

**Česká zemědělská univerzita v Praze**

**Provozně ekonomická fakulta**

**Katedra ekonomických teorií**



## **Diplomová práce**

**Spořicí účty na českém bankovním trhu**

**Bc. Zuzana Rysová**

© 2023 ČZU v Praze



## ZADÁNÍ DIPLOMOVÉ PRÁCE

Bc. Zuzana Rysová

Ekonomika a management

Název práce

**Spořicí účty na českém bankovním trhu**

Název anglicky

**Savings accounts on the Czech banking market**

---

### Cíle práce

Hlavním cílem diplomové práce je zhodnocení nabídky spořicích účtů na českém bankovním trhu a identifikovat odlišnosti produktové nabídky jednotlivých bank. Dílčím cílem je na základě údajů získaných výzkumem formulovat doporučení nejvhodnějšího spořicího účtu dvěma fiktivním klientům.

### Metodika

Diplomová práce bude rozdělena na teoretickou a praktickou část.

Teoretická část práce se bude zabývat vznikem a vývojem bankovníctví a bankovních produktů v České republice, druhy nabízených bankovních produktů se zaměřením na spořicí účty. Na závěr této kapitoly budou popsány aktuální trendy budoucího vývoje bankovníctví. Tato část práce bude založena na studiu odborné literatury a internetových zdrojů oficiálních institucí zveřejňujících aktuální informace.

V praktické části bude provedena analýza spořicích účtů na českém bankovním trhu. Bude realizováno a vyhodnoceno dotazníkové šetření, které bude použito pro definování dvou fiktivních klientů. Následně budou představeny čtyři banky se spořicími účty, které preferuje nejvíce respondentů. Poté bude sestavena přehledná tabulka bank a spořicích účtů podle sledovaných kritérií, pomocí kterých bude provedena komparace. Na závěr bude vybrán nejvýhodnější spořicí účet pro každého fiktivního klienta prostřednictvím výpočtu vícekritériální analýzy variant.

## Doporučený rozsah práce

60 – 80 stran

## Klíčová slova

Spořicí účet, banka, úroková sazba, vklad, klient, služba, peněžní prostředky, výnos, vícekriteriální analýza variant.

---

## Doporučené zdroje informací

ČERNOHORSKÝ, J. *Finance: od teorie k realitě*. Praha: Grada Publishing, 2020. ISBN 978-80-271-2215-8.

KALABIS, Z. *Základy bankovníctví : bankovníctví obchody, služby, operace a rizika*. Brno: BizBooks, 2012. ISBN 978-80-265-0001-8.

KANTNEROVÁ, L. *Základy bankovníctví : teorie a praxe*. V Praze: C.H. Beck, 2016. ISBN 978-80-7400-595-4.

MEJSTŘÍK, M. – PEČENÁ, M. – TEPLÝ, P. – UNIVERZITA KARLOVA. *Bankovníctví v teorii a praxi = Banking in theory and practice*. Praha: Karolinum, 2014. ISBN 978-80-246-2870-7.

POLOUČEK, S. *Bankovníctví*. V Praze: C.H. Beck, 2013. ISBN 978-80-7400-491-9.

REVENDA, Z. *Peněžní ekonomie a bankovníctví*. Praha: Management Press, 2014. ISBN 978-80-7261-279-6.

SCHLOSSBERGER, O. *Platební služby*. Praha: Management Press, 2012. ISBN 978-80-7261-238-3.

---

## Předběžný termín obhajoby

2022/23 LS – PEF

## Vedoucí práce

Ing. Lenka Kopecká, Ph.D.

## Garantující pracoviště

Katedra ekonomických teorií

Elektronicky schváleno dne 29. 8. 2022

**doc. PhDr. Ing. Lucie Severová, Ph.D.**

Vedoucí katedry

Elektronicky schváleno dne 2. 11. 2022

**doc. Ing. Tomáš Šubrt, Ph.D.**

Děkan

V Praze dne 27. 03. 2023

### **Čestné prohlášení**

Prohlašuji, že svou diplomovou práci "Spořicí účty na českém bankovním trhu" jsem vypracovala samostatně pod vedením vedoucího diplomové práce a s použitím odborné literatury a dalších informačních zdrojů, které jsou citovány v práci a uvedeny v seznamu použitých zdrojů na konci práce. Jako autorka uvedené diplomové práce dále prohlašuji, že jsem v souvislosti s jejím vytvořením neporušila autorská práva třetích osob.

V Praze dne 29. března 2023

---

## **Poděkování**

Ráda bych touto cestou poděkovala paní Ing. Lence Kopecké, Ph.D. za odborné konzultace a cenné rady, které pro mě byly při zpracování diplomové práce velkým přínosem. Dále bych ráda poděkovala panu doc. Ing. Milanu Houškovi, Ph.D. za poskytnutí odborné konzultace.

# Spořicí účty na českém bankovním trhu

## Abstrakt

Hlavním cílem diplomové práce je doporučení nejvýhodnějšího spořicího účtu dvěma fiktivním klientům. Dílčím cílem je zhodnocení aktuální situace na českém bankovním trhu v oblasti spořicíh účtů a komparace nabízených spořicíh účtů u čtyř bank, které jsou vybrány na základě výsledků dotazníkového šetření.

Diplomová práce se skládá z teoretické části a vlastní práce. v teoretické části jsou definovány pojmy z oblasti bankovníctví se zaměřením na spořicí účty. Jsou zde uvedeny funkce peněžních prostředků, bankovní systém v České republice, druhy bankovních produktů, elektronické bankovníctví a budoucí vývoj bankovníctví. Závěr teoretické části je zaměřen na postup tvorby dotazníkového šetření a modelu vícekriteriální analýzy variant.

Vlastní práce se skládá ze dvou částí. v první části je zhodnocena současná situace na českém bankovním trhu v oblasti spořicíh účtů na základě výsledků dotazníkového šetření, kterého se zúčastnilo 273 respondentů. Součástí dotazníkového šetření je získání odpovědí na 5 výzkumných otázek. Jejich analýzou je zjištěno, že 31,38 % respondentů si založilo spořicí účet v roce 2022, ve kterém docházelo k rychlému růstu úrokových sazeb u spořicíh účtů. Za největší výhodu spořicího účtu je respondenty považována jeho likvidita. Nejčastějším důvodem založení spořicího účtu je vytvoření finanční rezervy na nečekané výdaje a nejdůležitějším kritériem u spořicího účtu je výše úrokové sazby.

Druhá část práce je zaměřena na vyhodnocení nejvýhodnějšího spořicího účtu a jeho doporučení každému ze dvou fiktivních klientů, kteří jsou definováni na základě postupné filtrace nejčastějších odpovědí v dotazníkovém šetření. Vyhodnocení je provedeno prostřednictvím modelu vícekriteriální analýzy variant, konkrétně Saatyho metodou a metodou AHP. Na základě výsledků uvedených metod je doporučen nejvýhodnější spořicí účet, a to Spořicí účet HIT PLUS od Raiffeisenbank shodný pro oba fiktivní klienty.

**Klíčová slova:** Spořicí účet, banka, klient, úroková sazba, spořicí obálka, likvidita, peněžní prostředky, finanční rezerva, dotazník, vícekriteriální analýza variant

# Savings Accounts on the Czech Banking Market

## Abstract

The main goal of the thesis is to recommend the most advantageous savings account to two fictitious clients. A partial goal is to evaluate the current situation on the Czech banking market in the area of savings accounts and to compare the savings accounts offered by four banks, which are selected based on the results of a questionnaire survey.

The diploma thesis consists of a theoretical part and own research work. In the theoretical part, terms from the field of banking are defined with a focus on savings accounts. The functions of money, the banking system in the Czech Republic, types of banking products, electronic banking and the future development of banking are presented here. The conclusion of the theoretical part is focused on the process of creating a questionnaire survey and a model of multi-criteria analysis of variants.

The work itself consists of two parts. In the first part, the current situation on the Czech banking market in the area of savings accounts is evaluated based on the results of a questionnaire survey in which 273 respondents took part. Part of the questionnaire survey is obtaining answers to 5 research questions. Their analysis found that 31.38 % of respondents opened a savings account in 2022, in which there was a rapid increase in interest rates of savings accounts. Respondents consider the biggest advantage of a savings account to be its liquidity. The most common reason for setting up a savings account is to create a financial reserve for unexpected expenses, and the most important criterion for a savings account is the interest rate.

The second part of the work is focused on the evaluation of the most advantageous savings account and its recommendation to each of the two fictitious clients, who are defined on the basis of the gradual filtering of the most frequent answers in the questionnaire survey. The evaluation is carried out through the model of multi-criteria analysis of variants, specifically the Saaty method and the AHP method. Based on the results of the mentioned methods, the most advantageous savings account is recommended, namely the Savings Account HIT PLUS from Raiffeisenbank, identical for both fictitious clients.

**Keywords:** Savings account, bank, client, interest rate, savings envelope, liquidity, funds, financial reserve, questionnaire, multi-criteria analysis of variants



# Obsah

<b>1 Úvod.....</b>	<b>12</b>
<b>2 Cíl práce a metodika .....</b>	<b>13</b>
2.1 Cíl práce .....	13
2.2 Metodika .....	13
<b>3 Teoretická východiska .....</b>	<b>15</b>
3.1 Vývoj od směnného obchodu k prvním bezhotovostním penězům .....	15
3.2 Funkce peněz a jejich rizika a definice .....	18
3.2.1 Definice peněz .....	18
3.2.2 Funkce peněz .....	18
3.2.3 Rizika peněz .....	19
3.3 Peněžní agregáty .....	20
3.4 Bankovní systém v České republice .....	21
3.4.1 Bankovní systém .....	22
3.4.2 Centrální banka.....	22
3.4.3 Obchodní banky.....	24
3.5 Platební styk .....	25
3.5.1 Hotovostní platební styk.....	25
3.5.2 Bezhotovostní platební styk .....	26
3.6 Druhy bankovních produktů .....	26
3.6.1 Běžný účet .....	27
3.6.2 Spořicí účet.....	28
3.6.3 Termínovaný vklad.....	32
3.6.4 Stavební spoření .....	33
3.6.5 Doplnkové penzijní spoření.....	34
3.6.6 Kreditní karta .....	36
3.6.7 Kontokorentní úvěr.....	37
3.6.8 Spotřebitelský úvěr .....	38
3.6.9 Hypoteční úvěr .....	40
3.7 Číslo bankovního účtu.....	42
3.8 Elektronické bankovníctví .....	46
3.9 Budoucí vývoj bankovníctví .....	48
3.10 Dotazník .....	51
3.10.1 Typy dotazování .....	51
3.10.2 Postup tvorby dotazníku .....	52
3.10.3 Výběr respondentů.....	54
3.10.4 Členění dotazníku .....	56
3.10.5 Typy otázek .....	57

3.10.6	Konstrukce otázek .....	58
3.11	Model vícekriteriální analýzy variant.....	59
3.11.1	Modely vícekriteriálního rozhodování .....	59
3.11.2	Model vícekriteriální analýzy variant.....	59
3.11.3	Členění úloh vícekriteriální analýzy variant.....	62
3.11.4	Metody stanovení vah z kardinální informace o preferencích kritérií.....	64
3.11.5	Metody výběru kompromisních variant vyžadující kardinální informaci .	66
3.12	Marketing a marketingové sdělení .....	70
<b>4</b>	<b>Vlastní práce .....</b>	<b>72</b>
4.1	Analýza současné situace na českém bankovním trhu v oblasti spořicíh účtů	72
4.1.1	Vývoj vkladů na českém bankovním trhu .....	72
4.1.2	Tvorba dotazníku pro analýzu současné situace na českém bankovním trhu v oblasti spořicíh účtů.....	73
4.1.3	Analýza současné situace na českém bankovním trhu v oblasti spořicíh účtů prostřednictvím dotazníkového šetření .....	76
4.2	Doporučení nejvýhodnějšíh spořicíh účtů pro dva fiktivní klienty .....	99
4.2.1	Kritéria pro hodnocení spořicíh účtů .....	99
4.2.2	Fiktivní klienti .....	100
4.2.3	Česká spořitelna.....	101
4.2.4	ČSOB.....	104
4.2.5	Raiffeisenbank .....	107
4.2.6	Komerční banka.....	108
4.2.7	Komparace spořicíh účtů u jednotlivých bank.....	110
4.2.8	Volba kritérií pro vícekriteriální analýzu variant .....	113
4.2.9	Vícekriteriální analýza variant.....	113
4.2.10	Výběr nejvýhodnějšího spořicího účtu pro fiktivní klientku prostřednictvím modelu vícekriteriální analýzy variant .....	114
4.2.11	Výběr nejvýhodnějšího spořicího účtu pro fiktivního klienta prostřednictvím modelu vícekriteriální analýzy variant .....	121
<b>5</b>	<b>Výsledky a diskuse .....</b>	<b>129</b>
5.1	Analýza současné situace na českém bankovním trhu v oblasti spořicíh účtů	129
5.1.1	Výsledky dotazníkového šetření.....	129
5.1.2	Výzkumné otázky .....	131
5.2	Vyhodnocení nejvýhodnějšího spořicího účtu pro dva fiktivní klienty .....	133
5.2.1	Komparace spořicíh účtů u vybraných bank.....	133
5.2.2	Výběr a doporučení nejvýhodnějšího spořicího účtu pro dva fiktivní klienty prostřednictvím modelu vícekriteriální analýzy variant .....	134
5.2.3	Marketingové sdělení nejvýhodnějšího spořicího účtu .....	136
<b>6</b>	<b>Závěr.....</b>	<b>138</b>
<b>7</b>	<b>Seznam použitých zdrojů.....</b>	<b>140</b>

<b>8</b>	<b>Seznam obrázků, tabulek, grafů a zkratek .....</b>	<b>151</b>
8.1	Seznam obrázků .....	151
8.2	Seznam tabulek .....	151
8.3	Seznam grafů.....	152
8.4	Seznam použitých zkratek.....	153
	<b>Příloha.....</b>	<b>154</b>

# 1 Úvod

Lidé vždy hledali způsob, jak zhodnotit své peněžní prostředky a navýšit tak svůj majetek. Bankovníctví začalo vznikat již ve středověké Itálii, kdy klient vložil do banky zlaté a stříbrné mince a za ně obdržel poukázku o vlastnictví plnohodnotného kovu. Později přestaly být bankovky kryty drahými kovy zcela. Spořicí účty, které později vznikly, se jevily jako výhodný produkt nabízející vyšší úrokovou sazbu než běžný účet.

Spořicí účty jsou i v současné době oblíbeným bankovním produktem k uložení volných peněžních prostředků především na kratší dobu. Ceněna je vysoká likvidita spořicíh účtů, jelikož většina bank v současnosti nabízí spořicí účty bez výpovědní doby. Naspořené peněžní prostředky je tak možné vybrat kdykoliv, např. v případě náhlých nečekaných výdajů.

V současné době je velmi výhodné založení spořicího účtu, a to především z důvodu výrazného růstu úrokových sazeb v roce 2022 právě u spořicíh účtů. Většina bank nabízí aktuálně úrokové sazby ve výši 5 % a některé i 6 % p. a. při splnění určitých podmínek. Současná inflace, která se pohybuje okolo 17 %, sice tuto výši úrokové sazby značně překračuje, ale při uložení peněžních prostředků na spořicí účet se jejich znehodnocení zpomalí znatelně více než při jejich ponechání na běžném účtu, kde jsou úrokové sazby velmi nízké. z tohoto důvodu je velmi důležité tuto problematiku zkoumat podrobněji.

Diplomová práce se v teoretické části zabývá definicí pojmů z oblasti bankovníctví a bankovníh produktů. Vlastní práce analyzuje současnou situaci na českém bankovním trhu v oblasti spořicíh účtů, pro kterou je realizováno dotazníkové šetření. Jeho cílem je i získat odpovědi na 5 výzkumných otázek. Výsledky dotazníkové šetření slouží také pro definici dvou fiktivních klientů, kterým je následně pomocí modelu vícekriteriální analýzy variant doporučen nejvýhodnější spořicí účet.

## **2 Cíl práce a metodika**

### **2.1 Cíl práce**

Hlavním cílem diplomové práce je doporučení nejvýhodnějšího spořicího účtu každému ze dvou fiktivních klientů. Dílčím cílem je zhodnocení současné situace na českém bankovním trhu v oblasti spořicíh účtů a komparace nabídek spořicíh účtů u čtyř vybraných bank. Pro zhodnocení současné situace je realizováno dotazníkové šetření, které má odpovědět na následujících 5 výzkumných otázek:

1. Zakládali si respondenti spořicí účty v roce 2022, kdy u nich docházelo k rychlému růstu úrokových sazeb?
2. Pokládají respondenti za výhodnější spořicí účet z krátkodobého hlediska než z dlouhodobého hlediska?
3. Co považují respondenti za největší výhodu spořicího účtu?
4. Proč si respondenti nejčastěji zakládají spořicí účet?
5. Jaké kritérium hodnotí respondenti jako nejdůležitější u spořicího účtu?

### **2.2 Metodika**

Diplomová práce se skládá z teoretické části a vlastní práce. Teoretická část je založena na studiu odborné literatury a internetových zdrojů, které jsou využity pro zjištění aktuálních informací.

Vlastní práce se skládá ze dvou částí. v první části je analyzována současná situace na českém bankovním trhu v oblasti spořicíh účtů. Pro analýzu je realizován primární výzkum dotazníkovým šetřením. Nejprve je určen cíl výzkumu a formulovány výzkumné otázky. Následně je zvolen způsob zprostředkovaného dotazování prostřednictvím dotazníku. Dále je definována cílová skupina respondentů. Tou jsou lidé, kteří mají v současnosti založený spořicí účet. Pro výběr respondentů je zvolen prostý náhodný výběr. Poté jsou vytvořeny otázky dotazníku. Po filtrační otázce je pokračováno meritorními otázkami a v závěru dotazníku jsou použity kvótní a identifikační otázky. Následuje konstrukce celého dotazníku, který obsahuje 31 otázek. Před celkovým spuštěním dotazníku je provedeno testování na vzorku 7 respondentů a jsou upraveny zjištěné nepřesnosti. Následuje celkové

spuštění dotazníku, které probíhalo online formou od 22. 12. 2022 do 23. 1. 2023 a zúčastnilo se ho 273 respondentů.

Ve druhé části vlastní práce je doporučen nejvýhodnější spořicí účet dvěma fiktivním klientům. Nejprve jsou stanovena kritéria pro hodnocení spořicíh účtů. Následně jsou definováni dva fiktivní klienti na základě postupné filtrace nejčastějších odpovědí v dotazníkovém šetření. Poté jsou představeny čtyři banky, u kterých má nejvíce respondentů založený spořicí účet a jejichž spořicí účty budou hodnoceny. Jedná se o Českou spořitelnu, ČSOB, Raiffeisenbank a Komerční banku. Banky a jejich spořicí účty jsou navzájem komparovány. Následně je zvolena metoda vícekritériální analýzy variant, konkrétně Saatyho metoda a Analytický hierarchický proces (AHP). Metody jsou blíže popsány v kapitole 3.11. Saatyho metoda je použita pro stanovení preferencí mezi kritérii fiktivními klienty na základě hodnocení jednotlivých kritérií v dotazníkovém šetření. Metodou AHP jsou stanoveny preference mezi variantami, kterými jsou spořicí účty zvolených bank. Po sestavení hierarchické struktury pro výběr nejvýhodnějšího spořicího účtu pro fiktivní klienty, jsou stanoveny váhy kritérií dle fiktivních klientů. Pro další realizaci této metody je nutné zvolit zástupce fiktivních klientů, kterými jsou sděleny jejich preference mezi variantami. Potencionálními zástupci byl vyplněn dotazník a v případě, že nastala v klíčových bodech shoda s fiktivními klienty, byli vybráni jako jejich zástupci. Dle jimi sdělených preferencí jsou vypočítány Saatyho matice pro jednotlivé varianty. Na závěr je podle metody AHP sestaveno pořadí spořicíh účtů a nejvýhodnější spořicí účet je doporučen každému ze dvou fiktivních klientů.

## 3 Teoretická východiska

### 3.1 Vývoj od směnného obchodu k prvním bezhotovostním penězům

Lidé mezi sebou odedávna směňovali zboží a služby. Nejprve nebyl obchod realizován prostřednictvím peněz, ale docházelo k němu, jak uvádí Jílek (2013, s. 17) pomocí barterova obchodu neboli směnného obchodu. Jednalo se o naturální směnu, při níž byl směňován jeden druh zboží či služby přímo za jiný druh. v úplných počátcích směna probíhala ve zcela náhodném poměru a teprve později až v určitém, kvantitativním poměru, který byl stanoven na základě obchodních zvyklostí.

Jílek (2013, s. 17 - 18) dále uvádí, že s rozšiřováním množství a druhů zboží a služeb, které byly směňovány, však začala naturální směna činit problémy, které komplikovaly směnné vztahy. v důsledku toho došlo k částečnému vyčlenění určitého druhu zboží ze spotřeby a k jeho přeměně na plnohodnotné neboli komoditní peníze, tedy zboží, které se stalo všeobecně přijímaným a mohlo zprostředkovávat oběh všech ostatních druhů zboží a služeb. Jednalo se např. o kožešiny, plátno, med, obilí či dobytek. Dalším příkladem mohou být mušličky, které byly jako platidlo používány ve starověké Číně, a naopak ve slovanských zemích byly jako platidlo používány plátynka, odtud i vzniklo slovo „*platidlo*“, které je používáno dodnes (KB, 2022a). Ne každé zboží, jak tvrdí Jílek (2013, s. 18) bylo vhodné pro plnění funkce peněz. Jako velmi vhodná forma plnohodnotných peněz byly drahé kovy, především zlato a stříbro, a to díky svým vlastnostem. Jsou snadno dělitelné, neztrácejí svou hodnotu dělením, je možné je opětovně slévat do větších či menších slitků, nekazí se, jsou relativně stálé, a i v malém kousku drahého kovu je obsažena relativně velká kupní síla.

Později se z drahých kovů, jak říká Vochozka (2021, s. 43) začaly razit mince. Tyto mince byly nejčastěji raženy ze zlata, stříbra a bronzu. Podle archeologických výzkumů sahají první mince až do doby daleko před naším letopočtem. Vyskytovaly se např. ve starověkém Středomoří a Číně. Množství mincí bylo podle Jílka (2013, s. 18) omezeno zásobami drahých kovů, které měly stát k dispozici. Mince byly raženy v mincovnách. Ve starověku a středověku panovníci potřebovali mincí stále více, a tak docházelo k tomu, že do zlatých a stříbrných mincí byly přidávány jiné kovy, např. měď. Mezi významné mincovny na území Čech patřila dle portálu Stříbrňák.cz (2022) mincovna Jáchymov, jejíž vznik je spojen

s objevem ložisek stříbra v Krušných horách okolo roku 1512. Roku 1520 zde byla zahájena ražba slavného tolaru – šlikovský jáchymovský tolar (Obr. 1).

Obr. 1 Tolar z roku 1529, mincovna Jáchymov – Gebhart



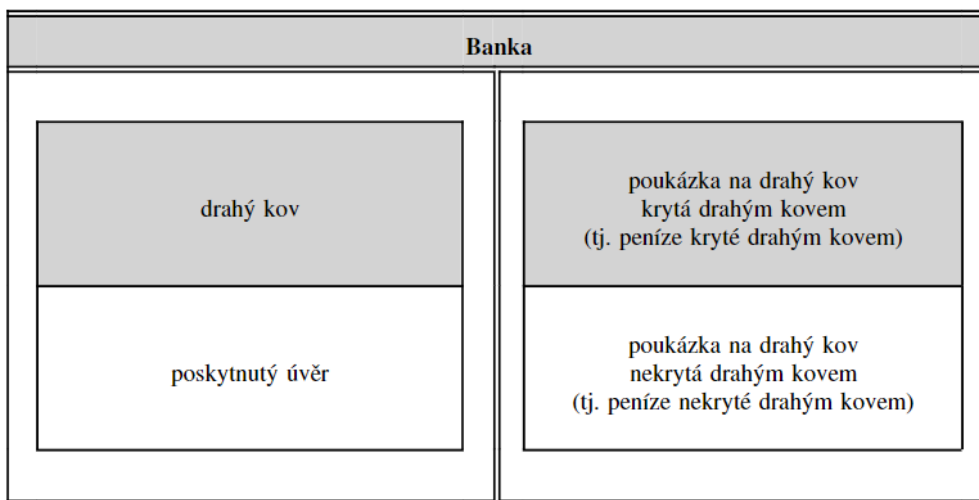
Zdroj: Stříbrňák.cz (2022)

K urychlení oběhu drahých kovů (mincí) se začalo dle Jílka (2013, s. 20) využívat jejich uložení u zlatníků, kterými bylo vystavováno na uložení drahých kovů potvrzení. Se stvrzenkou je bylo možné kdykoliv vybrat nebo ji použít k placení za zboží jinému obchodníkovi. Tato stvrzenka byla předchůdcem bankovky a jednalo se o pravý zlatý standard. Vydávání potvrzení za uložení drahých kovů přešlo časem na bankéře.

Jílek (2013, s. 20 - 21) uvádí, že základy bankovníctví byly položeny ve středověké Itálii, odkud pochází i název „banka“. Banka původně působila tak, že jí vkladatel půjčil plnohodnotné peníze, za které obdržel poukázku o vlastnictví plnohodnotného kovu. Bankovky tedy nejdříve vznikaly jako stvrzenky o vkladu zlatých a stříbrných mincí do banky, a to 1 : 1. Později začal být bankami poskytován i úvěr, a to tomu, komu byly poskytnuty poukázky na drahý kov, který nebyl kryt tímto kovem se závazkem vrácení poukázek v budoucnosti. Bankami tak začaly být poskytovány i peníze nekryté drahými kovy a vznikla tak první forma neplnohodnotných peněz (Obr. 2). Později byl oběh zlatých a stříbrných mincí zcela nahrazen penězi nekrytými drahými kovy, tedy papírovými penězi, tj. bankovkami a státovkami, jejichž vnitřní hodnota je nulová. Jednalo se o revoluci v peněžnictví.



Obr. 2 Vznik peněz nekrytých drahými kovy



Zdroj: Jílek (2013, s. 21)

Postupem času vzniklo podle Jílka (2013, s. 23) mnoho bank, kterými byly emitovány různé druhy bankovek, ve kterých se bylo velmi obtížné vyznat. Proto vznikla potřeba založení centrální banky, které byl udělen monopol a byla tak jedinou bankou, kterou byly emitovány bankovky a mince. Centrální banky dnes existují v naprosté většině zemí světa. Jejich počet se ve 20. století postupně zvyšoval z 18 centrálních bank v roce 1900 na 173 v roce 2000. Nejstarší centrální bankou je švédská Sveriges Bank, která vznikla již roku 1668 následována londýnskou Bank of England založenou roku 1694. v České republice vznikla centrální banka, nazvaná Česká národní banka, až roku 1993, kdy došlo k rozdělení Československa na Českou republiku a Slovenskou republiku (Česká národní banka, 2018).

S růstem a vývojem bankovníctví jsou v dnešní době stále častěji k placení za zboží a služby používány bezhotovostní peníze. Tato forma peněz se poprvé začala objevovat koncem 19. století v tehdejších vyspělých zemích (Revenda, 2012, s. 29). Jedná se o peníze, které jsou, jak uvádí Vochozka (2021, s. 44) uloženy na bankovních účtech. Většina směnných operací tak dnes probíhá převážně bezhotovostně.

## 3.2 Funkce peněz a jejich rizika a definice

Následující část se zabývá tím, co je za peníze obecně považováno, tj. definicí peněz a následně tím, jaké funkce peníze plní a jaká jsou jejich rizika.

### 3.2.1 Definice peněz

Jílek (2013, s. 29) i Revenda a kol. (2012, s. 14) se shodují, že je velmi obtížné určit, co vše lze za peníze považovat. Jílek (2013, s. 29) říká, že „za peníze či peněžní zásobu se obecně považuje vše, co je běžně přijímáno jako zákonné platidlo“. Revenda a kol. (2012, s. 14) uvádí, že „za peníze v tom nejobecnějším vymezení lze teoreticky považovat jakékoli aktivum, které je všeobecně přijímáno při placení za zboží a služby nebo při úhradách dluhů“.

Jílek (2013, s. 26) dále uvádí, že dnešní pojem peníze se skládá z oběživa, tedy bankovek a mincí a účetních peněz, což jsou především účetní zápisy na různých účtech bank, kdy se jedná zejména o běžné účty, termínované účty a spořicí účty.

### 3.2.2 Funkce peněz

Peníze plní několik funkcí. Jejich základní funkcí dle Revendy (2012, s. 15) je, že jsou prostředkem směny, tj. lze s nimi platit za zboží a služby a používat je při úhradě dluhů. Tato funkce determinuje do značné míry i jejich formu, která v dnešní době již jako platidlo není používána např. dobytek, ale mince a bankovky a dnes stále běžnější bezhotovostní peníze.

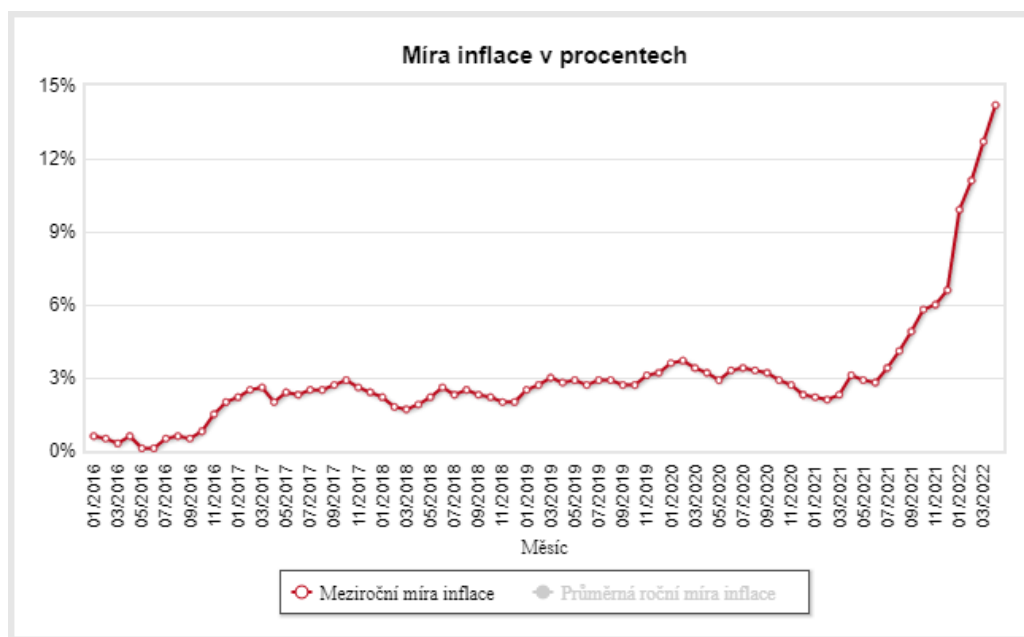
Další funkcí peněz, jak uvádí Jílek (2013, s. 27) je, že jsou prostředkem uchování hodnoty. v tomto případě mají peníze formu úspor a jsou dočasně vyřazeny z oběhu. Peníze mají schopnost uchovat si svou kupní sílu v čase při dané cenové hladině. To, jak je naplňována funkce uchování hodnoty se mění nepřímo úměrně se změnami cenové hladiny, a především s očekáváními změn cenové hladiny.

Za další důležitou funkci, kterou peníze plní, lze dle Revendy (2012, s. 16) označit funkci účetní jednotky, kdy jsou pomocí peněz vyjadřovány ceny zboží, služeb, kapitálu, práce (mzdy), zahraničních peněz (měnové kurzy) atd.

### 3.2.3 Rizika peněz

Peníze jsou ohroženy dvěma hlavními riziky. Tím prvním je inflace, která je spojena se všemi finančními aktivy (Jílek, 2013). Jak uvádí ČNB (2022a) inflace udává růst cenové hladiny v čase. Jedná se o oslabení reálné hodnoty určité měny vůči zboží a službám, které jsou spotřebitelem kupovány. v České republice je inflace měřena Českým statistickým úřadem. v roce 2021 činila průměrná míra inflace 3,8 %. Jedná se o nejvyšší hodnotu od roku 2008. Inflace roste i v současné době. Následující graf znázorňuje meziroční míru inflace (Graf 1), která se od roku 2017 až do koronavirové krize pohybovala okolo 3 %. Následně mírně klesla a poté následuje prudký nárůst až do současnosti. Např. v březnu 2022 činila meziroční míra inflace 12,7 % a v dubnu již 14,2 %. Ceny zboží a služeb tak vzrostly o 14,2 % v porovnání se stejným měsícem v roce 2021.

Graf 1 Meziroční míra inflace 01/2016 – 03/2022 (v %)



Zdroj: ČSÚ (2022)

Druhým rizikem je podle Jílka (2013, s. 28 - 29) ztráta peněz způsobená např. krachem obchodní banky. Toto riziko je ošetřeno dvěma způsoby, kterými jsou pojištění vkladů a případná státní pomoc bance v situaci, že krachuje. Vklady na účtech u bank jsou do určité částky pojištěny ve všech vyspělých zemích světa. v České republice jsou od 31. prosince 2010 vklady na účtech u bank i družstevních záložen pojištěny do výše 100 000 eur a spoluúčast vkladatele je nulová.

### 3.3 Peněžní agregáty

Peněžní agregáty, jak uvádí Černohorský (2020, s. 71) jsou praktickým produktem centrálních bank, pomocí kterých je definováno, sledováno a ovlivňováno množství peněz v oběhu. Centrálními bankami je tak definováno několik forem peněz podle jejich likvidity. Likvidita v tomto smyslu znamená, jak snadno je možné s daným aktivem platit, tj. jak rychle a s jakými náklady ho lze přeměnit na platební prostředky. z toho vyplývá, že peníze v podstatě jsou nekonečně likvidní. Soukup a kol. (2022, s. 121) uvádí, že likvidita aktiva vymezuje schopnost aktivum rychle a s co nejnižšími transakčními náklady přeměnit v peníze.

Peněžní agregáty dle Černohorského (2020, s. 71) představují souhrn peněžních prostředků s určitým stupněm likvidity. Jejich konstrukce má určitá pravidla, a to že se začíná velkým písmenem M a číslicí, jsou seřazeny podle likvidity od nejvíce likvidních po nejméně likvidní, dále každý peněžní agregát s vyšším číslem obsahuje celý peněžní agregát s číslicí o jednu nižší plus určitou část dalších méně likvidních peněžních prostředků (Obr. 3), oběživo je zpravidla označováno jako M0 a do peněžních agregátů jsou zahrnuty pouze nástroje držené rezidenty, tj. občany dané země a firem se sídlem v dané zemi, protože je předpokládáno, že pouze ty mohou ovlivnit domácí cenovou hladinu.

Obr. 3 Obsah jednotlivých peněžních agregátů

<b>Oběživo</b>	<b>Vklady na běžných účtech v bankách</b>	<b>Termínované vklady</b>	<b>Ostatní vklady</b>	<b>Krátkodobé cenné papíry nebankovních subjektů</b>
M1				
M2				
M3				

Zdroj: Vlastní zpracování dle Černohorský (2020, s. 72)

Peněžní agregát M1 se dle Černohorského (2020, s. 72) skládá z oběživa (M0) a vkladů na běžných účtech v bankách. Oběživem se rozumí hotovost, tj. papírové a kovové peníze v držbě nebankovních subjektů. Vklady na běžných účtech v bankách jsou vklady domácích nebankovních subjektů v domácí měně a není žádným způsobem omezeno disponování

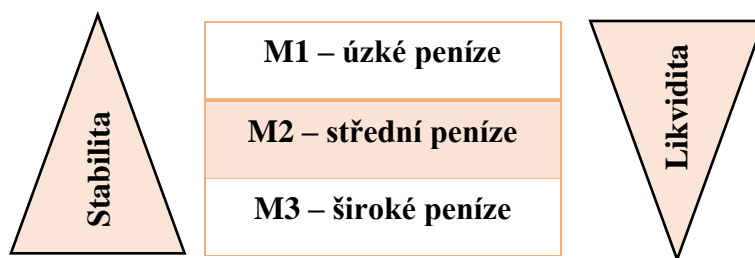
s nimi. Důležité je, že za peníze nejsou považovány mezibankovní vklady, tj. vklady od jiné banky, jelikož pro jednu banku je to aktivum a pro jinou je to současně pasivum.

Peněžní agregát M2 je, jak uvádí Černohorský (2020, s. 72) složen z M1, termínovaných vkladů a ostatních vkladů, kdy termínované a ostatní vklady mají nižší likviditu, protože disponování s nimi je oproti M1 do určité míry omezeno. Termínované vklady jsou vklady s výpovědní lhůtou nebo vklady na předem dohodnutou lhůtu. Ostatními vklady jsou např. úsporné vklady, u nichž spočívá omezení disponibility v nutnosti předložit určité osvědčení, jako např. vkladní knížku.

Peněžní agregát M3 se podle Černohorského (2020, s. 72 - 73) skládá z M2 a krátkodobých cenných papírů nebankovních subjektů v domácí měně. Tyto cenné papíry představují finanční prostředky investované domácími nebankovními subjekty do těchto cenných papírů. Omezení disponibility zde spočívá ve skutečnosti, že tyto cenné papíry je zpravidla nutné nejprve prodat a teprve pak lze utržené peníze použít k nákupu statků.

Zásadní skutečností je, že úzké peníze (M1) jsou dle Černohorského (2020, s. 73) vždy charakteristické vysokou likviditou a nízkou stabilitou, a naopak široké peníze (M3) mají nízkou likviditu, ale jsou relativně stabilní (Obr. 4).

Obr. 4 Stabilita a likvidita peněžních agregátů



Zdroj: Vlastní zpracování dle Černohorský (2020, s. 73)

### 3.4 Bankovní systém v České republice

Bankovní systém v České republice je tvořen centrální bankou, kterou je Česká národní banka, a sítí obchodních bank.

### **3.4.1 Bankovní systém**

Bankovní systém je významnou součástí ekonomického a finančního systému, kdy ekonomický systém nelze bez bankovního sektoru dále rozvíjet (Ptatscheková a Dittrichová, 2013, s. 41).

Bankovní systém je tvořen centrální bankou a sítí obchodních bank, jejich vzájemnými vztahy a též jejich vztahy k okolí, a to podnikovému sektoru, domácnostem, státu i zahraničí (Reveda a kol., 2012, s. 88). Bankovní soustava funguje na základě určitého již existujícího ekonomického a právního systému a působí na ni řada dalších faktorů, jako např. rozvinutost finančního trhu, měnová stabilita, vztahy mezi jednotlivými bankami a způsob úrovně zapojení do nadnárodních organizací (Ptatscheková a Dittrichová, 2013, s. 41 - 42).

V České republice, jak uvádí Ptatscheková a Dittrichová (2013, s. 42) je již od roku 1990 zavedena dvouúrovňová bankovní soustava. 1. stupeň je tvořen centrální bankou, která je vrcholovou institucí bankovního dozoru. 2. stupeň je tvořen obchodními, investičními a hypotečními bankami a spořitelny. Dvoustupňový bankovní systém je charakteristický pro naprostou většinu tržních ekonomik.

Bankovní systém v České republice jako členské země EU je determinován principy, které jsou obsaženy ve směrnících EU upravujících jednotně činnost a regulaci bank v rámci EU (Reveda a kol., 2012, s. 88).

### **3.4.2 Centrální banka**

Centrální banka, jak uvádí Černohorský (2020, s. 137 - 138), vznikla v Československu již v roce 1926. v současné době, s ohledem na příčiny a důsledky finanční krize a složitost ekonomických podmínek, jsou cíle centrálních bank pojaté komplexněji, než bylo běžné na konci 20. století. Hlavním cílem centrálních bank v tržních ekonomikách, tedy i České národní banky, je dosažení cenové stability. Cenovou stabilitou se rozumí stabilní cenová hladina, resp. mírný růst cen v ekonomice. s cenovou stabilitou souvisí inflační cíl České národní banky, který je stanoven hodnotou 2 % roční míry inflace. Cenová stabilita je řazena do komplexněji pojaté měnové stability. Polouček (2013, s. 48) uvádí, že měnovou politiku lze definovat jako využívání měnověpolitických nástrojů centrální banky v rámci daného

měnověpolitického režimu se záměrem ovlivnit měnové podmínky, jako jsou úrokové sazby, měnový kurz, množství vysoce likvidních aktiv v ekonomice, objem úvěrů poskytovaných bankami. Centrálními bankami jsou tak pomocí jejich nástrojů ovlivňovány přímo jen jednotlivé složky měnových podmínek, jež jsou mezi sebou navzájem závislé. Ty by následně měly ovlivňovat ekonomiku směrem, který by měl odpovídat stanoveným cílům.

Dalším cílem České národní banky je dle Černohorského (2020, s. 138) i péče o finanční stabilitu a o bezpečné fungování finančního systému v České republice. v případě, že tím není dotčen hlavní cíl, je Českou národní bankou obecná podporována hospodářská politika vlády vedoucí k udržitelnému hospodářskému růstu a obecné hospodářské politiky v EU se záměrem přispět k dosažení cílů EU.

Při realizaci monetární hospodářské politiky jsou Českou národní bankou používány, jak již bylo zmíněno, měnověpolitické nástroje (Hrbková, 2020, s. 93). Základním nástrojem měnové politiky centrální banky je dle Poloučka (2013, s. 50 - 51) nastavování měnověpolitické úrokové sazby pomocí operací na volném trhu. Jedná se o obchody mezi centrální bankou a komerčními bankami s krátkodobými dluhopisy. Změnami měnověpolitických úrokových sazeb jsou tak ovlivňovány úrokové sazby na mezibankovním peněžním trhu a ty jsou následně promítány do úrokových sazeb z vkladů a úvěrů a též do cen finančních aktiv. Operace na volném trhu slouží i při použití dalšího nástroje, kterým jsou opatření, která umožňují centrální bance ovlivňovat výši měnové báze, tj. oběživa a rezerv bank držené u centrální banky a řídit tak do určité míry peněžní zásobu.

Dalším nástrojem jsou podle Hrbkové (2020, s. 94) povinné minimální rezervy. Ty jsou též řazeny k základním nástrojům měnové politiky a centrální bankou tak díky nim může být ovlivňován objem likvidity, tj. volných peněžních prostředků v bankovním systému. Každá banka, která má v České republice udělenou bankovní licenci, je povinna držet na svém účtu u České národní banky povinné minimální rezervy, tj. předem stanovený určitý objem likvidních prostředků, ten je v současnosti stanoven na 2 % ze základny pro výpočet povinných minimálních rezerv.

Klíčovým nástrojem centrální banky, jak uvádí Polouček (2013, s. 51) je i řízení úrovně měnového kurzu pomocí intervencí centrální banky na devizovém trhu. Jejich

prostřednictvím jsou centrální bankou nakupovány či prodávány devizové rezervy za domácí měnu.

### 3.4.3 Obchodní banky

Obchodní banky, jak uvádí Revenda a kol. (2012, s. 86) jsou jedním z nejvýznamnějších finančních zprostředkovatelů v každé tržní ekonomice. Banky jsou ve své podstatě podnikatelské subjekty, které však ve srovnání s podniky v jiných odvětvích ekonomiky mají řadu specifických rysů, které se projevují v jejich postavení a celkovému významu v ekonomice.

Pojem banka lze vymezit několika způsoby, kdy dle Mejstříka, Pečené a Teplého (2014, s. 64) se jedná o finančního zprostředkovatele či depozitní instituci, kterou jsou soustředěny dočasně volné peněžní prostředky a poskytovány formou půjček různým subjektům. Nabízena je též řada dalších služeb, a to zejména platební styk. Zákon o bankách, jak uvádí Revenda a kol. (2012, s. 86) v České republice vychází při definici banky z příslušné směrnice EU a stanoví, že banky musí splňovat čtyři základní podmínky, a to že musí jít o právnické osoby se sídlem v České republice, které jsou založeny jako akciové společnosti, přijímají vklady od veřejnosti, přičemž vkladem jsou svěřené peněžní prostředky, které představují závazek vůči vkladateli na jejich výplatu. Přijímání vkladů od veřejnosti je v České republice ze zákona umožněno provádět výhradně bankám. Další podmínkou je, že jsou jimi poskytovány úvěry, za které se považují v jakékoli formě dočasně poskytnuté peněžní prostředky. k výkonu bankovní činnosti jsou banky povinny vlastnit bankovní licenci, kterou uděluje Česká národní banka (ČNB). k získání této licence musí být ze strany žadatele splněny podmínky, které stanovuje ČNB.

Banky plní v podmínkách tržní ekonomiky dle Revendy a kol. (2012, s. 87) řadu funkcí, kdy za základní lze považovat finanční zprostředkování, emise bezhotovostních peněz, provádění platebního styku a zprostředkování finančního investování na peněžním a kapitálovém trhu.



## 3.5 Platební styk

Platební styk je členěn na hotovostní a bezhotovostní platební styk podle toho, zda je při placení využíváno hotovosti či je platba provedena pomocí bezhotovostních prostředků jako například platební kartou či chytrým mobilním telefonem.

### 3.5.1 Hotovostní platební styk

Hotovostní platební styk je částí platebního styku, která je prováděna prostřednictvím hotových peněz, tj. mincí a bankovek (Dvořák, 1999, s. 165).

*„Mince jsou peněžní jednotkou, která je součástí peněžní soustavy každého státu“* (Kalabis, 2012, s. 45). Jedná se o kovové peníze, které mají většinou menší nominální hodnotu (Dvořák, 1999, s. 166). Kalabis (2012, s. 45) uvádí, že mince jsou opatřeny údaji, např. hodnota, název měny, údaje o vydavateli, ze kterých je zřejmé, že se jedná o peníze. Každá mince má dvě strany, na kterých je zpravidla vyražen státní znak, číslice vyjadřující jmenovitou hodnotu mince a letopočet, kdy byla mince ražena. Rovněž jako bankovky i mince jsou vybaveny ochrannými prvky. Jde o hmotnost, průměr a sílu mince a též o úpravu její hrany.

Bankovky jsou papírové peníze, které jsou emitovány centrální bankou, kdy emise bankovek je ve všech vyspělých zemích v dnešní době výhradním právem centrálních bank (Dvořák, 1999, s. 165). Bankovky obsahují několik ochranných prvků. Dle Kalabise (2012, s. 44) se jedná o:

- vodoznak,
- ochranný okénkový proužek,
- ochranná vlákna,
- soutiskovou značku,
- skrytý obrazec,
- opticky proměnlivou barvu,
- ochranný iridiscentní, to je duhově proměnlivý pruh,
- mikrotext.

