



TECHNICKÁ UNIVERZITA V LIBERCI
Ekonomická fakulta



Kvalitativní aspekty finančních služeb

Bakalářská práce

Studijní program: B6208 – Ekonomika a management
Studijní obor: 6208R175 – Ekonomika a management služeb
Autor práce: **Kateřina Benčová**
Vedoucí práce: Ing. Jan Öhm, Ph.D.



TECHNICKÁ UNIVERZITA V LIBERCI

Ekonomická fakulta

Akademický rok: 2015/2016

ZADÁNÍ BAKALÁŘSKÉ PRÁCE

(PROJEKTU, UMĚLECKÉHO DÍLA, UMĚLECKÉHO VÝKONU)

Jméno a příjmení: **Kateřina Benčová**
Osobní číslo: **E13000406**
Studijní program: **B6208 Ekonomika a management**
Studijní obor: **Ekonomika a management služeb**
Název tématu: **Kvalitativní aspekty finančních služeb**
Zadávací katedra: **Katedra ekonomické statistiky**

Z á s a d y p r o v y p r a c o v á n í :

1. Finanční služby se zaměřením na spotřebitelský úvěr a související trendy
2. Analýza kvalitativních aspektů vybraného produktu
3. Komparace kvality spotřebitelského úvěru uzavřeného u bankovní a nebankovní instituce
4. Vyhodnocení kvality bankovních služeb a návrhy doporučení

Rozsah grafických prací:

Rozsah pracovní zprávy: **30 normostran**

Forma zpracování bakalářské práce: **tištěná/elektronická**

Seznam odborné literatury:

DVOŘÁK, Petr. Bankovníctví pro bankéře a klienty. Praha: Linde, 2005. ISBN 80-7201-515-X.

FAARUP, Poul, Kenneth HANSEN and Jacob Aabroe HANSEN. Market Research and Statistics. Aarhus: Academica, 2010. ISBN 978-87-7675-769-4.

HOROVITZ, Jacques. Jak získat zákazníka: kvalita služeb. Praha: Management Press, 1994. ISBN 80-85603-45-4.

SEKERKA, Bohuslav. Banky a bankovní produkty. Praha: Profess, 1997. ISBN 80-85235-51-X.

ŠIMÍKOVÁ, Ivana. Finance a bankovníctví. Liberec: Technická univerzita v Liberci, 2004. ISBN 80-7083-898-1.

Elektronická databáze článků ProQuest: knihovna.tul.cz.

Vedoucí bakalářské práce:

Ing. Jan Öhm, Ph.D.

Katedra ekonomické statistiky

Konzultant bakalářské práce:

Gabriela Kvítková

KB Liberec, bankovní poradce

Datum zadání bakalářské práce: **30. října 2015**

Termín odevzdání bakalářské práce: **31. května 2017**



doc. Ing. Miroslav Žižka, Ph.D.
děkan



Ing. Vladimíra Hovorková Valentová, Ph.D.
vedoucí katedry

V Liberci dne 30. října 2015

Prohlášení

Byla jsem seznámena s tím, že na mou bakalářskou práci se plně vztahuje zákon č. 121/2000 Sb., o právu autorském, zejména § 60 – školní dílo.

Beru na vědomí, že Technická univerzita v Liberci (TUL) nezasahuje do mých autorských práv užitím mé bakalářské práce pro vnitřní potřebu TUL.

Užiji-li bakalářskou práci nebo poskytnu-li licenci k jejímu využití, jsem si vědoma povinnosti informovat o této skutečnosti TUL; v tomto případě má TUL právo ode mne požadovat úhradu nákladů, které vynaložila na vytvoření díla, až do jejich skutečné výše.

Bakalářskou práci jsem vypracovala samostatně s použitím uvedené literatury a na základě konzultací s vedoucím mé bakalářské práce a konzultantem.

Současně čestně prohlašuji, že tištěná verze práce se shoduje s elektronickou verzí, vloženou do IS STAG.

Datum:

Podpis:

Poděkování

Na tomto místě bych ráda poděkovala mému vedoucímu bakalářské práce Ing. Janu Öhmovi, Ph.D. za pomoc, odborné rady a věcné připomínky, inspiraci a náměty, které mi při zpracování práce s ochotou a trpělivostí věnoval.

Poděkování za spolupráci také patří mým konzultantům Bc. Gabriele Kvítkové a Bc. Davidu Sehnalovi, kteří mi poskytli důležité informace pro pochopení bankovní problematiky.

Dále bych ráda poděkovala mým kamarádkám, které mi dopomohly s průzkumem a bez nichž by nemohl být proveden.

V neposlední řadě musím poděkovat i svému partnerovi a rodině, kteří mě podporovali nejen při psaní závěrečné práce, ale po dobu celého mého studia.

Anotace

Bakalářská práce Kvalitativní aspekty finančních služeb je zaměřena na problematiku kvality finančních služeb uzavřených u bankovních a nebankovních institucí. Hlavním cílem práce je na základě průzkumu, provedeného autorkou práce v rámci mystery shoppingu, potvrdit nebo vyvrátit stanovená tvrzení charakterizující kvalitu finančních služeb, konkrétně spotřebitelského úvěru. Dílčím cílem je definovat aspekty kvality finančních služeb a pomocí těchto aspektů vyhodnotit, zda finanční instituce poskytly klientovi kvalitní finanční službu. Tvrzení se týkají jednotlivých definovaných aspektů kvality, jako je transparentnost nabídek, kvalifikovanost zaměstnanců a především péče bank o klienty.

První kapitola obsahuje pohled na finanční služby a především spotřebitelský úvěr v kontextu české ekonomiky a legislativy. V druhé kapitole je rozebrán pojem kvalita služeb a jsou definovány kvalitativní aspekty spotřebitelského úvěru na základě odborné literatury a rozhovorů s odborníky.

Další kapitoly vyhodnocují jednotlivé mystery shoppingy provedené v bankovních a nebankovních institucích, s cílem ověřit stanovená tvrzení. Data získaná v průzkumu byla analyzována, a na základě výsledků byla tvrzení potvrzena nebo vyvrácena. Závěrečná kapitola shrnuje zjištěné problémy kvality a nabízí jejich návrhy na zlepšení.

Klíčová slova

kvalita, finanční služby, spotřebitelský úvěr, banky, nebankovní instituce, mystery shopping, Česká spořitelna, UniCredit Bank, Air Bank, Home Credit, Cofidis, Zonky

Annotation

The Qualitative Aspects of Financial Services

The bachelor thesis focuses on the quality of financial services concluded at banking and non-banking institutions. The main aim of the work is to confirm or deny the statements that were set and characterize the quality of financial services, particularly consumer loan. The results are based on survey that was carried out by author of the thesis in mystery shopping. Partial aim is to define the qualitative aspects of financial services and also to evaluate the quality of provided services to clients by financial institutions based on these aspects. The statements that were set are related to the defined aspects of quality such as transparency of offers, staff qualification and especially the way banks care about their clients.

The first chapter contains an overview of the financial services and consumer loans primarily in the context of the Czech economy and legislation. The second chapter describes the concept of quality of services and defines the qualitative aspects of consumer loan based on specialised literature and interviews with experts.

Following chapters evaluate each of mystery shoppings that were performed in banks as well as non-banking institutions in order to prove the statements that were set in the beginning. Data obtained in the survey were analysed and the statements were confirmed or denied. The final chapter summarizes problems of quality found in organisations and offers suggestions for improvement.

Key words

quality, financial services, loan, bank, non-bank organisation, mystery shopping, Česká spořitelna, UniCredit Bank, Air Bank, Home Credit, Cofidis, Zonky

Obsah

Seznam tabulek	11
Seznam ilustrací	13
Seznam použitých zkratk	14
Úvod	15
1 Finanční služby	17
1.1 Finanční služby	17
1.2 Obchodní banky	18
1.3 Nebankovní instituce	19
1.4 Spotřebitelský úvěr	20
1.5 Trendy ve finančních službách	26
2 Kvalitativní aspekty finančních služeb	29
2.1 Definice kvality	30
2.2 Hodnocení kvality služeb	31
2.3 Kvalitativní aspekty finančních služeb	35
2.3.1 Kvalitativní aspekty spotřebitelského úvěru	37
2.4 Metody průzkumu kvality služeb	38
3 Vybrané instituce pro průzkum	41
3.1 Bankovní instituce	41
3.2 Nebankovní instituce	42
4 Testování a ohodnocení kvality služeb v bankách	43
4.1 Česká spořitelna	44
4.1.1 Stálý zákazník	45
4.1.2 Nový zákazník	47
4.2 UniCredit Bank	48
4.2.1 Stálý zákazník	48
4.2.2 Nový zákazník	49

4.3	Air Bank.....	50
4.3.1	Stálý zákazník.....	51
4.3.2	Nový zákazník.....	53
5	Testování a ohodnocení kvality služeb v nebankovních institucích.....	54
5.1	Home Credit.....	55
5.2	Cofidis.....	56
5.3	Zonky.....	58
6	Komparace kvality služeb u různých institucí a návrh na zlepšení.....	60
6.1	Tvrzení číslo jedna – banky nepečují o své zákazníky.....	60
6.2	Tvrzení číslo dvě – zaměstnanci nejsou dostatečně kvalifikovaní.....	62
6.3	Korektnost nabídek spotřebitelských úvěrů.....	64
6.3.1	Česká spořitelna.....	65
6.3.2	UniCredit Bank.....	66
6.3.3	Air Bank.....	67
6.3.4	Home Credit.....	69
6.3.5	Cofidis.....	70
6.3.6	Zonky.....	70
6.4	Srovnání nabídky na internetu a reality.....	71
6.4.1	Česká spořitelna.....	71
6.4.2	UniCredit Bank.....	72
6.4.3	Air Bank.....	73
6.5	Porovnání kvality u bankovních a nebankovních institucí.....	74
7	Zjištěné problémy kvality a návrhy na zlepšení.....	76
7.1.1	Česká spořitelna.....	76
7.1.2	UniCredit Bank.....	77
7.1.3	Air Bank.....	79
7.1.4	Home Credit.....	79
7.1.5	Cofidis.....	79
7.1.6	Zonky.....	80
	Závěr.....	81

Seznam použité literatury	84
Citace	84
Bibliografie	90
Seznam příloh	91

Seznam tabulek

Tabulka 1: Oblasti hodnocení kvality dle zákazníků.....	34
Tabulka 2: Vyhodnocení mystery shoppingů v České spořitelně	45
Tabulka 3: Vyhodnocení mystery shoppingů v UniCredit Bank	48
Tabulka 4: Porovnání mystery shoppingů v Air Bank	51
Tabulka 5: Vyhodnocení mystery shoppingu v Home Credit	56
Tabulka 6: Vyhodnocení mystery shoppingu v Cofidis	57
Tabulka 7: Vyhodnocení mystery shoppingu v partnerské společnosti Cofidis-pujcky	58
Tabulka 8: Vyhodnocení mystery shoppingu v Zonky	59
Tabulka 9: Porovnání nabídek pro stálého a nového klienta v České spořitelně	60
Tabulka 10: Porovnání nabídek pro stálého a nového klienta v Air Bank, řádné splácení .	61
Tabulka 11: Porovnání nabídek pro stálého a nového klienta v Air Bank, zákl. parametry	61
Tabulka 12: Porovnání nabídek pro stálého a nového klienta v UniCredit Bank	62
Tabulka 13: Porovnání kvalifikovanosti zaměstnanců.....	64
Tabulka 14: Nabídka pro stálého klienta, Česká spořitelna	65
Tabulka 15: Nabídka pro nového klienta, Česká spořitelna.....	66
Tabulka 16: Online nabídka České spořitelny.....	66
Tabulka 17: Nabídka pro stálého klienta, UniCredit Bank	66
Tabulka 18: Nabídka pro nového klienta, UniCredit Bank.....	67
Tabulka 19: Online nabídka UniCredit Bank	67
Tabulka 20: Nabídka pro stálého klienta, základní parametry Air Bank	68
Tabulka 21: Nabídka pro stálého klienta, řádné splácení Air Bank	68
Tabulka 22: Nabídka pro nového klienta, základní parametry Air Bank.....	68
Tabulka 23: Nabídka pro nového klienta, řádné splácení Air Bank.....	69
Tabulka 24: Korektnost online nabídky Air Bank	69
Tabulka 25: Korektnost nabídek Home Credit.....	70
Tabulka 26: Korektnost online nabídky společnosti Cofidis	70
Tabulka 27: Korektnost nabídky společnosti Cofidis-pujcky	70
Tabulka 28: Korektnost online nabídky společnosti Zonky.....	71
Tabulka 29: Porovnání získaných nabídek Česká spořitelna	72
Tabulka 30: Porovnání získaných nabídek UniCredit Bank	73

Tabulka 31: Porovnání získaných nabídek v Air Bank, základní parametry	73
Tabulka 32: Porovnání získaných nabídek v Air Bank, řádné splácení	74
Tabulka 33: Porovnání celkové kvality finančních institucí	75

Seznam ilustrací

Obrázek 1: Graf skladby spotřebitelských úvěrů	20
Obrázek 2: Spotřebitelské úvěry uzavřené českými domácnostmi 2006-2015	21

Seznam použitých zkratek

Zkratka	Termín
ČNB	Česká Národní Banka
HDP	Hrubý domácí produkt
P2P	Peer-to-peer
RPSN	Roční procentní sazba nákladů
TQM	Total Quality Management

Úvod

Bakalářská práce nesoucí název Kvalitativní aspekty finančních služeb je zaměřená na problematiku kvality finančních služeb uzavřených u bankovních a nebankovních institucí. Práce je psána s cílem potvrdit nebo vyvrátit stanovená tvrzení týkající se jednotlivých definovaných aspektů kvality poskytnutého spotřebitelského úvěru. Banky jsou zkušeným hráčem na trhu a využívají nezkušených klientů, jejich nevědomosti a neinformovanosti. Nebankovní instituce využívají faktu, že zákazník finanční prostředky potřebuje urgentně a méně hledí na podmínky poskytnutí úvěru.

Práce se zaměřuje na problematiku spotřebitelského úvěru, u kterého dochází k asymetrii informací. Zákazník využije toho produktu několikrát za život, a tudíž nemá tolik zkušeností ani znalostí o úvěrech, ovšem banka jich poskytne několik denně. Navíc spotřebitelský úvěr je nyní velmi populárním tématem, především z důvodu rostoucího zájmu spotřebitelů a vzniku nových institucí nabízející tento produkt.

Aby mohla být finanční služba vyhodnocena zákazníkem jako kvalitní, musí být s poskytnutou službou spokojený. Průzkum v práci se zabývá otázkou, jak se banky snaží ovlivnit spokojenost svého zákazníka. Banky zaměřují své marketingové aktivity spíše na spotřebitele, kteří nejsou jejími klienty. Jejich cílem je získat nové zákazníky a spotřebitelský úvěr je ideálním produktem, jak spotřebitele odlákat od konkurence a postupně jim nabízet další (ne)potřebné produkty.

Hlavní stanovené tvrzení se týká péče bank o své stálé klienty. Na základě osobních zkušeností blízkých osob autorky a rešerše internetových článků je zřejmé, že často dochází k situaci, kdy nový klient dostane lepší podmínky než stálý zákazník. Proto je průzkum v rámci práce proveden z pohledu dvou stejně bonitních zákazníků, ovšem první je stálým klientem banky a druhý navštěvuje danou banku poprvé.

Hlavním cílem práce je zjistit, jak banky pečují o své stávající zákazníky v porovnání s nově přichozími klienty. Dílčím cílem je zhodnotit kvalitu jednotlivých prvků, které tvoří celkovou poskytnutou službu, z pohledu zákazníka. Proto byla vybrána jako hlavní metoda

průzkumu mystery shopping. V rámci vyhodnocení průzkumu je zaměřeno na transparentnost a korektnost nabídek, kvalifikovanost zaměstnanců a jejich schopnost poskytnout informace a celkový přístup během návštěvy pobočky. Práce porovnává nabídky z poboček a z internetových stránek, vyhodnocuje, zda banky pouze nelákají na výhodné finanční služby, aniž by je dodržely.

V závěru práce je porovnána kvalita finančních služeb u bankovních a nebankovních institucí a jsou navrženy kroky pro zlepšení služeb zkoumaných finančních společností.

Zdrojem prvních teoretických kapitol je odborná literatura zaměřená na problematiku na bankovníctví a marketingu a internetové stránky zabývající se toutéž problematikou. Teorie spotřebitelského úvěru a kvality je vypracována pomocí rešerše odborné literatury a internetových stránek, analýzy, syntézy a komparace získaných dat a klasifikace pojmů. Zdroji pro empirickou část, v rámci které došlo k definování kvality finančních služeb, byly rozhovory s odborníky, především zaměstnanci finančních institucí. Kapitoly rozebírající průzkum čerpají z návštěv poboček, během nichž bylo zažádáno o úvěr, a z telefonických rozhovorů, v rámci nichž byla testována kvalifikovanost zaměstnanců.

1 Finanční služby

Terciální sektor představuje 60 % HDP v České republice, z čehož přibližně 5 % představují finanční služby. V České republice pracuje ve službách 56 % obyvatel. V roce 2014 pracovalo 121 500 obyvatel v oblasti peněžnictví.¹

1.1 Finanční služby

Služby můžeme definovat jako: „*souhrn příslibů, které zákazník očekává od produktu jako funkci ceny, image a existující pověsti.*“² Služba je nehmotná činnost, která poskytuje uspokojení potřeb.

V rámci terciéru (včetně finančních služeb) je snadné napodobit a okopírovat produkty u konkurence. V dnešní době se objevují tendence co nejvíce finanční služby unifikovat. Banky si tak mezi sebou neustále přetahují klienty a pro získání každého nového klienta jsou schopny udělat téměř cokoliv.

Zásadním pojmem pro oblast finančních služeb je půjčka. Jedná se o závazkový právní vztah, jehož předmětem je poskytnutí peněz s podmínkou jejich navrácení ve sjednaném termínu. Půjčka také patří k nejžádanějším finančním službám.³

Dalším důležitým pojmem je úvěr, což je označení pro vztah, který vzniká mezi věřitelem a dlužníkem a jehož obsahem je závazek věřitele poskytnout na požádání dlužníka peněžní prostředky do určité hodnoty. Mezi povinnosti dlužníka patří zaplatit úrok. Úrok je cena za dočasné přenechání peněz jiné osobě, kterou musí dlužník věřiteli zaplatit za poskytnutí peněz.⁴

¹ Zaměstnanost a mzdy. Český statistický úřad: Česká republika v číslech - 2015 [online]. Praha: Český statistický úřad, 2015 [cit. 2016-11-17]. Dostupné z: <https://www.czso.cz/documents/10180/20556127/32020315c11.pdf/861f1c7a-1ac1-4f3f-9676-8f4ba56cf89e?version=1.0>

² HOROVITZ, Jacques. *Jak získat zákazníka: Kvalita služeb*. 1.vyd. Praha: Management Press, 1994. ISBN 80-856-0345-4, s. 17.

³ GRŮŇ, Lubomír a Michal ČERNÝ. *Malý slovník finanční, bankovní a obchodní*. 1. vyd. Olomouc: Univerzita Palackého v Olomouci, 2006. ISBN 80-244-1478-3, s. 122.

⁴ GRŮŇ, Lubomír a Michal ČERNÝ. *Malý slovník finanční, bankovní a obchodní*, s. 149.

1.2 Obchodní banky

Mezi bankovní instituce se řadí obchodní banky, jejichž činnost je upravena zákonem č. 21/92 Sb. o bankách, ve znění pozdějších předpisů. Obchodní banky jsou podnikatelskými subjekty, které za poplatek poskytují klientům své služby a jejichž cílem je dosahování zisku. Jedinečnost podnikání bank spočívá v předmětu podnikání (jímž jsou peníze) a ve způsobu podnikání s penězi (tj. obchod s dluhy). Banky jako ekonomické subjekty jsou definované jako podniky, které provozují výdělečně úvěrový obchod a obchod s penězi a kapitálem. Pro představení banky jako organizace výdělečně činné se používá účetní rozvaha nebo výkaz zisků a ztrát.⁵

Základním cílem řízení obchodní banky je trvalé zvyšování hodnoty jmění vloženého vlastníky do podnikání. Pro banku tento fakt znamená vzestupný trend tržní ceny akcií banky na kapitálovém trhu. Dalším cílem je tvorba určité míry zisku, který je důležitým zdrojem vnitřního financování rozvoje banky. Hlavním předpokladem pro úspěšné podnikání je důvěra klientů.⁶

Banky jsou právnické osoby sídlící v ČR založené jako akciové společnosti nebo jako státní peněžní ústavy, které přijímají vklady od veřejnosti a poskytují úvěry. Tyto státní peněžní ústavy mají povolení působit jako banka, což znamená, že mohou vykonávat činnosti jako investování do cenných papírů, finanční leasing, výkon funkce depozitáře, směnářenské činnosti, platební styk a zúčtování nebo poskytování bankovních informací. Podnikatelské činnosti neuvedené v licenci banky vykonávat nesmí.⁷

Aby banka mohla působit na českém trhu, musí zaslat žádost České národní bance, která rozhoduje o udělení bankovní licence.⁸ Pro udělení této licence je třeba splnit podmínky uvedené v Zákoně o bankách. (Např. minimální výše základního kapitálu 500 milionů Kč,

⁵ SEKERKA, Bohuslav. *Banky a bankovní produkty*. 1. vyd. Praha: Profess, 1997. ISBN 80-852-3551-X, s. 44-46.

⁶ REJNUŠ, Oldřich. *Finanční trhy*. 1. vyd. Ostrava: Key Publishing, 2008. *Ekonomie* (Key Publishing). ISBN 978-80-87071-87-8, s. 77.

⁷ SEKERKA, Bohuslav. *Banky a bankovní produkty*, s. 44.

⁸ Zákon č. 21/1992 Sb., o bankách, ve znění pozdějších předpisů, §1 odst.1, 3 a 4.

průhledný a nezávadný původ tohoto kapitálu a jeho splacení v plné výši.) Dále je třeba předložit obchodní plán a zajistit odbornou způsobilost a důvěryhodnost vedoucích pracovníků banky. Při splnění všech daných podmínek je bance udělena licence na dobu neurčitou.⁹ Na českém trhu působilo v říjnu 2016 44 bank (včetně poboček zahraničních).¹⁰

1.3 Nebankovní instituce

Zákon o spotřebitelských úvěrech v paragrafu 9 definuje nebankovní instituce následovně: „Nebankovní poskytovatel spotřebitelského úvěru je právnická osoba, která je oprávněna poskytovat spotřebitelský úvěr na základě oprávnění k činnosti nebankovního poskytovatele spotřebitelského úvěru, které jí udělila Česká národní banka.“¹¹

Pojem nebankovní instituce je v této práci užíván jako označení pro společnosti, které poskytují spotřebitelské úvěry, ale od České národní banky mají povolení pouze na poskytování úvěrů a přijímání vkladů. K jejich založení je třeba menšího základního kapitálu. Stejně jako banky spadají pod kontrolu České národní banky a mají vůči ní povinnosti.

Počet uzavřených úvěrů u nebankovních institucí narůstá. V České republice byly poskytnuty úvěry pro osobní potřebu ve výši 20,85 mld. Kč, což představuje za třetí čtvrtletí 2015 meziroční zvýšení o 5,7 %.¹² Nejvíce smluv o nebankovních úvěrech tvoří osobní půjčky, financování v místě prodeje a revolvingové úvěry. Počet aktivních úvěrových smluv na konci třetího čtvrtletí 2015 byl 1,5 mil. Objem pohledávek z aktivních úvěrových smluv na konci stejného období činil 56,11 mld. Kč.¹³ Viz Obrázek 1 Skladba spotřebitelských úvěrů.

⁹Zákon č. 21/1992 Sb., o bankách, ve znění pozdějších předpisů, §4 odst. 1, 2, 5 a §12 odst. 4.

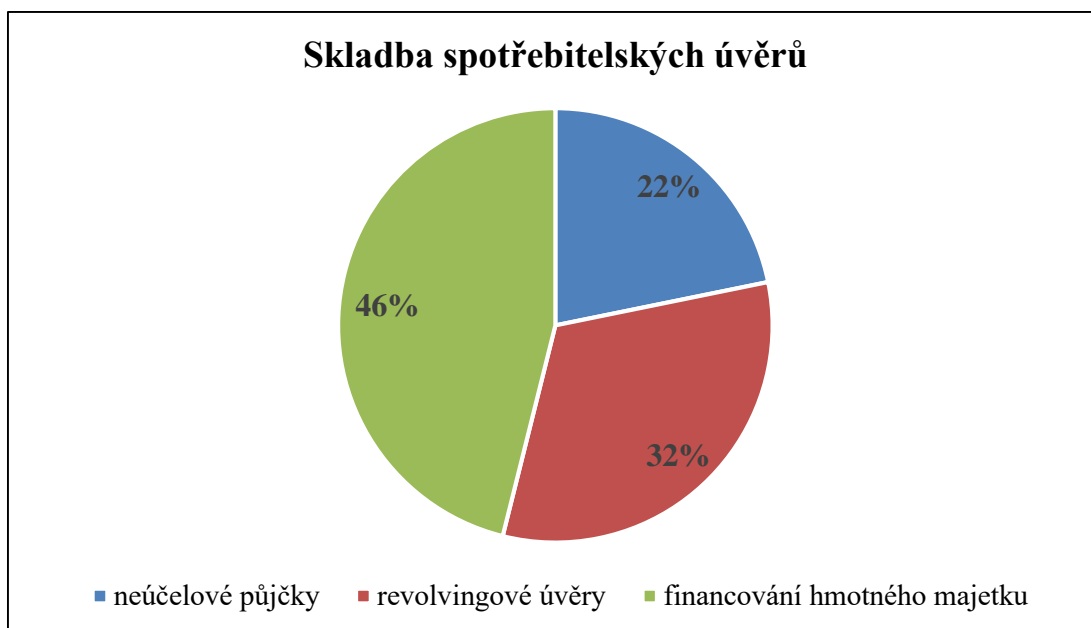
¹⁰ Bankovní statistika: Říjen 2016. Česká národní banka [online]. Praha: Česká národní banka, 2016 [cit. 2016-12-08]. Dostupné

z: https://www.cnb.cz/cs/statistika/menova_bankovni_stat/bankovni_statistika/bank_stat_komentar.html

¹¹ Zákon č. 257/2016 Sb. O spotřebitelském úvěru. In: Sběrka zákonů 14.7.2016. ISSN 1211-1244. Hlava II, §9

¹² Statistiky ČLFA (2007-2016). ČLFA [online]. Praha: Česká leasingová a finanční asociace, 2016 [cit. 2016-12-08]. Dostupné z: <http://www.clfa.cz/index.php?textID=64>

¹³ Statistiky ČLFA (2007-2016) [online]. Dostupné z: <http://www.clfa.cz/index.php?textID=64>.



Obrázek 1: Graf skladby spotřebitelských úvěrů

Zdroj: Statistiky ČLFA (2007-2016) [online]. Dostupné z: <http://www.clfa.cz/index.php?textID=64>.

1.4 Spotřebitelský úvěr

„Banky poskytují celou řadu různých úvěrů, které se navzájem odlišují řadou charakteristik.“¹⁴ Práce je však zaměřena pouze na spotřebitelský, někdy také nazývaný spotřební úvěr.

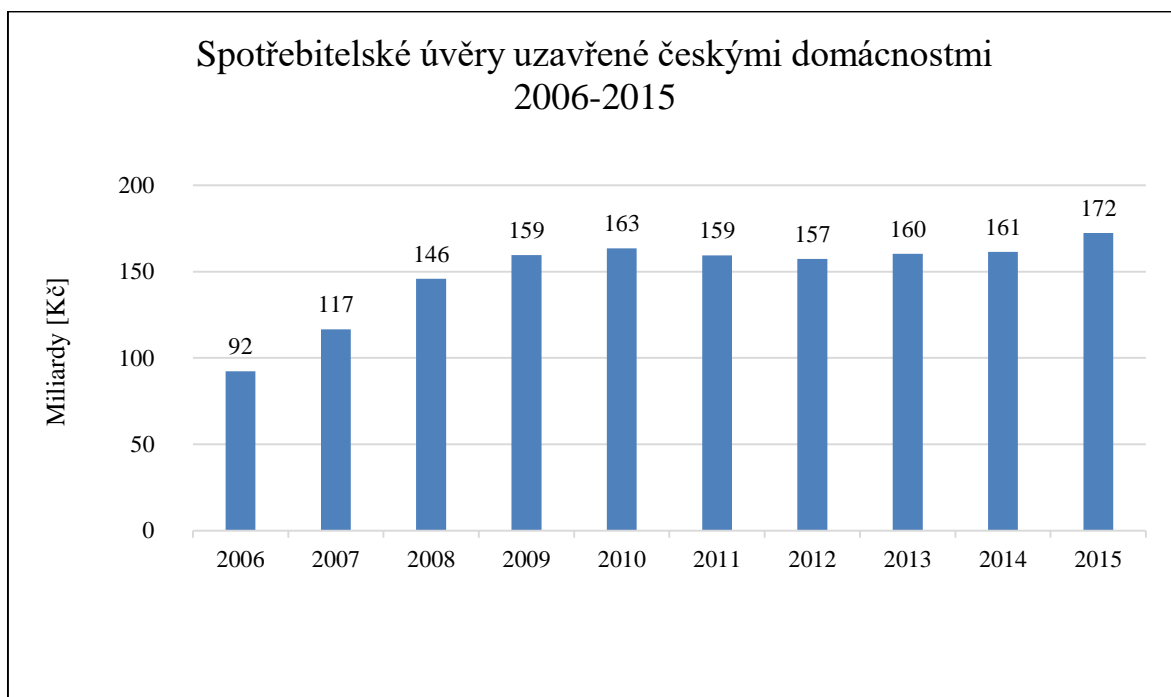
Spotřebitelský úvěr spadá do úvěrových aktivních obchodů, v rámci kterých banka odkupuje závazky klientů neboli nároky na plnění finančních závazků popřípadě majetek klientů. Význam všem úvěrových produktů je pro funkci banky zásadní. Spotřebitelské úvěry mají v posledních letech čím dál větší podíl na uzavřených úvěrech.¹⁵ V roce 2015 byly uzavřeny spotřebitelské úvěry ve výši 172 mld. Kč a meziroční nárůst byl o 6,8 %.¹⁶

¹⁴ REVENDA, Zbyněk, Martin MANDEL, Jan KODERA, Petr MUSÍLEK a Petr DVOŘÁK. *Peněžní ekonomie a bankovníctví*. 5., aktualizované vydání - dotisk. Praha: Management Press, 2014. ISBN 978-80-7261-279-6, s. 136.

¹⁵ DVOŘÁK, Petr. *Bankovníctví pro bankěře a klienty*. Praha: Linde, 2005. Vysokoškolská učebnice (Linde). ISBN 80-720-1515-X, s. 534.

¹⁶ Výběr dat 2015: Klientské úvěry podle druhového hlediska. *ARAD: Systém časových řad* [online]. Praha: Česká národní banka, 2016 [cit. 2016-12-08]. Dostupné z: http://www.cnb.cz/cnb/STAT.ARADY_PKG.VYSTUP?p_period=12&p_sort=1&p_des=50&p_sestuid=44883&p_uka=4&p_strid=AABBAD&p_od=201501&p_do=201512&p_lang=CS&p_format=0&p_decsep=%2

Vývoj za posledních deset let se nachází v obrázku 2: Spotřebitelské úvěry uzavřené českými domácnostmi 2006-2015.



Obrázek 2: Spotřebitelské úvěry uzavřené českými domácnostmi 2006-2015

Zdroj: vlastní zpracování dle *Výběr dat* [online]. Dostupné z:

https://www.cnb.cz/cnb/STAT.ARADY_PKG.VYSTUP?p_period=12&p_sort=1&p_des=50&p_sestuid=44883&p_uka=1%2C4&p_strid=AABBAD&p_od=200601&p_do=201609&p_lang=CS&p_format=0&p_decsep=%2C#dump.

Také v letošním roce vzrůstá počet uzavřených spotřebitelských úvěrů. „Objem úvěrů poskytnutých rezidentským domácnostem v ČR dosáhl v říjnu 2016 výše 1 401 mld. Kč. Pokud jde o účelovou strukturu úvěrů poskytnutých tomuto sektoru, objemově největší položku představují úvěry na bydlení, ty tvoří 74 % z celkového objemu úvěrů poskytnutých domácnostem (1 039 mld. Kč v říjnu 2016, meziměsíční nárůst o 0,9 %). Spotřebitelské úvěry dosáhly ke konci října 218 mld. Kč a meziměsíčně vzrostly o 0,5 %.“¹⁷

Spotřebitelské úvěry jsou produkty pro domácnosti a účel finančních prostředků banka obvykle nezkontroluje. „Mezi spotřebitelské úvěry můžeme zahrnout veškeré úvěry poskytované

¹⁷ Bankovní statistika [online]. Dostupné z: https://www.cnb.cz/cs/statistika/menova_bankovni_stat/bankovni_statistika/bank_stat_komentar.html.

