodenního platebního styku a je úročen velmi nízkou sazbou. [21]

Na sekundárním trhu se obchoduje s již emitovanými instrumenty (akcie, obligace³), kdy je investoři mohou prodat komukoli jinému za aktuální tržní cenu. V rámci sekundárního trhu je možné získat kapitál před jeho dobou splatnosti a zajistit tak likviditu finančních instrumentů. [24]

Finanční zprostředkovatelé představují prostředníky v přesunu kapitálu. Lze je rozdělit na dvě skupiny, a to na bankovní zprostředkovatele a na nebankovní zprostředkovatele. Bankovní zprostředkovatelé tvoří samotné banky, které své služby poskytují na komerční bázi. Pro tyto banky je charakteristický příjem různých forem vkladů a poskytování úvěrů. Za nebankovní zprostředkovatele se považují pojišťovny, spořitelny, penzijní, podílové a investiční fondy. [4, 24]

Podstata finančního zprostředkování tkví v tom, že zprostředkovatelé umístí vlastním jménem a na vlastní účet získané zdroje do různých investičních nástrojů. Z hlediska fungování finančního trhu mají banky podstatný význam. Mezi jejich hlavní funkce patří:

- transformace peněz a kapitálu,
- zajištění efektivního zprostředkování,
- realizace platebního styku. [4, 22, 24]

3.3 Bankovní systém

Bankovní systém České republiky je tvořen centrální bankou, všemi dalšími bankami působícími na jejím území a jejich vzájemnými vztahy a vztahy k okolí. Jedná se zejména o vztahy k domácnostem, k podnikovému sektoru, ke státu samotnému a k zahraničí. [16, 23, 24, 28]

Samotný český bankovní systém je tzv. dvoustupňový a univerzální. Dvoustupňový model představuje rozdělení centrálního a obchodního bankovníctví, univerzální model umožňuje veškerým bankovním institucím působit jak v oblasti komerčního, tak i v oblasti investičního bankovníctví. V rámci dvoustupňového modelu dochází k rozdělení makroekonomické a mikroekonomické funkce. Makroekonomická funkce je v České

³ *Obligace* – v praxi se termín obligace využívá jako synonymum pro dluhopis. Ovšem samotný pojem obligace znamená standardizovaný produkt, emitovaný finančním zprostředkovatelem. [21]

republiky zabezpečena Českou národní bankou, mikroekonomická funkce je v kompetenci komerčních (obchodních) bank. [2, 4, 15, 16, 20, 23]

3.3.1 Legislativní nástroje

Podnikání v sektoru bankovníctví je podmíněno řadou ekonomických, politických, technických, sociálních a i jiných faktorů. Stabilní bankovní systém je velice významným prvkem pro správnou existenci a rozvoj jakékoli tržní ekonomiky. Jelikož banky hospodaří zejména s cizími zdroji, je bankovní sektor vysoce regulovaným odvětvím a je nad ním samozřejmě vykonáván pečlivý a přísný dohled. Kdyby došlo ke krachu jakékoli, byť jen jediné banky, mohlo by to mít velmi negativní dopad jak na klienty této banky, tak i na bankovní sektor a ekonomiku jako celek. Hlavním cílem dohledu a regulace bankovního sektoru je jeho vytvoření a udržení tak, aby plně fungoval, byl bezpečný a produktivní, a aby byl chráněn před rizikovými, nestabilními a podezřelými subjekty. [4, 6, 13, 14, 20]

Největším nástrojem regulace bankovního systému jsou především zákony. Dále vyhlášky a jiné obecně závazné právní předpisy. Bankovní systém je nejvíce ovlivněn následujícími zákony:

- zákon č. 1/1993 Sb., Ústava České republiky,
- zákon č. 6/1993 Sb., o České národní bance,
- zákon č. 21/1992 Sb., o bankách,
- zákon č. 89/2012 Sb., občanský zákoník,
- zákon č. 90/2012 Sb., o obchodních korporacích,
- zákon č. 219/1995 Sb., devizový zákon,
- zákon č. 284/2009 Sb., o platebním styku,
- zákon č. 455/1991 Sb., živnostenský zákon,
- zákon č. 191/1950 Sb., zákon směnečný a šekový,
- zákon č. 190/2004 Sb., o dluhopisech,
- zákon č. 145/2010 Sb., o spotřebitelském úvěru a o změně některých zákonů,
- zákon č. 229/2002 Sb., o finančním arbitrovi,
- zákon č. 101/2000 Sb., o ochraně osobních údajů a o změně některých zákonů,

- zákon č. 253/2008 Sb., o některých opatřeních proti legalizaci výnosů z trestné činnosti a financování terorismu. [14]

3.3.2 Bankovní licence

Přidělování bankovní licence je považováno za výchozí a taktéž za jeden z nejvíce účinných nástrojů bankovní regulace. Bez bankovní licence není možné vystupovat a vykonávat jakoukoli činnost jako bankovní subjekt. Přidělení licence je omezeno splněním celé řady podmínek. Každý žadatel, který chce vstoupit do bankovního systému, musí podat oficiální žádost České národní bance, disponovat základní výší kapitálu v hodnotě 500 milionů Kč, který je tvořen peněžitými vklady, prokázat jeho původ, splňovat určité technické a technologické požadavky atd. Žádost o udělení licence musí obsahovat zejména návrh stanov banky, potřebné údaje o zakladatelích, jména všech vedoucích pracovníků banky, kteří nesou odpovědnost za její řízení, zásady vnitřního kontrolního systému a vypracovaný obchodní plán na tři roky dopředu či strategický plán budoucího rozvoje banky. Pakliže žadatel získá bankovní licenci, musí se v názvu vzniklého subjektu uvést některý z termínů „banka“, „spořitelna“ či „bankovní dům“. Subjekty, které nemají přidělenou bankovní licenci, tyto termíny používat nesmějí. Bankovní licence se přiděluje na dobu neurčitou a není možné ji převést na jinou osobu. [4, 9, 23]

Jelikož je Česká republika členským státem Evropské unie, je v rámci regulace bankovního sektoru uplatňována i tzv. jednotná bankovní licence, která svému držiteli dává právo, aby svou činnost mohl vykonávat i na území všech členských států Evropské unie, a to včetně nečlenských států Islandu, Lichtenštejnska a Norska. K vykonávání bankovní činnosti na těchto územích není potřebná bankovní licence vydaná daným státem. [14]

3.3.3 Garanční systém finančního trhu

Garanční systém finančního trhu (GSFT), který 1. ledna 2016 nahradil Fond pojištění vkladů, působí jako velmi významný stabilizační prvek nejen českého bankovního sektoru, ale i české ekonomiky. Přispívání do GSFT je stanoveno zákonem a je povinné pro všechny banky, stavební spořitelny a družstevní záložny, které mají sídlo v České republice. V případě, kdy by Česká národní banka oznámila, že libovolná přispívající instituce není

schopná dostát svým finančním závazkům, vyplatí GSFT všem klientům této instituce 100% jejich vkladů, včetně úroků, a to až do výše 100 tisíc €. Tato výplata musí být započata do sedmi pracovních dnů (do 1. června 2016 činila tato lhůta 20 pracovních dnů). [14, 23, 39]

3.3.4 Česká bankovní asociace

Česká bankovní asociace (ČBA) vznikla v roce 1990. Od roku 1992 plní funkci doprovodného sdružení právnických osob, které podnikají v bankovníctví a úzce souvisejících oblastech. V současné době ČBA sdružuje 37 plně členských⁴ bank, které tvoří dohromady 99% českého bankovního sektoru. [13, 14, 34]

K hlavním úkolům Asociace patří především tyto činnosti:

- zastupování a prosazování společných zájmů členů ve vztahu k českému Parlamentu, Vládě, České národní bance a dalším důležitým subjektům práva,
- prezentovat role a zájmy bankovníctví vůči veřejnosti a zahraničí,
- podílení se na standardizaci postupů v bankovním sektoru a na vytváření odborných zvyklostí a podpora harmonizace bankovní legislativy s legislativou Evropské unie. [34]

3.3.5 Česká národní banka (ČNB)

Česká národní banka (ČNB) je centrální bankou České republiky. Existence ČNB je dána zákonem, a to šestou hlavou Ústavy a zákonem č. 6/1993 Sb., o České národní bance. Mezi hlavní cíle ČNB lze zařadit cenovou stabilitu země prostřednictvím cílování inflace⁵. Při aplikaci tohoto nástroje je ČNB absolutně nezávislá na instrukcích vlády. Další funkcí je i podpora hospodářské politiky vlády, která by měla vést k trvale udržitelnému růstu. Tuto funkci lze vykonávat pouze za předpokladu, pokud to není v rozporu s hlavním cílem ČNB. Česká národní banka v souladu se svým hlavním cílem plní následující funkce:

- vrcholný subjekt měnové politiky (pečuje o měnovou stabilitu),

⁴ *Česká bankovní asociace* – členství v ČBA může být dvojího typu: 1) plné členství je vyhrazeno bankám a pobočkám zahraničních bank, které mají licenci od ČNB, 2) přidružené členství je otevřeno zejména reprezentacím zahraničních bank a pomocným organizacím se vztahem k bankovníctví. [34]

⁵ *Cílování inflace* – centrální banka s jistým předstihem veřejně vyhlásí inflační cíl (či jejich posloupnost), o jehož dosažení bude usilovat. [43]

- emisní (emituje oběživo v hotovostní formě, tj. bankovky a mince),
- banka bank (banka pro obchodní banky),
- bankovní regulace a dohled (rozhoduje o žádostech o udělení licencí a povolení k činnosti),
- banka státu (spravuje státní dluh prostřednictvím emise státních cenných papírů),
- správa devizových rezerv (zajišťuje potřebnou strukturu devizových prostředků),
- reprezentant vlády v měnové oblasti (zastupuje stát na zasedání MMF⁶),
- dohled nad finančním trhem. [8, 13, 14, 16, 23, 24, 25, 28]

3.3.6 Komerční (obchodní) banky

V České republice je činnost obchodních bank stanovena zákonem č. 21/1992 Sb., o bankách. Tento zákon definuje obchodní banky jako akciové společnosti, které mají sídlo v České republice, veřejnosti poskytují úvěry a přijímají od ní vklady (depozita), a které mají k výkonu uvedené činnosti přidělenou platnou bankovní licenci. Zahraniční banky mohou na území České republiky vykonávat svou činnost prostřednictvím svých poboček. Následující seznam uvádí některé další činnosti, které mohou být vykonávány bankami:

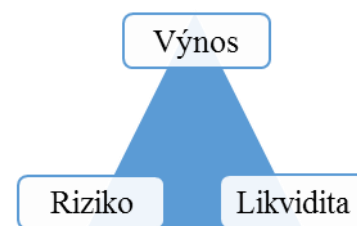
- finanční leasing,
- platební styk a zúčtování,
- investování do cenných papírů (na vlastní účet),
- vydávání a spravování platebních prostředků,
- správa inkasa,
- funkce depozitáře,
- poskytování investičních služeb,
- pronájem bezpečnostních depozitních schránek,
- funkce směnárny,
- administrativní investičních fondů a zahraničních podílových fondů,
- poskytování investičních služeb
- obchodování se zlatem (na vlastní účet) atd. [3]

⁶ *Mezinárodní měnový fond (MMF, IMF)* – byl vytvořen na konferenci v Bretton Woods v červenci 1944. V současné době MMF čítá 188 členských zemí. [40]

Služby komerčních (obchodních) bank jsou klientům poskytovány na základě smluvního vztahu. Základním a nejdůležitějším cílem existence bank je dosahování zisku. Zisku je dosahováno rozdílem mezi placenými a přijatými úroky. Přijaté úroky banka získává od svých klientů, kteří tímto platí za poskytnuté bankovní služby. Naopak placené úroky je banka povinna vyplatit svým klientům, kteří u ní mají uložené své peněžní prostředky. [2, 8, 13, 14, 15, 28]

Zásady činnosti obchodních bank spočívají především v plnění tzv. magického trojúhelníku (neboli tří pravidel):

1. *pravidlo likvidity* – schopnost plnit své závazky kdykoli a za jakýchkoli podmínek,
2. *pravidlo rizika (neboli bezpečnosti)* – je závislé na dodržování pravidla likvidity, platební schopnosti, výnosnosti a s vědomím existence rizika,
3. *pravidlo výnosu* – výnos bank je určen výší dosaženého zisku, který je hlavním cílem jakéhokoli podnikání. [42]



Zdroj: [42]

Další důležitou zásadou korigování doby splatnosti pasiv (neboli zdrojů banky) a aktiv (neboli použití zdrojů banky a jejich investování). Povinností banky je schopnost dostát svým závazkům v jakémkoli okamžiku. Z tohoto důvodu musí být z časového hlediska struktura aktivních obchodů shodná s pasivními obchody. [8, 6, 25]

V České republice v rámci bankovního sektoru lze definovat různé druhy bank, jejichž diferenciaci je určena charakterem banky, produkty, které nabízí, a od produktů se odvíjející skladba klientely. Primárně lze banky rozlišit následovně:

- *univerzální banky* – těmto bankám bankovní licence umožňuje působit ve všech oblastech bankovní činnosti (respektive v její převažující části, jako např. základní vkladové a úvěrové služby, investiční služby atd.),
- *specializované banky* – tyto banky mohou dle bankovní licence působit pouze ve vybraných oblastech bankovní činnosti, nebo jsou tyto banky zaměřeny jen na určité oblasti bankovního trhu (např. skupina klientů). [5, 25, 28]

3.3.7 Specializované banky

V rámci bankovního systému České republiky lze specifikovat několik specializovaných bank, které své klientele poskytují pouze omezený sortiment specializovaných služeb. Zejména se jedná o následující banky:

- a) *stavební spořitelny* – činnost stavebních spořitelen je dána zákonem č. 96/1993 Sb., o stavebním spoření, a předmět jejich činnosti je omezen výhradně na stavební spoření,
- b) *hypotéční banky* – tyto banky se specializují na hypotéční úvěry dlouhodobé, které jsou poskytovány na investování do nemovitostí, a jejich splácení je kryto zástavním právem na nemovitý majetek,
- c) *úvěrová družstva (spořitelní a úvěrní družstva, družstevní záložny)* – jsou malé finanční instituce, které jsou založeny na družstevních principech a které jsou většinou založeny za účelem poskytování bankovních služeb pro své členy,
- d) *Česká exportní banka (ČEB)* – tato instituce vznikla v roce 1995, kdy byla zřízena jako banka podle zákona o bankách. ČEB podléhá doзору Ministerstva financí České republiky v oblasti aktivit zvýhodněného financování, a doзору ČNB ve všech záležitostech, které souvisejí s její bankovní licenci. Podle zákona č. 58/1995 Sb., o pojišťování a financování vývozu se státní podporou, je základním úkolem ČEB podpora vývozu a poskytování zvýhodněného financování úvěrů za podmínek běžných na mezinárodních trzích pro státem podporované vývozní úvěry,
- e) *Českomoravská záruční a rozvojová banka (ČMZRB)* – tato banka vznikla usnesením Vlády ČR o založení specializované bankovní instituce na podporu malého a středního podnikání dne 23. října 1991 (do obchodního rejstříku byla fakticky zapsána až v lednu roku 1992). Hlavním úkolem ČMZRB je usnadňovat prostřednictvím specializovaných bankovních produktů přístup k finančním prostředkům zejména malým a středním podnikatelům a v souladu se záměry hospodářské politiky Vlády ČR napomáhat rozvoji i dalších vybraných oblastí ekonomiky vyžadujících veřejnou podporu. [4, 6, 13, 14, 24, 35, 37]

3.3.8 Kodex „Mobilita klientů – postup při změně banky“

Základním kamenem kodexu mobility jsou společné principy European Banking Industry Committee⁷. Tyto principy byly v roce 2008 vyvinuty bankami, spořitelny a dalšími poskytovateli bankovních služeb, a to na základě požadavku Evropské komise. [44]

Cílem kodexu mobility je stanovení společných a závazných pravidel a principů pro změnu banky. Jedná se o následující činnosti:

- původní a nová banka musí být obě součinné v procesu změny banky,
- nová banka musí klientovi zřídit běžný účet,
- nová banka musí zajistit to, aby klientovi byly převedeny všechny trvalé příkazy k úhradě a souhlasy s inkasem z původní banky,
- klient má možnost prostřednictvím nové banky požádat o převedení všech těchto příkazů a souhlasů, včetně zrušení jeho běžného účtu v původní bance,
- obě banky mají možnost se vzájemně požádat o poskytnutí informací, především o novém bankovním spojení klienta, pro příslušné třetí strany,
- klientovi nemůžou být účtovány žádné poplatky v souvislosti se změnou banky. [44]

Změna banky prostřednictvím kodexu mobility ale neznamená, že klientovi bude převedeno stejné číslo účtu z původní banky do banky nové. [44]

3.4 Bankovní produkty

Hlavní činností bank je poskytování služeb klientům prostřednictvím bankovních produktů. V dnešní době je na trhu dostupná široká nabídka produktů, které jsou pravidelně inovovány a přizpůsobovány potřebám klientů. Kvůli neustálému rozvoji je tudíž obtížné většinu produktů obecně definovat. [22, 24]

⁷ *European Banking Industry Committee (EBIC)* – Evropský výbor pro bankovní sektor, jehož cílem je umožnit zástupcům evropského bankovního průmyslu: 1) výměnu názorů a informací o otázkách společného zájmu, 2) zajištění reprezentativního a koordinovaného pohledu průmyslu v otázkách společného zájmu v celém procesu přípravy, přijímání, provádění a prosazování unijních finančních předpisů a 3) poskytování poradenství unijními institucemi, a to jak na úrovni legislativní, tak i na úrovni prováděcí. [38]

Dělení bankovních produktů je možné podle několika kritérií. Nejpoužívanější je dělení produktů podle tzv. klasického přístupu, jehož podstata tkví v tom, jak bankovní operace ovlivňují rozvahu (bilanci) banky:

- a) *aktivní bankovní obchody* – vztahují se ke straně aktiv, banka při těchto obchodech vystupuje jako věřitel, kterému vznikají pohledávky (např. úvěry poskytnuté, dluhové cenné papíry), nebo který nabývá určitých vlastnických práv (např. majetkové cenné papíry),
- b) *pasivní bankovní obchody* – tyto obchody se vztahují ke straně pasiv, banka při těchto obchodech vystupuje jako dlužník, kterému vznikají závazky (např. přijaté vklady, emise dluhopisů),
- c) *neutrální bankovní obchody* – neovlivňují rozvahu banky, banky v těchto obchodech nemají postavení ani jako věřitel, ani jako dlužník (např. platební styk v hotovostní i bezhotovostní formě, pronájem bezpečnostní schránky). [24, 28]

Dále je možné bankovní produkty rozdělit z hlediska funkce, kterou pro klienta plní. Zpravidla se jedná o pět základních skupin produktů:

1. *platebně zúčtovací bankovní produkty* – klienti mají možnost prostřednictvím své banky provádět platební a zúčtovací styk,
2. *úvěrové bankovní produkty* – klienti mají možnost od banky získat určité finanční prostředky (poskytování úvěrů lze zařadit mezi nejdůležitější služby obchodních bank),
3. *vkladové (depozitní) bankovní produkty* – představují pro klienty možnost uschovat své finanční prostředky,
4. *investiční bankovní produkty* – produkty jsou spojené především s úschovou a správou investovaných finančních prostředků,
5. *pokladní a směnářské bankovní produkty* – tyto produkty klientům umožňují libovolné transakce s hotovostním oběživem nebo směnu hotovosti v jakékoli měně. [24]

3.4.1 Běžný účet

Běžné účty, jinak nazývány také jako osobní účty, jsou chápány jako základní produkt nabídky banky. Bývají taktéž označovány jako první vztah mezi bankou a klientem a mohou

v budoucnu představovat pomyslný základní kámen při využívání dalších nabízených služeb. Běžný účet je určen zejména pro likvidní uložení dočasně volných finančních prostředků a pro okamžitý bezhotovostní a hotovostní platební styk. Řadí se mezi vklady na viděnou, což znamená, že klientovi je umožněno manipulovat s uloženými prostředky v jakémkoli okamžiku bez nutnosti výpovědní lhůty. [4, 13, 14, 28]

Běžný účet si mohou zřídit všechny osoby, a to jak fyzické (včetně podnikatelů), tak i osoby právnické. Vedení účtu může být v českých korunách, ale i v libovolné zahraniční měně (nejčastěji USD a €). V rámci běžného účtu existují dva typy zůstatků:

- a) *s běžným zůstatkem* – kolik je na účtu prostředků, tolik jich lze využít,
- b) *s disponibilním zůstatkem* – součet běžného zůstatků a povoleného přecherpání (kontokorentu), tedy výše možnosti čerpání prostředků do tzv. minusu. [13, 14]

K běžnému účtu je možné mít celou řadu doplňkových služeb. Nejčastěji jsou využívány platební karty, elektronické bankovníctví, mobilní bankovníctví či cestovní pojištění k platební kartě. [13, 14]

Banka je ze smlouvy o vedení běžného účtu povinna připisovat klientovi na účet došlé finanční prostředky, na základě příkazu klienta zajišťovat hotovostní i bezhotovostní platby, v dohodnutých termínech poskytovat klientovi přehled o obracech na účtu a zůstatku na něm (prostřednictvím výpisu z účtu) a vše účtovat řádně a bez chyb. [20]

3.4.2 Spořicí účet

Neméně významným depozitním bankovním produktem je spořicí účet. Spořicí účty v dnešní době představují spojení předností běžného účtu (jednoduché disponování se zůstatkem) a termínovaného vkladu (výhodná úroková sazba). Ze své podstaty nejsou určeny k provádění běžného platebního styku. Spořicí účet slouží především ke zhodnocení volných finančních prostředků. Tento typ účtu bývá, stejně jako běžný účet, zakládán na dobu neurčitou, avšak u některých bank je stanovena výpovědní lhůta. Klient má v dnešní době možnost si u banky, u které má veden běžný účet, zřídit i účet spořicí, a mít tak oba účty propojené. Toto propojení dává možnost libovolně převádět prostředky mezi oběma účty, a tím je lépe zhodnocovat. Prostředky uložené na spořicím účtu jsou navíc zhodnocovány vyšším úrokem. [13, 14]

3.4.3 Spotřebitelský úvěr

Obecně lze úvěr charakterizovat jako časově omezený přesun finančních prostředků mezi klientem a bankou, za předpokladu jejich návratnosti a zaplacení ceny za jejich zapůjčení (úroku), a to vše za předem stanovených podmínek. Spotřebitelský úvěr je takový úvěr, který je poskytován komerčními bankami fyzickým osobám k financování jejich běžných spotřebních výdajů. Úrok za možnost čerpání spotřebitelského úvěru bývá relativně vysoký, za což může riziko, které je s poskytnutím úvěru pro banky spojené. Spotřebitelský úvěr je platný pouze při sjednání v písemné podobě – na základě smlouvy. Smlouva o poskytnutí úvěru musí obsahovat zejména uvedení skutečných nákladů na poskytnutý úvěr (tzv. RPSN⁸) a osobní údaje klienta. Sazba RPSN určuje platební podmínky úvěru, což pro klienta představuje možnost vyhodnocení výhodnosti úvěru. Mezi základní parametry pro stanovení výše RPSN patří výše úvěru, informace o jednotlivých splátkách a jejich výši, poplatků spojených s úvěrem a informace o lhůtě splatnosti. Na dodržování těchto pravidel dohlíží Česká obchodní inspekce (ČOI)⁹. [9, 14, 24]

Spotřebitelské úvěry lze z hlediska způsobu jejich poskytování rozdělit na dva typy:

1. *jednorázový spotřebitelský úvěr* – je poskytován ve sjednané výši najednou, splacením úvěru ve sjednané lhůtě splatnosti je úvěrový vztah mezi bankou a klientem ukončen,
2. *revolvingový spotřebitelský úvěr* – je poskytován na základě ustanovení úvěrového rámce, z něhož pak klient může čerpat finanční prostředky, obvykle je splácen průběžně, kdy splácením dochází k uvolnění tohoto rámce a klient hradí úroky pouze ze skutečně vyčerpané částky úvěru. [6, 14]