Kalabis (2012, s. 48 - 49) uvádí, že hotovostní výběry může klient dané banky realizovat na pokladní přepážce banky nebo lze využít bankomat. Použitím bankomatu se zlepšují služby pro klienty, je tak racionalizován přepážkový provoz, minimalizuje se držení peněz v hotovosti a též je využití bankomatu výhodné v době, kdy je pobočka zavřená. Bankomaty dnes, jak uvádí Sangeetha a kol. (2021) jsou využívány již téměř každým. Pro zvýšení bezpečnosti a jednoduchosti je postupně zaváděna moderní technologie, která spočívá ve využití otisku prstu při využití bankomatu. Není tudíž nutné s sebou mít fyzicky platební kartu a sníží se tak i riziko způsobené její ztrátou. Další možností výběru hotovosti, která šetří klientům čas je dle Kalabise (2012, s. 48 - 49) služba Cash Back. Jedná se o výběr hotovosti přímo u obchodníka při placení za zboží a služby, a to prostřednictvím platební karty. Příímým poskytovatelem služby Cash Back jsou obchodníci, a proto musí být jejich obchodní místa či platební terminály označeny logem „Cash Back“.

### **3.5.2 Bezhotovostní platební styk**

Polouček a kol. (2013, s. 100) uvádí, že bezhotovostní platební styk je převod peněz od jednoho subjektu k druhému realizovaný prostřednictvím jejich běžných či jiných účtů, které jsou vedeny u zprostředkujících institucí. Pro realizaci bezhotovostních plateb je tedy pro oba klienty finančních institucí podmínkou existence klientského účtu na obou stranách realizované transakce. Klientský účet může mít více forem, např. běžný účet, úvěrový účet, kontokorentní účet, vkladový účet apod., které jsou odvíjeny od účelu, ke kterému byly zřízeny. Nejběžnější formou účtu je běžný účet. Další formy klientských účtů slouží dle podmínek jejich vedení nejen k zajištění platebního styku, ale též k poskytování dalších specializovaných bankovních služeb.

## **3.6 Druhy bankovních produktů**

Banky poskytují různé druhy bankovních produktů. v této části jsou charakterizovány vybrané druhy bankovních produktů, které jsou bankami pro občany na českém bankovním trhu nabízeny.

Většina lidí má v současné době u banky založený běžný účet. Mimo něj je bankami nabízena řada spořicí a úvěrových produktů. k nejrozšířenějším nástrojům zhodnocování volných či dočasně volných finančních prostředků patří dle portálu Bankovní poplatky (2021) spořicí produkty, kam lze zařadit např. spořicí účet či termínovaný vklad. Důvod jejich mnoholeté obliby spočívá především v jejich jednoduchosti, kdy je třeba zvolit nejvhodnější produkt některého z bankovních ústavů. Nejčastějšími kritérii je obvykle výše úrokové sazby, typ úročení a doprovodné poplatky.

V případech, kdy lidé nemají dostatek vlastních peněžních prostředků, je využíván obvykle některý úvěrový produkt, který je bankami nabízen. Často je využíván např. hypoteční úvěr či spotřebitelský úvěr.

### **3.6.1 Běžný účet**

Polouček (2013, s. 100) uvádí, že běžný účet je nejběžnější formou účtu pro potřeby platebního styku. Tento účet slouží k uložení přijatých peněžních prostředků klienta, tj. úhrada jeho pohledávek a jejich využití k placení, tj. k úhradě závazků.

Též jako Polouček (2013, s. 100) uvádí i Blažek a Vrabcová (2019, s. 52), že běžný účet je základní a nejvíce žádaný produkt, který je bankami poskytován. Jedná se o základní produkt každého občana, jelikož v dnešní době je již nemyslitelné např. dostávat mzdu v hotovosti, proto bývá účet u banky nutností a nezbytným produktem. Tento účet je určen především k provádění transakcí. Primárně se jedná o vklady, výběry a převody peněžních prostředků.

Blažek a Vrabcová (2019, s. 52) dále uvádějí, že v poslední době lze vnímat trend, který spočívá v odklonu od klasických běžných účtů, jelikož jsou stále častěji bankami nabízeny různým druhům klientů různé typy balíčků s produkty a službami. Základním prvkem těchto balíčků je zpravidla běžný účet včetně dalších produktů, např. lze uvést elektronické bankovníctví, různé platební karty apod. Nabízené balíčky jsou různě diferencovány dle toho, jaké potřeby klienta je třeba naplnit, a též podle jeho finanční náročnosti. Původní funkce běžného účtu spočívající v bezhotovostních platbách zůstává však zachována.

Úrokové sazby na tomto druhu účtů jsou velmi nízké, kdy např. v průběhu let 2015–2017 byly většinou i nulové.

V současné době je možné založit mnoho bankovních produktů online a založení běžného účtu online je dnes pro většinu bank, jak uvádí Mets (2022) již samozřejmostí. Postupy u jednotlivých bank jsou jen mírně odlišné. Např. u Air Bank lze založit účet online tak, že klient na webových stránkách Air Bank vybere u zvoleného účtu tlačítko „Založit účet“, následně vyplní základní osobní údaje, jako jméno, příjmení, e-mail a telefonní číslo, na další stránce vyplní adresu, dále vybere, jaký produkt má být založen, tj. např. běžný účet. Následuje ověření identity klienta, kdy je potřeba občanský průkaz, druhý doklad totožnosti a mobil s fotoaparátem, tím je proces u konce a účet je založen.

### 3.6.2 Spořicí účet

Spořicí účet patří k významným bankovním produktům. Kalabis (2012, s. 38) uvádí, že spořicí účty nejsou určeny primárně k provádění platebního styku, ale slouží především ke zhodnocování volných finančních prostředků klienta. Tento účet je obvykle zakládán na dobu neurčitou s dohodnutou výpovědní lhůtou či bez výpovědní lhůty. „*Naprostá většina spořicích účtů je dnes již zakládána bez výpovědní lhůty,*“ říká Vladislav Bureš, ředitel pobočky Komerční banky v Jicíně (2022). Syrový a Novotný (2003, s. 45) uvádějí, že spořicí účet není určen pouze k jednorázovému vkladu, ale lze na něj spořit postupně. Klient dostává za poskytnutí peněz bance odměnu ve výši úroku. Důležitá je úroková sazba, na jejíž výši má kromě aktuální hladiny úrokových sazeb v ekonomice vliv i objem vkladu a doba splatnosti. Zpravidla platí, že větší vklad a delší doba splatnosti znamenají vyšší úrokovou sazbu.

V posledních letech, jak uvádí ČSOB (2022a) byly úroky na spořicích účtech velmi nízké a pohybovaly se mírně nad nulou. v současné době se však začíná úrok zvyšovat a je tak výhodnější uložení peněz na spořicí účet než jejich ponechání na běžném účtu. Současný trend zvyšování úrokových sazeb závisí na vývoji na finančních trzích a především na ČNB, která se snaží zmírnit rostoucí inflaci. ČNB byly zvýšeny úrokové sazby, za které si u ní české banky půjčují a ukládají peníze, což se následně promítlo do sazebníků finančních

služeb, tzn., že klientům rostou úroky na spořicíh účtech, ale zároveň stoupá např. i cena hypoték.

S ČSOB (2022a) se shoduje i Hovorková (2021), která uvádí, že úrokové sazby spořicíh účtů se v posledních letech pohybovaly jen nepatrně nad nulou. Situace se začala měnit až ke konci roku 2021 poté, co byla ČNB na začátku listopadu zvýšena úroková sazba na 2,75 %. Od tohoto okamžiku začaly u bank růst úrokové sazby u spořicíh účtů. Ke konci roku 2022, jak uvádí Bureš (2022) přesáhla úroková sazba i 6 %, která byla nabízena MaxBankou. Dalšími bankami je nabízena většinou u spořicíh účtů úroková sazba v rozmezí 4 % až 5,3 %, což představuje výrazný nárůst oproti předcházejícím rokům. Spořicí účty tak představují možnost, jak se alespoň částečně bránit znehodnocení peněžních prostředků způsobeného vysokou inflací a zároveň možnost mít peněžní prostředky rychle k dispozici.

V souvislosti s výší úrokové sazby u úspor proběhl výzkum, jak uvádí Corneille a kol. (2021), který zkoumal, jak jsou lidé ochotni akceptovat negativní úrokové sazby na svých úsporách. Výzkumem bylo zjištěno, že lidé jsou spíše ochotni mít uložené peníze v bance, než je utrácet. Tato tolerance závisí na výší úspor, časovém horizontu i skutečném chování spoření. z výzkumu např. vyplynulo, že čím vyšší je množství úspor, tím nižší je tolerance k negativním úrokovým sazbám a s prodlužujícím se časovým horizontem k nim tolerance klesá.

Jak uvádí Banky.cz (2020), spořicí účet je výhodný spíše pro krátkodobé úspory, tj. takové, které jsou využity v několika následujících měsících. Jedná se např. o úspory na dovolenou, nové vybavení domácnosti apod. Za ještě důležitější než krátkodobé spoření za konkrétním účelem lze považovat tvorbu finanční rezervy, kdy je výhodnější ji tvořit na spořicím účtu než na běžném účtu z důvodu vyššího úroku. z toho vyplývá, že spořicí účet je výhodnější z krátkodobého hlediska. Pro dlouhodobé úspory, jako je např. rezerva na důchod, spoření na nové bydlení či pro děti na jejich studium již výhodný není. Důvodem je, že úroková sazba u spořicího účtu je nižší než inflace a vklady tak reálně ztrácejí každoročně svou hodnotu, a to tím rychleji, čím vyšší je inflace a čím nižší je úroková sazba na spořicím účtu. Pro tvorbu dlouhodobějších úspor je tak výhodnější např. stavební spoření, penzijní spoření či termínovaný vklad.

Spořicí účet má své výhody i nevýhody. k nejvýznamnějším výhodám lze dle Peníze.cz (2022a) zařadit vyšší úrok, který nabízí spořicí účet oproti běžnému účtu. a dále na rozdíl od termínovaného vkladu má spořicí účet výhodu v tom, že jsou peníze kdykoli k dispozici a nejsou tudíž vázány na určitou dobu. *„Výhoda též spočívá ve vysoké likviditě uložených peněz na spořicím účtu, protože je možné okamžité převedení prostředků online pomocí internetového či mobilního bankovníctví, kdy převod peněz na běžný účet trvá jen několik vteřin,“* uvádí Vladislav Bureš, ředitel pobočky Komerční banky v Jičíně (2022). Mezi další výhody spořicího účtu patří možnost snížení dopadu inflace, minimální nebo žádný požadovaný vklad při zakládání účtu, nezpoplatnění většiny služeb a nízké riziko (Finex.cz, 2022), jelikož jsou vklady na spořicím účtu ze zákona pojištěny až do výše 100 000 EUR (Moneta.cz, 2022a). *„Spořicí účet plní i funkci ochrannou, jelikož jsou peníze uložené na tomto účtu oddělené od peněz na běžném účtu, což je výhoda např. při ztrátě či odcizení platební karty,“* říká Vladislav Bureš, ředitel pobočky Komerční banky v Jičíně (2022).

Za nevýhody spořicího účtu lze považovat poměrně nízké úrokové sazby, nutnost založení též běžného účtu při zakládání účtu spořicího u některých bank a v případě spořicího účtu s výpovědní dobou, nemožnost manipulace s penězi po danou dobu (Finex.cz, 2022).

Jak uvádí Banky.cz (2019) spořicí účet je nejčastěji zakládán z konkrétního důvodu. Jedná se např. o spoření na konkrétní zboží či službu, na nečekané výdaje či v rámci spoření na penzi nebo na nemovitost.

V současné době je nabízena naprostou většinou bank v České republice možnost sjednat si u ní spořicí účet. Pro výběr nejvýhodnějšího spořicího účtu je nutné vzít v úvahu několik kritérií. Finex.cz (2022) uvádí, že pro většinu klientů je nejdůležitějším parametrem při výběru spořicího účtu výše úroku, jelikož čím větší úrok je bankou poskytován, tím více peněz klient obdrží. Proto je při výběru spořicího účtu vždy důležité srovnat aktuální úrokové sazby, které jsou bankami ke spořicím účtům nabízeny. Před tím, než klient úrok obdrží, je snížen o srážkovou daň ve výši 15 %, která je vypočítána při připisování úroku a poté je zaokrouhlena na celé koruny dolů. Srážková daň je odváděna za klienta bankou a následně je připsán klientovi čistý úrok. Úrok je uváděn v procentech se zkratkou p. a., tj. per annum – úrok za rok. v některých případech se lze setkat se zkratkou p. m., tj. per mensum – úrok za měsíc. Dále též existuje pásmové úročení. Jedná se o situaci, kdy jsou

bankou stanovena určitá pásma pro vklad a k těmto pásmům jsou stanoveny příslušné úroky. Ne vždy znamená vyšší částka na spořicímu účtu i vyšší úrok. Některými bankami jsou nabízeny vyšší úroky na nižší částky a po určité době, když narůstá finanční obnos na účtu, jsou úroky snižovány. „V současné době jsou v Komerční bance nabízeny spořicí účty hlavně ve dvou pásmech. v prvním činí úroková sazba 3,3 % a platí do částky 200 000 Kč. Peníze uložené na spořicímu účtu přesahující tuto výši spadají do druhého pásma, které je úročeno 0,03 %,“ říká Pavlína Charvátová, bankovní poradkyně pobočky Komerční banky v Jičíně, (2022). Někdy jsou procenta úroku ovlivněna i dobou, po kterou jsou peníze na spořicí účet vkládány (Finex.cz, 2022). Některými bankami, které nemají jako podmínku založení běžného účtu při sjednání spořicího účtu, je nabízen vyšší úrok na spořicímu účtu při současném založení běžného účtu (Moneta.cz, 2022a).

Dalším důležitým kritériem při výběru spořicího účtu podle Finex.cz (2022) je zjištění výše poplatků na tomto účtu. Jedná se především o poplatky za vedení účtu, odchozí platby či elektronické výpisy. Důležité je, aby poplatky, které jsou bankou účtovány, nepřesáhly výši úroku. Nejvýhodnější jsou tudíž spořicí účty, které nemají stanovené žádné poplatky.

Dále je důležitá jednoduchá manipulace se spořicímu účtem. Podle Finex.cz (2022) je vhodné vybrat spořicí účet u banky, ke kterému bude umožněn přístup přes internet prostřednictvím internetového bankovníctví. Peníze ze spořicího účtu není možné přímo vybrat, ale lze kontrolovat vklady na tento účet a v případě potřeby jejich výběru je možné je jednoduše převést na běžný účet a následně vybrat.

Finex.cz (2022) uvádí, že při výběru spořicího účtu je důležité posoudit i jeho flexibilitu. Oproti termínovaným vkladům lze peněžní prostředky ze spořicímu účtů většinou vybrat okamžitě a v jakékoli výši bez sankčních poplatků. Jedná se tudíž o spořicí účet bez výpovědní lhůty, jehož výhodou je vysoká likvidita vložených prostředků (Finance.cz, 2022). Určité banky mají ale stanovenou minimální částku, která musí na spořicímu účtu zůstat, např. 1 000 Kč (Finex.cz, 2022). Finance.cz (2022) uvádějí, že druhou formou jsou spořicí účty s výpovědní lhůtou, která bývá v délce od několika dnů či týdnů až po jeden rok. v případě, kdy bude chtít klient vybrat naspořené prostředky dříve, musí zaplatit sankční poplatky. Většina spořicímu účtů je dnes bez výpovědní lhůty a jsou tak k dispozici okamžitě.

Vybírat spořicí účet lze dle Finex.cz (2022) i podle historie banky. v České republice aktuálně existuje okolo čtyřiceti bank, kdy menšími bankami je často nabízen u spořicích účtů vyšší úrok.

Některými bankami je nabízena ke svým spořicími účtům nová funkce, kterou jsou spořicí obálky. Hlavním účelem spořicích obálek, jak uvádí ČSOB (2022b) je možnost rozřídění úspor a lepší přehled o nich. Např. u ČSOB lze mít u 1 spořicího účtu zřízeno až 10 spořicích obálek. Ty je možné libovolně zakládat či rušit dle aktuální potřeby klienta. Obálku stačí pouze založit a nazvat, např. v internetovém bankovníctví či mobilní aplikaci a pak už je do ní možné posílat např. pravidelně z výplaty určitou částku. Obálky tak mohou klientům pomoci i s finančním plánováním, kdy si mohou založením vlastní obálky na každý větší výdaj, se kterým dopředu počítají, např. na domácnost, na dovolenou apod. zajistit, že budou mít dostatek peněz na důležité věci.

### **3.6.3 Termínovaný vklad**

Termínovaný vklad je další druh spoření, které je považováno za dlouhodobou formu investice (Finex.cz, 2022) a je zakládán na dobu určitou (Kalabis, 2012, s. 39). Jedná se o vklady na pevnou částku, kdy se výše vkladu během jeho trvání nemění (Syrový, 2003, s. 45).

Délka vkladu může být klientem zvolena dle jeho potřeb (Kalabis, 2012, s. 39). Bankou je často nabízeno automatické obnovení termínovaného vkladu, což znamená, že pokud těsně před nebo bezprostředně po vypršení této doby nebudou peníze klientem vybrány, bude vklad automaticky a případně i s přiznanými úroky prodloužen opět na stejnou dobu (Syrový, 2003, s. 45). Jedná se o tzv. revolvingové termínované vklady (Moneta.cz, 2022b). Druhou možností, jak uvádí Moneta.cz (2022b) je jednorázový termínovaný vklad, který má předem pevně stanovenou lhůtu, částku vkladu a úrokovou sazbu. Rozdíl oproti revolvingovému termínovanému vkladu spočívá v tom, že po uběhnutí stanovené lhůty jsou prostředky s úroky klientovi vyplaceny a dále se již neúročí.

Kalabis (2012, s. 39) uvádí, že termínované vklady mohou být vedeny fyzickým osobám, podnikatelům a taktéž právníckým osobám, a to jak v korunách, tak i v cizí měně. Úroky ze



zůstatku mohou být připisovány na daný termínovaný vklad. Dle Novotného a Syrového (2003, s. 45) existují dva způsoby stanovení úrokové sazby. Prvním je fixní úročení, kdy je úroková sazba pevně stanovena po celou dobu trvání vkladu. Druhým způsobem je pohyblivé úročení, které znamená, že je výše úrokové sazby navázána na jednu ze základních úrokových sazeb. Nejčastěji se jedná o základní sazbu banky nebo o tržní referenční sazbu.

Podle Monety.cz (2022b) je výhodou termínovaného vkladu zpravidla vyšší úroková sazba než u běžného či spořicího účtu. Nevýhodou je, že s peněžními prostředky není možné bez sankce volně disponovat, jelikož termínovaný vklad je sjednán na předem stanovenou dobu.

#### **3.6.4 Stavební spoření**

Dalším produktem, který je bankami nabízen, je stavební spoření. Novotný a Syrový (2003, s. 68) uvádějí, že stavební spoření představuje produkt, který je primárně určen k získání finančních zdrojů na financování bytových potřeb. Avšak v podobě definované českou legislativou představuje též velmi výhodné spoření, jelikož naspořené prostředky nejsou účelově vázány a rovněž přidělení státní podpory není vázáno účelovostí.

V České republice je počátek stavebního spoření spojen s rokem 1993, kdy nabyl účinnost zákon o stavebním spoření a státní podpoře stavebního spoření a taktéž vznikly první stavební spořitelny (Syrový, 2003, s. 68).

Stavební spoření je dlouhodobou formou spoření, jelikož peníze jsou ukládány na účet na minimálně 6 let (Finex.cz, 2022). Syrový a Tyl (2020, s. 186 - 187) uvádějí, že se jedná o tzv. vázací lhůtu. v případě, že by byly peníze vybrány předčasně, státní podpora by propadla. Právě díky státní podpoře je stavební spoření zajímavým produktem. Klienty jsou uloženy u banky peníze, za které obdrží úrok, který je vyšší než např. na běžném účtu, kdy v současné době činí úroková sazba 3 – 4 % p. a. a zároveň dostane státní podporu od státu.

Finex.cz (2022) uvádí, že před založením stavebního spoření je nutné stanovit cílovou částku, kterou chce klient naspořit. Následně je placen poplatek za založení stavebního spoření, který většinou činí 1 % z cílové částky.

Dle Monety.cz (2022c) lze stavební spoření rozdělit na dvě části, a to spořicí a úvěrovou. Ve spořicí části je ukládána klientem na jeho účet předem sjednaná částka. Většinou se jedná o měsíční vklady. Ty jsou následně úročeny a jednou za rok k nim přibude státní podpora. Stavební spoření může být klientem ukončeno výpovědní lhůtou, dohodou nebo přidělením úvěru ze stavebního spoření, pokud jej chce klient využít. Stavební spoření tedy umožňuje nejen spořit a zhodnocovat vložené peníze, ale také financovat stavbu, rekonstrukci nebo koupi domu či bytu prostřednictvím úvěru.

Stavební spoření je produkt, který je velmi bezpečný, protože peníze jsou ze zákona pojištěny a rovněž je dopředu známé, jaké výnosy tato investice vynesou a jak se bude vyvíjet (Syrový, 2020, s. 187), jelikož bankou nemůže být během výše zmíněných 6ti let úroková sazba měněna (Finex.cz, 2022).

### **3.6.5 Doplnkové penzijní spoření**

*„Doplnkové penzijní spoření je sjednáváno od 1. 1. 2013. Do roku 2013 se jednalo o penzijní připojištění. Tento fond nabízel jistotu nezáporného zůstatku, ale zároveň malé výnosy. Po 15 letech spoření bylo možné vybrat 50 % prostředků a 50 % dále spořit, což u doplnkového penzijního spoření není možné,“* uvádí Pavlína Charvátová, bankovní poradkyně pobočky Komerční banky v Jičíně (2022).

Smyslem doplnkového penzijního spoření je odkládat peníze v produktivním věku, které pak klient využije těsně před důchodem nebo během něj (Banky.cz, 2022). *„U doplnkového penzijního spoření se jedná o investiční formu spoření, kdy se peněžní prostředky investují do fondů bez vstupních poplatků na základě investičního dotazníku. Tento dotazník je s klientem vyplňován při sjednávání doplnkového penzijního spoření. Ve výsledku dotazníku je klient zařazen do jedné ze tří skupin, a to konzervativní, balancovaný a dynamický. Výsledek dotazníku může klient akceptovat nebo si může určit sám, do které skupiny chce být zařazen. Od dané skupiny se odvíjí druh fondů, do kterého budou peněžní prostředky investovány, a tudíž i jejich zhodnocení a riziko,“* uvádí Pavlína Charvátová, bankovní poradkyně pobočky Komerční banky v Jičíně (2022).

Tak jako jsou klienti zařazováni do tří skupin, dělí se i penzijní fondy, jak uvádí Molek (2018) do tří skupin podle míry rizikovosti. Jedná se o bezrizikové fondy, kreditní fondy a fondy rizikové. Čím je konzervativnější investiční portfolio penzijního fondu, tím nižší je i výnosnost, ale také menší riziko ztráty. Výnosem je rozuměno zhodnocení peněžních prostředků (Kislingerová, 2010, s. 201).

Jak již bylo uvedeno, do doplňkového penzijního spoření nejsou vkládány peníze pouze klientem, ale jak uvádí Česká spořitelna (2022a), je přispíváno i státem, a to maximálně částkou 230 Kč/měsíc, tj. 2 760 Kč/rok v závislosti na výši částky, která je vkládána klientem. Dále lze využít daňové úlevy, kdy lze snížit daňový základ až o 24 000 Kč a ročně je tak možné ušetřit až 3 600 Kč na dani z příjmů (Tab. 1). Do doplňkového penzijního spoření je přispíváno zaměstnancům i některými zaměstnavateli.

Tab. 1 Doplňkové penzijní spoření, státní příspěvek a sleva na dani

Částka						
<b>Vlastní měsíční příspěvek</b>	300 Kč	500 Kč	800 Kč	1 000 Kč	2 000 Kč	3 000 Kč
<b>Státní měsíční příspěvek</b>	90 Kč	130 Kč	190 Kč	230 Kč	230 Kč	230 Kč
<b>Roční daňová úspora</b>	0 Kč	0 Kč	0 Kč	0 Kč	1 800 Kč	3 600 Kč
<b>Celkové roční zvýhodnění od státu</b>	1 080 Kč	1 560 Kč	2 280 Kč	2 760 Kč	4 560 Kč	6 360 Kč

Zdroj: Vlastní zpracování dle České spořitelny (2022a)

*„Jednou z výhod spoření peněžních prostředků formou doplňkového penzijního připojištění je možnost předdůchodu, tedy situace, kdy klient může jít až o 5 let dříve do důchodu, v případě, kdy má naspořenou částku, kterou stanovuje Ministerstvo financí ČR. Daná částka je následně měsíčně rozpouštěna po dobu 5 let. Další výhodou je, že naspořená částka nejde v případě smrti klienta do dědického řízení. Klient si stanoví obmyslenou osobu nebo i více osob, které jeho naspořené peněžní prostředky v případě jeho smrti obdrží. Dále*

*spočívá výhoda doplňkového penzijního spoření ve státní podpoře, kterou klient získá od státu dle výše částky, kterou si spoří. Přispívat mu může i zaměstnavatel. Dále klient obdrží procentuální výnosy z naspořené částky a dle výše spořené částky si může si odečíst daně ročně až 24 000 Kč,*“ uvádí Pavlína Charvátová, bankovní poradkyně pobočky Komerční banky v Jičíně (2022). Mezi další výhody patří dle portálu Banky.cz (2022) zajištění peněz na stáří. Při zvolení předdůchodu je výhodou, že nesnižuje budoucí starobní penzi na rozdíl od odchodu do státem placené předčasné penze. Výhodou je i to, že si klient může zvolit, zda bude spořit pravidelně či jednorázově, zvolí si typ fondu podle rizika, do kterého bude peněžní prostředky spořit, a dále si určí způsob výplaty prostředků, a to buď jednorázovou výplatu, pravidelnou měsíční rentu nebo kombinaci těchto způsobů.

*„Nevýhodou doplňkového penzijního spoření je, že není garantována kladná hodnota zůstatku, tudíž je možný i záporný zůstatek. Tomu je však snaha předejít povinným zkonzervativněním fondu 5 let před oficiálním odchodem klienta do důchodu,*“ uvádí Pavlína Charvátová, bankovní poradkyně pobočky Komerční banky v Jičíně (2022). Další nevýhoda spočívá v tom, že oproti penzijnímu připojištění již nelze sjednat výsluhovou penzi, tj. nelze vybrat po 15 letech spoření polovinu peněz (Banky.cz, 2022).

### **3.6.6 Kreditní karta**

Mezi kreditní a debetní platební kartou je značný rozdíl. Při platbách debetní kartou používá klient pouze své vlastní peníze (Česká spořitelna, 2021). *„Kreditní karta je oproti debetní kartě samostatný bankovní produkt, jelikož debetní karta je poskytována k běžnému účtu, ale v případě kreditní karty se jedná o úvěr a je k ní zřízen samostatný úvěrový účet“*, konstatuje Jana Holubová, bankovní poradkyně pobočky Komerční banky v Jičíně, (2022).

Kreditní kartu je podle České spořitelny (2021) možné získat i od banky, u které klient nemá zřízený běžný bankovní účet. Jelikož se jedná o druh spotřebitelského úvěru, nedostane kreditní kartu každý klient, ale jen bonitní klient, tj. klient, u kterého je bankou nejprve prověřeno a zjištěno, že je schopen čerpané peníze řádně splácet či vrátit najednou. Takovému klientovi je na kreditní kartě schválen úvěrový limit, do jehož výše může finance čerpat (KB, 2022c).

*„Kreditní karta má mnoho výhod. Lze jí např. použít na nečekané výdaje, na které nezbyvají volné finanční prostředky na běžném účtu. Dále ji lze použít jako rezervu při cestách do zahraničí např. pro nepředvídatelné výdaje. Nespornou výhodou je i její použití při platbách kartou na internetu, jelikož kreditní karta má vlastní číslo účtu a při případném zneužití karty není možné přijít o peníze na běžném účtu. Navíc na kreditní kartě jsou peníze banky, proto je zneužití peněžních prostředků řešeno bankou. Ke kreditní kartě jsou často nabízeny další výhody, např. ve formě pojištění, asistenční služby v domácnosti, pozáruční servis, příspěvek na penzijní spoření atd.“, říká Jana Holubová, bankovní poradkyně pobočky Komerční banky v Jičíně, (2022). Další výhodou je okamžitá dostupnost finančních prostředků až do výše úvěrového limitu i bezúročného období, které záleží na poskytovateli, ale jeho délka se většinou pohybuje mezi 40 až 55 dny, kdy za půjčení peněz nejsou účtovány žádné úroky (KB, 2022c).*

Kreditní karta má i své nevýhody. Dle KB (2022c) se jedná o vysoký úrok po uplynutí bezúročného období, kdy v případě, že klient nestihne peníze včas splatit, začne se mu počítat poměrně vysoký úrok, který je obvykle vyšší než u běžných úvěrových produktů. Další nevýhodou je výběr kreditní kartou z bankomatu, kdy je za něj oproti debetní kartě ve většině případů účtován poplatek. Většina bank navíc úročí výběry z bankomatu okamžitě a nezahrnuje je do bezúročného období. Existují ale i kreditní karty s výběrem zdarma nebo takové, které do bezúročného období výběry z bankomatu započítávají.

### **3.6.7 Kontokorentní úvěr**

Kontokorentní úvěr je poskytován bankou v rámci běžného účtu na základě předem schváleného limitu, tj. úvěrového rámce, který je klientem čerpán v momentě, kdy zůstatek na jeho účtu klesne na nulu (Režňáková, 2012, s. 86). Podstatou tohoto úvěru je, že klient může na daném účtu čerpat peněžní prostředky do mínusu, tj. do debetu (Černohorský, 2020, s. 357).

Jedná se o krátkodobý úvěr, který je používán k překlenutí nedostatku peněžních prostředků klienta (Polouček, 2013, s. 238). Nejčastěji je kontokorentní úvěr používán při financování oběžného majetku pro vyrovnání výkyvů v likviditě, na sezónní potřeby, na krátkodobé investiční výdaje jako tzv. meziúvěr a je řazen mezi nejdražší úvěry, protože může být,

pokud je povolen, čerpán kdykoliv (Černohorský, 2020, s. 358). Úroky z kontokorentního úvěru se začínou počítat od prvního dne, kdy se klient dostane do mínusu a jelikož k němu není vázán žádný pravidelný splátkový kalendář, záleží pouze na klientovi, kdy a jak rychle úvěr splatí. Čím rychleji ho splatí, tím méně zaplatí na úrocích (KB, 2022b).

Polouček (2013, s. 239) uvádí, že bankami je poskytován kontokorentní úvěr zpravidla na základě žádosti klienta. Nejprve je bankou prozkoumána úvěrová způsobilost klienta a jeho dosavadní spolehlivost. Následně je bankou sdělena přípustná výše debetu na běžném účtu klienta a další podmínky. Poté, co je kontokorentní úvěr schválen, je možné jej využívat opakovaně a není tedy nutné o něj znovu žádat (KB, 2022b).

Kontokorentní úvěr je jedním z nejpružnějších úvěrů, jelikož klientem mohou být čerpány volně peněžní prostředky tak, jak to vyžaduje jeho momentální potřeba a není vázán závazkem vybrat celou částku úvěru najednou a ani nemusí být v určitý den splacena celá částka a každý příjem běžného účtu vede ke snížení debetního salda účtu a tím ke splácení úvěru (Polouček, 2013, s. 239). Kontokorentní úvěr je nutné alespoň jedenkrát do roka dorovnat a na účtu se dostat na nulu nebo do kladných hodnot, kdy poté, co je tato podmínka splněna, je možné čerpat úvěr znovu (KB, 2022b). Polouček (2013, s. 239) uvádí, že je mnoho různých forem kontokorentních úvěrů. Např. se jedná o překročitelný a nepřekročitelný debet.

Výhody kontokorentního úvěru dle KB (2022b) spočívají ve finanční rezervě, kterou je možné využít kdykoli a na cokoli, možnost opakovaného využití tohoto úvěru a splácení úvěru připsáním peněz na účet. v případě, že kontokorentní úvěr není využíván, nejsou placeny žádné poplatky.

### **3.6.8 Spotřebitelský úvěr**

Spotřebitelské úvěry jsou poskytovány fyzickým osobám, tj. spotřebitelům na nepodnikatelské účely a slouží ke krytí spotřebních výdajů (Revenda, 2012, s. 102). Mohou být použity např. na zařízení a vybavení domácnosti, koupi spotřební elektroniky, koupi automobilu, náklady na tuzemské či zahraniční studium, na pořízení, rekonstrukci nebo modernizaci bytu či rodinného domu atd. (Zlatá koruna, 2022).

Spotřebitelské úvěry lze dle Zlaté koruny (2022) členit podle několika hledisek. Mezi hlavní členění patří spotřebitelské úvěry podle účelovosti, které se dělí na účelové a neúčelové. u neúčelových úvěrů záleží na klientovi, na co poskytnutý úvěr použije. Cenou za nesdělení účelu je pak vyšší úroková sazba úvěru. Dalším hlediskem je typ výplaty a způsob zajištění.

Spotřebitelské úvěry obsahují úrokové sazby, které jsou většinou relativně vysoké, což vyplývá z rizika, které je s těmito úvěry pro banku spojeno (Radová, 2013, s. 194). Riziko lze definovat jak výši dopadu vyjádřenou v penězích, tak procentní pravděpodobností výskytu konkrétního rizika v konkrétním období (Kalabis, 2012, s. 25). Smlouva, ve které je sjednáván spotřebitelský úvěr, musí též obsahovat uvedení roční procentní sazby nákladů (RPSN) na spotřebitelský úvěr, kdy tato sazba vyjadřuje procentní podíl z dlužné částky, který je spotřebitel povinen zaplatit věřiteli za období 1 roku a je počítána podle závazně stanoveného vzorce (Reveda, 2012, s. 102). Jedná se většinou o drahé úvěry, jelikož sazba RPSN je typicky nad 10 % p. a. (Srový, 2020, s. 205). Šoba a Širůček (2017) uvádějí, že prostřednictvím RPSN lze tudíž posoudit nákladovost spotřebitelského úvěru. Dále uvádějí, že ukazatel RPSN není totožný s ukazatelem roční úrokové sazby. Jednomu spotřebitelskému úvěru tak přísluší určitá hodnota RPSN a jiná hodnota roční úrokové sazby.

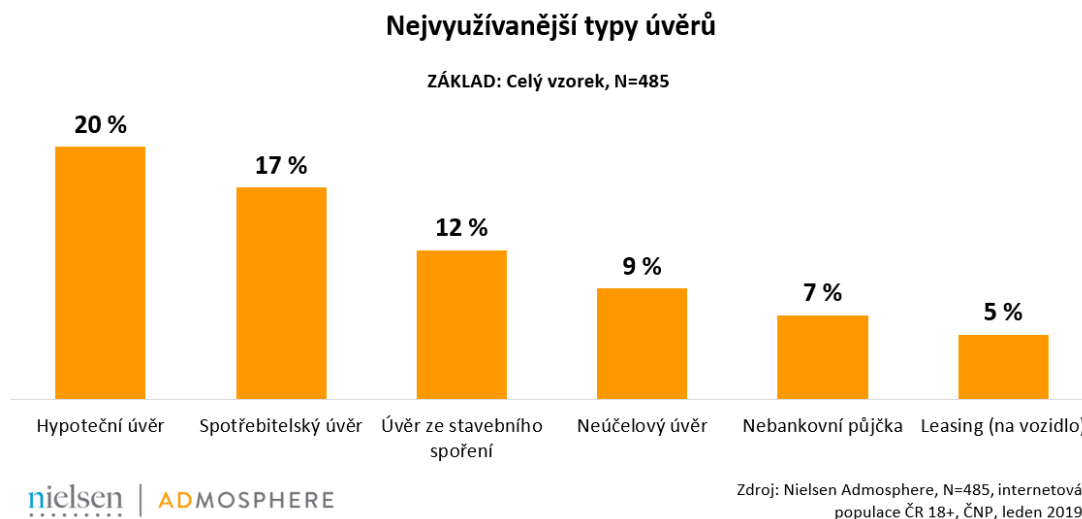
Smlouva, ve které je spotřebitelský úvěr sjednán, obsahuje kromě úrokové sazby a RPSN též výši, počet a četnost plateb, které mají být klientem provedeny a případně způsob přiřazování plateb k jednotlivým dlužným částkám s různými úrokovými sazbami pro účely splácení (Radová, 2013, s. 194 - 195).

Spotřebitelský úvěr má své výhody a nevýhody. Zlatá koruna (2022) uvádí, že největší výhodou spotřebitelského úvěru je okamžité uspokojení současných potřeb klienta bez nutnosti dlouhodobě spořit, jelikož je jednorázová platba rozdělena na několik menších částí. Avšak tento úvěr má i své nevýhody, které spočívají v tom, že klient zaplatí více, než si půjčí, protože musí splatit kromě půjčené částky i úrok z úvěru. Většinou musí klient také prokázat, že má pravidelný příjem a jeho výši.

Dle výzkumu společnosti Nielsen Admosphere (2022a) na vzorku internetové populace starší 18 let z roku 2019, kterého se zúčastnilo 485 respondentů, je vidět, že nejčastější formou úvěru (Graf 2) je hypoteční úvěr (20 %), následován spotřebitelským úvěrem, který

má uzavřený 17 % respondentů. Na třetím místě se umístil úvěr ze stavebního spoření, který využívá 12 % dotázaných. v tomto výzkumu bylo též zjištěno, že nejčastěji jsou zadlužení lidé ve věku 35-44 let, kdy v této kategorii má alespoň jednu půjčku přes 60 % respondentů. Míra zadlužení je různá i dle velikosti místa bydliště, kdy úvěr mají častěji lidé z vesnic než lidé z velkých měst.

Graf 2 Nejčastější typy úvěrů



Zdroj: Nielsen Admosphere (2022b)

### 3.6.9 Hypoteční úvěr

Hypoteční úvěry jsou dlouhodobé peněžní úvěry, které jsou vždy zastaveny nemovitostmi (Rejnuš, 2014, s. 102). z povahy tohoto zajištění vyplývá relativně nízké riziko hypotečních úvěrů pro banku (Revenda, 2012, s. 101). Hypoteční úvěry jsou jedním z nejstarších druhů bankovních úvěrů založených na zástavě nemovitosti a v České republice jsou poskytovány běžně od počátku 90. let 20. století (Polouček, 2013, s. 234, 237). Vzhledem ke způsobu zajištění hypotečního úvěru musí být vždy žádost o tento úvěr doložena doklady potvrzujícími vlastnictví dané nemovitosti (Rejnuš, 2014, s. 102).

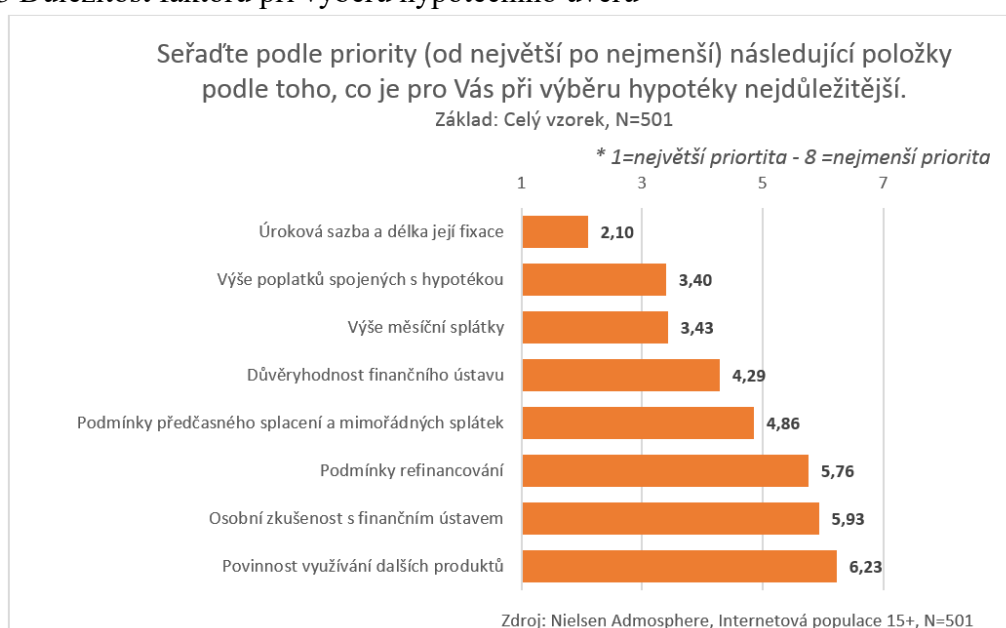
Jak uvádí Revenda a kol. (2012, s. 102) výše úrokové sazby z těchto úvěrů je vzhledem k jeho zajištění zástavním právem k nemovitosti obvykle nižší ve srovnání s úrokovými sazbami z jiných úvěrů. Úroková sazba může být stanovena jako pevná sazba po celou dobu splatnosti úvěru nebo sazba pohyblivá, kdy časté jsou i kombinace obou způsobů.



Dle Rejnuše (2014, s. 102) jsou v praxi z pohledu bank využívány dva základní druhy hypotečních úvěrů. Jedná se o Hypoteční úvěr a Americkou hypotéku. v případě hypotečního úvěru na výstavbu (opravu) či pořízení nemovitosti jde o tzv. „klasický“ hypoteční úvěr, který je bankou poskytován účelově. Úroková sazba těchto úvěrů bývá zpravidla nižší. Tato sazba může být po celou dobu trvání úvěrového vztahu fixní, variabilní či kombinovaná, kdy je zpočátku po několik let pevná a později variabilní, jak uvádí i Revenda a kol. (2012, s. 102) viz výše. Naproti tomu u Americké hypotéky se jedná o neúčelový hypoteční úvěr, kdy z důvodu neudání účelu úvěru bývá úročen vyšší úrokovou sazbou (Rejnuš, 2014, s. 102). Pro splácení hypotečního úvěru je charakteristické anuitní splácení, kdy je v pravidelných splátkách splácen úrok a zároveň i umořována půjčka (Polouček, 2013, s. 236).

Podle průzkumu společnosti Nielsen Admosphere (2022a) na reprezentativní internetové populaci 15+ z roku 2015, kterého se zúčastnilo 501 respondentů je zřejmé, že nejdůležitějším faktorem při výběru hypotečního úvěru je úroková sazba a délka její fixace (Graf 3). Dalším důležitým faktorem je výše poplatků spojených s úvěrem a výše měsíční splátky. Důležitá je i důvěryhodnost finančního ústavu a podmínky předčasného splácení a mimořádných splátek. Méně důležité jsou pro respondenty podmínky refinancování, osobní zkušenost s bankovním/finančním ústavem a povinnost využívání dalších produktů v daném finančním ústavu.

Graf 3 Důležitost faktorů při výběru hypotečního úvěru



Zdroj: Nielsen Admosphere (2022a)

### 3.7 Číslo bankovního účtu

Každý účet založený u banky má své číslo. Kislingerová (2010, s. 553) uvádí, že každé číslo účtu, který je vedený u tuzemské banky má standardizovaný formát. Plný formát se skládá ze tří částí, a to z předčíslí, základní části čísla a kódu banky, kdy všechny součásti čísla účtu mohou obsahovat jen numerické znaky (Tab. 2). Předčíslí se skládá z 0 až 6 čísel a je nepovinné. Základní část čísla obsahuje minimálně 2 a maximálně 10 znaků. Kód banky je tvořen 4 ciframi. Teoreticky může kód banky obsahovat až 7 pozic, ale v praxi se všechny nevyužívají (Doskočilová, 2021). Pomlčkou je odděleno předčíslí a základní část účtu a kód banky je uváděn za lomítkem (Kislingerová, 2010, s. 553). ČNB (2022b) uveřejňuje kódy platebního styku, které poskytovateli platebních služeb přidělila, v Číselníku kódů platebního styku v České republice.

Tab. 2 Příklady tuzemských čísel účtů

Plný formát	Běžný zápis	Předčíslí	Základní část čísla	Kód banky
000019-2000145399/0800	19-2000145399/0800	19	2000145399	0800
000000-0145254386/2400	145254386/2400		145254386	2400

Zdroj: Vlastní zpracování dle Kislingerová (2010, s. 553)

Jak uvádí Doskočilová (2021) základ dnešních čísel bankovních účtů začal vznikat ve 2. pol. 60. let minulého století. Cíl spočíval ve zjednodušení plateb mezi tehdejšími bankami. Výsledkem byl systém nazvaný ABO, neboli automatizované bankovní operace, který byl spuštěn v roce 1980. Tento systém přinesl i první závazná pravidla pro formát účtu. Příkladem takového čísla účtu může dle Vykoukala (2003) být např. číslo 10006 – 18432 – 071, kde prvních pět čísel tvoří předčíslí, z toho 1000 tvoří samotné předčíslí a 6 je kontrolní pozice, prostřední část je samotné číslo účtu a třetí část obsahuje číslo pobočky 07 a číslo 1 znamená Komerční banku.

Bank v tehdejší Československu nebylo mnoho. Doskočilová (2021) uvádí, že všechny patřily státu a k rozlišení jim tudíž stačila jediná pozice v čísle účtu. Po revoluci v listopadu 1989 a konci socialismu začalo rychle vznikat mnoho soukromých bank. z toho důvodu byl

v roce 1991 přidán samostatný kód banky za lomítkem, který je dnes nazýván kód platebního styku.

V současné době funguje v České republice více než 40 bank. Následující tabulka (Tab. 3) uvádí současné kódy několika vybraných bank podle Číselníků kódů platebního styku v České republice, které zveřejňuje ČNB (2022c).

Tab. 3 Aktuální kódy poskytovatelů platebních služeb

Kód platebního styku	Poskytovatel platebních služeb
0100	Komerční banka, a.s.
0300	Československá obchodní banka, a. s.
0710	ČESKÁ NÁRODNÍ BANKA
0800	Česká spořitelna, a.s.
5500	Raiffeisenbank a.s.

Zdroj: Vlastní zpracování dle ČNB (2022c)

Začátkem 90. let 20. století vzniklo při České národní bance zúčtovací centrum, které se dnes označuje CERTIS (Czech Real Time Interbank Gross Settlement System) (Doskočilová, 2021). Systém např. zúčtuje všechny tuzemské mezibankovní platby v českých korunách bez ohledu na výši částky, zúčtuje pouze kryté platby, zajišťuje neodvolatelnost příkazů přijatých od účastníků apod. (Máče, 2006, s. 145 - 146). Toto centrum vzniklo podle Doskočilové (2021) v reakci na prudký rozvoj soukromého podnikání a liberalizaci trhu a též na zrychlující se automatizaci. Rozdíl spočívá v tom, že zatímco původní systém ABO vycházel z přímého propojení všech zapojených institucí, kterých bylo jen několik a které si posílaly peníze přímo mezi sebou tzv. „každý s každým“ nový systém CERTIS centralizoval platební styk tak, aby mohl fungovat bez problému pro několik desítek zapojených bank.