*soukromým osobám a domácnostem, které slouží k financování nákupu spotřebních předmětů, zařízení nebo stavbě bytů a rodinných domků, popř. ke krytí jiných spotřebních výdajů.*¹⁸

Spotřebitelský úvěr je specifický tím, že kryje výdaje, ze kterých neplynou žádné zisky, (tj. zdroje, ze kterých by mohl být úvěr splácen). Primárním zdrojem ke splácení spotřebních úvěrů jsou běžné příjmy klienta.¹⁹ Dalším specifikem spotřebitelského úvěru je, že jsou poskytovány velkému množství klientů. Banky se proto snaží poskytování spotřebitelských úvěrů co nejvíce zefektivnit a to zejména pomocí standardizování úrokových sazeb, lhůty splatnosti a pomocí zjednodušování uzavření úvěru.²⁰

Zřízení spotřebitelského úvěru je ovlivněno motivací zákazníka. Ten si jde pro úvěr, protože si chce koupit něco, na co v momentální situaci nemá finanční prostředky. Tzn., banka klientům nabízí možnost pořídit si určitou věc či službu a splácet později. Finanční instituce vytvářejí marketingové kampaně, založené na myšlence, že si lidé mohou splnit své sny pomocí půjčky. Například na jaře 2016 vytvořila banka Cetelem televizní reklamu založenou na neodkládání svých přání.²¹ Poštovní spořitelna Era pro změnu vybízela televizními spoty k tomu, aby si lidé půjčili peníze na cokoliv. Kritici říkají, že tato reklama odporuje finanční gramotnosti spotřebitelů, neboť k tématu půjček přistupuje opačně, než je aktuálním trendem.²²

Banky obvykle předepisují svým zaměstnancům, kolik spotřebitelských úvěrů mají za měsíc uzavřít. Pan Sehnal z Equa Bank, a.s. vypověděl, že u nich bylo třeba uzavřít 40 spotřebitelských úvěrů za měsíc, což při běžné pracovní době vychází na dva sjednané úvěry za den. Pokud se zaměstnanci nepodaří dodržet stanovený plán, je ochuzen o bonusy a dostane vytýkáací dopis.²³

¹⁸ REVENDA, Zbyněk, Martin MANDEL, Jan KODERA, Petr MUSÍLEK a Petr DVOŘÁK. *Peněžní ekonomie a bankovníctví*, s. 142.

¹⁹ REVENDA, Zbyněk, Martin MANDEL, Jan KODERA, Petr MUSÍLEK a Petr DVOŘÁK. *Peněžní ekonomie a bankovníctví*, s. 142.

²⁰ REJNUŠ, Oldřich. *Finanční trhy*, s. 84.

²¹ Cetelem - Jaro 2016: S některými "až" vám můžeme pomoci. *Youtube* [online]. Praha: CetelemCZ, 2016 [cit. 2016-12-08]. Dostupné z: https://www.youtube.com/watch?v=qv_N-wgsP9U

²² Poštovní půjčka. *Youtube* [online]. Praha: EraJednoduse, 2016 [cit. 2016-12-08]. Dostupné z: <https://www.youtube.com/watch?v=legz7nGp18Y>

²³ Podle ústního sdělení Davida Sehnala, bývalého zaměstnance Equa Bank, a.s., dne 1.7.2016

Spotřebitelský úvěr je charakterizován parametry jako úroková sazba, roční procentní sazba nákladů, výše měsíční splátky, poplatky spojené se zřízením úvěru a celková splacená částka bance.

U každého úvěru je hlavním sledovaným artiklem úroková sazba. Její výše je závislá na několika faktorech. Přesná kritéria nejsou bankou zveřejňována, protože by hrozilo zneužití této úrokové sazby klienty ve svůj prospěch. Mezi faktory, které ovlivňují výši úrokové sazby, patří výše příjmů klienta, zadluženost a skladba domácnosti. Další faktory, které sazbu mohou ovlivnit, ale banky o tom nerady mluví, jsou: množství produktů, které má klient u banky uzavřené a to i jejich skladba, např. již uzavřená kreditní karta snižuje bonitu klienta a tak zvyšuje úrokovou sazbu u nově žádajícího úvěru. Obecně platí, že lidé s vyššími příjmy snadněji získají úvěr a to i s nižší úrokovou sazbou.²⁴

Úvěrový vztah vzniká na základě úvěrové smlouvy, která je definována v zákoně č. 257/2016 Sb. o spotřebitelském úvěru. Smlouvou o úvěru se zavazuje věřitel, že na požádání dlužníka poskytne v jeho prospěch peněžní prostředky do určité částky. Dlužník se zavazuje poskytnuté peněžní prostředky vrátit a zaplatit úroky.²⁵ Tento zákon je účinný od 1. prosince 2016. Jsou v něm rovněž stanoveny informace, které musí být poskytnuty před uzavřením smlouvy o spotřebitelském úvěru. Jednou z nich je celková částka, kterou má spotřebitel zaplatit, dále zápůjční úroková sazba a roční procentní sazba nákladů, která musí být vysvětlena prostřednictvím reprezentativního příkladu. Konkrétně v § 95 zákoně č. 257/2016 Sb. o spotřebitelském úvěru nalezneme několik dalších položek.²⁶

Zákon č. 257/2016 Sb. O spotřebitelském úvěru definuje povinné informace v reklamě, které musí banky uvést. V § 91 nalezneme kompletní seznam. Nabídka spotřebitelského úvěru musí jasným, výstižným a zřetelným způsobem obsahovat formou reprezentativního příkladu:

- a) roční procentní sazba nákladů, která musí být uvedena alespoň stejně zřetelně jako jakákoli informace o zápůjční úrokové sazbě;

²⁴ Podle ústního sdělení Davida Sehnala, bývalého zaměstnance Equa Bank, a.s., dne 1.7.2016

²⁵ Zákon č. 257/2016 Sb. O spotřebitelském úvěru. In: Sběrka zákonů 14.7.2016. ISSN 1211-1244. část sedmá, Hlava I, §104 - §124

²⁶ tentýž, část šestá, Hlava III, §95

- b) zápůjční úrokovou sazbu a to spolu s údaji o veškerých poplatcích spojených se spotřebitelským úvěrem, které jsou součástí celkových nákladů spotřebitelského úvěru;
- c) celkovou výši spotřebitelského úvěru;
- d) výši jednotlivých splátek a celkovou částku splatnou spotřebitelem;
- e) dobu trvání spotřebitelského úvěru;
- f) v případě spotřebitelského úvěru ve formě odložené platby za konkrétní zboží nebo službu jejich cenu a výši případné zálohy;
- g) informace o povinnosti uzavřít smlouvu o doplňkové službě související se spotřebitelským úvěrem, zejména pojištění, je-li uzavření takové smlouvy podmínkou pro získání spotřebitelského úvěru za nabízených podmínek a náklady na tuto službu nelze určit předem.²⁷

Sazba RPSN musí být uvedena v reklamě i ve smlouvě. Každý by předpokládal, že sazba ročních procentních nákladů samozřejmě musí být uvedena správně. V zákoně je však pouze uvedeno, že sazba musí být uvedena. Firma Essox, s.r.o., tak nezahrnovala do RPSN veškeré poplatky spojené s úvěrem, a tudíž byla sazba ve smlouvě uvedena mylně. Nejvyšší soud v této nedávno konané kauze rozhodl, že v případě špatně vypočítané sazby RPSN bude aplikována na úvěr diskontní sazba od České národní banky. Rozdíl mezi diskontní sazbou a úroky, které klienti uhradili, jim bude muset firma vrátit.²⁸

Zákon o spotřebitelském úvěru řeší též otázku informovanosti klienta. Aby byl spotřebitel schopen posoudit, zda navrhovaná smlouva o spotřebitelském úvěru odpovídá jeho potřebám a finanční situaci, musí mu poskytovatel poskytnout informace a náležitě vysvětlit. Náležité vysvětlení zahrnuje především vysvětlení předmluvních informací.²⁹

²⁷ Zákon č. 257/2016 Sb. O spotřebitelském úvěru. In: Sbírka zákonů 14.7.2016. ISSN 1211-1244. část šestá, Hlava III, §91

²⁸ Zlom v miliardové kauze. Za špatný výpočet roční procentní sazby nákladů musí firmy lidem vrátit peníze. *Hospodářské noviny*: www.ihned.cz [online]. Praha: Economia, a.s., 2016 [cit. 2016-11-17]. Dostupné z: <http://archiv.ihned.cz/c1-65400300-zlom-v-miliardove-kauze-za-spatny-vypocet-rpsn-musi-firmy-lidem-vracet-penize-rekl-soud>

²⁹ Zákon č. 257/2016 Sb. O spotřebitelském úvěru. In: Sbírka zákonů 14.7.2016. ISSN 1211-1244. část šestá, Hlava III, § 94.

Proces uzavírání spotřebitelského úvěru

Proces uzavírání spotřebitelského úvěru zahrnuje období od prvního kontaktu s klientem až po ukončení spolupráce. Proces lze rozdělit do pěti následujících částí: rozhovor s klientem, žádost o úvěr, analýza bonity, uzavření úvěru, monitorování úvěru a splacení úvěru.³⁰

Když banka uzavírá spotřebitelský úvěr s klientem, potřebuje o něm zjistit nějaké informace, aby mohla předejít úvěrovému riziku. „*Vždy je nutno mít na paměti, že žádný úrok není dostatečně vysoký, aby kompenzoval případnou ztrátu.*“³¹ Před poskytnutím úvěru banka zpravidla posuzuje o žadateli jeho serióznost, jeho schopnost splatit úvěr a jeho majetkové postavení.

V první fázi (kdy dochází k prvnímu kontaktu, obvykle rozhovoru s klientem) si banka zjišťuje požadavky klienta a vyžaduje potřebné doklady pro uzavření spotřebitelského úvěru, dále zjišťuje předběžný příjem klienta, způsob splácení a zajištění úvěru. Pracovník banky by měl klientovi nabídnout vhodné varianty na základě stanovených kritérií klienta.

V druhé fázi dochází k sepsání žádosti o poskytnutí úvěru klientovi. Klient musí vyplnit všechny nezbytné informace, které jsou později využity pro analýzu bonity klienta. Dále jsou od něj vyžadovány informace k jeho identifikaci a přesný popis úvěru, o který žádá.

Analýza bonity klienta je pro banku nejdůležitější část úvěrového procesu, v jehož rámci rozhodne o udělení úvěru a o případné výši úrokové sazby (ta se může změnit na základě klientově předchozí platební morálky). „*Bonita klienta charakterizuje schopnost klienta splatit včas a beze zbytků svůj dlužní závazek vůči bance z primárních zdrojů (ze svých běžných příjmů), tzn. bez nutnosti využít ke splácení závazků sekundárních zdrojů.*“³²

Pro přesnou analýzu bonity klienta se využívá nástroj Credit scoring, který vyhodnocuje vstupní data žadatele. Na základě bodového hodnocení je výstupem pravděpodobnost,

³⁰ ČERNOHORSKÝ, Jan a Petr TEPLÝ. *Základy financí*. 1. vyd. Praha: Grada, 2011. ISBN 978-80-247-3669-3, s. 157.

³¹ SEKERKA, Bohuslav. *Banky a bankovní produkty*, s. 236.

³² ČERNOHORSKÝ, Jan a Petr TEPLÝ. *Základy financí*, s. 161.

s jakou dlužník splatí požadovaný úvěr. Podstatou této metody je dostatek dostupných informací o klientovi, neboli přístup k historickým datům.³³

Bankovní registr klientských informací je důležitý nástroj k posuzování úvěruschopnosti klienta. Jedná se o databázi pozitivních i negativních informací o bonitě, důvěryhodnosti a platební morálce klienta. Data se týkající pouze úvěrových produktů, např. aktivní zůstatek na účtu klienta k dispozici není. Informace o klientovi se uchovávají po dobu 5 let.³⁴

Když banka vyhodnotí klienta jako dostatečně bonitního na uzavření úvěrové smlouvy, dochází k jejímu podepsání a poskytnutí úvěru ve sjednané výši. Dále je sestaven splátkový kalendář. Po podepsání úvěrové smlouvy a poskytnutí úvěru je pro banku důležité neustále klienta kontrolovat, zda plní sjednané podmínky. V rámci monitorování úvěru pak může v případě potíží splácení klienta navrhnout další řešení např. restrukturalizaci dluhu.³⁵

Banka i po uzavření úvěrové smlouvy kontroluje plnění úvěrových podmínek a soustřeďuje se na schopnost klienta dostát svým závazkům. Vztah mezi bankou a klientem končí dnem, kdy je sjednaný úvěr splacen.

1.5 Trendy ve finančních službách

Banky dávají v dnešní době mnohem větší důraz na získání nových klientů pomocí nových produktů místo toho, aby se soustředily na udržení klientů stávajících. Obecně platí, že získání nového zákazníka je mnohem nákladnější než udržování zákazníka stálého. Banky nevydělávají díky spokojenosti klientů, tudíž jim nezáleží na dlouhodobém vztahu s klientem, ale na jednorázovém produktu, ze kterého mohou profitovat. Banky se snaží být se zákazníkem v kontaktu často pouze proto, aby mu nabídly nový produkt – nikoliv aby zlepšily produkty stávající. Mnoho spotřebitelů v minulých letech uzavřelo několik úvěrů (často nevýhodných), kvůli čemuž je nyní nejpopulárnějším produktem refinancování půjček. Banky využívají stejných klientů: nejdříve jim dají nevýhodnou půjčku, načež je

³³ ČERNOHORSKÝ, Jan a Petr TEPLÝ. *Základy financí*, s. 160.

³⁴ DVOŘÁK, Petr. *Bankovníctví pro bankéře a klienty*, s. 286.

³⁵ DVOŘÁK, Petr. *Bankovníctví pro bankéře a klienty*, s. 285.

nalákají na uzavření smluv s novými, výhodnějšími podmínkami (které však nejsou vždy tak výhodné, jak se jeví).³⁶

V dnešní době je na zaměstnance bank kladen požadavek dodržovat stanovené kvóty (což znamená, že mají určeno, kolik jakých produktů musí za dané časové období prodat). Často poté dochází k tomu, že klienti odcházejí z banky se zcela jiným produktem, než pro který si původně přišli. Bankéři nenaslouchají klientům a nesnaží se nabízet jim produkty, které opravdu potřebují – namísto toho zákazníkům nabízejí produkty, které potřebují prodat.

Průzkum z roku 2012 ukazuje, že 91 % respondentů očekává od bank odměnu za věrnost. Zákazníci preferují slevu na bankovních produktech a službách – tohoto benefitu si cení 51 % českých respondentů; v jiných zemích dávají spotřebitelé přednost připsání hotovosti. V České republice postupně roste finanční gramotnost a zákazníci vyžadují sofistikovanější služby. Z průzkumu také vyšlo, že lidé si služby či produkty vybírají na základě kladných referencí od příbuzných, od přátel či z diskuzních fór.³⁷

Z lednového celorepublikového průzkumu společnosti Fair Credit vyplývá, že se Češi přestávají bát půjček a vrací se do situace před finanční krizí v roce 2009. Poptávka po spotřebitelském úvěru byla před Vánocemi 2015 o 15 % větší než v předchozím roce. Lidé v průzkumu odpovídali, že svou finanční tíseň budou řešit bankovní půjčkou (47 %), nebankovní půjčkou (36 %), rychlou půjčkou (10 %), anebo si půjčí od známých (5 %).³⁸ V roce 2015 se zvýšilo zadlužení obyvatel o 6 % na 132,1 tis. korun na osobu.³⁹

³⁶ Kvalitní bankovní služby? Zatím jen zbožné přání. *Penize.cz* [online]. Praha: Partners media, s.r.o., 2012 [cit. 2016-10-13]. Dostupné z: <http://www.penize.cz/ucty-karty/233310-kvalitni-bankovni-sluzby-zatim-jen-zbozne-prani>

³⁷ Nová éra bankovníctví: Čeští klienti chtějí, aby banky vyšly více vstříc jejich potřebám. *Investujeme.cz* [online]. Praha: Fincentrum a. s., 2012 [cit. 2016-11-17]. Dostupné z: <http://www.investujeme.cz/nova-era-bankovnictvi-cesti-klienti-chteji-aby-banky-vysly-vice-vstric-jejich-potrebam/>

³⁸ Lidé se zadlužili před Vánocemi a pokračují v tom i v lednu. *Bankovnipoplatky.com: Internetový ombudsman bankovních klientů* [online]. Praha: Digitainment, s.r.o., 2016 [cit. 2016-10-13]. Dostupné z: <http://www.bankovnipoplatky.com/lide-se-zadluzili-pred-vanocemi-a-pokracuji-v-tom-i-v-lednu-32166>

³⁹ Ekonomická situace domácností. *Český statistický úřad* [online]. Praha: Český statistický úřad, 2016 [cit. 2016-11-17]. Dostupné z: <https://www.czso.cz/csu/czso/ekonomicka-situace-domacnosti>

V posledních měsících začíná být populární využívání služby peer to peer (P2P) neboli půjčky mezi lidmi. Dochází tak k absolutnímu vynechání bankovních institucí.⁴⁰

Od 1. prosince 2016 vstoupila v platnost nová novela zákona o spotřebitelských úvěrech, která má docílit toho, že banky budou více rozvažovat, komu úvěr poskytnou. V případě, že poskytnou úvěr někomu, kdo na něj nebude mít dostatečné příjmy, dotyčný nebude povinen úvěr splatit v plné výši. Dále by se měl změnit pohled na to, jak posuzovat finanční prostředky klienta. Nyní se maximální částka, kterou lze stanovit na splácení finančního produktu, vypočítává z celkových klientových příjmů tak, že se od nich odečítají klientovo životní minimum a jeho veškeré platební povinnosti vůči bankám. Do budoucna by se banka měla zajímat o veškeré výdaje, které klient má.⁴¹

⁴⁰ Půjčky mezi lidmi - peer to peer začíná hezky fungovat. *Bankovní poplatky.com: Internetový ombudsman bankovních klientů* [online]. Praha: Digitainment, s.r.o., 2016 [cit. 2016-10-13]. Dostupné z: <http://www.bankovnipoplatky.com/pujcky-mezi-lidmi-a-bez-bank-peer-to-peer-zacina-hezky-fungovat-31887>

⁴¹ Poslanci schválili zákon o spotřebitelském úvěru. *Ministerstvo financí České republiky* [online]. Praha: Ministerstvo financí České republiky, 2016 [cit. 2016-12-09]. Dostupné z: <http://www.mfcr.cz/cs/aktualne/tiskove-zpravy/2016/zakon-o-spotrebitel-uveru-schvalen-ppsp-25132>

2 Kvalitativní aspekty finančních služeb

„Význam kvality služeb neustále roste, společně s rostoucími nároky spotřebitelů.“⁴² Přestože jsou služby nehmotné, nehmatatelné, jejich kvalita může vytvořit konkurenční výhodu nezbytnou pro dosažení spokojených zákazníků a zisku firmy. Důvody orientace na kvalitu jsou především konkurenční tlaky, snaha o diferenciaci, poskytnutí hodnoty pro klienta, vyšší zisky, náročnější klient a právní požadavky na ochranu spotřebitele.⁴³

Je třeba zdůraznit, že se zvyšuje náročnost zákazníků na kvalitu služeb. Navíc každý zákazník vnímá kvalitu různě a velký rozdíl ve vnímání kvality najdeme i mezi kupujícími a prodávajícími.

Řada organizací pořádá soutěže, v nichž hodnotí určité aspekty služeb. Společnost Internet Info, s.r.o. provozující stránky www.webtop100.cz, vyhodnocuje každý rok nejlepší webové stránky firem z různých odvětví.⁴⁴ Další organizací vyhodnocující finanční služby je Fincentrum. Ta každoročně vyhlašuje soutěž *Banka roku*, v níž lze zvítězit v rámci různých kategorií (sledujících různá kritéria pro banku) jako například nejdynamičtější banka roku, nejdůvěryhodnější banka roku, online banka a banka bez bariér.⁴⁵ Dalším příkladem je každoroční vyhodnocování bank v soutěži *Vstřícná banka*. Tato soutěž hodnotí především banky samotné, nedochází přímo k jejich porovnávání.

Na českém trhu nalezneme více soutěží, které vyhodnocují kvalitu bankovních služeb. Je otázkou, zda spotřebitelé vnímají za jeden z ukazatelů kvality také cenu (tzn., zda pro spotřebitele platí rovnice, že dražší produkt se rovná zároveň produkt kvalitnější). Na trhu se lze setkat s mnoha případy, kdy je stejně kvalitní služba poskytována za rozdílnou cenu. Například v případě internetové služby jednorázového příkazu k úhradě (JPÚ), kdy je

⁴² VAŠTÍKOVÁ, Miroslava. *Marketing služeb: efektivně a moderně*. 2., aktualiz. a rozš. vyd. Praha: Grada, 2014. Manažer. ISBN 978-80-247-5037-8.s. 232.

⁴³ PALATKOVÁ, Monika. *Management cestovních kanceláří a agentur*. 1. vyd. Praha: Grada, 2013. ISBN 978-80-247-3751-5, s. 70.

⁴⁴ Firemní web roku 2015. *WEBTOP100 Výsledky: To nejlepší z digitálního marketingu* [online]. Praha: Internet Info, s.r.o., 2016 [cit. 2016-10-13]. Dostupné z: <https://vysledky.webtop100.cz/2015/>

⁴⁵ Fincentrum Banka roku 2015. *Banka roku: Výsledky* [online]. Praha: Fincentrum a.s., 2016 [cit. 2016-10-13]. Dostupné z: <http://www.bankaroku.cz/vysledky/>

kvalita garantovaná ČNB, přičemž cena za službu se liší, nelze říci, že by jedna služba byla méně kvalitní než služba druhá.⁴⁶

2.1 Definice kvality

Kvalitu lze definovat jako „úroveň dokonalosti, kterou si podnik vybral, aby oslovil své vybrané zákazníky“ a současně jako „způsob, jakým se s touto úrovní ztotožňujeme“.⁴⁷

Například v hotelnictví každý zákazník vyhledává jinou úroveň služby. Student preferující levné ubytování vyžaduje jinou kvalitu poskytovaných služeb než manažer na služební cestě. Ve finančních službách by měly být tyto požadavky na úroveň kvality méně rozdílné. Pro klienta může ve finančních službách představovat přidanou hodnotu dlouholetá tradice banky nebo celkově její image. Zákazník se pak třeba rozhodne zaplatit za službu více, protože očekává u takové to známé instituce vyšší kvalitu i přesto, že od samotného produktu má přibližně stejné požadavky.

Dále můžeme kvalitu definovat jako hodnotu získanou za zaplacenou částku. Lidé si nekupují výrobky nebo služby, ale uspokojení určitých potřeb. Aby byly tyto potřeby uspokojeny, musí služby dosahovat určité kvality.⁴⁸ Definice kvality závisí na tom, jakou úroveň kvality zákazník u daného produktu očekává. „Důležitý vliv na užitek pro zákazníka má vnímaná kvalita výrobku. Subjektivně vnímaná kvalita výrobku je pouze zřídka explicitně zkoumána, ačkoliv má zásadní význam a ovlivňuje užitek zákazníka, jeho spokojenost, loajalitu i pověst podniku, a v neposlední řadě také úspěch na trhu. Mezi centrální komponenty kvality výrobků patří na jedné straně adekvátní řešení problémů a na druhé straně perfektní realizace.“⁴⁹

⁴⁶ SOUKAL, Ivan a Jan DRAESSLER. *Základní bankovní služby a asymetrie informací z hlediska spotřebitele*. 1. vyd. Praha: Grada, 2014. ISBN 978-80-247-5465-9, s. 38.

⁴⁷ HOROVITZ, Jacques. *Jak získat zákazníka*, s. 15.

⁴⁸ HOROVITZ, Jacques. *Jak získat zákazníka*, s. 31.

⁴⁹ TROMMSDORFF, Volker a Fee STEINHOFF. *Marketing inovací*. 1. vyd. Praha: C.H. Beck, 2009. C.H. Beck pro praxi. ISBN 978-80-7400-092-8.s. 48.

Konkurence dnes vzrůstá ve všech odvětvích a kvalita služeb může napomoci tomu, aby se banky staly konkurenceschopné a zákazník si vybral zrovna je. Zákazník má tendence nároky na kvalitu postupem času a získáváním zkušeností zvyšovat. To znamená, že pokud vyzkouší nový produkt, který mu přináší větší výhody, nebude mít důvod vracet se ke starému produktu. Namísto toho začne vyhledávat komfort spojený s lepší, kvalitnější službou a bude ochotnější si za tuto výhodu připlatit.⁵⁰

Z každé služby zákazník očekává určitý užitek, který vytváří výslednou hodnotu služby. Užítky mohou mít různé formy, buď přímo ve formě finálního produktu, dostupnosti produktu, poskytnutí služby nebo možnost produkt vlastnit či si jej zapůjčit. Zdroji výsledné hodnoty služby mohou být užitek z daného produktu, jeho kvalita, image a fyzická dostupnost a služby doprovázející produkt.⁵¹

2.2 Hodnocení kvality služeb

Kvalitu služeb je velice těžké ohodnotit, a to zejména pro jejich vlastnosti, jakými jsou nehmotnost a pomíjivost. „*Analýzy kvality služeb se snaží rozlišit mezi objektivními ukazateli kvality a hodnocením, které je založeno na spíše subjektivním vnímání kvality zákazníkem.*“⁵²

Pro definování kvality služeb je nutností vědět, jak je daná služba zákazníkem vnímána a jaké komponenty služby ho ovlivňují při jejím poskytování. Je důležité vzít v potaz, že kvalita není samostatnou veličinou – je třeba znát prvky, ze kterých se skládá (jimiž jsou zdroje a aktivity, které službu a kvalitu tvoří). Vnímání kvality daného produktu ovlivňuje zákazníkovo nákupní chování a jeho očekávání od produktu. Tato očekávání jsou často vytvářena přísliby, které vytváří organizace poskytující dané služby v rámci marketingových kampaní.⁵³

⁵⁰ HOROVITZ, Jacques. *Jak získat zákazníka*, s. 26.

⁵¹ PALATKOVÁ, Monika. *Management cestovních kanceláří a agentur*, s. 172.

⁵² VAŠTÍKOVÁ, Miroslava. *Marketing služeb*, s. 198.

⁵³ *European Journal of Marketing: A Service Quality Model and its Marketing Implications* by GRÖNROOS, Christian [online]. Velká Británie: Westburn Publishers Limited, 1984, 18(4) [cit. 2016-12-09]. ISSN 1472-1376. Dostupné z: <http://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/0267257X.1994.9964283>

„Oceňování hodnoty služeb je díky jejich nehmotnosti dosti složité. Zákazník proto většinou vnímá hodnotu srovnáním užitku, který mu služba přináší, s užitekem, jenž by mu přinesla konkurenční služba. Vodítkem pro vnímání hodnoty služby zákazníkem bývá její cena.“⁵⁴

Kvalitu můžeme rozdělit do několika kategorií, například Christian Grönroos rozlišuje technickou kvalitu a kvalitu funkční.

- Mezi technickou kvalitou služeb řadíme takové prvky, které se dají změřit, jedná se tedy o takovou hodnotu, která zákazníkovi zůstává i po transakci. Obvykle je to výsledek poskytnuté služby, například u finančních služeb to mohou být úroky, které klient získává na spořicí účet, nebo bonusy, které získává u běžného účtu. Technická kvalita je charakterizována objektivními ukazateli.⁵⁵
- Druhou kategorií je funkční kvalita služeb, která je definována tím, jak je služba zákazníkům poskytnuta. Tento typ představují subjektivní prvky, které ovlivňují zákazníka a úzce souvisí s psychologickými faktory. Doprovodné a doplňkové faktory, které doprovází službu, mohou velmi ovlivnit očekávanou kvalitu. Patří mezi ně především prostředí, chování zaměstnanců, délka čekací doby, všechny verbální a neverbální znaky, poskytování informací a další. Protože u služeb je velice důležité zapojení zákazníka do prodeje, funkční faktory velmi ovlivňují výslednou spokojenost spotřebitele s poskytnutou službou.⁵⁶

Spotřebitel je tedy při poskytování služby ovlivněn nejen tím, co od služby získá, ale i tím, jak je mu služba poskytnuta. Technická část kvality odpovídá na otázku „Co obdrží při koupi produktu?“; funkční část kvality odpovídá na otázku „Jak obdrží technickou kvalitu?“⁵⁷ Obě dvě části služby musí být vyhodnoceny zákazníkem jako kvalitní, protože například obdržíme-li v restauraci perfektní jídlo, ale obsluha nebude profesionální, nebudeme s celkovou službou spokojeni.

⁵⁴ JAKUBÍKOVÁ, Dagmar. *Marketing v cestovním ruchu*. 1. vyd. Praha: Grada, 2009. Marketing (Grada). ISBN 978-80-247-3247-3, s. 51.

⁵⁵ GRÖNROOS, Christian. *A Service Quality Model and its Marketing Implications* [online], s. 37.

⁵⁶ GRÖNROOS, Christian. *A Service Quality Model and its Marketing Implications* [online], s. 38.

⁵⁷ GRÖNROOS, Christian. *A Service Quality Model and its Marketing Implications* [online], s. 39.

Nepostradatelným faktorem, který ovlivňuje vnímanou kvalitu služby, je tzv. *corporate image* neboli postavení firmy na veřejnosti. Společnost, která je velmi známá, je často v očích spotřebitelů vnímána jako kvalitní, a protože se již dostala do jejich povědomí, často se rozhodnou využít právě jejích služeb. Očekávání kvality služby, která zákazník má, jsou ovlivněna názorem na společnost a mohou rozhodnout o tom, zda zákazník očekává vyšší či nižší kvalitu. Mohou ho ovlivnit externí faktory (tradice, ideologie a pověst firmy) a dále faktory, které firma vytváří vědomě na ovlivňování svého image (marketingové aktivity, mezi které patří reklama, slevy nebo public relations). Celé vnímání image organizace je velmi subjektivní záležitostí každého zákazníka.⁵⁸

Na definování a hlídání kvality služeb se ve firmách zaměřuje management jakosti. Tento management má na výběr ze tří způsobů, jak kvalitu služeb ve svém podniku kontrolovat. První možností je vytvořit si vlastní podnikové standardy kvality, druhou variantou je držet se ISO norem a třetí možností je TQM neboli Total Quality Management.⁵⁹

Normy ISO, vydávané Mezinárodní organizací pro standardizaci, jsou univerzální pro všechny podniky. Využívají se spíše pro marketingové účely, firma může navyšovat svou důvěryhodnost tvrzením, že odpovídá standardům norem ISO.⁶⁰ TQM (komplexní řízení kvality) je systém, který napomáhá dané organizaci neustále zlepšovat poskytování kvalitních produktů a služeb. Zahrnuje veškeré aktivity a snahy organizace směřující k docílení svých cílů týkajících se kvality.⁶¹

Pro zajištění poskytování kvalitních služeb je žádoucí, aby byly požadavky na kvalitu co nejkonkrétnější. Varianta vytvoření vlastních podnikových standardů kvality byla vyhodnocena jako nejvhodnější.⁶²

⁵⁸ GRÖNROOS, Christian. *A Service Quality Model and its Marketing Implications* [online], s. 39.

⁵⁹ PALATKOVÁ, Monika. *Management cestovních kanceláří a agentur*, s. 170.

⁶⁰ What is ISO?. *Quality Management System Quality: Management System Education and Resources* [online]. USA: Niche Player, Inc., 2016 [cit. 2016-12-09]. Dostupné z: <http://qualitymanagementsystem.com/what-is-iso/>

⁶¹ Total Quality Management. *Quality Management System: Quality Management System Education and Resources* [online]. USA: Niche Player, Inc, 2016 [cit. 2016-12-09]. Dostupné z: <http://qualitymanagementsystem.com/total-quality-management/>

⁶² VAŠTIKOVÁ, Miroslava. *Marketing služeb*, s. 207.

Hodnocení kvality služeb dle zákazníka

Kvalitu služby z pohledu zákazníka lze členit dle různých kritérií, která ovlivňují jeho spokojenost s produktem. Kvalita služeb je založena především na názoru zákazníka, ten posuzuje kvalitu služby, hodnotí její úroveň; požaduje stále kvalitnější služby. Spokojenost zákazníka je jedním z klíčových faktorů pro hodnocení kvality služby. Zákazník může nahlížet na službu z různých úhlů pohledu a hodnotí ji dle různých kritérií, mezi něž se řadí hmotné prvky, spolehlivost, schopnost reakce, jistota a empatie.⁶³ Podrobněji viz tabulka 1.

Tabulka 1: Oblasti hodnocení kvality dle zákazníků

Hmotné prvky	Technický stav a vzhled budov, celkových prostor Oblečení, vzhled zaměstnanců Úprava komunikačních materiálů a písemností
Spolehlivost	Přesnost výkonu služby, přesnost odpovědi Naplnění užítku spojeného s poskytnutím služby Dostupnost služby
Schopnost reakce	Schopnost a pohotovost reagovat na požadavky zákazníka Vstřícnost a snaha, pozornost Rychlost odpovědi
Jistota	Schopnosti a znalosti Kvalifikace Zdvořilost Důvěryhodnost Bezpečnost procesu poskytnutí služby
Empatie	Vcítění se a pochopení potřeb a požadavků zákazníka Snadný přístup ke službě Dobrá komunikace Laskavost Respektování zákazníka Vztah pracovníků banky ke klientům

Zdroj: JAKUBÍKOVÁ, Dagmar. Marketing v cestovním ruchu, s. 70.

Aby zákazník mohl posoudit kvalitu služeb, měl by se zaměřit na konkrétní, ale nepřímé znaky. Nejčastěji se zákazník při hodnocení kvality zaměřuje na tři měřitelné faktory – na fyzický vzhled místa a osob, na cenu a na zpozorované riziko.⁶⁴

⁶³ VAŠTÍKOVÁ, Miroslava. *Marketing služeb*, s. 199.

⁶⁴ HOROVITZ, Jacques. *Jak získat zákazníka*, s. 29-30.

2.3 Kvalitativní aspekty finančních služeb

Definice kvality finančních služeb je opět subjektivní záležitostí a teorie nabízí více úhlů pohledu. Před průzkumem byla snaha zjistit názory odborníků z bank na kvalitu finančních služeb, konkrétně na kvalitu spotřebitelského úvěru.

Banky s velkou oblibou garantují kvalitu svých služeb v rámci reklamních materiálů. Dozvědět se, v čem tato kvalita spočívá, však není jednoduché. Na jejich internetových stránkách definice kvality nelze nalézt. Odpověď na otázku, v čem konkrétně tkví kvalita bank, nelze získat ani přímým kontaktováním jednatelů bank.

Z úvodního rozhovoru se zaměstnankyní MONETA Money Bank, a.s., byl získán první pohled na kvalitu. Paní Lejsková shledává kvalitu spotřebitelských produktů v tom, že banka nabízí klientovi konsolidaci dříve uzavřených úvěrů. Tím se snaží klientovi co nejlépe pomoci dostat se z finanční tísně a snížit splátky. Avšak kvůli tomu, že si klient rozloží splácení na více let, obvykle splatí větší celkovou částku, než kdyby úvěry nekonsolidoval. Mezi další aspekty kvality dle paní Lejskové patří výše úroku, RPSN, počet splátek a snaha banky vyjít co nejvíce vstříc klientovi. Dále paní Lejsková poznamenala, že finanční gramotnost klientů roste, čímž se nároky na kvalitu zákonitě zvyšují.