Revolvingové spotřebitelské úvěry se z hlediska formy poskytování dělí na následující druhy:

⁸ *Roční procentní sazba nákladů (RPSN)* – sazba, která udává, kolik procent z dlužné částky musí klient zaplatit za období jednoho roku v souvislosti s poskytnutým úvěrem či půjčkou, jejich správou a dalšími výdaji, které jsou spojené s jejich čerpáním (celkově tedy všechny náklady spojené s úvěrem či půjčkou). [33]

⁹ *Česká obchodní inspekce (ČOI)* – orgán státní správy podřízený Ministerstvu obchodu a průmyslu České republiky. ČOI dozoruje a kontroluje fyzické a právnické osoby, které prodávají nebo dodávají výrobky a zboží na vnitřní trh, poskytují služby nebo vyvíjejí jinou obdobnou činnost na vnitřním trhu, poskytují spotřebitelský úvěr nebo provozují tržišť (tržnice), pokud podle zvláštních právních předpisů nevykonává tento dozor a kontrolu jiný správní úřad. [36]

1. *kontokorentní revolvingový spotřebitelský úvěr* – úvěr, který je klientovi poskytován v dohodnuté pohyblivé výši úvěrového rámce k jeho běžnému účtu (neboli klient má možnost čerpat finanční prostředky tzv. do minusu, do výše dohodnutého limitu),
2. *kreditní karta* – tato karta umožňuje výběr hotovosti a platby u obchodníků bez toho, aniž by uvedené služby byly hrazeny přímo z prostředků na běžném účtu klienta bezprostředně, ale až během smlouvou stanovené lhůty (splácení tohoto typu úvěru nemusí být pravidelné a ve stejné výši, výhodou je bezúročné zúčtování, které klientovi umožňuje uhradit závazek bezúročně). [4, 6, 28]

Spotřebitelské úvěry se mimo jiné dělí i z hlediska jejich účelu, ke kterému jsou určeny, a to na:

1. *účelové úvěry* – jsou poskytovány pouze na financování nákupu konkrétních spotřebních předmětů a služeb (nelze je využít na nic jiného, než co je ustanoveno ve smlouvě),
2. *neúčelové úvěry* – nejsou vázány na konkrétní účel, ale ve srovnání s úvěry účelovými je jejich výše obvykle nižší a cena za jejich poskytnutí naopak vyšší. [4, 28]

3.4.4 Hypotéční úvěr

Hypotéční úvěry jsou dlouhodobé úvěry, které jsou určeny k investování do nemovitostí. Poskytnutí hypotéčního úvěru je vázáno na zástavu nemovitého majetku určené hodnoty, který slouží ke krytí úvěru. Zastavená nemovitost ve většině případů bývá právě ta, která je prostřednictvím hypotéčního úvěru splácena. V současné době jsou hypotéční úvěry hlavním zdrojem financování při pořizování nemovitosti, ať už se jedná o byt či dům. Dnešní trh nabízí celou řadu možností, jak hypotéční úvěr čerpat – klient si může libovolně nastavit jeho výši, dobu splatnosti, výši splátek atd. [9, 13, 14, 27]

Hypotéční úvěry je možné z hlediska úvěrovaného objektu využít k nákupu nemovitosti či na její opravu a rekonstrukci, k výstavbě nemovitosti nebo na splacení již dříve poskytnutého úvěru, který sloužil právě na investici do vybrané nemovitosti. Z hlediska úvěrovaného subjektu lze hypotéční úvěry rozlišit na zabezpečující individuální

potřebu fyzické osoby (zajištění bydlení) a na zabezpečení podnikatelské činnosti právnických osob či podnikajících osob fyzických. [5, 9, 13, 28]

Poskytnutí hypotéčního úvěru je vázáno účelem, tento druh úvěru je ryze dlouhodobý (nejběžnější horizont je v rozmezí 20-40 let). Zastavení nemovitosti ve prospěch banky je uvedeno v katastru nemovitostí, zastavení pro banku snižuje riziko nesplacení úvěru v případě, kdy klient není schopen úvěr nadále splácet. [5, 27, 28]

3.4.5 Cena bankovních produktů

S využíváním bankovních produktů je spojena i celá řada plateb, které lze nazvat cenami. Banka si v rámci své cenové politiky může nastavit za bankovní produkty takové ceny, které pro ni budou představovat zisk, a díky kterým se existenčně udrží na finančním trhu. Zároveň by uvedené ceny měly představovat skutečné náklady na poskytnutí vybraného produktu. Nejčastěji využívanými cenami jsou:

- a) *úrok* – představuje odměnu za zapůjčení finančních prostředků (kapitálu) s rizikem,
- b) *poplatky* – jsou spojené s poskytnutím bankovních služeb bez rizika (např. poplatky za vedení účtu, za vydání platební karty, za příchozí platbu atd.),
- c) *provize (prémie)* – představuje odměnu za poskytnuté bankovní služby s rizikem (např. za poskytnutí bankovní záruky). [4]

3.5 Bankovní tajemství a jeho ochrana

Banky o svých klientech shromažďují celou řadu velmi důvěrných informací o jejich osobních, majetkových či finančních poměrech. Tyto informace jsou uvedeny ve smlouvách o poskytování bankovních produktů. Klienti musí bance důvěřovat, že jejich údaje nebudou zneužity a budou maximálně chráněny. Tuto ochranu dat klientů zajišťuje institut bankovního tajemství. Podstata institutu tkví v tom, že banky nesmějí nikomu třetímu sdělovat jakékoli informace o svých klientech, jejich zůstatcích na účtech, poskytnutých úvěrech a dalších bankovních obchodech a poskytnutých službách. [4, 13, 14]

V zákoně č. 21/1992 Sb., o bankách, však existují výjimky, ve kterých je banka povinna informace o klientech sdělit, a to osobám, které jsou pověřené výkonem bankovního dohledu či následujícím institucím (osobám):

- soudům pro účely občanského soudního řízení,
- orgánům činných v trestním řízení,
- správcům daně za podmínek platného daňového řádu,
- finančním arbitřům, kteří rozhodují ve sporu podle zvláštních předpisů,
- Ministerstvu financí České republiky za určitých podmínek,
- orgánům sociálního zabezpečení, zdravotním pojišťovnám, obecním úřadům ve věci řízení závazků klienta,
- soudním exekutorům, kteří jsou pověřeni provedením exekuce,
- Úřadu práce České republiky,
- zpravodajským službám za účelem plnění úkolu v oblasti potlačování financování terorismu,
- Národnímu bezpečnostnímu úřadu nebo Ministerstvu vnitra České republiky při provádění bezpečnostního řízení. [3]

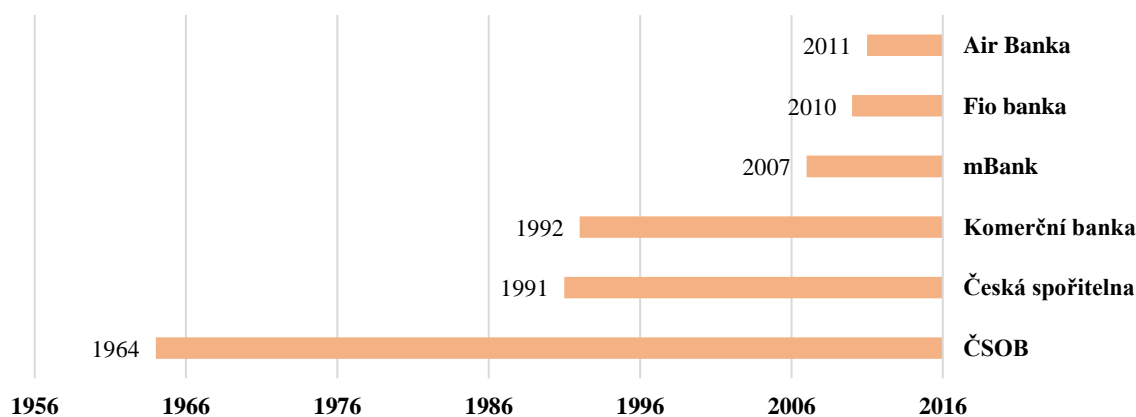
Všem výše uvedeným osobám či institucím jsou informace poskytnuty pouze na základě zvláštních předpisů či ujednání, a to za předpokladu, že požadované údaje o klientovi jsou nezbytně nutné pro další postup v dané věci. Mimo výše uvedené orgány jsou banky oprávněny se vzájemně informovat o identifikačních údajích klientů, jejich bankovním spojení a o jejich důvěryhodnosti a bonitě. Na základě tohoto ustanovení byl Českou národní bankou zřízen a je provozován Centrální registr úvěrů. [3, 14]

4 CHARAKTERISTIKA VYBRANÝCH BANKOVNÍCH SUBJEKTŮ

K 31. říjnu 2016 bylo u České národní banky v České republice registrováno dohromady 45 bank a poboček zahraničních bank. Seznam těchto subjektů je uveden v příloze č. 1.

Pro zpracování statistického porovnání, které je předmětem této diplomové práce, bylo vybráno celkem šest bankovních subjektů. Tři bankovní subjekty mají v České republice dlouholetou tradici a patří ke stabilním a klienty vyhledávaným institucím. Jedná se o Československou obchodní banku, Českou spořitelnu a Komerční banku, tyto subjekty jsou zároveň největšími bankovními institucemi v České republice. Zbylé tři instituce patří mezi relativně nové subjekty, které se do povědomí veřejnosti teprve postupně dostávají a patří mezi malé a středně velké bankovní instituce. Mezi ně jsou zahrnuty mBank, Fio banka a Air Bank. Následující graf č. 1 znázorňuje dobu existence výše uvedených bankovních subjektů na českém trhu podle roku registrace u České národní banky.

Graf č. 1: Doba existence vybraných bankovních subjektů na českém trhu



Zdroj: Česká národní banka

4.1 Vybrané banky

Následující část stručně představuje banky, které byly vybrány pro statistické porovnání jimi nabízených produktů. U jednotlivých bank je stručně představena jejich historie, nabízené služby a u některých i jejich politika společenské odpovědnosti firem

v oblasti neziskového sektoru, a to většinou prostřednictvím vlastních nadací a nadačních fondů. Zároveň jsou zde uvedena získaná významná ocenění.

4.1.1 Československá obchodní banka

Československá obchodní banka (ČSOB) je nejstarší bankou v České republice (dříve v Československu). ČSOB působí jako univerzální banka a byla založena státem v roce 1964 jako banka pro poskytování služeb zejména v oblasti financování zahraničního obchodu.



V roce 1999 byla ČSOB privatizována a jejím většinovým vlastníkem se stala belgická KBC Bank. V roce 2000 převzala ČSOB Investiční a poštovní banku (IPB). Do roku 2007 působila ČSOB na obou trzích – jak na českém, tak i na slovenském. Slovenská část ČSOB se osamostatnila 1. ledna 2008.

Československá obchodní banka poskytuje své služby široké veřejnosti, a to jak samotným fyzickým osobám, tak i právnickým osobám všech druhů a velikostí. V retailovém bankovníctví¹⁰ má ČSOB působnost pod třemi značkami:

1. ČSOB – pobočky,
2. Era – finanční centra,
3. Poštovní spořitelna – obchodní místa České pošty.

Svým klientům nabízí celá skupina ČSOB velmi široké spektrum bankovních produktů a služeb. Do významných produktových skupin v rámci skupiny ČSOB patří například hypotéční služby a služby stavebního spoření, penzijní pojištění, leasingové služby, ale samozřejmě také služby běžného denního platebního styku jako je vedení běžných a spořicíh účtů a operace s nimi spojené.

¹⁰ *Retailové bankovníctví* – bankovníctví zaměřené na drobnou klientelu, převážně fyzické osoby a živnostníky. [31]

Tabulka č. 3: Vybrané produkty nabízené ČSOB k 31. říjnu 2016

Typ produktu/služby	Název produktu/služby
Běžný účet	Plus Konto, Premium Konto, Konto, Studentské konto, Dětské konto Slůně, Běžný devizový účet
Spořicí produkty	Spořicí účet, Termínovaný vklad, Termínovaný vklad Plus, Doplnkové penzijní spoření, Doplnkové penzijní spoření pro děti, Stavební spoření, Duo Profit Plus, Spořicí účet s premií
Platební karty	ČSOB NaNákupy, Debetní karty, Kreditní karty, Bezkontaktní platební nálepka, Předplacená COOL karta, Karty pro fanoušky
Hypotéky	Hypotéka, Refinancování hypotéky, Americká hypotéka

Zdroj: ČSOB

ČSOB v rámci společenské odpovědnosti firem podporuje řadu neziskových organizací, pro které vypisuje grantové programy ve čtyřech klíčových oblastech, a to Odpovědné podnikání, Vzdělávání, Diverzita a Regiony.

4.1.2 Česká spořitelna



Počátky České spořitelny se datují do roku 1825, kdy vznikla tzv. Schraňovací pokladnice (pokladní kasa) pro hlavní město Prahu a pro Čechy. Ovšem Česká spořitelna tak, jak je známa dnes, vznikla až v roce 1991. V roce 2000 se majoritním akcionářem České spořitelny stala rakouská Erste Bank a Česká spořitelna se tak stala součástí celé skupiny Erste Bank Group.

Česká spořitelna je největší bankou v České republice co do počtu všech typů klientů, kterých má zhruba 5 milionů. Spořitelna se zaměřuje jak na drobnou klientelu, tak i na malé a střední firmy či obce a města. Služby České spořitelny využívají i velké korporace a své služby poskytuje i na finančních trzích. Klienti České spořitelny mají k dispozici velké množství bankomatů a poboček.

Česká spořitelna pravidelně vyhrává soutěže Fincentrum v různých kategoriích. V roce 2016 zvítězila v kategoriích Nejdůvěryhodnější banka roku, Banka bez bariér a Hypotéka roku. V dalších kategoriích se Česká spořitelna objevuje většinou na druhém či třetím místě.

Tabulka č. 4: Vybrané produkty nabízené Českou spořitelnou k 31. říjnu 2016

Typ produktu/služby	Název produktu/služby
Běžný účet	Základní účet, Běžný účet v cizí měně
Spořicí produkty	Spoření ČS, Stavební spoření, Penzijní spoření, Dětská vkladní knížka, Výherní vkladní knížka
Platební karty	Debetní karty k účtům, Kreditní karty, Karta podle Vás
Hypotéky	Hypotéka České spořitelny, Americká hypotéka

Zdroj: Česká spořitelna

Česká spořitelna v roce 2002 zřídila i svou Nadaci České spořitelny, jejíž pomoc se soustřeďuje do tří hlavních kategorií, a to Podpora aktivního a důstojného stárnutí, Prevence a léčba drogových závislostí a Péče o lidi s mentálním postižením.

4.1.3 Komerční banka



První zmínka o Komerční bance (KB) je z roku 1990, kdy se oddělila od Státní banky československé, a v roce 1992 se transformovala na akciovou společnost. V roce 2001 se manažerské kontroly Komerční banky ujala francouzská bankovní skupina Sociétés Générale. Tato změna vlastníka byla začátkem pro rozvoj aktivit s orientací na fyzické osoby.

Komerční banka a.s. je mateřskou společností celé Skupiny KB, jež je součástí výše zmíněné Sociétés Générale. KB je považována za přední bankovní instituci v České republice a ve střední a východní Evropě. Svým klientům nabízí širokou škálu služeb v oblastech retailového, podnikového a investičního bankovníctví. Do portfolia specializovaných služeb nabízených KB patří zejména penzijní připojištění, stavební spoření, faktoring, spotřebitelské úvěry a pojištění. Klienti mohou využívat širokou síť poboček, přímého bankovníctví a vlastních distribučních sítí.

Tabulka č. 5: Vybrané produkty nabízené Komerční bankou k 31. říjnu 2016

Typ produktu/služby	Název produktu/služby
Běžný účet	MůjÚčet, MůjÚčet GOLD, TOP nabídka, Studentský účet G2, Dětské konto Beruška, Profi program, Běžný účet v cizí měně, KB Start konto
Spořicí produkty	Spořicí účet, Stavební spoření, Doplnkové spoření na penzi, Dětské životní pojištění Brouček, Termínovaný účet, Termínovaný vklad s individuální sazbou
Platební karty	MojeMobilní karta, Zlatá karta, Karta k běžnému účtu, Platinum VISA, Prémiová karta Platinum, Viva karta, A karta, Lady karta
Hypotéky	Hypotéční úvěr, Předhypotéční úvěr, Rychloúvěr MPSS

Zdroj: Komerční banka

V roce 2016 zvítězila Komerční banka v soutěži Fincentrum, a to v hlavní kategorii Banka roku. V některých dalších kategoriích se objevila na druhém či třetím místě.

V roce 1994 založila KB svou Nadaci Jistota. Své prostředky rozděluje do čtyř oblastí, kterými jsou Raná péče a pomoc dětem, Sociálně hendikepovaní, Zdravotně postižení a Péče o seniory a hospicová péče.

4.1.4 mBank

Svým příchodem do České republiky v roce 2007 mBank způsobila bankovní revoluci. Zavedla totiž samoobslužný model, kdy si zákazník spravuje své každodenní operace sám přes internetové a telefonické bankovníctví, a to bez jakýchkoli poplatků u nejvyužívanějších služeb. Pobočky této banky slouží převážně jen jako poradenská centra a nepracuje se na nich s hotovostí. Obecně je mBank považována za bezhotovostní banku. mBank nyní patří německé skupině Commerzbank.



mBank nabízí všechny základní, ale přesto důležité produkty retailového bankovníctví. Své služby poskytuje pouze fyzickým osobám a živnostníkům. Klientům mBank nabízí běžné účty, spořicí účty, platební a kreditní karty, základní úvěry a pojištění.

Tabulka č. 6: Vybrané produkty nabízené mBank k 31. říjnu 2016

Typ produktu/služby	Název produktu/služby
Běžný účet	Osobní účet mKonto, Účty pro mladé do 18 let, mKonto #navlastnitriko, mKonto pro děti,
Spořicí produkty	Spořicí účet eMax, eMax plus, mSpoření, mVklad
Platební karty	mKreditky, Platební karty k mKontu #navlastnitriko, Platební karty Visa a MasterCard, Karta Visa eMax
Hypotéky	mHypotéka, Americká hypotéka, Investiční hypotéka

Zdroj: mBank

mBank doposud svou nadaci či nadační fond nezřídila. Stejně tak se nezabývá rozdělováním volných finančních prostředků na charitativní účely. Minimální zisk, kterého mBank dosahuje, dostačuje pouze na pokrytí nákladů a postupné investování do rozšíření kvality poskytovaných produktů a služeb.

4.1.5 Fio banka

Fio banka je jedinou bankou v České republice, která má pouze české vlastníky. Běžné služby poskytuje svým klientům zcela bez poplatků, ale přitom je schopna v dlouhodobém hledisku dosahovat mírného zisku.



Počátky Fio banky se datují do roku 1993, kdy skupina mladých „matfyzáků“ založila Finanční skupinu Fio, která byla zaměřena na obchodování s cennými papíry. Skupina se postupně transformovala na vlastní družstevní záložnu. V roce 1998 Fio, jako první finanční instituce v České republice, spustilo internetové bankovníctví. Fio v roce 2006 koupilo skomírající mimoburzovní trh RM-SYSTÉM, který se podařilo obnovit, a v současné době je největším obchodníkem s cennými papíry na českém trhu zaměřeným na drobné klienty. Bankovní licenci obdržela Fio banka v roce 2010 a jako první banka představila českému trhu mobilní bankovníctví. Fio banka nemá k dispozici svou nadaci či nadační fond.

Tabulka č. 7: Vybrané produkty nabízené Fio bankou k 31. říjnu 2016

Typ produktu/služby	Název produktu/služby
Běžný účet	Fio osobní účet
Spořicí produkty	Spořicí účet Fio konto, Termínovaný vklad s obnovou
Platební karty	Platební karty
Hypotéky	Fio hypotéka, Americká hypotéka

Zdroj: Fio banka

V roce 2016 získala Fio banka celkem čtyři ocenění v soutěži Zlatá koruna, a to za osobní i podnikatelský účet, podnikatelský úvěr a aplikaci e-Broker. V roce 2015 získala titul Nejvstřícnější banka roku, toto ocenění získala i v letech 2011-2014. V soutěži Fincentrum se v roce 2016 Fio banka umístila kategorii Účet roku až na druhém místě, v roce 2015 tuto kategorii vyhrála.

4.1.6 Air Bank



Air Bank je členem skupiny PPF¹¹ a mezinárodní skupiny Home Credit Group. Své služby v České republice nabízí od roku 2011 a klade si za cíl otevřenost, pravdivost, srozumitelnost, přehlednost a přístupnost. Air Bank svým klientům nabízí pouze základní produkty a služby, a to běžné a spořicí účty, půjčky a hypotéční úvěry.

Tabulka č. 8: Vybrané produkty nabízené Air Bank k 31. říjnu 2016

Typ produktu/služby	Název produktu/služby
Běžný účet	Malý tarif, Velký tarif
Spořicí produkty	Spořicí účet
Platební karty	Platební karta, Platební nálepka
Hypotéky	Hypotéka

Zdroj: Air Bank

V soutěži Fincentrum v roce 2016 Air Bank vyhrála kategorie Nejdynamičtější banka roku a On-line banka roku, totožná ocenění získala i v roce 2015.

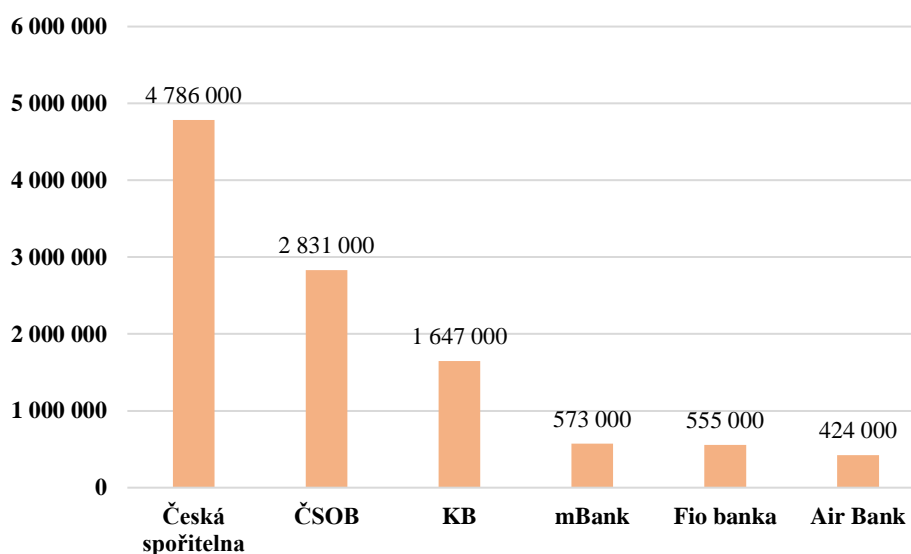
4.2 Grafická srovnání některých údajů o vybraných bankách

Graf č. 2 znázorňuje řádový počet klientů vybraných bank za rok 2015. Jak je z grafu č. 2 patrné, nejvíce klientů má Česká spořitelna. Lze předpokládat, že i přes absenci srovnání s ostatními existujícími bankovními subjekty na českém trhu, má největší klientelu právě Česká spořitelna.

¹¹ PPF – soukromá mezinárodní finanční a investiční skupina se sídlem v Nizozemí, jedna z největších ve střední a východní Evropě, jejímž majoritním vlastníkem je český podnikatel Petr Kellner.

Zajímavostí je, že Fio banka a mBank měly v roce 2015 téměř stejný počet klientů, a to i přesto, že mBank je na českém bankovním trhu o tři roky déle. Za úspěchem nových bank v získávání klientů jsou zřejmě rozsáhlé reklamní kampaně, které v poslední době potenciální klienti mohou vidět prakticky ve všech dostupných médiích. Je možné, že postupem času budou tzv. velké banky o své klienty přicházet právě kvůli novým, nízkonákladovým bankám, jako je již zmíněná Air Bank či Fio banka.