Číslo účtu si mohou banky nastavit částečně dle vlastních pravidel, ale musí dodržet ta základní, na něž odkazuje zákon o platebním styku a lze je nalézt ve vyhlášce ČNB

(Doskočilová, 2021) č. 169/2011 Sb., o stanovení pravidel tvorby čísla účtu v platebním styku ze dne 7. června 2011 (ČNB, 2022b).

Česká národní banka (2022b) stanovuje podle § 38 odst. 3 zákona č. 6/1993 Sb., o České národní bance, ve znění zákona č. 139/2011 Sb. ve vyhlášce č. 169/2011 Sb., o stanovení pravidel tvorby čísla účtu v platebním styku a upravuje pravidla tvorby čísla účtu v souladu s pravidly mezinárodní standardizace (IBAN) obsaženými v normě ISO 13616 Financial services – International bank account number (IBAN).

Vyhláška č. 169/2011 Sb. (ČNB, 2022b) uvádí algoritmus kontroly pro účely vytvoření jednotlivých částí identifikátoru účtu klienta, kdy se první a druhá část identifikátoru účtu klienta vytvářejí tak, aby každá samostatně vyhovovala kontrolnímu algoritmu s váhami uvedenými v tabulce níže (Tab. 4). Váhy jsou k jednotlivým číslicím na jednotlivých pozicích příslušné části identifikátoru účtu klienta přiřazovány zprava. Příslušná část identifikátoru čísla klienta ABCDEFGHIJ je správně vytvořena v případě, kdy je součet s beze zbytku dělitelný 11, přičemž

$$S = J * 1 + I * 2 + H * 4 + G * 8 + F * 5 + E * 10 + D * 9 + C * 7 + B * 3 + A * 6 \quad (1)$$

Tab. 4 Kontrolní algoritmus s váhami

Váhy pro kontrolní algoritmus										
Číslice části identifikátoru	A	B	C	D	E	F	G	H	I	J
n	10	9	8	7	6	5	4	3	2	1
Váhy	6	3	7	9	10	5	8	4	2	1

Pozn. n – pozice číslice v příslušné části identifikátoru účtu klienta (počítáno zprava)

Zdroj: Vlastní zpracování dle ČNB (2022b)

Algoritmem se ověřuje splnění pravidla MODULO 11 a toto pravidlo je ověřováno odděleně, jak pro samotné číslo účtu, tak pro případné přečíslení (Doskočilová, 2021). Důvodem pro takto poměrně složité ověření správnosti čísla účtu je podle Vančury (2019) prakticky stoprocentní zamezení překlepů a chybám při zadávání čísla účtu. Není tak možné

se v čísle účtu přepsat v jedné číslici, jelikož jakákoliv jediná změna ve kterékoliv jediné číslici znamená, že se jedná o neplatné číslo účtu, na což je klient upozorněn v bankovníctví.

Výše popsané číslo účtu je platné pro platby v České republice. Pro platby v zahraničí je nutné znát variantu čísla účtu pro zahraniční platby (IBAN) (Doskočilová, 2021). IBAN (International Bank Account Number) je formát čísla účtu stanovený standardem EBS204, který vydala ECBS (European Committee for Banking Standards) a je založen na mezinárodní normě ISO13616 (Polouček, 2006, s. 168). Číslo je podle mezinárodní smlouvy tvořeno až 34 číslicemi a písmeny, kdy v České republice se jedná o 24 znaků (Doskočilová, 2021). Struktura čísla je pro Českou republiku stanovena ve vyhlášce č. 169/2011 Sb., o stanovení pravidel tvorby čísla účtu v platebním styku (ČNB, 2022b).

Standardem je mezinárodní číslo účtu stanoveno následovně (Polouček, 2006, s. 168):

- „IBAN může obsahovat číslice a velká písmena,
- 2 znaky – kód země (CZ pro Českou republiku),
- 2 znaky – kontrolní číslice – umožňuje programovou kontrolu čísla – ochrana proti chybně zadanému číslu účtu (např. z důvodu překlepu),
- max. 30 znaků – kód banky a číslo účtu v rámci banky“.

Tabulka níže uvádí 2 příklady čísla účtu v různých formátech pro Českou republiku (Tab. 5). z tabulky je patrné, že IBAN má dvě podoby, a to elektronickou, která se uvádí bez mezer, a písemnou s mezerami, které se nacházejí za každou čtveřicí znaků pro usnadnění orientace.

Tab. 5 Příklad čísla účtu v různých formátech pro Českou republiku

Národní formát	IBAN – elektronická forma	IBAN – písemná forma
19-2000145399/0800	CZ6508000000192000145399	CZ65 0800 0000 1920 0014 5399
178124-4159/0710	CZ6907101781240000004159	CZ69 0710 1781 2400 0000 4159

Zdroj: Vlastní zpracování dle ČNB (2022d)

Důvodem zavedení IBANu je podpora automatizovaného zpracování přeshraničních příkazů, snížení chyb z důvodu nesprávně zadaného čísla účtu (Polouček, 2006, s. 168), a dále zrychlení, zjednodušení a zlevnění přeshraničního platebního styku (ČNB, 2022d).

### **3.8 Elektronické bankovníctví**

Mezi platební prostředky elektronického bankovníctví se dle Černohorského (2020, s. 368) řadí platební karty, internetové bankovníctví a mobilní bankovníctví. u platebních karet se jedná o disponování se zůstatkem na běžném účtu nebo o poskytování krátkodobého úvěru pomocí kreditní karty elektronicky, a to formou online terminálů v obchodech, výběru hotovosti z bankomatů a plateb na internetu. Platební kartu je možné charakterizovat jako platební prostředek, kterým je majiteli platební karty zprostředkován vzdálený přístup k peněžním prostředkům na účtu a kterým je uživatelem platebních služeb dáván platební příkaz poskytovateli (Schlossberger, 2012, s. 135).

Internetové a mobilní bankovníctví, jak uvádí Černohorský (2020, s. 368) představuje využití počítačů, tabletů, chytrých mobilů a bankovních aplikací, které jsou do nich nainstalovány k obsluze daného účtu a řady dalších produktů, které jsou bankami nabízeny. Těmito aplikacemi je poskytována v podstatě komplexní správa finančních toků.

Burda (2019) uvádí, že internetové bankovníctví je elektronický systém, kterým je umožněna vzdálená správa peněz na účtu klienta. Prostřednictvím tohoto systému je umožněno klientů kontrolovat stav svého účtu a bance zadávat platební příkazy, kterými jsou převáděny peníze z jejich účtu na účet jiný. Často je serverem banky při zadání transakce zaslána SMS na telefon klienta s potvrzovacím číslem. Použitím potvrzovacího čísla se zvyšuje bezpečnost internetového bankovníctví, jelikož je klient autentizován dvakrát. Nejprve při přihlášení do internetového bankovníctví, kdy se jedná o autentizaci heslem a následně při potvrzování transakce se jedná o autentizaci hardwarem. Tato dvojí autentizace je označována jako dvoufaktorová autentizace.

V září 2019 vstoupila v platnost, jak uvádí portál GoPay (2019) povinnost silného ověření klienta. Tato povinnost vychází z nové evropské směrnice o platebním styku PSD2. Platby

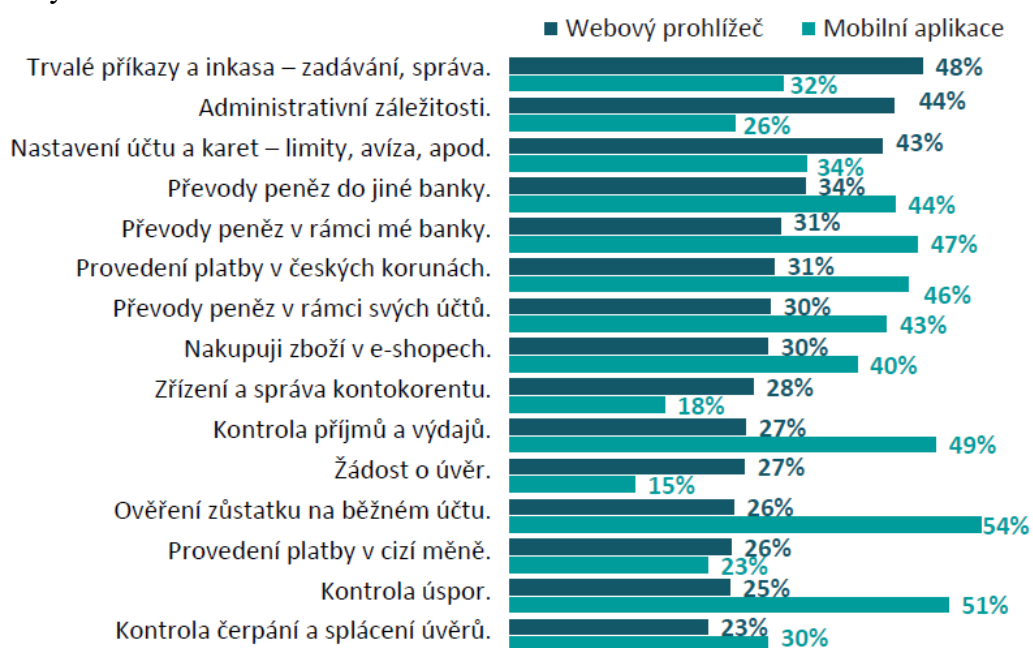
zadávané na internetu, jako např. platby kartou či přihlášení do internetového bankovníctví musí tak v současné době procházet silnějším způsobem ověření. Silné ověření klienta je bezpečnostní mechanismus, jehož cílem je snížit riziko vzniku podvodů v důsledku zneužití hesla či platebních údajů. Spočívá v použití kombinace dvou ze tří bezpečnostních faktorů, díky kterým je ověřena identita platícího zákazníka. Tyto faktory patří do tří kategorií, a to Znalost, která představuje heslo nebo PIN, dále Vlastnictví, kam se řadí telefon či chytré hodinky a Jedinečnost, tj. biologické prvky, např. otisk prstu, sken duhovky či fotka obličeje. Dle výzkumu, který uvádí Mróz-Gorgoň a kol. (2022) lidé dnes již více důvěřují používání biometrie a oceňují výhody, které přináší. Za nejčastěji využívané je uveden otisk prstu a sken duhovky. Tento druh ověření pak vzbuzuje důvěru u lidí bez ohledu na věk a zkušenosti s elektronickým bankovníctvím. s tímto souvisí i ověřování online plateb, které probíhalo přes technologii 3D Secure, kdy tato technologie po zavedení směrnice PSD2 již nebyla dostačující, a proto byla nahrazena novou a modernější technologií 3D Secure 2.0, která při ověřování plateb již využívá biometriku a naplňuje tak požadavky silného ověření zákazníka (GoPay, 2019).

Pro větší bezpečnost elektronických transakcí byl navržen další faktor bezpečného ověřování, kdy k povinnému využití dvou faktorů bylo navrženo využití třetího autentizačního faktoru, jak uvádí Khattri a Singh (2019), který je založen na umístění globálního polohového systému (GPS) uživatele, kterým je iniciována transakce. Hlavním cílem je zabránit podvodníkům v online transakcích ze zařízení, která uživateli nepatří a která aktuálně v držení uživatele nejsou. Při využití GPS jako třetího faktoru je schválení transakce založeno na tom, zda vzdálenost mezi telefonem a transakčním zařízením překračuje stanovený limit. Míra odhalení podvodu při využití tohoto faktoru je 98,55 % a míra úspěšnosti 97,14 %.

Dle průzkumu ČBA (2021), kterého se v srpnu 2021 zúčastnilo 1 000 respondentů, využívá v současnosti elektronické bankovníctví 97 % Čechů s přístupem k internetu. Nejčastěji je používáno internetové bankovníctví (60 % Čechů). Jeho obliba však postupem času klesá a je nahrazováno mobilním bankovníctvím (více než 50 % Čechů). Podle 54 % Čechů by do budoucna mohlo elektronické bankovníctví nahradit i kontakt s bankéřem. 35 % Čechů ale zastává názor, že kontakt s bankéřem je důležitý. Pro přihlašování do mobilního bankovníctví je v současnosti upřednostňováno ověřování pomocí biometrických prvků, kdy

se nejčastěji jedná o otisk prstu, a to ve 46 %. Češi používají nejčastěji mobilní (33 %) nebo internetové bankovníctví (31 %) několikrát týdně. Které z typů elektronického bankovníctví Češi využijí, závisí na tom, jaké úkony chtějí realizovat (Graf 4). Obecně lze uvést, že mobilní bankovníctví je využíváno spíše pro jednodušší operace, jako např. převody peněz v rámci své banky, tuzemské platby anebo kontroly zůstatků a úspor a internetové bankovníctví pro složitější a sofistikovanější operace. Například se jedná o změny a nastavení trvalých příkazů či nastavení limitů na platebních kartách.

Graf 4 Využívání internetového a mobilního bankovníctví



Zdroj: ČBA (2021)

### 3.9 Budoucí vývoj bankovníctví

Rozvoj bankovníctví úzce souvisí, jak uvádí Švecová a Veber (2021, s. 309 - 310) s rozvojem průmyslu. Již od počátku minulého století se rozvíjí peněžní sektor, a to jak v podobě bank, tak i spořitelen. s nástupem přístupů, které jsou zaměřeny na řízení vztahů se zákazníky neboli Customer Relationship Management (CRM) se banky, jak přizpůsobují rostoucím očekáváním zákazníků, tak se snaží i o pružné reakce na požadavky zákazníků. Banky si tak uvědomují, že jejich efektivní fungování je spojeno s posilováním důvěry a loajality zákazníků.



Již na přelomu milénia dle Švecové a Vebera (2021, s. 310) pronikají do všech hospodářských segmentů včetně bankovníctví moderní technologie jako např. internet, mobilní telefony a digitalizace. Potřeby zákazníků z jiných segmentů jsou vyřizovány nejlépe z domova, online a zdarma. Kamenným bankovním domům tak začínají konkurovat virtuální banky, které potřebují klasické prostory jen v minimálním rozsahu, soustředují se na nejžádanější služby, u kterých je snaha stlačit provozní náklady na minimum, a přitom nabízet pohotovostní služby. Cestou tak je internetové bankovníctví, kdy klient komunikuje s bankou, resp. svým účtem na dálku, a to prostřednictvím dané bankovní aplikace. První internetové bankovníctví bylo v České republice spuštěno v roce 1998 Fio bankou a stejnou bankou byla v roce 2011 spuštěna i první bankovní aplikace pro smartphony.

Poměrně nové je otevřené bankovníctví, jak uvádí Švecová a Veber (2021, s. 310 - 311), které je iniciováno evropskou směrnicí PSD2. Cílem je zavedení tzv. „*multibankingu*“, tj. bankovní aplikace, kterou je umožněno ovládat z jednoho místa, např. počítače či chytrého mobilu, na jedno přihlášení více účtů, tedy i těch, které jsou vedeny u jiných bank.

S otevřeným bankovníctvím souvisí z části i širší využití bankovní identity (Švecová a Veber, 2021, s. 311). Tu lze v současné době použít i k přístupu ke službám eGovernmentu, např. Portálu občana a zvyšuje se i využívání informačního systému datových schránek, kterou si lze také přes bankovní identitu zřídit (Dlupalová, 2021).

Nové technologie, jak uvádí Kurzy.cz (2022) mění fungování finančních služeb. Současnými inovacemi a technologickými změnami může být výrazně modifikováno fungování tradičních bank a též nabídka jejich služeb. Počátek současných finančních inovací je podle některých ekonomů mimo finanční sektor. Zejména jsou taženy chytrými telefony, které též představují nové distribuční kanály. Ty umožňují nabídku nových online služeb a posun od tradičního modelu bankovníctví, které je postaveno na síti poboček. Češi však již před pandemií patřili k evropské špičce ve využívání internetového bankovníctví.

S tím, jak klienti čím dál tím víc preferují vzdálený přístup prostřednictvím online nástrojů, souvisí dle Zacha (2021) nejen digitalizace bank a přesouvání služeb i komunikace se zákazníkem do online prostředí, ale též rušení kamenných poboček bank. Od podzimu 2019

do podzimu 2020 bylo zrušeno téměř 120 kamenných poboček. Tento stav nezpůsobila pandemie covid-19, avšak výrazně posílila tento trend.

Banky v současnosti investují, jak uvádí Zach (2021) do digitálních virtuálních poradců, chatbotů a videobotů. Jejich prostřednictvím jsou s klienty řešeny jednodušší úkony a až v případě, kdy tyto požadavky nelze tímto způsobem vyřešit, jsou klienti spojeni přímo s bankéřem. Stále častěji se klienti setkávají s bankéři pomocí videohovorů, kde je možné nasdílet dokumenty, společně s klientem je ve sdíleném prostředí vyplnit a na závěr podepsat online.

Novými technologiemi je bankám dle Kurzy.cz (2022) přinášena nová konkurence, a to ve formě tzv. fintech společností. Tyto velké technologické společnosti se začaly zaměřovat i na finanční služby. z pohledu bank velmi záleží na konkrétní strategii, která je fintech společností zvolena. Ta buď může spolupracovat s tradičními bankami, nebo může investovat do vlastní expanze včetně poboček, kdy se tak může stát významnou konkurencí i v oblasti tradičních bankovních služeb.

V současné době, jak uvádí Kurzy.cz (2022) existují tři základní scénáře, kterými se bankovníctví v Evropě vydá. v prvním je uvažováno, že si banky udrží svou dominantní pozici tím, že budou investovat do nových technologií. Pro fintech společnosti pak zbydou jen tržní niky. Druhý scénář počítá s tím, že dojde ke strukturálnímu posunu a z odvětví pak odejdou především menší banky. Fintech společnosti v tomto scénáři dokáží expandovat do regulované části trhu. Tradiční banky budou orientovány zejména na tu část, kde je potřeba intenzivnější komunikace se zákazníkem. v případě třetího scénáře by nastala zcela jiná struktura finančního odvětví. Změna by byla přinesena digitálními měnami centrálních bank. Finanční intermediace by byla posunuta směrem od bank k centrální bance a fintech a novými společnostmi by byly nabízeny specializované služby, které by byly co nejvíce uzpůsobeny na míru zákazníkovi. Vždy je třeba brát v úvahu rizika a dopady konkrétních kroků na stabilitu celého systému, a to jak z krátkodobého, tak dlouhodobého hlediska.

### **3.10 Dotazník**

Tato část se zabývá nejprve různými typy dotazování, dále postupem tvorby dotazníku a výběrem respondentů pro dotazníkové šetření. Dále popisuje členění dotazníku, různé typy otázek a jejich konstrukci.

#### **3.10.1 Typy dotazování**

Dotazování patří podle Kozla, Mynářové a Svobodové (2011, s. 175) do metod sběru primárních dat založených na přímém (rozhovor) nebo zprostředkovaném (dotazník) kontaktu mezi výzkumníkem a respondentem dle předem předepsané formy otázek. Ta slouží ke sjednocení podmínek a usnadnění zpracování výsledků. Vybraní respondenti, kteří budou následně dotazováni, musí odpovídat cílům a záměrům výzkumu.

Podle způsobu kontaktu jsou rozlišovány jednotlivé typy dotazování (Kozel, Mynářová a Svobodová, 2011, s. 175). Jedná se dle Kotlera (2007, s. 413) o písemné dotazování, kdy je dotazník respondentovi zaslán poštou. Nevýhodou je nízká míra a dlouhá doba návratnosti dotazníku. Telefonické dotazování představuje rychlost v získávání informací. Dalším typem je osobní dotazování, které je dle Kozla, Mynářové a Svobodové (2011, s. 175 - 177) nejtradičnějším typem dotazování a je postaveno na přímé komunikaci s respondentem. Dalším typem je online dotazování, které je založeno na využití internetu. Informace jsou od respondenta zjišťovány prostřednictvím dotazníku, který je např. rozeslán e-mailem, umístěn na webových stránkách apod. Za největší výhodu je považována nižší finanční a časová náročnost než u ostatních typů dotazování. Další výhodou je rychlost a jednodušší zpracování odpovědí, protože všechna data, a tudíž i odpovědi, jsou v elektronické podobě. Dále je výhodou, že online dotazování lze vhodně doplnit grafickými pomůckami, např. obrázky, videoklipy atd. a respondentovi je tak umožněno seznámit se lépe s dotazovanou problematikou. Výhodou elektronického dotazování je i to, že nepotřebuje tazatele, a je tak dána jeho nestrannost, tedy nemožnost ovlivňovat respondenta během dotazování.

Na použitém typu dotazování podle Kozla, Mynářové a Svobodové (2011, s. 205) závisí délka dotazníku, který též závisí na zkoumaném tématu, na cílech výzkumu a na vztahu respondenta k danému tématu.

Než délka dotazníku je důležitější, jak uvádí Kozel, Mynářová a Svobodová (2011, s. 205) časová náročnost jeho vyplnění. Je doporučováno, aby vyplnění dotazníku nezabralo respondentovi více než dvacet minut. v případě zprostředkování dotazníku bez tazatele je vhodnější kratší, desetiminutová náročnost. Je tím tak minimalizováno nebezpečí, že respondent dotazník nedokončí nebo vůbec nevyplní.

### **3.10.2 Postup tvorby dotazníku**

Postup přípravy, resp. tvorby dotazníku lze rozdělit do 6 kroků (Obr. 5), které charakterizují posloupnost jednotlivých úkonů, navzájem se doplňují a ovlivňují (Kozel, Mynářová a Svobodová, 2011, s. 186).

V první fázi přípravy se dle Kozla, Mynářové a Svobodové (2011, s. 186) specifikuje, na co se bude tazatel ptát. Zadání je získáno především během určení problému a cíle výzkumu na začátku celého výzkumného procesu. Cíle výzkumu jsou kvantifikovány pomocí požadavků na informace. Proto je vyhotoven seznam dat a z nich plynoucích informací, které je potřeba zjistit pro dosažení výzkumných cílů. Při jeho sestavování vycházíme také z výzkumných hypotéz, které by se měly získanými daty potvrdit, tj. přijmout nebo zamítnout. Při tvorbě dotazníku je nutné počítat i s předpokládanými metodami analýzy odpovědí, aby byla následně shromážděná data v použitelné formě pro analýzu.

Místo hypotéz je možné použít výzkumné otázky, které, jak uvádí Skutil (2011, s. 52) patří mezi hlavní body při plánování výzkumu. Výzkumné otázky jsou formulovány v tázací větě, aby na ně na konci výzkumného šetření bylo možné odpovědět. Tyto otázky je nutné správně formulovat. Výzkumné otázky mají být přiměřené dané práci, ve které jsou použity, neměla by odpověď na ně být pouze ve tvaru ano/ne, má na ně jít odpovědět více způsoby a má k nim být možnost získat, v rámci teoretické přípravy, dostatečné množství relevantních informací. Dále by měly mít vztah přímo k účelu studie, měly by být propojeny s teorií a měly by být zodpověditelné v rámci použitých metod a výběrových strategií.

Ve druhém kroku, jak uvádí Kozel, Mynářová a Svobodová (2011, s. 187) je třeba zvolit způsob dotazování, a to buď přímé, nebo zprostředkované. Proto je nejprve rozhodnuto, zda bude využito dotazování pomocí rozhovoru, dotazníku nebo jejich kombinací.

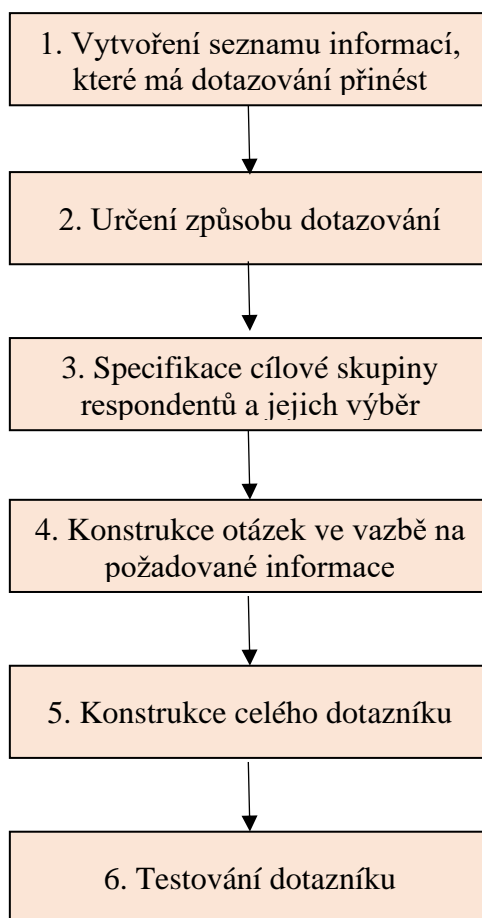
Ve třetí fázi tvorby dotazníku je rozhodnuto o výběru respondentů, jelikož na základě způsobu jejich výběru bude záležet finální podoba dotazníku, tj. přizpůsobení obsahu, jazyka, formálního vzhledu atd. (Kozel, Mynářová a Svobodová, 2011, s. 187).

Ve čtvrté fázi jsou konstruovány otázky, které je třeba správně formulovat a zvolit případné varianty odpovědí (Kozel, Mynářová a Svobodová, 2011, s. 187).

V pátém kroku podle Kozla, Mynářové a Svobodové (2011, s. 188) dochází ke konstrukci dotazníku, které je zaměřeno především na logické uspořádání otázek, a to z pohledu výzkumníka, kdy je nutné otázky uspořádat tak, aby bylo dosaženo maximální návratnosti odpovědí na otázky a aby na konkrétní otázky odpovídali pouze respondenti, od nichž jsou odpovědi potřeba. Druhý pohled je ze strany respondenta, kdy má pořadí otázek vytvářet ucelené celky vybrané problematiky.

V šestém kroku, jak uvádí Kozel, Mynářová a Svobodová (2011, s. 188) je provedeno otestování dotazníku, které je nutné provést vždy, a to pomocí předvýzkumu na malé skupině respondentů. Teprve po odstranění případných nepřesností lze přistoupit k realizační etapě procesu dotazování.

Obr. 5 Postup tvorby dotazníku



Zdroj: Vlastní zpracování dle Kozla, Mynářové a Svobodové (2011, s. 187)

### 3.10.3 Výběr respondentů

Soubor respondentů lze dělit na základní a výběrový soubor. Kozel, Mynářová a Svobodová (2011, s. 192) uvádějí, že základní soubor je tvořen populací, avšak dotazovat všechny členy by bylo příliš drahé, namáhavé a často i nemožné. Avšak základní soubor nemusí být tvořen vždy všemi lidmi na určitém území a zpravidla je omezen např. věkovým limitem či užíváním nějakého výrobku.

Výběrový soubor představuje reprezentativní segment populace (Kotler, 2007). Reprezentativita zkoumaného vzorku, jak uvádí Foret a Melas (2021, s. 66) znamená shodu (podobnost) hodnot jeho vybraných základních identifikačních znaků, tj. pohlaví, věk, vzdělání, rodinný stav, bydliště atd. s hodnotami stejných znaků celého základního souboru. Vzorek je tím více reprezentativní, čím méně se hodnoty odlišují. Hodnoty pro srovnání základního souboru a výběrového vzorku většinou poskytuje Český statistický úřad. Tento

princip reprezentativnosti je pak využit u postupu záměrného, kvótního výběru. v případě, kdy tyto údaje nejsou známe, např. u tzv. nestálých souborů, zaručuje reprezentativitu samotný postup výběru jednotek.

Kotler (2007, s. 419) uvádí, že pro vytvoření výběrového souboru je nutné vědět, jaká bude výběrová jednotka, jaká bude velikost výběrového souboru a jak bude výběrový vzorek vybrán. Existují dva základní typy výběrových souborů, které se dále dělí (Tab. 6). Jedná se o náhodný výběr, kdy má každý člen populace stejnou šanci, že bude vybrán. Druhým typem je záměrný výběr. Oba způsoby se liší náklady i časovou náročností a též přesností a statistickými vlastnostmi. Volba metody následně závisí na potřebách výzkumného projektu.

Náhodný výběr je dle Kotlera (2007, s. 419) dále rozdělen na prostý náhodný výběr, kdy do výběrového souboru může být zařazen kdokoliv, a všichni mají stejnou šanci. Stratifikovaný náhodný výběr, při kterém je populace rozdělena do skupin podle zvolených kritérií, např. věkové skupiny a náhodný vzorek je vybrán z každé skupiny. a dále shlukový neboli oblastní výběr, kdy je populace rozdělena na dílčí skupiny, např. dle PSČ a vzorek je vybrán z každé skupiny.

Záměrný výběr, jak uvádí Kotler (2007, s. 419) je rozdělen na výběr podle dosažitelnosti, kdy jsou výzkumníkem vybrány nejsnáze dosažitelní respondenti v populaci. Výběr podle uvážení, při kterém je při výběru respondentů, použit výzkumníkův úsudek, který podle jeho názoru přinesou přesné informace. a kvótní výběr, kdy je výzkumníkem vyhledán stanovený počet respondentů a ti jsou dotazováni předem z každé vybrané kategorie.

Tab. 6 Typy výběrových souborů

<b>Náhodný výběr</b>	<b>Záměrný výběr</b>
Prostý náhodný výběr	Výběr podle dosažitelnosti
Stratifikovaný výběr	Výběr podle uvážení
Shlukový (oblastní) výběr	Kvótní výběr

Zdroj: Vlastní zpracování dle Kotlera (2007, s. 419)

### 3.10.4 Členění dotazníku

Tahal (2017, s. 55) uvádí, že dotazník by měl být uspořádán do sekcí, které na sebe logicky navazují, čím je pro respondenta zajištěna přehlednost a pro výzkumníka efektivita sběru dat. Dále uvádí, že dotazník se tak skládá z částí úvod, filtrační otázka, kvótní otázky, meritorní otázky a identifikační otázky.

V úvodu, jak uvádí Tahal (2017, s. 55 - 56) je krátká informace v rozsahu 1 až 2 vět, kdy je respondent osloven, je mu sdělen název firmy, jejímž jménem se dotazujeme, je informován o účelu dotazování a o orientační délce dotazníku v minutách. Úvod je důležitý i z hlediska toho, že respondenty obvykle oslovuje paralelně několik tazatelů a je potřeba co nejvíce sjednotit jejich projev a vystupování.

Následuje filtrační otázka, jejímž cílem je dle Tahala (2017, s. 56) určit, zda respondent spadá do cílové skupiny, která je pro výzkum potřeba. Odpověď respondenta na tuto otázku pak rozhodne, jestli se bude dále pokračovat v dotazování nebo zda bude dotazování ukončeno z důvodu, že respondent nevyhovuje výběrovým kritériím a bude mu poděkováno za ochotu. Důležité je, aby filtrační otázka byla jednoznačně formulována, aby byl vyloučen nejednoznačný výklad.

Kvótní otázky jsou zařazovány do dotazníku v případě, že je použit kvótní výběr respondentů, kdy se obvykle tyto otázky týkají pohlaví, věku, vzdělání (Tahal, 2017, s. 56).

Meritorní otázky, jak uvádí Tahal (2017, s. 56) jsou klíčovou částí dotazníku, která obsahuje otázky, které se týkají vlastního tématu výzkumu. Tyto otázky je vhodné seskupit do logických celků a postupovat od obecného ke konkrétnímu.

Identifikační otázky se zařazují obvykle na konec dotazníku a při analýze dat slouží ke třídění respondentů do skupin, kdy se jedná např. o otázky na místo bydliště a příjem (2017, s. 56).

Na rozdíl od Tahala (2017, s. 55 - 56) uvádí autoři Kozel, Mynářová a Svobodová (2011, s. 206) obecné členění dotazníku, a to na tři části, kterými jsou hlavička dotazníku



s vysvětlením cíle výzkumu a způsobu vyplnění dotazníku atd., následují tematicky ucelené oddíly otázek a odpovědí a na závěr je uvedeno poděkování a pokyny k odevzdání.

Dále Kozel, Mynářová a Svobodová (2011, s. 206) zdůrazňují, že v případě, že se jedná o zprostředkované dotazování, především při použití online dotazování, následuje po názvu dotazníku společensko-motivační rubrika. Jejím cílem je především sdělit následující body:

- *„oslovit respondenta,*
- *požádat o vyplnění dotazníku,*
- *vysvětlit cíl a důležitost výzkumu,*
- *zdůraznit důležitost respondenta,*
- *motivovat k odpovědím,*
- *osvětlit výběr respondentů,*
- *slíbit anonymitu, nezneužití poskytnutých dat,*
- *specifikovat, jak má dotazník vyplňovat,*
- *zdůraznit naléhavost rychlé odpovědi,*
- *poděkovat za spolupráci*
- *podepsat se (představit výzkumný tým)“.*

### **3.10.5 Typy otázek**

Otázky v dotazníku lze dělit dle různých typů. v dotazníku jsou dle Tahala (2017, s. 56) používány zejména uzavřené otázky. Ty nabízejí respondentovi předem připravené varianty odpovědí. Získaná data lze pak statisticky vyhodnocovat. Na druhé straně jsou otevřené otázky, které nabízejí respondentovi možnost vyjádřit odpověď na otázku vlastními slovy. Dále je možné použít kombinaci předchozích, tedy otázky polouzavřené, kdy jsou navrženy možnosti odpovědi a zároveň zde je možnost doplnění vlastní odpovědi respondentem (Kozel, Mynářová a Svobodová, 2011, s. 106). Získané odpovědi je pak nutné utřídit a najít v nich společné rysy a zajímavosti (Tahal, 2017, s. 56).

Jedním z typů uzavřených otázek, jak uvádí Tahal (2017, s. 56), je škála, jejímž prostřednictvím respondent vyjadřuje míru souhlasu s určitým výrokem. Škála může být buď číselná, nebo slovní. Číselná škála je obvykle sestavována s lichým počtem stupňů,

např. 1-5 nebo 1-7, kdy důvod spočívá v možnosti vyznačení i prostřední hodnoty. Kotler (2007, s. 421) uvádí, že slovní škála je stupnice, která znázorňuje důležitost určité vlastnosti od „*nedůležitých*“ po „*velmi důležité*“ nebo stupnice, která hodnotí určité vlastnosti od „*špatné*“ po „ *vynikající*“. Dále mezi uzavřené otázky patří otázky dichotomické, kdy otázka nabízí dvě možné odpovědi a otázky multiple choice, ve které je nabízen výběr ze tří a více odpovědí. Do této skupiny se řadí i sémantický diferenciál, který představuje stupnici mezi dvěma bipolárními slovy. Respondentem je vybrán bod, který nejlépe vystihuje směr a sílu jeho pocitů.

Mezi otevřené otázky patří dle Kotlera (2007, s. 421) otázky zcela nestrukturované, kdy může být dáno respondentem víceméně neomezené množství odpovědí. Dále slovní asociace, kdy je respondentem uvedeno první slovo, které ho napadne. Do této skupiny otázek se také řadí dokončování vět, dokončování příběhů a dokončování obrázku.

### **3.10.6 Konstrukce otázek**

Otázky v dotazníku by měly splňovat určitá pravidla jejich konstrukce. Dle Kozla, Mynářové a Svobodové (2011, s. 202) se jedná o to, ptát se přímo, jednoduše a konkrétně. Užívat známý slovník a jednovýznamová slova. Maximalizovat informační hodnotu otázky, nabízet srovnatelné odpovědi a vyloučit otázky s jednoznačnou odpovědí, na kterou je známá odpověď již předem a v dotazníku je tak zbytečná.

Kozel, Mynářová a Svobodová (2011, s. 202) dále uvádějí, že je třeba užívat krátké otázky a vyloučit zdvojené otázky. Též je potřeba vyloučit sugestivní, zavádějící a nepříjemné otázky a pamatovat na genderové vztahy. Potřeba je snižovat i citlivost otázek a umožnit neposkytnout odpověď, což je lepší než sbírat nepravdivé odpovědi. Dále vyloučit negativní otázky, které mohou respondenta zmást. Nutné je i odhadnout věcnou náročnost. Též je potřeba vyloučit odhady, kdy např. nemá smysl se ptát na budoucnost, protože to respondent většinou neví, a navíc může být ovlivněn faktory, o kterých v současné době neví. Dále je třeba vyloučit motivační otázky a také dodržovat slušnost.

### **3.11 Model vícekriteriální analýzy variant**

Tato část práce se zabývá modely vícekriteriálního rozhodování a dále především vícekriteriální analýzou variant, která je jedním ze dvou typů modelů vícekriteriálního rozhodování. v rámci ní se zabývá především Saatyho metodou a metodou Analytický hierarchický proces.

#### **3.11.1 Modely vícekriteriálního rozhodování**

Model vícekriteriální analýzy variant, jak uvádí Šubrt (2015, s. 150) patří do modelů vícekriteriálního rozhodování, které zobrazují rozhodovací problémy, v nichž se důsledky rozhodnutí posuzují podle více kritérií. Téměř každá rozhodovací situace je charakterizována vícekriteriálností. Zohlednění více kritérií při hodnocení vnáší do řešení problémů různé obtíže. Účelem těchto modelů je buď nalezení nejlepší varianty podle všech uvažovaných hledisek, vyloučení neefektivních variant nebo uspořádání množiny variant.

Modely vícekriteriálního rozhodování lze dle Šubrt (2015, s. 150) rozdělit do dvou skupin. První skupinu tvoří modely vícekriteriální analýzy variant, které jsou zadány pomocí konečného seznamu variant, a jejich ohodnocení je podle jednotlivých kritérií. Druhou skupinou jsou modely vícekriteriální optimalizace. Ty mají množinu variant s nekonečně mnoho prvky vyjádřenou pomocí omezujících podmínek. Ohodnocení jednotlivých variant je dáno jednotlivými kriteriálními funkcemi.

#### **3.11.2 Model vícekriteriální analýzy variant**

Model vícekriteriální analýzy variant, jak uvádí Šubrt (2015, s. 150) se zabývá tím, jak vybrat jednu nebo více variant z množiny přípustných variant a doporučit je k realizaci. Postup při výběru variant by měl být maximálně objektivní. k tomu rozhodovateli slouží řada různých postupů a metod analýzy variant.

Jak již bylo uvedeno v modelech vícekriteriální analýzy variant, je dána, jak uvádí Šubrt (2015, s. 150) konečná neboli diskrétní množina  $m$  variant, které jsou ohodnoceny podle  $n$  kritérií. Cílem tohoto modelu je najít variantu, která je celkově podle všech kritérií

hodnocena co nejlépe, variantu kompromisní, či seřadit varianty od nejlepší po nejhorší nebo vyloučit neefektivní varianty.

Varianty jsou podle Šubrta (2015, s. 150) konkrétní rozhodovací možnosti. Ty musí být pečlivě vybrány, aby byly dosažitelné, logické a též aby byly vhodným řešením. Následně jsou varianty hodnoceny podle jednotlivých kritérií.

Kritérium, jak uvádí Šubrt (2015, s. 151) je hledisko hodnocení variant. Může být jak kvalitativní, tak kvantitativní. Volba jednotlivých kritérií je také velmi důležitá. Kritéria musí být nezávislá, měla by pokrývat všechna hlediska výběru a zároveň jich nesmí být zbytečně velký počet, pak by se stal problém nepřehledný. Je-li hodnocení variant podle kritérií kvantifikováno, lze údaje uspořádat do kritériální matice  $Y$ , kde prvek  $y_{ij}$  vyjadřuje hodnocení  $i$ -té varianty podle  $j$ -tého kritéria.

$$Y = \begin{matrix} & f_1 & f_2 & \dots & f_n \\ \begin{matrix} a_1 \\ a_2 \\ \dots \\ a_m \end{matrix} & \begin{pmatrix} y_{11} & y_{12} & \dots & y_{1n} \\ y_{21} & y_{22} & \dots & y_{2n} \\ \dots & \dots & \dots & \dots \\ y_{m1} & y_{m2} & \dots & y_{mn} \end{pmatrix} \end{matrix} \quad (2)$$

V matici  $Y = (y_{ij})$  odpovídají, jak uvádí Šubrt (2015, s. 151) sloupce kritériím a řádky pak hodnoceným variantám. v případě, že nejsou všechna kritéria kvantitativní, jedná se spíše o kritériální tabulku. Tato tabulka obsahuje jak číselná, tak i slovní hodnocení variant. Pro výpočet je potřeba číselné odhodnocení, kdy existují metody pro kvantifikaci kvalitativní informace.

Kritéria, podle kterých je vybírána nejvýhodnější varianta, lze dle Šubrta (2015, s. 151) dělit podle různých hledisek. Jedná se např. o dělení podle povahy kritéria na maximalizační kritéria a kritéria minimalizační. Dále je lze dělit na kritéria kvantitativní, kdy hodnoty variant tvoří objektivně měřitelné údaje a kvalitativní kritéria, kdy hodnoty variant nelze objektivně změřit a velmi často se jedná o hodnoty subjektivně odhadnuté uživatelem.

Důležitá je i preference kritéria, jak uvádí Šubrt (2015, s. 152) která vyjadřuje důležitost tohoto kritéria v porovnání s ostatními kritérii. Tyto preference lze stanovit různým způsobem. Jedná se o aspirační úrovně kritérií (nominální informace o kritériích), což jsou hodnoty, kterých má být alespoň dosaženo. Dále se sem řadí pořadí kritérií (ordinální informace o kritériích), kterým je vyjádřena posloupnost kritérií od nejdůležitějšího po nejméně důležité. Neobsahuje však informaci kolikrát je kritérium důležitější. Tuto informaci obsahují váhy kritérií. Váhy kritérií (kardinální informace o kritériích) jsou hodnoty z intervalu  $\langle 0;1 \rangle$ , které vyjadřují relativní důležitost jednotlivých kritérií v porovnání s ostatními kritérii. Čím je váha určitého kritéria větší, tím je pak toto kritérium, jak uvádí Fotr a Souček (2011, s. 313) významnější. Váhy kritérií, které jsou stanoveny prostřednictvím jednotlivých metod, nejsou obvykle normovány, a proto je nutné jejich normování provést. Součet těchto normovaných vah je následně roven jedné. Dále sem dle Šubrt (2015, s. 152) patří způsob kompenzace kriteriálních hodnot, který je vyjádřen mírou substituce mezi kriteriálními hodnotami, pokud je možno vyrovnávat špatná ohodnocení varianty podle některých kritérií lepšími hodnotami podle ostatních kritérií. Jsou i případy, kdy preference nemusí být známy vůbec. Stanovení kritérií je obtížný úkol a často závisí na subjektivním názoru rozhodovatele.

Podle Šubrt (2015, s. 152) existují i různé varianty se speciálními vlastnostmi. Jedná se o dominující variantu, tj. variantu, která jak uvádí Scholleová (2009, s. 38) dává ve všech kritériích horší výsledky než ostatní. Nebo v opačném případě, je ve všech kritériích lepší než ostatní. Dále se jedná, jak uvádí Šubrt (2015, s. 152 - 153) o varianty vzájemně nedominované, ideální varianta, tj. potenciaálně nejlepší varianta a bazální varianta, tj. potenciaálně nejhorší varianta. Dále existuje kompromisní varianta, což je nedominovaná varianta doporučená jako řešení problému. Existuje více způsobů, jak tuto variantu stanovit a závisí i na použitém postupu řešení. v případě, kdy není cílem nalézt jedinou variantu řešení, může být vhodným řešením problému nalezení všech efektivních variant a vyloučení těch neefektivních.

Cílem modelu vícekritériální analýzy variant, jak uvádí Šubrt (2015, s. 154) je vybrat nejvýhodnější variantu, alternativu. Tento model se skládá z prvků, kterými jsou:

- varianty rozhodnutí  $a_i$ ,  $i = 1, \dots, m$ ,
- kritéria  $f_j$ ,  $j = 1, \dots, n$ , podle nichž jsou varianty hodnoceny,

- preference variant podle jednotlivých kritérií  $y_{ij}$ ,  $i = 1, \dots, m$ ,  $j = 1, \dots, n$ ,
- preference kritérií  $v_j$ ,  $j = 1, \dots, n$ , vyjadřující jejich důležitost.

### 3.11.3 Členění úloh vícekriteriální analýzy variant

Úlohy vícekriteriální analýzy variant lze podle Šubrta (2015, s. 154) klasifikovat podle dvou základních hledisek, a to podle cíle řešení úlohy a podle informace, s jakou úloha pracuje. Dle cíle řešení se dělí úlohy na úlohy, jejichž cílem je výběr jedné či několika variant, které jsou označeny jako kompromisní. Cílem je tudíž vybrat z množiny možných variant tu, která je podle zadaných kritérií nějakým způsobem nejlepší. Dále úlohy, jejichž cílem je úplné uspořádání množiny variant. Varianty jsou obvykle řazeny od nejlepší k nejhorší. Následně se jedná o úlohy, jejichž cílem je rozdělení množiny variant na efektivní a neefektivní. v tomto případě nejde především o uspořádání variant, nýbrž o rozhodnutí, zda je daná varianta efektivní („dobrá“) či neefektivní („špatná“).

Druhou skupinou, jak uvádí Šubrt (2015, s. 155) jsou úlohy podle typu informace, které jsou o preferencích mezi kritérii a variantami k dispozici. Může se jednat o žádnou informaci, kdy informace o preferencích neexistuje. Dále o nominální informaci, která je vyjádřena pomocí aspiračních úrovní, tj. nejhorších možných hodnot, při nich je možné variantu akceptovat. Dalším typem jsou ordinální informace, které vyjadřují uspořádání (pořadí) kritérií podle důležitosti nebo uspořádání variant dle toho, jak jsou hodnoceny kritériem. Lze tak usoudit, která z variant je vyšší či nižší, avšak nelze stanovit přesně o kolik (Reichel, 2009, s. 55). a kardinální informace, kdy se dle Šubrta (2015, s. 155) jedná o typ informace, který má kvantitativní i kvalitativní charakter a je jím vyjádřeno, o kolik či jak moc je jedno hodnocení lepší než druhé. v případě preference kritérií se tak jedná o váhy a v případě ohodnocení variant podle kritéria o konkrétní nejčastěji číselné vyjádření tohoto hodnocení, které nezáleží na množině porovnávaných variant. Jelikož mnoha metodami vícekriteriální analýzy variant je vyžadována kardinální informace, mají velký význam metody, kterými je umožněno např. slovní vyjádření ohodnocení takto kvantifikovat.