Z rozhovoru s panem Davidem Sehnalem, který je bývalým zaměstnancem EquaBank, a.s., byl získán další náhled na problematiku kvality. Pan Sehnal spatřuje kvalitu finančních služeb v informovanosti ze strany finančního domu. Zákazník by měl před koupí finančního produktu vědět vše, co by se pro něj v budoucnu mohlo jevit jako problematické. Od bankéře by měl být informován o veškerých nákladech spojených s produktem (poplatky, penále, bonusy apod.), být seznámen s funkčností daného produktu a mohl jej tak správně využívat (např. u kreditních karet by mělo být vysvětleno bezúročné období). Pro bankovního specialistu Sehnala je zásadní dostat všechny dostupné informace srozumitelně - v ideálním případě na příkladu od pracovníků finančních domů - a nebýt tak v budoucnu překvapen. Pro kvalitní službu je dobré, když banka poskytne informace, které odpovídají dané službě i náročnosti zákazníka. Bankéř musí odhadnout správnou míru podaných informací, aby byl klient dostatečně informován, ale zároveň nebyl přehlcen.

Paní Gabriela Černá, pracující jako finanční poradce v Partners Financial Services, a.s., sledává kvalitu finančních služeb ve spolupráci banky a klienta. Služba je kvalitní, pokud banka nabídne férové podmínky, což se v mnoha případech neděje. Za hlavní problém dnešního bankovníctví považuje asymetrii informací. Banky mají dlouholetou historii s mnoha zkušenostmi, zaměstnanci uzavírají úvěrové produkty každý den, ale zákazník si jde zažádat o takovýto produkt pouze několikrát za život, v případě hypotéky třeba jen jednou.

Paní Gabriela Kvítková, zaměstnankyně Komerční banky, a.s., pokládá za důkaz kvality finančních služeb především spokojenost klienta a fakt, že mu produkt přinese užitek. *„Pro mne jako bankovního poradce je důležité, abych klientovi nabídla takovou službu, kterou skutečně potřebuje, finančně ho nezatíží a ještě má pro něj přínos.“*

S kvalitou spotřebitelského úvěru souvisí výše úroku neboli cena, za kterou jsou peníze poskytnuty. Každý racionální spotřebitel chce uzavřít co nejvýhodnější smlouvu. Reklamy, v jejichž rámci jsou slibovány nízké úroky, žádné poplatky a další výhody, jsou pro potenciálního zákazníka velmi lákavé. Slibovaná čísla jsou však pouze ideální modelovou situací, kterou nedostane každý klient. Zákazník tak často odchází z banky zklamaný z kvality nabízené služby, protože prodejce nemohl v jeho případě dodržet slíbené částky z reklam. Pro vnímání kvality služby zákazníkem je tedy důležité, aby banka neslibovala to, co není schopná dodržet.

Bankovní produkty můžeme považovat za téměř substituční. V dnešní době je tendence co nejvíce standardizovat finanční služby, tak aby spotřebitel v každé bance získal stejný produkt. Tento fakt stěžuje bankám jejich diferenciaci a může snižovat jejich ziskovost. V některých případech se jedná o extrémní situace, kdy je kladen tlak na zrušení veškerých poplatků. Nesmíme však zapomínat, že i finanční služby jsou prováděny za účelem zisku. Pokud by byly poplatky za služby transparentní a smysluplné, nemusely by snižovat spokojenost zákazníka a tedy ani celkovou kvalitu finančních služeb. O současné regulaci bankovníctví se vyjádřil i generální ředitel UniCredit Bank Czech Republic and Slovakia, a.s. Jiří Kunert. *„Je tu obrovský tlak, aby se všechno dělalo stejně a zadarmo, a přehnaná*

ochrana spotřebitele, čili bankám mizí prostor k výdělku. Když státy tlačí tímto směrem, at' si banky znárodní. ⁶⁵

Pro hodnocení kvality spotřebitelského úvěru je třeba stanovit aspekty kvality, dle kterých se bude průzkum posuzovat. Tyto aspekty by mělo být možné vyhodnotit jako splněné či nesplněné a vyjádřené z pohledu zákazníka. Následně budou otestovány v rámci fingoaného nákupu.

2.3.1 Kvalitativní aspekty spotřebitelského úvěru

Každá organizace by měla mít stanovené standardy kvality, aby zákazníkovi sdělila, jakou úroveň kvality může očekávat. Tyto kvalitativní normy jsou následně využívány k motivaci zaměstnanců, především z důvodu, aby přesně věděli, na čem společnosti záleží. V této kapitole jsou definovány standardy kvality, které budou následně otestovány a ohodnoceny.

Za hlavní kritérium kvality finančních služeb, konkrétně spotřebitelského úvěru, je považována péče o klienty. Pokud má zákazník banky vyhodnotit finanční služby jako kvalitní, musí z banky odcházet spokojený. Aby bylo uzavření spotřebitelského úvěru považováno za kvalitní, mělo by splňovat následující aspekty kvality:

- (1) V první řadě by měla být zajištěna transparentnost nabídky. Zákazníkovi je třeba přehledně sdělit veškeré dostupné informace týkající se všech poplatků spojených s čerpáním úvěru, výši úrokové sazby a i výši roční procentní sazby nákladů. Nabídka by měla být v ideálním případě na závěr jednání vytištěna, v jejím průběhu alespoň předložena k nahlédnutí.
- (2) Kvalitu služeb ovlivňuje snaha zaměstnance finanční instituce nabídnout klientovi co nejlepší individuální řešení. Aby toho bylo docíleno, zaměstnanec by zákazníkovi neměl nabízet další produkty banky, které s úvěrem nesouvisí, a přesvědčovat jej k uzavření vyššího úvěru. Bankéř by měl nabízet pouze smysluplné produkty banky, které klientovi

⁶⁵ Bankám se zužuje prostor, kde mohou vydělat peníze. *Česká pozice: Informace pro svobodné lidi* [online]. Praha: MAFRA, a.s., 2016 [cit. 2016-10-25]. Dostupné z: http://ceskapozice.lidovky.cz/bankam-se-zuzuje-prostor-kde-mohou-vydelat-penize-fsz-/tema.aspx?c=A160526_165837_pozice-tema_lube

pomohou zajistit potřeby a přání, kvůli kterým do banky přišel. Neméně důležitou roli také hraje vstřícnost, snaha a pozornost zaměstnance, vcítění se do potřeb zákazníka a pochopení jeho požadavků.

- (3) Třetím kvalitativním aspektem pro spotřebitelský úvěr (ale i pro ostatní finanční služby) je získání podmínek pro sjednávání produktů podobných podmínkám uváděným v propagačních materiálech.
- (4) Souvisejícím aspektem, který rovněž ovlivňuje kvalitu finančních služeb, je kvalifikovanost zaměstnanců, tzn.: měli by dokázat poradit klientům a zodpovědět jejich dotazy týkající se služeb banky (příčemž poskytované odpovědi by měly být přesné). Dále by bankéři měli působit důvěryhodně, zdvořile a dodržovat bezpečnost procesu poskytnutí služby.
- (5) Posledním aspektem, který se podílí na výsledném dojmu celé služby a tedy na její kvalitě, je celková atmosféra pobočky jako místa pro obchodní jednání. Zvýšení kvality služby ovlivní uklizený stůl a vzhled zaměstnance, dále například i drobnosti jako tiskárna poblíž stolu a tudíž kratší doba čekání na dokumenty. V případě nebankovních institucí ovlivňuje atmosféru během nákupu vzhled a přehlednost webových stránek.

Tyto aspekty kvality byly dále podrobeny hodnocení na základě fingovaného nákupu v bankovních a nebankovních institucích. Pro průzkum byly vytvořeny formuláře, které budou po každém poptání úvěru vyplněny. Obsahují otázky sloužící k otestování situace v dané instituci. Hlavní důraz je kladen na nabídku, vlastnosti produktů (včetně produktů doplňkových) a kvalifikovanost zaměstnance.

2.4 Metody průzkumu kvality služeb

Jelikož je kvalita služeb subjektivní záležitostí, její hodnocení je poměrně složité. Při průzkumu není možné spolehnout se na jasně měřitelné ukazatele. Přesto existuje několik různých metod, jak kvalitu ohodnotit. Tyto metody spadají do kvalitativního výzkumu a provádějí se primárním sběrem dat.

První metodou, jejímž cílem je získat názor zákazníků a vnímání hodnoty dané služby, je dotazování či pozorování. Dále se využívají stálé zákaznické panely pro hodnocení

konkrétní firmy nebo technika kritických případů, která je založena na interview se zákazníky a na snaze identifikovat zdroje uspokojení či neuspokojení potřeb zákazníků.

Velmi důležitou metodou pro průzkum kvality služeb je metoda SERVQUAL, která umožňuje hodnotit různé prvky kvality. Tato metoda je založena na hodnocení služeb dle spokojenosti zákazníků a jejím cílem je získat porovnání reálné služby s očekávanou. Ještě před nákupem zákazník na číselné škále ohodnotí své očekávání od služby. Stejně hodnocení pak zákazník provede i po uskutečnění služby a tato dvě hodnocení jsou následně porovnána. Jednotlivým hodnoceným oblastem je přidělena váha, díky čemuž je možné metodu přizpůsobit každé službě.⁶⁶

Výše uvedené metody jsou využívány pro hodnocení kvality služeb z pohledu zákazníka, následující metoda se zaměřuje na zjišťování kvality služeb z pohledu organizace. Touto metodou je mystery shopping neboli fingoaný, tajný nákup. Tato marketingová výzkumná metoda je prováděna prostřednictvím nezávislých osob, které mají za úkol vyzkoušet službu a podat její hodnocení. Tito lidé mají za úkol sledovat veškeré faktory ovlivňující nákup (například prostředí prodejny a chování poradců). Tuto metodu využívají firmy taktéž pro zjištění, jak funguje služba u konkurence. „*Cílem této metody je stanovení předpisů a norem pro provádění zkoumaných služeb, kritérií a standardů, které mají podléhat hodnocení kvality poskytování služby.*“⁶⁷ Dalším cílem mystery shoppingu je zlepšit úroveň služeb, které firmy zákazníkům poskytují. Mystery shopping porovnává dosaženou úroveň kvality služeb s úrovní požadovanou či s úrovní poskytovanou konkurenty. V rámci práce je tato metoda využita z pohledu nezávislé osoby, která prozkoumává kvalitu spotřebitelského úvěru u různých bank.

Mystery shopping umožňuje identifikovat kvalitu služeb poskytovaných zákazníkům v reálné situaci. V rámci fingoaného nákupu se mystery shopper snaží, aby se nastolené situace co nejvíce blížily situacím, které mohou nastat při reálném využití služby.⁶⁸

⁶⁶ VAŠTÍKOVÁ, Miroslava. *Marketing služeb*, s. 202.

⁶⁷ VAŠTÍKOVÁ, Miroslava. *Marketing služeb*, s. 202.

⁶⁸ BHATIA, Saurabh. *Mystery Shopping*. 1. vyd. India: BecomeShakespeare.com, 2013. ISBN 9788192816630.

Tato metoda průzkumu se stává velice populární i v oblasti kontrolování vlastních podniků a vlastních zaměstnanců ve všech odvětvích. Je to metoda, jak ověřit kvalitu služeb a odhalit její nedostatky, na které by jinak podnikatel nemusel přijít.

Nevýhodou této metody je, že musí být prováděna lidmi, což může způsobovat nekonzistenci hodnocení z důvodu subjektivního vnímání služby. Každý člověk také jinak působí na své okolí, což může dále ovlivnit chování zaměstnance – tedy i celkovou kvalitu poskytnuté služby. Proto byl průzkum v rámci bakalářské práce prováděn vždy samotnou autorkou, eventuálně v doprovodu osoby, která byla nezbytná pro získání nabídky.

V rámci práce je metoda mystery shoppingu využita pro zjištění, jaké existují nabídky pro stálého zákazníka a pro nového klienta. Hodnocení z fingovaného nákupu je vždy zpracováno jednou osobou – autorkou práce. Pro zajištění co nejpřesnějšího hodnocení byl vždy u návštěvy bank pořízen audiozáznam.

Průzkum u nebankovních institucí probíhal formou mystery calling: po vyplnění online žádosti bylo zavoláno do jednotlivých call center. Cílem telefonátu s dopředu připraveným scénářem (mystery callingu) bylo ověřit kvalitu, rychlost a úplnost získaných informací a přístup k zákazníkovi.

Dalšími možnými metodami využitelnými pro hodnocení kvality služeb z pohledu organizace jsou audit, samohodnocení či benchmarking. Audit slouží především pro posuzování úrovně organizace a stanovených kritérií, nejčastěji podle určitých norem.⁶⁹

⁶⁹ VAŠTÍKOVÁ, Miroslava. *Marketing služeb*, s. 202.

3 Vybrané instituce pro průzkum

Aby bylo možné ověřit stanovené kvalitativní aspekty a potvrdit nebo vyvrátit stanovená tvrzení, bylo třeba vybrat instituce, kde bude průzkum proveden.

3.1 Bankovní instituce

Pro průzkum byly vybrány tři banky. První banka je představitelem velkých bank na českém trhu s dlouholetou tradicí. Druhá banka působí na českém trhu 10 let a patří mezi větší banky díky sloučení dvou bank. Poslední banka je zástupce nových, moderních bank, které se zaměřují na osobní bankovníctví.

Česká spořitelna, a.s. (dále jen Česká spořitelna) byla vybrána z důvodu prvenství na trhu, co se týče počtu klientů a délky působení na českém trhu. Je známo, že banka nepatří mezi nejvýhodnější, co se týče výše úrokových sazeb, ale i přes to je oblíbená. Dalším důvodem, proč byla pro otestování kvality bankovních služeb vybrána Česká spořitelna, je fakt, že již několik let za sebou vyhrává soutěž *Banka roku* v kategoriích *banka roku* a *nejdůvěryhodnější banka roku*.⁷⁰ Práce se zaměří na otázky, proč je či není lákavé uzavřít spotřebitelský úvěr u České spořitelny a jaké podmínky nabízí Česká spořitelna stálým a novým klientům.

UniCredit Bank Czech Republic and Slovakia, a.s. (dále jen UniCredit Bank) byla vybrána pro průzkum práce, protože již při hledání mezi bankami na internetu se objevily výrazné nesrovnalosti v jejich nabídce spotřebitelských úvěrů. Dalším důvodem, proč byla banka zařazena do průzkumu, byl fakt, že banka vznikla fúzí dvou bank a patří tak k novějším větším bankám na českém bankovním trhu. V rámci práce se autorka pokusí získat odpovědi od zaměstnanců banky týkající se nepřesných kalkulací internetové nabídky.

Poslední banka – Air bank – člen skupiny PFF (dále jen Air Bank) byla vybrána z důvodu, že vystupuje jako férová banka na trhu, která klade spokojenost klientů na první místo.

⁷⁰ *Fincentrum Banka roku 2015* [online]. Dostupné z: <http://www.bankaroku.cz/vysledky/>.

Cílem průzkumu je rovněž ověřit, zda těmto bankám záleží na všech klientech, kteří k nim přijdou, a jaké podmínky těmto klientům banka doopravdy nabídne v porovnání s podmínkami slibovanými na internetových stránkách.

Podrobné informace o jednotlivých bankách (jako nabídka úvěrových produktů a podmínky pojištění) se nachází v příloze A.

3.2 Nebankovní instituce

Byly vybrány takové instituce, jejichž služby jsou podobné těm bankovním a fungují na českém trhu už několik let. Tyto instituce jsou v povědomí obyvatel z mnoha reklam na internetu i z televizních spotů.

Hlavním kritériem pro výběr institucí bylo, aby nabízely uzavření střednědobých úvěrů se splatností na 60 měsíců. Ukázalo se, že na trhu není mnoho takových společností. Většina nebankovních institucí nabízí krátkodobé úvěry, které mají splatnost do jednoho roku.

Mystery shopping byl proveden ve společnosti Home Credit, a.s., Cofidis, s.r.o. a Zonky, s.r.o.

- Home Credit, a.s. (dále jen Home Credit) je zástupcem velké společnosti, která se specializuje na spotřebitelské úvěry a za loňský rok měla tržní podíl mezi nebankovními institucemi 21 %.
- Cofidis, s.r.o. (dále jen Cofidis) je mezinárodní institucí na českém trhu působící už od roku 2004.
- Zonky, s.r.o. (dále jen Zonky) jsou zástupcem nového trendu a to P2P, kdy si lidé půjčují přímo od lidí.

Více informací o nebankovních institucích viz příloha B.

4 Testování a ohodnocení kvality služeb v bankách

V rámci průzkumu byly navštíveny tři vybrané banky a byl proveden mystery shopping žádosti o úvěr. Pro průzkum v práci byly vybrány právě tři banky z důvodu, že je to maximální doporučené množství pro podání žádosti o úvěr jednou osobou. Pokud by spotřebitel zažádal během krátkého časového úseku o více úvěrů, nebyly by mu poskytnuty, případně by byla nabídka ovlivněna přílišným žádáním o úvěr.

Pro práci bylo stanoveno několik tvrzení, cílem průzkumu je ověřit či vyvrátit tato tvrzení:

1. Banky nepečují o své stávající zákazníky a neposkytují jim takové výhody jako klientům, které se snaží získat od konkurence.
2. Zaměstnanci finančních institucí nejsou dostatečně kvalifikovaní a nejsou schopni zodpovědět otázky týkající se chodu úvěru ani pojistné podmínky.
3. Nabídky na spotřebitelský úvěr nejsou transparentní, finanční instituce neuvádějí, z čeho jsou celkové splacené částky tvořeny.
4. Banky lákají na svých internetových stránkách na uzavření spotřebitelského úvěru za lepších podmínek, než jaké klient může reálně získat.

Pro průzkum stanovených tvrzení byly sestaveny dvě modelové situace. Obě dvě modelové situace představují studentku ve věku 22 let, která bydlí v bytě po rodičích, ti jí platí náklady související s bydlením. Studentka je bezdětná, nemá žádné vyživovací povinnosti; je již přes dva roky zaměstnaná na poloviční úvazek a její průměrný měsíční příjem je 8 000 Kč. Studentka má v bance uzavřený osobní účet a spořicí účet, nemá žádnou úvěrovou minulost a přeje si uzavřít spotřebitelský úvěr ve výši 50 000 Kč se splatností 5 let. Jediný rozdíl mezi prvním a druhým modelem je, že první model představuje stálou klientku banky, která má bankovní produkty uzavřené právě v této bance, zatímco v druhém modelu se jedná o klientku, která banku navštěvuje poprvé a bankovní produkty má uzavřené v jiné bance.

V každé bance byl proveden mystery shopping v pozici stálého klienta i klienta nového. Mystery shopping pro nového klienta provedla autorka práce a mystery shopping pro stálého

klienta provedla autorka práce společně s kamarádkou, která má účet v dané bance a splňuje stanovené parametry. Snahou bylo zjistit, jaké nabídky získá nový zákazník a jaké zákazník stálý, když mají pro banku oba dva stejné vstupní podmínky.

Pro mystery shopping byl vytvořen formulář, který byl po návštěvě pobočky vyplněn, aby na jeho základě mohlo dojít k porovnání nabídek a ohodnocení kvality finančních služeb. Dalším cílem bylo na základě provedených mystery shoppingů vyhodnotit pravdivost stanovených tvrzení. Formuláře obsahují otázky, které charakterizují aspekty kvality, a otázky, které byly kladeny během rozhovorů zaměstnancům za účelem zjištění jejich kvalifikovanosti. Pro ověření jejich znalostí byla vytvořena tato kontrolní otázka: „Proč je rozdíl mezi úrokovou sazbou a RPSN, když uvádíte, že je úvěr bez poplatků?“ Další doplňující otázky souvisí s chodem úvěru a pojistnými podmínkami.

Další body ve formuláři se týkají celkové ochoty zaměstnance a průběhu poskytování nabídky, např. zda bankéř předložil srozumitelnou nabídku na spotřebitelský úvěr. Poslední otázka formuláře se týká nabízení produktů, pro které klient do banky nepřišel. Cílem těchto otázek je zjistit, jakým způsobem pracovníci podávají informace a jak komunikují s klienty.

Jednotlivé body byly po návštěvě banky vyhodnoceny kladně či záporně zaškrtnutím ANO nebo NE. Formuláře se nachází v příloze C. Formuláře byly pro každou banku upraveny tak, aby odpovídaly nabídce produktů, které jednotlivé banky nabízejí.

4.1 Česká spořitelna

Mystery shopping byl proveden ve dvou různých pobočkách a u dvou různých pracovníků, model stálého zákazníka byl vyzkoušen v děčínské pobočce České spořitelny a model nového zákazníka v liberecké pobočce. Obě dvě bankéřky se snažily poskytnout klientce nejlepší nabídku, zvažovaly různé varianty, avšak kontrolní otázku nebyla schopna zodpovědět ani jedna. Dle vyhodnocení formulářů pro kvalitu služeb dopadly oba dva mystery shoppingy velmi podobně. Vyhodnocení mystery shoppingu viz tabulka 2 a v následujících podkapitolách.

Tabulka 2: Vyhodnocení mystery shoppingů v České spořitelně

	Stálý zákazník	Nový zákazník
Schopnost odpovědět na kontrolní otázku	NE	NE
Otázky k podmínkám pojištění	NE	NE
Otázky o chodu úvěru a účtu	ANO	ANO
Otázky podmínek řádného splácení	NE	X
Zaměstnancova snaha najít nejlepší řešení	ANO	ANO
Zaměstnancova snaha zjistit klientova přání a potřeby	ANO	ANO
Ochota zaměstnance celkově	ANO	ANO
Ochota zaměstnance s poskytnutím nabídky	ANO	ANO
Ochota vytisknout nabídku	NE	ANO
Ochota nabídnout další doplňkové materiály	NE	NE
Příjemné prostředí zaměstnancova stolu, atmosféra	NE	NE
Zaměstnanec nevnucoval produkty, pro které klient nepřišel	NE	NE
Celkem ANO	6	6
Celkem NE	7	6

Zdroj: vlastní

4.1.1 Stálý zákazník

V hodnocení mystery shoppingu stálý zákazník získal šest ANO a sedm NE. Kvalifikovanost zaměstnance, která je jedním z aspektů kvality, nebyla kontrolní otázkou potvrzena.

Zaměstnankyně navrhovala spotřebitelský úvěr, úvěr od Buřinky i studentskou půjčku. Po propočítání vyšla jako nejvýhodnější pro klientku nabídka na spotřebitelský úvěr. I přes snahu bankéřky nabídnout nejlepší variantu je v porovnání s konkurenčními nabídkami velmi nevýhodná.

Stálému zákazníkovi byla vytvořena nabídka na úvěr ve výši 50 000 Kč po 60 splátkách s úrokovou sazbou 14 %, RPSN 16,85 % a vstupním měsíčním poplatkem 500 Kč. Měsíční splátka v tomto případě vychází na 1 257 Kč. Celková splacená částka je dopočítána klientkou, protože bankéřka ji nesdělila ani po zeptání – pouze zmínila, že klientka by přeplatila půjčených 50 000 Kč o 20 892 Kč. Z výkladu bankéřky bylo patrné, že se neustále

snaží zdůraznit výhodnost nabídky, kdy banka při řádném splácení klientovi odpustí až čtyři splátky (v celkové výši 4 985 Kč), avšak podmínky tohoto bonusu nebyla schopna vysvětlit.

K tomuto úvěru byly nabídnuty dvě varianty pojištění, základní varianta A a varianta B, rozšířená o pojištění v případě nezaměstnanosti. Varianta A by vyšla klientku na 100 Kč měsíčně, varianta B na 125 Kč, což znamená, že v případě, že by se klientka rozhodla pojistit úvěr po celou dobu splácení, zaplatila by o dalších 6 000 Kč (eventuálně 7 500 Kč) – celkově by tedy zaplatila až 82 920 Kč. Do sazby RPSN banka náklady na pojištění nezahrnuje a klient může pojištění kdykoliv zrušit. Nabídka, která byla obdržena na pobočce, se nachází v příloze D.

Za celou dobu rozhovoru nebyly poskytnuty ucelené a srozumitelné informace o nabízeném produktu. Pracovnice neřekla celkovou částku, kterou klientka bance splatí, pouze opakovala, že banka odpustí až čtyři splátky v případě řádného splácení, jehož podmínky nebyly vysvětleny. Rozhovor doprovázel zmatek a pravděpodobně neschopnost bankéřky poskytnout nabídku. I přes neustálé naléhání si klientka musela částky a sazby zaznamenat sama. Při návštěvě jiné pobočky (viz 4.1.2) byla obdržena nabídka v přehledné tištěné podobě.

Zaměstnankyně se snažila navodit přátelskou atmosféru, ihned navrhla, zda by mohla klientku oslovovat křestním jménem. Bankéřka během jednání zdůrazňovala, že pro klientku bez úvěrové minulosti se jedná o velice výhodnou nabídku, a také se snažila argumentovat příběhem ze života o výhodnosti nabízeného úvěru, což je ale možné považovat za snahu ovlivnit úsudek klientky.

Úvěr byl klientce nabídnut s tím, že nabídka bude platná nejvýše jeden týden – byl vytvářen tlak na co nejrychlejší uzavření smlouvy. Po uplynulém týdnu od návštěvy pobočky byla klientka kontaktována bankéřkou s návrhem poskytnutí výhodnějších úrokových sazeb, pokud získá konkurenční nabídku.

Detailní zápis z mystery shoppingu se nachází v příloze E.

4.1.2 Nový zákazník

V hodnocení mystery shoppingu získal šest ANO a šest NE. Formulář obsahuje o jednu otázku méně než u stálého klienta, protože v případě nového zákazníka nebyl nabídnut úvěr s možností odpuštění splátek v případě řádného spláčení. Bankérka totiž vyhodnotila za nejméně výhodnější studentskou půjčku.

Finální nabídka tak byla na 50 000 Kč, 60 splátek, úroková sazba 8,9 %, RPSN 9,41 % tudíž měsíční splátka 1 044 Kč a celková splacená částka 62 632 Kč. Výhodou studentské půjčky je, že s úvěrem nejsou spojeny žádné poplatky (ani vstupní poplatky, ani poplatky za vedení účtu).

Klientce bylo nabídnuto pojištění ve variantě A, která neobsahuje pojištění v případě nezaměstnanosti, za 83 Kč měsíčně, což znamená dalších 4 890 Kč. Celková splacená částka by v tomto případě činila 67 712 Kč. Druhá varianta pojištění B nebyla nabídnuta i přes dotaz klientky. K pojištění a jeho podmínkám pracovníce poskytovala velmi strohé informace, po návštěvě pobočky by si klient mohl myslet, že pojištění je vyplácené za jakýchkoli podmínek.

Nabídka úvěru byla vytištěna, ale na listu je zvýrazněna nabídka na nejvyšší možný úvěr, který je banka schopná klientce poskytnout. Z toho lze vyvozovat, že bankérka chce klientku přesvědčit, aby uzavřela úvěr na vyšší částku, než pro kterou do banky přišla. Vytištěná nabídka se nachází v příloze F.

Kvalita této služby se dá považovat za velmi dobrou, co se týče výhodnosti nabídky. Hlavní aspekt kvality – kvalifikovanost zaměstnance – však v hodnocení nezískal příliš kladných bodů. Bankérka nedokázala odpovědět na kontrolní otázku, nepopsala podmínky pojištění, pospíchala na klienta, aby co nejdříve úvěrovou smlouvu podepsal, a nabádala k uzavření vyššího úvěru. Vyplněný formulář se nachází v příloze G.

4.2 UniCredit Bank

Průzkum v UniCredit Bank byl proveden na pobočce v Jablonci nad Nisou (v pozici stálého zákazníka) a na pobočce v Liberci (v pozici nového zákazníka). Přístupy obou zaměstnankyň se velmi lišily, stálému zákazníkovi se věnovala pracovnice bez zkušeností s žádostí o úvěr, naopak zákazníkovi novému se věnovala zkušená bankéřka. Kvalita jednotlivých zkušeností je velice rozdílná: viz tabulka 3 a v následujících podkapitolách.

Tabulka 3: Vyhodnocení mystery shoppingů v UniCredit Bank

	Stálý zákazník	Nový zákazník
Schopnost odpovědět na kontrolní otázku	NE	NE
Otázky k podmínkám pojištění	NE	NE
Otázky o chodu úvěru a účtu	ANO	ANO
Zaměstnancova snaha najít nejlepší řešení	NE	ANO
Zaměstnancova snaha zjistit klientova přání a potřeby	ANO	ANO
Ochota zaměstnance celkově	ANO	ANO
Ochota zaměstnance s poskytnutím nabídky	ANO	ANO
Ochota vytisknout nabídku	NE	ANO
Ochota nabídnout další doplňkové materiály	NE	ANO
Příjemné prostředí zaměstnancova stolu, atmosféra	NE	ANO
Zaměstnanec nevnucoval produkty, pro které klient nepřišel	ANO	NE
Celkem ANO	5	8
Celkem NE	6	3

Zdroj: vlastní

4.2.1 Stálý zákazník

Stálý zákazník UniCredit Bank navštívil pobočku v Jablonci nad Nisou, kde je zároveň i pobočka Partners, přes něž má klientka uzavřený účet u UniCredit Bank. Přestože zaměstnankyně v této pobočce nebyla specialistkou na úvěry, snažila se úvěr nabídnout. Nezkušenost bankéřky byla jedním z hlavních důvodů, proč byl mystery shopping vyhodnocen pěti ANO a šesti NE.

Klientce byla nabídnuta pouze varianta, kdy je úvěr splácen sedm let (neboli 84 splátkami). S příjmem 8 000 Kč nedosahuje klientka na vyšší splátky, neboť banka odečítá životní minimum ve výši 3500 Kč na bydlení a osobní náklady na živobytí ve výši 3000 Kč – systém vyšší splátky nepovolil. Nabídka je tedy na 50 000 Kč, 84 splátek, úroková sazba činí 10 %, RPSN 11,51 % a poplatek za zprostředkování 1 500 Kč. Měsíční splátka tedy vychází ve výši 855 Kč a celková splacená částka je 72 032 Kč.

K úvěru je možno zřídit jeden z balíčků pojištění za dalších 144 Kč měsíčně. To činí navíc celkem 12 096 Kč. Měsíční splátka činí 999 Kč, RPSN se zvýší na 17,4 %. Celková splacená částka bance je tedy 84 163 Kč. Od pojištění nelze během splácení odstoupit. Výjimkou je případ, že klient bude refinancovat úvěr v jiné bance. Informace k pojištění musela pracovnice dohledávat v interních materiálech nebo kontaktovat své kolegy. Informace, které byly poskytnuty, byly i tak vesměs neucelené nebo i nepravdivé. Nabídky variant byly po vyžádání vypsány na malý papírek, viz příloha H.

Zaměstnankyně tvrdila, že toto je přesná nabídka pro klientku, ovšem ani se nepodívala do bankovních a nebankovních registrů a nedala podepsat žádost o nahlédnutí do registrů. Protože se čísla shodují s nabídkou na internetu, kterou je možné získat v online kalkulačce, dá se předpokládat, že bonita klienta nebyla v nabídce zohledněna. Pro porovnání nabídek pro stálého a nového klienta by bylo vhodnější, kdyby byla v rámci průzkumu získána konkrétní nabídka pro stálého zákazníka, ale klientka považovala za nevhodné zaměstnankyni radit, jaký krok by měla udělat, aby nabídla úvěr. Formulář celého zápisu z mystery shoppingu se nachází v příloze I.

4.2.2 Nový zákazník

V mystery shoppingu v liberecké pobočce v pozici nového klienta bylo vyhodnoceno osm ANO a tři NE. V oblasti kvalifikovanosti zaměstnankyně neprošla kontrolní otázkou, ale jinak byla velmi ochotná nabídnout výhodný úvěr pro klientku a poskytnout k němu informace. Zaměstnankyně už během rozhovoru demonstrovala čísla na monitoru, poté nabídku vytiskla a přiložila další materiály, které se uzavření úvěru týkaly.

Bankéřka nabídla spotřebitelský úvěr v hodnotě 50 000 Kč a možnost splácení po dobu pěti let. Nabídla úvěr spláct v 60 splátkách, přestože to systém nepovolil pro nízký příjem klienta a vyhodnotil žadatele jako nevhodného z důvodu podání žádosti o úvěr u konkurenční banky. Uvedla, že rozhodujícím faktorem pro poskytnutí úvěru za těchto podmínek bude potvrzení o příjmu od zaměstnavatele.

Spotřebitelský úvěr na 50 000 Kč by měl v UniCredit Bank následující parametry: úroková sazba 13 %, RPSN 21,32 %, poplatek za poskytnutí půjčky 1 500 Kč, pojištění celkově za 6 180 Kč neboli 103 Kč za měsíc. Vstupní poplatek a pojištění jsou rozpočítány v měsíčních splátkách, která by činila 1 313 Kč. Celkově by klientka zaplatila bance 79 109 Kč. Kompletní nabídka pro nového zákazníka získaná v liberecké pobočce se nachází v příloze J.

Pojištění bylo k úvěru započítáno automaticky, aniž by si o něj klientka řekla. Na dotazy ohledně pojistných podmínek bankéřka odpovídala velmi stroze. Bylo zjištěno, že byla nabídnuta varianta pojištění proti úmrtí, invaliditě III. stupně a platební neschopnosti. V reakci na otázku, zda je součástí i pojištění nezaměstnanosti, bylo vysvětleno, že toto pojištění sice banka zprostředkovává, ale klientům ho nenabízí, protože podmínky jsou nevýhodné. Upozornila na možnost čerpání této pojistky pouze v případě, kdy je zaměstnanec propuštěn z nadbytečnosti a zároveň je registrován na úřadu práce, přičemž je vyplácena pouze půl roku.

Zaměstnankyně nabízela i další produkt, a to spořicí účet. Nebyly však uvedeny důvody pro založení tohoto produktu. Formulář celého zápisu z mystery shoppingu se nachází v příloze K.