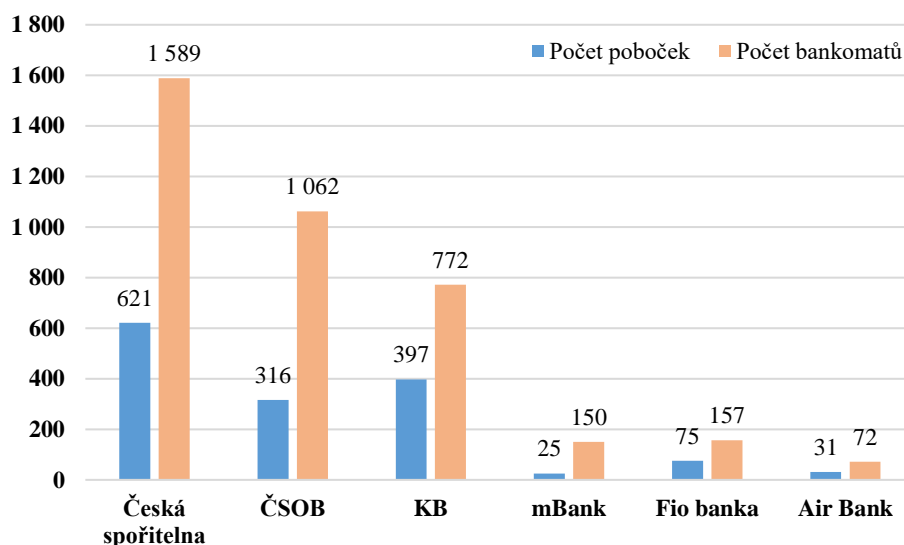
Graf č. 2: Počet klientů v roce 2015 u vybraných bankovních subjektů na českém trhu



Zdroj: výroční zprávy jednotlivých bank

Z grafu č. 3 na následující straně je zřejmé, že vybrané banky s největším počtem klientů disponují zároveň největším počtem poboček a bankomatů. Zajímavostí je, že v počtu bankomatů je Komerční banka na druhém místě před ČSOB, která má ale početnější klientelu. Do poboček a bankomatů ČSOB však nelze zahrnout pobočky České pošty, na kterých klienti ČSOB mohou vybírat peníze. Pokud by však tyto pobočky do srovnání byly zahrnuty, jednoznačně by ČSOB měla největší síť obsluhy svých klientů.

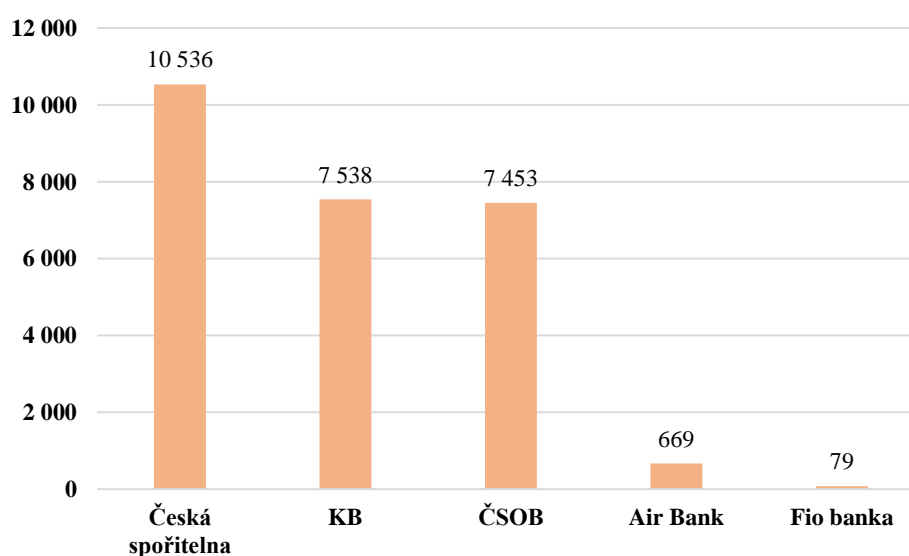
Graf č. 3: Počet poboček a bankomatů vybraných bank v roce 2015



Zdroj: výroční zprávy jednotlivých bank

Počet zaměstnanců vybraných bank je znázorněn v grafu č. 4. Jak lze očekávat, nejvíce zaměstnanců mají banky s největším počtem klientů a poboček, tedy Česká spořitelna, Komerční banka a ČSOB. Z grafu č. 4 je možné vyčíst, že Komerční banka a ČSOB mají srovnatelný počet zaměstnanců, i když klientela ČSOB je mnohonásobně vyšší než u KB. Data o počtu zaměstnanců mBank nejsou dostupná jak z veřejných, tak ani z interních zdrojů banky – mBank je tedy z tohoto srovnání vyřazena.

Graf č. 4: Počet zaměstnanců vybraných bank za rok 2015



Zdroj: výroční zprávy jednotlivých bank

Pozoruhodné je, že počet zaměstnanců Fio banky je téměř totožný jako její počet poboček. Za zaměstnance ale nejsou považováni brigádníci či stážisté, tudíž fyzický počet pracovníků může být vyšší. Je totiž nepravděpodobné či spíše nemožné, aby na každé pobočce byl pouze jeden zaměstnanec.

Air Bank, která na českém bankovním trhu působí teprve krátce, má počet zaměstnanců oproti starší Fio bance několikanásobně větší, i když je její klientela menší. Z těchto údajů se dá usuzovat, že Air Bank je více zaměřená na osobní kontakt s klientem.

5 ANALÝZA DOSAŽENÝCH VÝSLEDKŮ

V dnešní době mají prakticky všechny banky stejné portfolio produktů. Je těžké nalézt další inovativní bankovní produkty, proto jsou si téměř všechny druhy produktů napříč bankami velmi podobné. Mezi komerčními obchodními bankami neustále probíhá „boj o klienty“, z tohoto důvodu se banky předhánějí v nízkých poplatcích za své služby či ve spektru poskytovaných služeb a bonusů „za věrnost“. V televizi, v rádiu i v tištěných médiích jsou stále dokola vysílány (tištěny) reklamy na výhodné běžné účty, spořicí účty s vysokým úrokem či levné hypotéky. Klienti obecně mají široké možnosti, které bankovní produkty si zvolit, aby byly výhodné zejména pro ně – uživatele, především bez zbytečných či příliš vysokých bankovních poplatků.

Všechny banky vybrané pro porovnání mají srovnatelné portfolio nabízených služeb a produktů. Pro porovnání byly vybrány běžné osobní účty, studentské účty a spořicí účty. Dále jsou provedeny analýzy vývoje počtu klientů vybraných bank a jejich predikce do budoucna. Poslední částí analýzy je vyhodnocení vlastního dotazníkového šetření.

5.1 Porovnání nabízených produktů ve vybraných bankách

Cílem vzájemného porovnání nabízených produktů vybraných bank je srovnat jejich výhodnost pro klienta z hlediska výše měsíčních poplatků.

5.1.1 Běžné osobní účty

Nejprve jsou srovnávány běžné osobní účty. Tento produkt byl vybrán jako základní a jednoznačně nejvíce využívaný bankovní produkt, který je v dnešní době považován za standard a ve většině případů peněžních transakcí je dokonce nutností. Uvedené údaje jsou platné k 5. prosinci 2016.

Československá obchodní banka

Samotná ČSOB má ve své nabídce hned tři základní typy běžných osobních účtů, které jsou určeny pro téměř všechny klienty, a to jak pro aktivní a náročné klienty, tak i pro klienty,

kteří bankovní služby příliš nevyužívají. Era – poštovní spořitelna, patřící do skupiny ČSOB, je sama o sobě zaměřena prakticky pouze na ty klienty, kteří požadují snadno dostupné a ovladatelné služby elektronického bankovníctví. Era těmto klientům nabízí dva typy běžných osobních účtů.

ČSOB Konto je základním typem běžného osobního účtu, jenž je určen zejména těm nenáročným klientům, kteří bankovní služby příliš nevyužívají, ale kterým vyhovuje jednoduchý účet s možností „jít do mínusu“. Klient založením tohoto Konta získává účet vedený v tuzemské měně (v Kč), bezkontaktní platební kartu Debit MasterCard, bezplatně všechny příchozí a dvě odchozí tuzemské platby, dva výběry z bankomatů ČSOB v České republice a možnost povoleného přečerpání účtu. Za vedení ČSOB Konta je stanoven měsíční poplatek ve výši 55 Kč. Při využívání služeb nad limit základního balíčku doplácí klient za odchozí tuzemskou platbu poplatek 3 Kč a za výběr z bankomatu ČSOB poplatek 6 Kč.

ČSOB Plus Konto je určeno těm klientům, kteří chtějí mít účet zcela bez poplatků, ale je potřeba zajistit na tomto účtu měsíční příjem alespoň ve výši 15 tisíc Kč. Zřízením Plus Konta a dodržením podmínky pravidelné minimální výše příjmu klient získává zdarma neomezený počet příchozích a odchozích tuzemských plateb, inkas včetně SIPO a výběrů z bankomatů ČSOB v ČR. Klient dále získává bezkontaktní platební kartu Debit MasterCard a možnost povoleného přečerpání účtu. Pokud by klient v měsíci nesplnil obratovou podmínku 15 tisíc Kč, bude mu účtován jednorázový poplatek 99 Kč.

ČSOB Premium Konto je určeno především náročným a bohatým klientům, kteří vyhledávají exkluzivní produkty a služby s nadstandardními výhodami a bez poplatků. Klient ovšem musí splnit alespoň jednu ze tří podmínek, a to měsíční příjem na účtu alespoň ve výši 50 tisíc Kč, úspory na spořicímu účtu vyšší než 1,5 milionu Kč nebo čerpat hypotéční úvěr ve výši alespoň 3 miliony Kč. Založením Premium Konta klient zdarma získává neomezený počet příchozích a odchozích tuzemských plateb, inkas (a SIPO) a výběrů z bankomatů po celém světě. Dále klient získává prestižní debetní kartu Visa Infinite pro majitele účtu, debetní kartu pro disponenta, bezkontaktní platební nálepkou a jeden devizový účet v měně EUR, USD, GBP, CHF nebo CAD. Pokud klient nesplňuje ani jednu z výše uvedených podmínek, je mu za Premium Konto účtován měsíční poplatek ve výši 900 Kč.

Era osobní účet je jednoduchý běžný účet, který umí vše, co běžný nenáročný klient potřebuje. Založit si ho může osoba od 10 let věku a může mít další tři disponenty starší 15 let. Tento účet má i zvýhodněné vedení účtu pro mladé, seniory a handicapované občany. Založením účtu klient zdarma získává mezinárodní bezkontaktní kartu Debit MasterCard, možnost otevření kontokorentu, možnost zřízení spořicího účtu a neomezený počet tuzemských příchozích plateb. Samotné vedení účtu je zpoplatněno částkou 34 Kč měsíčně, odchozí platba částkou 2 Kč a výběr hotovosti z bankomatu částkou 5 Kč.

Era online účet je určen klientům, kteří svůj osobní účet chtějí spravovat pouze online, bez kamenné pobočky. Klient musí splnit podmínku měsíčního příjmu na účtu alespoň ve výši 15 tisíc Kč. Založením online účtu klient získává bezplatné všechny příchozí a odchozí tuzemské platby, vydání a vedení bezkontaktní karty Debit MasterCard zdarma, možnost vydání bezkontaktní platební nálepky a neomezený počet výběrů hotovosti z bankomatů ČSOB/Ery. Pokud klient v měsíci nesplní obratovou podmínku, je mu účtován jednorázový poplatek ve výši 69 Kč.

Česká spořitelna

Základní účet je novým produktem České spořitelny, který koncem roku 2016 nahradil původní typy běžných osobních účtů. Jak již z názvu vyplývá, jedná se opravdu o základní účet, který nenabízí prakticky žádné výhody či služby, které jsou standardní pro běžné účty u jiných bank. Klient založením základního účtu zdarma získává vedení účtu, internetové a mobilní bankovníctví, platební debetní kartu Visa Classic a všechny příchozí tuzemské platby. Další služby jsou zpoplatněny následovně – výběr z bankomatů České spořitelny 5 Kč, odchozí platba v rámci České spořitelny 5 Kč a mimo ni 7 Kč.

Komerční banka

MůjÚčet je balíček služeb, který obsahuje vše potřebné pro pohodlnou obsluhu financí klienta. Klient se založením účtu zdarma získává ovládání účtu prostřednictvím internetového a mobilního bankovníctví, bezkontaktní platební kartu s celosvětově platným cestovním pojištěním, založení trvalých příkazů a inkasa zdarma po dobu 3 měsíců od otevření účtu a příchozí a odchozí transakce. Klient má dále možnost vybírat hotovost

z bankomatů KB zdarma, pokud ve stejné četnosti využívá platby debetní či kreditní kartou u obchodníků. Pokud klient platební kartu u obchodníků nevyužívá, je mu výběr z bankomatu zpoplatněn částkou 9 Kč. Samotné měsíční vedení účtu lze získat zdarma splněním alespoň jedné z následujících podmínek, kterými jsou jakákoli příchozí platba na účet, vlastnictví kreditní karty, úvěru či hypotéky od KB, úspory u KB vyšší než 100 tisíc Kč či pravidelná měsíční úložka u KB. Pokud klient podmínku nesplní, hradí poplatek v měsíční výši 68 Kč.

MůjÚčet GOLD je prezentován jako účet pro život bez starostí. Klient s jeho založením zdarma získává zlatou platební kartu s celosvětově platným cestovním pojištěním a s neomezenými výběry ze všech bankomatů KB i mimo ni a v zahraničí, ovládání účtu prostřednictvím internetového a mobilního bankovníctví, příchozí a odchozí tuzemské platby, možnost povoleného debetu a založení trvalých příkazů a inkasa (SIPO) zdarma na pobočce do 3 měsíců od založení účtu. Vedení účtu je zpoplatněno částkou 169 Kč měsíčně.

mBank

mKonto je prakticky jediným běžným účtem od mBank. Nabízí však varianty pro děti, pro mladé a pro podnikatele. mKonto bylo prvním osobním účtem s nízkonákladovou politikou. Klient s jeho založením získává zdarma vedení účtu, všechny příchozí a odchozí tuzemské platby, výběry ze všech bankomatů v ČR i v zahraničí při výběru alespoň 1500 Kč a trvalé příkazy a inkasa. To vše za předpokladu měsíčního obrátu na účtu ve výši alespoň 1500 Kč. Pokud není obrátová podmínka dodržena, je za výběr z bankomatu účtován poplatek ve výši 29 Kč.

Fio banka

Fio osobní účet je účtem bez poplatků za běžné bankovní služby. Využívat jej může prakticky kdokoliv, protože není nutné splnit podmínky v podobě určitého obrátu či počtu plateb kartou. Zdarma lze navíc otevřít účet jak v českých korunách, tak i ve čtrnácti dalších cizích měnách. Klient s jeho založením zdarma získává neomezený počet příchozích a odchozích tuzemských plateb a plateb mezi Českou a Slovenskou republikou v EUR,

neomezený počet trvalých příkazů, internetové a mobilní bankovníctví, bezkontaktní platební kartu MasterCard Debit Contactless a další bezkontaktní platební kartu pro druhou osobu, měsíčně 10 výběrů z bankomatů Fio banky, výběr (nad 1000 Kč) a vklad hotovosti na pobočce a číslo účtu na přání klienta. Z uvedeného výčtu je patrné, že pro klienty je zdarma opravdu téměř vše.

Air Bank

Malý tarif je běžný osobní účet bez pravidelného měsíčního poplatku. Klient jeho založením získává zdarma vedení účtu v českých korunách, EUR a USD, všechny příchozí a odchozí tuzemské platby, trvalé příkazy a inkaso, ovládání účtu přes internetové a mobilní bankovníctví, platební kartu a platební nálepkou a výběry z bankomatů Air Bank. K tomuto účtu jsou zpoplatněny služby a transakce konané v zahraničí či v méně běžných měnách.

Velký tarif je osobní účet zpoplatněný měsíčním paušálem ve výši 100 Kč. V rámci základních služeb obsahuje zdarma stejné služby jako Malý tarif a k nim přidáné ještě výběry z bankomatů mimo Air Bank i Českou republiku (pouze v rámci zemí Evropské unie), výběr hotovosti u společnosti Sazka či zaslání výpisu poštou.

Shrnutí

Výše uvedené poznatky o jednotlivých běžných osobních účtech vybraných bank jsou shrnuty do tabulky č. 9 na následující straně s popisem základních služeb a s nimi spojenými poplatky.

Tabulka č. 9: Přehled poplatků vybraných běžných osobních účtů v Kč

<i>Název banky a účtu / Služba</i>	Vedení účtu	Příchozí platba v CZK	Odchozí platba v CZK	Výběr z ATM¹² banky	Platební karta vydání/ vedení	Výpis elektr./ poštou
ČSOB Konto	55	0	2 zdarma / 3	2 zdarma / 6	0 / 0	0 / 30
ČSOB Plus Konto	0 / 99 ¹⁾	0	0	0	0 / 0	0 / 30
ČSOB Premium Konto	0 / 900 ¹⁾	0	0	0	0 / 0	0 / 0
Era osobní účet	34	0	2	5	0 / 10	0 / 30
Era online účet	0 / 69 ¹⁾	0	0	5	0 / 0	0 / 30
ČS Základní účet	0	0	5	5	0 / 0	0 / 30
KB MůjÚčet	0 / 68 ¹⁾	0	0	0 ²⁾ / 9	0 / 0	0 / 35
KB MůjÚčet GOLD	169	0	0	0 ²⁾ / 9	0 / 0	0 / 35
mKonto	0	0	0	0 / 29 ¹⁾	0 / 29 ¹⁾	0 / 50
Fio osobní účet	0	0	0	0 ³⁾ / 9	0 / 0	0 / 25
Air Bank Malý tarif	0	0	0	0	0	0 / 25
Air Bank Velký tarif	100	0	0	0	0	0 / 0

1) při nesplnění obrátové podmínky

2) při splnění platby u obchodníka

3) prvních 10 výběrů z bankomatu Fio banky

Zdroj: jednotlivé banky (údaje platné k 5.12.2016)

Z tabulky č. 9 je zřejmé, že stejné služby může mít klient v rámci běžného osobního účtu u několika bank zcela zdarma, pokud ovšem splní obrátovou podmínku. Naproti tomu nesplnění obrátové podmínky nebo výběr jiného produktu u jiné banky přináší měsíční poplatky v řádu desítek Kč. Porovnání znázorňuje, že zpravidla nové nízkonákladové banky nabízejí nejvýhodnější běžné osobní účty. Naopak u bank s dlouholetou existencí na českém bankovním trhu, např. u ČSOB či České spořitelny, jsou klienti nuceni platit i za takové již každodenní úkony, jako jsou odchozí platby či výběry z bankomatu.

5.1.2 Studentské účty

Studentské účty jsou obvykle zaměřené na studující osoby do věku 26 let. Do tohoto porovnání byly zahrnuty pouze velké banky s dlouhodobou existencí na českém bankovním

¹² ATM – z anglického „Automated Teller machine“, mezinárodní označení pro bankomat. [32]

trhu – ČSOB, Česká spořitelna a Komerční banka. Nové nízkonákladové banky (mBank, Fio banka a AirBank) čistě studentský účet či běžný účet s určitým zvýhodněním pro studenty nemají. Údaje o jednotlivých produktech jsou platné k 6. prosinci 2016.

Československá obchodní banka

ČSOB Studentské konto je určeno klientům ve věku 15-30 let a nabízí jim neomezený počet příchozích a odchozích tuzemských plateb zdarma, bezkontaktní mezinárodní embosovanou kartu Debit MasterCard Student, kreditní kartu, povolené přečerpání účtu až do výše 20 tisíc Kč, ovládání účtu přes internetové a mobilní bankovníctví, neomezené výběry z bankomatů ČSOB a financování bydlení bez poplatků s výhodnější úrokovou sazbou. Veškeré základní služby a vedení účtu jsou pro studenty (až do 30 let) zcela zdarma, potvrzení o studiu je vyžadováno jen v 21 a 26 letech.

Era osobní účet nabízí tzv. výhody pro mladé, kdy pro osoby do 26 let, bez nutnosti statusu studenta, nabízí zdarma vedení účtu, všechny příchozí platby, dva výběry měsíčně z bankomatů ČSOB/Ery, vedení kontokorentu, mezinárodní bezkontaktní platební kartu a vydání slevové karty EYCA/ISIC. Každá odchozí platba je však zpoplatněna částkou 2 Kč, výběry z bankomatu nad rámec balíčku částkou 5 Kč.

Česká spořitelna

Základní účet Pro studenty je určen pro klienty do věku 26 let. Klient s jeho založením získává zdarma vedení účtu, debetní kartu Visa Classic, všechny příchozí a odchozí tuzemské platby, včetně trvalých příkazů, inkas a SIPO, všechny výběry z bankomatů České spořitelny, možnost využívat kontokorentu a možnost zřízení spořicího účtu. Klient má všechny uvedené základní služby a vedení účtu zcela zdarma.

Komerční banka

Studentský účet G2 mohou získat mladí klienti do 19 let a studenti i absolventi vysoké školy do 30 let. Pro jeho založení je potřeba dodat dva doklady totožnosti, studenti starší 20 let předkládají potvrzení o studiu či platný průkaz ISIC a absolventi předkládají doklad

o úspěšném absolvování studia. Se založením účtu G2 klient zdarma získává embosovanou bezkontaktní platební kartu, vedení účtu zdarma do 25 let věku, všechny příchozí a odchozí tuzemské platby, všechny výběry z bankomatů KB a jeden výběr měsíčně z bankomatu v zahraničí, při dodání potvrzení o studiu či platné ISIC karty povolený debet do výše 5000 Kč bez úroku a možnost zřízení balíčku Erasmus pro studium v zahraničí. Studenti a absolventi ve věku 26-30 let mohou mít účet zdarma za předpokladu, že obdrží alespoň jednu příchozí platbu měsíčně na účet – při nesplnění této podmínky je měsíční poplatek za vedení účtu ve výši 68 Kč.

Shrnutí

Následující tabulka č. 10 srovnává výše uvedené studentské účty a poplatky za služby s nimi souvisejícími.

Tabulka č. 10: Přehled poplatků vybraných studentských účtů v Kč

<i>Název banky a účtu / Služba</i>	Vedení účtu	Příchozí platba v CZK	Odchozí platba v CZK	Výběr z ATM banky	Platební karta vydání/ vedení	Výpis elektr./ poštou
ČSOB Studentské konto	0	0	0	0	0 / 0	0 / 30
Era osobní účet (výhody pro mladé)	0	0	2	0 ¹⁾ / 5	0 / 10	0 / 30
ČS Základní účet Pro studenty	0	0	0	0	0 / 0	0 / 30
KB Studentský účet G2	0 / 68 ²⁾	0	0	0	0 / 0	0 / 35

1) první dva výběry v měsíci

2) při nesplnění podmínky příchozí platby

Zdroj: jednotlivé banky (údaje platné k 6.12.2016)

Z porovnávací tabulky č. 10 vyplývá, že nejvýhodnějšími studentskými účty jsou ČSOB Studentské konto a ČS Základní účet Pro studenty, u kterých jsou všechny služby zdarma a bez nutnosti splnění jakýchkoli podmínek. Dále je pro studenty či absolventy výhodný Studentský účet G2, který ale vyžaduje splnění podmínky jakékoli příchozí platby

na účet. Jako zcela nevýhodný je Era osobní účet s výhodami pro mladé, u kterého jsou zpoplatněny základní služby – odchozí platba a výběr z bankomatu.

5.1.3 Spořicí účty

Jako další bankovní produkt ke srovnání byl vybrán spořicí účet. Spořicí účty jsou nejvíce využívaným typem spoření volných finančních prostředků mezi klienty, což dokazují i výsledky dotazníkového šetření v kapitole 5.3. Uvedené údaje jsou platné k 6. prosinci 2016.