Šubrt (2015, s. 155 - 156) uvádí, že přestože úlohy stanovení preferencí kritérií a stanovení preferencí variant na sebe navzájem navazují, jsou řešeny relativně samostatně. Neexistuje tedy univerzálně použitelná kombinace metod pro stanovení obou typů preferencí, kterou by

bylo možné použít na libovolnou úlohu. Je zde ale naopak potřeba pro každou individuální úlohu stanovit „na míru šitý“ postup, kterým bude řešena.

V následující tabulce (Tab. 7) jsou uvedeny metody kvantifikace jednotlivých typů informací o preferencích mezi kritérii. z tabulky je patrné, že např. pro kardinální informace je používána bodovací metoda nebo Saatyho metoda. Tyto dvě metody jsou více popsány v následující části, protože je o nich uvažováno pro zpracování části vlastní práce.

Tyto postupy jsou dle Šubrta (2015, s. 156) používány též pro číselné vyjádření slovního ohodnocení variant podle nějakého kritéria, tj. pro jeho kvantifikaci. v případě, že je možné odvodit z některého typu informace vektor vah, znamená to zároveň, že je též možné z tohoto vektoru stanovit pořadová čísla důležitosti každého kritéria, pokud by některá z metod stanovení preference mezi variantami tato pořadová čísla potřebovala.

Tab. 7 Metody kvantifikace preferencí mezi kritérii a jejich výstupy

<b>Informace o preferencích mezi kritérii</b>		
<b>Informace</b>	<b>Metoda</b>	<b>Výstup</b>
Žádná	Entropická metoda	Vektor vah kritérií
Nominální	Metoda aspiračních úrovní	Aspirační úroveň kritérií
Ordinální	Metoda pořadí	Vektor vah kritérií
	Fullerova metoda	
Kardinální	Bodovací metoda	
	Saatyho metoda	

Zdroj: Vlastní zpracování dle Šubrt (2015, s. 156)

Přehled nejpoužívanějších metod zpracování informací o preferencích mezi variantami jsou uvedeny v následující tabulce (Tab. 8). Metody AHP a TOPSIS jsou detailněji popsány v další části práce, jelikož je o nich uvažováno pro zpracování části vlastní práce.

Tab. 8 Metody kvantifikace preferencí mezi variantami

Informace o preferencích mezi variantami						
	Nominální informace	Ordinální informace	Kardinální informace			
	Aspirační úroveň	Pořadí	Funkce užítku	Vzdálenost variant od ideální a bazální varianty	Preferenční relace	Mezní míra substituce
Metoda	Metoda PRIAM	Lexikografická metoda	Metoda váženého součtu	Metoda TOPSIS	Metoda AHP	Metoda postupné substituce
	Metoda bazické varianty	ORESTE	-	-	Metoda PROMETHEE	-
		Permutační	-	-	Metoda ELECTRE	-

Zdroj: Vlastní zpracování dle Šubrt (2015, s. 156)

### 3.11.4 Metody stanovení vah z kardinální informace o preferencích kritérií

Výchozím krokem analýzy modelu vícekritériální analýzy variant bývá, jak uvádí Šubrt (2015, s. 157) stanovení vah kritérií. Téměř výhradně je informace získaná některým z postupů, které jsou uvedeny dále, použita ke stanovení preferenčních vztahů mezi variantami v návaznosti na cílech celé analýzy.

Nejpoužívanějšími metodami, jak uvádí Šubrt (2015, s. 159) stanovení vah kritérií z kardinální informace o jejich preferencích jsou bodovací metoda a Saatyho metoda. Pro metody z této oblasti je předpokládáno, že uživatel je schopen a ochoten určit nejen pořadí důležitosti kritérií, ale také poměr důležitosti mezi všemi dvojicemi kritérií.

Bodovací metodou dle Šubrt (2015, s. 159 - 160) je transformováno bodové hodnocení důležitosti kritérií do podoby váhového vektoru. Důležitost každé z variant dle tohoto



kritéria je vyjádřena určitým počtem bodů v rámci příslušné bodovací stupnice. Mohou být použita i desetinná čísla a více kritériím lze přiřadit stejnou bodovou hodnotu. Čím je kritérium důležitější, tím více bodů mu je přiřazeno. Kritéria mohou být hodnocena i více experty. Následně je proveden výpočet vah z bodového hodnocení a poté jsou hodnoty z váhového vektoru normalizovány dle vztahu

$$v_j = \frac{b_j}{\sum_{j=1}^n b_j}, \quad j = 1, 2, \dots, n \quad (3)$$

kde  $b_j$  je součet všech bodů od jednotlivých expertů, které byly j-tému kritériu experty přiděleny.

Saatyho metodou, jak uvádí Šubrt (2015, s. 159 - 160) je odvozen váhový vektor z informace o odhadu poměru vah, který stanoví přímo uživatel. Jedná se o metodu kvantitativního párového porovnání kritérií. Pro ohodnocení párových porovnání kritérií je používána devítibodová stupnice, kdy lze použít i mezistupně (hodnoty 2, 4, 6, a 8):

- 1 – rovnocenná kritéria i a j
- 3 – slabě preferované kritérium i před j
- 5 – silně preferované kritérium i před j
- 7 – velmi silně preferované kritérium i před j
- 9 – absolutně preferované kritérium i před j

U Saatyho metody, jak uvádí Fotr a Souček (2015, s. 206) určuje hodnotitel u každé dvojice kritérií nejen které kritérium je z dané dvojice významnější, ale též kolikrát je významnější. To určí obvykle přiřazením bodů z výše uvedené stupnice 1 až 9.

Každá dvojice kritérií a velikosti preferencí i-tého kritéria vzhledem k j-tému kritériu je dle Šubrt (2015, s. 160) zapsána do Saatyho matice  $s = (s_{ij})$ :

$$S = \begin{pmatrix} 1 & s_{12} & \dots & s_{1n} \\ 1/s_{12} & 1 & \dots & s_{2n} \\ \dots & \dots & \dots & \dots \\ 1/s_{1n} & 1/s_{2n} & \dots & 1 \end{pmatrix} \quad (4)$$

Pokud si jsou i-té a j-té kritérium rovnocenné, jak uvádí Šubrt (2015, s. 160) je  $s_{ij} = 1$ . V případě, že je slabě preferováno i-té kritérium před j-tým, je  $s_{ij} = 3$ , atd. Je-li preferováno

j-té kritérium před i-tým, jsou do Saatyho matice zapsány převrácené hodnoty, tj. např.  $s_{ij} = 1/s_{ji}$  při slabé preferenci atd.

Matice je dle Šubrt (2015, s. 161) čtvercová řádu  $n \times n$ , reciproká, tzn. platí, že  $s_{ij} = 1/s_{ji}$ , a je pomocí ní vyjádřen odhad podílů vah i-tého a j-tého kritéria. Na diagonále Saatyho matice se vždy nacházejí hodnoty jedna, jelikož je každé kritérium samo sobě rovnocenné. Prvky této matice většinou nebývají dokonale konzistentní. Míru konzistence lze měřit např. indexem konzistence, který je Saatyem definován jako

$$I_s = \frac{I_{\max} - n}{n-1} \quad (5)$$

kde  $I_{\max}$  je největší vlastní číslo Saatyho matice. Písmeno  $n$  pak označuje počet kritérií. Za dostatečně konzistentní je považována Saatyho matice, jestliže je  $I_s < 0,1$ .

Existuje několik způsobů, jak uvádí Šubrt (2015, s. 161) navržených Saatyem, prostřednictvím kterých lze odhadnout váhy  $v_j$ . Nejčastěji je používán postup výpočtu vah jako normalizovaného geometrického průměru řádků Saatyho matice. Nejprve jsou vypočteny hodnoty  $b_i$  jako geometrický průměr řádků Saatyho matice

$$b_i = \sqrt[n]{\prod_{j=1}^n s_{ij}} \quad (6)$$

Váhy jsou pak vypočítány normalizací hodnot  $b_i$

$$v_i = \frac{b_i}{\sum_{i=1}^n b_i} \quad (7)$$

Když matice splňuje požadavek konzistence lze dospět k velmi solidním výsledkům (Šubrt, 2015, s. 161).

### 3.11.5 Metody výběru kompromisních variant vyžadující kardinální informaci

Metod, kterými je vyžadováno zadání kardinální informace o kritériích ve formě vah a informací o variantách ve tvaru kritériální matice s kardinálními hodnotami je několik (Šubrt, 2015, s. 170). Dále je uvedena metoda AHP a metoda TOPSIS.

Metoda AHP neboli Analytický hierarchický proces byla navržena, jak uvádí Šubrt (2015, s. 173) prof. Saatyem roku 1980. Tato metoda pomáhá zjednodušit a zrychlit přirozený proces

rozhodování. AHP je velmi účinná metoda, jejíž prostřednictvím lze dekomponovat problém na subproblémy (Korecký, 2011, s. 328). AHP je metodou, jak uvádí Šubrt (2015, s. 173) rozkladu složité nestrukturované situace na jednodušší komponenty, kdy vytváří hierarchický systém problému. Tento hierarchický systém je zobecněním a také rozšířením možností vícekritériálního rozhodovacího systému. Saatyho metoda kvantitativního párového porovnání je použita na každé úrovni hierarchické struktury. Prostřednictvím subjektivních hodnocení párového porovnání jsou poté touto metodou přiřazovány jednotlivým komponentám kvantitativní charakteristiky, kterými je vyjádřena jejich důležitost. Následně je syntézou těchto hodnocení stanovena komponenta s nejvyšší prioritou, na kterou se rozhodovatel zaměří s cílem získat řešení rozhodovacího problému.

Metodu AHP, jak uvádí Šubrt (2015, s. 173) lze použít pro jakýkoliv typ informace o preferenčních vztazích mezi komponentami modelu. Jedinou podmínkou ale je, aby uživatel dokázal z této informace určit směr a intenzitu preference mezi všemi páry porovnávaných komponent.

Základními prvky a kroky metody AHP dle Šubrt (2015, s. 173) jsou:

- *„konstrukce hierarchie problému,*
- *párové porovnávání prvků v jednotlivých hierarchických úrovních,*
- *syntéza získaných preferencí a volba nejvýhodnější alternativy“.*

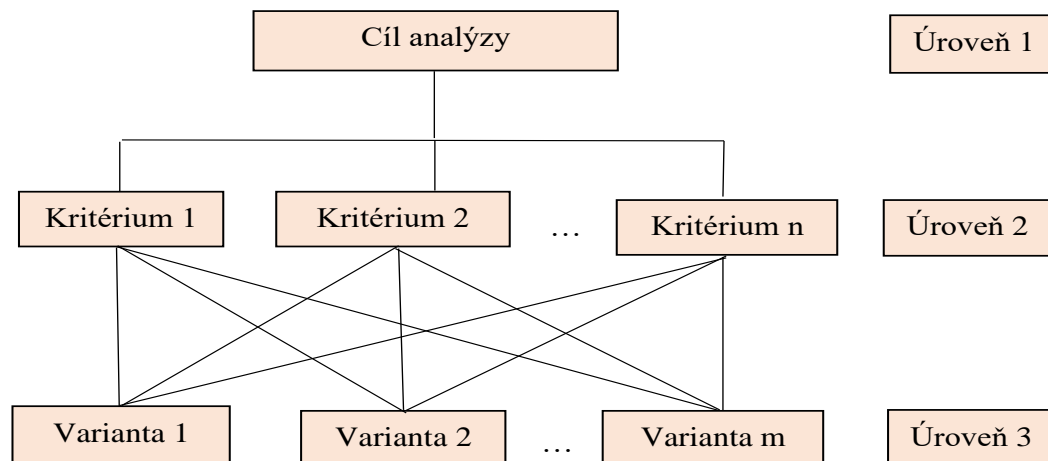
Hierarchická struktura problému je, jak uvádí Šubrt (2015, s. 173) struktura obsahující několik úrovní, kdy v každé z nich je obsaženo několik prvků. Uspořádání jednotlivých úrovní hierarchické struktury odpovídá uspořádání od obecného, tj. vyšší úroveň v hierarchii ke konkrétnímu, tj. nižší úroveň v hierarchii. Intenzity vzájemného působení jednotlivých prvků v hierarchii lze určitým způsobem kvantifikovat. Na nejvyšší úrovni hierarchie se nachází pouze jeden prvek, který definuje cíl vyhodnocování nebo analýzy. Tomuto prvku lze přiřadit hodnotu jedna. Ta je následně rozdělena mezi prvky na druhé úrovni. Podobně se hodnota každého prvku dělí i na dalších nižších úrovních hierarchie.

Typická úloha vícekritériální analýzy variant obsahuje dle Šubrt (2015, s. 173) následující úrovně (Obr. 6):

- *„úroveň 1 – cíl vyhodnocování, kterým může být uspořádání variant,*

- úroveň 2 – kritéria vyhodnocování,
- úroveň 3 – posuzované varianty“.

Obr. 6 Hierarchická struktura typické úlohy vícekritériální analýzy variant



Zdroj: Vlastní zpracování dle Šubrt (2015, s. 174)

Následuje, jak uvádí Šubrt (2015, s. 174) párové porovnávání prvků v jednotlivých hierarchických úrovních, kdy jsou stanoveny lokální váhy jednotlivých kritérií, subkritérií a dalších prvků v jednotlivých úrovních problému prostřednictvím Saatyho metod párového porovnávání. v případě tříúrovňové hierarchie, bude na druhé úrovni hierarchie matice párového porovnání rozměru  $n \times n$  a na třetí úrovni hierarchie vznikne  $n$  matic rozměru  $m \times m$ . v nich budou párově porovnávány varianty podle jednotlivých kritérií.

Posledním krokem je dle Šubrt (2015, s. 174 - 175) syntéza získaných preferencí a volba nejvýhodnější alternativy. Lokálními preferencemi prvků hierarchie jsou vyjadřovány preference vzhledem k nadřazenému prvku. Je jimi ukázáno např., jak jsou alternativami „rozdělovány“ hodnoty váhy příslušného kritéria. Pokud je pro každou variantu vypočten u všech kritérií součet součinů navazujících preferencí v hierarchické úrovni, je získáno její hodnocení z hlediska všech kritérií. Za kompromisní variantu je pak považována ta varianta, jejíž syntetická váha (preference) je nejvyšší.

Další metodou vyžadující kardinální informace je, jak uvádí Šubrt (2015, s. 177) metoda TOPSIS. Touto metodou jsou posuzovány varianty z hlediska jejich vzdálenosti od ideální a bazální varianty. Metodou je vyžadováno kardinální hodnocení variant podle jednotlivých

kritérií a váhy těchto kritérií. Výpočet metody TOPSIS spočívá v následujících čtyřech krocích (Šubrt, 2015, s. 177 - 178):

1. Nejprve je zkonstruována normalizovaná kritériální matice  $R = (r_{ij})$  dle vzorce

$$r_{ij} = \frac{y_{ij}}{\sqrt{\sum_{i=1}^p y_{ij}^2}} \quad (8)$$

Sloupce matice R jsou následně po této normalizaci vektory jednotkové délky.

2. V dalším kroku je vypočítána normalizovaná vážená kritériální matice  $W = (w_{ij})$  dle vztahu

$$w_{ij} = v_j * r_{ij} \quad (9)$$

Dále je určena ideální varianta H s ohodnocením  $(h_1, \dots, h_m)$  a také bazální varianta D s ohodnocením  $(d_1, \dots, d_m)$  vzhledem k hodnotám matice W.

3. Ve třetím kroku jsou vypočteny vzdálenosti jednotlivých variant od ideální varianty

$$d_i^+ = \sqrt{\sum_{j=1}^k (w_{ij} - h_j)^2} \quad (10)$$

a od bazální varianty

$$d_i^- = \sqrt{\sum_{j=1}^k (w_{ij} - d_j)^2} \quad (11)$$

4. V posledním kroku jsou spočítány relativní ukazatele vzdáleností jednotlivých variant od bazální varianty podle vzorce

$$c_i = \frac{d_i^-}{d_i^+ + d_i^-} \quad (12)$$

Hodnoty těchto ukazatelů se nacházejí mezi 0 a 1, kdy hodnotu 0 nabývá bazální varianta a hodnotu 1 ideální varianta.

Varianty jsou seřazeny sestupně podle hodnot  $c_i$  a potřebný počet variant s nejvyššími hodnotami tohoto ukazatele je považován za řešení problému.

### 3.12 Marketing a marketingové sdělení

Marketing dle Kotlera (2007, s. 40) představuje společenský a manažerský proces, jehož prostřednictvím jsou uspokojovány potřeby a přání jednotlivců a skupin v procesu výroby a směny produktů a hodnot. z pohledu firmy jde dle Beránka (2013, s. 136) o proces dosažení cílů organizace, jenž spočívá ve zjištění potřeb cílového trhu a uspokojení těchto potřeb lépe než konkurence. Kvalitní marketing má probíhat kontinuálně, plánovitě, v souladu s dlouhodobou strategií firmy a též s využitím všech dostupných nástrojů.

Jedním z nejdůležitějších aspektů naplňování marketingové strategie a stanovených cílů s ohledem na vybraný cílový segment je, jak uvádí Jaderná a Volfová (2021) aplikace marketingového mixu. Ten je složen ze čtyř nástrojů, kterými jsou produkt, cena, distribuce a marketingová komunikace. Marketingový mix, jak uvádí Karlíček (2018, s. 152) se často označuje jako tzv. 4P dle názvů těchto nástrojů v anglickém jazyce a jde o pohled ze strany firmy. Dnes jsou též důležitá 4C, kdy se jedná o pohled ze strany zákazníka a je zde obsažena hodnota pro zákazníka, náklady pro zákazníka, dostupnost a komunikace.

V současné době je podle Prikrylové (2019, s. 53) v rámci marketingových aktivit vyžadována daleko intenzivnější komunikace se subjekty vnějšího i vnitřního prostředí firmy. Produkt, cenu i distribuci lze jednoduše napodobit. Zdroj jedinečné konkurenční výhody je tak stále častěji hledán v oblasti komunikace, a to především ve vztazích s cílovými skupinami. Cílovou skupinou je určitá skupina osob, kterou se společnost snaží oslovit, zaujmout a přizpůsobit jí jak obsah webových stránek, tak např. i podobu reklamních kampaní, kdy dobrá znalost cílové skupiny, zvyšuje šanci na zaujetí většího množství zákazníků (Kod'ousková, 2021).

Marketingová komunikace je řízené informování a přesvědčování cílových skupin, prostřednictvím kterého firmy a též další instituce naplňují své marketingové cíle (Karlíček, 2018, s. 193). Jakubíková, Vildová, Janeček a Tluchoř (2019, s. 294) uvádějí, že marketingová komunikace je čtvrtým a též nejviditelnějším nástrojem marketingového mixu. Jsou v ní zahrnuty všechny nástroje, jejichž prostřednictvím firma komunikuje. Tyto nástroje jsou součástí komunikačního mixu a lze je různě kombinovat. Komunikační mix se skládá dle Srpové (2020) z 5 základních oblastí, kterými jsou reklama, public relations,

podpora prodeje, přímý marketing a osobní prodej. Je třeba, aby marketingová komunikace stejně jako všechny nástroje marketingového mixu, jak uvádí Karlíček (2018, s. 193) vycházela z celkové marketingové strategie, aby při spuštění komunikační kampaně firmy odpovídala cílovému segmentu i stanovenému positioningu značky. v komunikační strategii není zahrnuta pouze volba komunikačního mixu, ale též volba marketingového sdělení a jeho kreativní ztvárnění.

Marketingové sdělení lze dle Karlíčka (2016, s. 24) chápat jako soubor jakýchkoliv elementů, které mají pro určitou cílovou skupinu nějaký význam. Jedná se např. o slova, symboly, gesta, obrazy, barvy, zvuky či o jejich různé kombinace. Vhodným výběrem lze ovlivňovat vyvolání myšlenek a pocitů u dané cílové skupiny. Je proto důležité určit, co přesně má být cílové skupině sděleno a zda je všemi elementy použitými v marketingovém sdělení předáván cílové skupině význam, který je požadován. v situaci, kdy je již známo, co má být cílové skupině sděleno, je marketingové sdělení upraveno do kreativnější podoby, aby se stalo pro danou cílovou skupinu atraktivnější a přesvědčilo ji o koupi, a to lépe než konkurence (Karlíček, 2018, s. 193, 197).

Marketingové sdělení je, jak uvádí Karlíček (2016, s. 25) předáno cílové skupině pomocí určitého média, kam patří např. reklamní nosiče jako je televize, rádio či internet a též se sem řadí i obchodní zástupce nebo veletrh. Nezbytným předpokladem efektivní marketingové komunikace je správná volba média, kdy je nutné zvolit médium, které odpovídá mediálnímu chování cílové skupiny. Jen tehdy je možné, aby se komunikační kampaň stala účinnou. Komunikační kampaň též musí odpovídat komunikačním cílům, kterými jsou např. zvýšení povědomí o produktu či značce, ovlivnění postojů ke značce, zvyšování loajality ke značce nebo zvýšení prodeje. Při tvorbě je dle Karlíčka (2018, s. 193) důležité vědět, jak má cílová skupina kampaň pochopit, jaké argumenty si zapamatovat a jaké asociace má vyvolat. Dle toho je voleno místo a okamžik komunikace a dále slova, grafika, hudba, média a další prvky, kterými je dohromady vytvořeno marketingové sdělení.

## **4 Vlastní práce**

Vlastní práce se skládá ze dvou částí. v první části je provedena analýza současné situace na českém bankovním trhu v oblasti spořicíh účtů. Analýza je realizována na základě dotazníkového šetření. v hlavní části diplomové práce jsou definováni dva fiktivní klienti na základě výsledků dotazníkového šetření a pomocí modelu vícekritériální analýzy variant je následně každému z nich doporučen nejvýhodnější spořicí účet.

### **4.1 Analýza současné situace na českém bankovním trhu v oblasti spořicíh účtů**

V první části vlastní práce je nejprve zpracován vývoj vkladů na českém bankovním trhu, následně je analyzována současná situace na českém bankovním trhu se spořicími účty. Analýza byla provedena prostřednictvím dotazníkového šetření, kterého se zúčastnilo 273 respondentů.

#### **4.1.1 Vývoj vkladů na českém bankovním trhu**

Vklady obyvatel v bankách, počítaných v korunách i cizí měně celkem, v dubnu 2022, jak uvádí Zámečník (2022) meziměsíčně stouply o 35,4 miliardy Kč. Jedná se o výrazný obrat oproti březnu 2022, kdy došlo k poklesu o téměř 26 miliard korun. Tento pokles byl pravděpodobně způsoben reakcí na uzavření poboček Sberbank. Od srpna 2021 se celkový objem vkladů domácností pohybuje nad hranicí 3 bilionů korun a na konci dubna 2022 činil přes 3,076 bilionů korun. Meziroční nárůst vkladů obyvatelstva představuje 114 miliard korun, což znamená téměř čtyřprocentní nárůst. Celkový objem úvěrů obyvatelstva v dubnu 2022 dosáhl 1,969 bilionů korun, kdy je meziročně o 9 % vyšší při jednoprocenním meziměsíčním poklesu.

Výsledné saldo mezi vklady a úvěry obyvatelstva je uvedeno v následující tabulce (Tab. 9). z tabulky je patrné, že saldo je kladné a během let roste. Domácnosti tak měli koncem dubna 2022 u bank uloženo o téměř 1,108 bilionu korun více, než kolik bankám ve formě úvěrů dlužili.



Tab. 9 Vývoj vkladů a úvěrů domácností (v mil. Kč)

Období	Vklady	Úvěry	Saldo
30. 4. 2022	3 076 171	1 968 634	1 107 537
31. 12. 2021	3 020 385	1 948 112	1 072 273
31. 12. 2020	2 822 763	1 763 145	1 059 618

Zdroj: Vlastní zpracování dle Zámečník (2022)

Reakce jednotlivých domácností na vývoj ekonomické situace je dle Zámečníka (2022) často odlišná, a to podle jejich konkrétní situace. Některými domácnostmi je opět zvyšována míra úspor navzdory inflaci, kdy je zároveň omezována spotřeba, aniž by k tomu domácnosti byly nuceny finančními důvody. Jinými domácnostmi by byla zvyšována spotřeba, ale nemají dostatek peněžních prostředků. Dalším typem jsou domácnosti, ve kterých je snaha utratit peněžní prostředky dříve, než pozbydou hodnoty nebo je proti znehodnocení zajistit.

Dle nejaktuálnějších údajů ČNB činí ke konci prosince 2022 vklady obyvatel 3,175 bilionů korun (ČNB ARAD, 2023). Růst vkladů domácností, jak uvádí ČBA (2023) se zpomaluje a je možné pozorovat přesun peněžních prostředků z běžných účtů s nízkým úročením ve prospěch spořicích účtů, kde se průměrná úroková sazba u nových vkladů s dohodnutou splatností od září pohybuje mírně nad hranicí 6 %. To souvisí i s prognózou ČBA, kdy je v roce 2023 očekávána stagnace ekonomiky, kdy se tuzemská ekonomika z počátku tohoto roku nachází v mělké recesi. Od druhé poloviny roku 2023 je očekáván mírný růst ekonomiky. Inflace by se v roce 2023 měla pohybovat mírně nad hranicí 10 % a koncem roku pak kolem 8 %.

#### **4.1.2 Tvorba dotazníku pro analýzu současné situace na českém bankovním trhu v oblasti spořicích účtů**

Nejprve je určen cíl dotazníkového šetření, kterým je zanalyzovat, jaká je v současnosti situace na českém bankovním trhu se spořicími účty. Druhým cílem, proč je dotazníkové šetření provedeno, je definování dvou fiktivních klientů, pro které budou spořicí účty vybírány, a zjištění důležitosti kritérií, na základě kterých budou spořicí účty posuzovány. Prostřednictvím dotazníkového šetření budou zvoleny i čtyři banky, u kterých mají respondenti nejčastěji zřízené spořicí účty. Spořicí účty u těchto bank budou následně

porovnávány prostřednictvím vícekriteriální analýzy variant, kdy budou nejvýhodnější spořicí účty doporučeny dvěma fiktivním klientům.

Po definování cíle dotazníkového šetření je provedena komparace současné nabídky bank v oblasti spořicíh účtů, která je detailněji uvedena v druhé části vlastní práce u čtyř vybraných bank.

Následně je sestaveno 5 výzkumných otázek, na které má dotazníkové šetření získat odpověď. Jedná se o tyto výzkumné otázky:

1. Zakládali si respondenti spořicí účty v roce 2022, kdy u nich docházelo k rychlému růstu úrokových sazeb?
2. Pokládají respondenti za výhodnější spořicí účet z krátkodobého hlediska než z dlouhodobého hlediska?
3. Co považují respondenti za největší výhodu spořicího účtu?
4. Proč si respondenti nejčastěji zakládají spořicí účet?
5. Jaké kritérium hodnotí respondenti jako nejdůležitější u spořicího účtu?

Na základě uvedených činností a prostudování literatury je sestaven dotazník pro dotazníkové šetření.

Dotazník je vytvořen na základě postupu, který uvádí Kozel, Mynářová a Svobodová (2011, s. 187) a je uveden v teoretické části diplomové práce.

Nejprve je stanoven cíl dotazníkového šetření a vytvořen seznam informací, které mají být pomocí dotazníkového šetření zjištěny. Následně je zvolen typ dotazování, kdy pro dotazníkové šetření je zvoleno online dotazování, z důvodu možnosti oslovit velké množství respondentů. Dalším důvodem je jeho rychlost, přesnost zpracování a nemožnost ovlivnění respondentů tazatelem.

Následuje výběr respondentů. Cílovou skupinou jsou všichni obyvatelé České republiky, kteří mají v současnosti založený spořicí účet. z tohoto důvodu je na začátku dotazníku uvedena otázka, zda daný respondent má v současné době založený spořicí účet. Základní

soubor je příliš obsáhlý a není jej možné oslovit, proto je zvolen výběrový soubor, kdy se jedná o prostý náhodný výběr.

V dalším kroku jsou tvořeny otázky dotazníku v souvislosti s informacemi, které je nutné získat. Dotazník obsahuje 31 otázek. Jedná se o otázky uzavřené, kdy respondent vybírá z předem připravených variant odpovědí. Jsou jak dichotomické, tak i multiple choice. v dotazníku se nachází také jedna otázka typu škála, která je následně využita při vícekritériální analýze variant. Respondenti zde hodnotí důležitost určitých vlastností spořicíh účtů na škále od 1 – nejméně důležité do 5 – nejdůležitější. Dále jsou v dotazníku obsaženy otázky polouzavřené, kdy v případě, že si respondent nevybere odpověď z nabízených variant, může doplnit vlastní odpověď. Časová náročnost, je uváděna jako důležitější při hodnocení délky dotazníku a pro online dotazování je doporučena do 10 minut. Většině respondentů (93,10 %) trvalo vyplnění dotazníku cca 1-10 minut.

Následně je vytvořen celý dotazník, a to v platformě Survio. Ten začíná úvodními informacemi, které obsahují oslovení respondenta, téma dotazníkového šetření, ujištění o anonymitě a informaci, že výsledky budou použity pouze pro zpracování diplomové práce. Na závěr poděkování respondentovi (Příloha).

Po spuštění dotazníku je zobrazena první otázka, jejímž úkolem je zaujmout respondenta. Následuje filtrační otázka, která má za úkol rozřadit respondenty na ty, kteří spadají do cílové skupiny, tj. mají v současné době založený spořicí účet a na ty, kteří do cílové skupiny nespádají. v druhém případě je již respondent pouze dotázán na důvod, proč spořicí účet založený nemá a dále vyplňuje již jen identifikační otázky na konci dotazníku.

V případě, že respondent do cílové skupiny patří, tj. má v současné době založený spořicí účet, následují meritorní otázky, které se týkají přímo spořicíh účtů a dalších informací, které se k nim vztahují. Otázky jsou logicky a tematicky uspořádány a větví se dle jednotlivých odpovědí respondenta tak, aby na sebe logicky navazovaly.

Závěr dotazníku obsahuje identifikační otázky, jako např. pohlaví, věk, vzdělání, příjem apod. Dotazník je ukončen jeho odesláním a poděkováním respondentovi za vyplnění.

Po sestavení celého dotazníku je provedeno jeho otestování na skupině 7 respondentů. Poté jsou odstraněny určité nepřesnosti, které byly při testování zjištěny. Následně je spuštěno dotazníkové šetření.

#### **4.1.3 Analýza současné situace na českém bankovním trhu v oblasti spořicíh účtů prostřednictvím dotazníkového šetření**

První část vlastní práce se zabývá analýzou současné situace na českém bankovním trhu se spořicími účty pomocí dotazníkového šetření, které bylo spuštěno 22. 12. 2022 a probíhalo do 23. 1. 2023, kdy byla ukončena možnost vyplnění dotazníku. Výzkumu se zúčastnilo 273 respondentů. Pro dotazníkové šetření byla zvolena forma online dotazování.

Následuje vyhodnocení dotazníku, jehož cílem je analyzovat aktuální situaci na českém bankovním trhu se spořicími účty. Výsledky dotazníkového šetření jsou dále použity pro vícekritériální analýzu variant v další části vlastní práce.

Cílem první otázky bylo zaujmout respondenta daným tématem a zjistit, zda si v současnosti dovede existenci bez spořicího účtu představit. Dotazníkovým šetřením je zjištěno, že více respondentů si situaci bez spořicího účtu dnes představit dokáže, konkrétně 55,31 % (Graf 5). Rozdíl mezi oběma skupinami je ale malý, pouze 10,62 %.

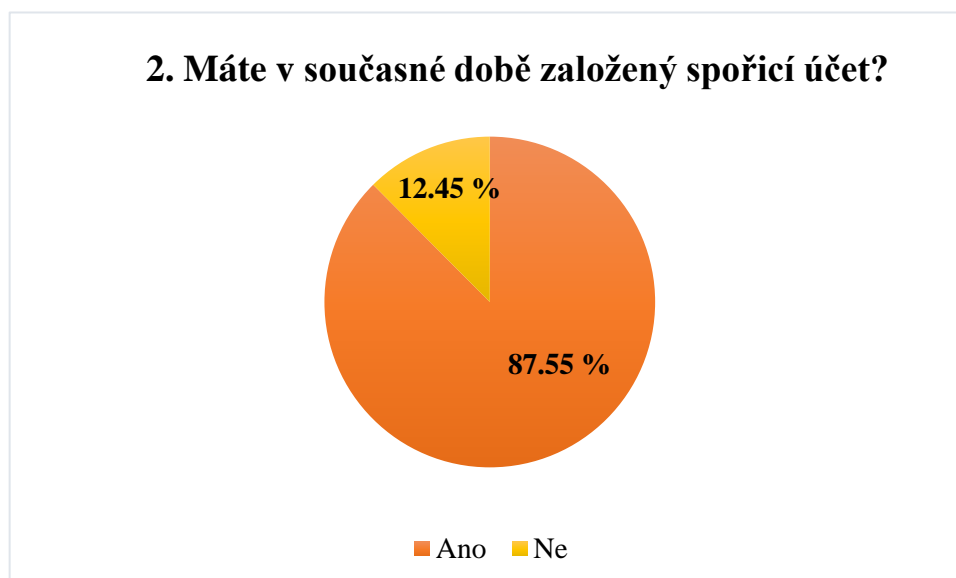
Graf 5 Procento respondentů, kteří si v současné době dokáží představit existenci bez spořicího účtu



Zdroj: Vlastní zpracování (2023)

Druhá otázka je filtrační a jejím cílem je rozdělit respondenty na ty, kteří mají v současnosti založený spořicí účet a na ty, kteří jej založený nemají. Dotazníkové šetření směřuje na lidi, kteří vlastní spořicí účet. Ti jsou cílovou skupinou tohoto dotazníkového šetření a vztahuje se na ně většina dalších otázek v dotazníku. z výsledku dotazníkového šetření je zjištěno, že spořicí účet má v současné době založený 87,55 % respondentů a pouze 12,45 % jej v současnosti nevlastní (Graf 6). Lze tak konstatovat, že většina respondentů má v současné době založený spořicí účet. s tím souvisí i průzkum agentury Response:NOW, který zjistil, že lidé si nechávají doma stále menší hotovost, kdy 36 % respondentů má doma částky do 5 000 Kč a 17 % dotázaných částky do 50 000 Kč a úspory přesouvají především na spořicí účty (ČTK České noviny, 2022).

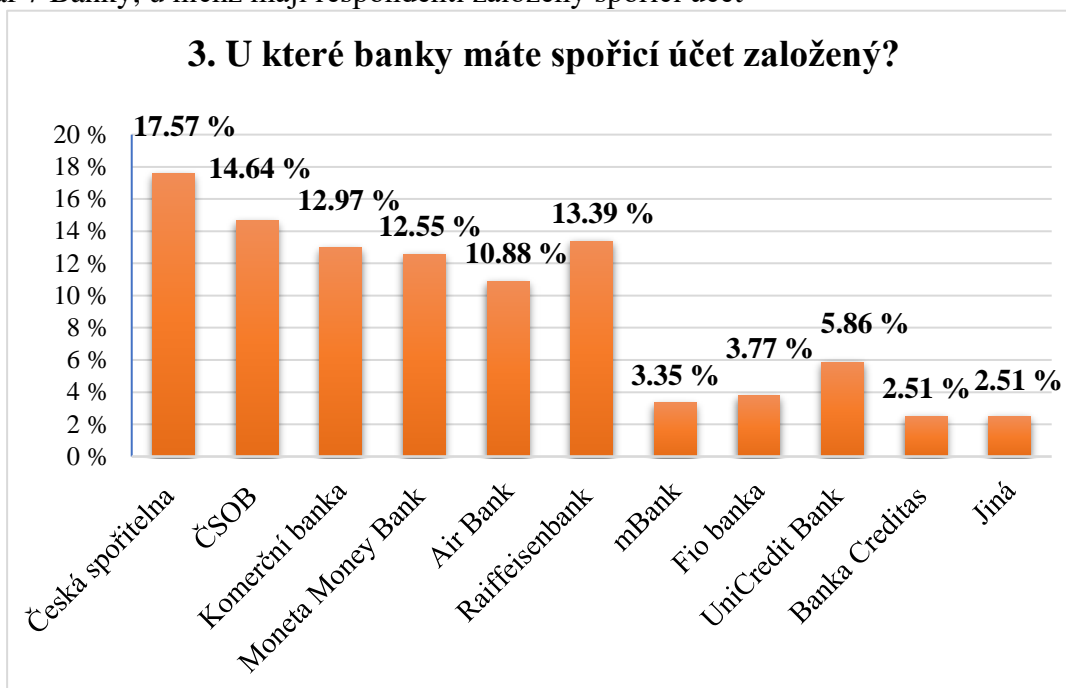
Graf 6 Procento respondentů, kteří vlastní v současnosti spořicí účet



Zdroj: Vlastní zpracování (2023)

Naprostá většina bank v České republice dnes nabízí spořicí účet. Lze si tak vybrat z velkého množství bankovních institucí. Respondenti mají nejčastěji založený spořicí účet (Graf 7) v České spořitelně (17,57 %) a dále v ČSOB (14,64 %). Jedná se o dvě největší banky v České republice. Následující čtyři banky se v procentním zastoupení liší jen nepatrně, jedná se o Raiffeisenbank s 13,39 % Komerční banku s 12,97 %, Monetu Money Bank s 12,55 % a Air Bank s 10,88 %. Méně mají respondenti založený spořicí účet u bank jako UniCredit Bank, Fio banka, mBank a Banka Creditas.

Graf 7 Banky, u nichž mají respondenti založený spořicí účet

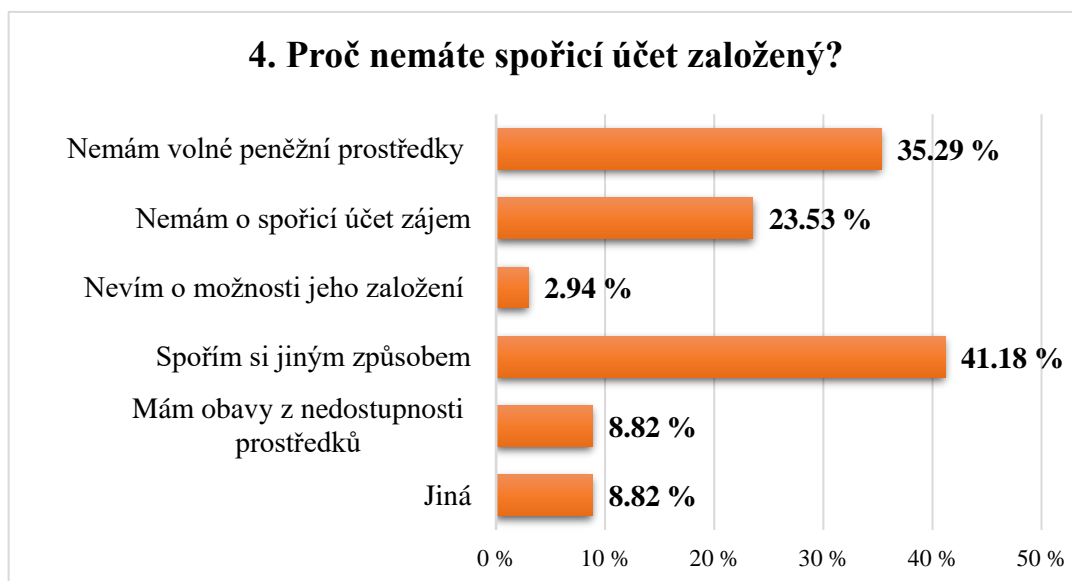


Zdroj: Vlastní zpracování (2023)

Jsou i respondenti, kteří v současné době spořicí účet založený nemají. Důvodem, proč někteří respondenti nemají založený spořicí účet (Graf 8) nejčastěji je, že si buď spoří peníze jiným způsobem (41,18 %) nebo nemají volné peněžní prostředky (35,29 %). Hlavním důvodem je vysoká inflace, jak uvádí Ventura (2022), kdy si řada lidí již nemůže dovolit peněžní prostředky spořit a buď své úspory rozpouští, nebo si sjednává spotřebitelský úvěr. s tím souvisí i pokles vkladů českých domácností u bank, který se v březnu 2022 poprvé od května 2017 snížil. Vklady tak oproti únoru 2022 poklesly o 26 miliard korun na 3,04 bilionu korun, kdy se jedná o nejrychlejší meziměsíční pokles od května roku 2013.

Dalším důvodem, proč někteří respondenti nemají zřízený spořicí účet je, že nemají o spořicí účet zájem nebo mají obavy z nedostupnosti peněžních prostředků. o možnosti založení spořicího účtu neví jen 2,94 % respondentů.

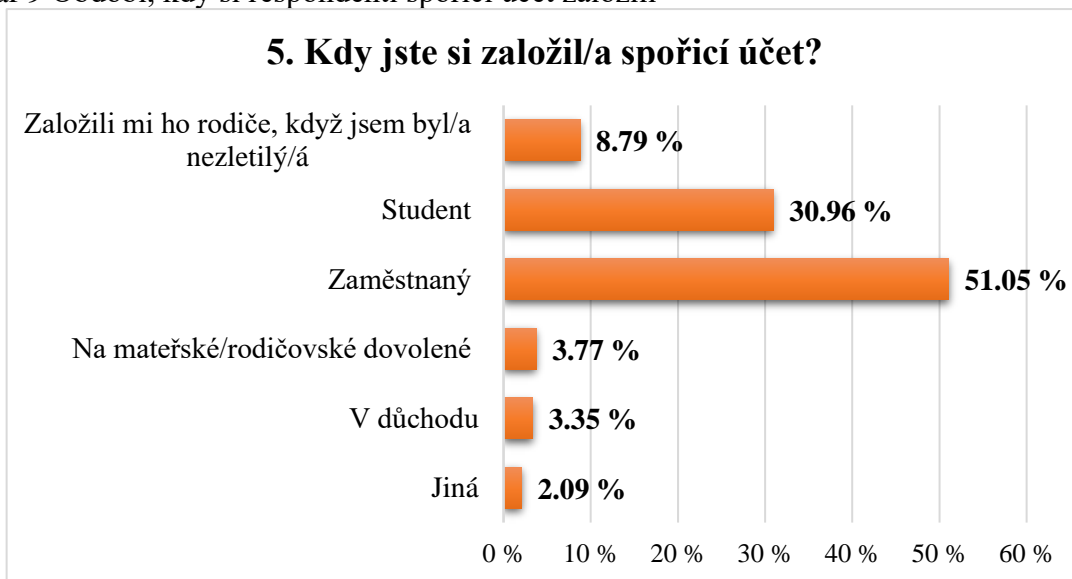
Graf 8 Důvody, proč někteří respondenti nemají založený spořicí účet



Zdroj: Vlastní zpracování (2023)

Spořicí účet si více než 50 % respondentů založilo v době, kdy byli zaměstnaní. o něco méně respondentů, si založilo spořicí účet při studiu. To se týká 30,96 % respondentů (Graf 9). v menší části založili spořicí účet dětem rodiče, když byly nezletilé, nebo si ho založily matky na mateřské dovolené nebo matky či otcové na rodičovské dovolené a někteří respondenti si založili spořicí účet až v důchodu.

Graf 9 Období, kdy si respondenti spořicí účet založili



Zdroj: Vlastní zpracování (2023)

Další otázka odpovídá na výzkumnou otázku: Zakládali si respondenti spořicí účty v roce 2022, kdy u nich docházelo k rychlému růstu úrokových sazeb? z dotazníkového šetření je patrné, že téměř třetina dotázaných si opravdu založila spořicí účet právě v roce 2022, kdy úrokové sazby na spořicí účtech u většiny bank prudce rostly (Graf 10). Spořicí účet mělo pak již založený 68,62 % dotázaných. Lze tedy konstatovat, že růst úrokových sazeb podstatně zvýšil zájem o spořicí účty. To potvrzuje i barometr oblíbenosti spoření, který pravidelně sestavuje Asociace českých stavebních spořitel (2022), která uvádí, že důvěra Čechů ve spořicí a investiční produkty roste. Největší nárůst v oblíbenosti v mezičtvrtletním srovnání zaznamenaly právě spořicí účty, a to v posledním čtvrtletí roku 2022. Na prvním místě barometru se umístily drahé kovy, následují spořicí účty a na třetím místě je penzijní připojištění.

Graf 10 Procento respondentů, kteří si založili spořicí účet v roce 2022 při zvyšování úrokových sazeb

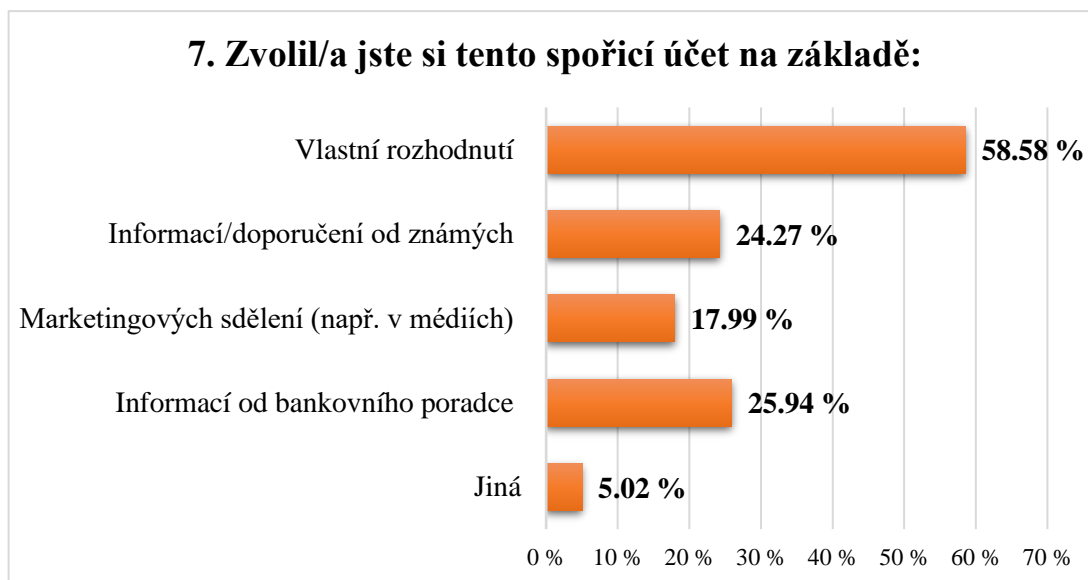


Zdroj: Vlastní zpracování (2023)

Následující otázka se zaměřovala na zjištění skutečnosti, dle které si respondenti zvolili spořicí účet. Většina respondentů (58,58 %) si zakládá spořicí účet na základě vlastního rozhodnutí. Dle informací od bankovního poradce si ho založí 25,94 % respondentů. Podobně je tomu při zakládání podle informací příp. doporučení od známých, 24,27 %. Následuje 17,99 % respondentů, kteří si založili spořicí účet na základě marketingových sdělení, kdy zaznamenali např. reklamu v televizi, na internetu nebo ji slyšeli např. v rádiu (Graf 11).