4.3 Air Bank

Mystery shoppingy v pozici stálého i nového klienta byly provedeny ve stejné liberecké pobočce, ale pokaždé u jiného zaměstnance. Přístup bankéřů byl v obou případech velmi podobný, získané nabídky jsou až na drobné odchylky téměř stejné. V Air Bank klientům nabízí především variantu úvěru, kdy je odpuštěno několik splátek za podmínek včasného

splácení. Pokud klient tyto podmínky nedodrží, ztrácí nárok na bonus ve formě odpuštění splátek a úvěr je aplikován ve variantě základních parametrů, s čímž souvisí jiná úroková sazba a vyšší celková splacená částka. Proto byly v rámci mystery shoppingu obdrženy dvě varianty úvěru pro každý model.

Celkově dopadl průzkum v Air Bank velmi dobře, služby lze vyhodnotit jako kvalitní. V tabulce 4 je vyhodnocení mystery shoppingů provedených v Air Bank. V podkapitolách jsou dílčí body, charakterizující aspekty kvality, podrobněji rozepsány.

Tabulka 4: Porovnání mystery shoppingů v Air Bank

	Stálý zákazník	Nový zákazník
Schopnost odpovědět na kontrolní otázku	ANO	ANO
Otázky k podmínkám pojištění	ANO	ANO
Otázky o chodu úvěru a účtu	ANO	ANO
Jaké jsou podmínky pro řádné splácení	ANO	ANO
Zaměstnancova snaha najít nejlepší řešení	ANO	ANO
Zaměstnancova snaha zjistit klientova přání a potřeby	ANO	ANO
Ochota zaměstnance celkově	ANO	ANO
Ochota zaměstnance s poskytnutím nabídky	ANO	ANO
Ochota vytisknout nabídku	NE	NE
Ochota nabídnout další doplňkové materiály	NE	NE
Příjemné prostředí zaměstnancova stolu, atmosféra	ANO	ANO
Zaměstnanec nevnucoval produkty, pro které klient nepřišel	NE	NE
Celkem ANO	9	9
Celkem NE	3	3

Zdroj: vlastní

4.3.1 Stálý zákazník

V hodnocení mystery shoppingu bylo vyhodnoceno devíti ANO a třemi NE. Negativní hodnocení bylo použito pouze v případě nevytisknutí nabídky a nenabídnutí doplňkových materiálů. Zaměstnankyně též usilovně nabízela uzavření úvěru na vyšší částku a snažila se, aby si účet v bance uzavřela i autorka práce, která šla žádat o úvěr s klientkou.

Stálý klient obdržel v případě řádného splácení následující nabídku: úroková sazba 9,90 %, RPSN 10,37 %, měsíční splátka 1 154 Kč, celková splacená částka činí 61 756 Kč. Klientovi odpustí šest splátek v celkové výši 7 408 Kč. V případě, že klient včas neuhradí splátku, je čekací doba 5 dnů, poté se klientovi zhorší sazba o jeden procentní bod. Pokud se splátka zpozdí o více jak 30 dní, klient automaticky ztrácí výhodnou sazbu – je uplatňována sazba základních parametrů. Nabídka na spotřebitelský úvěr je v případě nedodržení podmínek řádného splácení následující: úroková sazba 13,9 %, RPSN 14,83 %, měsíční splátka 1 154 Kč a celková splacená částka 69 164 Kč. Po ukázání nabídky na monitoru byla zaslána na email klienta, viz příloha L.

Zaměstnankyně nenabídla pojištění úvěru z důvodu, že jej banka nenabízí. V produktech Air Bank je zahrnuto pojištění pravidelných výdajů klienta v následujících případech: pracovní neschopnost, ztráta zaměstnání, úmrtí nebo trvalá invalidita. Klient si sám stanoví výši měsíčního pojištění s tím, že každá tisícikoruna, kterou chce od banky získat, stojí 25 Kč. Banka nabízí možnost pojistit se na pojistné plnění v cenovém rozmezí od 1 000 Kč do 10 000 Kč, pojištění pak vychází od 25 Kč do 250 Kč za měsíc. Na každý typ rizika je nutno se pojistit zvlášť, takže pokud má klient zájem o všechny tři, bude jeho měsíční sazba za pojištění minimálně 75 Kč. To znamená, že za pojištění všech tří rizik by klient zaplatil minimálně dalších 4 500 Kč, ovšem toto pojištění nekončí se splacením úvěru, ale stále je vedeno k běžnému účtu.

Bankéřka zodpověděla správně kontrolní otázku a celkově byla velmi ochotná, snažila se klientce nabídnout co nejlepší variantu úvěru. Pracovnice se opravdu snažila zadat do systému takové parametry, aby nabídka vyšla co nejlépe. Prostředí v bance je na dobré úrovni, ihned po vstupu zákazníkovi bylo nabídnuto občerstvení. Klient po celou dobu rozhovoru může vše sledovat na monitoru, kde je prováděna veškerá aktivita bankéře a ukazována nabídka. Zápis z mystery shoppingu viz příloha M.

4.3.2 Nový zákazník

Mystery shopping v Air Bank v pozici nového zákazníka byl vyhodnocen stejně jako u stálého zákazníka devíti ANO a třemi NE. Negativní hodnocení bylo použito u stejných otázek jako v případě stálého zákazníka, nebyla vytištěna nabídka, nebyly poskytnuty žádné další materiály a zaměstnanec nabízel uzavření úvěru na vyšší částku. Celkově návštěva v bance probíhala velmi podobně. Průzkum byl proveden ve stejné pobočce, atmosféra tedy byla stejná.

Nabídka pro nového zákazníka byla také rozdělena na dvě varianty: první pro případ, kdy bude klient řádně splácet, a druhá pro případ, že bude úvěr splácen dle základních parametrů. Nabídka v případě řádného splácení byla pro nového zákazníka podobná jako pro zákazníka stálého. Úroková sazba 9,90 % a RPSN 10,37 % byly stejné, lišila se splátka ve výši 1 193 Kč. Rovněž byl nabídnut jiný počet odpuštěných splátek. Banka slibuje novému zákazníkovi, že mu v případě řádného splácení odpustí až 8 splátek – tzn., klient tak může ušetřit 9 677 Kč. Celkově by tak zákazník zaplatil 61 842 Kč.

V případě, že zákazník poruší podmínky řádného splácení, dostane se na základní parametry, které jsou: úroková sazba 14,9 %, RPSN 15,97 %, měsíční splátka 1 193 Kč. Celkově zákazník zaplatí 71 519 Kč. Nabídka zaslaná na email klienta viz příloha N.

Pojistné podmínky jsou stejné jako v případě stálého klienta. Zaměstnanec banky vysvětlil základní princip pojištění u Air Bank a zodpověděl i dotazy spojené s přesnými podmínkami pojistného plnění, ale výklad nebyl tak jasný jako u zaměstnankyně, která obsluhovala stálého klienta. Celkově se bankéř snažil nabídnout dobrou nabídku a poskytnout klientce užitečné informace. Kontrolní otázku velmi dobře vysvětlil. Kompletní zápis z mystery shoppingu viz příloha O.

5 Testování a ohodnocení kvality služeb v nebankovních institucích

V rámci průzkumu kvality u finančních institucí byl proveden mystery shopping u tří nebankovních institucí ze stejného důvodu jako u bank. Cílem mystery shoppingů u nebankovních institucí bylo ověřit stanovené aspekty kvality a potvrdit nebo vyvrátit stanovená tvrzení.

Tato tvrzení jsou následující:

1. Zaměstnanci finančních institucí nejsou dostatečně kvalifikovaní a nejsou schopni zodpovědět otázky týkající se podmínek splacení úvěru.
2. Nabídky na spotřebitelský úvěr nejsou transparentní, finanční instituce neuvádějí, z čeho jsou celkové splacené částky tvořeny.
3. Nebankovní instituce lákají na svých internetových stránkách na uzavření spotřebitelského úvěru za lepších podmínek, než klient může získat.

Průzkum byl zacílen především na otázku týkající se kvalifikovanosti finančních specialistů, dále na korektnost nabídek a v neposlední řadě také na přívětivost webových stránek pro spotřebitele.

Pro průzkum kvality v nebankovních institucích byl použit jeden model, kdy se mystery shopper vydával za nového klienta. Mystery shopping také v tomto případě prováděla studentka ve věku 22 let, zaměstnaná na poloviční úvazek s měsíčním příjmem 8 000 Kč. Žádala o úvěr ve výši 50 000 Kč se splatností 60 měsíců. Bohužel při zahájení průzkumu bylo zjištěno, že tento model není vyhovující pro uzavření spotřebitelského úvěru. Společnosti neposkytly nabídky na spotřebitelské úvěry z důvodu svých interních důvodů.

V rámci průzkumu tedy nebyly získány konkrétní nabídky na modelovou situaci a nemohlo dojít k porovnání s nabídkami v online kalkulačkách. Aby byla prověřena kvalifikovanost zaměstnanců, byla každému položena opět kontrolní otázka (týkající se úrokové sazby

a RPSN) a dále tři stejné otázky týkající se podmínek spotřebitelského úvěru. Formulář, který byl vytvořen pro mystery shopping v nebankovních institucích se nachází v příloze P.

5.1 Home Credit

Od společnosti Home Credit se nepodařilo získat nabídku na spotřebitelský úvěr z interních důvodů, které nebyly ani po telefonickém dotazování uvedeny. Operátorka odmítala více komunikovat po zjištění, že systém nepovoluje klientce v pokračování žádosti. Z důvodu zamítnutí žádosti nebylo možné ověřit dva ze zkoumaných aspektů.

Po kontaktování jiného finančního specialistu ze společnosti Home Credit byly obdrženy odpovědi na otázky prověřující kvalifikovanost zaměstnance. Bohužel odpovědi byly neúplné a klientovi byly sděleny jen části podmínek souvisejících s úvěrovým produktem.

Webové stránky a obchodní podmínky společnosti byly vyhodnoceny kladně zejména díky jejich přehlednosti a nalezitelnosti. Jediným negativem webových stránek byla komunikace s potenciálním zákazníkem. Do online formuláře pro dotazy byla zaslána kontrolní otázka. Odpověď od společnosti Home Credit zněla, že dotazující není jejich klientem, tudíž nemohou odpovědět. Celkově byl mystery shopping vyhodnocen pěti ANO a pěti NE. Vyhodnocení jednotlivých aspektů kvality viz tabulka 5. Celý zápis z průzkumu se nachází v příloze Q.

Tabulka 5: Vyhodnocení mystery shoppingu v Home Credit

	Nový zákazník
Přehlednost webových stránek	ANO
Nalezitelnost odkazu pro uzavření úvěru	ANO
Nalezitelnost obchodních podmínek	ANO
Přehlednost obchodních podmínek	ANO
Možnost sjednání celého úvěru online	X
Schopnost odpovědět na kontrolní otázku	NE
Podmínky související s možností splatit úvěr předčasně	ANO
Otázka, zdali je možné měnit výši splátky	NE
Otázka týkající se sankcí za opožděnou splátku	NE
Zaměstnancova snaha najít nejlepší řešení	NE
Zaměstnancova snaha zjistit naše přání a potřeby	NE
Nenabízel zaměstnanec jiné produkty, než klient žádal, především vyšší úvěr.	X
Celkem ANO	5
Celkem NE	5

Zdroj: vlastní

5.2 Cofidis

Mystery shopping uzavření spotřebitelského úvěru ve výši 50 000 Kč byl zkomplikován tím, že úvěr nebyl klientce nabídnut z důvodu věkového limitu. Operátor v rámci telefonické komunikace sdělil, že pro uzavření úvěru musí být žadatel minimálně ve věku 23 let. Na stránkách společnosti Cofidis ovšem nalezneme, že žadatel musí dosáhnout hranice věku 18 let. Po zamítnutí žádosti z důvodu nízkého věku klientky bylo doporučeno uzavřít úvěr přes společnost Zonky.cz, ovšem ani zde klientka nebyla úspěšná, viz kapitola 5.3.

Během mystery shoppingu bylo zjištěno, že úvěr od společnosti Cofidis nabízí i partnerská společnost Cofidis-pujcky a tak byl proveden mystery calling do obou společností.⁷¹ Obě dvě zkoumané společnosti mají velmi podobné internetové stránky, které byly vyhodnoceny

⁷¹ Cofidis půjčka na cokoliv bez zálužných poplatků. Cofidis: Společně výhodněji [online]. Praha: COFIDIS s.r.o., 2016 [cit. 2016-11-21]. Dostupné z: <http://www.cofidis-pujcky.cz/>

kladně. Obchodní podmínky mají stejné, tudíž i zde bylo jednotné, v tomto případě negativní, hodnocení. Kompletní zápis z mystery shoppingu ve společnosti Cofidis i Cofidis-pujcky viz příloha R.

V rámci mystery shoppingu získala společnost Cofidis šesti ANO a pěti NE. Finanční specialista po telefonu dokázala zodpovědět dotazy, pouze kontrolní otázku ohledně rozdílu RPSN a úrokové sazby nezodpověděla dle očekávání. Operátorka po každém dotazu poprosila o minutu strpení, aby si mohla odpověď ověřit, protože si nebyla jistá.

Když chce klient zavolat do společnosti Cofidis, každá minuta hovoru ho stojí necelých 5 Kč. Pokud si tohoto faktu všimne dříve, může přes internetové stránky vyplnit své telefonní číslo a operátor mu do 90 minut zavolá.

Vyhodnocení mystery shoppingu ve společnosti Cofidis viz tabulka 6.

Tabulka 6: Vyhodnocení mystery shoppingu v Cofidis

	Nový zákazník
Přehlednost webových stránek	ANO
Nalezitelnost odkazu pro uzavření úvěru	ANO
Nalezitelnost obchodních podmínek	NE
Přehlednost obchodních podmínek	NE
Možnost sjednání celého úvěru online	NE
Schopnost odpovědět na kontrolní otázku	NE
Podmínky související s možností splatit úvěr předčasně	ANO
Otázka, zdali je možné měnit výši splátky	ANO
Otázka týkající se sankcí za opožděnou splátku	ANO
Zaměstnancova snaha najít nejlepší řešení	ANO
Zaměstnancova snaha zjistit naše přání a potřeby	NE
Nenabízel zaměstnanec jiné produkty, než klient žádal, především vyšší úvěr.	X
Celkem ANO	6
Celkem NE	5

Zdroj: vlastní

Naopak v partnerské společnosti Cofidis-pujcky finanční specialista nedokázala zodpovědět jedinou otázku, ihned uváděla, že tyto otázky jsou spíše na společnost Cofidis. Jakmile se pokusila otázku zodpovědět, její odpovědi byly špatné. Celkem získala společnost třemi ANO a osmi NE a dopadla ze zkoumaných nebankovních institucí nejhůře. Vyhodnocení mystery shoppingu ve společnosti Cofidis-pujcky viz tabulka 7.

Tabulka 7: Vyhodnocení mystery shoppingu v partnerské společnosti Cofidis-pujcky

	Nový zákazník
Přehlednost webových stránek	ANO
Nalezitelnost odkazu pro uzavření úvěru	ANO
Nalezitelnost obchodních podmínek	NE
Přehlednost obchodních podmínek	NE
Možnost sjednání celého úvěru online	NE
Schopnost odpovědět na kontrolní otázku	NE
Podmínky související s možností splatit úvěr předčasně	NE
Otázka, zdali je možné měnit výši splátky	NE
Otázka týkající se sankcí za opožděnou splátku	NE
Zaměstnancova snaha najít nejlepší řešení	ANO
Zaměstnancova snaha zjistit naše přání a potřeby	NE
Nenabízel zaměstnanec jiné produkty, než klient žádal, především vyšší úvěr.	X
Celkem ANO	3
Celkem NE	8

Zdroj: vlastní

5.3 Zonky

Žádost o úvěr byla společností Zonky zamítnuta z důvodu, že se snaží, aby půjčky lidem pomáhaly, nikoliv aby jim ztěžovaly život. Klientka byla vyhodnocena jako nevhodný kandidát na uzavření úvěru. I přes neposkytnutí konkrétní nabídky pro klientku, došlo k pokusu ohodnotit webové stránky a ověřit kvalifikovanost zaměstnance.

Společnost Zonky získala nejlepší hodnocení z nebankovních institucí, a to devíti ANO a dvěma NE. Webové stránky společnosti byly vyhodnoceny velmi kladně, operátor byl vstřícný a dokázal srozumitelně a podrobně zodpovědět klientčiny otázky. Vyhodnocení mystery shoppingu se nachází v tabulce 8 a celý zápis z průzkumu v příloze S.

Tabulka 8: Vyhodnocení mystery shoppingu v Zonky

	Nový zákazník
Přehlednost webových stránek	ANO
Nalezitelnost odkazu pro uzavření úvěru	ANO
Nalezitelnost obchodních podmínek	ANO
Přehlednost obchodních podmínek	ANO
Možnost sjednání celého úvěru online	ANO
Schopnost odpovědět na kontrolní otázku	ANO
Podmínky související s možností splatit úvěr předčasně	ANO
Otázka, zdali je možné měnit výši splátky	ANO
Otázka týkající se sankcí za opožděnou splátku	NE
Zaměstnancova snaha najít nejlepší řešení	NE
Zaměstnancova snaha zjistit naše přání a potřeby	ANO
Nenabízel zaměstnanec jiné produkty, než klient žádal, především vyšší úvěr.	X
Celkem ANO	9
Celkem NE	2

Zdroj: vlastní

6 Komparace kvality služeb u různých institucí a návrh na zlepšení

V následující kapitole je vyhodnoceno, zda se tvrzení týkající se kvality finančních služeb stanovená autorkou průzkumem potvrdila či vyvrátila.

6.1 Tvrzení číslo jedna – banky nepečují o své zákazníky

Pro definici kvality finančních služeb, konkrétně spotřebitelského úvěru, bylo stanoveno toto kritérium: kvalitu služeb charakterizuje péče bank o své stálé zákazníky. Pro vyzkoušení, jak se banka o své klienty stará, byl proveden průzkum, v jehož rámci stálý i nový klient (oba stejně bonitní) navštívili tutéž banku a zažádali o spotřebitelský úvěr. Před začátkem průzkumu bylo stanoveno tvrzení, že banka nabídne lepší nabídku novému klientovi, protože se snaží získat co nejvíce nových zákazníků a přetáhnout klienty od konkurenčních bank.

V případě České spořitelny je nabídka pro nového zákazníka mnohem výhodnější než pro stálého klienta. Rozdíl je několik procent v úrokové sazbě – a to z důvodu, že bankérka u stálého klienta nevyhodnotila studentský úvěr jako výhodný a nabídla klasický spotřebitelský úvěr. Celková splacená částka (bez pojištění) by byla u nového zákazníka 62 632 Kč a u stálého zákazníka 75 420 Kč, viz tabulka 9.

Tabulka 9: Porovnání nabídek pro stálého a nového klienta v České spořitelně

	Nabídka pro stálého klienta	Nabídka pro nového klienta
Měsíční splátka	1 257 Kč	1 044 Kč
Úroková sazba	14 %	8,9 %
RPSN	16,85 %	9,41 %
Celková splacená částka	75 420 Kč	62 632 Kč

Zdroj: vlastní

V Air bank jsou nabídky pro stálého i pro nového klienta velmi podobné. Splátka pro nového klienta je 1 193 Kč a pro stálého 1 154 Kč. V případě řádného splácení banka odpustí novému zákazníkovi osm splátek, ale stálému zákazníkovi pouze šest splátek. Z toho vyplývá, že nový klient na odpuštěných splátkách ušetří 2 269 Kč, ale protože jsou pro něj měsíční splátky vyšší o 39 Kč, zaplatí celkově o 186 Kč více než stálý zákazník. Jedná se tedy o lákání nového zákazníka na větší počet odpuštěných splátek, ale výhodnější nabídku dostane stálý klient banky, viz tabulka 10.

Tabulka 10: Porovnání nabídek pro stálého a nového klienta v Air Bank, řádné splácení

	Nabídka pro stálého klienta	Nabídka pro nového klienta
Měsíční splátka	1 154 Kč	1 193 Kč
Úroková sazba	9,9 %	9,9 %
RPSN	10,37 %	10,37 %
Počet odpuštěných splátek	6	8
Ušetření na splátkách	7 408 Kč	9 677 Kč
Celková splacená částka	61 756 Kč	61 842 Kč

Zdroj: vlastní

Pokud ovšem nastane skutečnost, že klient nebude řádně splácet a dostane se až na základní parametry půjčky, je nabídka pro stálého klienta jasně výhodnější. Stálý klient zaplatí celkově 69 164 Kč a nový klient 71 519 Kč. Tato situace nastane, když se klient opozdí se splátkou o více jak jeden měsíc, anebo pokud se pětkrát opozdí o více jak pět dní, viz tabulka 11.

Tabulka 11: Porovnání nabídek pro stálého a nového klienta v Air Bank, zákl. parametry

	Nabídka pro stálého klienta	Nabídka pro nového klienta
Měsíční splátka	1 154 Kč	1 193 Kč
Úroková sazba	13,9 %	14,9 %
RPSN	14,83 %	15,97 %
Celková splacená částka	69 164 Kč	71 519 Kč

Zdroj: vlastní

V UniCredit Bank je nabídka pro stálého a nového klienta obtížně porovnatelná, protože stálému klientovi byl nabídnut pouze úvěr s delší dobou splatností, než byl žádán. Dle bonity klienta (neboli odečtení průměrného příjmu a životního minima) nestačí zbylá částka na splátku v případě splácení kratší dobu. Lze konstatovat, že se tvrzení číslo jedna potvrdilo. U nové zákaznice zaměstnankyně nabídla úvěr, pro který studentka přišla, přestože systém jej nepovolil z důvodu nízkého příjmu, s cílem získat za každou cenu nového zákazníka, který by v budoucnu uzavřel další finanční produkty. Proto dostala nová klientka mnohem výhodnější nabídku, viz tabulka 12.

Tabulka 12: Porovnání nabídek pro stálého a nového klienta v UniCredit Bank

	Nabídka pro stálého klienta	Nabídka pro nového klienta
Měsíční splátka	999 Kč	1 313 Kč
Počet splátek	84	60
Úroková sazba	10 %	13 %
RPSN	17,4 %	21,32 %
Celková splacená částka	84 163 Kč	79 109 Kč

Zdroj: vlastní

6.2 Tvrzení číslo dvě – zaměstnanci nejsou dostatečně kvalifikováni

Další tvrzení stanovené v rámci zjišťování kvality finančních služeb vyjadřovalo myšlenku, že zaměstnanci v bankách nejsou dostatečně kvalifikováni. Pro potvrzení či vyvrácení tohoto tvrzení byla zaměstnancům položena stejná kontrolní otázka – „Proč je rozdíl mezi úrokovou sazbou a RPSN, když uvádíte, že je úvěr bez poplatků?“. Správná odpověď na tuto otázku zní: „Úvěr je čerpán déle, než je splácen, neboli peníze dostanete ihned, ale první splátku platíte až další měsíc, a proto dochází k mírnému zvýšení úroku. Dále je v tom započítáno posunutí termínu splátky, pokud to banky umožňuje – tzn. vaše splátka je k 20. ale vy si ji posunete k 25., tudíž o dalších 5 dní naroste úrok.“

Na tuto otázku dokázali bez problémů odpovědět zaměstnanci Air Bank na liberecké pobočce. Detailně a srozumitelně vysvětlili, proč se RPSN neshoduje s úrokovou sazbou,

když si tato banka zakládá na tom, že je vše bez poplatků. Zaměstnanci potvrdili, že jsou proškoleni od svého zaměstnavatele a dokázali odpovědět na otázku, která je uvedena a vysvětlena i na internetových stránkách.⁷²

Naproti tomu u České spořitelny a UniCredit Bank byly odpovědi nepřesné. V České spořitelně zaměstnankyně hovořily o vstupním poplatku jako o jediném důvodu, proč se RPSN liší od úrokové sazby. Bankéřky UniCredit Bank uvedly jako jediné faktory vstupní poplatek a pojištění.

Co se týče dalších zkoumaných aspektů souvisejících s kvalifikovaností personálu, výsledky jsou podobné jako u kontrolní otázky. Dotazy týkající se pojistných podmínek byly zodpovězeny neúplně a v některých případech i nepravdivě. Pouze v Air Bank zaměstnanci dokázali detailně podmínky a princip pojištění i celého úvěru popsat.

U nebankovních institucí je kvalifikovanost zaměstnanců na podobné úrovni jako u bank. V Home Credit ani v Cofidis zaměstnanci nedokázali kontrolní otázku zodpovědět. Pouze operátor u společnosti Zonky dokázal klientce vysvětlit důvody vyššího RPSN oproti úrokové sazbě.

Pro zjištění kvalifikovanosti zaměstnanců byly položeny další doplňující otázky. Z tabulky 13 je zřejmé, že zaměstnanci České spořitelny a UniCredit bank odpověděli správně pouze na jednu otázku. Z toho vyplývá, že pracovníci nejsou dostatečně kvalifikovaní, aby pomáhali klientům. Finanční služby u těchto bank tak nemohou být vyhodnoceny jako kvalitní. U Air Bank lze finanční služby považovat za kvalitní, jejich zaměstnanci získali plný počet kladných hodnocení.

Nebankovní instituce měly velkou výhodu v tom, že operátoři mohli během hovoru dohledávat potřebné informace a nalézt tak správné odpovědi. Ovšem ve společnosti Home Credit a Cofidis-půjčky přesto nebyly obdrženy správné odpovědi. Ve společnosti Cofidis operátorka zodpověděla otázky dobře, ale potřebovala vždy alespoň minutu na dohledání informací. Operátor ze společnosti Zonky zvládl odpovědět rychle, srozumitelně, správně

⁷² *Půjčka* [online]. Dostupné z: <https://www.airbank.cz/cs/pujcka/sazby-a-poplatky/>.

i dostatečně výstižně. Z toho vyplývá, že společnosti Home Credit a Cofidis-pujcky nabízejí nekvalitní poradenské služby, naopak společnosti Zonky a Cofidis kvalitní.

Tabulka 13: Porovnání kvalifikovanosti zaměstnanců

Finanční instituce	Kontrolní otázka	Otázka č. 1	Otázka č. 2	Otázka č. 3
Česká spořitelna – Liberec	NE	NE	ANO	X
Česká spořitelna – Děčín	NE	NE	ANO	NE
UniCredit Bank – Liberec	NE	NE	ANO	X
UniCredit Bank – Jabl. n. Nisou	NE	NE	ANO	X
Air Bank – Liberec A	ANO	ANO	ANO	ANO
Air Bank – Liberec B	ANO	ANO	ANO	ANO
Home Credit	NE	ANO	NE	NE
Cofidis	NE	ANO	ANO	ANO
Cofidis-pujcky	NE	NE	NE	NE
Zonky	ANO	ANO	ANO	NE

Zdroj: vlastní

6.3 Korektnost nabídek spotřebitelských úvěrů

Tato podkapitola je zaměřena na ověření tvrzení, že finanční instituce zakrývají, z čeho přesně je celková splacená částka tvořena. Účelem RPSN je pomoci klientům porovnat různé nabídky, pokud jsou RPSN zkreslená, dochází k obelhávání zákazníka.

Nabídky bank byly propočítány, přičemž hlavní důraz průzkumu byl kladen na sazbu RPSN, respektive na to, zda je tato sazba poskytována v takové výši, jakou banka uvádí při dané měsíční splátce. Dále byla propočítána celková splacená částka, s cílem zjistit, zda její výše odpovídá měsíčním splátkám a dalším poplatkům souvisejícím s úvěrem a úvěrovým účtem.

V rámci průzkumu nebankovních institucí nebyly pro klientku získány konkrétní nabídky spotřebitelských úvěrů, tudíž byly propočítány pouze nabídky z online kalkulaček. Aby bylo možné porovnat korektnost nabídek bankovních i nebankovních institucí, byly ověřeny i online nabídky bank.

Pro výpočet RPSN byl využit oficiální vzorec na výpočet toho finančního ukazatele. Byl využit program Excel z balíčku Microsoft Office, který nabízí funkci na výpočet úrokové míry, RPSN a celkové částky.

6.3.1 Česká spořitelna

V této instituci nebyla u stálé klientky vytištěna přesná kalkulace úvěru, hodnoty byly pouze nadiktovány. Kontrolním výpočtem vyšlo 19,01 %, v nabídce přitom bylo uvedeno 16,85 %. Česká spořitelna záměrně nezahrnuje do roční procentní sazby nákladů pojištění (neboť zákazník má možnost kdykoliv jej zrušit). Při výpočtu sazby RPSN i s náklady na pojištění vychází v případě levnější varianty A RPSN 23,33 % a v případě dražší varianty B 24,40 %. Banka nejspíše předpokládá, že tato čísla by klientku odradila od uzavření pojištění a možná i od uzavření celého úvěru. Korektnost celkových splacených částek nelze ověřit, jelikož musely být dopočítány klientkou. Viz tabulka 14.

Tabulka 14: Nabídka pro stálého klienta, Česká spořitelna

Měsíční splátka	1 257 Kč	Nabídka	Výpočet	Celková splacená částka
RPSN		16,85 %	19,01 %	75 420 Kč
RPSN s pojištěním varianta A		Neuvedeno	23,33 %	81 420 Kč
RPSN s pojištěním varianta B		Neuvedeno	24,40 %	82 920 Kč

Zdroj: vlastní

U nové klientky byla vytištěna poměrně přehledná nabídka úvěru s RPSN 9,41 %. Dle oficiálního vzorce RPSN vychází 9,65 %, tato odchylka může být způsobena jiným kalkulátorem. Celková splacená částka byla nabídnuta o 8 Kč nižší, než vychází součin počtu a výše splátek. Při výpočtu RPSN i s náklady na pojištění vychází hodnota 13,33 %, viz tabulka 15.

Tabulka 15: Nabídka pro nového klienta, Česká spořitelna

Měsíční splátka 1 044 Kč	Nabídka	Výpočet	Výpočet i s pojištěním
RPSN	9,41 %	9,65 %	13,33 %
Celková splacená částka	62 632 Kč	62 640 Kč	67 620 Kč

Zdroj: vlastní

Pro možné porovnání s nebankovními institucemi je zkontrolována i korektnost online nabídky, viz tabulka 16.

Tabulka 16: Online nabídka České spořitelny

Měsíční splátka 1 304 Kč	Nabídka	Výpočet
RPSN	21,44 %	21,05 %
Celková splacená částka	78 655 Kč	78 420 Kč

Zdroj: vlastní

6.3.2 UniCredit Bank

Při kontrolním výpočtu RPSN v UniCredit Bank vychází odchylky od nabídnutých a spočítaných RPSN okolo jednoho procenta. Celkové splacené částky jsou nejasné. U stálého klienta je nabízeno RPSN ve výši 11,51 %, ale kalkulátor vypočítal 12,63 %. Celková splacená částka rovnající se celkovému součtu splátek je nižší o 212 Kč než nabídnutá. V případě pojištění je uvedeno RPSN 17,4 % a dle výpočtu kalkulátoru by mělo být 18,72 %, vypočtená celková splacená částka je nižší o 247 Kč, viz tabulka 17.

Tabulka 17: Nabídka pro stálého klienta, UniCredit Bank

Měsíční splátka i s pojištěním 855 Kč 999 Kč	Nabídka	Výpočet
RPSN	11,51 %	12,63 %
Celková splacená částka	72 032 Kč	71 820 Kč
RPSN i s pojištěním	17,4 %	18,72 %
Celková splacená částka i s pojištěním	84 163 Kč	83 916 Kč

Zdroj: vlastní

U nového zákazníka byla vytištěna poměrně přehledná nabídka úvěru, ale pouze se zahrnutým pojištěním. Pokud přepočítáme RPSN, dostaneme se na vyšší sazby, přičemž i v případě, že odečteme náklady, které nenastanou se správou studentského účtu, získáme RPSN vyšší (22,47 %). Co se týče celkové splacené částky za úvěr, měla by být dle nabídky 79 109 Kč. Pokud vynásobíme počet splátek a měsíční splátku, dostaneme se na číslo 78 780 Kč.

V nabídce je uvedeno, že všechny poplatky jsou ve splátce rozpočítány, tudíž by nemělo docházet k rozdílům. Odchyly korun jsou pouze v řádu stokorun, ale nabídky by měly být pro klienty transparentnější, viz tabulka 18.

Tabulka 18: Nabídka pro nového klienta, UniCredit Bank

Měsíční splátka	1 313 Kč	Nabídka	Výpočet
RPSN		21,32 %	23,18 %
Celková splacená částka		79 109 Kč	78 780 Kč

Zdroj: vlastní

Pro možné porovnání s nebankovními institucemi je zkontrolována i korektnost online nabídky, tato nabídka zahrnuje i pojištění. Viz tabulka 19.

Tabulka 19: Online nabídka UniCredit Bank

Měsíční splátka	1 226 Kč	Nabídka 60/84 měsíců	Výpočet 60/84 měsíců
RPSN		neuvedeno	17,67 % / 17,47 %
Celková splacená částka		74 935 Kč / 85 350 Kč	73 560 Kč / 83 916 Kč

Zdroj: vlastní

6.3.3 Air Bank

Nabídky Air Bank byly rozděleny na dvě varianty. V první variantě klient řádně splácí úvěr a banka mu tak odpustí několik splátek (tím je úroková sazba snížena oproti základním parametrům). Druhá varianta je aplikována v případě, že klient nedodržel podmínky včasného spláčení, tudíž mu nejsou odpuštěny splátky a úroková sazba je vyšší.

U stálého klienta je rozdíl vypočteného RPSN a uvedeného minimální. V případě základních parametrů je vypočtené 14,52 % a získané 14,83 %. Celková částka splacená bance odpovídá počtu a výši splátkám, odchylka je 76 Kč, viz tabulka 20.

Tabulka 20: Nabídka pro stálého klienta, základní parametry Air Bank

Měsíční splátka	1 154 Kč	Nabídka	Výpočet
RPSN		14,83 %	14,52 %
Celková splacená částka		69 164 Kč	69 240 Kč

Zdroj: vlastní

V případě řádného splácení je vypočtené RPSN opět téměř stejné, rozdíl hodnot 10,37 % a 10,49 % může být způsoben i komplikovaností varianty s odpouštěním splátek. Celková splacená částka, která odpovídá 54 splátkám, je 62 316 Kč, banka uvádí 61 756 Kč, viz tabulka 21.