Československá obchodní banka

Spořicí účet je určen i těm klientům, kteří u ČSOB nemají zřízen běžný osobní či studentský účet – je to však ale výhodou, protože převody ze spořicího účtu a zpět jsou zdarma, a navíc je možné si na běžném účtu nastavit hranici, od které se finanční prostředky budou automaticky převádět na spořicí účet. Klient s jeho založením získává vedení účtu zdarma, možnost jednodenní výpovědi vkladu a možnost spoření i v cizích měnách – EUR a USD. Úroková sazba závisí na výši zůstatku na spořicím účtu.

Era červené konto je určeno pro moderní klienty, kteří chtějí z uložení svých prostředků mít nějaký „zisk“ a zároveň mít tyto prostředky kdykoli k dispozici. Klient s jeho založením má k dispozici zdarma příkazy k úhradě i samotnou správu konta. Červené konto je vedeno pouze v českých korunách a nelze k němu určit disponenty (právy ke kontu disponuje pouze jeho majitel). Výběry z konta jsou z bankomatů ČSOB/Ery zpoplatněny částkou 5 Kč a zpracování hotovosti připisované na konto částkou 12 Kč.

Česká spořitelna

S účtem *Spoření ČS* mohou klienti spořit pravidelně i nepravidelně, zároveň jsou prostředky neustále k dispozici. K založení účtu není potřeba žádný minimální vklad a v průběhu vedení účtu není vyžadován minimální zůstatek. Klient s jeho založením získává veškeré tuzemské transakce, tedy příchozí a odchozí platby, zdarma. Zahraniční

transakce nejsou akceptovány ani s poplatkem. Nevýhodou ovšem je, že v případě výběru z účtu v konkrétním měsíci nejsou připsovány úroky z vkladů.

Komerční banka

Spořicí konto Bonus je určeno pro ty klienty, kteří mají u Komerční banky zřízen běžný osobní účet, a je poskytováno bez poplatků za zřízení i vedení konta. Klient má v případě potřeby okamžitý přístup ke svým finančním prostředkům, bez výpovědní lhůty. Finanční prostředky jsou úročeny dvousložkovou úrokovou sazbou, která je složená ze základní a bonusové úrokové sazby, a tato sazba je garantována celé kalendářní pololetí. Příchozí platby a odchozí platby v rámci KB jsou zdarma.

Spořicí konto Bonus Aktiv je spořicí účet bez výpovědní lhůty, který klientovi přinese zhodnocení vkladů a zároveň mu umožní libovolně nakládat s naspořenými úsporami. Konto kromě základní úrokové sazby přináší ještě bonus jako odměnu za další aktivitu u KB – pokud klient v měsíci alespoň 5x zaplatí platební kartou (debetní či kreditní) v celkovém součtu 5000 Kč. Spořicí konto Bonus Aktiv je opět určeno majitelům běžného osobního účtu u Komerční banky a je poskytováno bez poplatků za jeho zřízení a vedení.

Spořicí konto Bonus Invest svým majitelům přináší odměnu za investování do vybraných investičních produktů. Konto je určeno majitelům běžného osobního účtu u KB, je bez poplatků za vedení účtu a bez výpovědní lhůty vkladů – majitel má tak ke svým finančním prostředkům neomezený přístup.

mBank

mSpoření je spořicí účet poskytovaný zdarma mBankou a je určen pro klienty, kteří zároveň vlastní mKonto. Díky mSpoření jsou automaticky spořeny drobné částky, které klient kdykoli zaplatí – klient si konkrétní částku spoření z každé platby může nastavit sám v rozmezí 1-10% nebo 10-99 Kč z každé realizované platby. Zjednodušeně řečeno – čím více klient platí, tím více si spoří. Zároveň jsou finanční prostředky k dispozici kdykoli a kdekoli. Zdarma jsou dále všechny příchozí platby a jedna odchozí platba měsíčně v rámci banky. V rámci mSpoření nelze realizovat mezibankovní platby.

Spořicí účet eMax je účet s automatickým spořením prostřednictvím trvalé platby. Není potřeba minimální zůstatek ani vklad, účet je bez poplatků za vedení či zrušení účtu. Jeden klient má možnost zřídit si až čtyři spořicí účty podle cíle jejich spoření a může k nim získat i platební kartu.

Spořicí účet eMax Plus nabízí klientům zvýhodněný úrok ve výši 0,3% p.a., pokud je účet aktivně používán (resp. pokud klient měsíčně zaplatí platební kartou v celkovém součtu alespoň 4000 Kč). Klient s jeho založením získává zdarma všechny příchozí platby, jednu odchozí platbu měsíčně, žádnou výpovědní lhůtu vkladu, při založení není požadován minimální vklad a jeden klient si může založit, a i pojmenovat, až čtyři tyto účty. Samozřejmostí je založení a vedení účtu zdarma.

Fio banka

Fio konto je speciálním spořicí účetem bez výpovědní lhůty, ale s vyšším úročením, než má běžný účet u stejné banky. U Fio konta nelze využít SIPO platby ani inkaso, finanční prostředky je možné převádět jen na jeden externí účet, který ale lze zdarma kdykoli změnit. Se založením Fio konta klient získává zdarma zřízení, vedení i případné zrušení účtu, neomezený počet příchozích a odchozích tuzemských plateb, neomezený počet příchozích a odchozích plateb mezi Českou a Slovenskou republikou v EUR, možnost zadávat z účtu trvalé příkazy, bezkontaktní platební kartu MasterCard Debit Contactless, měsíčně 10 výběrů z bankomatů Fio banky a měsíčně až 5 výběrů z cizích bankomatů v ČR při aktivním používání platební karty, výběr hotovosti (nad 1000 Kč) a vklad hotovosti na pobočce. Při založení Fio konta se požaduje minimální vklad ve výši 100 Kč, což je zároveň i povinný minimální zůstatek na účtu. Z výše uvedeného plyne, že Fio konto je běžný účet s omezenými službami, ale s vyšší úrokovou sazbou, pro klienty jsou všechny služby k účtu zcela zdarma.

Air Bank

Spořicí účet od Air Bank disponuje možností si spořit „do obálek“ – podle požadovaného účelu spoření finančních prostředků. Těchto obálek si klient může otevřít až 10 a může si do nich nechat peníze posílat pravidelně ze svého běžného účtu. Zároveň

má klient ke svým prostředkům kdykoli přístup a může je kdykoli vybrat či převést na jiný účet. Dále Air Bank nabízí založení třech spořicíh účtů, každý v jiné měně – jeden v CZK, druhý v EUR a třetí v USD. Prostředky lze velice jednoduše převádět ze spořicího na běžný účet a naopak, a to „přesunutím“ prostřednictvím pohybu počítačové myši (kurzoru). Ze spořicího účtu lze posílat jednorázové platby, a to i do zahraničí. Spořicí účet je úročen dvěma způsoby v závislosti na aktivitě klienta – pokud klient alespoň 5x měsíčně zaplatí platební kartou, má vyšší úrokovou sazbu než klient, který kartu příliš nevyužívá.

Shrnutí

Tabulka č. 11 na následující straně znázorňuje porovnání jednotlivých vybraných spořicíh účtů. Srovnávány jsou základní informace, zejména zda je povinnost mít u téže banky zřízen i běžný účet, jaká je úroková sazba a jaký je minimální počáteční vklad na účet.

Z uvedené tabulky č. 11 vyplývá, že nejjednodušším a nejvýhodnějším spořicíh účtem pro klienty je Spoření České spořitelny, které nepožaduje minimální vklad (zůstatek), ani povinnost mít běžný účet u téže banky. Úroková sazba je taktéž relativně výhodná, pokud klient na tomto účtu nemá zůstatek vyšší než 200 tisíc Kč. Druhý nejvýhodnější účet je Spořicí účet od Air Bank, k jehož založení je vyžadován běžný účet u téže banky. Klient má možnost získat vyšší úrok, a to ve výši 1%, pokud alespoň 5x měsíčně použije platební kartu, což v dnešní době je pro řadu uživatelů bezproblémová podmínka. Naopak nejméně výhodným z hlediska počátečních administrativních úkonů a povinností se založením je Spořicí účet od ČSOB, u kterého je požadován minimální vklad (zůstatek) ve výši 5000 Kč, což v průběhu spoření a vlivem nečekaných výdajů nemusí být vždy splnitelná podmínka. Ostatní spořicí účty, které byly vybrány pro porovnání, jsou z praktického hlediska totožné, ničím výjimečné a spíše výhodné pro majitele běžných účtů u stejné banky.

Tabulka č. 11: Přehled vybraných spořicíh účtů

<i>Název banky a účtu / Služba</i>	Min. vklad v Kč	Povinnost běžného účtu	Úroková sazba v % p.a.	Vedení účtu v Kč	Výpis elektr./poštou v Kč
ČSOB Spořicí účet	5000	ne	0,2 ¹⁾ / 0,01 ²⁾	0	0 / 0
Era červené konto	0	ne	0,2 ¹⁾ / 0,01 ²⁾	0	0 / 13
Spoření ČS	0	ne	0,4 ³⁾ / 0,01 ⁴⁾	0	0 / 0
KB Spořicí konto Bonus	0	ano	0,03 ⁵⁾ / 0,02 ⁶⁾	0	0 / 0
KB Spořicí konto Bonus Aktiv	0	ano	0,06 ⁷⁾ / 0,05 ⁸⁾	0	0 / 0
KB Spořicí konto Bonus Invest	0	ano	0,5	0	0 / 0
mBank mSpoření	0	ano	0,3 ⁹⁾ / 0,05 ¹⁰⁾	0	0 / 50
mBank Spořicí účet eMax	0	ne	0,05	0	0 / 50
mBank Spořicí účet eMax Plus	0	ne	0,3 ¹¹⁾ / 0,05	0	0 / 50
Fio konto	100	ne	0,15	0	0 / 25
Air Bank Spořicí účet	0	ano	0,3 (1,0) ¹⁾ / 0,0 (0,2) ²⁾	0	0 / 25

1) pro zůstatky do 250.000 Kč

2) pro zůstatky nad 250.000 Kč

3) pro zůstatky do 200.000 Kč (od 1.1.2017 0,2% p.a.)

4) pro zůstatky nad 200.000 Kč

5) pro zůstatky do 30.000.000 Kč

6) pro zůstatky nad 30.000.000 Kč

7) pro zůstatky do 10.000.000 Kč

8) pro zůstatky nad 10.000.000 Kč

9) pro zůstatky do 100.000 Kč

10) pro zůstatky nad 100.000 Kč

11) při aktivním používání účtu a zůstatku do 100.000 Kč

Zdroj: jednotlivé banky (údaje platné k 6.12.2016)

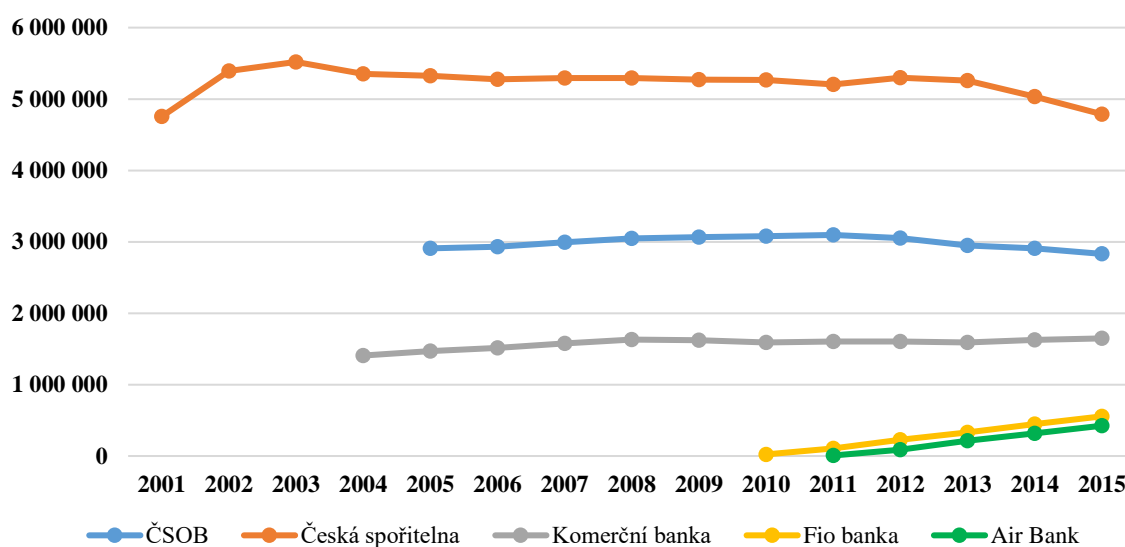
5.2 Analýza vývoje počtu klientů vybraných bank

V následující analýze vývoje počtu klientů jsou porovnávána data získaná z vybraných bank, konkrétně z Československé obchodní banky, České spořitelny, Komerční banky, Fio banky a Air Bank. Pro tuto analýzu není zahrnuta mBank, která údaje o počtu svých klientů nezveřejňuje a není možné je získat ani osobní návštěvou pobočky. Pro vybrané banky byly dále vypočteny predikce pro roky 2016, 2017 a 2018.

Graf č. 5 na následující straně znázorňuje vývoj počtu klientů bank, které byly pro tuto analýzu vybrány. Z grafu č. 5 je zřejmé, že velké banky (ČSOB, Česká spořitelna

a Komerční banka) mají stabilní počet klientů. Naproti tomu relativně nové banky, Fio banka a Air Bank, vykazují znatelný růst počtu klientů, který mají obě banky téměř shodný. Z grafu č. 5 je dále patrné, že velké banky, zejména Česká spořitelna a ČSOB, v letech 2014 a 2015 o část klientů přišly, což může být právě důsledek vzniku již zmíněných nových nízkonákladových bank. Lze očekávat, že tento pokles počtu klientů bude u velkých bank pomalu, ale jistě pokračovat i nadále.

Graf č. 5: Vývoj počtu klientů vybraných bank



Zdroj: jednotlivé banky

5.2.1 Vývoj počtu klientů Československé obchodní banky

Československá obchodní banka má na českém bankovním trhu nejdelší tradici. Vývoj počtu klientů ČSOB v letech 2005-2015 je popsán elementárními charakteristikami časové řady v tabulce č. 12 na následující straně.

Tabulka č. 12: Elementární charakteristiky počtu klientů ČSOB v letech 2005-2015

Rok	Počet klientů	První diference d_{1t}	Druhá diference d_{2t}	Koeficient růstu k_t [%]	Bazický index [%]
2005	2 908 000	-	-	-	-
2006	2 931 000	23 000	-	1,0079	1,0079
2007	2 995 000	64 000	41 000	1,0218	1,0299
2008	3 047 000	52 000	-12 000	1,0174	1,0478
2009	3 064 000	17 000	-35 000	1,0056	1,0536
2010	3 078 000	14 000	-3 000	1,0046	1,0585
2011	3 096 000	18 000	4 000	1,0058	1,0646
2012	3 054 000	-42 000	-60 000	0,9864	1,0502
2013	2 947 000	-107 000	-65 000	0,9650	1,0134
2014	2 908 000	-39 000	68 000	0,9868	1,0000
2015	2 831 000	-77 000	-38 000	0,9735	0,9735
Průměr	2 987 182	-7 700	-	0,9975	-

Zdroj: ČSOB

Průměrný počet za sledované období činí 2 987 182 klientů. Nejnižší počet byl zaznamenán v posledním sledovaném roce 2015, a to 2 831 000 klientů, naopak nejvyšší počet byl v roce 2011, a to 3 096 000 klientů.

Z hodnot první diference d_{1t} lze konstatovat, že nejvyšší absolutní přírůstek byl v roce 2007, a to o 64 000 klientů. Naopak nejvyšší absolutní úbytek klientů byl v roce 2013, a to o 107 000 klientů. Tento značný pokles lze odůvodnit rostoucí povědomostí o nových nízkonákladových bankách ve sledovaném roce. Průměrná hodnota první diference d_{1t} představuje fakt, že ČSOB o své klienty spíše přichází, než aby získávala nové.

Nejvyšší koeficient růstu k_t byl zaznamenán v roce 2007, kdy počet klientů oproti předchozímu roku 2006 vzrostl o 1,0218%. Naopak nejnižší koeficient růstu byl zaznamenán v roce 2013, kdy ČSOB měla oproti předchozímu roku 2012 o 0,9650% klientů méně.

Predikce vývoje počtu klientů ČSOB pro roky 2016, 2017 a 2018

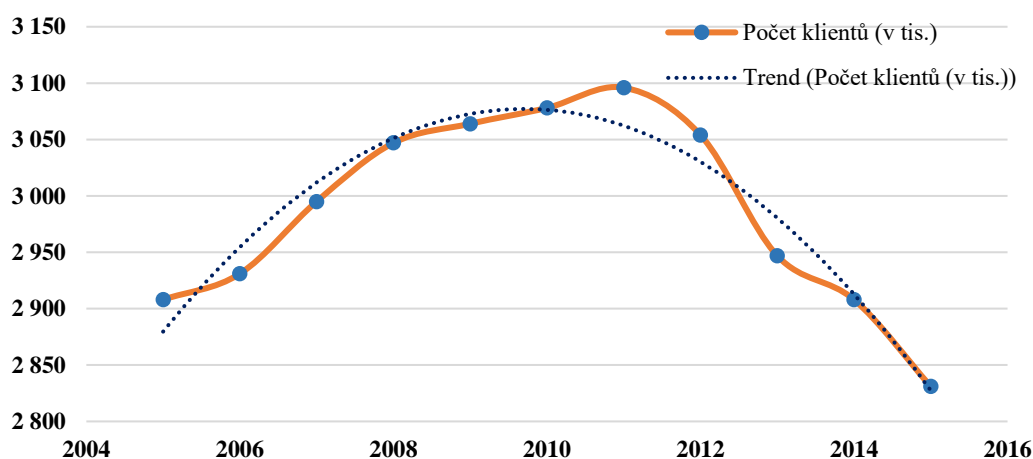
V grafu č. 6 na následující straně je vývoj počtu klientů proložen kvadratickou trendovou funkcí. Index determinace I^2 nabývá hodnoty 0,9393, jedná se tedy o silnou závislost. Tento fakt je taktéž zřetelný z parametru p , který určuje statistickou významnost zvoleného modelu.

Příloha č. 2 obsahuje softwarový výpočet hodnoty parametru $p = 0,00001$, který je v porovnání s hladinou významnosti $\alpha = 0,05$ výrazně nižší a zvolený model je tedy statisticky významný. Dle vypočtených parametrů v příloze č. 2 má trendová funkce tvar:

$$y' = 2\,786,758 + 101,752 \cdot t - 8,915 \cdot t^2,$$

kde t je zkoumaný či předpovídaný rok a y' je počet klientů v tisících.

Graf č. 6: Vývoj počtu klientů ČSOB (v tis.)



Zdroj: ČSOB

Jelikož je vypočtená trendová funkce statisticky významná, lze ji použít pro předpověď počtu klientů v budoucích letech. Z následující tabulky č. 13 vyplývá, že předpověď je pro ČSOB spíše nepříznivá, ve všech zkoumaných letech by měla i nadále o své klienty přicházet.

Tabulka č. 13: Předpověď počtu klientů ČSOB pro roky 2016, 2017 a 2018

Rok	Bodový odhad	Intervalový odhad pro $\alpha = 0,05$	
		Dolní mez	Horní mez
2016	2 724 030	2 663 290	2 784 770
2017	2 602 910	2 518 870	2 686 950
2018	2 463 960	2 352 360	2 575 550

Zdroj: ČSOB, vlastní zpracování v softwaru Statistica

5.2.2 Vývoj počtu klientů České spořitelny

Česká spořitelna je jednou z tradičních bank na českém bankovním trhu. Vývoj počtu jejích klientů v letech 2001-2015 je popsán elementárními charakteristikami časové řady v následující tabulce č. 14.

Tabulka č. 14: Elementární charakteristiky počtu klientů České spořitelny v letech 2001-2015

Rok	Počet klientů	První diference d_{1t}	Druhá diference d_{2t}	Koeficient růstu k_t [%]	Bazický index [%]
2001	4 754 847	-	-	-	-
2002	5 393 492	638 645	-	1,1343	1,1343
2003	5 519 627	126 135	-512 510	1,0234	1,1608
2004	5 353 923	-165 704	-291 839	0,9700	1,1260
2005	5 326 378	-27 545	138 159	0,9949	1,1202
2006	5 276 897	-49 481	-21 936	0,9907	1,1098
2007	5 294 470	17 573	67 054	1,0033	1,1135
2008	5 293 632	-838	-18 411	0,9998	1,1133
2009	5 272 785	-20 847	-20 009	0,9961	1,1089
2010	5 265 097	-7 688	13 159	0,9985	1,1073
2011	5 202 572	-62 525	-54 837	0,9881	1,0942
2012	5 297 398	94 826	157 351	1,0182	1,1141
2013	5 258 892	-38 506	-133 332	0,9927	1,1060
2014	5 034 590	-224 302	-185 796	0,9573	1,0588
2015	4 786 644	-247 946	-23 644	0,9508	1,0067
Průměr	5 222 083	2 271	---	1,0013	---

Zdroj: Česká spořitelna

Průměrný počet za sledované období činí 5 222 083 klientů. Nejnižší počet byl zaznamenán hned v prvním sledovaném roce 2001, a to 4 754 847 klientů, naopak nejvyšší počet byl v roce 2003, a to 5 519 627 klientů.

Z hodnot první diference d_{1t} lze konstatovat, že nejvyšší absolutní přírůstek byl v roce 2002, a to o 638 645 klientů, naopak nejvyšší absolutní úbytek klientů byl v posledním zkoumaném roce 2015, a to o 247 946 klientů. Úbytek je dán značným rozvojem nových nízkonákladových bank, ke kterým klienti České spořitelny odcházeli. Průměrná hodnota první diference d_{1t} však představuje fakt, že Česká spořitelna meziročně nové klienty získává, což lze zdůvodnit její několikaletou existencí na českém bankovním trhu.

Nejvyšší koeficient růstu k_t byl zaznamenán v roce 2002, kdy počet klientů oproti předchozímu roku 2001 vzrostl o 1,1343%. Naopak nejnižší koeficient růstu byl zaznamenán v roce 2015, kdy Česká spořitelna měla oproti předchozímu roku 2014 o 0,9508% klientů méně.

Predikce vývoje počtu klientů České spořitelny pro roky 2016, 2017 a 2018

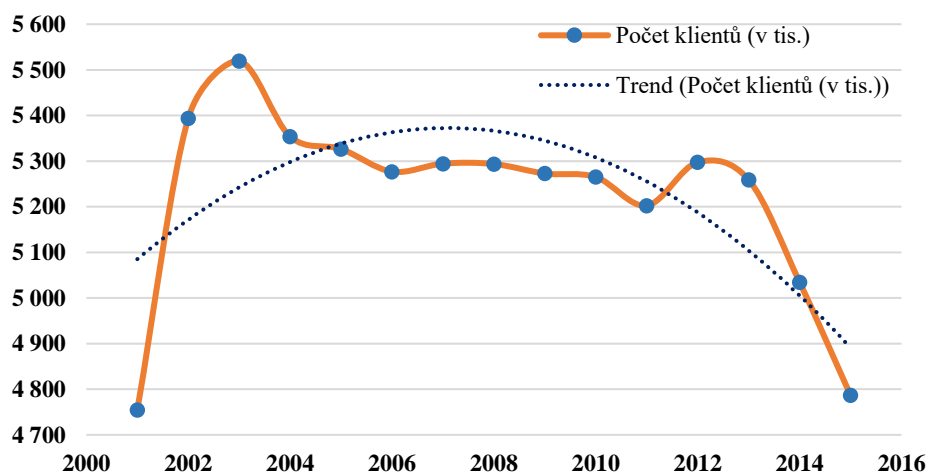
V následujícím grafu č. 7 je vývoj počtu klientů proložen kvadratickou trendovou funkcí. Index determinace F^2 nabývá hodnoty 0,4878, jedná se tedy o střední závislost.