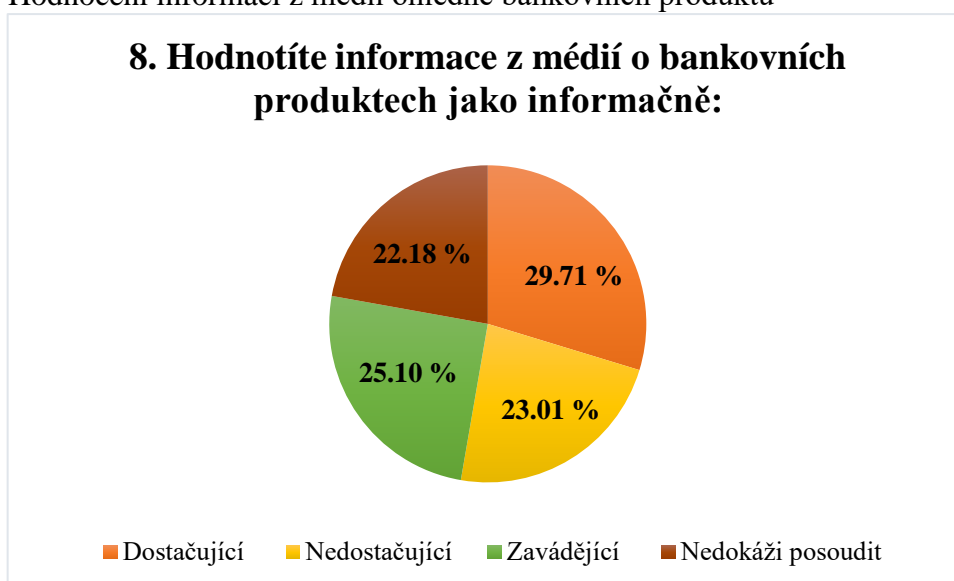
Graf 11 Skutečnost, na jejímž základě si respondenti založili spořicí účet



Zdroj: Vlastní zpracování (2023)

Další otázka zkoumala, jak respondenti hodnotí informace o bankovních produktech z médií, jako je např. televize, internet, tisk či rádio (Graf 12). Odpovědi byly téměř rovnoměrně rozloženy. Nejvíce respondentů je hodnotí jako informačně dostačující, což se týká 29,71 % dotázaných. 25,10 % je hodnotí jako informačně zavádějící a 23,01 % jako informačně nedostačující. 22,18 % respondentů pak hodnotu těchto informací nedokáže posoudit.

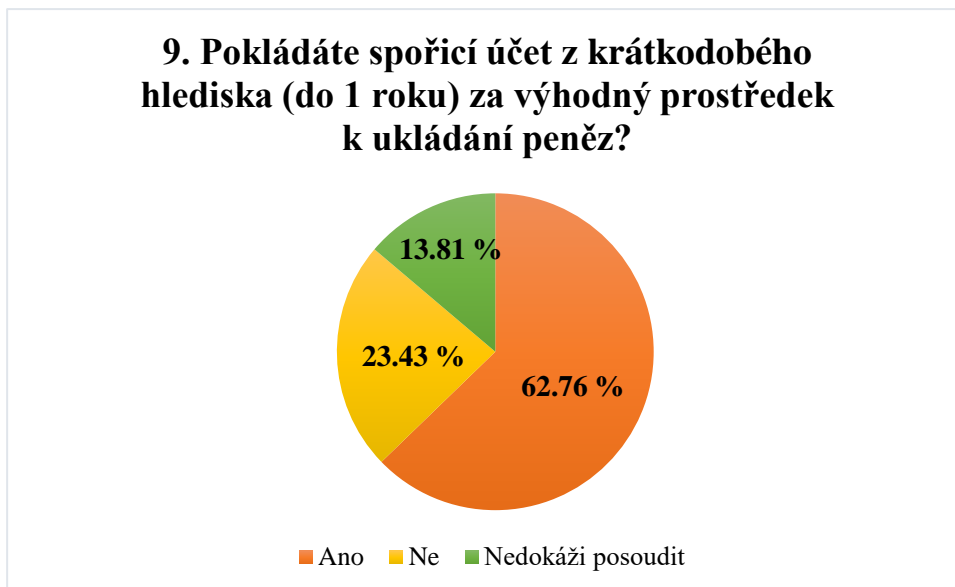
Graf 12 Hodnocení informací z médií ohledně bankovních produktů



Zdroj: Vlastní zpracování (2023)

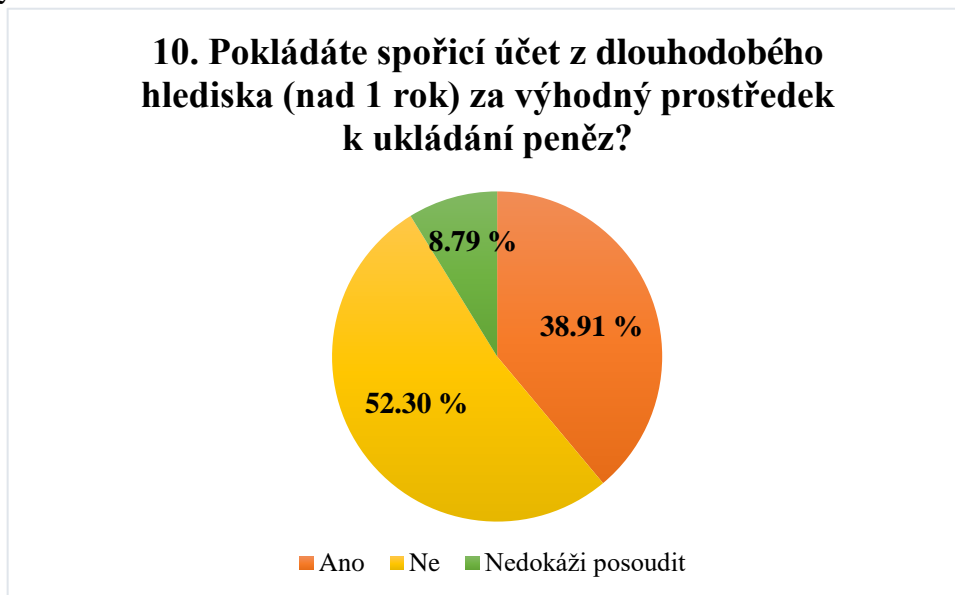
Následující dvě otázky v dotazníkovém šetření měly za cíl zjistit odpovědi na druhou výzkumnou otázku: Pokládají respondenti za výhodnější spořicí účet z krátkodobého hlediska než z dlouhodobého hlediska? Otázka tak měla zhodnotit, zda respondenti považují spořicí účet za výhodnější pro ukládání peněžních prostředků na kratší dobu, tj. na období do 1 roku nebo na delší období, tj. delší než 1 rok. Výsledkem šetření je, že respondenti pokládají za výhodnější uložení peněžních prostředků na spořicí účet na kratší období (62,76 %) (Graf 13). Naopak z dlouhodobého hlediska ho pokládá za nevýhodný prostředek k ukládání peněz 23,43 % respondentů. Existuje však i hodně respondentů, konkrétně 13,81 %, kteří spořicí účet pokládají za výhodný i z dlouhodobého hlediska (Graf 14).

Graf 13 Procento respondentů, kteří pokládají spořicí účet z krátkodobého hlediska za výhodný



Zdroj: Vlastní zpracování (2023)

Graf 14 Procento respondentů, kteří pokládají spořicí účet z dlouhodobého hlediska za výhodný



Zdroj: Vlastní zpracování (2023)

Dále bylo zkoumáno, zda mají respondenti zřízený i jiný bankovní produkt ve stejné bance, ve které mají založený spořicí účet. Dotazníkovým šetřením je zjištěno, že mnoho respondentů má v bance, ve které má založený spořicí účet zřízený i jiný bankovní produkt, jedná se o 82,85 % dotázaných. Pouze 17,15 % respondentů nemá v bance, kde má zřízený spořicí účet, založený žádný další produkt (Graf 15).

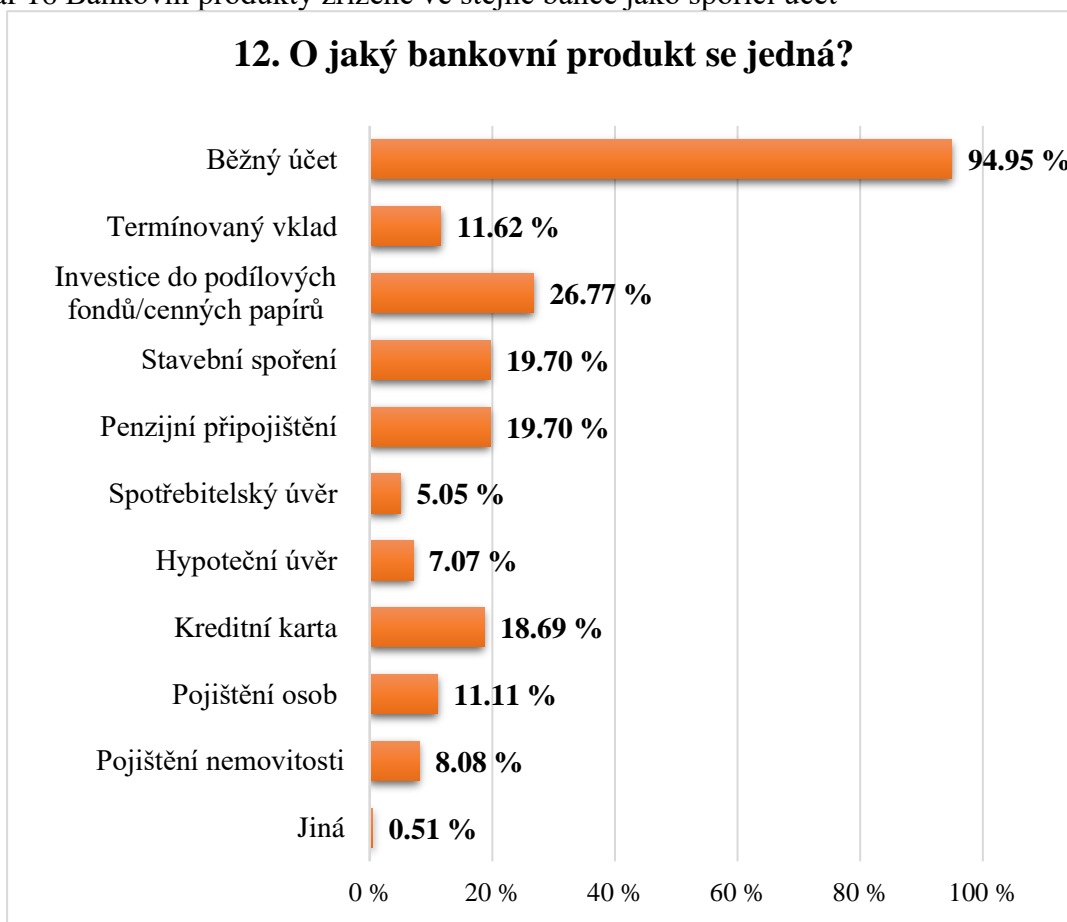
Graf 15 Procento respondentů vlastní i jiný bankovní produkt ve stejné bance jako spořicí účet



Zdroj: Vlastní zpracování (2023)

Nejčastěji mají respondenti v bance, ve které mají založený spořicí účet založený také běžný účet (94,95 %). Dalšími produkty, které mají respondenti u dané banky zřízené, jsou investice do podílových fondů či cenných papírů, penzijní připojištění, stavební spoření, kreditní karta, termínovaný účet, pojištění či úvěr (Graf 16).

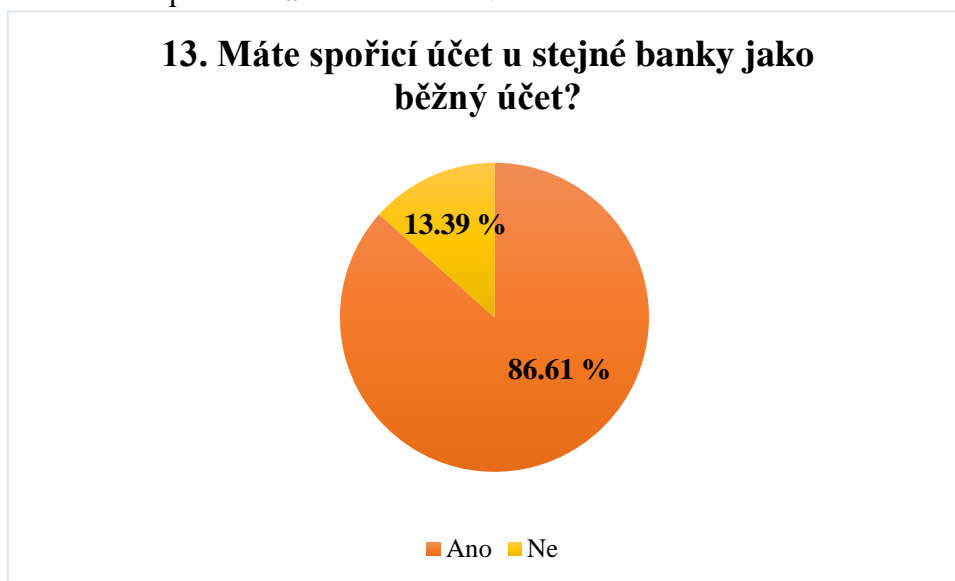
Graf 16 Bankovní produkty zřízené ve stejné bance jako spořicí účet



Zdroj: Vlastní zpracování (2023)

Další otázka zkoumala, zda mají respondenti založený spořicí účet ve stejné bance jako běžný účet. Je zjištěno, že většina respondentů (86,61 %) má založený spořicí účet u stejné banky jako účet běžný. Není tomu tak jen u 13,39 % dotázaných (Graf 17). To, že je pro Čechy velmi důležité, aby spořicí účet byl v nabídce jejich hlavní banky, potvrdilo podle výzkumu platformy Instant Research 30 % Čechů, a to z důvodu, že chtějí mít své finance u jedné bankovní instituce (Investujeme, 2020).

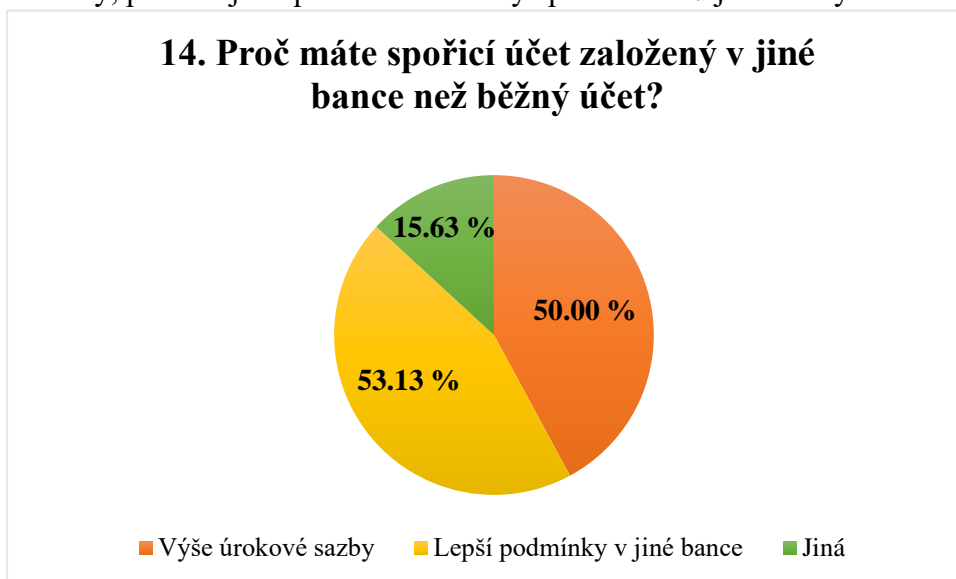
Graf 17 Vlastnictví spořicího a běžného účtu v totožné bance



Zdroj: Vlastní zpracování (2023)

Nejčastějším důvodem, proč respondenti mají založený spořicí účet v jiné bance, než běžný účet jsou buď lepší podmínky, které poskytuje jiná banka (53,13 %) nebo výše úrokové sazby (50,00 %) (Graf 18), která právě souvisí s různým procentním navýšením úrokové sazby, kterou nabízely banky v roce 2022, kdy si někteří lidé zvolili jinou banku než tu, ve které mají založený běžný účet, protože poskytovala vyšší úrokovou sazbu a např. zároveň nutně nepožadovala mít u ní zřízený i běžný účet. Vyšší úrokovou sazbu nebo nabídku lepších podmínek uvedlo jako nejčastější důvod pro založení spořicího účtu v jiné bance i většina respondentů v průzkumu portálu Ušetřeno.cz z roku 2019 (Bankovníctví, 2019). s tím souvisí i výzkum platformy Instant Research z roku 2020, který uvádí, že v případě zakládání nového spořicího účtu s časově omezenou nabídkou zvýhodněné sazby by si tento účet založila polovina Čechů, pokud by se jednalo o nadprůměrné úročení vzhledem k trhu. 17 % pak odpovědělo, že tyto nabídky aktivně vyhledává a přesouvá peněžní prostředky na zvýhodněné účty (Investujeme, 2020).

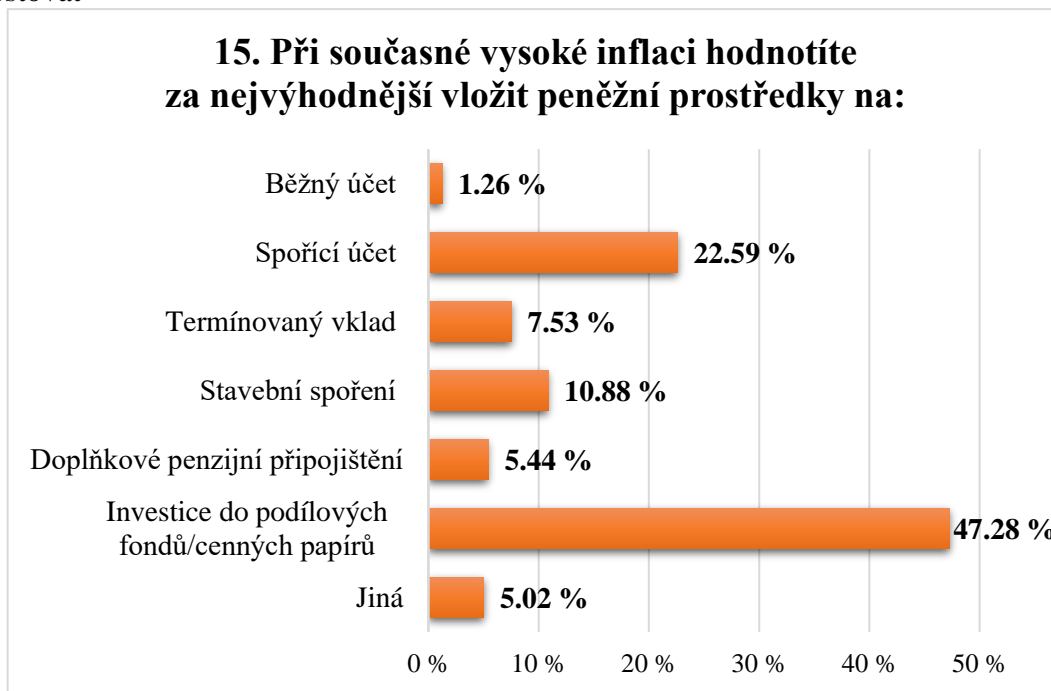
Graf 18 Důvody, proč mají respondenti založený spořicí účet u jiné banky než běžný účet



Zdroj: Vlastní zpracování (2023)

Inflace je v poslední době vysoká. Průměrná roční míra inflace v roce 2022 dosahovala 15,1 % (ČSÚ, 2023). Pro zhodnocení peněžních prostředků je potřeba, aby úroková sazba po zdanění překračovala inflaci nebo vzhledem k současné situaci alespoň snížila znehodnocení peněz způsobené vysokou inflací (Banky.cz, 2020). Otázka proto zkoumala, do kterého produktu respondenti hodnotí za nejvýhodnější vložit peněžní prostředky. Téměř polovina (47,28 %) uvedla jako nejvýhodnější investice po podílových fondů či cenných papírů. Na druhém místě je s 22,59 % spořicí účet, jehož úrokové sazby v roce 2022 rychle stoupaly. Následuje stavební spoření, termínovaný vklad, doplňkové penzijní připojištění a jako nejméně výhodný respondenti považují běžný účet, jehož úrokové sazby jsou i v současné době nízké. v odpovědi Jiná se nejčastěji vyskytovaly investice do nemovitostí (Graf 19).

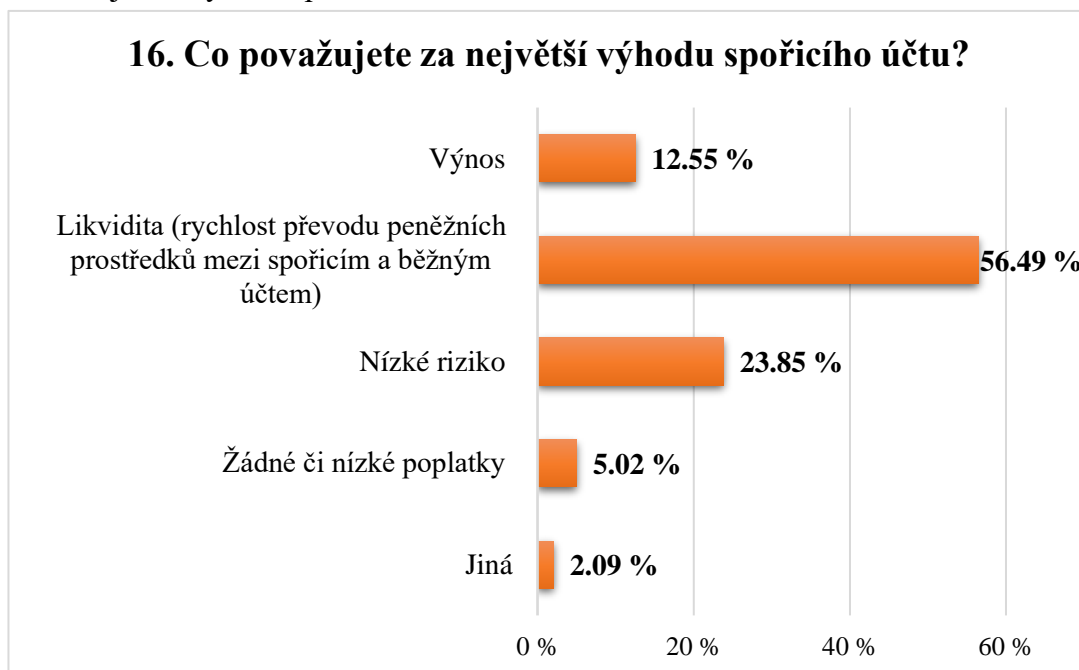
Graf 19 Nejvýhodnější produkt, do kterého při současné vysoké inflaci dle respondentů investovat



Zdroj: Vlastní zpracování (2023)

Následující otázka má odpovědět na výzkumnou otázku: Co považují respondenti za největší výhodu spořicího účtu? Více než polovina respondentů, konkrétně 56,49 % považuje za největší výhodu, kterou spořicí účet nabízí, jeho likviditu neboli rychlost převodu peněžních prostředků mezi spořicí účet a běžným účtem (Graf 20). Následuje nízké riziko (23,85 %), kdy spořicí účet je téměř bezrizikovou investicí na rozdíl např. od akcií, protože peníze jsou uloženy u banky, jejíž vklady jsou pojištěny do 100 000 eur. Výnos je až na třetím místě s 12,55 % a poslední jsou žádné či nízké poplatky, které u většiny spořicí účtů nejsou.

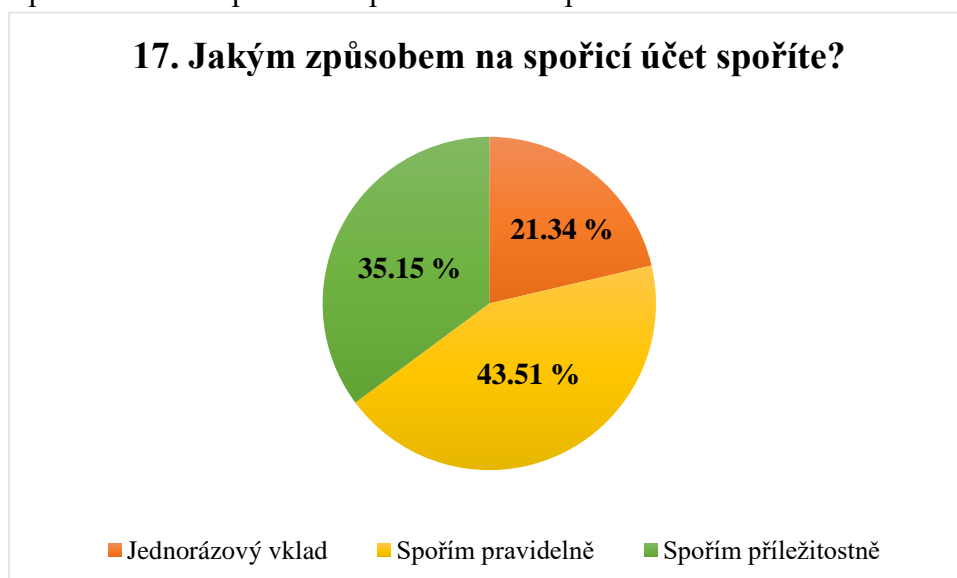
Graf 20 Největší výhoda spořicího účtu



Zdroj: Vlastní zpracování (2023)

Další otázka měla zjistit, jakým způsobem respondenti na spořicí účet spoří. Je zjištěno, že nejvíce respondentů spoří pravidelně, přesněji 43,51 % dotázaných. 35,15 % respondentů spoří příležitostně a jednorázový vklad využívá 21,34 % respondentů (Graf 21). Tato otázka se větví a zjišťuje podrobnosti, dle způsobu spoření, kteří jednotliví respondenti zvolili.

Graf 21 Způsob ukládání peněžních prostředků na spořicí účet

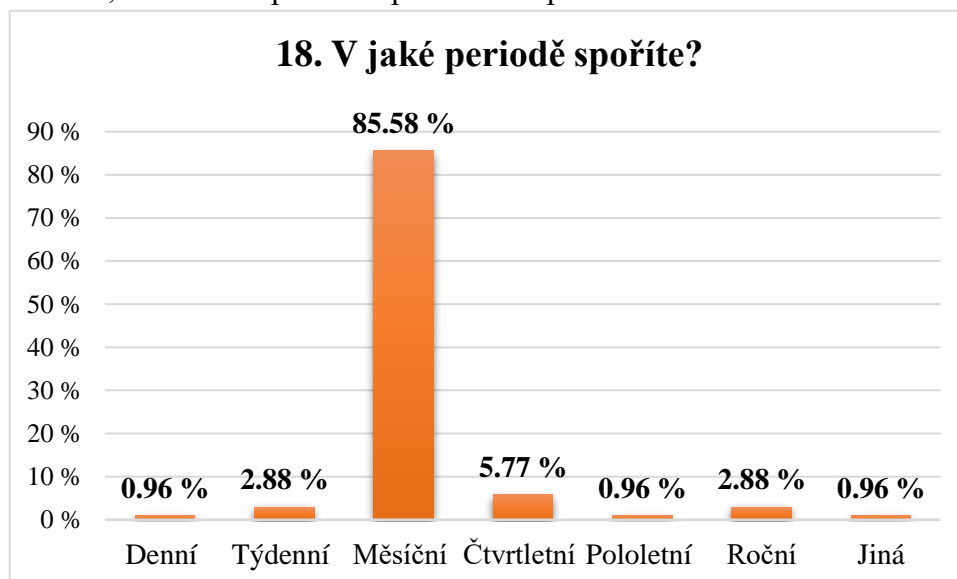


Zdroj: Vlastní zpracování (2023)



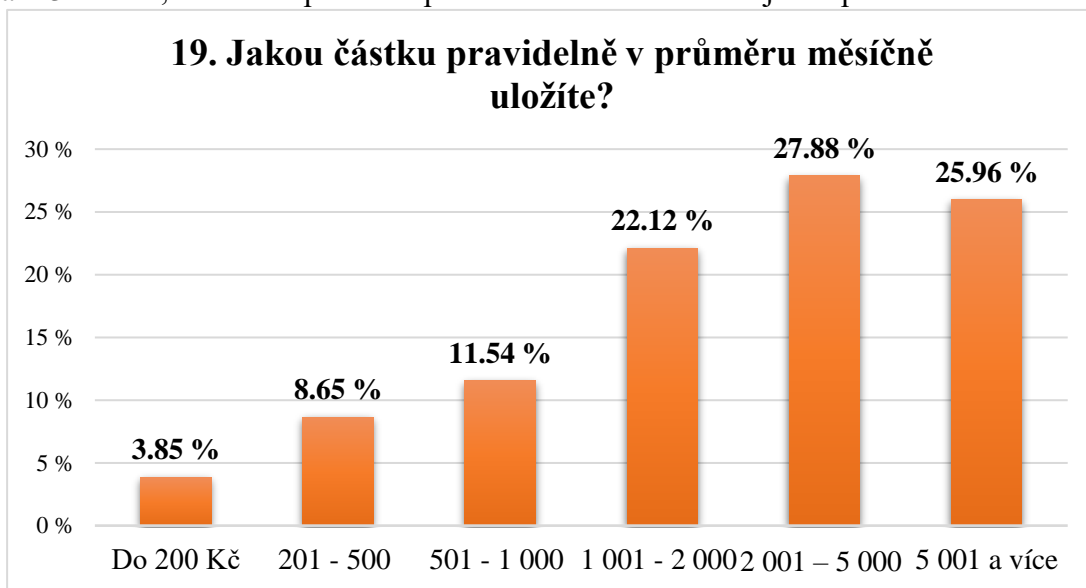
Následující dvě otázky zkoumaly, v jaké periodě respondenti pravidelně spoří a jakou částku v průměru měsíčně na spořicí účet uloží. Naprostá většina respondentů, kteří spoří pravidelně, spoří v měsíční periodě, konkrétně 85,58 % (Graf 22). Následuje čtvrtletní spoření s pouhými 5,77 %, další je roční a týdenní perioda s 2,88 % a pololetní a denní perioda s 0,96 %. Měsíčně tyto respondenti uloží na spořicí účet nejčastěji mezi 1 001 Kč a 5 000 Kč a více (Graf 23). Konkrétně nejvíce respondentů (27,88 %) uloží měsíčně 2 001 Kč až 5 000 Kč. Následujících 25,96 % dotázaných uloží měsíčně na spořicí účet více než 5 000 Kč. a 22,12 % respondentů uloží 1 001 Kč až 2 000 Kč. v menší míře jsou zastoupeny vklady 501 Kč až 1 000 Kč, dále 201 Kč až 500 Kč a vklady do 200 Kč, které představují pouze 3,85 %. To potvrzuje i výzkum společnosti Ipsos z roku 2018, ve kterém bylo též zjištěno, že Češi spoří hlavně pravidelně a průměrně měsíčně odkládají částku 3 600 Kč (Investujeme, 2018). Ta spadá do intervalu tohoto průzkumu, který byl respondenty zvolen nejčastěji. Podobné výsledky uvádí i aktuální průzkum společnosti Ipsos z roku 2022, kdy 47 % Čechů odloží měsíčně částku do 2 000 Kč, 30 % lidí měsíčně odkládá částku 2 000 – 5 000 Kč a částku nad 5 000 Kč měsíčně odloží 23 % Čechů a dále uvádí, že při nezapočítání případné hodnoty nemovitosti, kterou lidé využívají, má 47 % Čechů naspořeno maximálně 100 000 Kč a dalších 26 % dotázaných má naspořenou finanční rezervu ve výši 100 000 – 500 000 Kč (Peníze.cz, 2022).

Graf 22 Perioda, ve které respondenti pravidelně spoří



Zdroj: Vlastní zpracování (2023)

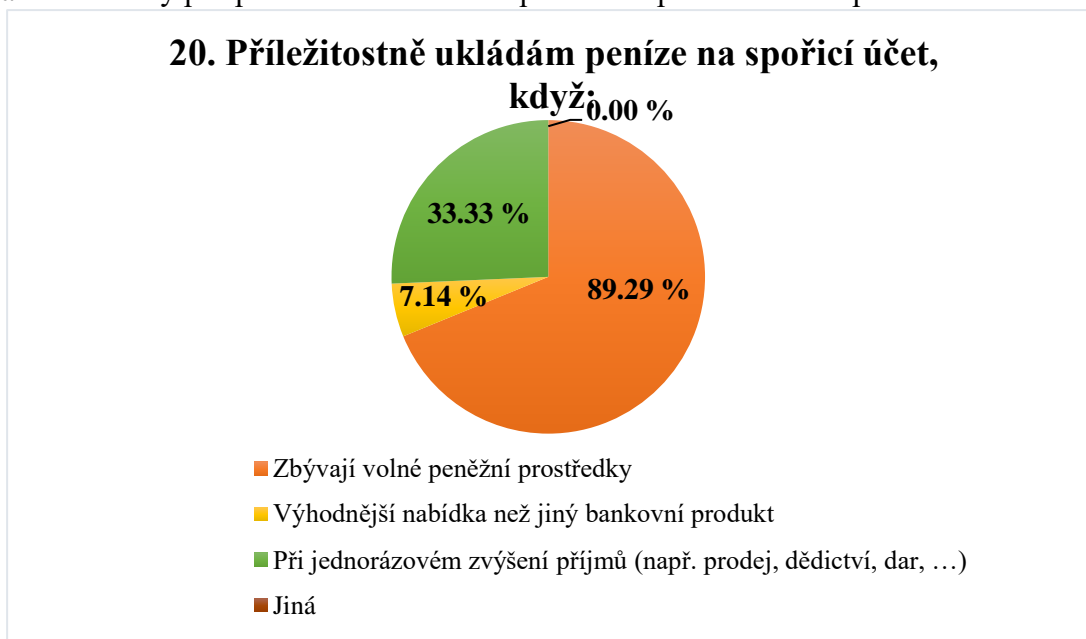
Graf 23 Částka, kterou respondenti pravidelně měsíčně ukládají na spořicí účet



Zdroj: Vlastní zpracování (2023)

Příležitostně ukládají peníze na spořicí účet nejčastěji respondenti v případě, že jim nějaké volné peněžní prostředky zbývají, přesněji 89,29 % respondentů. 33,33 % vkládá peníze na spořicí účet při jednorázovém zvýšení příjmů, který nastává např. při prodeji, získání dědictví či daru atp. v situaci, kdy spořicí účet představuje pro daného respondenta výhodnější nabídku než jiný bankovní produkt, na něj vkládá své peněžní prostředky 7,14 % dotázaných (Graf 24).

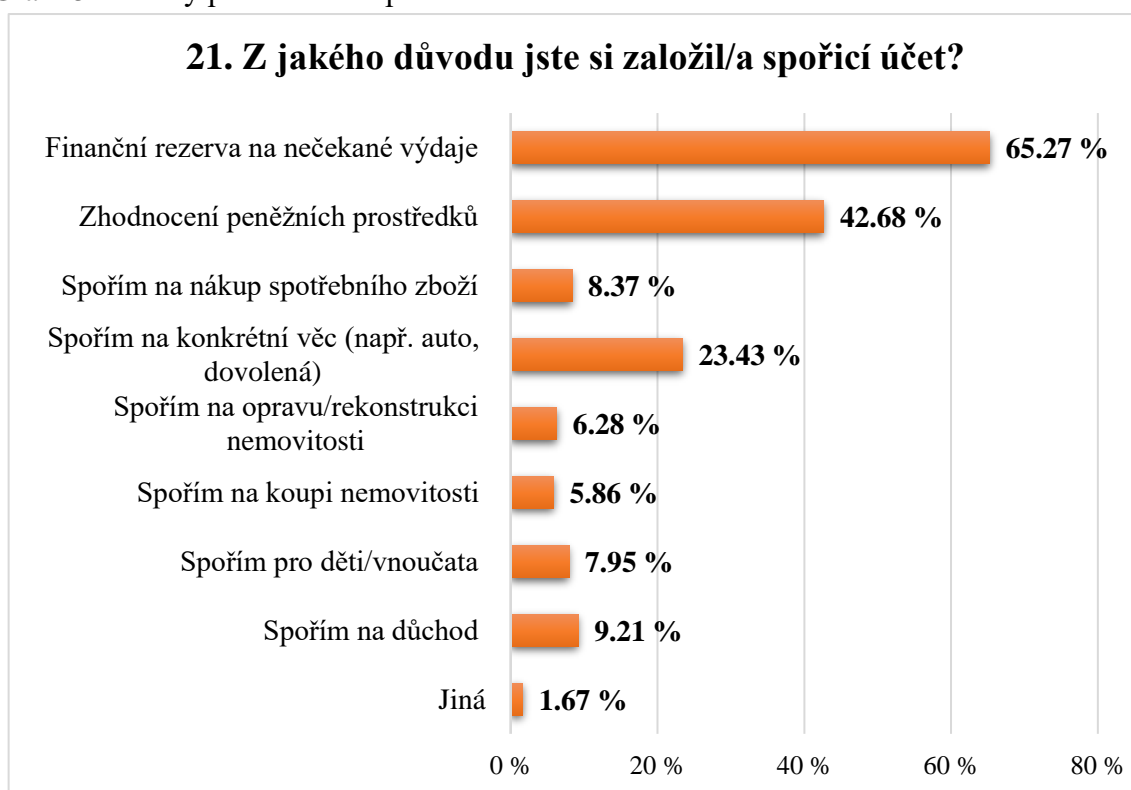
Graf 24 Důvody pro příležitostné ukládání peněžních prostředků na spořicí účet



Zdroj: Vlastní zpracování (2023)

Další otázka má za úkol odpovědět na výzkumnou otázku: Proč si respondenti nejčastěji zakládají spořicí účet? Dotazníkovým šetřením bylo zjištěno, že nejčastějším důvodem, proč si respondenti spořicí účet zakládají je finanční rezerva na nečekané výdaje (65,27 %). Dalším důvodem je zhodnocení peněžních prostředků (42,68 %) a spoření na konkrétní věc, např. dovolená, auto atd. (23,43 %). v menší míře je zastoupeno např. spoření na důchod, na nákup spotřebního zboží, spoření pro děti nebo vnoučata apod. (Graf 25).

Graf 25 Důvody pro založení spořicího účtu

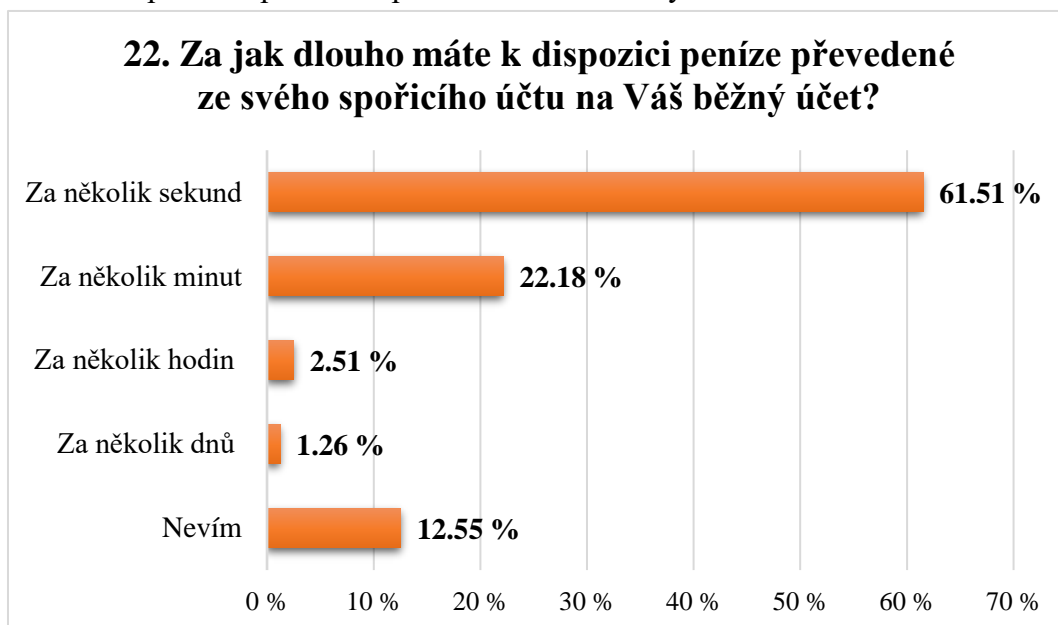


Zdroj: Vlastní zpracování (2023)

Likvidita, tj. doba, za kterou jsou peněžní prostředky převedeny ze spořicího účtu na běžný účet, je dnes velmi vysoká. Přes 60 % respondentů má peníze převedeny během několika sekund a dalších 22,18 % za několik minut (Graf 26). Při součtu převodu během několika sekund a minut je dosaženo 83,69 % a lze konstatovat, že většina respondentů má peněžní prostředky převedeny během velice krátké doby. Jedná se tak o výrazné zrychlení odpovídající dnešnímu rychlému technickému a technologickému pokroku. Ve srovnání s výzkumem z roku 2019 portálu Ušetřeno.cz mělo peněžní prostředky během několika minut převedeno pouze 59 % respondentů a 25 % respondentů muselo na převod čekat i několik hodin (Bankovníctví, 2019). Dle výzkumného šetření v této práci musí na převod

několik hodin čekat už pouze 2,51 % respondentů. Jedná se tedy o výrazné zrychlení celého procesu, kdy právě likviditu, jak bylo zjištěno v otázce č. 16, považuje za největší výhodu spořicího účtu přes 56 % respondentů.

Graf 26 Doba převodu peněz ze spořicího účtu na běžný účet



Zdroj: Vlastní zpracování (2023)

Následující dvě otázky se zaměřují na to, jakou finanční gramotnost mají respondenti v oblasti spořicíh účtů. Výsledek je pozitivní, jelikož na obě otázky odpovědělo více než 50 % lidí kladně. První otázka se týkala znalosti maximální výše částky, pro kterou je danou bankou poskytována nejvyšší úroková sazba. Tu u své banky znalo 55,65 % respondentů (Graf 27). Jedná se však o mírný pokles znalosti oproti průzkumu portálu Ušetřeno.cz z roku 2019, kdy částku přinášející nejvyšší zhodnocení znalo 61 % respondentů (Bankovníctví, 2019). o něco více respondentů v současném výzkumu ví (konkrétně 58,58 %), že úrok na spořicím účtu je ještě před připsáním na jejich účet snížen o 15% daň. Tu za klienty odvádí banka státu. o zdanění úroku neví 41,42 % dotázaných (Graf 28).

Graf 27 Znalost maximální výše částky, na kterou se vztahuje nejvyšší úroková sazba



Zdroj: Vlastní zpracování (2023)

Graf 28 Povědomí o zdanění úroku na spořicí účtu



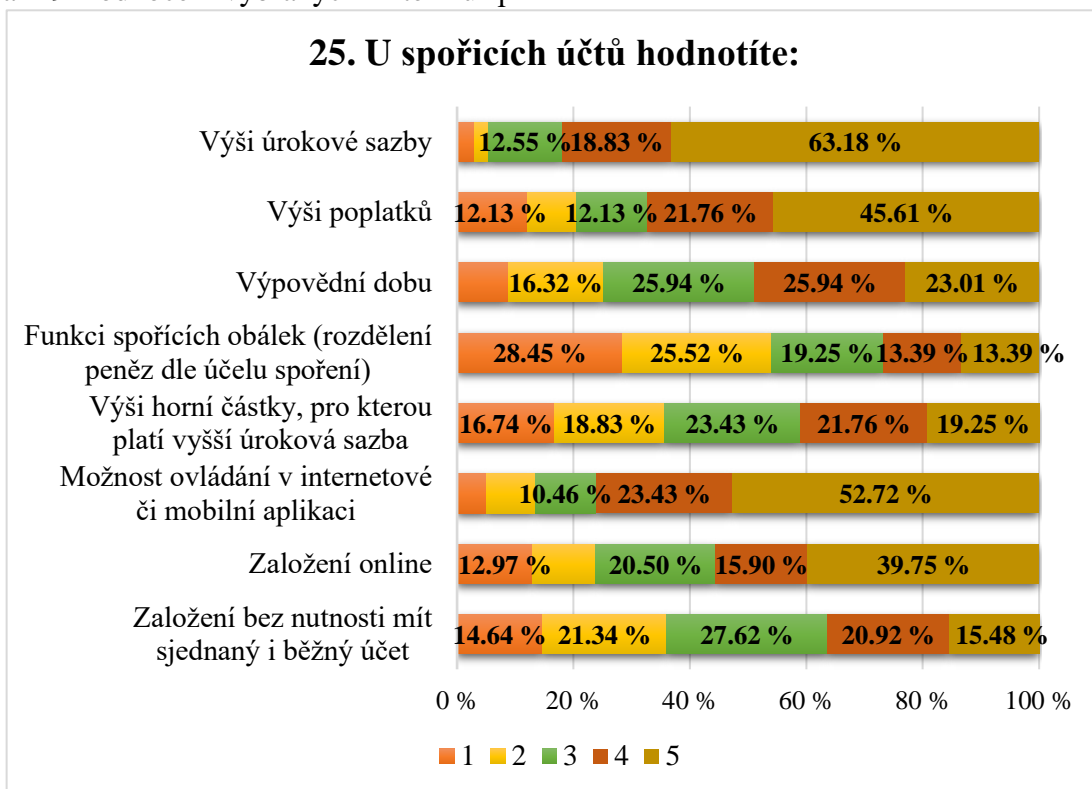
Zdroj: Vlastní zpracování (2023)

V následující otázce respondenti hodnotili různá kritéria spořicí účtů (Graf 29), která budou v další části vlastní práce použita pro vícekritériální analýzu variant, jejíž prostřednictvím budou doporučeny spořicí účty dvěma fiktivním klientům. Kritéria respondenti hodnotili na škále od 1 do 5, kdy 1 představuje kritérium, které je pro respondenta u spořicího účtu nejméně důležité a 5 představuje nejdůležitější kritérium.