Tabulka 21: Nabídka pro stálého klienta, řádné splácení Air Bank

Měsíční splátka	1 154 Kč	Nabídka	Výpočet
RPSN		10,37 %	10,49%
Celková splacená částka		61 756 Kč	62 316 Kč

Zdroj: vlastní

U nového klienta je situace velmi podobná, rozdíl RPSN v případě základních parametrů je malý. Celková částka uvedená bankou je o 61 Kč menší, než když jsou sečteny měsíční splátky, viz tabulka 22.

Tabulka 22: Nabídka pro nového klienta, základní parametry Air Bank

Měsíční splátka	1 193 Kč	Nabídka	Výpočet
RPSN		15,97 %	16,23 %
Celková splacená částka		71 519 Kč	71 580 Kč

Zdroj: vlastní

I v případě řádného splácení vypočtené RPSN odpovídá nabídnutému. Celková splacená částka nabídnutá je o 194 Kč nižší než částka získaná vynásobením výše a počtu splátek (52), viz tabulka 23.

Tabulka 23: Nabídka pro nového klienta, řádné splácení Air Bank

Měsíční splátka	1 193 Kč	Nabídka	Výpočet
RPSN		10,37 %	10,66 %
Celková splacená částka		61 842 Kč	62 036 Kč

Zdroj: vlastní

Celkově se v uvedených částkách a sazbách jedná o velmi drobné odchylky. Banka by mohla tyto drobné odchylky částek ujasnit, aby zákazník přesně viděl, z čeho se splácení úvěru skládá. Nabídky lze vyhodnotit jako kvalitní, ale je zde prostor pro zlepšení.

Pro možné porovnání s nebankovními institucemi je zkontrolována i korektnost online nabídky, viz tabulka 24.

Tabulka 24: Korektnost online nabídky Air Bank

Měsíční splátka	1 078 Kč	Nabídka	Výpočet
RPSN		11,47 %	11,17 %
Celková splacená částka		64 633 Kč	64 680 Kč

Zdroj: vlastní

6.3.4 Home Credit

Online kalkulačka společnosti Home Credit nabízí splátku ve výši 1 179 Kč, úrokovou sazbu 14,68 %, RPSN 15,8 % a celková splacená částka činí 70 740 Kč, nabídka viz příloha T. Zkontrolováním korektnosti této nabídky jsou získána téměř stejná čísla, viz tabulka 25.

Tabulka 25: Korektnost nabídek Home Credit

Měsíční splátka	1 179 Kč	Nabídka online kalkulačky	Výpočet
RPSN		15,8 %	15,62 %
Celková splacená částka		70 740 Kč	70 740 Kč

Zdroj: vlastní

6.3.5 Cofidis

Nabídka získaná na stránkách společnosti Cofidis je následující: úroková sazba 10,10 %, měsíční splátka 1 065 Kč, RPSN 10,58 % a celková splacená částka 63 900 Kč, více viz příloha U. Propočítáním této nabídky z online kalkulačky jsou získána stejná čísla, viz tabulka 26.

Tabulka 26: Korektnost online nabídky společnosti Cofidis

Měsíční splátka	1 065 Kč	Nabídka online kalkulačky	Výpočet
RPSN		10,58 %	10,59 %
Celková splacená částka		63 900 Kč	63 900 Kč

Zdroj: vlastní

Na stránkách partnerské společnosti Cofidis-pujcky byla získána méně výhodná nabídka, úroková sazba 11,9 %, měsíční splátka 1 176 Kč, RPSN 15,5 %, celková splacená částka 70 580 Kč, viz příloha V. Korektnost této nabídky je opět velmi dobrá.

Tabulka 27: Korektnost nabídky společnosti Cofidis-pujcky

Měsíční splátka	1 176 Kč	Nabídka online kalkulačky	Výpočet
RPSN		15,5 %	15,5 %
Celková splacená částka		70 580 Kč	70 560 Kč

Zdroj: vlastní

6.3.6 Zonky

V online kalkulačce lze nejen nastavit výši měsíční splátky, ale i odhadovaná bonita klienta. Dle doporučení finančního specialisty ze společnosti Zonky byla zvolena prostřední

varianta, která by měla být dosažitelná pro klientku bez úvěrové minulosti. Měsíční splátka by vycházela 1 029 Kč měsíčně, úroková sazba 8,49 %, RPSN 9,75 %, celková splacená částka 61 717 Kč, viz příloha W. Při kontrolním výpočtu RPSN vychází dokonce nižší sazba, vypočtená celková splacená částka odpovídá nabídce, viz tabulka 28.

Tabulka 28: Korektnost online nabídky společnosti Zonky

Měsíční splátka	1 029 Kč	Nabídka online kalkulačky	Výpočet
RPSN		9,75 %	8,98 %
Celková splacená částka		61 717 Kč	61 740 Kč

Zdroj: vlastní

6.4 Srovnání nabídky na internetu a reality

Tato kapitola srovnává nabídky, které lze nalézt na internetu a které slouží k nalákání zákazníků na uzavření spotřebitelského úvěru u dané banky. U nebankovních institucí toto srovnání není možné z důvodu neobdržení žádné reálné nabídky konkrétně pro klientku.

6.4.1 Česká spořitelna

Česká spořitelna zveřejňuje na svých internetových stránkách online kalkulačku, kde je možné spočítat, jaký spotřebitelský úvěr by mohl klient u této banky získat. Nabídka se nachází v příloze X. Překvapivě tato nabídka není výhodnější, než nabídky získané v rámci mystery shoppingu. Nová klientka obdržela mnohem výhodnější nabídku, především z důvodu, že jí byl nabídnut studentský úvěr, avšak banka v online kalkulačce studentský úvěr nenabízí. Celková splacená částka pro stálého klienta vychází oproti online nabídce o 3 235 Kč méně, viz tabulka 29.

Tabulka 29: Porovnání získaných nabídek Česká spořitelna

	Nabídka pro stálého klienta	Online nabídka	Nabídka pro nového klienta
Měsíční splátka	1 257 Kč	1 304 Kč	1 044 Kč
Úroková sazba	14 %	18,84 %	8,9 %
RPSN	16,85 %	21,44 %	9,41 %
Celková splacená částka	75 420 Kč	78 655 Kč	62 632 Kč

Zdroj: vlastní

6.4.2 UniCredit Bank

I UniCredit Bank nabízí online spočítání spotřebitelského úvěru na internetových stránkách banky. Dokonce nabízí možnost zahrnout do nabídky i případné pojištění. Na stránkách však chybí RPSN, které se nikde u nabízeného produktu nenachází. Detail nabídky je v příloze Y.

V době zpracovávání průzkumu byla na webových stránkách banky upoutávka na bonus ve výši 3000 Kč v případě sjednání úvěrového produktu. Při návštěvě pobočky nebyla klientka o této akci informována, naopak jí byl naúčtován poplatek 1 500 Kč za zprostředkování půjčky.

Nabídka pro nového klienta získaná přímo na pobočce, je méně výhodná než nabídka z internetových stránek. Potencionální klient obdržel nabídku na úvěr, v němž je celková splacená částka oproti online nabídce vyšší o 4 174 Kč. Stálý klient obdržel nabídku, kde byla výše splátky stejná jako v online nabídce, ale celková splacená částka byla o 1 187 Kč nižší – tudíž tato nabídka byla výhodnější. Porovnání získaných nabídek se nachází v tabulce 30.

Tabulka 30: Porovnání získaných nabídek UniCredit Bank

	Nabídka pro stálého klienta	Online nabídka	Nabídka pro nového klienta
Měsíční splátka	999 Kč	999 Kč/1 226 Kč	1 313 Kč
Počet splátek	84	84/60	60
Úroková sazba	10 %	10 %	13 %
RPSN	17,4 %	neuvedeno	21,32 %
Celková splacená částka	84 163 Kč	85 350 Kč/74 935 Kč	79 109 Kč

Zdroj: vlastní

6.4.3 Air Bank

V internetové kalkulačce na stránkách nabízí Air Bank nabídku, která je výhodnější než nabídky, které získali stálý i nový klient na pobočce. V případě včasného splácení nabízí online kalkulačka nejnižší možnou úrokovou sazbu, kterou je Air Bank schopná poskytnout (tj. 6,9 %). Klientkám na pobočce byly naopak nabídnuty nejvyšší úrokové sazby (9,9 %).

I v případě základních parametrů je uvedená úroková sazba nižší než nabídnuté. Kompletní nabídka viz příloha Z.

Při variantě základních parametrů je celková splacená částka v online nabídce nižší o 6 886 Kč než u nového zákazníka a o 4 531 Kč než u stálého zákazníka. Porovnání nabídek, v níž je aplikována nabídka základních parametrů, se nachází v tabulce 31.

Tabulka 31: Porovnání získaných nabídek v Air Bank, základní parametry

	Nabídka pro stálého klienta	Online nabídka	Nabídka pro nového klienta
Měsíční splátka	1 154 Kč	1 078 Kč	1 193 Kč
Úroková sazba	13,9 %	10,9 %	14,9 %
RPSN	14,83 %	11,47 %	15,97 %
Celková splacená částka	69 164 Kč	64 633 Kč	71 519 Kč

Zdroj: vlastní

Rozdíly celkových částek v případě, že klient včasně splácí, nejsou tak velké jako u základních parametrů. Online nabídka je ve srovnání s obdrženými nabídkami na pobočkách mnohem výhodnější, viz tabulka 32.

Tabulka 32: Porovnání získaných nabídek v Air Bank, řádné splácení

	Nabídka pro stálého klienta	Online nabídka	Nabídka pro nového klienta
Měsíční splátka	1 154 Kč	1 078 Kč	1 193 Kč
Úroková sazba	9,9 %	6,9 %	9,9 %
Počet odpuštěných splátek	6	6	8
RPSN	10,37 %	7,13 %	10,37 %
Celková splacená částka	61 756 Kč	58 033 Kč	61 842 Kč

Zdroj: vlastní

6.5 Porovnání kvality u bankovních a nebankovních institucí

Co se týče kvalitativního aspektu korektnosti nabídek, byly porovnány odchylky online nabídky bankovních a nebankovních institucí. Všechny nabídky (až na UniCredit Bank) obsahují pouze drobné, zanedbatelné odchylky, pravděpodobně vzniklé z důvodu využití jiného kalkulátoru než jakého využívají uvedené finanční instituce. Závěrem lze tedy konstatovat, že kvalita online nabídek je stejná (velmi dobrá) jak v bankovních, tak v nebankovních institucích.

Celkové porovnání bankovních a nebankovních institucí na základě kladně či negativně vyhodnocených dílčích aspektů kvality se nachází v tabulce 33. Air Bank můžeme považovat za nejkvalitnější banku a Zonky za nejkvalitnější nebankovní instituci. Mezi bankami byly nejhůře vyhodnoceny finanční služby v UniCredit Bank v jablonecké pobočce a v České spořitelně v děčínské pobočce: počet odpovědí NE převažoval nad počtem odpovědí ANO, což znamená, že nekvalitní aspekty služby převažují. Z nebankovních institucí dopadla nejhůře partnerská společnost Cofidis-pujcky, která nezvládá kvalitně zprostředkovávat finanční služby. Zda jsou služby kvalitnější u bankovních či nebankovních institucí, nelze vyhodnotit, protože každá instituce je velmi individuální.

Tabulka 33: Porovnání celkové kvality finančních institucí

Finanční instituce	Počet ANO	Počet NE	Celkem	Kladné odpovědi
Česká spořitelna – Liberec	6	6	12	50 %
Česká spořitelna – Děčín	6	7	13	46 %
UniCredit Bank – Liberec	8	3	11	73 %
UniCredit Bank – Jabl. n. Nisou	5	6	11	45 %
Air Bank – Liberec stálý	9	3	12	75 %
Air Bank – Liberec nový	9	3	12	75 %
Home Credit	5	5	10	50 %
Cofidis	6	5	11	55 %
Cofidis-pujcky	3	8	11	27 %
Zonky	9	2	11	82 %

Zdroj: vlastní

7 Zjištěné problémy kvality a návrhy na zlepšení

Zkušenosti autorky práce a její závěry nelze aplikovat na poskytované finanční služby jako celek, ani na všechny finanční instituce na trhu. Zjištěné problémy kvality se týkají bank i nebankovních institucí, kde byl proveden průzkum.

Ve všech bankách se vyskytovaly stejné problémy. Zaměstnanci se ve všech případech snažili přesvědčit klienta, aby uzavřel vyšší úvěr, než pro který přišel klient zažádat. Ve všech nabídkách byly nalezeny drobné nesrovnalosti, které snižují transparentnost kalkulace úvěru.

U nebankovních institucí vznikl hlavní problém hned na počátku průzkumu, kdy bylo zjištěno, že podmínky pro uzavření úvěru uvedené na internetových stránkách jsou matoucí a neúplné.

V jednotlivých finančních institucích byly objeveny různé problémy kvality, které jsou v následujících podkapitolách popsány společně s návrhy na jejich zlepšení.

7.1.1 Česká spořitelna

Při mystery shoppingu v děčínské pobočce, kde byla zažádat o úvěr klientka České spořitelny, bylo největším nedostatkem neposkytnutí transparentní nabídky. Bankéřka nepředložila klientce nabídku – pouze uvedla výši splátky a počet splátek. Informace o dalších sazbách (úroková, RPSN) byly poskytnuty až na vyžádání. Celkovou splacenou částku si klientka musela spočítat sama, ovšem zde není garance, že se celková splacená částka bude opravdu rovnat počtu splátek. Na malý papír zaměstnankyně vypsala následující údaje: počet splátek a výše měsíční splátky (na papíru byla uvedena částka o několik korun nižší, než byla později nabídnuta). Zbylé hodnoty si klientka dopsala na lísteček sama. Tento přístup k zákazníkovi nelze vyhodnotit jako profesionální ani kvalitní.

U stálé klientky bankérka zdůrazňovala výhodnost této nabídky pro klienta bez úvěrové minulosti. Vyprávěla příběhy ze svého života, které měly podtrhnout výhodnost nabídky úvěru, který byl klientce nabídnut. Později však bylo zjištěno, že tato nabídka byla nejméně výhodná ze všech získaných.

Na liberecké pobočce problém s předložením nabídky nebyl. Zaměstnankyně se však snažila, aby klientka ihned došla pro výpisy z banky, nutné jako potvrzení příjmu, a aby úvěr ihned podepsala. Vytištěná nabídka vybízí klienta k uzavření nejvyššího možného úvěru, který je banka schopna klientce poskytnout.

RPSN uvedené v nabídkách nezahrnují náklady na pojištění, v případě stálé klientky bylo uvedeno mnohem nižší RPSN, než bylo vypočteno. Z toho vyplývá, že banka nedává zákazníkovi transparentní data, která vedou k rozhodnutí o uzavření úvěru. Kvalitu služeb snižuje rovněž fakt, že zaměstnanci nejsou schopni odpovědět na dotazy související se spotřebitelským úvěrem.

Česká spořitelna by se pro zlepšení kvality svých služeb měla zaměřit na proškolení svých zaměstnanců, aby byli schopni poskytnout důležité informace týkající se úvěru a aby bylo samozřejmostí tyto informace zákazníkům vytisknout. Bankéři by měli zákazníkovi spočítat i RPSN v případě uzavření pojištění k úvěru a především by měli uvádět celkové splacené částky.

7.1.2 UniCredit Bank

Jedním z největších nedostatků kvality UniCredit Bank jsou webové stránky, které splňují požadavky, jež ukládá Zákon o spotřebitelských úvěrech, pouze částečně. Banka má v reprezentativním příkladu uvedenou výši RPSN, ovšem pokud si chce spotřebitel do úvěrové kalkulačky zadat jiné parametry, výši RPSN se nikde nedozví, „*ani malými písmenky tam dole*“, jak uvedla zaměstnankyně na pobočce. Dalším problémem je lákání zákazníků na bonus, který je uplatňován jen za neznámých podmínek.

V UniCredit Bank se vyskytuje problém s celkovými splacenými částkami. Při vypočtení součinu výše a počtu měsíčních splátek není výsledkem částka uvedená v nabídce. Pokud se přičtou uvedené poplatky (které mají být již zahrnuty ve splátkách), k dané částce se také nelze dopočítat. Zůstává tedy záhadou, proč je celková částka vyšší než součet všech měsíčních splátek. Tato nejasnost se týká všech nabídek získaných u UniCredit Bank, jak v kamenných pobočkách, tak v případě online nabídky.

Dalším nedostatkem banky je, že na webových stránkách je jako hlavní výhoda PRESTO půjčky zdůrazňováno pojištění nezaměstnanosti, které však bankérka na pobočce nedoporučovala uzavřít pro jeho nevýhodné podmínky. Je nutno ocenit upřímnost zaměstnankyně; banka evidentně nabízí produkt, který nemá smysl.

Na jablonecké pobočce, kde byla žádat o úvěr klientka UniCredit Bank, nebylo jednoduché získat sazby týkající se úvěru. Po vyžádání zaměstnankyně sepsala na papírek sazby pro nabízený úvěr (jak v případě uzavření i s pojištěním, tak bez něj). Úvěrové problematice evidentně nerozuměla, protože po každém dotazu volala kolegyni, aby zjistila odpověď. Pracovnice nabídla klientce spotřebitelský úvěr, ale pouze z oficiální kalkulačky, která je dostupná i na internetových stránkách. Neprověřovala bonitu klienta a nekontrolovala bankovní a nebankovní registry. I přesto, že nabídla úvěr, nezjistila, zda by ho banka opravdu poskytla a v jaké výši by se přesná nabídka pohybovala.

UniCredit Bank by se měla zaměřit především na zvýšení transparentnosti nabídek a vytvořit takové pojistné produkty, které by zaměstnanci doporučovali klientům. Pracovníci by měli být schopni srozumitelně a výstižně vysvětlit podmínky nabízených produktů. UniCredit Bank by měla zajistit kvalitní proškolení zaměstnanců i v rámci svých partnerských společností. Zaměstnanci by v každém případě měli být schopni orientovat se v nabízených produktech, poskytnout je, eventuálně (v případě partnerských společností) odkázat klienta na pobočku samotné banky.

7.1.3 Air Bank

V Air Bank byla úroveň kvality finančních služeb vyhodnocena jako velmi dobrá. Jediné, co může srážet celkově dobrý dojem při návštěvě pobočky je skutečnost, že zaměstnanec přesvědčuje klienta, aby si dobře rozmyslel výši úvěru a zvážil, zda si nechce vypůjčit větší částku. Na druhou stranu toto doporučení může klientovi pomoci v případě, že by přišel do banky za týden znova a chtěl nový úvěr, jak zaměstnanci nejčastěji uvádí.

Air Bank by mohla na svých internetových stránkách nastavit online kalkulačku tak, aby nabízela nejhorší možnou variantu nebo zlatou střední cestu – klient by tak mohl být na pobočce jediné překvapen a nikoliv zklamán z výše úrokové sazby.

7.1.4 Home Credit

Společnost Home Credit úvěr autorce práce neposkytla, přičemž uvedla, že tak činí z interních důvodů. Toto zamítnutí následovalo ihned po zadání rodného čísla do online žádosti. Ani po telefonátu do společnosti ve snaze zjistit přesné důvody nepovolení pokračování žádosti nebyly potencionální klientce sděleny podrobnější informace a nebyla projevena snaha pomoci jí.

Operátoři v rámci mystery callingu nebyli vstřícní a nedokázali odpovědět na klientčiny dotazy. Nabídka produktů Home Credit není tak široká, aby zaměstnanci nemohli znát veškeré důležité informace a nebyli schopni pohotově je poskytnout. Společnost by se měla zaměřit na lepší proškolení svých pracovníků, aby si opravdu mohli říkat finanční specialisté.

7.1.5 Cofidis

Cofidis na svých internetových stránkách mylně uvádí, že pro uzavření úvěru je nutno dosáhnout věkové hranice 18 let. Při zaslání žádosti byla klientka obeznámena s faktem, že úvěr je možné uzavřít až od 23 let. Společnost by na svých stránkách měla pravdivě uvádět aplikované podmínky pro schválení žádosti.

Největším problémem kvality je však partnerská společnost, která nedokáže poskytnout kvalitní finanční služby. Nabízený úvěr je přes tyto stránky mnohem vyšší než u samotné společnosti Cofidis. Navíc společnost Cofidis-pujčky nemá—dostatečně proškolené operátory, operátorka neodpověděla správně na žádný dotaz. Operátorka ze společnosti Cofidis dokázala zodpovědět klientčiny dotazy, ale odpovědi si musela během hovoru dohledat. Pro zkvalitnění služeb by měli být operátoři lépe proškoleni a to i v partnerských společnostech. Negativně lze vnímat fakt, že zavolání do společnosti Cofidis je poměrně drahé. Společnost by se spíše měla snažit odstraňovat bariéry pro kontaktování bankéřů a uzavírání úvěrů.

7.1.6 Zonky

Operátor ze společnosti Zonky neodpověděl uspokojivě pouze na jedinou otázku týkající se sankcí za opožděnou splátku, jinak byly odpovědi podrobné. Pracovník na telefonu mluvil slovensky, což by některým klientům mohlo dělat potíže vzhledem k tomu, že hovořil velice rychle.

Závěr

Bakalářská práce Kvalitativní aspekty finančních služeb se zaměřuje na kvalitu spotřebitelského úvěru uzavřeného u bankovních i nebankovních institucí. Kvalitu finanční služeb definuje několik dílčích aspektů (stanovených autorkou práce), které byly otestovány v rámci návštěvy poboček a žádostí úvěrů přes internet.

Jelikož je kvalita finančních služeb pro práci charakterizována spokojeností zákazníka, bylo pro zjištění kvality služeb třeba vyzkoušet služby osobně. Proto byla vybrána jako hlavní výzkumná metoda mystery shopping.

Hlavním cílem práce bylo ověřit tvrzení, že banky nabídnou v rámci množiny stejně bonitních klientů lepší podmínky nově přichozím zákazníkům oproti zákazníkům stávajícím. Toto tvrzení se u všech zkoumaných bank alespoň částečně potvrdilo. Především v České spořitelně a v UniCredit Bank nový klient obdržel mnohem výhodnější nabídku než klient stávající. V Air Bank byly nabídky velmi podobné, až na větší počet odpuštěných splátek v případě nového klienta. I přes tento bonus je však celková splacená částka nižší u stálého zákazníka.

Z provedeného průzkumu vyplynulo, že finanční instituce nezaměstnávají dostatečně kvalifikované zaměstnance schopné poskytnout kvalitní služby včetně srozumitelných a podrobných informací. Jelikož je spotřebitelský úvěr velice často žádaným finančním produktem, zaměstnanci musí umět zodpovědět jakýkoliv dotaz týkající se tohoto produktu. Během výzkumu byly kladeny otázky, které dle autorky práce patří k základním dotazům, a bez odpovědí na ně by klient neměl spotřebitelský úvěr uzavírat. Tyto otázky se týkaly podmínek splácení, např. předčasného splacení a pojistných podmínek. Bankéři by měli být kompetentní vysvětlit výhody produktu a sdělit zákazníkovi všechny zásadní podmínky související s čerpáním produktu, především pokud se klient na tyto informace dotazuje. V dnešní době je vyvíjen tlak na zvyšování finanční gramotnosti spotřebitelů, ovšem zkoumané banky nejsou na tento trend dostatečně připraveny. Během mystery shoppingů byli všichni zaměstnanci překvapeni skladbou a množstvím dotazů klientky. Ze zkušeností

během průzkumu lze vyhodnotit, že žadatelé o úvěr nejsou zvyklí zjišťovat detailní podmínky produktu.

Autorka práce navrhuje, aby finanční instituce více investovaly do lidských zdrojů, poskytovaly zaměstnancům kvalitní školení, jak o finančních produktech, tak o adekvátní komunikaci s klientem. Bankéř by neměl vyvíjet přílišný tlak na rychlé uzavření produktu a neměl by opakovaně vybízet k navýšení půjčované částky. Měl by se u klienta pouze zaměřit na ověření, zda je výše půjčky dostatečná k zamýšlenému účelu.

Dílčím cílem práce bylo ověřit kvalitu nabídek na spotřebitelský úvěr. V průzkumu bylo zjištěno, že nabídky získané v bankách nejsou dostatečně transparentní, celkové splacené částky neodpovídají počtu a výši splátek a RPSN je v několika případech uvedeno chybně. Pokud by byly poplatky za služby transparentní a smysluplné, nesnižovaly by spokojenost klientů a tedy ani celkovou kvalitu finančních služeb. Obdržené nabídky by měly být zpracovány tak, aby žadatel přesně viděl, jaké náklady jsou s úvěrem spojené. Celková splacená částka by měla být zřetelně uvedena, aby byl zákazník přesně informován, kolik ho půjčení peněz bude stát. Zároveň lze konstatovat, že v online kalkulačkách nebankovních i bankovních institucí jsou údaje týkající se nabídky spotřebitelského úvěru uvedeny správně. Jediná UniCredit Bank udává nepřesně celkové splacené částky a RPSN na internetových stránkách zcela chybí.

Dalším dílčím cílem bylo zjistit, zda banky nabízejí v online kalkulačkách reálné parametry úvěru. Při srovnání nabídek získaných v online kalkulačkách a nabídek poskytnutých na pobočkách odchylky nejsou tak velké, jak autorka práce očekávala. Některé nabídky, např. v České spořitelně, jsou dokonce výhodnější než na internetových stránkách. V UniCredit Bank byla jedna nabídka výhodnější a druhá nikoliv. Air Bank nabízí na internetu nejnížší možnou úrokovou sazbu, kterou je schopna poskytnout – kterou však málokterý klient získá. Slibují tak nereálné služby. Obě nabídky obdržené v rámci průzkumu navíc počítaly s nejvyšší možnou úrokovou sazbou.

U nebankovních institucí byly zjištěny následující kvalitativní problémy: nedostatečná kvalifikovanost zaměstnanců a uvádění mylných informací na internetových stránkách.

Pro zlepšení kvality svých služeb by instituce měly uvádět aktuálně platné podmínky pro získání úvěru, aby nebyl spotřebitel po vyplnění žádosti zklamán. Nebankovní společnosti by měly mít dostatečně kvalifikovaný personál, který by dokázal rychle a srozumitelně zodpovědět jakékoli dotazy klientů, zejména s ohledem na fakt, že tyto služby probíhají především online a telefonicky.

Velkým problémem je, že různé pobočky stejné instituce neposkytují stejnou kvalitu. Tato kvalita závisí především na tom, s jakým finančním specialistou bude klient komunikovat, což platí v bankovních i v nebankovních institucích. Výsledná spokojenost zákazníka je ovlivněna především tím, jakou pobočku navštíví či kontaktuje.

Seznam použité literatury

Citace

Banka: O bance. *Unicredit Bank* [online]. Praha: UniCredit Bank Czech Republic and Slovakia, a.s., 2016 [cit. 2016-10-12]. Dostupné z: <https://www.unicreditbank.cz/cs/o-bance/banka/o-bance.html#kdojsme>

Bankám se zužuje prostor, kde mohou vydělat peníze. *Česká pozice: Informace pro svobodné lidi* [online]. Praha: MAFRA, a.s., 2016 [cit. 2016-10-25]. Dostupné z: http://ceskapozice.lidovky.cz/bankam-se-zuzuje-prostor-kde-mohou-vydelat-penize-fsz-/tema.aspx?c=A160526_165837_pozice-tema_lube

Bankovní statistika: Říjen 2016. *Česká národní banka* [online]. Praha: Česká národní banka, 2016 [cit. 2016-12-08]. Dostupné z: https://www.cnb.cz/cs/statistika/menova_bankovni_stat/bankovni_statistika/bank_stat_komentar.html

Běžný účet: Pojištění. *Air Bank* [online]. Praha: Air Bank, člen skupiny PPF, 2016 [cit. 2016-10-12]. Dostupné z: <https://www.airbank.cz/cs/bezny-ucet/pojisteni/>

BHATIA, Saurabh. *Mystery Shopping*. 1. vyd. India: BecomeShakespeare.com, 2013. ISBN 9788192816630.

Cetelem - Jaro 2016: S některými "až" vám můžeme pomoci. *Youtube* [online]. Praha: CetelemCZ, 2016 [cit. 2016-12-08]. Dostupné z: https://www.youtube.com/watch?v=qv_N-wgsP9U

Co je Zonky.cz?. *Zonky* [online]. Praha: Zonky, s.r.o., 2016 [cit. 2016-12-09]. Dostupné z: <https://zonky.cz/o-zonkym>

Cofidis půjčka na cokoliv bez zálužných poplatků. *Cofidis: Společně výhodněji* [online]. Praha: COFIDIS s.r.o., 2016 [cit. 2016-11-21]. Dostupné z: <http://www.cofidis-pujcky.cz/>

ČERNOHORSKÝ, Jan a Petr TEPLÝ. *Základy financí*. 1. vyd. Praha: Grada, 2011. ISBN 978-80-247-3669-3.

DVOŘÁK, Petr. *Bankovníctví pro bankéře a klienty*. Praha: Linde, 2005. Vysokoškolská učebnice (Linde). ISBN 80-720-1515-X.

Ekonomická situace domácností. *Český statistický úřad* [online]. Praha: Český statistický úřad, 2016 [cit. 2016-11-17]. Dostupné z: <https://www.czso.cz/csu/czso/ekonomicka-situace-domacnosti>

Fincentrum Banka roku 2015. *Banka roku: Výsledky* [online]. Praha: Fincentrum a.s., 2016 [cit. 2016-10-13]. Dostupné z: <http://www.bankaroku.cz/vysledky/>

Firemní web roku 2015. *WEBTOP100 Výsledky: To nejlepší z digitálního marketingu* [online]. Praha: Internet Info, s.r.o., 2016 [cit. 2016-10-13]. Dostupné z: <https://vysledky.webtop100.cz/2015/>

European Journal of Marketing: A Service Quality Model and its Marketing Implications by GRÖNROOS, Christian [online]. Velká Británie: Westburn Publishers Limited, 1984, **18**(4) [cit. 2016-12-09]. ISSN 1472-1376. Dostupné z: <http://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/0267257X.1994.9964283>

GRŮŇ, Lubomír a Michal ČERNÝ. *Malý slovník finanční, bankovní a obchodní*. 1. vyd. Olomouc: Univerzita Palackého v Olomouci, 2006. ISBN 80-244-1478-3.

HOROVITZ, Jacques. *Jak získat zákazníka: Kvalita služeb*. 1.vyd. Praha: Management Press, 1994. ISBN 80-856-0345-4.

JAKUBÍKOVÁ, Dagmar. *Marketing v cestovním ruchu*. 1. vyd. Praha: Grada, 2009. Marketing (Grada). ISBN 978-80-247-3247-3.

Kdo jsme: O nás. *Air Bank* [online]. Praha: Air Bank, člen skupiny PPF, 2016 [cit. 2016-10-12]. Dostupné z: <https://www.airbank.cz/cs/vse-o-air-bank/kdo-jsme/historie/>

Kvalitní bankovní služby? Zatím jen zbožné přání. *Penize.cz* [online]. Praha: Partners media, s.r.o, 2012 [cit. 2016-10-13]. Dostupné z: <http://www.penize.cz/ucty-karty/233310-kvalitni-bankovni-sluzby-zatim-jen-zbozne-prani>

Lidé se zadlužili před Vánoce a pokračují v tom i v lednu. *Bankovnipoplatky.com: Internetový ombudsman bankovních klientů* [online]. Praha: Digitainment, s.r.o., 2016 [cit. 2016-10-13]. Dostupné z: <http://www.bankovnipoplatky.com/lide-se-zadluzili-pred-vanocemi-a-pokracuji-v-tom-i-v-lednu-32166>

Nová éra bankovníctví: Čeští klienti chtějí, aby banky vyšly více vstříc jejich potřebám. *Investujeme.cz* [online]. Praha: Fincentrum a. s., 2012 [cit. 2016-11-17]. Dostupné z: <http://www.investujeme.cz/nova-era-bankovnictvi-cesti-klienti-chteji-aby-banky-vysly-vice-vstric-jejich-potrebam/>

PALATKOVÁ, Monika. *Management cestovních kanceláří a agentur*. 1. vyd. Praha: Grada, 2013. ISBN 978-80-247-3751-5.