Příloha č. 3 obsahuje softwarový výpočet hodnoty parametru $p = 0,01805$, který je v porovnání s hladinou významnosti $\alpha = 0,05$ nižší a zvolený model je tedy, i přes střední závislost, statisticky významný. Dle vypočtených parametrů uvedených v příloze č. 3 má zvolená trendová funkce tvar:

$$y' = 4\,982,761 + 109,718 \cdot t - 7,723 \cdot t^2,$$

kde t je zkoumaný či předpovídaný rok a y' je počet klientů v tisících.

Graf č. 7: Vývoj počtu klientů České spořitelny (v tis.)



Zdroj: Česká spořitelna

Trendovou funkci lze považovat za statisticky významnou, a tudíž ji lze použít pro předpověď počtu klientů v budoucích letech. Z tabulky č. 15 na následující straně vyplývá, že předpověď je pro Českou spořitelnu velmi nepříznivá, ve všech zkoumaných letech by měla i nadále o své klienty ztlačovat.

Tabulka č. 15: Předpověď počtu klientů České spořitelny pro roky 2016, 2017 a 2018

Rok	Bodový odhad	Intervalový odhad pro $\alpha = 0,05$	
		Dolní mez	Horní mez
2016	4 761 200	4 446 910	5 075 490
2017	4 616 060	4 214 110	5 018 020
2018	4 455 480	3 953 090	4 957 870

Zdroj: Česká spořitelna, vlastní zpracování v softwaru Statistica

5.2.3 Vývoj počtu klientů Komerční banky

Komerční banka je zaměřená na náročné klienty, a to především na podnikatele. Vývoj počtu klientů Komerční banky v letech 2004-2015 je popsán elementárními charakteristikami časové řady v následující tabulce č. 16.

Tabulka č. 16: Elementární charakteristiky počtu klientů Komerční banky v letech 2004-2015

Rok	Počet klientů	První diference d_{1t}	Druhá diference d_{2t}	Koeficient růstu k_t [%]	Bazický index [%]
2004	1 407 000	-	-	-	-
2005	1 467 000	60 000	-	1,0426	1,0426
2006	1 515 000	48 000	-12 000	1,0327	1,0768
2007	1 577 000	62 000	14 000	1,0409	1,1208
2008	1 629 000	52 000	-10 000	1,0330	1,1578
2009	1 620 000	-9 000	-61 000	0,9945	1,1514
2010	1 590 000	-30 000	-21 000	0,9815	1,1301
2011	1 602 000	12 000	42 000	1,0075	1,1386
2012	1 602 000	0	-12 000	1,0000	1,1386
2013	1 589 000	-13 000	-13 000	0,9919	1,1294
2014	1 626 000	37 000	50 000	1,0233	1,1557
2015	1 647 000	21 000	-16 000	1,0129	1,1706
Průměr	1 572 583	21 818	---	1,0146	---

Zdroj: Komerční banka

Průměrný počet za sledované období činí 1 572 583 klientů. Nejnižší počet byl zaznamenán v prvním sledovaném roce 2004, a to 1 407 000 klientů, naopak nejvyšší počet byl v posledním sledovaném roce 2015, a to 1 647 000 klientů.

Z hodnot první diference d_{1t} lze konstatovat, že nejvyšší absolutní úbytek klientů byl v roce 2010, a to o 30 000 klientů, naopak nejvyšší absolutní přírůstek byl v roce 2007,

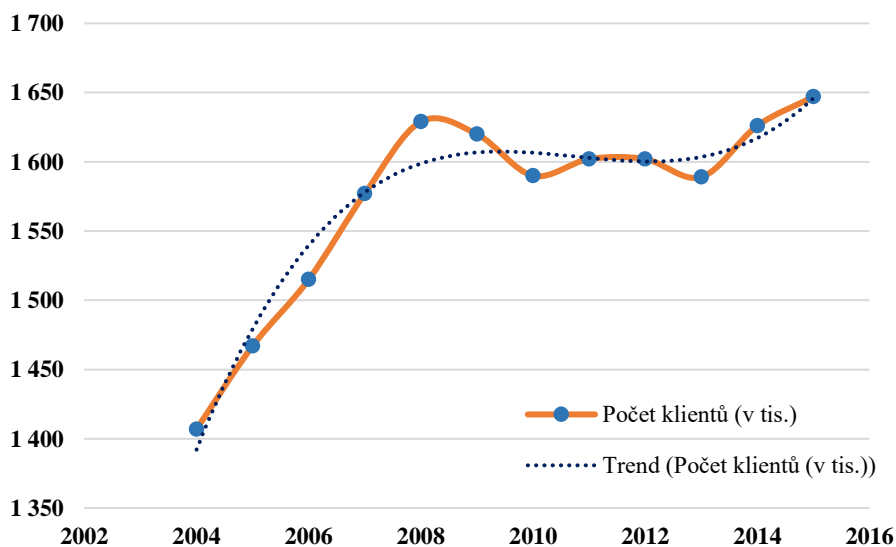
a to o 62 000 klientů. Průměrná hodnota první diference d_{1t} představuje fakt, že Komerční banka postupně získává nové klienty.

Nejvyšší koeficient růstu k_t byl zaznamenán v roce 2005, kdy počet klientů oproti předchozímu roku 2004 vzrostl o 1,0426%. Naopak nejnižší koeficient růstu byl zaznamenán v roce 2010, kdy Komerční banka měla oproti předchozímu roku 2009 o 0,9815% klientů méně.

Predikce vývoje počtu klientů Komerční banky pro roky 2016, 2017 a 2018

V následujícím grafu č. 8 je vývoj počtu klientů proložen kubickou trendovou funkcí. Index determinace I^2 nabývá hodnoty 0,9545, jedná se tedy o velmi silnou závislost. Tento fakt je taktéž zřetelný z parametru p , který určuje statistickou významnost zvoleného modelu.

Graf č. 8: Vývoj počtu klientů Komerční banky (v tis.)



Zdroj: Komerční banka

Příloha č. 4 obsahuje softwarový výpočet hodnoty parametru $p = 0,00094$, který je v porovnání s hladinou významnosti $\alpha = 0,05$ výrazně nižší a zvolený model je tedy statisticky významný. Dle vypočtených parametrů v příloze č. 4 má zvolená trendová funkce tvar:

$$y' = 1\,273,556 + 135,855 \cdot t - 18,039 \cdot t^2 + 0,775 \cdot t^3,$$

kde t je zkoumaný či předpovídaný rok a y' je počet klientů v tisících.

Jelikož je trendová funkce statisticky významná, lze ji použít pro předpověď počtu klientů v budoucích letech. Z následující tabulky č. 17 vyplývá, že předpověď je pro Komerční banku ve sledovaných letech velmi příznivá, počet klientů bude i nadále postupně stoupat.

Tabulka č. 17: Předpověď počtu klientů Komerční banky pro roky 2016, 2017 a 2018

Rok	Bodový odhad	Intervalový odhad pro $\alpha = 0,05$	
		Dolní mez	Horní mez
2016	1 694 440	1 625 900	1 762 990
2017	1 767 340	1 649 610	1 885 080
2018	1 869 290	1 684 100	2 054 480

Zdroj: Komerční banka, vlastní zpracování v softwaru Statistica

5.2.4 Vývoj počtu klientů Fio banky

Fio banka je na českém bankovním trhu teprve krátkou dobu, je obecně považována za banku nízkonákladovou. Vývoj počtu klientů Fio banky v letech 2010-2015, tedy za celou dobu její existence, je popsán elementárními charakteristikami časové řady v následující tabulce č. 18.

Tabulka č. 18: Elementární charakteristiky počtu klientů Fio banky v letech 2010-2015

Rok	Počet klientů	První diference d_{1t}	Druhá diference d_{2t}	Koeficient růstu k_t [%]	Bazický index [%]
2010	22 332	-	-	-	-
2011	105 000	82 668	-	4,7018	4,7018
2012	227 000	122 000	39 332	2,1619	10,1648
2013	330 000	103 000	-19 000	1,4537	14,7770
2014	445 000	115 000	12 000	1,3485	19,9266
2015	555 000	110 000	-5 000	1,2472	24,8522
Průměr	280 722	106 534	---	2,1826	---

Zdroj: Fio banka

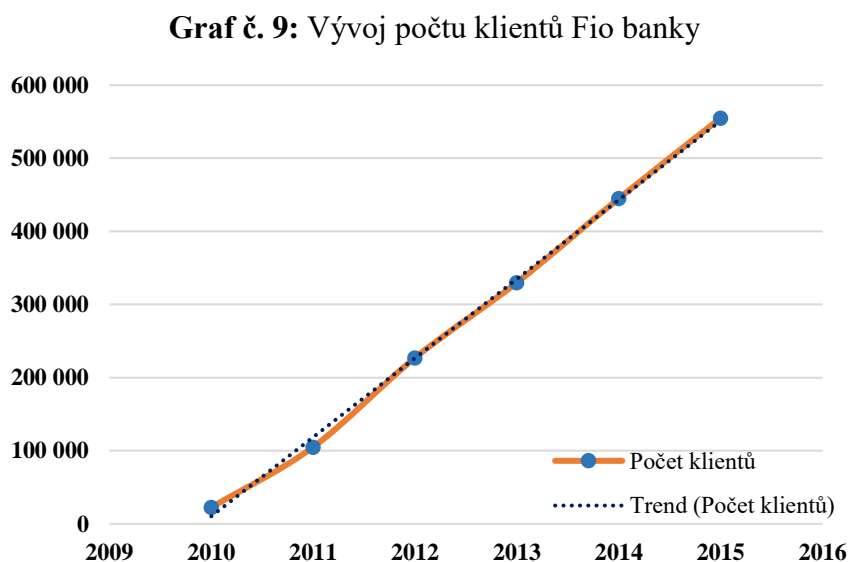
Průměrný počet za sledované období činí 280 722 klientů. Nejnižší počet byl logicky zaznamenán v prvním roce existence banky, v roce 2010, a to 22 332 klientů, naopak nejvyšší počet byl zatím v posledním sledovaném roce 2015, a to 555 000 klientů.

Z hodnot první diference d_{1t} lze konstatovat, že nejvyšší absolutní úbytek Fio banka doposud nezaznamenala, a to z toho důvodu, že je na českém bankovním trhu relativně krátkou dobu. Naopak nejvyšší absolutní přírůstek byl zaznamenán v roce 2012, a to o 122 000 klientů. Průměrná hodnota první diference d_{1t} představuje fakt, že Fio banka získává nové klienty prudkým tempem.

Nejvyšší koeficient růstu k_t byl zaznamenán v roce 2011, kdy počet klientů oproti předchozímu, prvnímu roku 2010 vzrostl o 4,7018%. Naopak nejnižší koeficient růstu byl zaznamenán v roce 2015, kdy Fio banka měla oproti předchozímu roku 2014 pouze o 1,2472% klientů více.

Predikce vývoje počtu klientů Fio banky pro roky 2016, 2017 a 2018

V následujícím grafu č. 9 je vývoj počtu klientů proložen lineární trendovou funkcí. Index determinace I^2 nabývá hodnoty 0,9982, jedná se tedy o velmi silnou závislost. Tento fakt je taktéž zřetelný z parametru p , který určuje statistickou významnost zvoleného modelu.



Zdroj: Fio banka

Příloha č. 5 obsahuje softwarový výpočet hodnoty parametru $p = 0,00000$, který je v porovnání s hladinou významnosti $\alpha = 0,05$ výrazně nižší a zvolený model je tedy statisticky významný. Dle vypočtených parametrů v příloze č. 5 má trendová funkce tvar:

$$y' = 108\,181,1 - 97\,912 \cdot t,$$

kde t je zkoumaný či předpovídaný rok a y' je počet klientů.

Zvolená trendová funkce je statisticky významná, lze ji použít pro předpověď počtu klientů v budoucích letech. Z uvedené tabulky č. 19 vyplývá, že předpověď je pro Fio banku ve sledovaných letech velmi příznivá, počet klientů bude i nadále stoupat.

Tabulka č. 19: Předpověď počtu klientů Fio banky pro roky 2016, 2017 a 2018

Rok	Bodový odhad	Intervalový odhad pro $\alpha = 0,05$	
		Dolní mez	Horní mez
2016	659 356	634 552	684 161
2017	767 537	736 881	798 193
2018	875 718	839 038	912 399

Zdroj: Fio banka, vlastní zpracování v softwaru Statistica

5.2.5 Vývoj počtu klientů Air Bank

Air Bank je, stejně jako Fio banka, na českém bankovním trhu teprve pár let, a i ona je považována za nízkonákladovou banku. Vývoj počtu klientů Air Bank v letech 2011-2015, tedy za celou dobu její existence, je popsán elementárními charakteristikami časové řady v následující tabulce č. 20.

Tabulka č. 20: Elementární charakteristiky počtu klientů Air Bank v letech 2011-2015

Rok	Počet klientů	První diference d_{1t}	Druhá diference d_{2t}	Koeficient růstu k_t [%]	Bazický index [%]
2011	7 000	-	-	-	-
2012	88 000	81 000	-	12,5714	12,5714
2013	213 000	125 000	44 000	2,4205	30,4286
2014	318 000	105 000	-20 000	1,4930	45,4286
2015	424 000	106 000	1 000	1,3333	60,5714
Průměr	210 000	104 250	---	4,4545	---

Zdroj: Air Bank

Průměrný počet za sledované období činí 210 000 klientů. Nejnižší počet byl logicky zaznamenán v prvním roce existence banky, v roce 2011, a to 7 000 klientů, naopak nejvyšší počet byl zatím v posledním sledovaném roce 2015, a to 424 000 klientů.

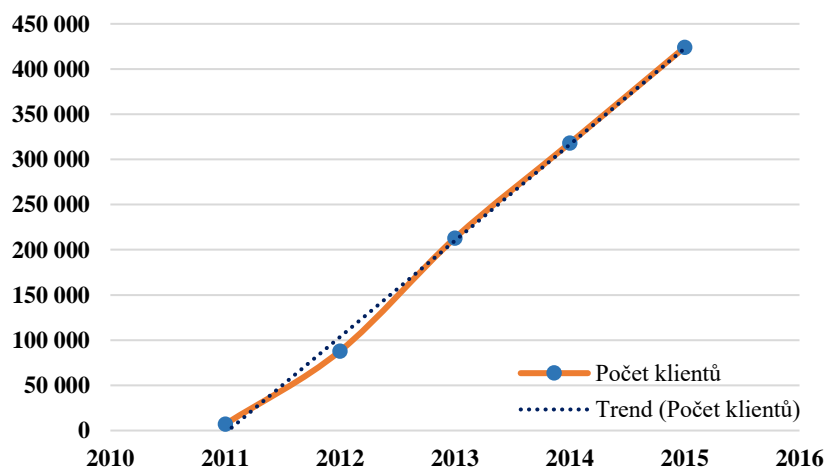
Z hodnot první diference d_{1t} lze konstatovat, že nejvyšší absolutní úbytek Air Bank doposud nezaznamenala. Naopak nejvyšší absolutní přírůstek byl zaznamenán v roce 2013, a to o 125 000 klientů. Průměrná hodnota první diference d_{1t} představuje fakt, že Air Bank stále získává nové klienty.

Nejvyšší koeficient růstu k_t byl zaznamenán v roce 2012, kdy počet klientů oproti předchozímu, prvnímu roku 2011, vzrostl o 12,5714%. Naopak nejnižší koeficient růstu byl zaznamenán v roce 2015, kdy Air Bank měla oproti předchozímu roku 2014 jen o 1,3333% klientů více.

Predikce vývoje počtu klientů Air Bank pro roky 2016, 2017 a 2018

V následujícím grafu č. 10 je vývoj počtu klientů proložen lineární trendovou funkcí. Index determinace I^2 nabývá hodnoty 0,9969, jedná se tedy o velmi silnou závislost. Tento fakt je taktéž zřetelný z parametru p , který určuje statistickou významnost zvoleného modelu.

Graf č. 10: Vývoj počtu klientů Air Bank



Zdroj: Air Bank

Příloha č. 6 obsahuje softwarový výpočet hodnoty parametru $p = 0,00007$, který je v porovnání s hladinou významnosti $\alpha = 0,05$ výrazně nižší a zvolený model je tedy statisticky významný. Dle vypočtených parametrů v příloze č. 6 má zvolená trendová funkce tvar:

$$y' = -109\,200 + 106\,400 \cdot t,$$

kde t je zkoumaný či předpovídaný rok a y' je počet klientů.

Vybraná trendová funkce je statisticky významná a lze ji použít pro předpověď počtu klientů v budoucích letech. Z následující tabulky č. 21 vyplývá, že předpověď je i pro Air Bank ve sledovaných letech velmi příznivá, počet klientů bude i nadále stoupat.

Tabulka č. 21: Předpověď počtu klientů Air Bank pro roky 2016, 2017 a 2018

Rok	Bodový odhad	Intervalový odhad pro $\alpha = 0,05$	
		Dolní mez	Horní mez
2016	529 200	493 024	565 376
2017	635 600	589 324	681 876
2018	742 000	685 324	798 676

Zdroj: Air Bank, vlastní zpracování v softwaru Statistica

5.3 Vyhodnocení dotazníkového šetření

Dalším zdrojem dat pro zpracování diplomové práce bylo dotazníkové šetření, které probíhalo v měsících červenec až září roku 2016. Cílem tohoto šetření bylo zjistit, jak respondenti využívají služeb své banky, jaká kritéria jsou rozhodující při výběru konkrétních produktů, či jak velké částky za poskytování služeb platí bance měsíčně. Prostřednictvím vlastního dotazníku bylo získáno celkem 202 respondentů, kteří byli osloveni osobně před pobočkami vybraných bank a prostřednictvím elektronické pošty. Zmíněný dotazník je obsahem přílohy č. 7.

Dotazník byl rozdělen na dvě části. V první části respondenti odpovídali na otázky týkající se využívání konkrétních bank a jejich produktů. Druhou část dotazníku tvořily otázky na získání demografických údajů o respondentech (např. pohlaví, věk, vzdělání atd.), tato část tedy obsahovala tzv. identifikační otázky. Dotazník byl tvořen otázkami uzavřenými a polootevřenými. Všechny otázky v dotazníkovém šetření byly pro respondenty povinné.

5.3.1 Charakteristika respondentů

Dotazník byl určen pro respondenty starší 18 let (včetně). Byli oslovení pouze ti respondenti, kteří žijí na území České republiky. Z celkového počtu 202 respondentů bylo 96 mužů (48%) a 106 žen (52%).

Podle věku byli respondenti rozděleni do pěti kategorií. Nejpočetnější skupinou byli respondenti ve věku 26-35 let, což bylo 65 dotázaných (32%). Další větší skupinu tvořili respondenti ve věku 36-45 let, do této skupiny patří 51 dotázaných (25%). Následovala skupina osob ve věku 18-25 let, což představuje 40 respondentů (20%). Nejméně početnými skupinami byli respondenti ve věku 46-60 let (31 dotázaných, 15%) a ve věku 60 let a více (15 dotázaných, 8%).

Dalším důležitým údajem bylo nejvyšší dosažené vzdělání respondenta. Jednoznačně největší skupinou respondentů byli vysokoškolsky vzdělaní, kterých v šetření bylo celkem 131 (65%). Druhou skupinu tvořili středoškolsky vzdělaní s maturitou, kterých bylo 55 (27%). Nejméně respondentů bylo z řad středoškolsky vzdělaných bez maturity, kterých bylo 10 (5%), a dále respondentů pouze se základním vzděláním, což bylo pouze 6 dotázaných (3%).

Neméně významnou charakteristikou pro rozdělení respondentů byl jejich ekonomický status neboli povolání respondentů. 29% respondentů (58) bylo zaměstnanci mimo státní sféru, 26% tvořili podnikatelé – osoby samostatně výdělečně činné (52), 16% zaměstnanci ve státní sféře (32), 11% studenti s přivýdělkem (22), 9% starobní či invalidní důchodci (19), 5% studenti bez přivýdělku (10), 2% na mateřské či rodičovské dovolené (5) a 2% nezaměstnaných (4).

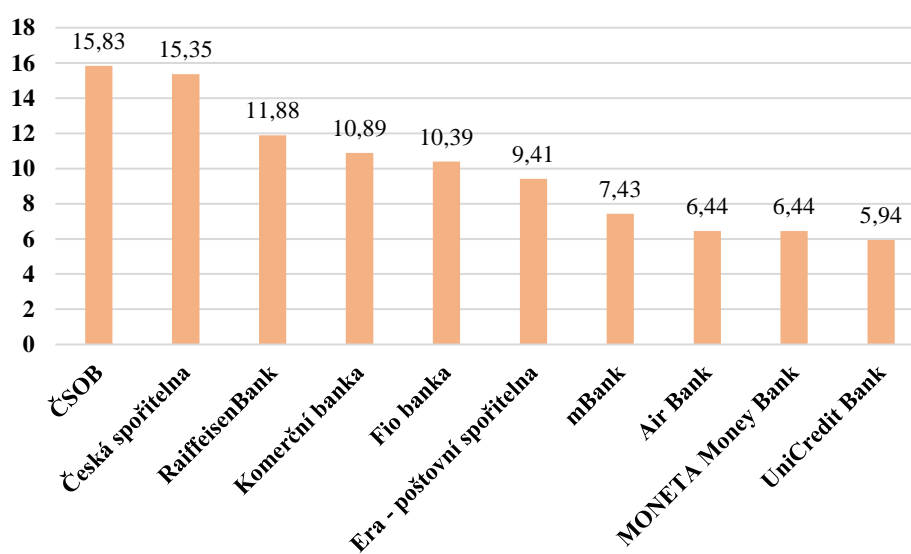
Poslední identifikační otázka se zaměřovala na čistý průměrný měsíční příjem respondenta. Respondenti byli rozděleni do pěti kategorií podle výše jejich příjmů. Největší počet respondentů, přesněji 59 (29%), byl z intervalu 30.001 – 40.000 Kč. Druhou nejpočetnější skupinou je 41 respondentů (20%) s příjmem vyšším než 40.000 Kč. Skupina v intervalu 20.001 – 30.000 obsahovala 37 respondentů (18%) a v intervalu do 10.000 Kč 36 respondentů (18%). Nejméně respondentů obsahovala skupina s příjmem v intervalu 15.001 – 20.000 Kč (17 dotázaných, 8%) a v intervalu 10.001 – 15.000 Kč (12 dotázaných, 6%).

5.3.2 Analýza využití bankovních produktů

Otázka č. 1: Banka, u které je zřízen běžný osobní účet.

Dle výsledků dotazníkové šetření má největší počet klientů v oblasti běžných osobních účtů ČSOB, kterou jako svou banku uvedlo 32 respondentů (16%), ovšem jen o jednoho respondenta méně (31, 15%) získala Česká spořitelna. Významně se umístily i RaiffeisenBank a Komerční banka, které jsou následovány novou a nízkonákladovou Fio bankou a Erou – poštovní spořitelnou. Následující graf č. 11 znázorňuje rozložení podílu respondentů mezi jednotlivé banky.

Graf č. 11: Podíl respondentů s běžným osobním účtem v %



Zdroj: dotazníkové šetření

Dotázaní muži svůj běžný osobní účet mají nejčastěji zřízen u ČSOB (20 mužů), RaiffeisenBank (17 mužů) a České spořitelny (13 mužů). Naopak u dotázaných žen je nejvíce zastoupena Česká spořitelna (18 žen), následována Fio bankou (16 žen) a Erou – poštovní spořitelnou (15 žen).

Ve věkové kategorii 18-25 let jsou nejvíce zastoupené Česká spořitelna (10 respondentů) a Fio banka (8 respondentů). Respondenti ve věku 26-35 let mají nejčastěji svůj účet zřízen u ČSOB (11 respondentů) a u Fio banky (10 respondentů). V kategorii 36-45 let je taktéž nejvíce zastoupená ČSOB (10 respondentů) a RaiffeisenBank (9 respondentů). Věková kategorie 46-60 let nejvíce využívá Eru – poštovní spořitelnu

(8 respondentů) a ČSOB (7 respondentů). Respondenti starší 60 let mají svůj běžný účet zřízen nejčastěji u České spořitelny (5 respondentů) a RaiffeisenBank (4 respondenti).