Tato otázka též odpovídá na poslední výzkumnou otázku: Jaké kritérium hodnotí respondenti jako nejdůležitější u spořicího účtu? Dotazníkovým šetřením bylo zjištěno, že jako nejdůležitější kritérium respondenti hodnotí výši úrokové sazby. Tu hodnotí číslem 5, tj. jako nejdůležitější kritérium 63,18 % respondentů. To potvrzuje i průzkum platformy Instant Research, podle kterého je výše úrokové sazby nejzásadnějším ukazatelem pro 64 % Čechů (Investujeme, 2020). Následuje možnost ovládní spořicího účtu v internetovém bankovníctví či mobilní aplikaci, která je nejdůležitější pro 52,72 % respondentů, což odpovídá současné době, kdy většina lidí chce mít přehled a možnost spravovat své bankovní produkty online. Na třetím místě je výše poplatků u spořicích účtů, která je nejdůležitější pro 45,61 % dotázaných. Na další pozici je možnost založení spořicího účtu online, tj. bez nutnosti navštívit pobočku dané banky. To opět souvisí s vývojem a využíváním online technologií v dnešní době, kdy je pro mnoho lidí pohodlnější a rychlejší založit si určitý bankovní produkt online než si muset sjednávat schůzku v bance. Za nejdůležitější to považuje 39,75 % respondentů.

Méně důležitá je již výpovědní doba, která je nejdůležitější jen pro necelou čtvrtinu respondentů. Následuje výše horní částky, pro kterou platí vyšší úroková sazba. Tu za nejdůležitější považuje pouze 19,25 % dotázaných. Dále se jedná o možnost založení spořicího účtu bez nutnosti mít v dané bance sjednaný i běžný účet. Tuto možnost považuje za nejdůležitější pouze 15,48 % respondentů. Nižší hodnocení pravděpodobně závisí na skutečnosti, že většina respondentů má založený spořicí účet ve stejné bance jako běžný účet, což vyplývá z otázky č. 11 a tak pro ně není tak důležitá možnost založení pouze spořicího účtu. Důležitá je nejspíše hlavně pro respondenty, kteří si založili spořicí účet v roce 2022 u jiné banky, než mají běžný účet z důvodu vyšší úrokové sazby, než jim nabízí jejich hlavní banka. Na posledním místě se umístila funkce spořicích obálek, tedy možnost rozdělení peněžních prostředků dle účelu spoření. Za nejméně důležitou ji pokládalo 28,45 % respondentů, což pravděpodobně způsobeno i tím, že se jedná o poměrně novou funkci a v České republice ji v současnosti nabízí jen několik málo bank.

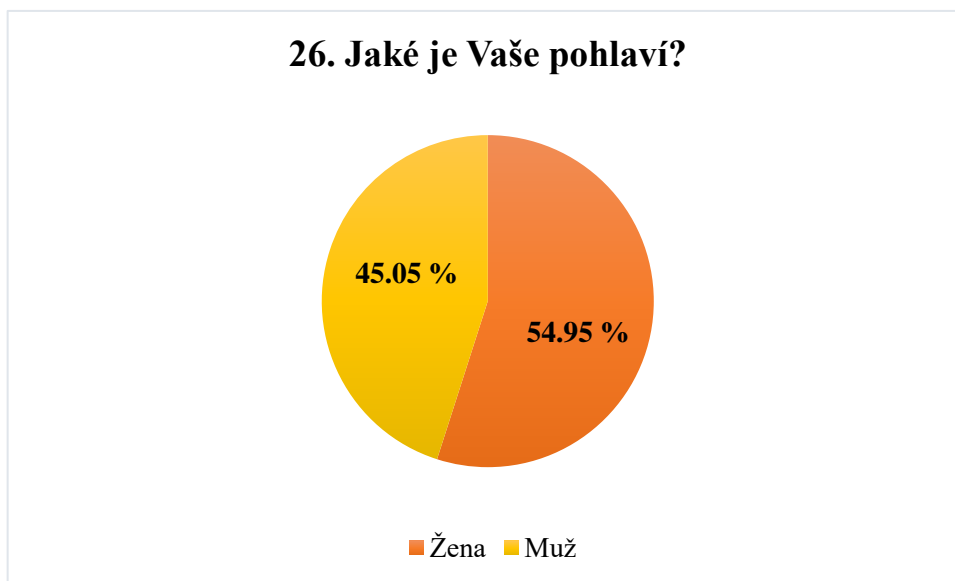
Graf 29 Hodnocení vybraných kritérií u spořicíh účtů



Zdroj: Vlastní zpracování (2023)

Závěr dotazníku se týká identifikačních otázek. Dotazníkového šetření se zúčastnilo 54,95 % žen a 45,05 % mužů (Graf 30).

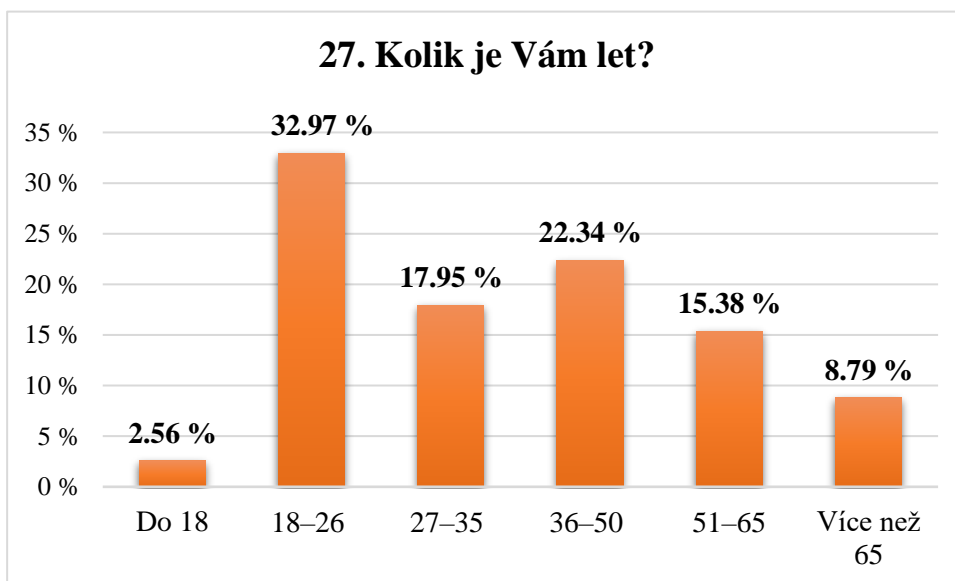
Graf 30 Složení respondentů z hlediska pohlaví



Zdroj: Vlastní zpracování (2023)

Z hlediska věkového složení se dotazníkového šetření zúčastnilo nejvíce respondentů ve věku 18 – 26 let, konkrétně 32,97 %. Následuje věková skupina 36 – 50 let (22,34 %), poté skupina 27 – 35 let (17,95 %), dále 51 – 65 let. Další věkovou skupinou jsou lidé nad 65 let a poté lidé do 18 let (Graf 31).

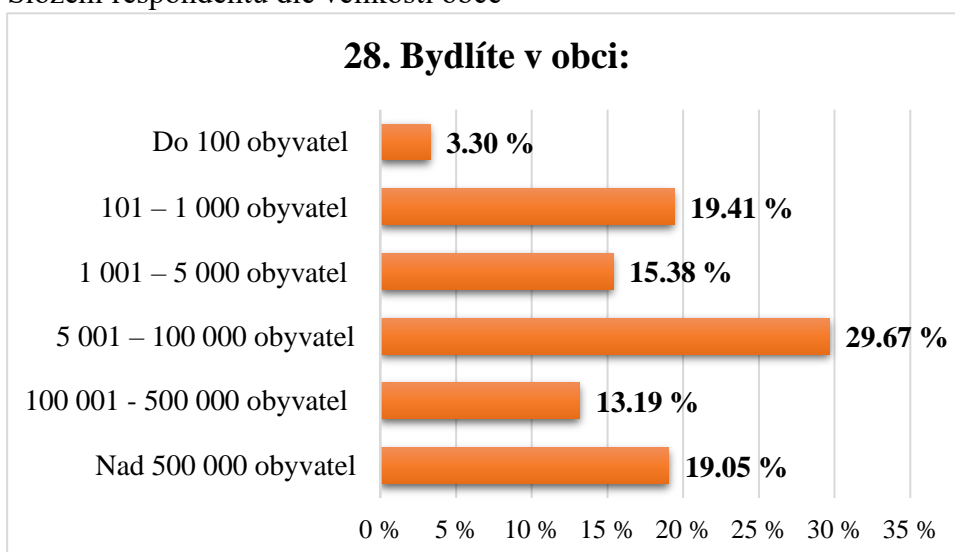
Graf 31 Věkové složení respondentů



Zdroj: Vlastní zpracování (2023)

Respondenti nejčastěji pochází z obcí od 5 001 do 100 000 obyvatel (29,67 %), následně z obcí o velikosti 101 až 1 000 obyvatel a z obce nad 500 000 obyvatel, tj. z hlavního města České republiky. Nejméně respondentů je z obcí do 100 obyvatel (Graf 32).

Graf 32 Složení respondentů dle velikosti obce

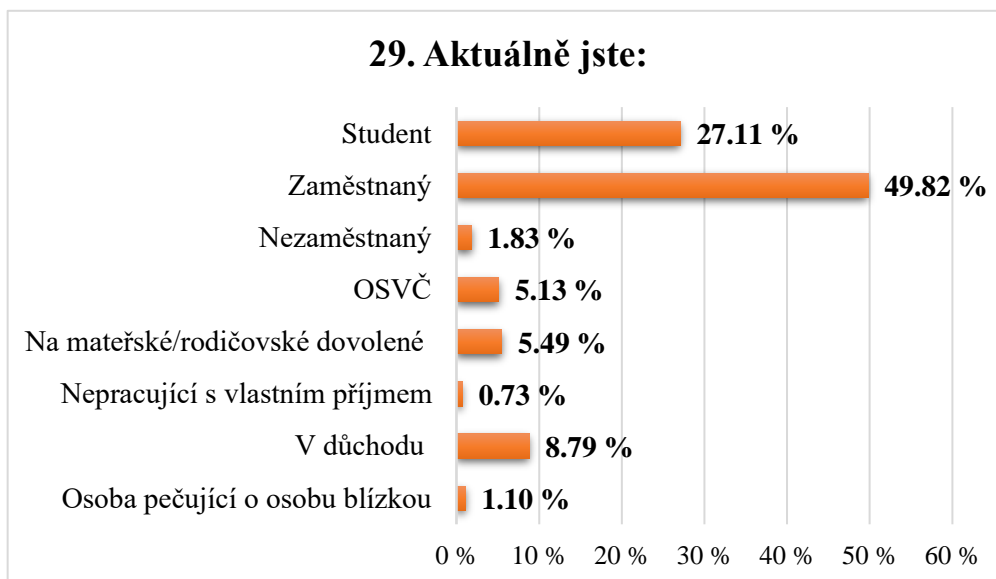


Zdroj: Vlastní zpracování (2023)



Dotazník je nejčastěji vyplněn respondenty, kteří jsou v současné době zaměstnáni, přesněji 49,82 %. Následují studenti, kterých je 27,11 % a poté lidé v důchodu (8,79 %). v menší míře jsou zastoupeny, osoby na mateřské či rodičovské dovolené, osoby samostatně výdělečně činné (OSVČ), nezaměstnaní, osoby pečující o osobu blízkou a osoby nepracující s vlastním příjmem (Graf 33).

Graf 33 Aktuální sociální statut respondentů



Zdroj: Vlastní zpracování (2023)

Nejvyšší dosažené vzdělání respondentů je vysokoškolské s bakalářským titulem (33,33 %) a středoškolské (30,04 %). Následuje vysokoškolské s magisterským titulem, vyšší odborné, vysokoškolské s doktorským titulem a poté základní, které je zastoupeno pouze 4,76 % (Graf 34).

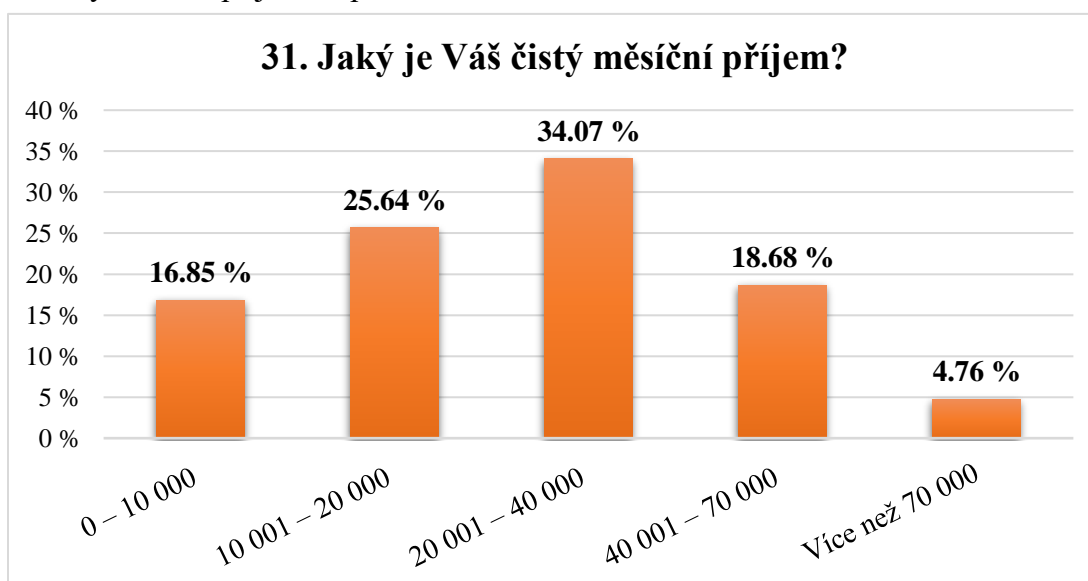
Graf 34 Složení respondentů dle nejvyššího dosaženého vzdělání



Zdroj: Vlastní zpracování (2023)

Čistý měsíční příjem respondentů se nejčastěji pohybuje v rozmezí 20 001 Kč až 40 000 Kč a je zastoupen 34,07 % (Graf 35). 25,64 % respondentů má příjem ve výši 10 001 Kč až 20 000 Kč. Příjem v rozmezí 40 001 Kč až 70 000 Kč má 18,68 % respondentů. Následující skupina má příjem v rozmezí 0 – 10 000 Kč (16,85 %) a nejméně respondentů má čistý měsíční příjem nad 70 000 Kč (4,76 %).

Graf 35 Čistý měsíční příjem respondentů



Zdroj: Vlastní zpracování (2023)

## **4.2 Doporučení nejvýhodnějších spořicíh účtů pro dva fiktivní klienty**

V hlavní části vlastní práce jsou nejdříve uvedena kritéria, podle kterých jsou spořicí účty hodnoceny. Následně jsou definováni dva fiktivní klienti, kteří jsou stanoveni na základě výsledků dotazníkového šetření. Dále jsou postupně porovnány čtyři banky, u kterých má nejvíce respondentů v současné době založený spořicí účet. Následně je použita vícekriteriální analýza variant, jejíž prostřednictvím je pro každého ze dvou fiktivních klientů vybrán nejvýhodnější spořicí účet, který je jim v závěru doporučen.

### **4.2.1 Kritéria pro hodnocení spořicíh účtů**

Kritéria pro hodnocení spořicíh účtů byla zvolena na základě literární rešerše a rešerše webových stránek bank na českém trhu.

Kritéria jsou uvedena v dotazníkovém šetření a všemi respondenty, kteří vlastní spořicí účet, je hodnoceno, jak důležitá pro ně jednotlivá kritéria jsou. Hodnocení probíhá na škále od 1 – nejméně důležité kritérium do 5 – nejdůležitější kritérium. Daná kritéria a jejich hodnocení jsou následně použity pro vícekriteriální analýzu variant, prostřednictvím které je doporučen nejlepší spořicí účet každému ze dvou definovaných fiktivních klientů.

Kritéria pro výběr spořicíh účtů jsou:

- Výše úrokové sazby
- Výše poplatků
- Výpovědní doba
- Funkce spořicíh obálek
- Výše horní částky, pro kterou platí vyšší úroková sazba
- Možnost ovládní spořicího účtu v internetovém bankovníctví či mobilní aplikaci
- Založení spořicího účtu online
- Založení spořicího účtu bez nutnosti mít sjednaný u dané banky i běžný účet

#### 4.2.2 Fiktivní klienti

V této části vlastní práce jsou definováni dva fiktivní klienti, pro které jsou následně vyhodnocovány spořicí účty s cílem doporučit jim nejvýhodnější spořicí účet. Fiktivní klienti jsou určeni na základě postupné filtrace nejčastějších odpovědí v dotazníkovém šetření. Filtrace probíhala na základě pohlaví, věku, aktuálního sociálního statutu, nejvyššího dosaženého vzdělání, čistého měsíčního příjmu a způsobu spoření. v případě, že se jednalo o pravidelné spoření, následovala filtrace dle periody spoření a výše měsíčně ukládané částky.

Prvním fiktivním klientem je žena, která je ve věku 18 až 26 let a v současné době studuje. Jejím nejvyšším dosaženým vzděláním je vysokoškolské s bakalářským titulem. Čistý měsíční příjem se pohybuje v rozmezí 10 001 až 20 000 Kč. Spoří pravidelně v měsíční periodě, kdy každý měsíc uloží částku v rozmezí od 1 001 Kč do 2 000 Kč.

U spořicího účtu je fiktivní klientkou hodnocena za nejdůležitější, tj. číslem 5, pouze výše úrokové sazby. s důležitostí číslem 4 je hodnocena výše poplatků, možnost ovládání spořicího účtu v internetovém bankovníctví či mobilní aplikaci a založení spořicího účtu online. Číslem 3 funkce spořicích obálek a výše horní částky, pro kterou platí vyšší úroková sazba. Číslem 2 výpovědní doba a číslem 1, tj. jako nejméně důležité je hodnocena možnost založení spořicího účtu bez nutnosti mít sjednaný i běžný účet (Tab. 10).

Tab. 10 Nejčastější hodnocení kritérií spořicích účtů fiktivní klientkou

Kritérium	Hodnocení
Výše úrokové sazby	5
Výše poplatků	4
Výpovědní doba	2
Funkce spořicích obálek	3
Výše horní částky, pro kterou platí vyšší úrok. sazba	3
Možnost ovládání v internetové či mobilní aplikaci	4
Založení online	4
Založení bez nutnosti mít sjednaný i běžný účet	1

Pozn. 5 – nejdůležitější, 1 – nejméně důležité

Zdroj: Vlastní zpracování (2023) dle výsledků dotazníkového šetření

Druhým fiktivním klientem je muž, který je ve věku 36 až 50 let. v současnosti je zaměstnaný, jeho nejvyšší dosažené vzdělání je středoškolské a jeho čistý měsíční příjem dosahuje 40 001 Kč až 70 000 Kč. Spoří pravidelně v měsíční periodě, kdy každý měsíc uloží částku 2001 až 5 000 Kč.

U spořicího účtu je fiktivním klientem hodnocena za nejdůležitější, tj. číslem 5, výše úrokové sazby, možnost ovládání spořicího účtu v internetovém bankovníctví či mobilní aplikaci a založení spořicího účtu online. Číslem 3 je hodnocena výpovědní doba a výše horní částky, pro kterou platí vyšší úroková sazba. Číslem 2 funkce spořicích obálek a možnost založení spořicího účtu bez nutnosti mít sjednaný též běžný účet. Jako nejméně důležité, tj. číslem 1, je hodnocena výše poplatků (Tab. 11).

Tab. 11 Nejčastější hodnocení kritérií spořicích účtů fiktivním klientem

Kritérium	Hodnocení
Výše úrokové sazby	5
Výše poplatků	1
Výpovědní doba	3
Funkce spořicích obálek	2
Výše horní částky, pro kterou platí vyšší úrok. sazba	3
Možnost ovládání v internetové či mobilní aplikaci	5
Založení online	5
Založení bez nutnosti mít sjednaný i běžný účet	2

Pozn. 5 – nejdůležitější, 1 – nejméně důležité

Zdroj: Vlastní zpracování (2023) dle výsledků dotazníkového šetření

### 4.2.3 Česká spořitelna

Nejvíce respondentů, konkrétně 17,57 %, má založený spořicí účet v České spořitelně. Česká spořitelna (2022b, s. 6, 9) uvádí, že je bankou, která má nejdelší tradici na českém trhu. Existuje již 198 let a od roku 2000 je součástí nadnárodní finanční skupiny Erste Group Bank. Banka se orientuje jak na drobné klienty a malé a střední firmy, tak na velké korporace, města a obce. Česká spořitelna byla v roce 2021 první bankou, která umožnila klientům využívat bankovní identitu též k prokázání jejich totožnosti v online komunikaci

se státem a později také se soukromými společnostmi. v tomtéž roce byla banka v soutěži vyhlášena Bankou roku 2020. Jedná se o nejdostupnější banku na českém trhu z pohledu drobných klientů, jelikož vlastní nejrozsáhlejší síť poboček a bankomatů. v současné době má Česká spořitelna 4,5 milionů klientů, 398 poboček, 1 716 bankomatů a transakčních terminálů a 3,3 milionů vydaných karet (Česká spořitelna, 2023a).

Česká spořitelna nabízí spořicí účet s názvem Spoření s Českou spořitelnou (Tab. 12) (Česká spořitelna, 2023b). Klient může získat dle Ceníku pro Spoření České spořitelny (2023c) úrokovou sazbu u tohoto spořicího účtu ve výši až 5 % p. a. do částky 200 000 Kč včetně. Tuto sazbu získá v případě, že má u České spořitelny založený běžný účet s názvem Plus účet a zároveň má ve svém bankovníctví nastavený pravidelný pokyn k investování do podílových fondů vypořádaným na jeho majetkový účet, který je vedený u České spořitelny, kdy investuje nejméně jednu částku ve výši alespoň 300 Kč do jednoho podílového fondu, a to vždy v měsíci, který následuje po měsíci, kdy tuto podmínku splní. Jestliže má klient zřízený Plus účet, ale nemá nastavené pravidelné investování, pak získá úrokovou sazbu ve výši 4 % p. a. do částky 200 000 Kč. Úrok je připsován v následujícím měsíci. Plus účet je zpoplatněn částkou 100 Kč za měsíc, ale pokud klient provede minimálně 4 platby kartou měsíčně, má Plus účet zdarma (Česká spořitelna, 2023d). Spořicí účet lze mít založený u České spořitelny (2023b) i bez nutnosti založení jakéhokoliv dalšího produktu, tj. i běžného účtu, ale v tom případě klient získá úrokovou sazbu pouze ve výši 0,20 % p. a. do částky 200 000 Kč a u částky přesahující 200 000 Kč získá úrokovou sazbu 0,01 % p. a. To platí i v situaci, kdy má klient založený u České spořitelny jiný běžný účet než Plus účet.

Co se týká výše poplatků u spořicího účtu, tak založení, vedení i zrušení účtu je zdarma, stejně jako elektronické výpisy a příchozí nebo odchozí bezhotovostní transakce (Česká spořitelna, 2023c). Žádná výpovědní doba není stanovena, klient má peněžní prostředky uložené na spořicím účtu kdykoliv k dispozici (Česká spořitelna, 2023b).

Česká spořitelna (2023e) nabízí funkci spořicích obálek ke spořicímu účtu. Klient si peníze může rozdělit až do 9 obálek dle účelu spoření. Peněžní prostředky může převést do spořicí obálky převodem ze spořicího účtu, převodem z jiné spořicí obálky nebo převodem z běžného účtu. Uvede pouze variabilní symbol a číslo obálky a peníze jsou ihned převedeny do dané obálky.

Klient, jak uvádí České spořitelna (2023b) může spořicí účet ovládat jak v internetovém bankovníctví George, tak v mobilní aplikaci George. Sjednat spořicí účet si zájemce může buď online v George, nebo na pobočce České spořitelny. Zájemce nemusí být klientem České spořitelny ani nemusí využívat žádné další bankovní produkty. k založení účtu je potřeba platný průkaz totožnosti, např. občanský průkaz. Důležité též je, že na jedno rodné číslo lze sjednat pouze jeden spořicí účet.

Tab. 12 Spořicí účet u České spořitelny

Kritérium/Název spořicího účtu	Spoření České spořitelny	
	Do 200 000 Kč	Nad 200 000 Kč
Výše úrokové sazby		
- Základní úroková sazba	1,50 % p. a.	0,01 % p. a.
- Bonusová úroková sazba	2,50 % p. a.	-
- Bonusová úroková sazba za pravidelné investování <sup>1)</sup>	1,00 % p. a.	-
- <b>Celkem</b> <sup>2)</sup>	<b>5,00 % p. a.</b>	<b>0,01 % p. a.</b>
Výše poplatků	0 Kč	
Výpovědní doba	NE	
Funkce spořicích obálek	ANO	
Výše horní částky, pro kterou platí vyšší úroková sazba	200 000 Kč	
Možnost ovládání v internetové či mobilní aplikaci	ANO	
Založení online	ANO	
Založení bez nutnosti mít sjednaný i běžný účet <sup>2)</sup>	ANO	

Zdroj: Vlastní zpracování (2023) dle Česká spořitelna (2023b, 2023c)

Pozn. Tabulka je vytvořena pro podmínky spořicího účtu platných k 1. 2. 2023.

- 1) Bonusová sazba při investování minimálně 300 Kč / jeden podílový fond / měsíc
- 2) Podmínka pro vyšší sazbu je Plus účet, jinak sazba 0,2 % do 200 000 Kč, Plus účet je za 4 platby kartou měsíčně zdarma, jinak za poplatek 100 Kč/měsíc

#### 4.2.4 ČSOB

Na druhém místě se v dotazníkovém šetření umístila ČSOB, u které má spořicí účet založený 14,64 % respondentů. Československá obchodní banka neboli ČSOB (2023a) uvádí, že působí jako univerzální banka v České republice. Státem byla založena roku 1964 jako banka pro poskytování služeb v oblasti financování zahraničního obchodu a také volnoměnových operací působící na československém trhu. v červnu roku 1999 byla privatizována a jejím vlastníkem se stala belgická KBC Bank. v červnu roku 2000 převzala ČSOB Investiční a poštovní banku. ČSOB působila na českém i slovenském trhu do konce roku 2007, kdy slovenská pobočka ČSOB byla transformována do samostatné právnické osoby, a to k 1. lednu 2008.

ČSOB (2023a) dále uvádí, že poskytuje služby všem klientským segmentům, tedy jak fyzickým osobám, tak i malým a středním podnikům a též korporátním a institucionálním klientům. Svým klientům nabízí širokou škálu bankovních produktů a služeb. v současné době má ČSOB 4,2 milionů klientů, 208 poboček a síť 1 017 bankomatů.

ČSOB (2023b) nabízí spořicí účet s názvem Spoření s bonusem (Tab. 13). Úroková sazba se skládá ze dvou částí. Sazba 2,30 % p. a. je poskytována po započtení bonusu za první založený účet Spoření s bonusem, a to do částky 1 000 000 Kč. Za využívání aplikace ČSOB Smart je poskytován úrokový bonus ve výši 1,00 % p. a. do 1 000 000 Kč. Využíváním aplikace ČSOB Smart je rozuměno přihlášení do aplikace nejméně 1 x za předchozí tři měsíce. Splnění podmínek pro získání zvýhodněné úrokové sazby za předcházející kalendářní měsíce je vyhodnocováno vždy 6. den následujícího měsíce, a pokud jsou podmínky splněny, je zvýhodněné úročení poskytnuto od tohoto dne do 5. dne dalšího měsíce. v případě splnění podmínky klient obdrží úrokovou sazbu celkem 3,30 % p. a. do částky 1 000 000 Kč a nad tuto částku úrokovou sazbu 0,15 % p. a. v současné době je také nabízena úroková sazba 5 % p. a., kterou je úročena částka do 1 000 000 Kč. Pro získání této úrokové sazby je třeba založit účet Spoření s bonusem v aplikaci ČSOB Smart a Elektronické bankovníctví. Toto bonusové úročení je poskytováno pouze pro první založený spořicí účet. Pro druhý a další založený spořicí účet s bonusem je poskytována úroková sazba pouze ve výši 0,01 % p. a.



Vedení spořicího účtu Spoření s bonusem je zdarma a žádná výpovědní doba není stanovena (ČSOB, 2023b). ČSOB (2023c) umožňuje zřízení spořicích obálek, které mají především zpřehlednit finance uložené na Spořicím účtu. Úspory je možné roztřídit až do 10 spořicích obálek. Peněžní prostředky lze do spořicích obálek ukládat jak pravidelně prostřednictvím nastavení trvalého příkazu, tak nepravidelně nebo lze použít jednorázový vklad.

Výše horní částky, pro kterou lze získat nejvyšší úrokovou sazbu je 1 000 000 Kč a v případě jejího přesazení je část zůstatku převyšující tuto hranici úročena úrokovou sazbou 0,15 % p. a. (ČSOB, 2023b).

Spořicí účet, jak uvádí ČSOB (2023b) lze ovládat jak v internetovém bankovníctví, tak v mobilní aplikaci ČSOB Smart. Zakládání spořicího účtu pomocí mobilní aplikace online je v současnosti podpořeno získáním vyšší úrokové sazby, která činí 5 % p. a. Ta je tak o 1,70 % vyšší než sazba, kterou by klient získal, kdyby sice aplikaci měl, ale spořicí účet si založil na pobočce banky.

Založení účtu Spoření s bonusem není dle ČSOB (2023b) možné zároveň bez založení běžného účtu. v případě, že klient má u ČSOB založený běžný účet, jednoduše si k němu buď online, nebo na pobočce sjedná spořicí účet. v situaci, kdy klient Plus konto sjednané nemá, musí si jej nejprve sjednat např. online a přímo v žádosti o účet si zažádá i o spořicí účet.

Tab. 13 Spořicí účet u ČSOB

Kritérium/Název spořicího účtu	Spoření s bonusem	
	Do 1 000 000 Kč	Nad 1 000 000 Kč
Výše úrokové sazby		
- Úroková sazba po započtení bonusu za první založený účet Spoření s bonusem	2,30 % p. a.	0,15 % p. a.
- Úrokový bonus za využívání aplikace ČSOB Smart <sup>1)</sup>	1,00 % p. a.	-
- <b>Celkem</b> <sup>2)</sup>	<b>3,30 % p. a.</b>	<b>0,15 % p. a.</b>
- Úroková sazba při založení v aplikaci ČSOB Smart a Elektronické bankovníctví <sup>3)</sup>	<b>5,00 % p. a.</b>	-
Výše poplatků	0 Kč	
Výpovědní doba	NE	
Funkce spořicích obálek	ANO	
Výše horní částky, pro kterou platí vyšší úroková sazba	1 000 000 Kč	
Možnost ovládání v internetové či mobilní aplikaci	ANO	
Založení online	ANO	
Založení bez nutnosti mít sjednaný i běžný účet	(NE)	

Zdroj: Vlastní zpracování (2023) dle ČSOB (2023b)

Pozn. Tabulka je vytvořena pro podmínky spořicího účtu platných k 1. 2. 2023.

- <sup>1)</sup> Úrokový bonus je poskytován pouze k prvnímu založenému účtu Spoření s bonusem
- <sup>2)</sup> Výsledná úroková sazba za první založený účet Spoření s bonusem a úrokový bonus za využívání aplikace ČSOB Smart
- <sup>3)</sup> Platí v případě založení Spoření s bonusem v aplikaci ČSOB Smart a Elektronické bankovníctví a jen pro první založený spořicí účet

#### 4.2.5 Raiffeisenbank

Třetí místo obsadila Raiffeisenbank, u které má spořicí účet založený 13,39 % respondentů. Raiffeisenbank (2023a) uvádí, že na českém trhu působí od roku 1993. Jedná se o českou banku, která má rakouského vlastníka. Banka poskytuje služby soukromé i firemní klientele. Skupina Raiffeisenbank International, do které patří Raiffeisenbank, koupila, jak uvádí Budín (2022) v roce 2021 100 % akcií Equa bank a fúze proběhla 1. ledna 2022. Do poloviny listopadu 2022 působily obě banky na trhu samostatně, ale od 14. listopadu 2022 byla Equa bank plně nahrazena Raiffeisenbank, která tak získala více než 0,5 milionu klientů původní Equa bank.

V roce 2022 zvítězila Raiffeisenbank v soutěži Visa Nejlepší banka 2022, kterou pořádají Hospodářské noviny a též v kategorii Klientsky nejpříznivější banka, kdy získala toto ocenění již celkem posedmé (Raiffeisenbank, 2022a). Aktuálně má 1,7 milionu klientů, síť 106 poboček a klientských center (Raiffeisenbank, 2023a) a 158 bankomatů (Raiffeisenbank, 2023b).

Raiffeisenbank (2022b) nabízí spořicí účet s názvem Spořicí účet HIT PLUS (Tab. 14). Základní úroková sazba je 0,10 % pro částku do 500 000 Kč. Bonusovou úrokovou sazbu lze získat v případě aktivovaného Spořicí účet HIT PLUS a za aktivní používání běžného účtu. Pokud má klient u Raiffeisenbank založený Chytrý běžný účet, který je zdarma nebo Aktivní běžný účet, získá bonusový úrok v případě, že v daném měsíci provede minimálně 3 platby debetní nebo kreditní kartou. Tyto platby lze provést jak v kamenné prodejně, tak online. Při splnění uvedených podmínek lze získat úrok ve výši 5,50 % p. a. do částky 500 000 Kč. v situaci, že částka tento limit přesáhne, je částka nad tuto hodnotu úročena úrokovou sazbou 0,01 % p. a.

U spořicího účtu HIT PLUS u Raiffeisenbank (2023c) nejsou účtovány žádné poplatky. Založení i vedení tohoto účtu je zdarma. Žádná výpovědní lhůta není stanovena, klient má peníze kdykoliv k dispozici. Funkce spořicích obálek není touto bankou nabízena. Nejvyšší nabízenou úrokovou sazbu ve výši 5,50 % p. a. je možné získat do částky 500 000 Kč.

Spořicí účet, jak uvádí Raiffeisenbank (2023c) lze spravovat jak v internetovém bankovníctví, tak v mobilní aplikaci. Založení tohoto účtu je možné online nebo osobně na

pobočce banky. Nelze jej však založit bez vlastnictví běžného účtu vedeného u Raiffeisenbank. Pro možnost založení spořicího účtu je buď nutné již běžný účet vlastnit, pak si jej klient může založit např. online v internetovém bankovníctví nebo v případě, že běžný účet založený nemá, musí si jej nově založit. Spolu s ním si sjedná i spořicí účet online nebo na pobočce.

Tab. 14 Spořicí účet u Raiffeisenbank

Kritérium/Název spořicího účtu	Spořicí účet HIT PLUS	
	Do 500 000 Kč	Nad 500 000 Kč
Výše úrokové sazby		
- Základní úroková sazba	0,10 % p. a.	0,01 % p. a.
- Bonusový úrok při plnění Aktivity <sup>1)</sup>	5,40 % p. a.	-
- <b>Celkem</b>	<b>5,50 % p. a.</b>	<b>0,01 % p. a.</b>
Výše poplatků	0 Kč	
Výpovědní doba	NE	
Funkce spořicích obálek	NE	
Výše horní částky, pro kterou platí vyšší úroková sazba	500 000 Kč	
Možnost ovládání v internetové či mobilní aplikaci	ANO	
Založení online	ANO	
Založení bez nutnosti mít sjednaný i běžný účet	NE	

Zdroj: Vlastní zpracování (2023) dle Raiffeisenbank (2022b) a Raiffeisenbank (2023c)

Pozn. Tabulka je vytvořena pro podmínky spořicího účtu platných k 1. 2. 2023.

- <sup>1)</sup> Bonusový úrok obdrží klient, pokud má aktivovaný Spořicí účet HIT PLUS a aktivně využívá CHYTRÝ nebo AKTIVNÍ účet a provede alespoň 3x měsíčně platbu kartou

#### 4.2.6 Komerční banka

Na čtvrtém místě je Komerční banka, ve které má založený spořicí účet 12,97 % respondentů. Komerční banka (2023a) uvádí, že byla založena roku 1990, kdy vznikla vyčleněním obchodní činnosti z bývalé Státní banky československé na území České republiky. v roce 1992 se transformovala na akciovou společnost a v roce 2001 se stala

součástí mezinárodní skupiny Sociétés Générale. Platby mobilním telefonem prostřednictvím služby Android Pay spustila Komerční banka v roce 2017. Celkem 7x se Komerční banka stala Bankou roku. Banka nabízí služby retailového, podnikového i investičního bankovníctví a v současné době má 1,6 milionu klientů (KB, 2023b).

Komerční banka (2023c) dále uvádí, že pro zlepšení dostupnosti hotovostních služeb pro klienty sdílí spolu navzájem s MONETOU Money bank, Air Bank a UniCredit Bank své bankomatové sítě na území České republiky. Klienti tak mohou v bankomatech zmíněných bank vybírat hotovost debetní kartou zdarma. Komerční banka tak má v současnosti 852 bankomatů a 215 poboček.

Komerční banka (2023e) nabízí spořicí účet s názvem KB Spořicí konto Bonus (Tab. 15). Úročení tohoto účtu je rozděleno do tří pásem. Nejvyšší úroková sazba je do částky 200 000 Kč, kdy základní úroková sazba činí 2,00 % p. a. k této sazbě je poskytována fixní bonusová sazba, která je ve výši 1,50 % p. a. Dále je do této částky poskytována úroková sazba ve výši dalších 1,50 % p. a. v případě, že klient pravidelně investuje částku alespoň 1 500 Kč za měsíc do fondů, které jsou definovány Komerční bankou. Při splnění této podmínky získá klient úrokovou sazbu ve výši 5,00 % p. a. do částky 200 000 Kč. v případě, že částku 1 500 Kč pravidelně investovat do fondů nebude, získá úrokovou sazbu ve výši 3,50 % p. a. do 200 000 Kč. v situaci, kdy na spořicím účtu částka převyšuje 200 000 Kč, je zůstatek nad tuto hranici úročen úrokovou sazbou 0,03 % p. a., a to do částky 30 milionů Kč. Zůstatek nad 30 milionů Kč je úročen sazbou 0,02 % p. a.

Vedení spořicího účtu je zdarma a nejsou účtovány žádné poplatky (KB, 2023f). Žádná výpovědní lhůta není Komerční bankou (2023d) stanovena, peněžní prostředky jsou kdykoliv k dispozici. Funkce spořicích obálek u Komerční banky není nabízena. Horní částka, pro kterou lze získat nejvyšší úrokovou sazbu je 200 000 Kč a při splnění všech podmínek pak úrok činí 5,00 % p. a.

Spořicí účet u Komerční banky (2023d) je možné ovládat jak prostřednictvím internetového bankovníctví, tak v mobilní aplikaci MojeBanka. Tento účet je možné založit online nebo na pobočce banky. KB Spořicí konto Bonus nelze založit samostatně bez vlastnictví i běžného účtu u Komerční banky, který je podmínkou. v případě, že klient má založený

běžný účet, může si spořicí účet sjednat na pobočce nebo online např. v mobilní aplikaci MojeBanka. Pokud u Komerční banky založený běžný účet nemá, musí si jej nejprve založit, a to buď online nebo na pobočce.

Tab. 15 Spořicí účet u Komerční banky

Kritérium/Název spořicího účtu	KB Spořicí konto Bonus		
	Do 200 000 Kč	Do 30 mil. Kč	Nad 30 mil. Kč
Výše úrokové sazby	Do 200 000 Kč	Do 30 mil. Kč	Nad 30 mil. Kč
Základní úroková sazba	2,00 % p. a.	0,01 % p. a.	-
Fixní bonusová sazba	1,50 % p. a.	0,02 % p. a.	0,02 % p. a.
Bonusová sazba za pravidelné investice <sup>1)</sup>	1,50 % p. a.	-	-
<b>Celkem</b>	<b>5,00 % p. a.</b>	<b>0,03 % p. a.</b>	<b>0,02 % p. a.</b>
Výše poplatků	0 Kč		
Výpovědní doba	NE		
Funkce spořicího obálky	NE		
Výše horní částky, pro kterou platí vyšší úroková sazba	200 000 Kč		
Možnost ovládnutí v internetové či mobilní aplikaci	ANO		
Založení online	ANO		
Založení bez nutnosti mít sjednaný i běžný účet	NE		

Zdroj: Vlastní zpracování (2023) dle Komerční banka (2023d), Komerční banka (2023e) a Komerční banka (KB, 2023f)

Pozn. Tabulka je vytvořena pro podmínky spořicího účtu platných k 1. 2. 2023.

<sup>1)</sup> Pro uplatnění bonusové sazby je klient povinen v každém měsíci Bonusového období vložit alespoň částku 1 500 Kč do fondů definovaných Komerční bankou

#### 4.2.7 Komparace spořicího účtů u jednotlivých bank

Následující tabulka znázorňuje porovnání spořicího účtů u všech vybraných bank (Tab. 16). v tabulce je uvedena nejvýhodnější úroková sazba, kterou lze získat při splnění všech podmínek, které jsou ke každému spořicímu účtu bankou stanoveny a pro maximální výši

částky, na kterou se nejvýhodnější úroková sazba vztahuje. Procenta úrokových sazeb při nesplnění všech podmínek jsou uvedena výše u jednotlivých bank.

Z tabulky je patrné, že všechny spořicí účty nabízí téměř stejnou výši nejvyšší úrokové sazby. Podmínky pro její získání jsou však odlišné a jsou uvedeny u jednotlivých bank. Nejvyšší úrokovou sazbu poskytuje Spořicí účet HIT PLUS od Raiffeisenbank, a to o 0,50 % vyšší než ostatní banky. Spoření České spořitelny, Spoření s bonusem a KB Spořicí konto Bonus pak nabízejí stejnou nejvyšší úrokovou sazbu ve výši 5,00 % p. a.

Výše poplatků za vedení spořicího účtu je u všech spořicích účtů nulová, jelikož spořicí účty u všech vybraných bank jsou zdarma. Ani výpovědní lhůta není u žádného spořicího účtu stanovena. Peněžní prostředky na spořicím účtu má klient u všech bank kdykoliv k dispozici.

Jednotlivé spořicí účty se navzájem liší v možnosti rozdělit si peněžní prostředky do spořicích obálek a zpřehlednit si tak úspory z hlediska účelu spoření. Funkci spořicích obálek u vybraných bank nabízí pouze spořicí účty Spoření České spořitelny a Spoření s bonusem od ČSOB. Na rozdíl od nich Spořicí účet HIT PLUS od Raiffeisenbank ani KB Spořicí konto Bonus od Komerční banky tuto funkci klientům nenabízí.

Uvedené spořicí účty se odlišují též ve výši horní částky, pro kterou je nabízena vyšší úroková sazba. Totožnou a zároveň nejnižší částku nabízí spořicí účty Spoření České spořitelny a KB Spořicí konto Bonus, a to částku 200 000 Kč. Následuje Spořicí účet HIT PLUS, který poskytuje vyšší úrokovou sazbu do částky půl milionu korun. Nejvyšší částku, do které lze získat vyšší úrokovou sazbu nabízí Spoření s bonusem od ČSOB, kdy se jedná o částku ve výši 1 milionu korun.

Možnost ovládat spořicí účet v internetovém bankovníctví a mobilní aplikaci poskytují všechny uvedené banky. Stejně tak založení spořicího účtu online, kdy u všech zmíněných bank je možné založit si spořicí účet jak na pobočce, tak i online, a to buď na webových stránkách dané banky nebo v internetovém bankovníctví či mobilní aplikaci.

Spořicí účty se liší v možnosti jejich založení a nutnosti mít sjednaný zároveň i běžný účet. z uvedených bank pouze Česká spořitelna poskytuje možnost založit si spořicí účet bez nutnosti mít zřízený i jakýkoliv další bankovní produkt, tj. i běžný účet. ČSOB,

Raiffeisenbank i Komerční banka vyžadují pro založení spořicího účtu vlastnictví i účtu běžného. v případě, že žadatel o spořicí účet není klientem dané banky, u které si chce spořicí účet zřídit, musí si jej nejprve založit a společně s ním teprve může zažádat též o spořicí účet.

Tab. 16 Srovnání spořicíh účtů jednotlivých bank

<b>Kritérium/ Spořicí účet</b>	<b>Spoření České spořitelny</b>	<b>Spoření s bonusem</b>	<b>Spořicí účet HIT PLUS</b>	<b>KB Spořicí konto Bonus</b>
Nejvyšší úroková sazba	5,00 % p. a. <sup>1)</sup>	5,00 % p. a. <sup>2)</sup>	5,50 % p. a. <sup>3)</sup>	5,00 % p. a. <sup>4)</sup>
Výše poplatků	0 Kč	0 Kč	0 Kč	0 Kč
Výpovědní doba	NE	NE	NE	NE
Funkce spořicíh obálek	ANO	ANO	NE	NE
Výše horní částky, pro kterou platí vyšší úroková sazba	200 000 Kč	1 000 000 Kč	500 000 Kč	200 000 Kč
Možnost ovládní v internetové či mobilní aplikaci	ANO	ANO	ANO	ANO
Založení online	ANO	ANO	ANO	ANO
Založení bez nutnosti mít i běžný účet	ANO	NE	NE	NE

Zdroj: Vlastní zpracování (2023) dle Česká spořitelna (2023b, 2023c), ČSOB (2023b), Raiffeisenbank (2022b, 2023c) a Komerční banka (2023d, 2023e, 2023f)

Pozn. Tabulka je vytvořena pro podmínky spořicího účtu platných k 1. 2. 2023.

- <sup>1)</sup> Bonusová sazba při investování minimálně 300 Kč / jeden podílový fond / měsíc a za založení Plus účtu, který je za 4 platby kartou měsíčně zdarma
- <sup>2)</sup> Platí v případě založení Spoření s bonusem v aplikaci ČSOB Smart a Elektronické bankovníctví a pouze pro první založený spořicí účet
- <sup>3)</sup> Bonusový úrok obdrží klient, pokud má aktivovaný Spořicí účet HIT PLUS a aktivně využívá CHYTRÝ nebo AKTIVNÍ účet a provede alespoň 3x měsíčně platbu kartou
- <sup>4)</sup> Pro uplatnění bonusové sazby je klient povinen v každém měsíci Bonusového období vložit alespoň částku 1 500 Kč do fondů definovaných Komerční bankou



#### **4.2.8 Volba kritérií pro vícekritériální analýzu variant**

Na základě výše uvedeného srovnání všech spořicíh účtů u vybraných bank, tj. u České spořitelny, ČSOB, Raiffeisenbank a Komerční banky jsou zvolena kritéria pro vícekritériální analýzu variant. Vybrána jsou pouze kritéria, ve kterých se jednotlivé spořicí účty navzájem odlišují.