Pojištná smlouva č. 19100963/2015: Skupinové pojištění schopnosti splácet spotřebitelský úvěr s jednorázovým pojistným. Praha, 2015. Dostupné také z: [https://www.unicreditbank.cz/content/dam/cee2020-pws-cz/cz-dokumenty/_PS%20a%20PP_SJP\(1\).pdf](https://www.unicreditbank.cz/content/dam/cee2020-pws-cz/cz-dokumenty/_PS%20a%20PP_SJP(1).pdf)

Pojištné podmínky. Praha, 2016. Dostupné také z: <https://www.airbank.cz/file-download/190-pojistne-podminky.pdf>

Pojištění k úvěrům: Finanční skupiny České spořitelny. Praha, 2015. Dostupné také z: https://www.csas.cz/static_internet/cs/Obchodni_informace-Produkty/Pojisteni/Soukroma_klientela/Prilohy/brozura_k_pojisteni_schopnosti_splacet_k_uverum_pro_fo.pdf

Pojištění schopnosti splácet. *ČESKÁ SPOŘITELNA: Osobní finance* [online]. Praha: Česká spořitelna, a.s., 2016 [cit. 2016-10-12]. Dostupné z: http://www.csas.cz/banka/content/inet/internet/cs/open_product_228.xml

Poslanci schválili zákon o spotřebitelském úvěru. *Ministerstvo financí České republiky* [online]. Praha: Ministerstvo financí České republiky, 2016 [cit. 2016-12-09]. Dostupné z: <http://www.mfcr.cz/cs/aktualne/tiskove-zpravy/2016/zakon-o-spotrebitel-uveru-schvalen-ppsp-25132>

Poštovní půjčka. *Youtube* [online]. Praha: EraJednoduse, 2016 [cit. 2016-12-08]. Dostupné z: <https://www.youtube.com/watch?v=legz7nGp18Y>

PRESTO Půjčka na bydlení. *UniCredit Bank* [online]. Praha: UniCredit Bank Czech Republic and Slovakia, a.s., 2016 [cit. 2016-10-12]. Dostupné z: <https://www.unicreditbank.cz/cs/obcane/uvery/pujcka-na-bydleni.html>

PRESTO Půjčka na cokoliv. *UniCredit Bank* [online]. Praha: UniCredit Bank Czech Republic and Slovakia, a.s., 2016 [cit. 2016-10-12]. Dostupné z: <https://www.unicreditbank.cz/cs/obcane/uvery/presto-pujcka.html>

Profil České spořitelny. *ČESKÁ SPOŘITELNA: O NÁS* [online]. Praha: Česká spořitelna, a.s., 2016 [cit. 2016-10-12]. Dostupné z: <http://www.csas.cz/banka/nav/o-nas/profil-ceske-sporitelny-d00014413>

Profil společnosti: Home Credit. *Home Credit: Pro lepší příběhy* [online]. Praha: Home Credit a.s., 2016 [cit. 2016-12-11]. Dostupné z: <https://www.homecredit.cz/o-nas/profil-spolecnosti/>

Půjčka Cofidis. *Cofidis: Společně výhodněji* [online]. Praha: Cofidis, s.r.o., 2016 [cit. 2016-12-08]. Dostupné z: <https://www.cofidis.cz/pujcka-cofidis/>

Půjčka pro studenty. *ČESKÁ SPOŘITELNA: Osobní finance* [online]. Praha: Česká spořitelna, a.s., 2016 [cit. 2016-10-12]. Dostupné z: <http://www.csas.cz/banka/nav/osobni-finance/pujcka-pro-studenty/o-produktu-d00024189>

Půjčka: Proč si půjčit u nás. *Air Bank* [online]. Praha: Air Bank, člen skupiny PPF, 2016 [cit. 2016-10-12]. Dostupné z: <https://www.airbank.cz/cs/pujcka/proc-si-pujcit-u-nas/>

Půjčka: Sazby poplatky. *Air Bank* [online]. Praha: Air Bank, člen skupiny PPF, 2016 [cit. 2016-10-12]. Dostupné z: <https://www.airbank.cz/cs/pujcka/sazby-a-poplatky/>

Půjčka. *ČESKÁ SPOŘITELNA: Osobní finance* [online]. Praha: Česká spořitelna, a.s., 2016 [cit. 2016-10-12]. Dostupné z: <http://www.csas.cz/banka/nav/osobni-finance/pujcka/o-produktu-d00019565>

Půjčky mezi lidmi - peer to peer začíná hezky fungovat. *Bankovnipoplatky.com: Internetový ombudsman bankovních klientů* [online]. Praha: Digitainment, s.r.o., 2016 [cit. 2016-10-13]. Dostupné z: <http://www.bankovnipoplatky.com/pujcky-mezi-lidmi-a-bez-bank-peer-to-peer-zacina-hezky-fungovat-31887>

Půjčky. *ČESKÁ SPOŘITELNA* [online]. Praha: Česká spořitelna, a.s., 2016 [cit. 2016-30-08]. Dostupné z: http://www.pujckacs.cz/2?utm_source=csas&utm_medium=tile1&utm_campaign=test

REJNUŠ, Oldřich. *Finanční trhy*. 1. vyd. Ostrava: Key Publishing, 2008. Ekonomie (Key Publishing). ISBN 978-80-87071-87-8.

REVENDA, Zbyněk, Martin MANDEL, Jan KODERA, Petr MUSÍLEK a Petr DVOŘÁK. *Peněžní ekonomie a bankovníctví*. 5., aktualizované vydání - dotisk. Praha: Management Press, 2014. ISBN 978-80-7261-279-6.

SEKERKA, Bohuslav. *Banky a bankovní produkty*. 1. vyd. Praha: Profess, 1997. ISBN 80-852-3551-X.

SOUKAL, Ivan a Jan DRAESSLER. *Základní bankovní služby a asymetrie informací z hlediska spotřebitele*. 1. vyd. Praha: Grada, 2014. ISBN 978-80-247-5465-9.

Společnost Cofidis. *Cofidis* [online]. Praha: Cofidis s.r.o., 2016 [cit. 2016-12-11]. Dostupné z: <https://www.cofidis.cz/o-spolecnosti/spolecnost-cofidis/>

Spotřebitelský úvěr. *ČESKÁ SPOŘITELNA: Osobní finance* [online]. Praha: Česká spořitelna, a.s., 2016 [cit. 2016-10-12]. Dostupné z: <http://www.csas.cz/banka/nav/osobni-finance/spotrebitelsky-uver/o-produktu-d00019691>

Statistiky ČLFA (2007-2016). *ČLFA* [online]. Praha: Česká leasingová a finanční asociace, 2016 [cit. 2016-12-08]. Dostupné z: <http://www.clfa.cz/index.php?textID=64>

Total Quality Management. *Quality Management System: Quality Management System Education and Resources* [online]. USA: Niche Player, Inc, 2016 [cit. 2016-12-09]. Dostupné z: <http://qualitymanagementsystem.com/total-quality-management/>

TROMMSDORFF, Volker a Fee STEINHOFF. *Marketing inovací*. 1. vyd. Praha: C.H. Beck, 2009. C.H. Beck pro praxi. ISBN 978-80-7400-092-8.

Úvěr od Buřinky. *ČESKÁ SPOŘITELNA: Osobní finance* [online]. Praha: Česká spořitelna, a.s., 2016 [cit. 2016-10-12]. Dostupné z: <http://www.csas.cz/banka/nav/osobni-finance/uver-od-burinky/o-produktu-d00018706>

Úvěrová kalkulačka. *Česká Spořitelna: Osobní finance* [online]. Praha: Česká spořitelna, a.s, 2016 [cit. 2016-10-12]. Dostupné z: <http://www.csas.cz/uverovakalkulacka>

Úvěry. *ČESKÁ SPOŘITELNA: Osobní finance* [online]. Praha: Česká spořitelna, a.s., 2016 [cit. 2016-10-12]. Dostupné z: <http://www.csas.cz/banka/nav/osobni-finance/uvery-d00019540>

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

Výběr dat 2015: Klientské úvěry podle druhového hlediska. *ARAD: Systém časových řad* [online]. Praha: Česká národní banka, 2016 [cit. 2016-12-08]. Dostupné z: http://www.cnb.cz/cnb/STAT.ARADY_PKG.VYSTUP?p_period=12&p_sort=1&p_des=50&p_sestuid=44883&p_uka=4&p_strid=AABBAD&p_od=201501&p_do=201512&p_lang=CS&p_format=0&p_decsep=%2C

What is ISO?. *Quality Management System Quality: Management System Education and Resources* [online]. USA: Niche Player, Inc., 2016 [cit. 2016-12-09]. Dostupné z: <http://qualitymanagementsystem.com/what-is-iso/>

Zákon č. 21/1992 Sb., o bankách, ve znění pozdějších předpisů, ze dne 20.01.1992

Zákon č. 257/2016 Sb. Zákon o spotřebitelském úvěru. In: Sbíрка zákonů 14.7.2016. ISSN 1211-1244

Zaměstnanost a mzdy. *Český statistický úřad: Česká republika v číslech - 2015* [online]. Praha: Český statistický úřad, 2015 [cit. 2016-11-17]. Dostupné z: <https://www.czso.cz/documents/10180/20556127/32020315c11.pdf/861f1c7a-1ac1-4f3f-9676-8f4ba56cf89e?version=1.0>

Zlom v miliardové kauze. Za špatný výpočet roční procentní sazby nákladů musí firmy lidem vracet peníze. *Hospodářské noviny: www.ihned.cz* [online]. Praha: Economia, a.s., 2016 [cit. 2016-11-17]. Dostupné z: <http://archiv.ihned.cz/c1-65400300-zlom-v-miliardove-kauze-za-spatny-vypocet-rpsn-musi-firmy-lidem-vracet-penize-rekl-soud>

Zonky - lidé půjčují lidem. *Zonky*. [online]. Praha: Zonky, s.r.o., 2016 [cit. 2016-12-08]. Dostupné z: <https://zonky.cz/#s-lidmi>

Bibliografie

Elektronická databáze článků ProQuest: knihovna.tul.cz

FAARUP, Poul K., Kenneth HANSEN a Jacob Aabroe HANSEN (editor). *Market Research and Statistics*. Aarhus: Academica, 2010. ISBN 978-87-7675-769-4

Půjčky: Svobodná půjčka. *Home Credit: Pro lepší příběhy* [online]. Praha: Home Credit, a.s., 2016 [cit. 2016-12-08]. Dostupné z: <https://www.homecredit.cz/pujcky/>

Nová půjčka. *Air Bank* [online]. Praha: Air Bank, člen skupiny PPF, 2016 [cit. 2016-28-06]. Dostupné z: <https://www.airbank.cz/cs/pujcka/proc-pujcku-u-nas/nova-pujcka-2/?mboxSession=1472549839271-479985>

ŠIMÍKOVÁ, Ivana. *Finance a bankovníctví*. Liberec: Technická univerzita v Liberci, 2004. ISBN 80-7083-898-1

UniCredit Bank: Profil a přehled produktů. *Banky.cz* [online]. Brno: Top-in.cz, a.s., 2016 [cit. 2016-10-12]. Dostupné z: <http://www.banky.cz/unicredit-bank>

Seznam příloh

Příloha A – Popis bankovních institucí	92
Příloha B – Popis nebankovních institucí.....	102
Příloha C – Formulář pro mystery shopping bank	104
Příloha D – Nabídka České spořitelny pro stálého klienta.....	106
Příloha E – Česká spořitelna stálý klient	107
Příloha F – Nabídka České spořitelny pro nového klienta	109
Příloha G – Česká spořitelna nový klient	110
Příloha H – Nabídka UniCredit Bank pro stálého klienta	112
Příloha I – UniCredit Bank stálý klient	113
Příloha J – Nabídka UniCredit Bank pro nového klienta	115
Příloha K – UniCredit Bank nový klient	116
Příloha L – Nabídka Air Bank pro stálého klienta	118
Příloha M – Air Bank stálý klient.....	119
Příloha N – Nabídka Air Bank pro nového klienta	121
Příloha O – Air Bank nový klient.....	122
Příloha P – Online formulář pro mystery shopping.....	124
Příloha Q – Home Credit	125
Příloha R – Cofidis a Cofidis-půjčky	127
Příloha S – Zonky	129
Příloha T – Online nabídka Home Credit.....	131
Příloha U – Online nabídka Cofidis	132
Příloha V – Online nabídka Cofidis-půjčky	133
Příloha W – Online nabídka Zonky	134
Příloha X – Online nabídka České spořitelny	135
Příloha Y – Online nabídka UniCredit Bank.....	136
Příloha Z – Online nabídka Air Bank.....	137

Příloha A – Popis bankovních institucí

Česká spořitelna

Česká spořitelna je banka nejdéle působící v České republice, byla založena v roce 1825. Tato banka se zaměřuje na drobné klienty, malé a střední firmy, města a obce. V roce 2016 má téměř 5 milionů klientů a díky tomu je největší bankou v České republice.

Česká spořitelna každoročně získává různá ocenění v soutěži Fincentrum Banka roku a Nejdůvěryhodnější banka roku. Na svých stránkách uvádí, že nabízí nejširší rozsah bankovních služeb v České republice. Dále banka uvádí, že kvalita je u ní na prvním místě. Jak se o kvalitu zaslouhují, vysvětlují tím, že se snaží nabídnout klientům přesně takové služby, jaké potřebují. Dále vyzdvihují výhodu toho, že jsou součástí středoevropské finanční skupiny Erste Bank.⁷³

Internetové stránky

Před první návštěvou banky byla nalezena nabídka, která se nachází na internetových stránkách banky. Česká spořitelna disponuje přehlednými webovými stránkami, které jsou velmi rozsáhlé, stejně jako nabídka jejich produktů.

Hned na domovské stránce se nabízí odkaz na sjednání půjčky. Ovšem tento odkaz vás odkáže na informace o typech půjček, zdali máte zájem o sjednání on-line půjčky do 15 minut nebo o refinancování půjček. Pokud opravdu chcete půjčku spočítat a sjednat musíte využít odkazu na hlavní stránce, který je poměrně schovaný a než se proklikáte k samotnému sjednání, vyskočí na vás obecné informace o půjčce.⁷⁴

⁷³ Profil České spořitelny. *ČESKÁ SPOŘITELNA: O NÁS* [online]. Praha: Česká spořitelna, a.s., 2016 [cit. 2016-10-12]. Dostupné z: <http://www.csas.cz/banka/nav/o-nas/profil-ceske-sporitelny-d00014413>

⁷⁴ Půjčky. *ČESKÁ SPOŘITELNA* [online]. Praha: Česká spořitelna, a.s., 2016 [cit. 2016-30-08]. Dostupné z: https://www.pujckacs.cz/2?utm_source=csas&utm_medium=tile1&utm_campaign=test

Úvěrové produkty

Česká spořitelna, a.s. má velmi široké portfolio úvěrových produktů. V bance můžeme uzavřít hned čtyři typy úvěrů a to Půjčka, Spotřebitelský úvěr, Úvěr od Buřinky a Půjčku pro studenty. Další úvěrové produkty nabízené Českou spořitelnou jsou: Konsolidace půjček, Kontokorent, Peníze na klik, Kreditní karta.⁷⁵

První typ úvěru Půjčka je na stránkách charakterizován jako nejjednodušší cesta k penězům. Parametry toho produktu jsou uváděny následující: od 20 000 – 700 000 Kč, na cokoliv, úroková sazba od 6,9 % ročně, prominutí až 15 splátek, možnost zdarma snížit i zvýšit měsíční splátky až o 50 %, možnost až 2x ročně odložit splátku, maximální splatnost 10 let, bez poplatku, bez potvrzení o příjmu.⁷⁶

Druhý typ úvěru Spotřebitelský úvěr má stejné parametry jako Půjčka, ovšem horní hranice pro výši úvěru není omezena, pokud je úvěr zajištěn. Dále u tohoto typu úvěru nabízí možnost čerpání jednorázově nebo postupně, případně, že peníze zašlou přímo prodejci.⁷⁷

Další úvěr je specializovaný na bydlení. S tímto úvěrem lze bez ručení získat až 800 000 Kč. Úroková sazba je od 5,45 % s fixací na tři roky nebo 6,85 % po celou dobu splácení. Výhodou tohoto úvěru je možnost odečíst si úroky od daňového základu. Peníze jsou vyplaceny na základě předložených dokladů nebo dodaných dokladů zpětně do jednoho roka.⁷⁸

Poslední nabízená varianta úvěrového produktu od České spořitelny je Půjčka pro studenty. Tento úvěr je určen pro studenty starší 18 let s trvalým pobytem na území ČR. Půjčka je neúčelová, od 20 000 Kč do 300 000 Kč a se splatností 1 rok až 10 let. Úroková sazba začíná

⁷⁵ Úvěry. *ČESKÁ SPOŘITELNA: Osobní finance [online]*. Praha: Česká spořitelna, a.s., 2016 [cit. 2016-10-12]. Dostupné z: <http://www.csas.cz/banka/nav/osobni-finance/uvery-d00019540>

⁷⁶ Půjčka. *ČESKÁ SPOŘITELNA: Osobní finance [online]*. Praha: Česká spořitelna, a.s., 2016 [cit. 2016-10-12]. Dostupné z: <http://www.csas.cz/banka/nav/osobni-finance/pujcka/o-produktu-d00019565>

⁷⁷ Spotřebitelský úvěr. *ČESKÁ SPOŘITELNA: Osobní finance [online]*. Praha: Česká spořitelna, a.s., 2016 [cit. 2016-10-12]. Dostupné z: <http://www.csas.cz/banka/nav/osobni-finance/spotrebitelsky-uver/o-produktu-d00019691>

⁷⁸ Úvěr od Buřinky. *ČESKÁ SPOŘITELNA: Osobní finance [online]*. Praha: Česká spořitelna, a.s., 2016 [cit. 2016-10-12]. Dostupné z: <http://www.csas.cz/banka/nav/osobni-finance/uver-od-burinky/o-produktu-d00018706>

od 8,9 % ročně a je pevná po celou dobu splatnosti. Další parametry úvěru jsou stejné jako u produktu Půjčka.⁷⁹

Pojištění

Česká spořitelna nabízí dvě varianty pojištění k uzavřenému spotřebitelskému úvěru. V tabulce A-1 se nachází informace, které jsou snadno nalezitelné na webových stránkách.

Tabulka A-1: Pojištění České spořitelny

Varianta	Výpočet částky	Zahrnuje pojistná rizika	Pojistné plnění
Varianta A	8 % měsíčně z výše měsíční splátky	Pracovní neschopnost	Výše měsíční splátky (plnění nejdříve po 60 dnech, max 12 splátek)
		Invalidita 3. stupně	Výše měsíční splátky (při přiznání invalidity 3. stupně, max 12 splátek) Dále 100 % nesplaceného zůstatku úvěru při následném potvrzení trvání invalidity 3. stupně
		úmrtí	100 % nesplaceného zůstatku úvěru
Varianta B	10 % měsíčně z výše měsíční splátky	Rizika varianty A Ztráta zaměstnání	Výše měsíční splátky (plnění nejdříve po 60 dnech, max 12 splátek)

Zdroj: Pojištění schopnosti splácet. Dostupné z:
http://www.csas.cz/banka/content/inet/internet/cs/open_product_228.xml.

Na stránkách jsou uvedeny podmínky, které žadatel musí splňovat, pro sjednání pojištění. Pro variantu A jsou to: „Jste zdrav/a, mladší 60 let, bez pravidelné lékařské péče nebo chronického onemocnění s užíváním léků, nejste v pracovní neschopnosti a nebyl vám přiznán žádný stupeň invalidity. Máte úvěr nebo hypoteční úvěr u ČS.“⁸⁰

⁷⁹ Půjčka pro studenty. *ČESKÁ SPOŘITELNA: Osobní finance [online]*. Praha: Česká spořitelna, a.s., 2016 [cit. 2016-10-12]. Dostupné z: <http://www.csas.cz/banka/nav/osobni-finance/pujcka-pro-studenty/o-produktu-d00024189>

⁸⁰ Pojištění schopnosti splácet. *ČESKÁ SPOŘITELNA: Osobní finance [online]*. Praha: Česká spořitelna, a.s., 2016 [cit. 2016-10-12]. Dostupné z: http://www.csas.cz/banka/content/inet/internet/cs/open_product_228.xml

Pro variantu B navíc: „Jste zaměstnán/a na dobu neurčitou, nejste ve zkušební době, při vstupu do pojištění nejste ve výpovědní lhůtě nebo nejednáte o ukončení pracovního poměru.“⁸¹

Pokud chceme zjistit více o pojistných rizicích a pojistném plnění musíme se podívat do obchodních podmínek pojištění. Například je navíc v podmínkách uvedeno, že pro variantu B musí být žadatel zaměstnán na dobu neurčitou nepřetržitě přecházejících 12 měsíců.

V pojistných podmínkách je na závěr uvedeno, že pojistné události vzniklé v čekací době nejsou považovány za pojistnou událost. Tato nenápadná věta tím pádem nutí k dalšímu hledání, jaké jsou čekací doby při jednotlivých pojistných událostech. V případě ztráty zaměstnání je čekací doba pojišťovny 90 dní. Pokud uplyne 60 dní od skončení čekací doby a klient je stále zapsán na pracovním úřadě, získává nárok na pojistné plnění. V případě pracovní neschopnosti je čekací doba 30 dnů.

Přívětivým faktem je, že pokud nastane pojistná událost, riziko nezaniká a klient má nárok na pojistné plnění opakovaně. Ovšem nesmí dojít k stejné události, neboli klient se nesmí léčit ze stejné nemoci jako v případě první pojistné události. Čekací doba v případě uznání invalidity třetího stupně je 2 roky. Výjimkou, kdy čekací doba není vyžadována, je v případě invalidity z důvodu úrazu.⁸²

UniCredit Bank

UniCredit Bank vstoupila na český trh v roce 2007, kdy došlo k fúzi banky s dlouholetou tradicí Živnobanky a německé HVB bank. V roce 2013 se spojila slovenská a česká banka dohromady a vznikla nynější UniCredit Bank Czech Republic and Slovakia, a.s.⁸³

⁸¹ Pojištění schopnosti splácet [online]. Dostupné z: http://www.csas.cz/banka/content/inet/internet/cs/open_product_228.xml.

⁸² *Pojištění k úvěrům: Finanční skupiny České spořitelny*. Praha, 2015. Dostupné také z: https://www.csas.cz/static_internet/cs/Obchodni_informace-Produkty/Pojisteni/Soukroma_klientela/Prilohy/brozura_k_pojisteni_schopnosti_splacet_k_uverum_pro_fo.p df

⁸³ Banka: O bance. *UniCredit Bank [online]*. Praha: UniCredit Bank Czech Republic and Slovakia, a.s., 2016 [cit. 2016-10-12]. Dostupné z: <https://www.unicreditbank.cz/cs/o-bance/banka/o-bance.html#kdojsme>

Na oficiálních stránkách banky byl v popisu jí samotné nalezen text, který se vyjadřuje o jejich kvalitě služeb. „*Stále nás motivuje vysoká kvalita služeb ve všem, s čím u nás naši klienti přichází do kontaktu, a garantujeme jim vysoký standard služeb v rámci celé UniCredit Bank.*“⁸⁴

Internetové stránky

Internetové stránky jsou sice poměrně přehledné, ale chybí zde velmi důležité informace o produktech. Když si spočítáme náš úvěr, na stránce se dozvíme pouze výši měsíční splátky, úrokovou sazbu počet splátek a výše úvěru. Abychom se dozvěděli další informace, musíme kliknout na nevýrazné tlačítko „více informací“. Ani zde ovšem nenajdeme informace jako RPSN nebo celkovou splacenou částku. Pouze se zde dovíme pár faktů o produktu.

Pokud chceme získat více informací o produktech, musíme si stáhnout obchodní podmínky, které se nacházejí v sekci „Užitečné dokumenty“ poté co klikneme na „více informací“. Cesta, jak se dozvědět důležité informace je tedy velmi složitá.

Úvěrové produkty

Banka nabízí široké portfolio úvěrových produktů. V její nabídce nalezneme hypotéky, půjčku na cokoliv, kreditní karty, refinancování i kontokorent. Pro průzkum se v práci dále budeme zajímat o půjčku na cokoliv, neboli PRESTO půjčka.

PRESTO půjčku lze sjednat od 30 000 Kč do 500 000 Kč se splatností 12 – 84 měsíců. Banka uvádí jako hlavní výhody tohoto produktu, že má klient možnost až pětkrát odložit splátku, možnost předčasně splatit, uzavřít si pojištění schopnosti splácet a klient získá půjčku hned po první návštěvě banky. Mezi další parametry půjčky patří zajímavé úrokové sazby a garance stejné úrokové sazby po celou dobu splácení úvěru.⁸⁵

Při návštěvě pobočky byl nabídnut ještě další typ úvěru, který byl dohledán až přes využití Google vyhledávače. Na samotných stránkách se nepovedla nalézt cesta k nabídce úvěru

⁸⁴ Banka: O bance. *UniCredit Bank* [online]. Praha: UniCredit Bank Czech Republic and Slovakia, a.s., 2016 [cit. 2016-10-12]. Dostupné z: <https://www.unicreditbank.cz/cs/o-bance/banka/o-bance.html#kdojsme>

⁸⁵ PRESTO Půjčka na cokoliv. *UniCredit Bank* [online]. Praha: UniCredit Bank Czech Republic and Slovakia, a.s., 2016 [cit. 2016-10-12]. Dostupné z: <https://www.unicreditbank.cz/cs/obcane/uvery/presto-pujcka.html>

PRESTO půjčka na bydlení. Tento úvěr má následující parametry: možnost zapůjčení až 1000 000 Kč bez zajištění nemovitosti, splácení až 10 let, na doložení účelu úvěru má klient 6 měsíců. Dále má klient možnost stejně jako u PRESTO půjčky úvěr kdykoliv splatit nebo si až pětkrát odložit splátku.⁸⁶

Pojištění

Banka nabízí k spotřebitelskému úvěru pojištění schopnosti splácet. Vztahuje se na úmrtí, invaliditu III. Stupně, pracovní neschopnost nebo nedobrovolnou ztrátu zaměstnání či hospitalizaci. V podrobném popisu pojištění nalezneme hlavní výhody tohoto produktu, banka uvádí tyto: nižší cenu než u individuálních životních pojištění a možnost pojistit i ztrátu zaměstnání.⁸⁷ V UniCredit Bank je možno uzavřít pojištění pro případ smrti a invalidity a k tomu buď pojištění nezaměstnanosti, platební neschopnosti nebo hospitalizace, nikoliv dvě z těchto nabízených najednou.

Produkt je určený pro žadatele splňující následující kritéria: je mladší 60 let, je zdravý, není ve starobním ani invalidním důchodu, není v pravidelné lékařské péči či pod pravidelným lékařským dohledem v důsledku zjištěného chronického onemocnění s trvalým užíváním léků (nemá diabetes, může mít ale např. alergie), není v pracovní neschopnosti.⁸⁸

V popisu nazvaná podmínka „je zdravý“ je poměrně široký pojem a každý si může představit něco jiného. Banka pouze uvádí, že klient může mít alergie, ale v těžších variantách s vysokým astmatem se určitě nedá klient považovat za „zdravý“.⁸⁹

Pojištění proti neschopnosti splácet obsahuje doplňující podmínky: je zaměstnán v pracovním poměru na dobu neurčitou, byl zaměstnán v pracovním poměru nepřetržitě též v předcházejících 12 měsících a není ve zkušební době, nedal ani mu nebyla dána výpověď z

⁸⁶ PRESTO Půjčka na bydlení. *UniCredit Bank* [online]. Praha: UniCredit Bank Czech Republic and Slovakia, a.s., 2016 [cit. 2016-10-12]. Dostupné z: <https://www.unicreditbank.cz/cs/obcane/uvery/pujcka-na-bydleni.html>

⁸⁷ PRESTO Půjčka na cokoli [online]. Dostupné z: <https://www.unicreditbank.cz/cs/obcane/uvery/presto-pujcka.html>.

⁸⁸ *Pojistná smlouva č. 19100963/2015: Skupinové pojištění schopnosti splácet spotřebitelský úvěr s jednorázovým pojistným*. Praha, 2015. Dostupné také z: [https://www.unicreditbank.cz/content/dam/cee2020-pws-cz/cz-dokumenty/_PS%20a%20PP_SJP\(1\).pdf](https://www.unicreditbank.cz/content/dam/cee2020-pws-cz/cz-dokumenty/_PS%20a%20PP_SJP(1).pdf)

⁸⁹ *Pojistná smlouva č. 19100963/2015*. Dostupné z: [https://www.unicreditbank.cz/content/dam/cee2020-pws-cz/cz-dokumenty/_PS%20a%20PP_SJP\(1\).pdf](https://www.unicreditbank.cz/content/dam/cee2020-pws-cz/cz-dokumenty/_PS%20a%20PP_SJP(1).pdf).

pracovního poměru, nezrušil se zaměstnavatelem okamžitě pracovní poměr, neobdržel od zaměstnavatele ani nezaslal zaměstnavateli návrh na skončení pracovního poměru dohodou pojištění pouze nových úvěrů.

Banka UniCredit Bank nabízí tři varianty pojištění: 1. pojištění v případě úmrtí, invalidity III. stupně a pracovní neschopnosti; 2. pojištění v případě úmrtí, invalidity III. stupně a ztráty zaměstnání a 3. pojištění v případě úmrtí, invalidity III. stupně a hospitalizace.

Škoda, že banka nenabízí možnost si pojistit kombinaci jednotlivých balíčků. Při podpisu smlouvy se klient musí rozhodnout, zda je větší pravděpodobnost, že bude v pracovní neschopnosti, nebo hospitalizován (což by mělo být součástí pracovní neschopnosti) a nebo zda mu hrozí ztráta zaměstnání. V průběhu trvání pojištění nelze pojistnou smlouvu změnit.

Cena za pojištění není nikde uvedena. Cena se stanovuje zvláště pro individuální nabídky. V případě modelové situace byla na internetu vypočtena cena 131 Kč/měsíc za jakýkoliv z balíčků pojistných produktů. Přibližně to činí 12 % navíc k měsíční splátce.⁹⁰

Více informací o pojištění na internetových stránkách banky nenalezneme, pokud nás zajímají další informace, musíme se podívat do Pojistné smlouvy, kterou má UniCredit Bank uzavřenou s Českou Pojišťovnou, a.s. a AXA životní pojišťovnou a.s.⁹¹ V pojistné smlouvě se dočteme, že pojištění se vypočítává dle vzorce: součin 0,20 % ze sjednané počáteční výše úvěru a počtu měsíců doby trvání úvěru.⁹²

Výluk pojistného plnění je samozřejmě mnoho ve všech typech pojištění. Všechna pojištění rizik se týká výluka v případě, že k události dojde pod vlivem alkoholu nebo jiných omamných látek. V případě ztráty zaměstnání pojištěný musí být zařazen do evidence Úřadu práce České republiky déle, než je karenční doba. Dále se pojištění nevztahuje k událostem vzniklé v důsledku onemocnění pojištěného, které vzniklo před počátkem pojištění.

⁹⁰ PRESTO Půjčka na cokoliv [online]. Dostupné z: <https://www.unicreditbank.cz/cs/obcane/uvery/presto-pujcka.html>.

⁹¹ *Pojistná smlouva č. 19100963/2015*. Dostupné z: [https://www.unicreditbank.cz/content/dam/cee2020-pws-cz/cz-dokumenty/_PS%20a%20PP_SJP\(1\).pdf](https://www.unicreditbank.cz/content/dam/cee2020-pws-cz/cz-dokumenty/_PS%20a%20PP_SJP(1).pdf).

⁹² *Pojistná smlouva č. 19100963/2015*. Dostupné z: [https://www.unicreditbank.cz/content/dam/cee2020-pws-cz/cz-dokumenty/_PS%20a%20PP_SJP\(1\).pdf](https://www.unicreditbank.cz/content/dam/cee2020-pws-cz/cz-dokumenty/_PS%20a%20PP_SJP(1).pdf).

Air Bank

Air bank, člen skupiny PFF a mezinárodní skupiny Home Credit Group působí na českém trhu od listopadu 2011.

Cílem Air bank je na bankovním trhu vystupovat jako seriózní banka, sama se tak popisuje na webových stránkách. „*Naše banka je pro všechny, kteří využívají běžné bankovníctví a chtějí mít banku, která se k nim bude chovat otevřeně, pravdivě a bude je považovat za zákazníky, ne za čísla. Banka je podle nás služba a jako taková by měla být srozumitelná, přehledná a přístupná.*“⁹³

Internetové stránky

Air Bank se snaží o co nejpřívětivější přístup pro klienty a je to vidět i na internetových stránkách, které jsou přehledné a nabízí několik odkazů na nejdůležitější produkty banky. Po kliknutí na „půjčka“ se nám naskytne menu s dalšími odkazy na podrobnější informace o vybraném produktu. Stránky celkově působí přehledně, klient snadno najde informace, které hledá. I další dokumenty ke stažení se nachází na viditelném místě.⁹⁴

Úvěrové produkty

Banka nabízí z úvěrových produktů pouze klasický spotřebitelský úvěr. Její strategií je poskytovat pouze základní portfolio produktů. Kromě spotřebitelského úvěru nabízí ještě refinancování úvěru nebo převedení hypotéky.

Půjčka, jak Air Bank svůj úvěrový produkt nazývá, patří mezi jedny s nejnižší sazbou na úvěrovém trhu s bezúčelovými půjčkami. Její parametry uvedené na stránkách jsou: úroková sazba 6,9 - 9,9 % v případě, že splácí klient včas, půjčka je bez poplatků, možnost sjednání online.⁹⁵

⁹³ Kdo jsme: O nás. *Air Bank* [online]. Praha: Air Bank, člen skupiny PFF, 2016 [cit. 2016-10-12]. Dostupné z: <https://www.airbank.cz/cs/vse-o-air-bank/kdo-jsme/historie/>

⁹⁴ Půjčka: Sazby poplatky. *Air Bank* [online]. Praha: Air Bank, člen skupiny PFF, 2016 [cit. 2016-10-12]. Dostupné z: <https://www.airbank.cz/cs/pujcka/sazby-a-poplatky/>

⁹⁵ Půjčka: Proč si půjčit u nás. *Air Bank* [online]. Praha: Air Bank, člen skupiny PFF, 2016 [cit. 2016-10-12]. Dostupné z: <https://www.airbank.cz/cs/pujcka/proc-si-pujcit-u-nas/>

Pojištění

Informací o pojištění k půjčce na internetových stránkách nenajdeme, pokud nevíme, že Air bank nabízí pojištění k běžnému účtu. Její pojištění přímo nesouvisí s pojištěním úvěru, ale veškerých finančních výloh, které klient má. Toto pojištění si může zřídit každý klient, který má uzavřený běžný účet u Air bank.⁹⁶ Pojištění není zajištění úvěru, ale klientových pravidelných výdajů. Peníze může klient využít jako další příjem k nemocenské to na jakékoliv výdaje. Air Bank nabízí pojištění pracovní neschopnosti, ztrátu zaměstnání a i pojištění pro případ úmrtí nebo trvalé invalidity.⁹⁷

Toto pojištění si lze uzavřít k běžnému účtu, pokud klient splňuje následující podmínky: je Vám více než 18 a méně než 70 let, jste zdraví, nejste v pravidelné lékařské péči či pod pravidelným lékařským dohledem. Myslíme tím situaci, kdy jste chronicky nemocní, a musíte proto brát trvale léky, nejste v pracovní neschopnosti, nejste invalidní.

Pokud si chce klient uzavřít i pojištění pro případ ztráty zaměstnání, musí splňovat podmínky výše uvedené i následující: jste zaměstnaní v pracovním poměru a máte smlouvu na dobu neurčitou, nejste už ve zkušební době, nejste ve výpovědní lhůtě, nedali jste ani nedostali výpověď ani jste se nedohodli se zaměstnavatelem na ukončení pracovního poměru dohodou.⁹⁸

Air Bank nenabízí pojištění automaticky k úvěru, nechávají na klientovi, zda mají o pojištění zájem a mohou si sami stanovit výši pojištění. Každá tisícikoruna, kterou chceme od banky získat, stojí 25 Kč. Banka nabízí se pojistit na plnění ve výši od 1 000 Kč do 10 000 Kč. Podle klient chce, aby dostával peněz v případě nepříznivé situace, rozhodne se, jakou částku bude každý měsíc pojištění platit. Pojištění si může platit od 25 Kč do 250 Kč za měsíc.⁹⁹ Varianty pojištění jsou v tabulce A-2, kde vidíme i sazby za sjednané pojištění.