Otázka č. 2: Rozhodující kritéria při výběru banky.

Otázka č. 2 umožňovala respondentům zvolit více možností, maximálně však dvě. Následující tabulka č. 22 znázorňuje pořadí jednotlivých kritérií při výběru banky. Prakticky pro polovinu respondentů je nejdůležitějším kritériem výše měsíčních poplatků spojených s vedením účtu, dále pak dostupnost bankomatů a poboček. Naopak nejméně důležitým kritériem pro respondenty jsou podmínky pro případné poskytnutí úvěru.

Tabulka č. 22: Kritéria pro výběr banky

Pořadí	Kritérium	Relativní četnost v %
1.	Výše měsíčních poplatků spojených s vedením účtu	53,47
2.	Dostupnost bankomatů a poboček	35,64
3.	Velikost banky a délka její existence na trhu	17,82
4.	Vlastní zkušenost s bankou či zkušenost/doporučení někoho z okolí (např. rodiny, blízkých přátel)	17,33
5.	Portfolio nabízených služeb	17,33
6.	Výše úrokových sazeb (např. u spořicího účtu či spotřebitelského úvěru)	12,87
7.	Podmínky pro poskytnutí úvěru (např. hypotéčního, spotřebitelského, kontokorentu)	4,95

Zdroj: dotazníkové šetření

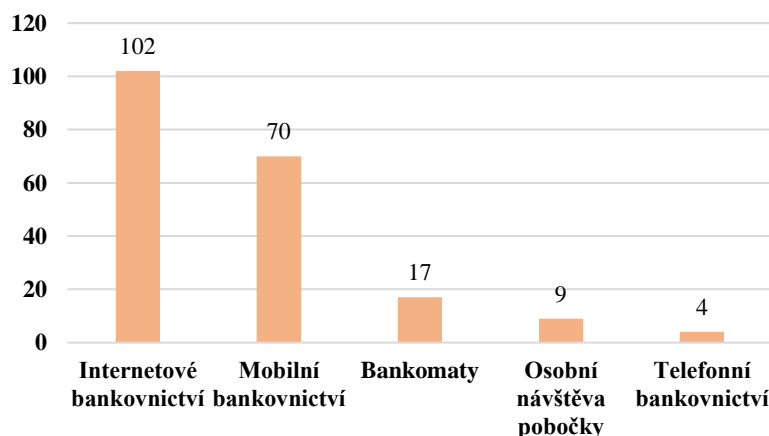
Otázka č. 3: Nejčastěji využívaná služba v rámci banky.

Respondenti měli možnost vybrat pouze jednu službu, a to tu, kterou využívají skutečně nejčastěji pro běžné denní transakce. Z grafu č. 12 na následující straně vyplývá, že nejvíce využívanou službou mezi respondenty je internetové bankovníctví – tento způsob využívá přibližně 50% všech dotázaných. Naopak nejméně využívaným prostředkem je telefonní bankovníctví (spojení s operátorem call centra), tuto službu využívají jen 2% respondentů.

Ženy nejvíce využívají internetové bankovníctví (56 dotázaných) a mobilní bankovníctví (34 dotázaných). Nejméně využívanými službami u žen jsou bankomaty (9 dotázaných), telefonní bankovníctví (4 dotázané) a osobní návštěva pobočky (3 dotázané).

Muži využívají tyto služby obdobně jako ženy – internetové bankovníctví využívá 46 dotázaných, mobilní bankovníctví 36 dotázaných, bankomaty pouze 8 dotázaných a návštěvu pobočky využívá 6 dotázaných mužů. Telefonní bankovníctví dotázaní muži nevyužívají vůbec.

Graf č. 12: Počet respondentů využívající bankovní služby



Zdroj: dotazníkové šetření

Otázka č. 4: Platební debetní karta k běžnému osobnímu účtu.

Otázka měla zmapovat, jestli respondenti mají ke svému běžnému osobnímu účtu zřízenou platební debetní kartu. Konkrétně debetní karta byla vybrána z důvodu jednoduchosti oproti kartě kreditní, která je určitým typem úvěrového produktu. Celkem 177 respondentů (88%) debetní kartu vlastní, zbylých 25 dotázaných (12%) buď platební kartu nemá vůbec, nebo mají kartu kreditní.

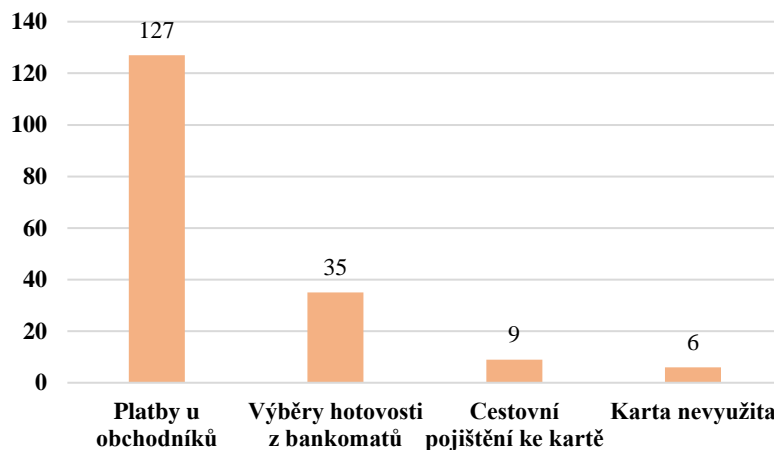
Platební debetní kartu má celkem 93 žen a 84 mužů. Kreditní kartu nebo žádnou kartu má 13 žen a 12 mužů. Z těchto údajů vyplývá, že počty platebních debetních karet jsou mezi ženami a muži vyrovnány.

Otázka č. 5: Nejčastější účel použití platební karty.

Respondenti měli na výběr ze čtyř možností využití platební debetní karty, zvolit ovšem mohli pouze jednu – tu nejvíce využívanou. Graf č. 13 na následující straně znázorňuje četnost jednotlivých nabízených účelů. Jak lze v dnešní době očekávat, nejvíce respondenti platební kartu využívají k platbám u obchodníků, a to jak v kamenných

obchodech, tak i při nákupech přes e-shopy. Naopak nejméně je karta využita pouze k cestování, kdy její majitel k ní má zřízeno cestovní pojištění.

Graf č. 13: Počet respondentů využívající platební kartu



Zdroj: dotazníkové šetření

Otázka č. 6: Bezkontaktní platební debetní karta.

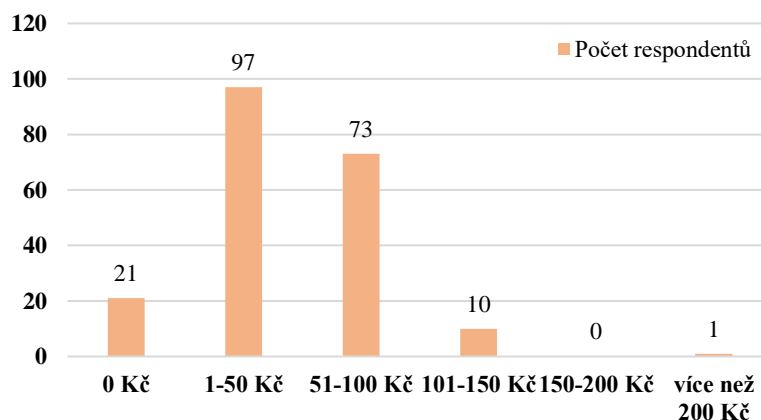
Na otázku č. 6 odpovídali pouze ti respondenti, kteří mají platební debetní kartu. 159 dotázaných (89%) uvedlo, že jejich platební karta je bezkontaktní. Oproti tomu 19 respondentů (11%) ještě stále nemá bezkontaktní debetní kartu. Lze předpokládat, že s postupem konce platnosti platebních karet držitelů bude jejich nová karta již bezkontaktní. Bezkontaktní platební karty jsou v dnešní době považovány za standard, banky už prakticky jiné nevydávají.

Otázka č. 7: Průměrná měsíční částka za poplatky spojené s využíváním běžného účtu.

Za užívání běžného osobního účtu, tedy za příchozí a odchozí platby, vedení účtu, elektronické výpisy, výběry z bankomatů, vydání platební karty a platby u obchodníků, téměř polovina respondentů nejčastěji platí částku v intervalu 1-50 Kč měsíčně. Naopak částku vyšší než 200 Kč měsíčně hradí pouze jeden respondent (0,5%).

Lze předpokládat, že se vzrůstajícím zájmem o nízkonákladové banky budou respondenti v cenových kategoriích 0 Kč a 1-50 Kč v budoucnu i nadále přibývat. Graf č. 14 na následující straně znázorňuje četnosti jednotlivých odpovědí na tuto otázku.

Graf č. 14: Průměrná měsíční částka za poplatky spojené s využíváním běžného účtu v Kč

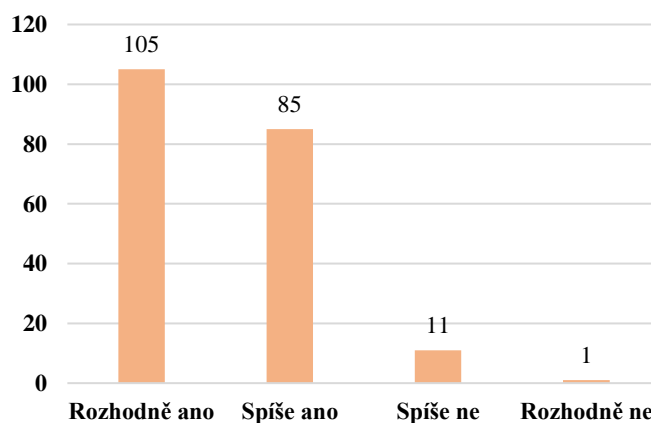


Zdroj: dotazníkové šetření

Otázka č. 8: Spokojenost se stávající bankou.

Většina dotázaných, přesněji 94%, je se svou stávající bankou, u které mají zřízen svůj běžný osobní účet, rozhodně nebo spíše spokojená. Nespokojenost se svou bankou vyjádřilo pouhých 6% respondentů. Následující graf č. 15 znázorňuje rozložení jednotlivých odpovědí.

Graf č. 15: Počet respondentů (ne)spokojených se svou bankou



Zdroj: dotazníkové šetření

Z dotazníkového šetření bylo zjištěno, že ženy jsou se svou bankou spokojeny více než muži. Z celkového počtu 106 žen je 55 z nich rozhodně spokojeno se svou bankou a 43 spíše spokojeno. Naopak z celkových 96 dotazovaných mužů je se svou bankou rozhodně spokojeno 50 mužů a spíše spokojeno 42 z nich. Ženy jsou zároveň více

nespokojené se svou bankou – 7 z nich je spíše nespokojeno, 1 žena je rozhodně nespokojena. Muži jsou „pouze“ spíše nespokojeni, a to konkrétně v počtu 4 mužů.

Nejvíce spokojení se svou bankou jsou respondenti, kteří mají svůj běžný osobní účet zřízen u ČSOB (31 dotázaných) a u České spořitelny (30 dotázaných). Naopak nejméně spokojeni jsou klienti MONETY Money Bank. U této banky jsou nespokojeni 4 respondenti, což je nejvíce ze všech uvedených bank. Ostatní banky mají vždy pouze 1 nespokojeného klienta.

Otázka č. 9: *Úvaha o změně stávající banky.*

Bezmála 83% respondentů v současné době nad změnou své stávající banky neuvažuje. Zbýlých 17% respondentů o změně banky uvažuje – 8% z nich o změně skutečně přemýšlí, 7% o změně sice přemýšlí, ale obává se zdlouhavého procesu změny a problémů s ní spojených a zbylá 2% plánují změnu uskutečnit co nejdříve.

Otázka č. 10: *Znalost kodexu mobility.*

I když již několik let existuje kodex „Mobilita klientů – postup při změně banky“, který klientům usnadňuje změnu banky, výsledky dotazníkového šetření ukazují, že o něm většina dotázaných vůbec nic neví. 84 respondentů (42%) o tomto kodexu neví a neví ani, co obsahuje. 71 dotázaných (35%) kodex již někdy využila a zbylých 47 respondentů (23%) sice ví, že takovýto kodex existuje, ale doposud jej nevyužili.

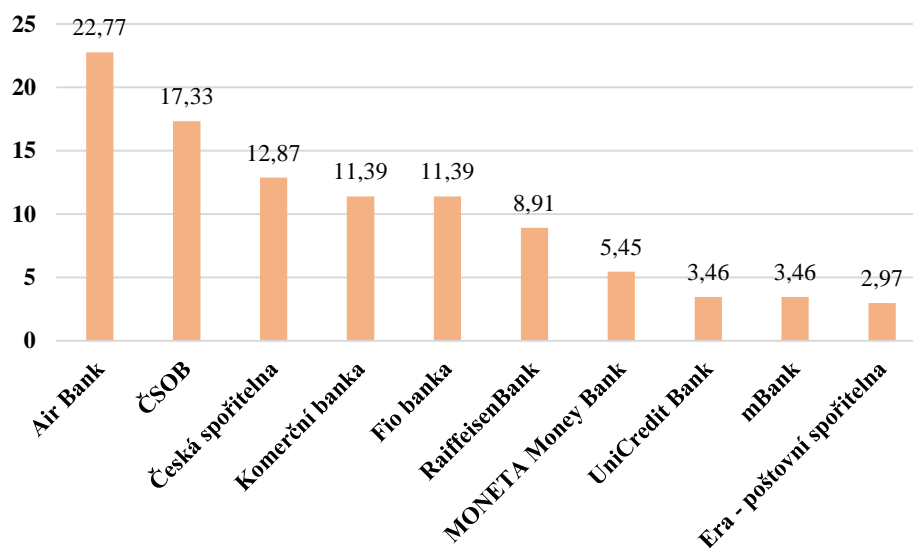
Z průzkumu dále vyplynulo, že o kodexu má ponětí každá druhá žena a každý druhý muž, rozdíl ve znalosti zde tedy prakticky není. Nejvíce informovaní o kodexu jsou klienti ČSOB (20 dotázaných) a RaiffeisenBank (16 dotázaných). Naopak nejmenší povědomí o kodexu mají klienti České spořitelny (17 respondentů) a Ery – poštovní spořitelny (13 respondentů).

Otázka č. 11: *Volba banky při založení nového běžného osobního účtu.*

U otázky č. 11 měli respondenti vybrat takovou banku, u které by si v současné době zřídili svůj nový běžný osobní účet. Nejvíce nových klientů by získala relativně mladá banka

Air Bank, kterou by si nově zvolilo 23% dotázaných, převážně se jedná o stávající klienty ČSOB a České spořitelny. Naopak nejméně respondentů by jako svou novou banku volilo Eru – poštovní spořitelnu (3%). Jak ukazuje následující graf č. 16, příliš velké změny v pořadí podle počtu klientů nenastaly.

Graf č. 16: Podíl respondentů při volbě nové banky pro založení nového běžného účtu v %



Zdroj: dotazníkové šetření

Z průzkumu však bylo zjištěno, že respondenti nejsou příliš loajální ke své stávající bance. Nejlepšího výsledku dosáhla Česká spořitelna, 39% jejích klientů by si ji znovu zvolilo jako svou banku. S podobným výsledkem, 33% klientů, uspěla i Fio banka. Naopak Komerční banku by si znovu nezvolil ani jeden její klient, pouhých 7% klientů by si znovu za svou banku zvolilo mBank.

Otázka č. 12: *Forma spoření volných finančních prostředků.*

V dnešní době je běžné, že jednotlivci využívají ke spoření svých volných finančních prostředků více způsobů, a proto bylo respondentům umožněno vybrat více odpovědí (maximálně však dvě). Nejčastějším typem spoření je pro respondenty spořicí účet, který je zřízen u stejné banky, jako jejich běžný osobní účet. Z průzkumu je zřejmé, že respondenti myslí na budoucnost, a proto druhým nejčastějším prostředkem spoření je penzijní připojištění. Překvapivým zjištěním je, že velké oblibě se těší i spoření „do hrnečku“, tedy

bez využití specializovaných bankovních produktů. Zhruba každý devátý dotazovaný si nespoří vůbec, důvodem je především absence volných prostředků ke spoření. Přehled relativních četností jednotlivých typů spoření je uveden v následující tabulce č. 23.

Tabulka č. 23: Forma spoření finančních prostředků

Pořadí	Typ spoření/produktu	Relativní četnost v %
1.	Spořicí účet (u stejné banky jako je zřízen běžný účet)	39,11
2.	Penzijní připojištění	25,25
3.	Spoření „do hrnečku“ (bez speciálního produktu)	19,31
4.	Stavební spoření	15,84
5.	Fondy kolektivního investování	14,85
6.	Životní pojištění	12,87
7.	Spořicí účet (u jiné banky)	9,9
8.	Žádná forma spoření	8,91
9.	Termínovaný vklad	5,94

Zdroj: dotazníkové šetření

Otázka č. 13: Zkušenost s bankovními úvěry.

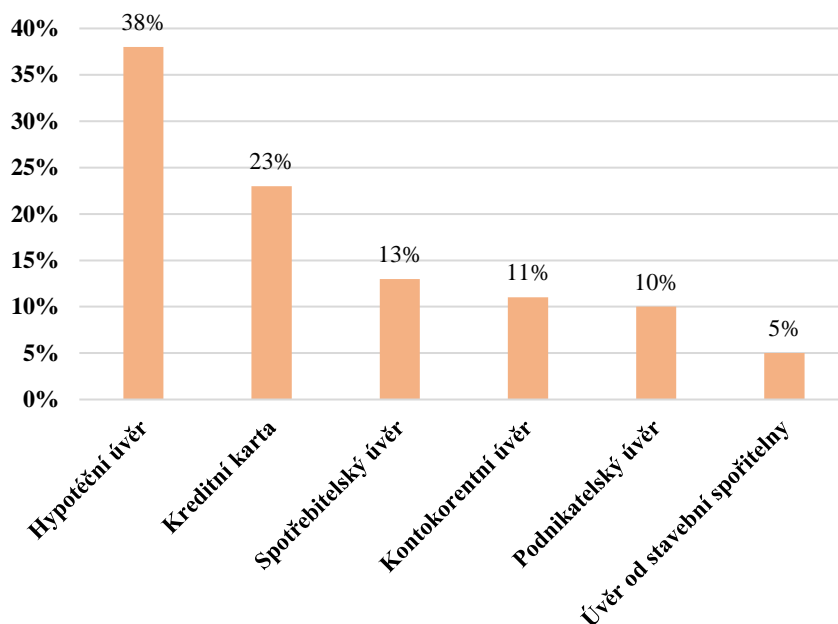
Tři pětiny dotázaných doposud nikdy nevyužily žádnou formu bankovního úvěru. V současné době využívá nějaký úvěrový produkt 18% respondentů, v posledních pěti letech úvěr čerpalo 11% dotázaných a před více než pěti lety taktéž 11% respondentů.

Zkušenost s úvěrem je, dle šetření, dána věkem. Z věkové kategorie 18-25 let nemá zatím žádnou zkušenost s úvěrem 88% respondentů, zatímco v kategoriích 45-60 let a 60 let a více úvěrové zkušenosti má dohromady 75% dotázaných.

Otázka č. 14: Forma bankovního úvěru.

Z grafu č. 17 na následující straně je zřejmé, že nejvyužívanějším typem bankovního úvěru je hypotéční úvěr, který v současné době využívá či v minulosti využívalo 38% dotázaných, kteří již mají nějaké zkušenosti s úvěrem. Druhým častým typem je kreditní karta, tedy možnost čerpat na běžném osobním účtu prostředky „do mínusu“. Tuto možnost využívá či využívalo 23% úvěrově zkušených respondentů. Naopak nejméně využívaným produktem je úvěr od stavební spořitelny, který byl v šetření zastoupen pouze 5%.

Graf č. 17: Využití bankovního úvěru respondenty v %



Zdroj: dotazníkové šetření

Otázka č. 15: Rozhodující kritéria při výběru bankovního úvěru.

Každý respondent má pro výběr bankovního úvěru jiná kritéria, a proto u otázky č. 15 byla možnost zvolit více odpovědí (maximálně dvě). V následující tabulce č. 24 je znázorněna relativní četnost vybraných kritérií. Za zásadní kritéria respondenti považují výši úrokové sazby a její fixaci v případě hypotéčního úvěru a celkovou splacenou částku, tedy jakou částku klient uhradí se všemi poplatky za celou dobu trvání úvěru. Nejméně podstatným kritériem byla pro respondenty roční procentní sazba nákladů, která ale je nejvýznamnějším ukazatelem ceny úvěru.

Tabulka č. 24: Kritéria při výběru bankovního úvěru

Pořadí	Kritérium	Relativní četnost v %
1.	Výše úrokové sazby (příp. její fixace u hypotéčního úvěru)	45,54
2.	Celková splacená částka	37,62
3.	Délka úvěru	26,24
4.	Podmínky pro získání úvěru dané bankou	18,81
5.	Výše měsíční splátky a možnost její úpravy	17,82
6.	Rychlost získání úvěru	14,36
7.	RPSN (roční procentní sazba nákladů)	10,89

Zdroj: dotazníkové šetření

5.3.3 Analýza závislosti kvalitativních znaků

Další část diplomové práce zjišťovala, zda existuje statisticky významná závislost mezi některými vybranými znaky z provedeného dotazníkového šetření, tedy zda věk, pohlaví, vzdělání a příjem respondenta ovlivňuje jeho rozhodování při volbě banky a užívání bankovních produktů. V případě, že byla prokázána statisticky významná závislost, byla určena síla této závislosti.

Test nezávislosti mezi věkem klienta a výběrem banky

V rámci tohoto testování je zkoumána statisticky významná závislost mezi bankou, u které má respondent zřízen svůj běžný osobní účet (otázka č. 1), a věkem respondenta (otázka č. 17). Lze předpokládat, že věkově mladší respondenti pro manipulaci se svými finančními prostředky volí spíše banky nové, nízkonákladové, zatímco starší respondenti si vybírají banky s několikaletou tradicí na českém bankovním trhu.

Banky v tomto testování byly rozděleny na dvě skupiny – banky existující na českém bankovním trhu více jak 10 let a banky s existencí do 10 let. Do skupiny bank s existencí více než 10 let byly zařazeny ČSOB (dohromady s Erou – poštovní spořitelnou), Česká spořitelna, RaiffeisenBank, Komerční banka, UniCredit Bank a MONETA Money bank, do skupiny bank s existencí méně než 10 let pak Fio banka, Air Bank a mBank. V následující tabulce č. 25 je znázorněno rozdělení četností jednotlivých údajů dle výše uvedených kritérií.

Tabulka č. 25: Vztah věku klienta s výběrem banky

Věk	Běžný osobní účet podle banky		Celkem
	Banky s existencí do 10 let	Banky s existencí nad 10 let	
18-25 let	18	22	40
26-35 let	23	42	65
36-45 let	6	45	51
45-60 let	2	29	31
60 let a více	0	15	15
Celkem	49	153	202

Zdroj: dotazníkové šetření

Hypotéza H_0 : Věk klienta nemá vliv na výběr banky.

Hladina významnosti $\alpha = 0,05$.

Výsledky této závislosti jsou uvedeny v tabulce č. 26. Porovnáním hodnoty $p = 0,000011$ s hladinou významnosti $\alpha = 0,05$, kdy $p < \alpha$, dochází k zamítnutí nulové hypotézy H_0 a k přijetí alternativní hypotézy H_1 . Věk klienta má vliv na výběr banky, mezi znaky existuje statisticky významná závislost. Dle Cramérova koeficientu kontingence je síla této závislosti 0,3739, což představuje slabou až střední závislost. Klienti nižšího věku spíše využívají služeb nových, nízkonákladových bank, zatímco klienti vyššího věku spíše využívají banky velké, s několikaletou existencí na českém bankovním trhu.