Z těchto kritérií je vyřazeno kritérium založení spořicího účtu bez nutnosti mít sjednaný i běžný účet. v tomto kritériu se od ostatních bank liší pouze Česká spořitelna, která tuto možnost sice nabízí, ale v případě, že klient nebude mít založený běžný účet s názvem Plus účet, získá úrokovou sazbu pouze 0,2 % p. a., nikoliv nabízených 5 % p. a. Jedná se tak o irelevantní kritérium, protože pro fiktivní klienty je nejdůležitější výše úrokové sazby, nikoliv možnost mít u banky založený spořicí účet bez účtu běžného, jak vyplývá z definic fiktivních klientů.

Pro vícekritériální analýzu variant jsou vybrána následující kritéria:

- Výše úrokové sazby
- Funkce spořicíh obálek
- Výše horní částky, pro kterou platí vyšší úroková sazba

#### **4.2.9 Vícekritériální analýza variant**

Pro výběr nejvýhodnějšího spořicího účtu pro dva fiktivní klienty je v následující části vlastní práce použita vícekritériální analýza variant. Fiktivní klienti jsou definováni na základě výsledků dotazníkového šetření a jejich definice je uvedena v podkapitole Fiktivní klienti.

Pro vícekritériální analýzu variant je možné použít několik různých metod výpočtu, a to jak pro kvantifikaci preferencí mezi kritérii a jejich výstupy, tak pro kvantifikaci preferencí mezi variantami. Pro kvantifikaci preferencí mezi kritérii a jejich výstupy je za nejvhodnější metodu zvolena Saatyho metoda. Metoda analytický hierarchický proces (AHP) je následně zvolena jako nejlepší pro tento konkrétní případ pro kvantifikaci preferencí mezi variantami. Obě metody pracují s kardinálními informacemi.

Stanovení preferencí mezi kritérii Saatyho metodou je určeno na základě dotazníkového šetření po postupné filtraci odpovědí nejprve žen a následně mužů. Saatyho metoda pro stanovení preferencí mezi kritérii je součástí postupu metody AHP a je využita konkrétně v rámci jejího druhého kroku.

Pro metodu AHP ke stanovení preferencí mezi variantami podle kritérií je nutné zvolit typického zástupce dané cílové skupiny, který sdělí své preference u jednotlivých variant. Pro výběr typického zástupce cílové skupiny je použit tentýž dotazník, který byl vyplňován všemi respondenty. Potencionálnímu zástupci je dán k vyplnění tištěný dotazník a v případě, že se jeho odpovědi v klíčových bodech shodují s odpověďmi daného fiktivního klienta, je zvolen jako typický zástupce tohoto fiktivního klienta. Následně mu jsou představeny jednotlivé varianty a podmínky, které se k nim vztahují a poté jsou zástupcem sděleny do připravených tabulek jeho preference ohledně jednotlivých variant. Tyto preference jsou dále použity pro výpočet vícekritériální analýzy variant metodou AHP.

Následně je prostřednictvím vícekritériální analýzy variant, konkrétně pomocí Saatyho metody a metody AHP zvolen nejvýhodnější spořicí účet pro fiktivní klientku a fiktivního klienta.

#### **4.2.10 Výběr nejvýhodnějšího spořicího účtu pro fiktivní klientku prostřednictvím modelu vícekritériální analýzy variant**

Prvním fiktivním klientem je žena, která byla definována na základě postupné filtrace nejčastějších odpovědí v dotazníku.

Jak již bylo uvedeno, jedná se o ženu, která je ve věku 18 až 26 let a v současné době studuje. Jejím nejvyšším dosaženým vzděláním je vysokoškolské s bakalářským titulem. Čistý měsíční příjem se pohybuje mezi 10 001 až 20 000 Kč. Spoří pravidelně v měsíční periodě, kdy každý měsíc uloží částku v rozmezí od 1 001 Kč do 2 000 Kč.

Dotazníkovým šetřením je zjištěno, jak jsou fiktivní klientkou hodnocena vybraná kritéria u spořicích účtů (Tab. 17). Za nejdůležitější je považována výše úrokové sazby. Funkce

spořicíh obálek a výše horní částky, pro kterou lze získat vyšší úrokovou sazbu je hodnocena číslem 3.

Tab. 17 Nejčastější hodnocení vybraných kritérií spořicíh účtů fiktivní klientkou

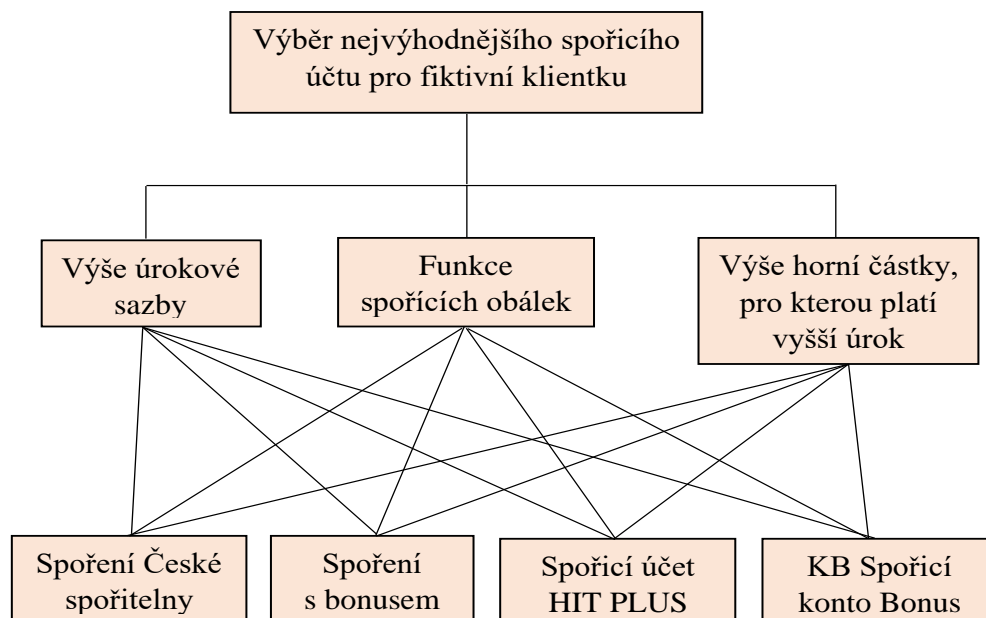
Kritérium	Hodnocení
Výše úrokové sazby	5
Funkce spořicíh obálek	3
Výše horní částky, pro kterou platí vyšší úrok. sazba	3

Pozn. 5 – nejdůležitější, 1 – nejméně důležité

Zdroj: Vlastní zpracování (2023) dle výsledků dotazníkového šetření

Nejprve je sestavena hierarchická struktura pro problém výběru spořicího účtu (Obr. 7). První úroveň obsahuje cíl analýzy, kterým je výběr nejvýhodnějšího spořicího účtu pro fiktivní klientku. Na druhé úrovni jsou uvedena kritéria, podle kterých jsou spořicí účty navzájem hodnoceny. Na třetí úrovni se nacházejí varianty, které jsou následně posuzovány.

Obr. 7 Hierarchická struktura pro výběr nejvýhodnějšího spořicího účtu pro fiktivní klientku



Zdroj: Vlastní zpracování (2023)

Následně jsou párově porovnávány prvky v jednotlivých hierarchických úrovních. Nejprve jsou určeny váhy kritérií pomocí Saatyho metody, které jsou stanoveny výpočtem na základě hodnocení jednotlivých kritérií fiktivní klientkou v dotazníkovém šetření (viz. Tab. 17). Toto hodnocení je převedeno z 5-ti bodové stupnice, která je použita v dotazníkovém šetření na 9-ti bodovou stupnici, která je využívána Saatyho metodou. Na základě tohoto hodnocení fiktivní klientkou jsou stanoveny preference mezi kritérii, ze kterých jsou následně vypočítány váhy kritérií (Tab. 18). Konzistence Saatyho matice je vypočtena dle vzorce č. 5, kdy je index konzistence roven 0,0000086199. Tato hodnota je nižší než 0,1, tudíž lze matici považovat za konzistentní. Hodnoty  $b_i$  jsou vypočteny dle vzorce č. 6 a váhy dle vzorce č. 7.

Tab. 18 Stanovení vah kritérií Saatyho metodou podle hodnocení spořicíh účtů fiktivní klientkou

	Výše úrokové sazby	Funkce spořicíh obálek	Výše horní částky, pro kterou platí vyšší úrok. sazba	$b_i$	$v_i$
Výše úrokové sazby	1	5	5	2,92	0,71
Funkce spořicíh obálek	1/5	1	1	0,58	0,14
Výše horní částky, pro kterou platí vyšší úroková sazba	1/5	1	1	0,58	0,14

Zdroj: Vlastní zpracování (2023) dle výsledků dotazníkového šetření

Pro následné využití metody AHP je nutné určit zástupkyni této fiktivní klientky, která sdělí své preference mezi danými variantami.

Potenciální zástupkyni je nejdříve dán dotazník k vyplnění. Jelikož se v klíčových bodech shodovala s fiktivní klientkou, je vybrána jako její zástupkyně, nechce však být jmenována. Jde o ženu, ve věku 25 let. v současné době studuje magisterský obor na vysoké škole a její nejvyšší dosažené vzdělání je vysokoškolské s bakalářským titulem. Její čistý měsíční příjem se pohybuje v daném intervalu a je ve výši 14 500 Kč. Spoří pravidelně měsíčně, a to vždy částku 1 500 Kč.

Na základě údajů jednotlivých spořicíh účtů, definici fiktivní klientky a její zástupkyně je sestavena kritériální tabulka (Tab. 19). u všech spořicíh účtů mimo jednoho je uvedena nejvyšší úroková sazba, která je ke spořicímu účtu nabízena, jelikož klientka splňuje podmínky pro získání této sazby. To bylo ověřeno sdělením zástupkyně fiktivní klientky (2023). Pouze u KB Spořicí konto Bonus byla úroková sazba z maximální výše snížena na 3,50 % p. a., jelikož výše částky, kterou klientka každý měsíc spoří se rovná částce, která je uvedena jako podmínka pro získání nejvyšší sazby, kdy by klientka musela vložit částku 1 500 Kč do fondů, aby nejvyšší sazbu získala. Splnění této podmínky by klientce znemožnilo odkládat jakékoliv peněžní prostředky na spořicí účet, protože by je všechny musela investovat a založení spořicího účtu by pak postrádalo smysl. z toho důvodu je v tabulce uvedena sazba 3,50 % p. a., kterou klientka získá, aniž by musela do fondů investovat. Podmínky u ostatních spořicíh účtů jsou klientkou splnitelné, protože založení spořicího účtu v mobilní aplikaci u ČSOB nebo používání platební karty při placení za zboží a služby minimálně 3krát měsíčně jako podmínka u Spořicího účtu HIT PLUS jsou splnitelné, což potvrzuje i zástupkyně fiktivní klientky (2023). Ta potvrdila i splnitelnost podmínky u účtu Spoření České spořitelny, která pro nejvyšší sazbu požaduje investici minimálně 300 Kč měsíčně, kdy by v tomto případě klientka vložila požadovanou část do fondu a zbylou část, tj. 1 200 Kč na spořicí účet. Splnitelné je použití platební karty alespoň 4krát měsíčně, aby klientka získala Plus účet zdarma a s ním i vyšší sazbu.

Tab. 19 Kritériální tabulka pro fiktivní klientku

	Výše úrokové sazby	Funkce spořicíh obálek	Výše horní částky, pro kterou platí vyšší úroková sazba
<b>Spoření České spořitelny</b>	5,00 % p. a.	ANO	200 000 Kč
<b>Spoření s bonusem</b>	5,00 % p. a.	ANO	1 000 000 Kč
<b>Spořicí účet HIT PLUS</b>	5,50 % p. a.	NE	500 000 Kč
<b>KB Spořicí konto Bonus</b>	3,50 % p. a.	NE	200 000 Kč

Zdroj: Vlastní zpracování (2023)

Na základě údajů z kritériální tabulky jsou sděleny zástupkyní fiktivní klientky její preference mezi jednotlivými variantami. Tyto preference jsou zaznamenány do následujících Saatyho matic, ve kterých jsou porovnávány varianty z hlediska jednotlivých kritérií. Dle těchto preferencí je následně vypočítán geometrický průměr ( $b_i$ ) dle vzorce č. 6 a poté jednotlivé váhy dle vzorce č. 7. Konzistence všech tří následujících Saatyho matic je vypočtena dle vzorce č. 5. Index konzistence první matice je roven 0,0355762113, index konzistence druhé matice je roven 0,0000001784, index konzistence třetí matice je roven 0,0034544539. Hodnota všech indexů je nižší než 0,1, tudíž lze všechny tři matice považovat za konzistentní.

První tabulka (Tab. 20) představuje Saatyho matici pro kritérium výše úrokové sazby ze které je patrné, že zástupkyní fiktivní klientky je silně preferována výše úrokové sazby u spořicího účtu Spoření České spořitelny a Spoření s bonusem před KB Spořicí kontem Bonus, a ještě o trochu silněji je preferován Spořicí účet HIT PLUS před KB Spořicí kontem Bonus, což vyplývá z rozdílu úrokových sazeb. Nejnižší úrokovou sazbu má v tomto případě KB Spořicí konto Bonus, a to vzhledem k nemožnosti fiktivní klientky dosáhnout maximální nabízené sazby ve výši 5 %. Sazba 3,5 % je tak podstatně nižší než u ostatních tří spořicího účtů. Vyšší úroková sazba u Spořicího účtu HIT PLUS je před Spořením České spořitelny a Spořením s bonusem preferovaná jen slabě, jelikož se jedná pouze o malý rozdíl v úrokové sazbě, konkrétně pouze 0,5 %.

Tab. 20 Saatyho matice pro kritérium Výše úrokové sazby u fiktivní klientky

	<b>Spoření České spořitelny</b>	<b>Spoření s bonusem</b>	<b>Spořicí účet HIT PLUS</b>	<b>KB Spořicí konto Bonus</b>	$b_i$	$v_{ij}$
<b>Spoření České spořitelny</b>	1	1	1/3	5	1,14	0,22
<b>Spoření s bonusem</b>	1	1	1/3	5	1,14	0,22
<b>Spořicí účet HIT PLUS</b>	3	3	1	6	2,71	0,51
<b>KB Spořicí konto Bonus</b>	1/5	1/5	1/6	1	0,29	0,05

Zdroj: Vlastní zpracování (2023) dle sdělení zástupkyně fiktivní klientky

Další Saatyho matice je vytvořena pro kritérium Funkce spořicí obálek (Tab. 21). z tabulky je vidět, že zástupkyní fiktivní klientky jsou silně preferovány spořicí účty Spoření České spořitelny a Spoření s bonusem, u kterých je možné založení spořicí obálek ke spořicí účtům před spořicí účty, které tuto možnost nenabízí.

Tab. 21 Saatyho matice pro kritérium Funkce spořicí obálek u fiktivní klientky

	<b>Spoření České spořitelny</b>	<b>Spoření s bonusem</b>	<b>Spořicí účet HIT PLUS</b>	<b>KB Spořicí konto Bonus</b>	<b><math>b_i</math></b>	<b><math>v_{ij}</math></b>
<b>Spoření České spořitelny</b>	1	1	5	5	2,24	0,42
<b>Spoření s bonusem</b>	1	1	5	5	2,24	0,42
<b>Spořicí účet HIT PLUS</b>	1/5	1/5	1	1	0,45	0,08
<b>KB Spořicí konto Bonus</b>	1/5	1/5	1	1	0,45	0,08

Zdroj: Vlastní zpracování (2023) dle sdělení zástupkyně fiktivní klientky

Třetí Saatyho matice je vytvořena pro kritérium Výše horní částky, pro kterou platí vyšší úroková sazba (Tab. 22). Možnost vyšší horní částky je zástupkyní fiktivní klientky preferována z důvodu, že lze na spořicí účet u dané banky uložit vyšší částku a mít stále nejvyšší nabízenou úrokovou sazbu. Preference je však slabá z důvodu délky doby, po kterou musí klientka peněžní prostředky na spořicí účet ukládat k dosažení dané částky, vzhledem k tomu, kolik klientka měsíčně spoří.

Tab. 22 Saatyho matice pro kritérium Výše horní částky, pro kterou platí vyšší úroková sazba u fiktivní klientky

	Spoření České spořitelny	Spoření s bonusem	Spořicí účet HIT PLUS	KB Spořicí konto Bonus	$b_i$	$v_{ij}$
Spoření České spořitelny	1	1/3	1/2	1	0,64	0,14
Spoření s bonusem	3	1	2	3	2,06	0,46
Spořicí účet HIT PLUS	2	1/2	1	2	1,19	0,26
KB Spořicí konto Bonus	1	1/3	1/2	1	0,64	0,14

Zdroj: Vlastní zpracování (2023) dle sdělení zástupkyně fiktivní klientky

Následně po sestavení Saatyho matic a výpočtu vah je vytvořena následující tabulka (Tab. 23), ve které je vypočtena syntéza preferencí. Na jejím základě jsou metodou AHP seřazeny jednotlivé varianty a doporučen nejvýhodnější spořicí účet fiktivní klientce.

Tab. 23 Pořadí variant podle metody AHP u fiktivní klientky

	Výše úrokové sazby	Funkce spořicí obálek	Výše horní částky, pro kterou platí vyšší úrok. sazba	Syntéza preferencí	Pořadí
Spoření České spořitelny	0,22	0,42	0,14	0,23	<b>3.</b>
Spoření s bonusem	0,22	0,42	0,46	0,28	<b>2.</b>
Spořicí účet HIT PLUS	0,51	0,08	0,26	0,42	<b>1.</b>
KB Spořicí konto Bonus	0,05	0,08	0,14	0,07	<b>4.</b>

Zdroj: Vlastní zpracování (2023)



Metodou AHP je za nejvýhodnější spořicí účet pro fiktivní klientku hodnocen Spořicí účet HIT PLUS od Raiffeisenbank a je tak doporučen fiktivní klientce. Tento účet nabízí nejvyšší úrokovou sazbu, a to 5,5 % p. a. Ta byla fiktivní klientkou považována za nejdůležitější kritérium při výběru spořicího účtu. Spořicí obálky touto bankou nabízeny nejsou a tato banka má druhou nejvyšší výši horní částky, pro kterou platí nejvyšší úroková sazba, což odpovídá i hodnocení fiktivní klientky, která tyto dvě kritéria hodnotila pouze číslem 3. Tato banka také má lehce splnitelné podmínky pro získání spořicího účtu s nejvyšší sazbou.

Na druhém místě je spořicí účet Spoření s bonusem od ČSOB. Ten poskytuje 5% úrokovou sazbu, spořicí obálky i nejvyšší výši horní částky, pro kterou platí nejvyšší nabízená úroková sazba. Na třetím místě se umístil spořicí účet Spoření České spořitelny od České spořitelny. Tento účet nabízí úrokovou sazbu ve výši 5 % p. a., funkci spořicích obálek, ale má nejnižší výši horní částky, pro kterou platí nejvyšší úroková sazba. Na posledním místě je spořicí účet KB Spořicí konto Bonus od Komerční banky, a to především z důvodu, že ze všech bank nabízí nejnižší úrokovou sazbu, které je klientka schopná dosáhnout, a to 3,5 % p. a. Funkce spořicích obálek není nabízena a výše horní částky, pro kterou platí nejvyšší úroková sazba je stejně jako v případě účtu Spoření České spořitelny nejnižší z uvedených spořicích účtů, a to 200 000 Kč.

#### **4.2.11 Výběr nejvýhodnějšího spořicího účtu pro fiktivního klienta prostřednictvím modelu vícekritériální analýzy variant**

Druhým fiktivním klientem je muž. Ten byl definován na základě postupné filtrace nejčastějších odpovědí v dotazníku.

Jak již bylo uvedeno výše, jedná se o muže ve věku 36 až 50 let. v současnosti je zaměstnaný, jeho nejvyšší dosažené vzdělání je středoškolské a jeho čistý měsíční příjem dosahuje 40 001 Kč až 70 000 Kč. Spoří pravidelně, a to v měsíční periodě, kdy každý měsíc uloží částku 2001 až 5 000 Kč.

Dotazníkovým šetřením je zjištěno, jak jsou fiktivním klientem hodnocena jednotlivá vybraná kritéria u spořicích účtů, kdy za nejdůležitější, tj. číslem 5 je hodnocena výše

úrokové sazby. Číslem 3 je hodnocena výše horní částky, pro kterou platí vyšší úroková sazba. Číslem 2 je pak hodnocena funkce spořicích obálek (Tab. 24).

Tab. 24 Nejčastější hodnocení kritérií spořicíh účtů fiktivním klientem

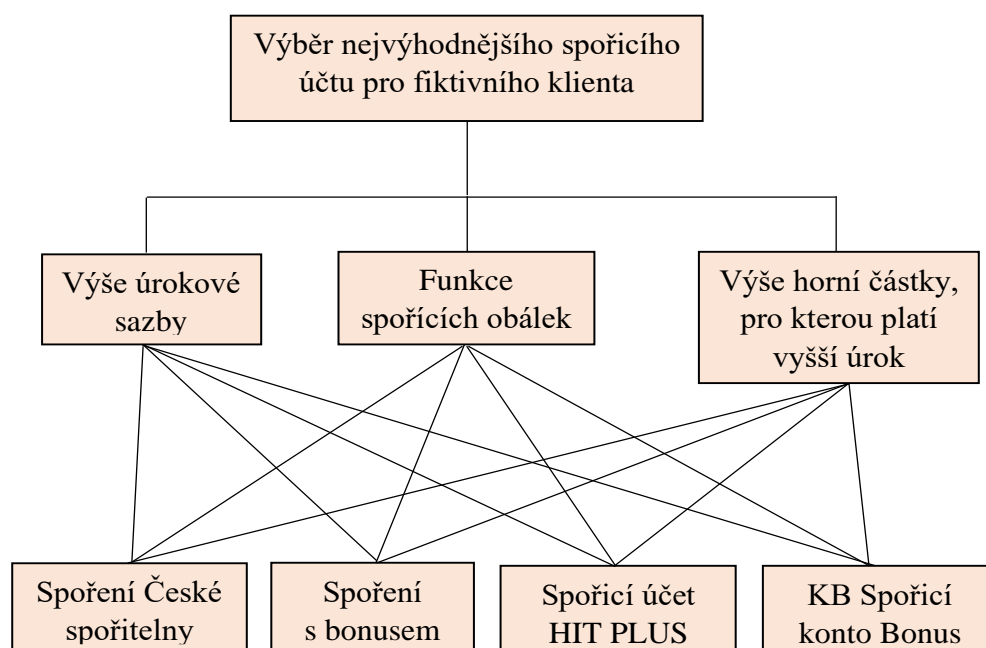
Kritérium	Hodnocení
Výše úrokové sazby	5
Funkce spořicíh obálek	2
Výše horní částky, pro kterou platí vyšší úrok. sazba	3

Pozn. 5 – nejdůležitější, 1 – nejméně důležité

Zdroj: Vlastní zpracování (2023) dle výsledků dotazníkového šetření

Nejprve je sestavena hierarchická struktura pro problém výběru spořicího účtu (Obr. 8). Na první úrovni je uveden cíl analýzy, který spočívá ve výběru nejvýhodnějšího spořicího účtu pro fiktivního klienta. Druhá úroveň obsahuje kritéria, dle kterých jsou jednotlivé spořicí účty navzájem hodnoceny. Na třetí úrovni jsou uvedeny varianty, které jsou následně hodnoceny.

Obr. 8 Hierarchická struktura pro výběr nejvýhodnějšího spořicího účtu pro fiktivního klienta



Zdroj: Vlastní zpracování (2023)

Následně jsou párově porovnávány prvky v jednotlivých hierarchických úrovních. Nejprve jsou určeny váhy kritérií prostřednictvím Saatyho metody, které jsou stejně jako u fiktivní klientky stanoveny výpočtem na základě hodnocení jednotlivých kritérií u spořicíh účtů fiktivním klientem v dotazníkovém šetření (viz. Tab. 24). Toto hodnocení je převedeno z 5-ti bodové stupnice, která je použita v dotazníkovém šetření na stupnici 9-ti bodovou, která je využívána Saatyho metodou. Na základě tohoto hodnocení fiktivním klientem jsou stanoveny preference mezi kritérii, ze kterých jsou vypočítány váhy kritérií (Tab. 25). Konzistence Saatyho matice je vypočtena dle vzorce č. 5, kdy index konzistence je roven 0,0324475180. Tato hodnota je nižší než 0,1, tudíž je možné matici považovat za konzistentní. Hodnoty  $b_i$  jsou vypočteny dle vzorce č. 6 a váhy dle vzorce č. 7.

Tab. 25 Stanovení vah kritérií Saatyho metodou dle hodnocení spořicíh účtů fiktivním klientem

	<b>Výše úrokové sazby</b>	<b>Funkce spořicíh obálek</b>	<b>Výše horní částky, pro kterou platí vyšší úrok. sazba</b>	<b><math>b_i</math></b>	<b><math>v_i</math></b>
<b>Výše úrokové sazby</b>	1	7	5	3,27	0,73
<b>Funkce spořicíh obálek</b>	1/7	1	1/3	0,36	0,08
<b>Výše horní částky, pro kterou platí vyšší úroková sazba</b>	1/5	3	1	0,84	0,19

Zdroj: Vlastní zpracování (2023) dle výsledků dotazníkového šetření

Pro následné hodnocení preferencí mezi variantami prostřednictvím metody AHP je nutné zvolit typického zástupce fiktivního klienta, který sdělí své preference mezi jednotlivými variantami.

Potenciálním zástupcem je nejprve vyplněn tentýž dotazník jako všemi ostatními respondenty. Jelikož se jeho klíčové odpovědi shodovaly s fiktivním klientem, byl zvolen jako jeho zástupce. Jedná se o muže ve věku 45 let, který nechce být jmenován. v současnosti

je zaměstnaný a jeho nejvyšší dosažené vzdělání je středoškolské. Čistý měsíční příjem je ve stejném intervalu jako v případě fiktivního klienta, a je ve výši 63 000 Kč. Peněžní prostředky spoří pravidelně, v měsíčním intervalu, kdy se jedná o částku 4 500 Kč, kterou by ukládal na spořicí účet. Zbytek volných peněžních prostředků by investoval pravidelně každý měsíc do fondů.

Podle údajů u spořicích účtů jednotlivých bank, definici fiktivního klienta a zástupce fiktivního klienta je sestavena kritériální tabulka (Tab. 26). Na rozdíl od fiktivní klientky je uvedena výše úrokové sazby pro fiktivního klienta u všech spořicích účtů v maximální výši, protože jak i jeho zástupce (2023) sám potvrdil, všechny podmínky, které se k nejvyšší úrokové sazbě vztahují, jsou pro klienta splnitelné. Ať už se jedná o pravidelnou investici 300 Kč měsíčně do podílového fondu a minimálně 4 platby kartou měsíčně, aby měl klient Plus účet zdarma a zároveň nejvyšší sazbu u spořicího účtu Spoření České spořitelny nebo založení spořicího účtu v aplikaci u Spoření s bonusem od ČSOB. Splnitelná je i podmínka minimálně 3 plateb kartou pro nejvyšší sazbu u Spořicího účtu HIT PLUS od Raiffeisenbank. a v tomto případě je splnitelná i podmínka KB Spořicího konta Bonus, tj. investice alespoň 1 500 Kč měsíčně do fondů pro získání nejvyšší úrokové sazby na spořicím účtu, jelikož jak potvrdil zástupce fiktivního klienta (2023), zbylé volné peněžní prostředky investuje do fondů a investovaná částka přesahuje 1 500 Kč za měsíc.

Tab. 26 Kritériální tabulka pro fiktivního klienta

	Výše úrokové sazby	Funkce spořicích obálek	Výše horní částky, pro kterou platí vyšší úroková sazba
<b>Spoření České spořitelny</b>	5,00 % p. a.	ANO	200 000 Kč
<b>Spoření s bonusem</b>	5,00 % p. a.	ANO	1 000 000 Kč
<b>Spořicí účet HIT PLUS</b>	5,50 % p. a.	NE	500 000 Kč
<b>KB Spořicí konto Bonus</b>	5,00 % p. a.	NE	200 000 Kč

Zdroj: Vlastní zpracování (2023)

Dle údajů uvedených v kritériální tabulce jsou zástupcem fiktivního klienta sděleny jeho preference mezi jednotlivými variantami. Tyto preference jsou zaznamenány do Saatyho matic, které jsou uvedeny níže. v těchto maticích jsou srovnávány varianty podle jednotlivých kritérií. Na základě těchto preferencí jsou vypočítány hodnoty geometrického průměru ( $b_i$ ) dle vzorce č. 6 a váhy dle vzorce č. 7. Konzistence všech tří následujících Saatyho matic je vypočtena dle vzorce č. 5. Index konzistence první matice je roven 0,0000001784, index konzistence druhé matice je roven 0,0000001784, index konzistence třetí matice je roven 0,0277667132. Hodnota všech indexů je nižší než 0,1, tudíž lze považovat všechny tři matice za konzistentní.

První Saatyho matice je sestavena pro kritérium výše úrokové sazby (Tab. 27). z tabulky je vidět, že zástupce fiktivního klienta preferuje vyšší úrokovou sazbu u Spořicího účtu HIT PLUS, která je o 0,5 % vyšší než sazby u ostatní spořicího účtů, které činí 5 %. Preference je však velmi slabá, jelikož se jedná pouze o nepatrný rozdíl.

Tab. 27 Saatyho matice pro kritérium Výše úrokové sazby u fiktivního klienta

	<b>Spoření České spořitelny</b>	<b>Spoření s bonusem</b>	<b>Spořicí účet HIT PLUS</b>	<b>KB Spořicí konto Bonus</b>	$b_i$	$v_{ij}$
<b>Spoření České spořitelny</b>	1	1	1/2	1	0,84	0,20
<b>Spoření s bonusem</b>	1	1	1/2	1	0,84	0,20
<b>Spořicí účet HIT PLUS</b>	2	2	1	2	1,68	0,40
<b>KB Spořicí konto Bonus</b>	1	1	1/2	1	0,84	0,20

Zdroj: Vlastní zpracování (2023) dle sdělení zástupce fiktivního klientka

Následující Saatyho matice je vytvořena pro kritérium Funkce spořicího obálky (Tab. 28). z tabulky je patrné, že zástupcem fiktivního klienta jsou slabě preferovány spořicí účty, které

nabízejí funkci spořicích obálek, tj. Spoření České spořitelny a Spoření s bonusem před spořicími účty, které tuto funkci nenabízejí.

Tab. 28 Saatyho matice pro kritérium Funkce spořicích obálek u fiktivního klienta

	<b>Spoření České spořitelny</b>	<b>Spoření s bonusem</b>	<b>Spořicí účet HIT PLUS</b>	<b>KB Spořicí konto Bonus</b>	<b>b<sub>i</sub></b>	<b>v<sub>ij</sub></b>
<b>Spoření České spořitelny</b>	1	1	3	3	1,73	0,38
<b>Spoření s bonusem</b>	1	1	3	3	1,73	0,38
<b>Spořicí účet HIT PLUS</b>	1/3	1/3	1	1	0,58	0,13
<b>KB Spořicí konto Bonus</b>	1/3	1/3	1	1	0,58	0,13

Zdroj: Vlastní zpracování (2023) dle sdělení zástupce fiktivního klienta

Poslední Saatyho matice je sestavena pro kritérium Výše horní částky, pro kterou platí vyšší úroková sazba (Tab. 29). z tabulky je patrné, že zástupcem fiktivního klienta je preferována výše horní částky, která poskytuje možnost uložit vyšší množství peněžních prostředků a stále mít nejvyšší úrokovou sazbu. Vyšší částka je preferována pouze slabě číslem 3 nebo 4 vzhledem k délce potřebné k dosažení horní částky.

Tab. 29 Saatyho matice pro kritérium Výše horní částky, pro kterou platí vyšší úroková sazba u fiktivního klienta

	Spoření České spořitelny	Spoření s bonusem	Spořicí účet HIT PLUS	KB Spořicí konto Bonus	$b_i$	$v_{ij}$
Spoření České spořitelny	1	1/4	1/3	1	0,54	0,11
Spoření s bonusem	4	1	3	4	2,63	0,52
Spořicí účet HIT PLUS	3	1/3	1	3	1,32	0,26
KB Spořicí konto Bonus	1	1/4	1/3	1	0,54	0,11

Zdroj: Vlastní zpracování (2023) dle sdělení zástupce fiktivního klienta

Na základě Saatyho matic je sestavena následující tabulka (Tab. 30), ve které je vypočtena syntéza preferencí, dle které je metodou AHP stanoveno pořadí jednotlivých variant, tj. spořicích účtů. Dle výsledku této metody je doporučen nejvýhodnější spořicí účet fiktivnímu klientovi.

Tab. 30 Pořadí variant podle metody AHP u fiktivního klienta

	Výše úrokové sazby	Funkce spořicích obálek	Výše horní částky, pro kterou platí vyšší úrok. sazba	Syntéza preferencí	Pořadí
Spoření České spořitelny	0,20	0,38	0,11	0,20	<b>3.</b>
Spoření s bonusem	0,20	0,38	0,52	0,28	<b>2.</b>
Spořicí účet HIT PLUS	0,40	0,13	0,26	0,35	<b>1.</b>
KB Spořicí konto Bonus	0,20	0,13	0,11	0,18	<b>4.</b>

Zdroj: Vlastní zpracování (2023)

Metodou AHP je za nejvýhodnější spořicí účet fiktivnímu klientovi doporučen Spořicí účet HIT PLUS od Raiffeisenbank. Tento spořicí účet nabízí nejvyšší úrokovou sazbu, která je fiktivním klientem hodnocena jako nejdůležitější kritérium u spořicího účtu. Spořicí účet nenabízí funkci spořicích obálek. Ta je klientem však hodnocena jako méně důležitá. Výše horní částky, pro kterou platí vyšší úroková sazba je druhá nejvyšší a činí 500 000 Kč.

Na druhém místě se umístil spořicí účet Spoření s bonusem od ČSOB, který nabízí sazbu 5 % p. a., funkci spořicích obálek i nejvyšší výši horní částky, pro kterou platí vyšší úroková sazba. Poslední dva spořicí účty jsou metodou AHP hodnoceny podobně, kdy spořicí účet Spoření České spořitelny je hodnocen trochu lépe, jelikož na rozdíl od KB Spořicí konto Bonus nabízí funkci spořicích obálek. Spořicí účet Komerční banky tak obsadil čtvrté místo.



## **5 Výsledky a diskuse**

Tato část práce se zabývá výsledky vlastní práce a diskusí nad zjištěnými skutečnostmi. v první části jsou zpracovány výsledky dotazníkového šetření, které jsou diskutovány s ostatními autory a výzkumy jiných institucí. Prostřednictvím dotazníkového šetření je též odpovězeno na výzkumné otázky, které byly stanoveny v cíli diplomové práce. Druhá část obsahuje výsledky vyhodnocení nejvýhodnějšího spořicího účtu pro fiktivní klientku a fiktivního klienta pomocí modelu vícekritériální analýzy variant. Ve třetí části je uvedena ukázka marketingového sdělení spořicího účtu doporučeného fiktivním klientům.

### **5.1 Analýza současné situace na českém bankovním trhu v oblasti spořicíh účtů**

V této části jsou uvedeny výsledky dotazníkového šetření a odpovědi na výzkumné otázky, které jsou diskutovány s jinými autory a též s výzkumy jiných institucí.

#### **5.1.1 Výsledky dotazníkového šetření**

V první části vlastní práce je zpracováno vyhodnocení dotazníkového šetření, které probíhalo online formou od 22. 12. 2022 do 23. 1. 2023. Zúčastnilo se ho 273 respondentů. Prostřednictvím dotazníkového šetření je zhodnocena situace na českém bankovním trhu se spořicími účty. Cílem tohoto šetření je odpovědět na 5 výzkumných otázek, určit dva fiktivní klienty a zvolit čtyři banky, u kterých má nejvíce respondentů založený spořicí účet.

Z výsledků dotazníkového šetření vyplývá, že spořicí účet má založený 87,55 % respondentů. Bankami, u kterých mají respondenti nejčastěji založený spořicí účet, jsou Česká spořitelna (17,57 %), ČSOB (14,64 %), Raiffeisenbank (13,39 %) a Komerční banka (12,97 %). Spořicí účty těchto bank jsou následně vybrány jako varianty pro výběr nejvýhodnějšího spořicího účtu dvěma fiktivním klientům.

Většina respondentů, konkrétně 82,85 % má u stejné banky jako má založený spořicí účet vedený i jiný bankovní produkt, kdy se nejčastěji jedná o běžný účet (94,95 %). Dále je zjištěno, že většina respondentů má založený spořicí účet ve stejné bance jako běžný účet

(86,61 %). Téměř 14 % dotázaných si však založilo spořicí účet u jiné banky, než ve které mají zřízený běžný účet. Nejčastějším důvodem pro to jsou lepší podmínky v jiné bance či výše úrokové sazby. Totožné důvody uvedli respondenti jako nejčastější pro výběr jiné banky, u které si založili spořicí účet i v průzkumu portálu Ušetřeno.cz (Bankovníctví, 2019). Výsledky dotazníkového šetření potvrzuje též výzkum platformy Instant Research z roku 2020, který uvádí, že při zakládání nového spořicího účtu by si polovina Čechů vybrala ten, který nabízí časově omezenou zvýhodněnou úrokovou sazbu v případě, že by se jednalo o nadprůměrné úročení vzhledem k trhu (Investujeme, 2020).

Dále je zjišťováno, jaký produkt je hodnocen respondenty za nejvýhodnější k uložení volných peněžních prostředků při současné vysoké inflaci. Ta v roce 2022 dosahovala průměrně 15,1 %. Téměř polovinou respondentů je hodnoceno za nejvýhodnější vložit peněžní prostředky na investice do podílových fondů či cenných papírů. Hned na druhém místě se umístil spořicí účet. To souvisí s rychlým nárůstem úrokových sazeb v roce 2022.

Výzkumem je dále zkoumáno, jakým způsobem respondenti na spořicí účet spoří. z výsledku dotazníkového šetření vyplývá, že respondenti nejčastěji spoří pravidelně, kdy takto spoří konkrétně 43,51 % dotázaných, a to v převážné většině v měsíční periodě (85,58 %). Nejčastější výše měsíčně ukládané částky je 2001 až 5 000 Kč (27,88 %). Srovnatelné výsledky jsou uváděny i ve výsledcích průzkumu společností Ipsos z roku 2022, ze kterého vyplývá, že částku od 2 000 do 5 000 Kč uloží měsíčně 30 % lidí a částku nad 5 000 Kč uloží měsíčně 23 % Čechů (Peníze.cz, 2022). z průzkumu v této práci vyplývá, že částku nad 5 000 Kč uloží 25,96 % respondentů, kdy se jedná opět o srovnatelný výsledek.

Převod peněžních prostředků mezi spořicím a běžným účtem je dnes již velmi rychlý. Většina respondentů má převedeny peníze ze spořicího účtu na běžný účet během několika sekund (61,51 %) či několika minut (22 %). Dále je zkoumána znalost respondentů ohledně maximální výše částky, díky které získají nejvyšší úrokovou sazbu, kterou zná přes 55 % dotázaných a o zdanění úroku ví přes 58 % dotázaných. Lze tak konstatovat, že znalosti respondentů v této oblasti jsou uspokojivé.

### 5.1.2 Výzkumné otázky

Součástí dotazníkového šetření je i získání odpovědí na 5 následujících výzkumných otázek.

První výzkumná otázka: *Zakládali si respondenti spořicí účty v roce 2022, kdy u nich docházelo k rychlému růstu úrokových sazeb?*

Z výsledků dotazníkového šetření vyplývá, že si respondenti v tomto roce opravdu spořicí účty často zakládali, protože z 87,55 % respondentů vlastnících spořicí účet, si jej právě v roce 2022 při zvyšování úrokových sazeb zřídilo 31,38 % dotázaných, což je téměř třetina ze všech spořicí účtů, které mají respondenti celkově založené. Lze tak konstatovat, že růst úrokových sazeb výrazně ovlivnil zájem o sjednání spořicí účtů. To potvrzuje i ČSOB (2022a), která uvádí, že úrokové sazby u spořicí účtů se v posledních letech pohybovaly jen mírně nad nulou. v současnosti však sazby rostou a je tak výhodnější uložení volných peněžních prostředků na spořicí účtu než jejich ponechání na běžném účtu. s tímto se shoduje i Bureš (2022), který dále uvádí, že spořicí účty tak představují možnost, jak se alespoň částečně bránit znehodnocení peněžních prostředků způsobené aktuálně vysokou inflací a zároveň možnost mít peněžní prostředky rychle k dispozici. To, že růst úrokových sazeb výrazně ovlivnil zájem o spořicí účty, potvrzuje i barometr oblíbenosti spoření, který je pravidelně sestavován Asociací českých stavebních spořitelů, kdy největší nárůst v oblíbenosti zaznamenaly v mezičtvrtletním srovnání právě spořicí účty, a to v posledním čtvrtletí roku 2022 (Asociace českých stavebních spořitelů, 2022).

Druhá výzkumná otázka: *Pokládají respondenti za výhodnější spořicí účet z krátkodobého hlediska než z dlouhodobého hlediska?*

Dle výsledků dotazníkového šetření je odpověď na tuto výzkumnou otázku kladná. Respondenty (62,76 %) je pokládán spořicí účet za výhodnější z krátkodobého hlediska (v období do 1 roku) než z dlouhodobého hlediska (v délce období nad 1 rok). z dlouhodobého hlediska je považován spořicí účet za nevýhodný pro více než 52 % respondentů. To, že je spořicí účet výhodnější z krátkodobého hlediska, potvrzuje i portál Banky.cz (2020), který uvádí, že mimo krátkodobých úspor je též výhodný pro tvorbu finanční rezervy, kdy je z důvodu vyššího úroku výhodnější než běžný účet. z výsledků dotazníkového šetření je ale vidět i významná část respondentů (38,91 %), kterými je pokládán spořicí účet za výhodný i z dlouhodobého hlediska. To je pravděpodobně

způsobeno růstem úrokových sazeb u spořicíh účtů, které se, jak uvádí Bureš (2022), ke konci roku 2022 u většiny spořicíh účtů pohybovaly v rozmezí 4 % až 5,3 % a např. u MaxBanky přesáhly i 6 % p. a. v současné době oproti minulosti je výhodné využívat spořicí účet k dlouhodobějšímu ukládání a zhodnocování peněžních prostředků, příp. zmírnění znehodnocení vzhledem k inflaci než jej pouze využívat ke krátkodobému odložení momentálně volných peněžních prostředků.

Třetí výzkumná otázka: *Co považují respondenti za největší výhodu spořicího účtu?*

Více než polovinou respondentů (56,49 %) je spatřována největší výhoda spořicího účtu v likviditě neboli rychlosti, jakou jsou peněžní prostředky mezi spořicími a běžným účtem převedeny. Vysokou likviditu považuje za velkou výhodu spořicího účtu i Vladislav Bureš, ředitel pobočky Komerční banky v Jičíně (2022), který dodává, že peněžní prostředky lze ze spořicího účtu na běžný účet pomocí internetového či mobilního bankovníctví převést během několika vteřin. Vzhledem k vysoké likviditě mají klienti v případě potřeby peníze okamžitě k dispozici. Další výhoda spočívá v nízkém riziku, jak je uváděno téměř čtvrtinou dotázaných (23,85 %), kdy lze spořicí účet považovat za téměř bezrizikovou investici, a to i z toho důvodu, jak uvádí Moneta.cz (2022a), že vklady v bankách jsou ze zákona pojištěny do výše 100 000 eur. Následuje výnos, který za největší výhodu uvedlo 12,55 % dotázaných. Pro 5,02 % respondentů jsou největší výhodou žádné či nízké poplatky u tohoto účtu. Nezpoptatnění většiny služeb, jak uvádí Finex.cz (2022) je u spořicíh účtů dnes již běžné.

Čtvrtá výzkumná otázka: *Proč si respondenti nejčastěji zakládají spořicí účet?*

Z výsledků dotazníkového šetření je patrné, že nejčastějším důvodem je tvorba finanční rezervy na nečekané výdaje, jak uvedlo 65,27 % dotázaných. Dalším důvodem je zhodnocení peněžních prostředků (42,68 %). To souvisí i s růstem úrokových sazeb v minulém roce. Třetím nejčastějším důvodem (23,43 %) je spoření peněžních prostředků na konkrétní věc, jako je např. auto, dovolená apod. To potvrzuje i portál Banky.cz (2019), který uvádí jako nejčastější důvod spoření na nečekané výdaje či spoření na konkrétní věc.

Pátá výzkumná otázka: *Jaké kritérium hodnotí respondenti jako nejdůležitější u spořicího účtu?*

Z výsledků dotazníkového šetření je nejdůležitějším kritériem u spořicího účtu pro 63,18 % dotázaných výše úrokové sazby. Jak již bylo uvedeno, v roce 2022 úrokové sazby

u spořicíh účtů rychle stoupaly a spořicí účty se tak staly atraktivním produktem pro řadu klientů. To, že výše úrokové sazby je nejzásadnějším ukazatelem pro výběr spořicího účtu potvrzuje i průzkum platformy Instant Research, ve kterém bylo zjištěno, že toto kritérium považuje za nejdůležitější 64 % Čechů (Investujeme, 2020). Důležitost tohoto parametru potvrzuje i portál Finex.cz (2022), jelikož čím vyšší úroková sazba je bankou nabízena, tím více peněz klient obdrží. Na druhém místě je možnost ovládní spořicího účtu v internetovém bankovníctví či mobilní aplikaci (52,72 %). To souvisí s tím, že většina hlavně mladších lidí chce svůj účet ovládat online.

## **5.2 Vyhodnocení nejvýhodnějšího spořicího účtu pro dva fiktivní klienty**

V této části jsou uvedeny výsledky komparace spořicíh účtů u čtyř vybraných bank, tj. České spořitelny, ČSOB, Raiffeisenbank a Komerční banky. Následují výsledky výběru a doporučení nejvýhodnějšího spořicího účtu pro každého fiktivního klienta včetně zvoleného marketingového sdělení banky, jejíž spořicí účet je doporučen.

### **5.2.1 Komparace spořicíh účtů u vybraných bank**

Na základě výsledků dotazníkového šetření jsou porovnávány čtyři banky, u kterých má nejvíce respondentů založený spořicí účet. Jedná se o Českou spořitelnu, ČSOB, Raiffeisenbank a Komerční banku. u těchto bank je navzájem hodnocena nabídka spořicíh účtů, a to podle kritérií stanovených v dotazníkovém šetření. Do srovnání jsou zařazeny spořicí účty Spoření České spořitelny od České spořitelny, Spoření s bonusem od ČSOB, Spořicí účet HIT PLUS od Raiffeisenbank a KB Spořicí konto Bonus, které nabízí Komerční banka.