⁹⁶ Běžný účet: Pojištění. *Air Bank* [online]. Praha: Air Bank, člen skupiny PPF, 2016 [cit. 2016-10-12]. Dostupné z: <https://www.airbank.cz/cs/bezny-ucet/pojisteni/>

⁹⁷ *Pojistné podmínky*. Praha, 2016. Dostupné také z: <https://www.airbank.cz/file-download/190-pojistne-podminky.pdf>

⁹⁸ *Pojistné podmínky*. Dostupné z: <https://www.airbank.cz/file-download/190-pojistne-podminky.pdf>.

⁹⁹ *Pojistné podmínky*. Dostupné z: <https://www.airbank.cz/file-download/190-pojistne-podminky.pdf>.

Tabulka A-2: Pojištění Air Bank

Pojištění	Měsíční pojistné
Pojištění pravidelných výdajů při pracovní neschopnosti (měsíční)	25 Kč za každých 1 000 Kč plnění
Pojištění pravidelných výdajů při pracovní neschopnosti a ztrátě zaměstnání (měsíční)	50 Kč za každých 1 000 Kč plnění
Pojištění pro případ úmrtí a invalidity 3. stupně (jednorázové)	25 Kč za každých 50 000 Kč plnění

Zdroj: *Pojistné podmínky*. Dostupné z: <https://www.airbank.cz/file-download/190-pojistne-podminky.pdf>.

Příloha B – Popis nebankovních institucí

Home Credit

Společnost Home Credit a.s. byla založena již v roce 1997 jako poskytovatel spotřebitelského financování. Společnost nabízí více úvěrových produktů než jen spotřebitelský úvěr a to i kreditní karty a konsolidaci úvěrů.

Společnost byla vybrána pro její popularitu a prvenství na nebankovním trhu v oblasti úvěrů. Také je to jedna z mála společností, která splňuje požadavky pro výzkum a to možnost uzavření úvěru se splatností na 5 let.¹⁰⁰

Cofidis

Společnost Cofifis s.r.o. je mezinárodní úvěrová společnost operující na několika evropských trzích, především ve Francii, Španělsku, Belgii, Itálii a Maďarsku. Na český trh vstoupila v roce 2004, založena byla ve Francii v roce 1982. Společnost nabízí úvěrové produkty jako půjčka pro partnery, pro jednotlivce a pro novomanžele, dále má ve svém portfoliu kreditní karty, konsolidaci a nákup na splátky.¹⁰¹

Společnost Cofidis byla vybrána pro průzkum nebankovních institucí z důvodu, že jako jedna z mála nabízí střednědobé úvěry se splatností až 90 měsíců. Navíc tato nebankovní instituce patří mezi známější a ty, které investují do televizní reklamy, aby oslovili potencionální zákazníci.¹⁰²

Zonky

Společnost Zonky, s.r.o. je představitel peer-to-peer platformem na českém trhu. Vznikla v roce 2015 za účelem půjčování peněz mezi lidmi. Společnost byla založena na základě

¹⁰⁰ Profil společnosti: Home Credit. *Home Credit: Pro lepší příběhy* [online]. Praha: Home Credit a.s., 2016 [cit. 2016-12-11]. Dostupné z: <https://www.homecredit.cz/o-nas/profil-spolecnosti/>

¹⁰¹ Půjčka Cofidis. *Cofidis: Společně výhodněji* [online]. Praha: Cofidis, s.r.o., 2016 [cit. 2016-12-08]. Dostupné z: <https://www.cofidis.cz/pujcka-cofidis/>

¹⁰² Společnost Cofidis. *Cofidis* [online]. Praha: Cofidis s.r.o., 2016 [cit. 2016-12-11]. Dostupné z: <https://www.cofidis.cz/o-spolecnosti/spolecnost-cofidis/>

negativní zkušenosti ředitelky Zonky.cz s bankovními půjčkami. Za Zonky, s.r.o. také stojí finanční skupina PPF. Jako jediná česká peer-to-peer platforma má přístup do Bankovního i nebankovního registru klientských informací.¹⁰³

Zonky, s.r.o. nabízejí, jak uzavření půjček, tak stát se jejich investorem. Mezi své produkty řadí i refinancování půjček, této služby využívá mnoho klientů a představuje tak jeden z nejžádanějších produktů na Zonky.¹⁰⁴

¹⁰³ Co je Zonky.cz?. *Zonky* [online]. Praha: Zonky, s.r.o., 2016 [cit. 2016-12-09]. Dostupné z: <https://zonky.cz/o-zonkym>

¹⁰⁴ Zonky - lidé půjčují lidem. *Zonky*. [online]. Praha: Zonky, s.r.o., 2016 [cit. 2016-12-08]. Dostupné z: <https://zonky.cz/#s-lidmi>

Příloha C – Formulář pro mystery shopping bank

MYSTERY SHOPPING – FORMULÁŘ POBOČKY

Pobočka	
Banka	
Adresa pobočky	
Datum návštěvy	
Model	

Spotřebitelský úvěr	
1. Výše úrokové sazby	
2. RPSN	
3. Cena za pojištění	
4. Další poplatky	
5. Měsíční splátka	
6. Celková splacená částka	

Pojištění	
1. Pojištění nezaměstnanosti	
2. Pojištění platební neschopnosti	
3. Pojištění hospitalizace	

Kvalifikovanost zaměstnance	
1. Schopnost odpovědět na kontrolní otázku	ANO / NE
<i>Poznámky k odpovědi:</i>	
2. Schopnost odpovědět na další dotazy	
a. Ohledně dalšího chodu úvěru a účtu	ANO / NE
b. Podmínky k pojištění	ANO / NE
<i>Poznámky k odpovědím:</i>	
3. Zaměstnancova snaha najít nejlepší řešení	ANO / NE
<i>Poznámky:</i>	
4. Zaměstnancova snaha zjistit klientova přání a potřeby	ANO / NE
<i>Poznámky:</i>	
5. Ochota zaměstnance celkově	ANO / NE
<i>Poznámky:</i>	
6. Ochota zaměstnance s poskytnutím nabídky	ANO / NE
<i>Poznámky:</i>	

a. Vytisknout nabídku	ANO / NE
b. Nabídnout další doplňkové materiály	ANO / NE
Poznámky:	
7. Příjemné prostředí zaměstnancova stolu, atmosféra	ANO / NE
Poznámky:	
8. Zaměstnanec nevnucoval produkty, pro které klient nepřišel	ANO / NE
Poznámky:	

Příloha D – Nabídka České spořitelny pro stálého klienta

50 000, — úrok 14%
sazka

56 plátek $\frac{110,25\%}{500 \text{ Kč / poskytl.}}$

~~sp. 1199, —~~ 1257,17

pojištění 4985, —
125 Kč / měsíce odpouští

přepočeni
20 802 Kč + 125 × 56

Obrázek D: Nabídka České spořitelny pro stálého klienta

Zdroj: vlastní

Příloha E – Česká spořitelna stálý klient

MYSTERY SHOPPING – FORMULÁŘ POBOČKY

Pobočka	
Banka	Česká spořitelna, a.s.
Adresa pobočky	Děčín
Datum návštěvy	03.08.2016
Model	Stálý klient

Spotřebitelský úvěr - bez pojištění	
1. Výše úrokové sazby	14 %
2. RPSN	16,85 %
3. Cena za pojištění	0 Kč
4. Další poplatky vstupní	500 Kč
5. Měsíční splátka	1 257 Kč
6. Celková splacená částka – dopočítána klientkou	75 420 Kč
7. Počet odpuštěných splátek	4
8. Ušetření klienta na splátkách	4 985 Kč
9. Přeplicení úvěru	20 892 Kč

Spotřebitelský úvěr - s pojištěním	
1. Výše úrokové sazby	14 %
2. RPSN	16,85 %
3. Cena za pojištění varianta A	6 000 Kč (100 Kč/měsíc)
4. Cena za pojištění varianta B	7 500 Kč (125 Kč/měsíc)
5. Další poplatky vstupní	500 Kč
6. Měsíční splátka	1 357 Kč/1 382 Kč
7. Celková splacená částka	81 420 Kč/82 920 Kč

Pojištění	
1. Pojištění nezaměstnanosti	
<p><i>Je velice zodpovědné si ho uzavřít, po zptání, zda se dá aplikovat při podání výpovědi, paní řekla, že pouze v případě vyhození z organizačních důvodů, nikoliv pokud ve firmě vytvoříme nějaký problém, kvůli kterému nás pak vyhodí. Pokud bych se nezeptala, tak bych se tuto informaci nedozvěděla.</i></p>	
2. Pojištění platební neschopnosti	
<p><i>Paní těžce vymýšlela situace, kdy je dobré pojištění využít, pouze, uvedla příklad, že když žena nastoupí na rizikové těhotenství, tak jediné až po třech měsících od uzavření pojištění a maximálně rok. Poté uvedla variantu, kdy plátce skončí v invalidním důchodu, či zemře, pojišťovna zbylé splátky zaplatí.</i></p>	

Kvalifikovanost zaměstnance	
1. Schopnost odpovědět na kontrolní otázku	ANO / NE
<i>Poznámky k odpovědi: Odůvodnila to vstupním poplatkem 500 Kč. O žádných datech posunutí splátky se nezminila.</i>	
2. Schopnost odpovědět na další dotazy	
a. Otázky ohledně pojištění	ANO / NE
b. Chod úvěru a účtu	ANO / NE
c. Podmínky řádného splácení	ANO / NE
<i>Poznámky k odpovědím: Zaměstnankyně nám na všechny dotazy odpověděla, ale kdybychom se nevyptávali, tak bychom informace nejspíš nezjistili.</i>	
3. Zaměstnancova snaha najít nejlepší řešení	ANO / NE
<i>Poznámky: Bankéřka se snažila najít nejlepší řešení, navrhovala různé typy úvěrů, které banka nabízí a propočítávala, jaká varianta by vyšla nejlépe. Dokonce navrhla, aby klientka přinesla konkurenční nabídku pro získání nižší úrokové sazby.</i>	
4. Zaměstnancova snaha zjistit klientova přání a potřeby	ANO / NE
<i>Poznámky: Pracovnice zjišťovala, na jaké účely chce klientka úvěr použít a zdali jí bude půjčovaná částka stačit. Byla možnost půjčit si i mnohem vyšší částku. Překvapivě pojištění klientce nebylo nabídnuto, až po dotazu, zdali automaticky úvěr nějaké zahrnuje.</i>	
5. Ochota zaměstnance celkově	ANO / NE
<i>Poznámky: Bankéřka se snažila klientce úvěr nabídnout, ale pouze říkala velikosti měsíčních splátek, a že klientce odpustí až 4 splátky v případě řádného splácení. Když jsme požádali o vytisknutí nabídky, bankéřka odpověděla, že to nemohou a že to neumí a tak nám alespoň vypsala na papírek velikost splátky, počet splátek a výši úvěru. Úrokovou sazbu a RPSN jsme získali až po opětovném vyptávání.</i>	
6. Ochota zaměstnance s poskytnutím nabídky	ANO / NE
<i>Poznámky: Zaměstnankyně se snažila úvěr poskytnout, nabízela různé varianty.</i>	
a. Vytisknout nabídku	ANO / NE
b. Nabídnout další doplňkové materiály	ANO / NE
<i>Poznámky: Žádná snaha a vizuální nabídku, ani natočení obrazovky, ani napsání na formuláře, které ležely na stole. Poskytnuto jen to nejnütnější na vyžádání.</i>	
7. Prostředí zaměstnancova stolu, atmosféra	ANO / NE
<i>Poznámky: Naproti židlím pro klienty je přímo namířená kamera, které si nelze nevšimnout. Paní seděla klasicky za stolem u počítače, často bylo jednání vyrušeno příchozími telefonáty a ruchem na pobočce.</i>	
8. Zaměstnanec nevnucoval produkty, pro které klient nepřišel	ANO / NE
<i>Poznámky: Paní nám zdůrazňovala, že je možnost uzavřít úvěr na vyšší částku.</i>	

Příloha F – Nabídka České spořitelny pro nového klienta

CPS Stránka č. 1 z 1

Úvod | Hledat | Nástroje
Martina Anna Lahodná (IIO39270)

Rozhodněte o postupu Pokračovat

Žádost je poskytována mimo kreditní linku - bude vyžadováno doložení příjmů

Klient	Jméno: Kateřina Benčová	Trvalý pobyt: Sádkářská 341, Liberec, 46008	CLUID: 8016-08-25-10.27.35.994493	Odeslat dotaz
	Datum narození: 13. 4. 1994	Primární telefon: 605053567	Kategorie obsluhy: Standard	
	Rodné číslo: [dotaz]	Primární e-mail: [dotaz]		

Výběr varianty

Chci vyšší úvěr
243 167 Kč, splátka: 3 100 Kč,
počet splátek: 120 měs.

Chci původní výši úvěru
50 000 Kč, splátka: 1 044 Kč,
počet splátek: 60 měs.

Chci jinou výši úvěru
Nová modelace

Vyšší úvěr

Požadovaný úvěr 243 167 Kč	První splátka 17.10.2016	Orientační úroková sazba 8,9 %
Měsíční splátka 3 100 Kč	Poslední splátka 15.9.2026	RPSN 9,41 %
Počet splátek 120	Pojištění žadatele A - Invalidita, pracovní neschopnost, úmrtí	Kreditní linka Bez kreditní linky
Celková částka splatná klientem 371 990 Kč		Bez poplatku za mimořádnou splátku Ne
Poplatky (zahrnuto v RPSN Ano /Ne)		
Poplatek za poskytnutí / změna limitu 0 Kč (Ano)	Poplatek za pojištění 155 Kč (Ne)	Poplatek za vedení 0 Kč (Ne)
Poplatek za výpis 0 Kč (Ano)		

Původní výše úvěru

Požadovaný úvěr 50 000 Kč	První splátka 17.10.2016	Úroková sazba 8,9 %
Měsíční splátka 1 044 Kč	Poslední splátka 15.9.2021	RPSN 9,41 %
Počet splátek 60	Pojištění žadatele A - Invalidita, pracovní neschopnost, úmrtí	Kreditní linka Bez kreditní linky
Celková částka splatná klientem 52 632 Kč		Bez poplatku za mimořádnou splátku Ne
Poplatky (zahrnuto v RPSN Ano /Ne)		
Poplatek za poskytnutí / změna limitu 0 Kč (Ano)	Poplatek za pojištění 83 Kč (Ne)	Poplatek za vedení 0 Kč (Ne)
Poplatek za výpis 0 Kč (Ano)		

Obrázek E: Nabídka České spořitelny pro nového klienta

Zdroj: vlastní

Příloha G – Česká spořitelna nový klient

MYSTERY SHOPPING – FORMULÁŘ POBOČKY

Pobočka	
Banka	Česká spořitelna a.s.
Adresa pobočky	Liberec
Datum návštěvy	25.08.2016
Model	Nový klient

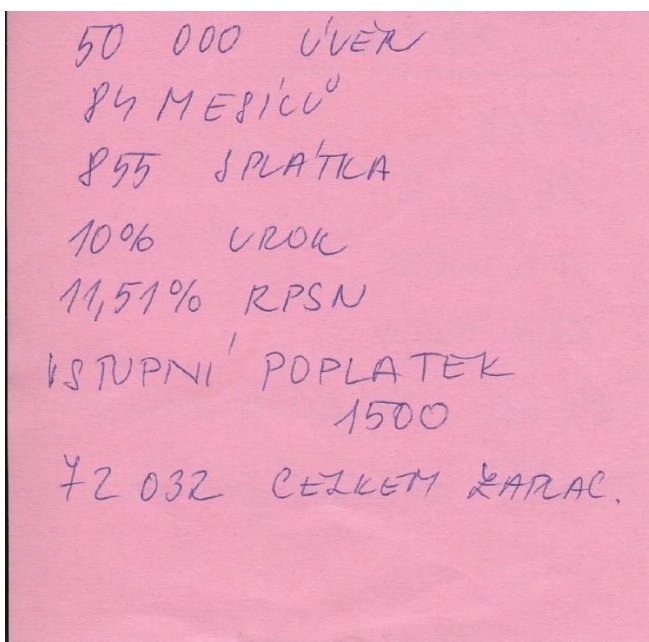
Spotřebitelský úvěr	
1. Výše úrokové sazby	8,9 %
2. RPSN	9,41 %
3. Cena za pojištění	0 Kč
4. Další poplatky *jedná se o studentský úvěr, tudíž je bez poplatků	0 Kč
5. Měsíční splátka	1 044 Kč
6. Celková splacená částka	62 632 Kč

Spotřebitelský úvěr – s pojištěním	
1. Výše úrokové sazby	8,9 %
2. RPSN	9,41 %
3. Cena za pojištění – varianta A	83 Kč/měsíc (4 980 Kč celkem)
4. Další poplatky *jedná se o studentský úvěr, tudíž je bez poplatků	0 Kč
5. Měsíční splátka	1 127 Kč
6. Celková splacená částka	67 712 Kč

Pojištění – balíček pro případ trvalé invalidity, pracovní neschopnost a úmrtí	
1. Pojištění nezaměstnanosti	<i>Pojistné plnění je, když je klient nezaměstnaný. Další podmínky paní nezmínila.</i>
2. Pojištění pracovní neschopnosti	<i>Klient musí být více jak dva měsíce nemocný neboli v pracovní neschopnosti. Dále je pojištění možné využít v případě trvalé invalidity a úmrtí. Neuvedla další podmínky pro plnění.</i>

Kvalifikovanost zaměstnance	
1. Schopnost odpovědět na kontrolní otázku	ANO / NE
<i>Poznámky k odpovědi: Paní mluvila o pojištění, které zvyšuje RPSN, ovšem to je počítáno mimo úvěr. Dále se zmínila o případných poplatcích v případě dřívějšího splacení. Hlavním důvodem je, že se to takhle počítá.</i>	
2. Schopnost odpovědět na další dotazy	
a. Podmínky pojištění	ANO / NE
b. Chod úvěru a účtu	ANO / NE
<i>Poznámky k odpovědím: K podmínkám pojištění paní mluvila velmi stručně a nerozváděla. O chodu úvěru a účtu zmínila i poplatky, které se klienta netýkají, protože je to studentský úvěr. Úvěr je možné kdykoliv předčasně splatit, ale že to je s 1% poplatkem ze zbylé částky uvedla až po zeptání se na sazbu RPSN.</i>	
3. Zaměstnancova snaha najít nejlepší řešení	ANO / NE
<i>Poznámky: Paní když zjistila, že je klientka stále student, tak navrhla studentský úvěr. Klasický spotřebitelský úvěr by vyšel s úrokovou sazbou okolo 15 %. (tak jak byl nabídnut stále klientce)</i>	
4. Zaměstnancova snaha zjistit klientova přání a potřeby	ANO / NE
<i>Poznámky: Zaměstnankyně se nevyptávala na žádná fakta, kromě příjmu.</i>	
5. Ochota zaměstnance celkově	ANO / NE
<i>Poznámky: Bankérka hned nabídla jako první variantu pravděpodobně tu nejvýhodnější pro klientku.</i>	
6. Ochota zaměstnance s poskytnutím nabídky	ANO / NE
<i>Poznámky: Pracovnice ukázala sazby a částky na monitoru a čísla přečetla.</i>	
a. Vytisknout nabídku	ANO / NE
b. Nabídnout další doplňkové materiály	ANO / NE
<i>Poznámky: Po zeptání na konci schůzky byla nabídka spotřebitelského úvěru vytisknuta. Sama by to paní nenabídla.</i>	
7. Příjemné prostředí zaměstnancova stolu, atmosféra	ANO / NE
<i>Poznámky: Prostředí bylo klasické jako v bance, opět jako na pobočce České spořitelny v Děčíně byla nepříjemná kamera umístěná, tak aby přímo mířila na klienta. V okolí byli další klienti, kteří mohli slyšet rozhovor se zaměstnancem.</i>	
8. Zaměstnanec nevnucoval produkty, pro které klient nepřišel	ANO / NE
<i>Poznámky: Zaměstnankyně nabízela, aby si klient vzal větší úvěr, než o který přišel žádat. Viz nabídka, příloha F. Z původních 50 000 Kč byl nabízen úvěr až na 243 167 Kč se splatností 10 let a celkovou splacenou částkou 371 990 Kč. Navíc je tato nabídka zvýrazněna na vytištěném papíře.</i>	

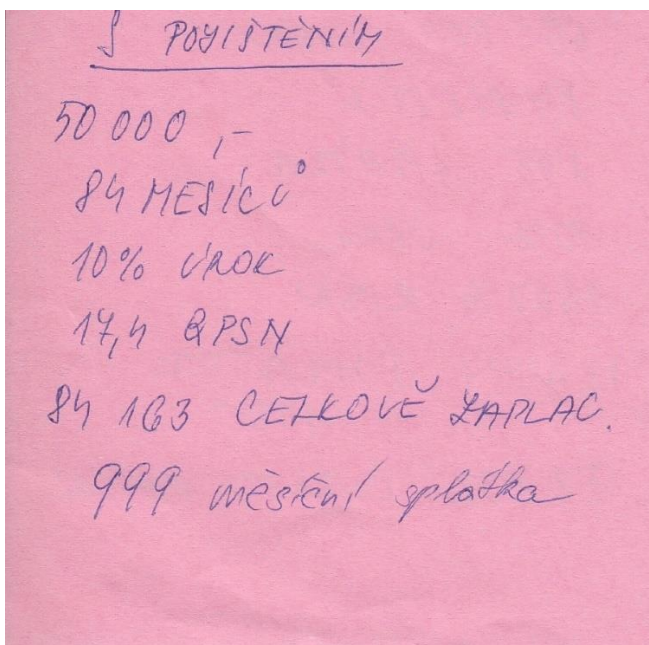
Příloha H – Nabídka UniCredit Bank pro stálého klienta



50 000 ÚVER
84 MĚSÍCŮ
855 SPLÁTKA
10% ÚROK
11,51% RPSN
VSTUPNÍ POPLATEK
1500
72 032 CELKEM ZAPLAC.

Obrázek H-1: Nabídka UniCredit Bank pro stálého klienta, přední strana

Zdroj: vlastní



POJIŠTĚNÍ
50 000,-
84 MĚSÍCŮ
10% ÚROK
14,4 RPSN
84 163 CELKOVĚ ZAPLAC.
999 měsíční splátka

Obrázek H-2: Nabídka UniCredit Bank pro stálého klienta, zadní strana

Zdroj: vlastní

Příloha I – UniCredit Bank stálý klient

MYSTERY SHOPPING – FORMULÁŘ POBOČKY

Pobočka	
Banka	UniCredit Bank Czech Republic and Slovakia, a.s.
Adresa pobočky	Jablonec nad Nisou
Datum návštěvy	24.08.2016
Model	Stálý klient

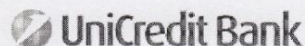
Spotřebitelský úvěr – lze uzavřít jedině na sedm let – 84 splátek	
1. Výše úrokové sazby	10 %
2. RPSN	11,51 %
3. Cena za pojištění	0 Kč
4. Další poplatky Poplatek za zprostředkování	1 500 Kč
5. Měsíční splátka	855 Kč
6. Celková splacená částka	72 032 Kč

Spotřebitelský úvěr – lze uzavřít jedině na sedm let – 84 splátek – s pojištěním	
1. Výše úrokové sazby	10 %
2. RPSN	17,4 %
3. Cena za pojištění	(celkem 12 096 Kč) 144 Kč
4. Další poplatky Poplatek za zprostředkování	1 500 Kč
5. Měsíční splátka	999 Kč
6. Celková splacená částka	84 163 Kč

Pojištění	
1. Pojištění nezaměstnanosti	<i>Čekací doba jsou tři měsíce od začátku nezaměstnanosti. Klient musí být zapsán na pracovním úřadě a je to jediná podmínka. Klient může dát výpověď a nebo se domluvit na ukončení pracovního poměru dohodou. Vyplácí se maximálně po dobu šesti měsíců. Pojišťovna platí 6 po sobě jdoucích měsíců</i>
2. Pojištění platební neschopnosti	<i>Čekací doba je opět tři měsíce od doby, kdy je člověk nemocný, tak že nemůže pracovat. Vyplácí se po dobu maximálně jednoho roku.</i>
3. Pojištění hospitalizace	<i>Čekací doba je tři měsíce a vyplácí se v případě plnění po celou dobu hospitalizace bez omezení.</i>

Kvalifikovanost zaměstnance	
1. Schopnost odpovědět na kontrolní otázku	ANO / NE
<i>Poznámky k odpovědi: Paní odpověděla, že RPSN je větší kvůli poplatku za zpracování, další důvody neuvedla.</i>	
2. Schopnost odpovědět na další dotazy	
a. Ohledně dalšího chodu úvěru a účtu	ANO / NE
b. Podmínky k pojištění	ANO / NE
<i>Poznámky k odpovědím: Zaměstnankyně se v úvěrech nevyznala, tudíž nebyla schopna odpovědět na otázky. Snažila se odpovědi dohledat v interních dokumentech, případně zavolala kolegyni, aby informace získala.</i>	
3. Zaměstnancova snaha najít nejlepší řešení	ANO / NE
<i>Poznámky: Paní se snažila nám pomoci a nějakou nabídku poskytnout, ale jaké řešení by mohlo být nejlepší, sama nevěděla.</i>	
4. Zaměstnancova snaha zjistit klientova přání a potřeby	ANO / NE
<i>Poznámky: I přesto, že úvěrům paní moc nerozuměla, tak se snažila informace získat od kolegů po telefonu nebo vyčíst informace na internetu.</i>	
5. Ochota zaměstnance celkově	ANO / NE
<i>Poznámky: Paní byla ochotná nám poskytnout informace.</i>	
6. Ochota zaměstnance s poskytnutím nabídky	ANO / NE
a. Vytisknout nabídku	ANO / NE
b. Nabídnout další doplňkové materiály	ANO / NE
<i>Poznámky: Po vyžádání byla alespoň nabídka napsána na malý papírek.</i>	
7. Příjemné prostředí zaměstnancova stolu, atmosféra	ANO / NE
<i>Poznámky: Kancelář nebyla klasického bankovního rázu a na stole bylo mnoho soukromých věcí a především notebook, který bránil v osobním kontaktu se zaměstnankyní.</i>	
8. Zaměstnanec nevnucoval produkty, pro které klient nepřišel	ANO / NE
<i>Poznámky: Paní se v produktech banky nevyznala, tudíž ani nenabízela jiné varianty. Pokud ale vezmeme fakt, že klientka přišla pro úvěr na 50 000 Kč se splatností na 5 let, tak dostala nabídku pouze na úvěr se splatností 7 let.</i>	

Příloha J – Nabídka UniCredit Bank pro nového klienta



Informace o PRESTO Půjčce

Děkujeme Vám, že jste projevíli zájem o PRESTO Půjčku poskytovanou UniCredit Bank Czech Republic and Slovakia, a.s.

Na základě Vámi zadaných údajů si Vám dovoluji předložit informace o PRESTO Půjčce. V následující tabulce jsou uvedeny předpokládané základní parametry požadovaného úvěru.

Jméno a příjmení: Kateřina Benčová

Varianta	1	2	3
Kolik si chci půjčit	50 000 Kč		
z toho:	refinancování úvěrů	Kč	
	prostředky navíc	50 000 Kč	
Doba trvání úvěru	60 měsíců		
Výše měsíční splátky *	1 313 Kč		
Měsíční poplatek za správu a vedení úvěru	Kč		
Úroková sazba (p. a.)	13,00%		
RPSN (p. a.)	21,32%		
Celková výše úvěru	57 680 Kč		
z toho:	poplatek za pojištění	6 180 Kč	
	poplatek za poskytnutí půjčky	1 500 Kč	
Celková splatná částka	79 109 Kč		

* Výše měsíční splátky zahrnuje poplatek za správu a vedení úvěru.

Výhody PRESTO půjčky:

- odklad splátky až 5krát během doby splácení
- flexibilní doba splácení
- výhodné pojištění schopnosti splácet

Pokud budete mít zájem pokračovat v jednání o navrženém úvěru nebo budete požadovat změnu parametrů a nový výpočet, neváhejte se na mne obrátit

Jméno:

Telefon:

Pobočka:

Tato nabídka je pouze indikativní, není návrhem na uzavření smlouvy a nelze z ní proto dovozovat povinnost banky uskutečnit jakékoli transakce. Případné uzavření smlouvy nebo uskutečnění transakce je vázáno na získání potřebných interních schválení v rámci banky a na podepsání příslušné smluvní dokumentace.

Obrázek I: Nabídka UniCredit Bank pro nového klienta

Zdroj: vlastní

Příloha K – UniCredit Bank nový klient

MYSTERY SHOPPING – FORMULÁŘ POBOČKY

Pobočka	
Banka	UniCredit Bank Czech Republic and Slovakia, a.s.
Adresa pobočky	Liberec, Moskevská
Datum návštěvy	05.08.2016
Model	Nový klient

Spotřebitelský úvěr – s pojištěním, bez pojištění nebylo nabídnuto	
1. Výše úrokové sazby	13 %
2. RPSN	21,32 %*
3. Cena za pojištění	(103 Kč/měsíc) celkem 6 180 Kč
4. Další poplatky Poplatek za poskytnutí půjčky	1 500 Kč
5. Měsíční splátka	1 313 Kč
6. Celková splacená částka	79 109 Kč

**RPSN zahrnuje i pojištění, poplatek za poskytnutí účtu a poplatky za vedení účtu. V případě nabídky pro klienta do 26 let je vedení účtu zdarma, tudíž by mělo být výsledné RPSN nižší. Měsíční splátka tento poplatek zahrnuje.*

Pojištění
Pojištění bylo automaticky zahrnuto do splátek, aniž by klientka o pojištění zažádala.
1. Pojištění nezaměstnanosti
<i>Když jsem se zeptala, zda nabízené pojištění obsahuje i pojištění v případě nezaměstnanosti, paní mi řekla, že neobsahuje. Doplnila, že toto pojištění sice banka má, ale klientům ho ani nenabízí, protože podmínky jsou nevýhodné. Upozornila na možnost čerpání pouze v případě, kdy je zaměstnanec vyhozený z nadbytečnosti a být registrován na úřadu práce. Navíc se vyplácí pojištění pouze půl roku, kdy je klient na úřadu práce.</i>
2. Pojištění pracovní neschopnosti
<i>Pojistné plnění je možné vyplácet po dobu jednoho roku, od třetího měsíce by byly splátky placeny v případě pracovní neschopnosti.</i>

Kvalifikovanost zaměstnance	
1. Schopnost odpovědět na kontrolní otázku	ANO / NE
<i>Poznámky k odpovědi: Paní mluvila pouze o pojištění a poplatcích spojené s vedením účtu a za zprostředkování půjčky.</i>	
2. Schopnost odpovědět na další dotazy	
a. Ohledně dalšího chodu úvěru a účtu	ANO / NE
b. Podmínky k pojištění	ANO / NE
<i>Poznámky: Bankérka nedokázala správně a srozumitelně vysvětlit podmínky pojištění, pouze informace související s úvěrovým produktem.</i>	
3. Zaměstnancova snaha najít nejlepší řešení	ANO / NE
<i>Poznámky: Paní se snažila nabídnout variantu, kterou klientka požadovala. Doporučila si pojištění pro případ nezaměstnanosti nebrat, protože se nevyplatí. Navrhovala, že kdyby byl úvěr na 84 splátek je možno využít možnosti mimořádné splátky, akorát se musí zaplatit 1% poplatek ze splacené částky, poslední rok 0,5% ze splacené částky.</i>	
4. Zaměstnancova snaha zjistit klientova přání a potřeby	ANO / NE
<i>Poznámky: Pracovnice se snažila poskytnout výhodný úvěr pro klientku.</i>	
5. Ochota zaměstnance celkově	ANO / NE
<i>Poznámky: Paní se snažila zodpovědět veškeré dotazy, říkala i informace, které vyhodnotila jako důležité, aby klient věděl.</i>	
6. Ochota zaměstnance s poskytnutím nabídky	ANO / NE
<i>Poznámky: Zaměstnankyně ukázala nabídku na monitoru, neměla problém s vytisknutím nabídky, po té co klientka zažádala o to, aby si mohla nabídku prohlédnout.</i>	
a. Vytisknout nabídku	ANO / NE
b. Nabídnout další doplňkové materiály	ANO / NE
<i>Poznámky: Paní dala klientce letáčky o účtu pro studenta i na spotřebitelský úvěr.</i>	
7. Příjemné prostředí zaměstnancova stolu, atmosféra	ANO / NE
<i>Poznámky: Zaměstnankyně má samostatnou kancelář a moc klientů asi za ní nechodí. Na stole nebyl volný prostor. Bylo příjemné, že nejsou vedle další klienti.</i>	
8. Zaměstnanec nevnucoval produkty, pro které klient nepřišel	ANO / NE
<i>Poznámky: Paní ihned nabízela spořicí účet.</i>	

Příloha L – Nabídka Air Bank pro stálého klienta

**Při včasném splácení budete
splácet 54 měsíců
a ušetříte 7 408 CZK**

Základní parametry		Při včasném splácení ?	
Splátka	1 154 CZK	Splátka	1 154 CZK
Počet splátek	60	Počet splátek	54
		Odpustíme splátek	6
Úroková sazba:	13,90 % p.a.	Úroková sazba:	9,90 % p.a.
RPSN:	14,83 % p.a.	RPSN:	10,37 % p.a.
Celkem zaplatíte	69 164 CZK	Celkem zaplatíte	61 756 CZK
		Ušetříte na splátkách	7 408 CZK

[✕ Zrušit žádost](#) [🕒 Uložit žádost](#) [Pokračovat ▶](#)

🗉 Chcete pomoci? volejte 840 30 30 30 [👤](#) Poslední úspěšné přihlášení: 23. 08. 2016, 18:08 © 2016 Air Bank a.s.