Tabulka č. 26: Výsledky testování nezávislosti mezi věkem klienta a výběrem banky

Statist.	Statist.: Věk x Banka		
	χ^2	sv	p
Pearsonův χ^2	28,23263	df = 4	0,00001
M-V χ^2	32,52635	df = 4	0,00000
Fí	0,3738523	-	-
Kontingenční koeficient	0,3501807	-	-
Cramérův koeficient kontingence	0,3738523	-	-

Zdroj: dotazníkové šetření, vlastní zpracování v softwaru Statistica

Test nezávislosti mezi pohlavím klienta a výběrem banky

Následující testování zkoumá statisticky významnou závislost opět mezi bankou, u které má respondent zřízen svůj běžný osobní účet (otázka č. 1), a pohlavím respondenta (otázka č. 16). Předpokladem je, že mezi výběrem banky a pohlavím statisticky významná závislost neexistuje.

I v tomto testování byly banky rozděleny na dvě skupiny – banky existující na českém bankovním trhu více jak 10 let a banky s existencí do 10 let. Rozdělení je identické jako v předchozím testování. V tabulce č. 27 na následující straně je znázorněno rozdělení četností jednotlivých údajů dle zvolených kritérií.

Tabulka č. 27: Vztah pohlaví klienta s výběrem banky

Pohlaví	Běžný osobní účet podle banky		Celkem
	Banky s existencí do 10 let	Banky s existencí nad 10 let	
Žena	30	76	106
Muž	19	77	96
Celkem	49	153	202

Zdroj: dotazníkové šetření

Hypotéza H_0 : Pohlaví klienta nemá vliv na výběr banky.

Hladina významnosti $\alpha = 0,05$.

Výsledky testování závislosti jsou uvedeny v následující tabulce č. 28. Porovnáním hodnoty $p = 0,15879$ s hladinou významnosti $\alpha = 0,05$, kdy $p > \alpha$, dochází k potvrzení nulové hypotézy H_0 . Mezi výběrem banky, u které má respondent zřízen svůj běžný osobní účet, a pohlavím klienta neexistuje statisticky významná závislost – pohlaví klienta nemá vliv na výběr banky.

Tabulka č. 28: Výsledky testování nezávislosti mezi pohlavím klienta a výběrem banky

Statist.	Statist.: Pohlaví x Banka		
	χ^2	sv	p
Pearsonův χ^2	1,985731	df = 1	0,15879
M-V χ^2	32,52635	df = 1	0,15711
Fí pro tabulky 2x2	-0,099148	-	-
Kontingenční koeficient	0,0986646	-	-

Zdroj: dotazníkové šetření, vlastní zpracování v softwaru Statistica

Test nezávislosti mezi příjmem klienta a výší bankovních poplatků

Testování se zabývá zkoumáním nezávislosti mezi průměrným čistým měsíčním příjmem respondenta (otázka č. 20) a průměrnou měsíční výší poplatků za využívání běžného osobního účtu (otázka č. 7). Lze předpokládat, že respondenti s vyšším příjmem si mohou dovolit hradit vyšší bankovní poplatky, naopak respondenti s nižším příjmem (např. studenti či důchodci) budou hradit poplatky nulové či velmi nízké. Zpravidla vyšší poplatky jsou hrazeny u velkých bank s několikaletou tradicí. Naproti tomu nulové či nízké poplatky se vyskytují u bank nových, nízkonákladových.

Výše bankovních poplatků zde byly pro možnost výpočtu rozděleny jen na dvě skupiny – poplatky v měsíční výši do 50 Kč a nad 50 Kč. Příjmové skupiny zůstaly

zachovány v původní podobě, v jaké jsou uvedeny v dotazníkovém šetření. Rozdělení četností je uvedeno v následující tabulce č. 29.

Tabulka č. 29: Vztah příjmu klienta s výší bankovních poplatků

Měsíční příjem	Výše měsíčních poplatků		Celkem
	do 50 Kč	nad 50 Kč	
do 10.000 Kč	31	5	36
10.001 – 15.000 Kč	7	5	12
15.001 – 20.000 Kč	11	6	17
20.001 – 30.000 Kč	27	10	37
30.001 – 40.000 Kč	26	33	59
více než 40.000 Kč	16	25	41
Celkem	118	84	202

Zdroj: dotazníkové šetření

Hypotéza H_0 : Příjem klienta nemá vliv na výši bankovních poplatků.

Hladina významnosti $\alpha = 0,05$.

Výsledky testování závislosti jsou uvedeny v následující tabulce č. 30. Porovnáním hodnoty $p = 0,00008$ s hladinou významnosti $\alpha = 0,05$, kdy $p < \alpha$, dochází k zamítnutí nulové hypotézy H_0 a k přijetí alternativní hypotézy H_1 . Mezi výší průměrného čistého měsíčního příjmu klienta a průměrnou měsíční výší poplatků za využívání běžného osobního účtu existuje statisticky významná závislost. Dle Cramérova koeficientu kontingence je síla této závislosti 0,3603, což představuje slabou až střední závislost. Klienti s poměrově nižším příjmem si vybírají spíše banku s nízkými měsíčními poplatky za využívání běžného účtu, zatímco klienti s poměrově vyšším příjmem jsou ochotni hradit vyšší bankovní poplatky.

Tabulka č. 30: Výsledky testování nezávislosti mezi příjmem klienta a výší bankovních poplatků

Statist.	Statist.: Příjem x Poplatky		
	χ^2	sv	p
Pearsonův χ^2	26,21865	df = 5	0,00008
M-V χ^2	32,52635	df = 5	0,00004
Fí	0,3602711	-	-
Kontingenční koeficient	0,3389453	-	-
Cramérův koeficient kontingence	0,3602711	-	-

Zdroj: dotazníkové šetření, vlastní zpracování v softwaru Statistica

Test nezávislosti mezi vzděláním klienta a znalostí kodexu mobility

Následující testování se zabývá otázkou, zda existuje nezávislost mezi znalostí kodexu mobility (otázka č. 10) a nejvyšším dosaženým vzděláním respondenta (otázka č. 18). Předpokladem testování je, že respondenti s vyšším dosaženým vzděláním mají o kodexu větší povědomí a případně i zkušenosti s jeho využitím, než respondenti se základním vzděláním či se středním vzděláním bez maturity.

Respondenti byli pro výpočet rozdělení podle dosaženého vzdělání na tři skupiny – základní a středoškolské vzdělání bez maturity, středoškolské vzdělání s maturitou a vysokoškolské vzdělání. Rozdělení četností jednotlivých údajů znázorňuje následující tabulka č. 31.

Tabulka č. 31: Vztah vzdělání klienta se znalostí kodexu mobility

Dosažené vzdělání	Znalost kodexu mobility			Celkem
	Ano, již využito	Ano, zatím nevyužito	Ne	
Základní + středoškolské bez maturity	5	2	9	16
Středoškolské s maturitou	16	20	19	55
Vysokoškolské	50	25	56	131
Celkem	71	47	84	202

Zdroj: dotazníkové šetření

Hypotéza H_0 : Věk klienta nemá vliv na znalost kodexu mobility.

Hladina významnosti $\alpha = 0,05$.

Výsledky této závislosti jsou uvedeny v tabulce č. 32 na následující straně. Porovnáním hodnoty $p = 0,07971$ s hladinou významnosti $\alpha = 0,05$, kdy $p > \alpha$, dochází k potvrzení nulové hypotézy H_0 . Mezi znalostí kodexu mobility a nejvyšším dosaženým vzděláním respondenta neexistuje statisticky významná závislost – vzdělání klienta nemá vliv na znalost kodexu mobility.

Tabulka č. 32: Výsledky testování nezávislosti mezi vzděláním klienta a znalostí kodexu mobility

Statist.	Statist.: Vzdělání x Znalost		
	χ^2	sv	p
Pearsonův χ^2	8,345527	df = 4	0,07971
M-V χ^2	7,960625	df = 4	0,09303
Fí	0,2032597	-	-
Kontingenční koeficient	0,1991867	-	-

Zdroj: dotazníkové šetření, vlastní zpracování v softwaru Statistica

Test nezávislosti mezi pohlavím klienta a spokojeností se stávající bankou

Tento test se zabývá otázkou, zda existuje statisticky významná závislost mezi spokojeností se stávající bankou, u které má respondent zřízen svůj běžný osobní účet (otázka č. 8), a pohlavím respondenta (otázka č. 16). Lze předpokládat, že respondenti jsou se svou bankou spokojeni bez ohledu na pohlaví, v opačném případě by u ní neměli uloženy své finanční prostředky – obzvláště v současné době, kdy lze banku změnit jednoduše a prakticky bez komplikací.

Míry spokojenosti zjištěné v dotazníkovém šetření byly pro účely tohoto testování rozděleny do tří skupin – rozhodně spokojen/a, spíše spokojen/a a nespokojen/a. Rozdělení jednotlivých četností těchto měř je uvedeno v následující tabulce č. 33.

Tabulka č. 33: Vztah pohlaví klienta se spokojeností s bankou

Pohlaví	Spokojenost s bankou			Celkem
	Rozhodně ano	Spíše ano	Nespokojen/a	
Žena	55	43	8	106
Muž	50	42	4	96
Celkem	105	85	12	202

Zdroj: dotazníkové šetření

Hypotéza H_0 : Pohlaví klienta nemá vliv na spokojenost s bankou.

Hladina významnosti $\alpha = 0,05$.

Výsledky tohoto testování jsou uvedeny v tabulce č. 34 na následující straně. Komparací vypočtené hodnoty $p = 0,57960$ s hladinou významnosti $\alpha = 0,05$, kdy $p > \alpha$, dochází k potvrzení nulové hypotézy H_0 , alternativní hypotézu H_1 nelze přijmout. Mezi spokojeností s bankou, u které má klient zřízen svůj běžný osobní účet, a pohlavím klienta

neexistuje statisticky významná závislost – pohlaví klienta nemá vliv na spokojenost se stávající bankou, předpoklad je tedy naplněn.

Tabulka č. 34: Výsledky testování nezávislosti mezi pohlavím klienta a spokojeností s bankou

Statist.	Statist.: Pohlaví x Spokojenost		
	χ^2	sv	p
Pearsonův χ^2	1,090817	df = 2	0,57960
M-V χ^2	1,113891	df = 2	0,57296
Fí	0,0734853	-	-
Kontingenční koeficient	0,0732877	-	-

Zdroj: dotazníkové šetření, vlastní zpracování v softwaru Statistica

Test nezávislosti mezi věkem klienta a využitím platební karty

Následující testování se zabývá otázkou, zda mezi nejčastějším způsobem využití platební debetní karty (otázka č. 5) a věkem respondenta (otázka č. 17) existuje statisticky významná závislost. Lze předpokládat, že mladší respondenti využívají platební kartu převážně jen k platbám u obchodníků, zatímco starší respondenti k výběrům z bankomatu či kartu nevyužívají vůbec.

Pro výpočet nezávislosti byli respondenti rozděleni do dvou věkových skupin, a to na skupinu ve věku 18-35 let a na skupinu starší 35 let. Zároveň byly upraveny i skupiny odpovědí na otázku o způsobu využití platební karty – odpovědi o cestovním pojištění či o nevyužívání karty byly sumarizovány do jedné společné skupiny. Rozdělení četností odpovědí pro výpočet jsou uvedeny v tabulce č. 35.

Tabulka č. 35: Vztah věku klienta s využitím platební karty

Věk klienta	Využití platební karty			Celkem
	Platby u obchodníků	Výběr hotovosti z bankomatů	Cestovní pojištění + karta nevyužívána	
18-35 let	70	17	4	91
35 let a více	57	18	11	86
Celkem	127	35	15	177

Zdroj: dotazníkové šetření

Hypotéza H_0 : Věk klienta nemá vliv na způsob využití platební karty.

Hladina významnosti $\alpha = 0,05$.

Výsledky testování jsou uvedeny v následující tabulce č. 36. Porovnáním získané hodnoty $p = 0,10602$ s hladinou významnosti $\alpha = 0,05$, kdy $p > \alpha$, nelze zamítnout nulovou hypotézu H_0 . Mezi způsobem využití platební debetní karty a věkem klienta neexistuje statisticky významná závislost, způsob využití platební karty tedy není ovlivněn věkem klienta, předpoklad není naplněn.

Tabulka č. 36: Výsledky testování závislosti mezi věkem klienta a využitím platební karty

Statist.	Statist.: Věk x Využití PK		
	χ^2	sv	p
Pearsonův χ^2	4,488286	df = 2	0,10602
M-V χ^2	4,617316	df = 2	0,09939
Fí	0,1592405	-	-
Kontingenční koeficient	0,1572592	-	-

Zdroj: dotazníkové šetření, vlastní zpracování v softwaru Statistica

Shrnutí výsledků jednotlivých testů nezávislosti

Z výsledků jednotlivých testů nezávislosti lze konstatovat, že pohlaví zpravidla neovlivňuje rozhodování o výběru banky či nevyjadřuje spokojenost s vybranou bankou. Věk je při výběru banky rozhodující, ale již neovlivňuje způsob využití platební karty. Prokázané závislosti byly zjištěny mezi výběrem banky a věkem respondenta a dále mezi výší měsíčního příjmu respondenta a výší měsíčních poplatků spojených s využíváním běžného osobního účtu. Tyto závislosti byly očekávané, mladí respondenti si vybírají spíše nové a nízkonákladové banky, a čím nižší příjem respondent má, tím méně peněz je ochoten vynaložit za poplatky spojené s běžným účtem. Obě tyto závislosti byly vyhodnoceny jako slabé až střední. Překvapivým zjištěním byla také prokázaná nezávislost znalosti kodexu mobility a nejvyšším dosaženým vzděláním respondenta. Z výsledků je zřejmé, že respondenti si vyhledávají (resp. nevyhledávají) informace o nových možnostech v bankovníctví bez ohledu na dosažené vzdělání. Zároveň by tento výsledek měl být spouštěcím momentem pro jednotlivé bankovní subjekty, aby o kodexu informovaly všechny potenciální nové klienty.

Tabulka č. 37 na následující straně shrnuje dosažené výsledky jednotlivých testů nezávislosti a v případě prokázání závislosti i její sílu.

Tabulka č. 37: Souhrnné výsledky testování nezávislosti kvalitativních znaků

Sledované vztahy	p ($\alpha = 0,05$)	Závislost	Síla závislosti
Věk – banka	0,00001	ano	0,3739
Pohlaví – banka	0,15879	ne	---
Příjem – poplatky	0,00008	ano	0,3603
Dosažené vzdělání – znalost kodexu	0,07971	ne	---
Pohlaví – spokojenost s bankou	0,57960	ne	---
Věk – využití platební karty	0,10602	ne	---

Zdroj: dotazníkové šetření

5.4 Návrhy a doporučení

V souvislosti se vznikem nových nízkonákladových bank v České republice se dá současný bankovní trh považovat za silné konkurenční prostředí. Banky stávajícím i potenciálním klientům nabízejí široké spektrum produktů a služeb, které jsou si v základě velmi podobné. Výrazným rozlišujícím znakem je výše poplatků a úrokových sazeb u nabízených produktů. Tato kritéria bývají rozhodující pro většinu klientů při výběru produktu či služby. Výběr konkrétní banky a konkrétního produktu je však ovlivněn především individuálními potřebami klienta. Klient si tak sám musí zjistit nabídku jednotlivých bank a následně je mezi sebou porovnat, aby zjistil, který produkt je ten nejlepší pro jeho potřebu.

Obecně lze tvrdit, že čeští bankovní klienti jsou v obhospodařování svých finančních prostředků spíše konzervativní. Jak je všeobecně známo, Češi nemají příliš rádi změny, což souvisí i s (ne)změnami banky. Zpravidla platí, že založí-li si Čech u nějaké banky určitý produkt, postupem času využívá i další produkty a služby, byť pro něj nejsou příliš výhodné. V tomto směru se Češi obvykle řídí heslem „co mám vyzkoušené, to je dobré“. Tento fakt je přívětivý pro velké banky s dlouholetou existencí na českém bankovním trhu. Ovšem určitou hrozbou pro tyto banky může být mladá generace české populace, která upřednostňuje především nízké náklady spojené se správou financí a již nehledí na dostupnost pobočky či bankomatu – vše vyřizuje online, na internetu či v chytrém mobilním telefonu. Mladá generace si zakládá běžné účty u nových, nízkonákladových bank, které každý rok přebírají klienty tradičním bankám. Určitým řešením vedoucím k menšímu odlivu klientů z velkých bank by mohlo být snížení poplatků za určité služby, zvýšení úroků u spořicíh produktů a snížení úrokových sazeb u úvěrových produktů. Klient

totiž uložení svých finančních prostředků na běžný či spořicí účet de facto bance své prostředky půjčuje, a ta s nimi následně disponuje dle svých potřeb.

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. Celková nabídka produktů a služeb banky bývá velmi důležitým kritériem v rozhodování klienta při jejím výběru. Nízkonákladové banky by tak měly mezi své produkty a služby zahrnout např. kontokorent, hypoteční úvěry či podnikatelské účty a úvěry. 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.

Banky se zpravidla řídí úslovím, že nejlepší klient je takový, který u jedné banky využívá více produktů a služeb současně, své bance je věrný a banku doporučuje dalším lidem ve svém okolí – rodině a přátelům. Z těchto důvodů je vhodný osobní přístup banky, kdy banky ke svým klientům přistupují individuálně a na základě jejich chování jim nabízejí některá zvýhodnění, např. snížení úrokové sazby při řádném splácení úvěru, zvýšení úrokové sazby při spoření vyšších částek, při aktivním využívání platební karty možnost výběru z jakéhokoli bankomatu zdarma či jednorázové roční finanční bonusy pro studenty ke studentským kartám ISIC¹³. Těmito zvýhodněními a přístupem klienti získávají pocit, že o ně banka projevuje zájem a že je o jejich finanční prostředky dobře postaráno.

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, neměly by obsahovat agresivní barvy a podmínky k jednotlivým produktům by zde měly být vysvětleny jasně a srozumitelně, aby klient po jejich prvním přečtení ihned věděl, co může od konkrétního produktu očekávat, jaké jsou s ním spojené náklady či jaké jsou podmínky pro jeho zrušení.

V neposlední řadě by banky měly klienty více informovat o kodexu mobility. Jak vyplynulo z dotazníkového šetření, povědomost o tomto dokumentu usnadňujícím přechod z jedné banky ke druhé je velice nízká, a to i u vysokoškolsky vzdělaných lidí,

¹³ ISIC (*International Student Identity Card*) – unikátní celosvětově uznávaný doklad prokazující status studenta střední, vyšší odborné či vysoké školy a vybraných jednoletých pomaturitních studijních oborů. [41]

u kterých se předpokládají širší znalosti v oblasti finanční gramotnosti a bankovních produktů.

Současná doba je velmi ovlivněna informačními a komunikačními technologiemi. Tento trend je možné zpozorovat i v bankovním sektoru. Klienti své běžné a spořicí účty obsluhují prakticky jen prostřednictvím internetového a mobilního bankovníctví. Z tohoto důvodu je potřeba mít bankovní systémy řádně zabezpečeny, aby nemohlo dojít k jejich zneužití. V poslední době se však rapidně množí falešné emailové a SMS zprávy, které cílí na důvěřivé uživatele bankovních produktů, a kvůli své „hlouposti“ tak přijdou o své prostředky ve prospěch podvodníků. Samozřejmostí by měla být možnost rozdělení transakcí v internetovém bankovníctví do různých skupin, vytvoření vzorů častých plateb (netrvalé příkazy) či možnost vytvořit si grafické přehledy příjmů a výdajů na bankovním účtu.

6 ZÁVĚR

Diplomová práce porovnává vybrané bankovní produkty pro fyzické osoby, které jsou v současné době nabízeny vybranými bankami na českém bankovním trhu. Porovnání jsou provedena prostřednictvím různých statistických metod. Samotné porovnání je zaměřené na jedné straně na velké, tzv. tradiční banky, které existují na českém bankovním trhu již řadu let, a na straně druhé na banky menší, nové a nízkonákladové, které na českém bankovním trhu své klienty teprve postupně získávají. Komparována je současná nabídka běžných účtů, studentských účtů a spořicíh účtů, které jsou nabízeny Československou obchodní bankou, Českou spořitelnou, Komerční bankou, mBank, Fio bankou a Air Bank. V práci jsou dále analyzovány časové řady vývoje počtu klientů vybraných bank a jsou provedeny výpočty predikce vývoje do let 2016, 2017 a 2018. V závěru vlastní práce jsou vyhodnoceny výsledky z vlastního dotazníkového šetření a zjištěny preference respondentů, bankovních klientů.

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. Naproti tomu nesplnění obrátové podmínky nebo výběr jiného produktu u jiné banky přináší měsíční poplatky v řádu desítek korun. Nízkonákladové banky zpravidla nabízejí nejvýhodnější běžné osobní účty. Naopak u bank s několikaletou existencí na českém bankovním trhu, např. u ČSOB či České spořitelny, jsou klienti nuceni platit poplatky i za takové dnes již běžné služby, jako jsou odchozí platby či výběry z bankomatu.

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. Dále je pro studenty či případně pro absolventy výhodný Studentský účet G2 od Komerční banky, který však vyžaduje splnění podmínky jakékoli příchozí platby na účet měsíčně. Jako zcela nevýhodný je naopak Era osobní účet s výhodami pro mladé, u kterého jsou zpoplatněny běžné základní služby – odchozí platba a výběr z bankomatu.

Ze srovnání spořicíh účtů vyplývá, že nejjednodušším spořicíh účtem je Spoření České spořitelny, které nepožaduje minimální vklad či trvalý zůstatek na účtu, ani povinnost mít zřízen běžný osobní účet u téže banky. Úroková sazba je taktéž relativně výhodná, pokud

klient na tomto účtu nemá zůstatek vyšší než 200 tisíc Kč. Druhým nejvýhodnějším účtem je Spořicí účet od Air Bank, k jehož založení je však vyžadováno i zřízení běžného účtu u téže banky. Klient má však možnost získat vyšší úrok, a to ve výši 1%, pokud alespoň 5x měsíčně použije platební kartu, což v dnešní době je pro řadu uživatelů bezproblémová podmínka. Naopak nejméně výhodným spořicí účet z hlediska počátečních administrativních úkonů a povinností spojených se založením je Spořicí účet od ČSOB, u kterého je požadován minimální vklad a následný trvalý zůstatek ve výši alespoň 5000 Kč, což v průběhu spoření a vlivem nečekaných výdajů nemusí být vždy splnitelné. Ostatní spořicí účty, které byly vybrány pro porovnání, jsou z praktického hlediska totožné, ničím výjimečné a spíše výhodné pro majitele běžných účtů u stejné banky.

V další sekci analytické části diplomové práce byl zkoumán vývoj počtu klientů vybraných bank. Nejvíce klientů v průměru měla Česká spořitelna – 5 209 941 klientů, naopak nejméně klientů měla Air Bank – 210 000 klientů, což je dáno především 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.

V rámci dotazníkového šetření bylo zjištěno, že největší zastoupení mezi respondenty má Československá obchodní banka. Nejdůležitějším kritériem respondentů při volbě banky je výše měsíčních poplatků spojených s vedením účtu a se základními službami a dostupnost bankomatů a poboček. Nejvíce využívanou službou mezi respondenty je internetové bankovníctví, naopak nejméně využívaným prostředkem je telefonní bankovníctví, tedy přímé telefonické spojení s operátorem call centra. Respondenti, kteří vlastní debetní platební kartu, uvedli, že ji nejvíce využívají k platbám u obchodníků v kamenných i elektronických obchodech. Průměrná výše měsíčních poplatků spojených s vedením účtů se u respondentů nejčastěji pohybuje ve výši 0 až 100 Kč. Téměř všichni respondenti jsou se svou bankou spokojeni a neuvažují o její změně. Z dotazníkového šetření dále vyplynulo, že téměř polovina respondentů nezná kodex mobility klientů. Ke spoření volných finančních prostředků jsou nejvíce využívány spořicí účty u stejné banky, jako je zřízen běžný účet, a penzijní připojištění. Co se týče rozhodujících kritérií při výběru bankovního úvěru, nejdůležitější je pro klienty výše úrokové sazby a případně její fixace u hypotéčního úvěru a celková splacená částka.

Z výsledků testování nezávislosti vybraných ukazatelů lze konstatovat, že pohlaví klienta zpravidla neovlivňuje rozhodování o výběru banky či nevyjadřuje spokojenost s vybranou bankou. Věk klienta je při výběru banky rozhodující, ale již neovlivňuje způsob využití platební karty. Prokázané závislosti byly zjištěny mezi výběrem banky a věkem klienta a dále mezi výší průměrného měsíčního příjmu klienta a průměrnou výší měsíčních poplatků spojených s vedením účtu a základními službami. 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. Překvapivým zjištěním byla také prokázaná nezávislost znalosti kodexu mobility a dosaženým vzděláním respondenta. Z výsledků je zřejmé že respondenti si sami vyhledávají informace o nových možnostech v bankovníctví bez ohledu na dosažené vzdělání.

Závěrem lze říci, že na českém bankovním trhu existuje zdravá konkurence. Vstup nových a nízkonákladových bank způsobil zlepšení celkové produktové nabídky i zlepšení přístupu velkých bank ke svým klientům. Stávající výběr produktů napříč všemi bankami je natolik pestrý, že si vybere opravdu každý klient.

7 SEZNAM LITERATURY A INTERNETOVÝCH ZDROJŮ

7.1 Literatura

- [1] BARTOŠEK, Karel, FELSBERGOVÁ, Dana a JAROŠ, Pavel. *Bankovníctví v České republice*. 3. přeprac. vyd. Praha: Bankovní institut, 1998. ISBN 80-902243-9-3.
- [2] BLAŽEK, Jiří a UKLEIN, Jiří. *Bankovníctví*. 1. vyd. Brno: Doplněk, 1997. ISBN 80-85765-91-8.
- [3] ČESKO. *Zákon č. 21/1992 Sb., o bankách*. In: Sběrka zákonů 2016. Dostupné z: <http://portal.gov.cz/app/zakony/zakon.jsp?page=0&nr=21~2F1992&rpp=15#seznam>.
- [4] DVOŘÁK, Petr. *Bankovníctví pro bankéře a klienty*. 3. přeprac. a rozš. vyd. Praha: Linde, 2005. ISBN 80-7201-515-X.
- [5] HARTLOVÁ, Věra. *Bankovníctví pro střední školy a veřejnost*. 1. vyd. Praha: Fortuna, 2004. ISBN 80-7168-900-9.
- [6] HENZLOVÁ, Šárka. *Základy bankovníctví*. 2. vyd. Praha: Bankovní institut vysoká škola, 2007. ISBN 978-80-7265-126-9.
- [7] HINDLS, Richard, HRONOVÁ, Stanislava a SEGER, Jan. *Statistika pro ekonomy*. 5. vyd. Praha: Professional Publishing, 2004. ISBN 80-86419-59-2.
- [8] JÍLEK, Josef. *Finanční trhy*. 1. vyd. Praha: Grada, 1997. ISBN 80-7169-453-3.
- [9] JÍLEK, Josef. *Finanční trhy a investování*. 1. vyd. Praha: Grada, 2009. ISBN 978-80-247-1653-4.
- [10] JÍLEK, Josef. *Peníze a měnová politika*. 1. vyd. Praha: Grada, 2004. ISBN 80-247-0769-1.
- [11] JUŘÍK, Pavel. *Historie bank a spořitelen v Čechách a na Moravě*. 1. vyd. Praha: Libri, 2011. ISBN 978-80-7277-488-3.
- [12] KÁBA, Bohumil a SVATOŠOVÁ, Libuše. *Statistické nástroje ekonomického výzkumu*. 1. vyd. Plzeň: Vydavatelství a nakladatelství Aleš Čeněk, 2012. ISBN 978-80-7380-359-9.
- [13] KALABIS, Zbyněk. *Bankovní služby v praxi*. 1. vyd. Brno: Computer Press, 2005. ISBN 80-251-0882-1.
- [14] KALABIS, Zbyněk. *Základy bankovníctví: bankovní obchody, služby, operace a rizika*. 1. vyd. Brno: BizBooks, 2012. ISBN 978-80-265-0001-8.

- [15] LANDOROVÁ, Anděla a KOŠTEKOVÁ, Věra. *Peníze a banky*. 1. vyd. Praha: Univerzita Karlova, 1997. ISBN 80-7184-355-5.
- [16] MEJSTRŮK, Michal, PEČENÁ, Magda a TEPLÝ, Petr. *Základní principy bankovníctví: Basic principles of banking*. 1. vyd. Praha: Karolinum, 2008. ISBN 978-80-246-1500-4.
- [17] MUSÍLEK, Petr. *Finanční trhy: instrumenty, instituce a management, 1. část*. 1. vyd. Praha: Vysoká škola ekonomická v Praze, 1994. ISBN 80-7079-149-7.
- [18] MUSÍLEK, Petr. *Finanční trhy: instrumenty, instituce a management, 2. část*. 1. vyd. Praha: Vysoká škola ekonomická v Praze, 1994. ISBN 80-7079-149-7.
- [19] PEČÁKOVÁ, Iva, NOVÁK, Ilja a HERZMANN, Jan. *Pořizování a vyhodnocování dat ve výzkumech veřejného mínění*. 2. vyd. Praha: Vysoká škola ekonomická, 1998. ISBN 80-7079-357-0.
- [20] POLOUČEK, Stanislav. *Bankovníctví*. 2. vyd. Praha: C.H. Beck, 2013. ISBN 978-80-7400-491-9.
- [21] PŮLPÁN, Karel. *Slovník bankovníctví, pojišťovnictví a kapitálových trhů*. 1. vyd. Praha: Public History, 1998. ISBN 80-902193-2-2.
- [22] PŮLPÁNOVÁ, Stanislava. *Komerční bankovníctví v České republice*. 1. vyd. Praha: Oeconomica, 2007. ISBN 978-80-245-1180-1.
- [23] REVENDA, Zbyněk. *Centrální bankovníctví*. 3. aktualiz. vyd. Praha: Management Press, 2011. ISBN 978-80-7261-230-7.
- [24] REVENDA, Zbyněk. *Peněžní ekonomie a bankovníctví*. 5. aktualiz. vyd. Praha: Management Press, 2012. ISBN 978-80-7261-279-6.
- [25] SEKERKA, Bohuslav. *Banky a bankovní produkty*. 1. vyd. Praha: Profess Consulting, 1997. ISBN 80-85235-51-7.
- [26] SVATOŠOVÁ, Libuše, KÁBA, Bohumil a PRÁŠILOVÁ, Marie. *Zdroje a zpracování sociálních a ekonomických dat: učební texty*. 1. vyd. Praha: Česká zemědělská univerzita v Praze, Provozně ekonomická fakulta, 2004. ISBN 80-213-1189-4.
- [27] ŠEFLOVÁ, Olga. *Specializované bankovníctví: dodatek*. 1. vyd. Praha: Bankovní institut vysoká škola, 2006. ISBN 80-7265-091-2.
- [28] ŠENKÝŘOVÁ, Bohuslava. *Bankovníctví*. 1. vyd. Praha: Vysoká škola finanční a správní, 2010. ISBN 978-80-7408-029-6.

- [29] ULRICH, Milan a PFEIFEROVÁ, Daniela. *Bankovníctví*. 1. vyd. Praha: Provozně ekonomická fakulta ČZU v Praze ve vydavatelství Credit, 2001. ISBN 80-213-0815-X.
- [30] VENCOVSKÝ, František. *Dějiny bankovníctví v Českých zemích*. 1. vyd. Praha: Bankovní institut, 1999. ISBN 80-7265-030-0.

7.2 Internetové zdroje

- [31] *Bankovní systém – Bankovníctví*. Ucitelka.INFO - titul snadno [online]. [cit. 2016-10-30]. Dostupné z: <http://www.ucitelka.info/bankovnictvi/bankovni-system>
- [32] *Cash machine*. Wikipedia: The Free Encyklopedia [online]. [cit. 2016-12-05]. Dostupné z: https://en.wikipedia.org/wiki/Cash_machine
- [33] *Co je tedy to často zmiňované RPSN*. Bankovnipoplatky.com [online]. [cit. 2016-06-10]. Dostupné z: <http://www.bankovnipoplatky.com/co-je-tedy-to-casto-zminovane-rpsn-613.html>.
- [34] *Česká bankovní asociace* [online]. [cit. 2016-06-08]. Dostupné z: <https://www.czech-ba.cz/>.
- [35] *Česká exportní banka* [online]. [cit. 2016-06-06]. Dostupné z: <https://www.ceb.cz/>.
- [36] *Česká obchodní inspekce* [online]. [cit. 2016-06-08]. Dostupné z: <http://www.coi.cz/>.
- [37] *Českomoravská záruční a rozvojová banka* [online]. [cit. 2016-06-06]. Dostupné z: <http://www.cmzrb.cz/>.
- [38] *European Banking Industry Committee* [online]. [cit. 2016-06-10]. Dostupné z: <http://www.ebic.org/>.
- [39] *Fond pojištění vkladů* [online]. [cit. 2016-06-07]. Dostupné z: <https://www.fpv.cz/cs/>
- [40] *IMF – Mezinárodní měnový fond*. Ministerstvo financí České republiky [online]. [cit. 2016-05-19]. Dostupné z: <http://www.mfcr.cz/cs/zahranicni-sektor/mezinarodni-spoluprace/mezinarodni-institute/imf-mezinarodni-menovy-fond-11650>.
- [41] *International Student Identity Card Česká republika: Průkaz ISIC* [online]. [cit. 2017-01-10]. Dostupné z: <http://www.isic.cz/prukazy/prukaz-isic/>
- [42] *Investice: střední horizont aneb nejtěžší rozhodnutí*. Penize.cz [online]. [cit. 2016-06-06]. Dostupné z: <http://www.penize.cz/investice/15570-investice-stredni-horizont-aneb-nejtezsi-rozhodnuti>.

- [43] *Jaké jsou režimy měnové politiky*. Česká národní banka [online]. [cit. 2016-05-19].
Dostupné z: https://www.cnb.cz/cs/faq/jake_jsou_rezimy_menove_politiky.html.
- [44] *Kodex "Mobilita klientů – postup při změně banky"*. Penize.cz [online]. [cit. 2016-06-08]. Dostupné z: <http://www.penize.cz/formulare/61750-kodex-mobilita-klientu-postup-pri-zmene-banky>.

8 PŘÍLOHY

Příloha č. 1: Seznam bank a poboček zahraničních bank registrovaných u České národní banky k 31. říjnu 2016

Příloha č. 2: Výsledky regrese vývoje počtu klientů Československé obchodní banky (v tis.)

Příloha č. 3: Výsledky regrese vývoje počtu klientů České spořitelny (v tis.)

Příloha č. 4: Výsledky regrese vývoje počtu klientů Komerční banky (v tis.)

Příloha č. 5: Výsledky regrese vývoje počtu klientů Fio banky

Příloha č. 6: Výsledky regrese vývoje počtu klientů Air Bank

Příloha č. 7: Dotazník pro zpracování analytické dílčí části diplomové práce

Příloha č. 1: Seznam bank a poboček zahraničních bank registrovaných u České národní banky k 31. říjnu 2016

Název instituce nebo označení osoby	Registrace
Air Bank a.s.	3.6.2011
Bank Gutmann Aktiengesellschaft, pobočka Česká republika	12.5.2011
Bank of China (Hungary) Close Ltd. Prague branch, odštěpný závod	7.7.2015
BNP Paribas Fortis SA/NV, pobočka Česká republika	26.5.2005
BNP Paribas Personal Finance SA, odštěpný závod	20.2.2015
Citibank Europe plc, organizační složka	10.9.2007
COMMERZBANK Aktiengesellschaft, pobočka Praha	23.11.1992
Česká exportní banka, a.s.	1.3.1995
Česká spořitelna, a.s.	30.12.1991
Českomoravská stavební spořitelna, a.s.	27.8.1993
Českomoravská záruční a rozvojová banka, a.s.	28.1.1992
Československá obchodní banka, a. s.	21.12.1964
Deutsche Bank Aktiengesellschaft Filiale Prag, organizační složka	20.10.1993
Equa bank a.s.	6.1.1993
ERB bank, a.s.	15.7.2008
Expobank CZ a.s.	23.1.1991
Fio banka, a.s.	17.5.2010
HSBC Bank plc – pobočka Praha	13.6.1996
Hypoteční banka, a.s.	10.1.1991
ING Bank N.V.	17.12.1992
J & T BANKA, a.s.	13.10.1992
Komerční banka, a.s.	5.3.1992
mBank S.A., organizační složka	18.7.2007
Modrá pyramida stavební spořitelna, a.s.	9.12.1993
MONETA Money Bank, a.s.	9.6.1998
MUFG Bank (Europe) N.V. Prague Branch	19.1.2006
Oberbank AG pobočka Česká republika	1.11.2003
Poštová banka, a.s., pobočka Česká republika	18.9.2009
PPF banka a.s.	31.12.1992
PRIVAT BANK der Raiffeisenlandesbank Oberösterreich Aktiengesellschaft, pobočka Česká republika	3.8.2004
Raiffeisen stavební spořitelna a.s.	4.9.1993
Raiffeisenbank a.s.	25.6.1993
Raiffeisenbank im Stiftland eG pobočka Cheb, odštěpný závod	19.9.1993
Saxo Bank A/S, organizační složka	16.7.2009
Sberbank CZ, a.s.	1.1.1997

Stavební spořitelna České spořitelny, a.s.	13.6.1994
Sumitomo Mitsui Banking Corporation Europe Limited, Prague Branch	1.4.2014
The Royal Bank of Scotland plc, organizační složka	1.7.2012
UniCredit Bank Czech Republic and Slovakia, a.s.	1.1.1996
Všeobecná úverová banka a.s., pobočka Praha; zkráceně: VUB, a.s., pobočka Praha	14.1.1993
Waldviertler Sparkasse Bank AG	21.4.1994
Western Union International Bank GmbH, organizační složka	2.4.2013
Wüstenrot – stavební spořitelna a.s.	28.9.1992
Wüstenrot hypoteční banka a.s.	23.12.2002
ZUNO BANK AG, organizační složka	2.6.2010

Příloha č. 2: Výsledky regrese vývoje počtu klientů Československé obchodní banky (v tis.)

N = 11	Výsledky regrese se závislou proměnnou: Počet klientů R = 0,96916928, R ² = 0,93928909, Upravené R ² = 0,92411136 F(2,8) = 61,886, p < 0,00001, Směrod. chyba odhadu: 23,984					
	b*	Sm. chyba z b*	b	Sm. chyba z b	t(8)	p-hodn.
Abs. člen	-	-	2786,758	26,33909	105,8031	0,000000
Rok	3,87624	0,384306	101,752	10,08808	10,0863	0,000008
V1**2	-4,18429	0,384306	-8,915	0,81879	-10,8879	0,000004

Příloha č. 3: Výsledky regrese vývoje počtu klientů České spořitelny (v tis.)

N = 15	Výsledky regrese se závislou proměnnou: Počet klientů R = 0,69844339, R ² = 0,48782316, Upravené R ² = 0,40246036 F(2,12) = 5,7147, p < 0,01805, Směrod. chyba odhadu: 161,94					
	b*	Sm. chyba z b*	b	Sm. chyba z b	t(12)	p-hodn.
Abs. člen	-	-	4982,761	144,2465	34,54337	0,000000
Rok	2,34217	0,885604	109,718	41,4857	2,64472	0,021387
V1**2	-2,71262	0,885604	-7,723	2,2513	-3,06302	0,009844

Příloha č. 4: Výsledky regrese vývoje počtu klientů Komerční banky (v tis.)

N = 12	Výsledky regrese se závislou proměnnou: Počet klientů R = 0,97698331, R ² = 0,95449640, Upravené R ² = 0,93743255 F(3,8) = 55,937, p < 0,00001, Směrod. chyba odhadu: 18,167					
	b*	Sm. chyba z b*	b	Sm. chyba z b	t(8)	p-hodn.
Abs. člen	-	-	1273,556	29,72337	42,84695	0,000000
Rok	6,7442	0,943538	135,855	19,00668	7,14773	0,000097
V1**2	-11,9587	2,206920	-18,039	3,32902	-5,41871	0,000632
V1**3	6,1502	1,339044	0,775	0,16680	4,59301	0,001772

Příloha č. 5: Výsledky regrese vývoje počtu klientů Fio banky

N = 6	Výsledky regrese se závislou proměnnou: Počet klientů R = 0,99910188, R ² = 0,99820456, Upravené R ² = 0,99775570 F(1,4) = 2223,9, p < 0,00000, Směrod. chyba odhadu: 9596,6					
	b*	Sm. chyba z b*	b	Sm. chyba z b	t(4)	p-hodn.
Abs. člen	-	-	-97912,0	8933,917	-10,9596	0,000394
Rok	0,999102	0,021186	108181,1	2294,018	47,1579	0,000001

Příloha č. 6: Výsledky regrese vývoje počtu klientů Air Bank

N = 5	Výsledky regrese se závislou proměnnou: Počet klientů R = 99844722, R ² = 0,99689685, Upravené R ² = 0,99586247 F(1,3) = 963,76, p < 0,00007, Směrod. chyba odhadu: 10838,0					
	b*	Sm. chyba z b*	b	Sm. chyba z b	t(3)	p-hodn.
Abs. člen	-	-	-109200	11367,20	-9,60658	0,002394
Rok	0,998447	0,032162	106400	3427,34	31,04447	0,000073

Příloha č. 7: Dotazník pro zpracování analytické dílčí části diplomové práce

Statistické porovnání nabízených produktů ve vybraných bankách

Vážená respondentko, vážený respondente,

dovoluji si Vás požádat o vyplnění dotazníku, který bude sloužit výhradně pro zpracování analytické části mé diplomové práce.

Dotazník se skládá z 20 otázek a nejsou v něm požadovány žádné osobní identifikační údaje.

Děkuji za Váš čas věnovaný jeho vyplnění a za spolupráci.

Bc. Barbora Bachmeierová, studentka PEF ČZU v Praze

- 1) U jaké banky máte zřízen svůj běžný osobní účet?
 - Česká spořitelna
 - ČSOB
 - Komerční banka
 - Fio banka
 - Air Bank
 - mBank
 - RaiffeisenBank
 - MONETA Money Bank (GE Money Bank)
 - UniCredit Bank
 - Era – poštovní spořitelna
 - jiná (vepište)

- 2) Jaká kritéria jsou pro Vás rozhodující při výběru banky (označte maximálně 2 možnosti)?
 - výše měsíčních poplatků spojených s vedením účtu
 - dostupnost bankomatů a poboček
 - velikost banky a délka její existence na trhu
 - výše úrokových sazeb (např. spořicí účet, spotřebitelský úvěr)
 - portfolio nabízených bankovních služeb

- vlastní zkušenost s bankou či zkušenost/doporučení někoho z Vašeho okolí (např. rodina, blízcí přátelé)
 - podmínky pro poskytnutí úvěru (např. hypotéčního, spotřebitelského, kontokorentu)
- 3) Jaké následující služby v rámci své banky využíváte nejčastěji?
- internetové bankovníctví (z PC/notebooku)
 - mobilní bankovníctví (z chytrého telefonu/tabletu)
 - telefonní bankovníctví (spojení s operátorem call centra)
 - bankomaty
 - pobočky
- 4) Máte ke svému účtu zřízenou také platební debetní kartu?
- ano (→ otázka č. 5)
 - ne (→ otázka č. 7)
- 5) K jakému účelu nejčastěji využíváte Vaši platební kartu?
- platby u obchodníků
 - výběry hotovosti z bankomatů
 - mám k ní zřízeno cestovní pojištění
 - nevyžívám ji
- 6) Je Vaše platební debetní karta bezkontaktní?
- ano
 - ne
- 7) Jakou částku měsíčně průměrně zaplatíte své bance za využívání běžného osobního účtu?
- 0 Kč
 - 1-50 Kč
 - 51-100 Kč
 - 101-150 Kč
 - 151-200 Kč
 - více než 201 Kč

- 8) Jste spokojený/á se svou stávající bankou, u které máte zřízen běžný osobní účet?
- rozhodně ano
 - spíše ano
 - spíše ne
 - rozhodně ne
- 9) Uvažujete v současné době nad změnou banky, u které máte zřízen běžný osobní účet?
- ano, změnu plánuji co nejdříve
 - ano, přemýšlím o tom
 - ano, ale obávám se zdlouhavého procesu změny a problémů s tím vzniklých
 - ne, změnu neplánuji
- 10) Víte, co je to „Kodex mobilita klientů – postup při změně banky“?
- ano, vím, ale doposud jsem jej nevyužil/a
 - ano, vím, již jsem jej využil/a
 - ne, nevím
- 11) Pokud byste v současné době uvažovali o změně banky, u jaké byste si zřídil/a běžný osobní účet?
- Česká spořitelna
 - ČSOB
 - Komerční banka
 - Fio banka
 - Air Bank
 - mBank
 - RaiffeisenBank
 - MONETA Money Bank (GE Money Bank)
 - UniCredit Bank
 - Era – poštovní spořitelna
 - jiná (vepište)
- 12) Pokud si spoříte své volné finanční prostředky, jakou formu volíte – v jaké formě máte uloženu nejvyšší částku (označte maximálně 2 možnosti)?
- spořicí účet (u stejné banky, u které mám zřízen i běžný osobní účet)
 - spořicí účet (u jiné banky)
 - stavební spoření
 - důchodové spoření

- penzijní připojištění
- životní pojištění
- fondy kolektivního investování
- termínovaný vklad
- spoření „do hrnečku“ (tj. doma, nevyžívám k tomu žádné bankovní produkty)
- nespořím si vůbec
- jiné (vepište)

13) Využil/a jste někdy (nebo stále využíváte) nějakou formu bankovního úvěru?

- ano, v současné době využívám
- ano, před více než 5 lety
- ano, v posledních 5 letech
- ne, nikdy (→ otázka č. 15)

14) Jakou formu měl Vámi využívaný bankovní úvěr?

- hypotéční úvěr
- kreditní karta (možnost čerpat prostředky na běžném účtu „do mínusu“)
- kontokorentní úvěr
- úvěr od stavební spořitelny
- spotřebitelský úvěr
- podnikatelský úvěr
- jiné (vepište)

15) Jaká kritéria jsou pro Vás rozhodující při výběru bankovního úvěru (označte maximálně 2 možnosti)?

- výše úrokové sazby (příp. její fixace u hypotéčního úvěru)
- délka úvěru (doba splácení)
- celková splacená částka (tj. kolik „přeplatím“ navíc k zapůjčené částce)
- výše měsíční splátky a možnost její úpravy v průběhu čerpání úvěru
- RPSN (roční procentní sazba nákladů)
- rychlost získání úvěru
- podmínky pro získání úvěru dané bankou

16) Jaké je Vaše pohlaví?

- žena
- muž

17) Jaký je Váš věk?

- 18-25 let
- 26-35 let
- 36-45 let
- 45-60 let
- 60 let a více

18) Jaké je Vaše nejvyšší dosažené vzdělání?

- základní
- střední s maturitou
- střední bez maturity
- vyšší odborné
- vysokoškolské

19) Jaký je Váš ekonomický status?

- zaměstnanec mimo státní sféru
- zaměstnanec ve státní sféře
- podnikatel (OSVČ)
- student/ka s přivýdělkem
- student/ka bez přivýdělku
- mateřská (rodičovská) dovolená
- starobní (invalidní) důchodce
- nezaměstnaný/á

20) Jaký je Váš průměrný čistý měsíční příjem?

- do 10.000 Kč
- 10.001 – 15.000 Kč
- 15.001 – 20.000 Kč
- 20.001 – 30.000 Kč
- 30.001 – 40.000 Kč
- více než 40.000 Kč