Obrázek K: Nabídka Air Bank pro stálého klienta

Zdroj: vlastní

Příloha M– Air Bank stálý klient

MYSTERY SHOPPING – FORMULÁŘ POBOČKY

Pobočka	
Banka	Air Bank člen skupiny PPF
Adresa pobočky	Liberec
Datum návštěvy	23.08.2016
Model	Stálý klient

Spotřebitelský úvěr – základní parametry*	
1. Výše úrokové sazby	<i>13,9 %</i>
2. RPSN	<i>14,83 %</i>
3. Cena za pojištění	<i>Libovolně 25-250 Kč/měsíc</i>
4. Další poplatky	<i>0 Kč</i>
5. Měsíční splátka	<i>1 154 Kč</i>
6. Celková splacená částka	<i>69 164 Kč</i>
<i>*klient se dostane na tyto sazby v případě, že řádně nesplatil splátku, čekací doba je 5 dnů, poté se klientovi zhorší sazba o 1 procentní bod. Pokud je zpoždění splátky více jak 30 dní, automaticky ztrácí výhodnou sazbu a je uplatňována sazba ze základních parametrů. Zaměstnankyně ujistila, že není problém dodržet podmínky řádného splácení, protože je i možné změnit datum splátky.</i>	

Spotřebitelský úvěr – v případě řádného splácení	
1. Výše úrokové sazby	<i>9,90 %</i>
2. RPSN	<i>10,37 %</i>
3. Cena za pojištění	<i>Libovolně 25-250 Kč/měsíc</i>
4. Další poplatky	<i>0 Kč</i>
5. Měsíční splátka	<i>1 154 Kč</i>
6. Celková splacená částka	<i>61 756 Kč</i>
7. Počet odpuštěných splátek	<i>6</i>
8. Ušetření klienta na splátkách	<i>7 408 Kč</i>

Pojištění	
1. Pojištění pro případ ztráty zaměstnání	<i>Je potřeba odejít z práce z důvodu nadbytečnosti, reorganizace firmy.</i>
2. Pojištění pracovní neschopnosti	<i>Od druhého měsíce až po dobu jednoho roku je pojistné plnění. Pojištěný je klient od druhého dne, kdy pojištění zaplatí.</i>

Kvalifikovanost zaměstnance	
1. Schopnost odpovědět na kontrolní otázku	ANO / NE
<i>Poznámky k odpovědi: Paní vysvětlila, že peníze máme delší dobu k dispozici, než je splácíme. Dále uvedla, že výši RPSN ovlivňuje stanovené datum splátky a i že budoucí hodnota peněz je nižší než ta současná.</i>	
2. Schopnost odpovědět na další dotazy	
a. Ohledně dalšího chodu úvěru	ANO / NE
b. Jaké jsou podmínky pro řádné splácení	ANO / NE
c. Podmínky k pojištění	ANO / NE
<i>Poznámky: Zaměstnankyně se snažila dotazy zodpovědět a vše vysvětlit. Popis podmínek pojištění mohl být detailnější. Naopak podmínky pro řádné splácení byly vysvětleny velmi podrobně, lépe než zaměstnanec, u kterého žádal o úvěr nový klient.</i>	
3. Zaměstnancova snaha najít nejlepší řešení	ANO / NE
<i>Poznámky: Paní se snažila zadat do systému co nejlepší parametry, aby nabídka vyšla dobře. Rozvažovala se, zdali je lepší uvést do žádosti, že je klient student či zaměstnanec, nakonec rozhodla, že zaměstnanec bude lepší, aby bylo jasné, že má příjmy a platí sociální a zdravotní pojištění, nikoliv škola.</i>	
4. Zaměstnancova snaha zjistit klientova přání a potřeby	ANO / NE
<i>Poznámky: Paní se ptala, jak dlouhou dobu by klientka chtěla úvěr splácet a v jaké výši by měly být splátky.</i>	
5. Ochota zaměstnance celkově	ANO / NE
<i>Poznámky: Při vstupu na pobočku jsme byli usazeni a byla nám nabídnutá káva, čaj nebo voda. Zaměstnankyně se snažila přijít na nejlepší řešení pro klientku.</i>	
6. Ochota zaměstnance s poskytnutím nabídky	ANO / NE
<i>Poznámky: Po zeptání, zdali si klient může prohlídnout nabídku v klidu z domova, paní uložila nabídku v systému a řekla, že klientka jí nalezne ve svém elektronickém bankovníctví.</i>	
a. Vytisknout nabídku	ANO / NE
b. Nabídnout další doplňkové materiály	ANO / NE
<i>Poznámky: Přímou žádání letáčky nebo podobné materiály paní nenabídla, protože je nejspíše banka ani netiskne. Ovšem v případě vysvětlení, jak funguje řádné splácení, tak paní názorně nakreslila, jak systém funguje.</i>	
7. Příjemné prostředí zaměstnancova stolu, atmosféra	ANO / NE
<i>Poznámky: V Air Bank mají jednotný systém, zaměstnanci nemají své vlastní stoly, ale přicházejí ke klientům, kteří jsou usazeni na lavičky a před nimi monitor. Klient vidí vše, co zaměstnanec zadává do počítače. Prostory jsou velmi otevřené, takže zákazníkům může vadit, že je ostatní vidí a mohou je i slyšet bavit se o osobních financích.</i>	
8. Zaměstnanec nevnucoval produkty, pro které klient nepřišel	ANO / NE
<i>Poznámky: Zaměstnankyně se opakovaně ptala, zdali nechceme úvěr navýšit, zdali bude částka stačit. Dále se snažila otevřít účet druhé osobě, která s klientkou přišla a nabídnout pojištění, které jsme probírali.</i>	

Příloha N – Nabídka Air Bank pro nového klienta

**Při včasném splácení budete
splácet 52 měsíců
a ušetříte 9 677 CZK**

Základní parametry		Při včasném splácení ?	
Splátka	1 193 CZK	Splátka	1 193 CZK
Počet splátek	60	Počet splátek	52
		Odpustíme splátek	8
Úroková sazba:	14,90 % p.a.	Úroková sazba:	9,90 % p.a.
RPSN:	15,97 % p.a.	RPSN:	10,37 % p.a.
Celkem zaplatíte	71 519 CZK	Celkem zaplatíte	61 842 CZK
		Ušetříte na splátkách	9 677 CZK

Pokračovat bez půjčky **Pokračovat** ▶

📞 **Zavoláme vám zpět.** Nebo volejte 840 30 30 30 © 2016 Air Bank a.s.

Obrázek M: Nabídka Air Bank pro nového klienta

Zdroj: vlastní

Příloha O – Air Bank nový klient

MYSTERY SHOPPING – FORMULÁŘ POBOČKY

Pobočka	
Banka	Air Bank člen skupiny PPF
Adresa pobočky	Liberec
Datum návštěvy	05.08.2016
Model	Nový klient

Spotřebitelský úvěr – Základní parametry	
1. Výše úrokové sazby	14,9 %
2. RPSN	15,97 %
3. Cena za pojištění	Libovolně 25-250 Kč/měsíc
4. Další poplatky	0 Kč
5. Měsíční splátka	1 193 Kč
6. Celková splacená částka	71 519 Kč

Spotřebitelský úvěr – V případě řádného splacení	
1. Výše úrokové sazby	9,9 %
2. RPSN	10,37 %
3. Cena za pojištění	Libovolně 25-250 Kč/měsíc
4. Další poplatky	0 Kč
5. Měsíční splátka	1 193 Kč
6. Celková splacená částka	61 842 Kč
7. Počet odpuštěných splátek	8
8. Ušetření klienta na splátkách	9 677 Kč
Poznámky: Sazba vyšla nejvyšší možná, kterou Air bank nabízí, ale pouze v případě řádného splacení, kdy klient může získat bonusovou sazbu. Celková částka vyšla méně, než zaměstnanec nabízel v modelové kalkulačce.	

Pojištění	
1. Pojištění pro případ ztráty zaměstnání	
<i>Klient nesmí dát výpověď. Klient dostane výpověď pro nadbytečnost, reorganizace společnosti, rušení pobočky. Čekací doba na plnění pojištění je 60 dnů, kvůli výpovědní lhůtě, která je obvykle 2 měsíce.</i>	
2. Pojištění pracovní neschopnosti	
<i>Stačí potvrzení pracovní neschopnosti, bance je jedno, z jakého důvodu v této situaci klient je. Klient je pojištěn hned od druhého dne, kdy pojištění zaplatil. Vyplácí plnění od druhého měsíce.</i>	

Kvalifikovanost zaměstnance	
1. Schopnost odpovědět na kontrolní otázku	ANO / NE
<i>Poznámky k odpovědi: Velmi dobře vysvětlil, proč je RSPN větší. Půjčku využíváme déle, než jí splácíme, první splátka je měsíc po tom co peníze obdržíme.</i>	
2. Schopnost odpovědět na další dotazy	
a. Ohledně dalšího chodu úvěru a účtu	ANO / NE
b. Jaké jsou podmínky pro řádné splácení	ANO / NE
c. Podmínky k pojištění	ANO / NE
<i>Poznámky k odpovědím: Zaměstnanec podrobně a srozumitelně odpověděl na veškeré dotazy.</i>	
3. Zaměstnancova snaha najít nejlepší řešení	ANO / NE
<i>Poznámky: Zaměstnanec nabídl úvěr od Air Bank. Doporučil, aby klientka neobcházela více než 3-4 banky za měsíc a nedošlo k situaci, že bude žádost o úvěr zamítnuta z důvodu příliš žádostí. Zaměstnanec nabídl, že u úvěru je možná kdykoliv změnit výši splátky, zmenšit i zvýšit, dle naší potřeby, mimořádné splátky jsou zdarma a je zde i možnost předčasného splacení.</i>	
4. Zaměstnancova snaha zjistit klientova přání a potřeby	ANO / NE
<i>Poznámky: Zaměstnanec se snažil všechny pojmy vysvětlit, i bez zeptání klientky. Opakoval, aby se klientka na cokoli zeptala.</i>	
5. Ochota zaměstnance celkově	ANO / NE
<i>Poznámky: Při vstupu na pobočku byla klientka usazena a bylo jí nabídnuto občerstvení. Zaměstnanec s ochotou komunikoval s klientkou a snažil se zodpovědět veškeré dotazy.</i>	
6. Ochota zaměstnance s poskytnutím nabídky	ANO / NE
<i>Po zeptání, zdali si klient může prohlídnout nabídku v klidu z domova, bylo napsáno ID zákazníka, i přišlo ID na email. Zaměstnanec vysvětlil, jak se přihlásit a nabídku otevřít z domova. Ovšem vypadal, že jsem první klient, který se ho na otevření nabídky z domova ptá. Nabídku mi zaměstnanec během schůzky ukázal na monitoru, vysvětlil čísla se v ní nacházející.</i>	
a. Vytisknout nabídku	ANO / NE
b. Nabídnout další doplňkové materiály	ANO / NE
<i>Poznámky: U stolů nemají k dispozici tiskárnu, předpokládají, že zákazníkovi vyhovuje vše online.</i>	
7. Příjemné prostředí zaměstnancova stolu, atmosféra	ANO / NE
<i>Poznámky: V Air Bank mají jednotný systém, zaměstnanci nemají své vlastní stoly, ale přicházejí ke klientům, kteří jsou usazeni na lavičky a před nimi monitor. Klient vidí vše, co zaměstnanec zadává do počítače.</i>	
8. Zaměstnanec nevnucoval produkty, pro které klient nepřišel	ANO / NE
<i>Poznámky: Zaměstnanec se několikrát zeptal, zda bude půjčovaná částka opravdu stačit. Vybízel k půjčení vyšší částky a pak případně využít mimořádné splátky a peníze splatit dřív.</i>	

Příloha P – Online formulář pro mystery shopping

MYSTERY SHOPPING – FORMULÁŘ ONLINE

Pobočka	
Instituce	
Internetové stránky	
Datum žádosti	
Model	Nový klient

Spotřebitelský úvěr		
1. Výše úrokové sazby		%
2. RPSN		%
3. Cena za pojištění		Kč
4. Celková splacená částka		Kč

Webové stránky	
1. Přehlednost webových stránek	ANO / NE
Poznámky:	
a. Nalezitelnost odkazu pro uzavření úvěru	ANO / NE
b. Nalezitelnost obchodních podmínek	ANO / NE
c. Přehlednost obchodních podmínek	ANO / NE
Poznámky:	
2. Možnost sjednání celého úvěru online	ANO / NE
Poznámky:	

Kvalifikovanost zaměstnance	
1. Schopnost odpovědět na kontrolní otázku	ANO / NE
Poznámky k odpovědi:	
2. Schopnost odpovědět na další dotazy	
a. Jaké jsou podmínky možnosti splatit úvěr předčasně?	ANO / NE
b. Je možné změnit výši měsíční splátky?	ANO / NE
c. Jaké jsou sankce za opožděnou splátku?	ANO / NE
Poznámky k odpovědím:	
3. Zaměstnancova snaha najít nejlepší řešení	ANO / NE
Poznámky:	
4. Zaměstnancova snaha zjistit klientova přání a potřeby	ANO / NE
Poznámky:	
5. Nenabízel zaměstnanec jiné produkty, než klient žádal, především vyšší úvěr.	ANO / NE

Příloha Q – Home Credit

MYSTERY SHOPPING – FORMULÁŘ ONLINE

Pobočka	
Instituce	HOME CREDIT
Internetové stránky	www.homecredit.cz
Datum žádosti	24.11.2016
Model	Nový klient

Spotřebitelský úvěr	
1. Výše úrokové sazby	14,68 %
2. RPSN	15,8 %
3. Měsíční splátka	1 179 Kč
4. Celková splacená částka	70 740 Kč

Webové stránky	
1. Přehlednost webových stránek	ANO / NE
<i>Poznámky: Veškeré informace bylo jednoduché nalézt.</i>	
a. Nalezitelnost odkazu pro uzavření úvěru	ANO / NE
b. Nalezitelnost obchodních podmínek	ANO / NE
c. Přehlednost obchodních podmínek	ANO / NE
<i>Poznámky: Odkazy jsou na viditelných místech, fungují a obchodní podmínky jsou napsány srozumitelně.</i>	
2. Možnost sjednání celého úvěru online	ANO / NE
<i>Poznámky: Nežjištěno z důvodu nedovolení pokračování v žádosti.</i>	

Kvalifikovanost zaměstnance	
1. Schopnost odpovědět na kontrolní otázku	ANO / NE
<i>Poznámky k odpovědi: absolutně netuší, prý se nedá přesně určit bez konkrétní nabídky, orientační kalkulačka pouze vyhazuje čísla, další operátor, řekl, že to je filosofie firmy. V obchodních podmínkách je uvedeno, že den splatnosti ovlivňuje výši RPSN.</i>	
2. Schopnost odpovědět na další dotazy	
a. Jaké jsou podmínky možnosti splatit úvěr předčasně?	ANO / NE
<i>Poznámky: Operátor uvedl, že úvěr je možný splatit předčasně kdykoliv a to zdarma. Úroky jsou placeny pouze do výše, které vznikly do doby, kdy byl úvěr předčasně splacen. Akorát operátor neuvedl, že je potřeba o předčasném splacení předem informovat, jinak jsou peníze použity na úhradu splátky úvěru a úroků.</i>	
b. Je možné změnit výši měsíční splátky?	ANO / NE
<i>Poznámky: V rámci aktuální akce svobodné splácení mohou využít 12 měsíců, kdy změním výše splátky na polovinu. Pokud zákazník chce změnit výši splátky jinak než na polovinu, musí za každý měsíc zaplatit poplatek 39 Kč. Operátor ovšem nezminil, že změnit výši splátky je možné pouze třikrát za celou dobu splácení a navíc jednou za rok.</i>	

c. Jaké jsou sankce za opožděnou splátku?	ANO / NE
<i>Poznámky: Operátor zopakoval aktuální akci Home Credit, v rámci, které si klient může splátku odložit a to za 39 Kč měsíčně.</i>	
3. Zaměstnancova snaha najít nejlepší řešení	ANO / NE
<i>Poznámky: Jakmile operátorka zjistila, že systém nepovoluje klientovi v dalším pokračování žádosti, snažila se hovor co nejrychleji ukončit. Hovor skončil tím, že někdo jiný se mi ozve, ale už neozval.</i>	
4. Zaměstnancova snaha zjistit klientova přání a potřeby	ANO / NE
<i>Poznámky: Operátoři nepodkládali žádné otázky, aby klientce úvěr nabídli za nejlepších podmínek.</i>	
5. Nabízel zaměstnanec jiné produkty, než klient žádal, především vyšší úvěr.	ANO / NE
<i>Poznámky: Nelze ohodnotit, došlo k zamítnutí žádosti.</i>	

Příloha R – Cofidis a Cofidis-pujcky

MYSTERY SHOPPING – FORMULÁŘ ONLINE

Pobočka	
Instituce	Cofidis, s.r.o., Ušetřeno.cz s.r.o.
Internetové stránky	www.cofidis.cz, www.cofidis-pujcky.cz
Datum žádosti	23.11.2016
Model	Nový klient

Spotřebitelský úvěr – nabídka z www.cofidis-pujcky.cz	
1. Výše úrokové sazby	11,9 %
2. RPSN	15,5 %
3. Měsíční splátka	1 176 Kč
4. Celková splacená částka	70 580 Kč

Spotřebitelský úvěr – nabídka z www.cofidis.cz	
1. Výše úrokové sazby	10,1 %
2. RPSN	10,58 %
3. Měsíční splátka	1 065 Kč
4. Celková splacená částka	63 900 Kč

Webové stránky	
1. Přehlednost webových stránek	ANO / NE
<i>Poznámky: Stránky jsou jednoduché, obsahují pouze několik záložek.</i>	
a. Nalezitelnost odkazu pro uzavření úvěru	ANO / NE
b. Nalezitelnost obchodních podmínek	ANO / NE
c. Přehlednost obchodních podmínek	ANO / NE
<i>Poznámky: Pro nalezení podmínek bylo potřeba zadat do vyhledávače „obchodní podmínky Cofidis“, na stránkách nebyly podmínky nalezeny.</i>	
2. Možnost sjednání celého úvěru online	ANO / NE
<i>Poznámky: Na stránkách uvádí, že je zpracování žádosti online, ale jakmile byla zaslána žádost, tak bylo uvedeno, že pro pokračování žádosti zavolá klientce operátor.</i>	

Kvalifikovanost zaměstnance – společnosti Cofidis	
operátorka si každou otázku ověřovala a okolo minuty nechala klienta čekat, než zjistila správnou odpověď	
1. Schopnost odpovědět na kontrolní otázku	ANO / NE
<i>Poznámky k odpovědi: Operátorka uvedla, že úrok je částka, kterou přeplatíme a RPSN tvoří veškeré poplatky, náklady spojené s úvěrem, jsou zahrnuty i případné poplatky za předčasné splacení. Zmínila, že banky mají mnohem větší rozdíl mezi RPSN a úrokem z důvodu poplatků za vedení účtů a další.</i>	

2. Schopnost odpovědět na další dotazy	
a. Jaké jsou podmínky možnosti splatit úvěr předčasně?	ANO / NE
<i>Poznámky: Operátorka ze samotné společnosti Cofidis uvedla, že pokud dochází k předčasnému splacení rok a více dopředu, klient platí poplatek 1 % z dlužné částky. Pokud dochází k předčasnému splacení méně, jak rok poplatek placený klientem je ve výši 0,5 % z dlužné částky.</i>	
b. Je možné změnit výši měsíční splátky?	ANO / NE
<i>Poznámky: Operátorka ze společnosti Cofidis uvedla, že klient obdrží min. částku splátky a ta je neměnná, pouze se dá částka navýšit.</i>	
c. Jaké jsou sankce za opožděnou splátku?	ANO / NE
<i>Poznámky: Za každý den se platí pokuta ve výši 0,1 % ze zbylé dlužné částky.</i>	
3. Zaměstnancova snaha najít nejlepší řešení	ANO / NE
<i>Poznámky: Operátorka se snažila klientce pomoci a srozumitelně říci informace o úvěru.</i>	
4. Zaměstnancova snaha zjistit klientova přání a potřeby	ANO / NE
<i>Poznámky: Operátorka nepodkládala žádné otázky, aby klientce úvěr nabídla za nejlepších podmínek.</i>	
5. Nabízel zaměstnanec jiné produkty, než klient žádal, především vyšší úvěr.	ANO / NE
<i>Poznámky: Nelze ohodnotit, došlo k zamítnutí žádosti.</i>	

Kvalifikovanost zaměstnance – společnosti Ušetřeno.cz (Cofidis-pujcky.cz)	
<i>Operátorka ihned informovala, že takto konkrétní dotazy patří přímo na společnost Cofidis.</i>	
1. Schopnost odpovědět na kontrolní otázku	ANO / NE
<i>Poznámky k odpovědi: Operátorka nevěděla, jak na otázku odpovědět.</i>	
2. Schopnost odpovědět na další dotazy	
a. Jaké jsou podmínky možnosti splatit úvěr předčasně?	ANO / NE
<i>Poznámky: Operátorka z partnerské společnosti Cofidis-pujcky.cz uvedla, že je možné kdykoliv splatit zdarma.</i>	
b. Je možné změnit výši měsíční splátky?	ANO / NE
<i>Poznámky: Operátorka z partnerské společnosti uvedla, že pro snížení splátky je potřeba úvěr refinancovat.</i>	
c. Jaké jsou sankce za opožděnou splátku?	ANO / NE
<i>Poznámky: Operátorka netušila odpovědět.</i>	
3. Zaměstnancova snaha najít nejlepší řešení	ANO / NE
<i>Poznámky: Jakmile operátorka zjistila, že klientka nespĺňuje věkový limit, navrhla uzavření úvěru přes partnerskou společnost Zonky.cz. Přes Zonky.cz ovšem klientka úvěr neobdržela.</i>	
4. Zaměstnancova snaha zjistit naše přání a potřeby	ANO / NE
<i>Poznámky: Operátorka nepodkládala žádné otázky, aby klientce úvěr nabídla za nejlepších podmínek.</i>	
5. Nenabízel zaměstnanec jiné produkty, než klient žádal, především vyšší úvěr.	ANO / NE
<i>Poznámky: Nelze ohodnotit, došlo k zamítnutí žádosti.</i>	

Příloha S – Zonky

MYSTERY SHOPPING – FORMULÁŘ ONLINE

Pobočka	
Instituce	Zonky, s.r.o.
Internetové stránky	zonky.cz
Datum žádosti	18.10.2016
Model	Nový klient

Spotřebitelský úvěr	
1. Výše úrokové sazby	8,49 %
2. RPSN	10,03 %
3. Měsíční splátka	1 306 Kč
4. Celková splacená částka	58 724 Kč

Webové stránky	
1. Přehlednost webových stránek	ANO / NE
<i>Poznámky: Na stránkách je jednoduché se zorientovat a najít hledané informace a odkazy.</i>	
a. Nalezitelnost odkazu pro uzavření úvěru	ANO / NE
b. Nalezitelnost obchodních podmínek	ANO / NE
c. Přehlednost obchodních podmínek	ANO / NE
<i>Poznámky: Obchodní podmínky byly snadno nalezeny a jsou napsány srozumitelnou formou.</i>	
2. Možnost sjednání celého úvěru online	ANO / NE
<i>Poznámky: Po vyplnění žádosti pokračuje komunikace po mailu.</i>	

Kvalifikovanost zaměstnance	
1. Schopnost odpovědět na kontrolní otázku	ANO / NE
<i>Poznámky k odpovědi: Finanční specialista vysvětlil, že RPSN je vyšší z důvodu 2% poplatku za zprostředkování a dle dne splatnosti.</i>	
2. Schopnost odpovědět na další dotazy	
a. Jaké jsou podmínky možnosti splatit úvěr předčasně?	ANO / NE
<i>Poznámky: Operátor uvedl, že úvěr je možné splatit bez poplatků kdykoliv a to i bez oznamování. Klient pouze zaplatí výši jistiny s dosavadními úroky.</i>	
b. Je možné změnit výši měsíční splátky?	ANO / NE
<i>Poznámky: Měsíční splátky měnit nelze, pouze se dají posílat mimořádné splátky.</i>	
c. Jaké jsou sankce za opožděnou splátku?	ANO / NE
<i>Poznámky: Klient by měl oznámit dopředu, že nezvládá poslat splátku a společnost se mu pokusí vyhovět a dohodnout se na novém termínu splátky. Operátor nezmínil, že v případě pozdní splátky jsou účtovány poplatky za nutnost upomínání dlužníka a vymáhání splátek.</i>	

3. Zaměstnancova snaha najít nejlepší řešení	ANO / NE
<i>Poznámky: Klientka obdržela negativní odpověď na základě vyplněného formuláře a společnost Zonky se nesnažila navrhnout jinou variantu.</i>	
4. Zaměstnancova snaha zjistit klientova přání a potřeby	ANO / NE
<i>Poznámky: Operátor se snažil zodpovědět veškeré otázky a ptal se o co přesně má klientka zájem.</i>	
5. Nabízel zaměstnanec jiné produkty, než klient žádal, především vyšší úvěr.	ANO / NE
<i>Poznámky: Nebylo zjištěno z důvodu nenabídnutí úvěru.</i>	

Příloha T – Online nabídka Home Credit

Žádost o půjčku

ve výši **50 000 Kč** za splátku **1 179 Kč** měsíčně.

Chci si půjčit

< 50 000 Kč > 50 000 Kč

Na jak dlouho

< 60 měsíců > 60

Měsíční splátka 1 179 Kč

Můžete si ji snížit až na 590 Kč, a to až 30x.

Celkem zaplatíte 70 740 Kč

Celková částka ke splacení zůstává stejná, i když si snižujete splátky. Prodlouží se jen celková doba splácení.

POTVRDIT ÚPRAVU PŮJČKY

Při výši úvěru 50 000 Kč, výši splátky 1 179 Kč, počtu splátek 60 a lhůtě splatnosti 15. 11. 2021 je úrok 14,68 % p. a., RPSN 15,8 %, celková částka splatná spotřebitelem 70 740 Kč.

Obrázek S: Online nabídka Home Credit

Zdroj: Půjčky [online]. Dostupné z: <https://www.homecredit.cz/pujcky/>. Citováno 24.11.2016

Příloha U – Online nabídka Cofidis

 NASTAVTE SI VAŠI PŮJČKU

1. ZADEJTE VÝŠI ÚVĚRU Kč

 20 000 Kč 500 000 Kč

2. ZVOLTE DOBU SPLÁCENÍ ⁽ⁱ⁾ 

3. VYBERTE RODINNÝ STAV Žádám sám ⁽ⁱ⁾ Žádám s partnerem ⁽ⁱ⁾

VAŠE MĚSÍČNÍ SPLÁTKA: **1 065 Kč**
Úrok p.a. od: 10,10 %

SJEDNAT PŮJČKU
NEZÁVAZNĚ

Roční úroková sazba od: 10,10 % | RPSN od: 10,58 % | Celkem zaplatíte: 63 900 Kč

Reprezentativní příklad: Úvěr v celkové výši 200 000 Kč, pevná zápůjční roční úroková sazba 5,89 %, RPSN 6,05, délka splácení 84 měsíců, měsíční splátka 2 911 Kč, celková částka splatná spotřebitelem 244 524 Kč. Poplatek za sjednání a vedení úvěru 0 Kč. Pojištění není povinné a platby na pojistné nejsou v RPSN zahrnuty. Min. RPSN 6,05, max. RPSN 18,97. Touto nabídkou nevzniká na poskytnutí úvěru právní nárok.

Obrázek T: Online nabídka Cofidis

Zdroj: *Půjčka Cofidis* [online]. Dostupné z: <https://www.cofidis.cz/pujcka-cofidis/>. Citováno 23.11.2016

Příloha V – Online nabídka Cofidis-půjčky

Vaše pravidelná splátka půjčky Cofidis bude:

1 176 Kč / měsíčně

Výše půjčky: **50 000 Kč** Roční úroková sazba: **11,9 %**
Délka půjčky: **60 měsíců** Vedení účtu: **Zdarma**
RPSN: **15,5 %** Celkem zaplatíte: **70 580 Kč**

Touto nabídkou nevzniká na poskytnutí úvěru právní nárok. Každá žádost o úvěr je posuzována individuálně. Konkrétní nabídka se může od prezentované lišit.

Co bude následovat?



Zavoláme vám

Co nejdříve se vám ozve náš specialista na půjčky, který s vámi vaši žádost projde a ihned vám sdělí, jestli máte na půjčku nárok



Obdržíte smlouvu

Poštou nebo emailem obdržíte smlouvu k podpisu. Poté ji podepsanou a spolu s požadovanými dokumenty pošlete zpět.



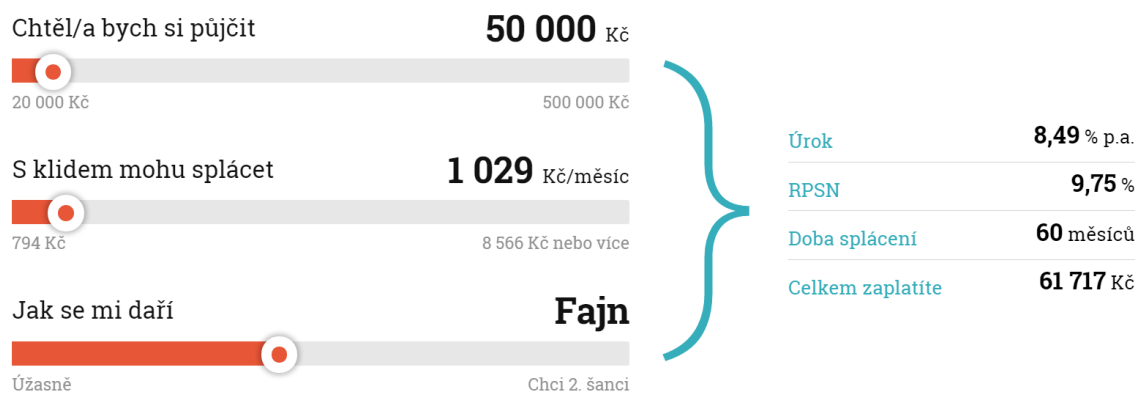
Získáte půjčku

A je to! Vaši žádost zkompletujeme, zavoláme Vám a zasiláme peníze na Váš účet.

Obrázek U: Online nabídka Cofidis-půjčky

Zdroj: *Cofidis půjčka na cokoliv bez základních poplatků* [online]. Dostupné z: <http://www.cofidis-pujcky.cz/>. Citováno 23.11.2016

Příloha W– Online nabídka Zonky



Obrázek V: Online nabídka Zonky

Zdroj: Zonky - lidé půjčují lidem [online]. Dostupné z: <https://zonky.cz/#s-lidmi>. Citováno 18.10.2016

Příloha X – Online nabídka České spořitelny

Spotřebitelský úvěr

Poskytneme vám peníze na nákup zboží a služeb.



Tisknout



Poslat

Nabídka úvěru

Druh úvěru:	Půjčka
Výše úvěru:	50 000 Kč
Orientační měsíční splátka:	1 304 Kč měsíčně
Úroková sazba:	18,84 % p.a.
Poplatek za zpracování úvěru:	500 Kč jednorázově
Poplatek za vedení účtu:	0 Kč měsíčně
RPSN:	21,44 %
Doba trvání úvěru:	5 roků
Celková částka splatná spotřebitelem:	78 655 Kč

[→ Kontaktovat banku](#)

Obrázek W: Online nabídka spotřebitelského úvěru u České spořitelny

Zdroj: *Úvěrová kalkulačka* [online]. Dostupné z: <http://www.csas.cz/uverovakalkulacka>. Citováno 28.8.2016

Příloha Y – Online nabídka UniCredit Bank

VAŠE VOLBA	NEJNIŽŠÍ SPLÁTKA	MAX. VÝŠE ÚVĚRU
MĚSÍČNÍ SPLÁTKA 1 226 CZK / měs.. INFO O PRODUKTU	MĚSÍČNÍ SPLÁTKA 999 CZK / měs.. INFO O PRODUKTU	MĚSÍČNÍ SPLÁTKA 10 755 CZK / měs.. INFO O PRODUKTU
VÝŠE ÚVĚRU 50 000 CZK	VÝŠE ÚVĚRU 50 000 CZK	VÝŠE ÚVĚRU 500 000 CZK
SPLATNOST 60 MĚSÍCŮ	SPLATNOST 84 MĚSÍCŮ	SPLATNOST 60 MĚSÍCŮ
ÚROKOVÁ SAZBA 10 % p.a.	ÚROKOVÁ SAZBA 10 % p.a.	ÚROKOVÁ SAZBA 5.6 % p.a.
CELKEM ZAPLATÍM 74 935 CZK	CELKEM ZAPLATÍM 85 350 CZK	CELKEM ZAPLATÍM 652 797 CZK
ZAŽÁDAT	ZAŽÁDAT	ZAŽÁDAT


Obrázek Y: Online nabídka spotřebitelského úvěru UniCredit Bank

Zdroj: *PRESTO Půjčka na cokoliv* [online]. Dostupné z:


<https://www.unicreditbank.cz/cs/obcane/uvery/presto-pujcka.html>. Citováno 30.8.2016

Příloha Z – Online nabídka Air Bank


Výše půjčky

50000 CZK 

Počet měsíčních splátek

60 

Splátka	1 078 CZK	Splátka	1 078 CZK
Počet splátek	60	Počet splátek	54
		<u>Odpustíme splátek</u>	6
Poplatky za vedení	0 CZK	Poplatky za vedení	0 CZK
Poplatky za předčasné splacení	0 CZK	Poplatky za předčasné splacení	0 CZK
Úroková sazba	10,9 %	Úroková sazba	6,9 %
<u>RPSN</u>	11,47 %	<u>RPSN</u>	7,13 %
Celkem zaplatíte	64 633 CZK	Celkem zaplatíte	58 033 CZK
		Ušetříte	6 600 CZK



Když včas splácíte

Obrázek Z: On-line nabídka spotřebitelského úvěru Air Bank

Zdroj: *Nová půjčka* [online]. Dostupné z: <https://www.airbank.cz/cs/pujcka/proc-pujcku-u-nas/nova-pujcka-2/?mboxSession=1472549839271-479985>. Citováno 28.8.2016