Z výsledku komparace je zjištěno, že dané banky mají čtyři kritéria shodná a čtyři rozdílná. Všechny uvedené banky nabízí spořicí účet zdarma bez poplatků. Žádná výpovědní doba není ani u jedné z bank stanovena, což potvrzuje i Vladislav Bureš z Komerční banky (2022), který říká, že naprostá většina spořicíh účtů je dnes již zakládána bez výpovědní

doby. Všechny banky též nabízí možnost ovládat spořicí účet prostřednictvím internetového bankovníctví či v mobilní aplikaci. u všech bank je také možné založení spořicího účtu online.

Banky se navzájem liší v nabízené úrokové sazbě u spořicího účtu. Nejvyšší úrokové sazby jsou na podobné úrovni. Různé jsou však podmínky, jak této nejvyšší úrokové sazby dosáhnout. Většina podmínek je pro klienty lehce splnitelná. Možnost zřízení spořicího účtu nabízí pouze Česká spořitelna a ČSOB. Rozdílná je i výše horní částky, pro kterou platí vyšší úroková sazba. Nejvyšší částku nabízí ČSOB, a to 1 000 000 Kč, následuje Raiffeisenbank, která nabízí nejvyšší úrokovou sazbu, tj. 5,5 % p. a. až do částky 500 000 Kč. Nejnižší výši horní částky nabízí Česká spořitelna a Komerční banka, a to 200 000 Kč. v případě, že klient přesáhne danou částku, je zůstatek nad tuto částku úročen výrazně nižší úrokovou sazbou. Banky se odlišují i v možnosti založení spořicího účtu bez nutnosti mít zřízený i běžný účet.

### **5.2.2 Výběr a doporučení nejvýhodnějšího spořicího účtu pro dva fiktivní klienty prostřednictvím modelu vícekritériální analýzy variant**

Na základě komparace nabídky bank jsou vybrána kritéria pro model vícekritériální analýzy variant. Jedná se o kritéria, ve kterých se banky navzájem odlišují. z nich je vyřazeno kritérium založení spořicího účtu bez nutnosti mít sjednaný i běžný účet, jelikož jedinou bankou, která tuto možnost nabízí je Česká spořitelna, u které je však jednou z podmínek mít založený Plus účet, tj. běžný účet, aby klient mohl získat úrokovou sazbu 5 % p. a. v opačném případě získá pouze sazbu 0,2 % p. a., proto je toto kritérium irelevantní, jelikož pro klienty je, jak vyplývá z dotazníkového šetření nejdůležitější právě výše úrokové sazby.

Spořicí účet je doporučen každému ze dvou fiktivních klientů, kteří jsou definováni na základě postupné filtrace nejčastějších odpovědí v dotazníkovém šetření. Prvním fiktivním klientem je žena, která je ve věku 18 až 26 let a v současné době studuje. Jejím nejvyšším dosaženým vzděláním je vysokoškolské vzdělání s bakalářským titulem. Čistý měsíční příjem se pohybuje v rozmezí 10 001 až 20 000 Kč. Spoří pravidelně v měsíční periodě, kdy každý měsíc uloží částku v rozmezí od 1 001 Kč do 2 000 Kč. Za nejdůležitější je

považována výše úrokové sazby. Funkce spořicíh obálek a výše horní částky, pro kterou lze získat vyšší úrokovou sazbu je hodnocena číslem 3.

Druhým fiktivním klientem je muž, který je ve věku 36 až 50 let. v současnosti je zaměstnaný a jeho nejvyšší dosažené vzdělání je středoškolské. Čistý měsíční příjem dosahuje 40 001 Kč až 70 000 Kč. Spoří pravidelně v měsíční periodě, kdy každý měsíc uloží částku 2001 až 5 000 Kč. Za nejdůležitější je hodnocena výše úrokové sazby. Číslem 3 je hodnocena výše horní částky, pro kterou platí vyšší úroková sazba. Číslem 2 je pak hodnocena funkce spořicíh obálek.

Pro výběr nejvýhodnějšího spořicího účtu zvláště pro každého fiktivního klienta je použita vícekriteriální analýza variant. Pro kvantifikaci preferencí mezi kritérii a jejich výstupy je za nejvhodnější metodu zvolena Saatyho metoda, kdy pro stanovení preferencí jsou použity výsledky dotazníkového šetření vyfiltrované pro oba fiktivní klienty. Metoda AHP je jako nejvhodnější zvolena pro kvantifikaci preferencí mezi variantami. Saatyho metoda je součástí postupu výpočtu metody AHP. Zde je pro stanovení preferencí nutné využití typických zástupců fiktivních klientů, kteří sdělí své preference mezi variantami.

Z výsledků metody AHP je patrné, že pro oba fiktivní klienty je za nejvýhodnější účet doporučen stejný spořicí účet, a to Spořicí účet HIT PLUS, který nabízí Raiffeisenbank. Tento spořicí účet nabízí nejvyšší úrokovou sazbu ve výši 5,5 % p. a., kterou oba fiktivní klienti hodnotili za nejdůležitější. Výše horní částky, pro kterou tato nejvyšší úroková sazba platí, je druhá nejvyšší z uvedených bank a činí 500 000 Kč. Funkce spořicíh obálek sice není touto bankou nabízena, ale ani jeden z fiktivních klientů ji nepřikládá nijak velkou důležitost.

Pořadí dalších spořicíh účtů u vybraných bank vyšlo metodou AHP s mírně odlišnou hodnotou syntézy preferencí též shodně pro oba fiktivní klienty. Na druhém místě se umístil spořicí účet Spoření s bonusem, který poskytuje ČSOB. Tento účet nabízí nižší úrokovou sazbu ve výši 5 % p. a. Dále nabízí možnost zřízení spořicíh obálek a nejvyšší výši horní částky, pro kterou platí nejvyšší nabízená úroková sazba.

Na třetím místě je spořicí účet Spoření České spořitelny od České spořitelny. Tento účet nabízí úrokovou sazbu ve výši 5 % p. a. i funkci spořicí obálek. Výše horní částky, pro kterou platí nejvyšší úroková sazba je však podstatně nižší než u ČSOB či Raiffeisenbank.

Na posledním místě se umístil spořicí účet KB Spořicí konto Bonus od Komerční banky. v případě fiktivní klientky to je způsobeno především snížením úrokové sazby, která je hodnocena za nejdůležitější kritérium, a to z 5 % p. a. na 3,5 % p. a., jelikož fiktivní klientka nedokáže splnit podmínku pravidelného investování 1 500 Kč měsíčně pro získání nejvyšší sazby u této banky. u fiktivního klienta se umístil spořicí účet KB Spořicí konto Bonus též na posledním místě, ale s podstatně vyšší hodnotou syntézy preferencí, kdy se nachází hned za účtem Spoření České spořitelny, který na rozdíl od KB Spořicího konta Bonus nabízí i možnost zřízení spořicí obálek.

### **5.2.3 Marketingové sdělení nejvýhodnějšího spořicího účtu**

V souvislosti s výsledky dotazníkového šetření je zde uvedena ukázka marketingového sdělení spořicího účtu, který je doporučen fiktivním klientům.

Jedná se o Spořicí účet HIT PLUS, který je nabízen Raiffeisenbank. Marketingové sdělení je umístěno např. na webových stránkách banky (Obr. 9). Prostřednictvím marketingové komunikace jsou bankou informováni stávající i potenciální klienti o nabídce spořicího účtu s atraktivní úrokovou sazbou s cílem přesvědčit je o výhodnosti založení účtu. Současně se zdůrazněním výše úrokové sazby je uváděna možnost sjednání spořicího účtu zároveň s běžným účtem, pomocí mobilního či internetového bankovníctví. Banka se přizpůsobuje nejnovějším trendům v současné době, tj. maximálnímu využití online technologií, které jsou klienty oceňovány s ohledem na úsporu času, rychlost a pohodlnost. Dle výsledků dotazníkového šetření je založení účtu online nejdůležitějším kritériem pro 39,75 % respondentů. Marketingové sdělení je laděné do barev, které používá Raiffeisenbank, a to žluté a černé. Sdělení je tak upraveno do kreativnější podoby se záměrem zaujmout cílovou skupinu. Pod textovým sdělením je umístěno tlačítko „*Chci spořicí účet*“, kdy po kliknutí je zájemce přesměrován na formulář, kde po vyplnění údajů požadovaných bankou je spořicí účet založen. Právě na základě marketingových sdělení je spořicí účet volen 17,99 % dotázaných. Informace z médií jsou respondenty



hodnoceny různě a odpovědi jsou téměř rovnoměrně rozloženy, avšak nejvíce respondenty jsou hodnoceny tyto informace jako dostačující (29,71 %), jako zavádějící je hodnotí 25,10 % dotázaných.

Obr. 9 Marketingové sdělení Raiffeisenbank na webových stránkách



The image is a marketing banner for Raiffeisenbank. It features a bright yellow background. On the left, the text reads: "SPOŘICÍ ÚČET HIT PLUS S ÚROKEM 5,5 % P.A.? SAMOZŘEJMĚ." Below this, in smaller text, it says: "Zhodnocujte úspory vyšším úrokem. Po založení běžného účtu si Spořicí účet snadno sjednáte ve svém mobilním a internetovém bankovníctví." At the bottom left, there is a dark grey button with the text "CHCI SPOŘICÍ ÚČET". On the right side of the banner, the interest rate "5,5%" is written in a large, stylized, light blue font.

Zdroj: Raiffeisenbank (2023c)

Marketingové sdělení je propojeno s komunikačním konceptem Raiffeisenbank. Současný koncept Raiffeisenbank (2021) je založený na několika otázkách vždy s odpovědí, SAMOZŘEJMĚ. Banka chce klientům usnadňovat život a ukázat jim, že i svět financí jim může přinášet pozitivní emoce. Raiffeisenbank tak bylo upuštěno od dosavadní „černobílé“ komunikace, která měla oslovovat zejména klienty s vyššími příjmy. Současný koncept v souladu se strategií banky je zaměřován na mnohem širší cílovou skupinu. Ukazuje, že produkty a také vysoká kvalita služeb jsou určeny všem klientům, ne pouze těm prémiovým. Současný komunikační koncept je uplatňován od 20. září 2021, kdy byl spuštěn v televizním vysílání image spot a spot na osobní účty. Kampaň dále probíhala např. v online prostředí, na billboardech a v metru. Kampaň byla následně rozšiřována o další témata. Tento koncept je používán bankou do současnosti, jak je vidět na ukázce marketingového sdělení ohledně spořicího účtu. Nejprve je položena otázka: „*Spořicí účet HIT PLUS s úrokem 5,5 % p. a.?*“ a následuje odpověď „*SAMOZŘEJMĚ*“. Banka tak zdůrazňuje samozřejmost a jednoduchost, s jakou lze spořicí účet získat.

## 6 Závěr

Spořicí účty jsou nabízeny v současnosti většinou bank v České republice a mnoho lidí má dnes spořicí účet založený. Nejčastějším důvodem, proč si lidé spořicí účet zakládají, je tvorba finanční rezervy na nečekané výdaje. Druhým důvodem je zhodnocení peněžních prostředků, což souvisí především s růstem úrokových sazeb na spořicích účtech, kdy po mnoha letech, kdy byly úrokové sazby na těchto účtech velmi nízké, se koncem roku 2021 a zvláště v roce 2022 začaly rychle zvyšovat a u velké části bank se pohybovaly kolem 5 % p. a. Spořicí účty se tak staly zajímavým produktem pro snížení znehodnocení vkladů vlivem současné vysoké inflace. Zároveň se jedná o velice likvidní a bezrizikový bankovní produkt.

Diplomová práce se skládá z teoretické části a vlastní práce. v teoretické části je uveden vývoj od směnného obchodu až k prvním bezhotovostním penězům, které se ve vyspělých zemích začaly objevovat již koncem 19. století. Dále jsou popsány funkce a rizika peněz, kdy jejich základní funkcí je, že slouží jako prostředek směny a jejich největším rizikem je inflace, která je v současnosti vysoká a pohybuje se nad hranicí 15 %. Literární rešerše se dále zabývá peněžními agregáty, bankovním systémem v České republice, platebním stykem a druhy bankovních produktů, kdy je největší část věnována právě spořicím účtům, které jsou jedním z nejvýznamnějších bankovních produktů. Pozornost je též věnována skladbě čísla účtu, elektronickému bankovníctví, které je v současnosti hojně využíváno a budoucímu vývoji bankovníctví. Závěr teoretické části diplomové práce je věnován tvorbě dotazníku, modelu vícekriteriální analýzy variant a marketingovým sdělením.

Vlastní práce je rozdělena do dvou částí. První část se zabývá analýzou a zhodnocením současné situace na českém bankovním trhu v oblasti spořicích účtů. Pro analýzu je realizováno dotazníkové šetření a stanoveno 5 výzkumných otázek. Většina respondentů (87,55 %) má v současné době založený spořicí účet, a to nejčastěji u České spořitelny (17,57 %), která je největší bankou v České republice. Dále se jedná např. o ČSOB (14,64 %), Raiffeisenbank (13,39 %) a Komerční banku (12,97 %). Respondenty je pokládán spořicí účet za výhodnější z krátkodobého hlediska (62,76 %) než z dlouhodobého, avšak významnou částí respondentů (38,91 %) je vnímán za výhodný též z dlouhodobého hlediska, což je nejspíše způsobeno tím, že spořicí účet dnes již není výhodný pouze jako prostředek k ukládání volných peněžních prostředků pro tvorbu finanční rezervy na

nečekané výdaje (65,27 %), ale též jako prostředek zhodnocení peněžních prostředků (42,68 %), právě z důvodu růstu úrokových sazeb, které je téměř dvěma třetinami respondentů (63,18 %) hodnoceno jako nejdůležitější kritérium u spořicího účtu a které se dnes u mnoha bank pohybují i nad hranicí 5 % p. a. Většina respondentů (86,61 %) má založený spořicí účet ve stejné bance jako běžný účet. Důvodem, proč jej mají založený v jiné bance, jsou nejčastěji lepší podmínky či právě výše úrokové sazby. Za největší výhodu spořicího účtu je považována nadpoloviční většinou respondentů (56,49 %) jeho likvidita, kdy převod peněžních prostředků trvá nejčastěji jen několik sekund (61,51 %). Na spořicí účet je respondenty nejčastěji spořeno pravidelně (43,51 %), v měsíční periodě (85,58 %) a nejčastěji je uložena částka od 2 001 Kč do 5 000 Kč (27,88 %). Příležitostně je respondenty spořeno nejčastěji, pokud jim volné peněžní prostředky zbývají (89,29 %).

Druhá část vlastní práce se zabývá výběrem a doporučením nejvýhodnějšího spořicího účtu dvěma fiktivním klientům. Nejprve je provedena komparace nabídky spořicích účtů u 4 bank, ve kterých má nejvíce respondentů založený spořicí účet. Jedná se o Českou spořitelnu, ČSOB, Raiffeisenbank a Komerční banku. Spořicí účty jsou porovnávány na základě kritérií stanovených v dotazníkovém šetření. Následně je spočítán model vícekritériální analýzy variant metodou AHP pro každého fiktivního klienta. Na základě výsledků modelu je jak pro fiktivní klientku, tak pro fiktivního klienta doporučen stejný spořicí účet, a to Spořicí účet HIT PLUS od Raiffeisenbank. Tento účet, přestože neposkytuje klientovi funkci spořicích obálek, kterou ale fiktivní klienti nehodnotili jako příliš důležitou, nabízí klientovi nejvyšší úrokovou sazbu a druhou nejvyšší horní výši částky, pro kterou platí vyšší úroková sazba. Ostatní spořicí účty jsou metodou AHP hodnoceny pro fiktivní klienty jako méně výhodné, a to ve stejném pořadí. Na druhém místě je Spoření s bonusem od ČSOB, následuje Spoření České spořitelny a na posledním místě se umístilo KB Spořicí konto Bonus od Komerční banky.

Závěrem lze konstatovat, že velká část Čechů má v současné době založený spořicí účet a je možné sledovat trend přesunu volných peněžních prostředků z běžných účtů s nízkou úrokovou sazbou na spořicí účty. Ty se v současné době staly velmi atraktivním produktem pro mnoho lidí, ať již z důvodu růstu úrokových sazeb, vysoké likviditě, či nízkému riziku vyplývajícímu z pojištění bankovních vkladů.

## 7 Seznam použitých zdrojů

### Knižní zdroje

- ČERNOHORSKÝ, Jan, 2020. *Finance: od teorie k realitě*. Praha: Grada Publishing. Finance (Grada). ISBN 978-80-271-2215-8.
- DVOŘÁK, Petr, 1999. *Komerční bankovníctví pro bankéře a klienty*. První vydání. Praha: Linde. Praktické příručky (Linde). ISBN 80-720-1141-3.
- FORET, Miroslav, MELAS, Dávid, 2021. *Marketingový výzkum v udržitelném marketingovém managementu*. První vydání. Praha: Grada. ISBN 978-80-271-1723-9.
- HRBKOVÁ, Jana, 2020. *Společenské vědy pro techniky: Ekonomie, právo, politologie*. 2., aktualizované a rozšířené vydání. Praha: Grada Publishing. Expert (Grada). ISBN 978-80-271-2876-1.
- JÍLEK, Josef, 2013. *Finance v globální ekonomice I.: Peníze a platební styk*. První vydání. Praha: Grada. Finanční trhy a instituce. ISBN 978-80-247-3893-2.
- KALABIS, Zbyněk, 2012. *Základy bankovníctví: bankovní obchody, služby, operace a rizika*. První vydání. Brno: BizBooks. ISBN 978-80-265-0001-8.
- KARLÍČEK, Miroslav, 2016. *Marketingová komunikace: jak komunikovat na našem trhu*. 2., aktualizované a doplněné vydání. Praha: Grada Publishing. ISBN 978-802-4757-698.
- KARLÍČEK, Miroslav, 2018. *Základy marketingu*. 2., přepracované a rozšířené vydání. Praha: Grada. ISBN 978-80-247-5869-5.
- KISLINGEROVÁ, Eva, 2010. *Manažerské finance*. 3. vydání. V Praze: C.H. Beck. Beckova edice ekonomie. ISBN 978-807-4001-949.
- KOTLER, Philip, 2007. *Moderní marketing*. Praha: Grada. ISBN 978-802-4715-452.
- KOZEL, Roman, MYNÁŘOVÁ, Lenka, SVOBODOVÁ, Hana, 2011. *Moderní metody a techniky marketingového výzkumu*. První vydání. Praha: Grada. Expert (Grada). ISBN 978-802-4735-276.
- MÁČE, Miroslav, 2006. *Platební styk: klasický a elektronický*. První vydání. Praha: Grada. Osobní a rodinné finance. ISBN 80-247-1725-5.
- MEJSTRÍK, Michal, PEČENÁ, Magda, TEPLÝ, Petr, 2014. *Bankovníctví v teorii a praxi*. 1. vydání. Praha: Karolinum. ISBN 978-80-246-2870-7.
- POLOUČEK, Stanislav, 2006. *Bankovníctví*. 1. vydání. Praha: C.H. Beck. Beckovy ekonomické učebnice. ISBN 80-717-9462-7.
- POLOUČEK, Stanislav, 2013. *Bankovníctví*. 2. vyd. Praha: C.H. Beck. Beckovy ekonomické učebnice. ISBN 978-80-7400-491-9.

- PŘIKRYLOVÁ, Jana, 2019. *Moderní marketingová komunikace*. 2., zcela přepracované vydání. Praha: Grada Publishing. Expert (Grada). ISBN 978-80-271-0787-2.
- PTATSCHEKOVÁ, Jitka, DITTRICHOVÁ, Jaroslava, 2013. *Dvacet let české koruny: na pozadí vývoje obchodního bankovníctví v České republice* [online]. První vydání. Praha: Grada [cit. 2023-01-08]. ISBN 978-802-4746-814.
- RADOVÁ, Jarmila, DVOŘÁK, Petr, MÁLEK, Jiří, 2013. *Finanční matematika pro každého*. 8., rozš. vyd. Praha: Grada. Finance (Grada). ISBN 978-802-4748-313.
- REJNUŠ, Oldřich, 2014. *Finanční trhy*. 4., aktualiz. a rozš. vyd. Praha: Grada. Partners. ISBN 978-802-4736-716.
- REVENDA, Zbyněk a KOL., 2012. *Peněžní ekonomie a bankovníctví*. 5., aktualiz. vyd. Praha: Management Press. ISBN 978-80-7261-240-6.
- SCHLOSSBERGER, Otakar, 2012. *Platební služby*. První vydání. Praha: Management Press. ISBN 978-80-7261-238-3.
- SOUKUP, Jindřich, POŠTA, Vít, NESET, Pavel, PAVELKA, Tomáš, 2022. *Makroekonomie* [online]. 4. aktualizované vydání. Praha: Management Press [cit. 2023-01-07]. ISBN 978-807-2615-964.
- SYROVÝ, Petr, NOVOTNÝ, Martin, 2003. *Osobní a rodinné finance*. První vydání. Praha: Grada. Osobní a rodinné finance. ISBN 80-247-0478-1.
- SYROVÝ, Petr, TYL, Tomáš, 2020. *Osobní finance: řízení financí pro každého*. 3. aktualizované vydání. Praha: Grada Publishing. Finance (Grada). ISBN 978-802-7128-860.
- ŠUBRT, Tomáš, 2015. *Ekonomicko-matematické metody*. 2. upravené vydání. Plzeň: Vydavatelství a nakladatelství Aleš Čeněk. ISBN 978-807-3805-630.
- ŠVECOVÁ, Lenka, VEBER, Jaromír, 2021. *Produkční a provozní management*. První vydání. Praha: Grada Publishing. Expert (Grada). ISBN 978-80-271-1385-9.
- TAHAL, Radek, 2017. *Marketingový výzkum: postupy, metody, trendy*. První vydání. Praha: Grada Publishing. Expert (Grada). ISBN 978-802-7102-068.
- VOCHOZKA, Marek, 2021. *Finance podniku: komplexní pojetí*. První vydání. Praha: Grada Publishing. Finanční řízení. ISBN 978-80-271-3267-6.

## Elektronické knižní zdroje

- BERÁNEK, Jaromír, 2013. *Moderní řízení hotelového provozu* [online]. 5., zcela přeprac. vyd. Praha: MAG Consulting [cit. 2023-03-09]. ISBN 978-80-86724-45-4. Dostupné z: <https://books.google.cz/books?id=Uv1BDQAAQBAJ&pg=PA136&dq=Marketing+je+soci%C3%A1ln%C3%AD+a+mana%C5%BEersk%C3%BD+proces&hl=cs&sa=X&ved=2ah>

UKEwjUuMqIos\_9AhWmcvEDHe0HDzAQ6AF6BAgGEAI#v=onepage&q=Marketing%20je%20soci%C3%A1ln%C3%AD%20a%20mana%C5%BEersk%C3%BD%20proces&f=false

BLAŽEK, Lukáš, VRABCOVÁ, Pavla, 2019. *Finanční gramotnost* [online]. První vydání. Praha: Vysoká škola ekonomie a managementu [cit. 2022-09-28]. ISBN 978-80-88330-33-2. Dostupné z:  
<https://books.google.cz/books?id=walcEAAAQBAJ&pg=PA52&dq=%C4%8D%C3%ADslo+%C3%BA%C4%8Dtu&hl=cs&sa=X&ved=2ahUKEwjJf-hrj6AhUF-qQKHQ13DCsQ6AF6BAgLEAI#v=onepage&q=%C4%8D%C3%ADslo%20%C3%BA%C4%8Dtu&f=false>

BURDA, Karel, 2019. *Kryptografie okolo nás* [online]. 1. vydání. Praha: CZ.NIC, z.s. p.o. [cit. 2023-01-20]. CZ.NIC. ISBN 978-80-88168-49-2. Dostupné z:  
<https://books.google.cz/books?id=6PudEAAAQBAJ&pg=PT126&dq=internetov%C3%A9+bankovnictv%C3%AD&hl=cs&sa=X&ved=2ahUKEwi9xL7miLj8AhUphP0HHQjwAdkQ6AF6BAgEEAI#v=onepage&q=internetov%C3%A9%20bankovnictv%C3%AD&f=false>

FOTR, Jiří, SOUČEK, Ivan, 2011. *Investiční rozhodování a řízení projektů: jak připravovat, financovat a hodnotit projekty, řídit jejich riziko a vytvářet portfolio projektů* [online]. První vydání. Praha: Grada [cit. 2023-02-16]. Expert (Grada). ISBN 978-80-247-3293-0. Dostupné z:  
<https://books.google.cz/books?id=giyi27eKHMwC&pg=PA313&dq=saatyho+metoda&hl=cs&sa=X&ved=2ahUKEwjSh4rU-pn9AhU5hv0HHW62DYkQ6AF6BAgCEAI#v=onepage&q=saatyho%20metoda&f=false>

FOTR, Jiří, SOUČEK, Ivan, 2015. *Tvorba a řízení portfolia projektů: jak optimalizovat, řídit a implementovat investiční a výzkumný program* [online]. První vydání. Praha: Grada Publishing [cit. 2023-02-16]. Expert (Grada). ISBN 978-80-247-5275-4. Dostupné z:  
<https://books.google.cz/books?id=i8tuCwAAQBAJ&pg=PA206&dq=saatyho+metoda&hl=cs&sa=X&ved=2ahUKEwjSh4rU-pn9AhU5hv0HHW62DYkQ6AF6BAgGEAI#v=onepage&q=saatyho%20metoda&f=false>

JADERNÁ, Eva, VOLFOVÁ, Hana, 2021. *Moderní retail marketing* [online]. Praha: Grada Publishing [cit. 2023-03-09]. Expert (Grada). ISBN 978-80-271-1384-2. Dostupné z: <https://books.google.cz/books?id=X7htEAAAQBAJ&pg=SA2-PA81&dq=integrovan%C3%A1+marketingov%C3%A1+komunikace&hl=cs&sa=X&ved=2ahUKEwj9-c2L4K79AhX87bsIHQuNDh84FBD0AXoECAgQA#v=onepage&q=integrovan%C3%A1%20marketingov%C3%A1%20komunikace&f=false>

JAKUBÍKOVÁ, Dagmar, VILDOVÁ, Eliška, JANEČEK, Petr, TLUČHOŘ, Jan, 2019. *Lázeňství: management a marketing* [online]. Praha: Grada Publishing [cit. 2023-03-02]. Expert (Grada). ISBN 978-80-271-2461-9. Dostupné z:  
[https://books.google.cz/books?id=cGrBDwAAQBAJ&pg=PA322&dq=integrovan%C3%BD+marketingov%C3%BD+mix&hl=cs&sa=X&ved=2ahUKEwi0n8KX\\_rz9AhV3Q\\_EDHeK6ApcQ6AF6BAgJEAI#v=onepage&q=integrovan%C3%BD%20marketingov%C3%BD%20mix&f=false](https://books.google.cz/books?id=cGrBDwAAQBAJ&pg=PA322&dq=integrovan%C3%BD+marketingov%C3%BD+mix&hl=cs&sa=X&ved=2ahUKEwi0n8KX_rz9AhV3Q_EDHeK6ApcQ6AF6BAgJEAI#v=onepage&q=integrovan%C3%BD%20marketingov%C3%BD%20mix&f=false)

KORECKÝ, Michal, TRKOVSKÝ, Václav, 2011. *Management rizik projektů: se zaměřením na projekty v průmyslových podnicích* [online]. První vydání. Praha: Grada [cit. 2023-02-16]. Expert (Grada). ISBN 978-80-247-3221-3. Dostupné z: [https://books.google.cz/books?id=AAhbAgAAQBAJ&pg=PA328&dq=metoda+AHP&hl=cs&sa=X&ved=2ahUKEwi\\_5InghZr9AhWmiv0HHX-rC3sQ6AF6BAgIEAI#v=onepage&q=metoda%20AHP&f=false](https://books.google.cz/books?id=AAhbAgAAQBAJ&pg=PA328&dq=metoda+AHP&hl=cs&sa=X&ved=2ahUKEwi_5InghZr9AhWmiv0HHX-rC3sQ6AF6BAgIEAI#v=onepage&q=metoda%20AHP&f=false)

REICHEL, Jiří, 2009. *Kapitoly metodologie sociálních výzkumů* [online]. První vydání. Praha: Grada [cit. 2023-02-16]. Sociologie (Grada). ISBN 978-80-247-3006-6. Dostupné z: [https://books.google.cz/books?id=1rO-AgAAQBAJ&pg=PA149&dq=nomin%C3%A1ln%C3%AD+a+kardin%C3%A1ln%C3%AD+informace&hl=cs&sa=X&ved=2ahUKEwi-4cvRw5r9AhXS\\_rsIHf3uBBkQ6AF6BAgCEAI#v=onepage&q=nomin%C3%A1ln%C3%AD%20a%20kardin%C3%A1ln%C3%AD%20informace&f=false](https://books.google.cz/books?id=1rO-AgAAQBAJ&pg=PA149&dq=nomin%C3%A1ln%C3%AD+a+kardin%C3%A1ln%C3%AD+informace&hl=cs&sa=X&ved=2ahUKEwi-4cvRw5r9AhXS_rsIHf3uBBkQ6AF6BAgCEAI#v=onepage&q=nomin%C3%A1ln%C3%AD%20a%20kardin%C3%A1ln%C3%AD%20informace&f=false)

REŽŇÁKOVÁ, Mária, 2012. *Efektivní financování rozvoje podnikání* [online]. První vydání. Praha: Grada [cit. 2022-07-16]. Finance (Grada). ISBN 978-80-247-1835-4. Dostupné z: [https://books.google.cz/books?id=zI\\_GUZQTvFAC&printsec=frontcover&dq=Efektivn%C3%AD+financov%C3%A1n%C3%AD+rozvoje+podnik%C3%A1n%C3%AD&hl=cs&sa=X&redir\\_esc=y#v=onepage&q=Efektivn%C3%AD%20financov%C3%A1n%C3%AD%20rozvoje%20podnik%C3%A1n%C3%AD&f=false](https://books.google.cz/books?id=zI_GUZQTvFAC&printsec=frontcover&dq=Efektivn%C3%AD+financov%C3%A1n%C3%AD+rozvoje+podnik%C3%A1n%C3%AD&hl=cs&sa=X&redir_esc=y#v=onepage&q=Efektivn%C3%AD%20financov%C3%A1n%C3%AD%20rozvoje%20podnik%C3%A1n%C3%AD&f=false)

SCHOLLEOVÁ, Hana, 2009. *Investiční controlling: jak hodnotit investiční záměry a řídit podnikové investice* [online]. První vydání. Praha: Grada [cit. 2023-02-16]. Prosperita firmy. ISBN 978-80-247-2952-7. Dostupné z: [https://books.google.cz/books?id=hW9aAgAAQBAJ&pg=PA40&dq=dominuj%C3%ADc%C3%AD+varianta&hl=cs&sa=X&ved=2ahUKEwidiv3qu5r9AhXI\\_7sIHWyEDssQ6AF6BAgEEAI#v=onepage&q=dominuj%C3%ADc%C3%AD%20varianta&f=false](https://books.google.cz/books?id=hW9aAgAAQBAJ&pg=PA40&dq=dominuj%C3%ADc%C3%AD+varianta&hl=cs&sa=X&ved=2ahUKEwidiv3qu5r9AhXI_7sIHWyEDssQ6AF6BAgEEAI#v=onepage&q=dominuj%C3%ADc%C3%AD%20varianta&f=false)

SKUTIL, Martin, 2011. *Základy pedagogicko-psychologického výzkumu pro studenty učitelství* [online]. Praha: Portál [cit. 2023-01-31]. ISBN 978-80-7367-778-7. Dostupné z: <https://books.google.cz/books?id=DdPTDwAAQBAJ&pg=PA53&dq=za%C4%8Dn%C4%9Bte+v%C3%BDzkumnou+ot%C3%A1zku+slovy+E2%80%9Eco%E2%80%9C+a+E2%80%9Ejak%E2%80%9C&hl=cs&sa=X&ved=2ahUKEwj9osnGku38AhVLposKHZ2UDSUQ6AF6BAgEEAI#v=onepage&q=za%C4%8Dn%C4%9Bte%20v%C3%BDzkumnou%20ot%C3%A1zku%20slovy%E2%80%9Eco%E2%80%9C%20a%20%E2%80%9Ejak%E2%80%9C&f=false>

SRPOVÁ, Jitka, 2020. *Začínáme podnikat: s případovými studii začínajících podnikatelů* [online]. První vydání. Praha: Grada Publishing [cit. 2023-03-09]. Expert (Grada). ISBN 978-80-271-2253-0. Dostupné z: [https://books.google.cz/books?id=\\_MIOEAAAQBAJ&pg=PT50&dq=integrovan%C3%A1+marketingov%C3%A1+komunikace&hl=cs&sa=X&ved=2ahUKEwjtfal4K79AhWMgP0HHU7\\_AJM4HhDoAXoECAkQAg#v=onepage&q=integrovan%C3%A1%20marketingov%C3%A1%20komunikace&f=false](https://books.google.cz/books?id=_MIOEAAAQBAJ&pg=PT50&dq=integrovan%C3%A1+marketingov%C3%A1+komunikace&hl=cs&sa=X&ved=2ahUKEwjtfal4K79AhWMgP0HHU7_AJM4HhDoAXoECAkQAg#v=onepage&q=integrovan%C3%A1%20marketingov%C3%A1%20komunikace&f=false)

ŠOBA, Oldřich, ŠIRŮČEK, Martin, 2017. *Finanční matematika v praxi* [online]. 2., aktualizované a rozšířené vydání. Praha: Grada Publishing [cit. 2022-08-20]. Partners. ISBN 978-80-271-0250-1. Dostupné z:

<https://books.google.cz/books?id=fOS4DwAAQBAJ&pg=PT121&dq=spot%C5%99ebitel sk%C3%BD+%C3%BAv%C4%9Br&hl=cs&sa=X&ved=2ahUKEwjY47-589X5AhV7xQIHHVRPAQ84ChDoAXoECAQQAg#v=onepage&q=spot%C5%99ebitels k%C3%BD%20%C3%BAv%C4%9Br&f=false>

## Internetové zdroje

Barometr oblíbenosti spoření: drahé kovy a spořicí účty táhnou, 2022. In: *Asociace českých stavebních spořitelny* [online]. Praha [cit. 2023-01-30]. Dostupné z: <https://www.acss.cz/cz/novinky/barometr-oblíbenosti-spořeni-drahe-kovy-a-sporici-ucty-tahnou/>

Bonusové úročení zůstatku na Spořicí účet HIT PLUS, 2022b. In: *Raiffeisenbank* [online]. Praha [cit. 2023-02-01]. Dostupné z: <https://www.rb.cz/attachments/pi/sporeni/pravidla-reklamni-akce-hit-plus.pdf>

BUDÍN, Jan, 2022. Equa bank se v listopadu 2022 změnila na Raiffeisenbank. In: *Banky.cz* [online]. Praha [cit. 2023-02-02]. Dostupné z: <https://www.banky.cz/clanky/equa-bank-se-v-listopadu-zmeni-na-raiffeisenbank-co-ceka-klienty/>

BUREŠ, Michal, 2022. Srovnání spořicí účtů v listopadu: kde úroková sazba přesáhne 6 %?. In: *Finance.cz* [online]. Praha [cit. 2023-01-29]. Dostupné z: <https://www.finance.cz/543769-srovnani-sporicich-uctu-podzim-2022/>

BUREŠ, Vladislav, 2022. *Informace o spořicí účtech*. Ústní sdělení. Jičín [cit. 2022-09-05]: ředitel pobočky Komerční banky.

Ceník pro Spoření České spořitelny, 2023c. In: *Česká spořitelna* [online]. Praha [cit. 2023-02-01]. Dostupné z: [https://www.csas.cz/banka/content/inet/internet/cs/cenik\\_sporeni\\_cs\\_r.pdf](https://www.csas.cz/banka/content/inet/internet/cs/cenik_sporeni_cs_r.pdf)

Co byste měli vědět o úvěrech, 2022. In: *Zlatá koruna* [online]. Praha [cit. 2022-09-02]. Dostupné z: <http://www.zlatakoruna.info/financni-produkty/uvery/info>

Co je kontokorent a jak funguje, 2022b. In: *KB* [online]. Praha [cit. 2022-07-16]. Dostupné z: <https://www.kb.cz/cs/obcane/kb-radce/chytre-na-pujcky/co-je-kontokorent-a-jak-funguje>

Co je termínovaný vklad?, 2022b. In: *Moneta.cz* [online]. Praha [cit. 2022-07-11]. Dostupné z: <https://www.moneta.cz/slovník-pojmu/detail/co-je-terminovany-vklad>

Co je to spořicí účet a jak funguje?, 2022. In: *Finance.cz* [online]. Praha [cit. 2022-07-10]. Dostupné z: <https://www.finance.cz/ucty-a-spořeni/sporici-ucty-a-vklady/abeceda-sporicich-uctu/co-je-to-sporici-ucet/>

Co je to spořicí účet a k čemu je dobrý?, 2019. In: *Banky.cz* [online]. [cit. 2022-07-09]. Dostupné z: <https://www.banky.cz/clanky/co-je-to-sporici-ucet-a-k-cemu-je-dobry/>



Co jsou a jak fungují spořicí obálky?, 2023e. In: *Česká spořitelna* [online]. Praha [cit. 2023-02-01]. Dostupné z: <https://www.csas.cz/cs/caste-dotazy/co-jsou-a-jak-funguji-sporici-obalky>

CORNEILLE, O., D'HONDT, C., DE WINNE, R., EFENDIC, E., TODOROVIC, A., 2021. What leads people to tolerate negative interest rates on their savings?. *Journal of Behavioral and Experimental Economics* [online]. Web of Science, **93** [cit. 2023-01-22]. ISSN 22148043. Dostupné z: doi:10.1016/j.socec.2021.101714

Česká národní banka, 2018. In: *Historie ČNB* [online]. Praha [cit. 2022-06-01]. Dostupné z: [https://www.historie.cnb.cz/cs/dejiny\\_institute/ceska\\_narodni\\_bank/](https://www.historie.cnb.cz/cs/dejiny_institute/ceska_narodni_bank/)

Číselník kódů platebního styku v České republice: Verze: 225, 2022c. In: *ČNB* [online]. Praha [cit. 2022-09-29]. Dostupné z: [https://www.cnb.cz/export/sites/cnb/cs/platebni-styk/.galleries/ucty\\_kody\\_bank/download/kody\\_bank\\_CR.pdf](https://www.cnb.cz/export/sites/cnb/cs/platebni-styk/.galleries/ucty_kody_bank/download/kody_bank_CR.pdf)

DIGI novinky: Spořicí obálky jsou tady, 2022b. In: *ČSOB* [online]. Praha [cit. 2023-01-21]. Dostupné z: <https://www.csob.cz/portal/v-obraze/blog/clanky/digi-novinky-sporici-obalky-jsou-tady>

DLUBALOVÁ, Klára, 2021. Bankovní identitu má skoro polovina Čechů. Roste i zájem o datové schránky. In: *Ministerstvo vnitra České republiky* [online]. Praha [cit. 2023-02-14]. Dostupné z: <https://www.mvcr.cz/clanek/bankovni-identitu-ma-skoro-polovina-cechu-roste-i-zajem-o-datove-schranky.aspx>

Domácnosti - obyvatelstvo (rezidenti) - Vklady podle druhového hlediska (Kč+cizí měna), 2023. In: *ČNB ARAD* [online]. Praha [cit. 2023-02-23]. Dostupné z: [https://www.cnb.cz/cnb/STAT.ARADY\\_PKG.VYSTUP?p\\_period=1&p\\_sort=2&p\\_des=50&p\\_sestuid=44876&p\\_uka=1%2C2%2C3%2C4&p\\_strid=AABCAE&p\\_od=199301&p\\_do=202212&p\\_lang=CS&p\\_format=0&p\\_decsep=%2C](https://www.cnb.cz/cnb/STAT.ARADY_PKG.VYSTUP?p_period=1&p_sort=2&p_des=50&p_sestuid=44876&p_uka=1%2C2%2C3%2C4&p_strid=AABCAE&p_od=199301&p_do=202212&p_lang=CS&p_format=0&p_decsep=%2C)

Doplňkové penzijní spoření, 2022a. In: *Česká spořitelna* [online]. Praha [cit. 2022-11-15]. Dostupné z: <https://www.csas.cz/cs/osobni-finance/sporeni/doplnekove-penzijni-sporeni>

DOSKOČILOVÁ, Veronika, 2021. Tajemství čísla účtu. Klíčem pro banky je 11. In: *Peníze.cz* [online]. Praha [cit. 2022-09-29]. Dostupné z: <https://www.penize.cz/osobni-ucty/424173-tajemstvi-cisla-uctu-klicem-pro-banky-je-11>

Fakta a výsledky, 2023b. In: *KB* [online]. Praha [cit. 2023-02-02]. Dostupné z: <https://www.kb.cz/cs/o-bance/vse-o-kb/fakta-a-vysledky>

Historie KB, 2023a. In: *KB* [online]. Praha [cit. 2023-02-02]. Dostupné z: <https://www.kb.cz/cs/o-bance/vse-o-kb/kb-historie>

HOLUBOVÁ, Jana, 2022. *Informace o kreditních kartách*. Ústní sdělení. Jičín [cit. 2022-08-25]: bankovní poradkyně pobočky Komerční banky.

HOVORKOVÁ, Kateřina, 2021. Banky ve velkém zvyšují úroky na spořicíh účtech. Podívejte se, kde dostanete nejvíc. In: *Aktuálně.cz* [online]. Praha [cit. 2023-01-29]. Dostupné z: <https://zpravy.aktualne.cz/finance/banky-ve-velkem-zvysuji-uroky-na-sporicich-uctech-na-inflaci/r~34f4d5bc493511ec9106ac1f6b220ee8/>

CHARVÁTOVÁ, Pavlína, 2022. *Informace o spořicíh účtech*. Ústní sdělení. Jičín [cit. 2022-08-30]: bankovní poradkyně pobočky Komerční banky.

CHARVÁTOVÁ, Pavlína, 2022. *Informace o doplňkovém penzijním spoření*. Ústní sdělení. Jičín [cit. 2022-08-30]: bankovní poradkyně pobočky Komerční banky.

IBAN – mezinárodní formát čísla účtu, 2022d. In: ČNB [online]. Praha [cit. 2022-09-29]. Dostupné z: <https://www.cnb.cz/cs/platebni-styk/iban/iban-mezinarodni-format-cisla-uctu/index.html>

IBAN – mezinárodní formát čísla účtu, 2022d. In: ČNB [online]. Praha [cit. 2022-09-29]. Dostupné z: <https://www.cnb.cz/cs/platebni-styk/iban/iban-mezinarodni-format-cisla-uctu/index.html>

Inflace - druhy, definice, tabulky, 2023. In: ČSÚ [online]. Praha [cit. 2023-01-31]. Dostupné z: [https://www.czso.cz/csu/czso/mira\\_inflace](https://www.czso.cz/csu/czso/mira_inflace)

Jáchymov, 2022. In: *Stříbrňák.cz* [online]. [cit. 2022-06-02]. Dostupné z: <http://stribrnak.cz/mincovna-jachymov/>

Jak funguje spořicí účet, termínovaný vklad a Duo Profit?, 2022a. In: ČSOB [online]. Praha [cit. 2022-07-09]. Dostupné z: [https://www.csob.cz/portal/v-obraze/blog/clanky/jak-funguje-sporici-ucet-terminovany-vklad-a-duo-profit?bid1=ps-RET-CSOB-duoprofit-2CSB0017I|25|txt|kws|csob~nonbrand~duoprofit-22w10-Eta-google-red170017454&gclid=EAIaIQobChMI99C\\_uP\\_r-AIVloXVCh3W-w16EAAYAiAAEgL2fPD\\_BwE](https://www.csob.cz/portal/v-obraze/blog/clanky/jak-funguje-sporici-ucet-terminovany-vklad-a-duo-profit?bid1=ps-RET-CSOB-duoprofit-2CSB0017I|25|txt|kws|csob~nonbrand~duoprofit-22w10-Eta-google-red170017454&gclid=EAIaIQobChMI99C_uP_r-AIVloXVCh3W-w16EAAYAiAAEgL2fPD_BwE)

Jak funguje spořicí účet?, 2022a. In: *Moneta.cz* [online]. Praha [cit. 2022-07-09]. Dostupné z: <https://www.moneta.cz/caste-dotazy/odpoved/jak-funguje-sporici-ucet->

Jak funguje stavební spoření?, 2022c. In: *Moneta.cz* [online]. Praha [cit. 2022-07-12]. Dostupné z: <https://www.moneta.cz/caste-dotazy/odpoved/jak-funguje-stavebni-sporeni->

Jaké peníze ukládat na spořicí účet? Dlouhodobé úspory rozhodně ne!, 2020. In: *Banky.cz* [online]. [cit. 2023-01-29]. Dostupné z: <https://www.banky.cz/clanky/jake-penize-ukladat-na-sporici-ucet-dlouhodobе-uspory-rozhodne-ne/>

Jakou změnu v placení přinese 3D Secure 2.0?, 2019. In: *GoPay* [online]. Planá [cit. 2023-01-21]. Dostupné z: <https://www.gopay.com/blog/jakou-zmenu-v-placeni-prinese-3d-secure-2-0/>

Jaký je rozdíl mezi spořicíh účtem a termínovaným vkladem?, 2021. In: *Bankovní poplatky* [online]. [cit. 2022-09-17]. Dostupné z: <https://www.bankovnipoplatky.cz/dtest-jaky-je-rozdil-mez-sporicim-uctem-a-terminovanim-vkladem-39103>

Kdo jsme, 2023a. In: *Česká spořitelna* [online]. Praha [cit. 2023-02-02]. Dostupné z: <https://www.csas.cz/cs/o-nas/kdo-jsme>

KHATTRI, Vipin, SINGH, Deepak, Kumar, 2019. Implementation of an Additional Factor for Secure Authentication in Online Transactions. *Journal of Organizational Computing*

*and Electronic Commerce* [online]. Web of Science, **29**(4), 258-273 [cit. 2023-01-22]. ISSN 1091-9392. Dostupné z: doi:10.1080/10919392.2019.1633123

KOĐOUSKOVÁ, Barbora, 2021. Marketing a cílová skupina: definice a persony. In: *Rascasone* [online]. Praha [cit. 2023-03-17]. Dostupné z: <https://www.rascasone.com/cs/blog/marketing-cilova-skupina-persony>

Komoditní peníze, 2022a. In: *KB* [online]. Praha [cit. 2022-06-05]. Dostupné z: <https://www.kb.cz/cs/podpora/slovník/vyrazy-zacinajici-na-k/komoditni-penize>

Konto Bonus, 2023d. In: *KB* [online]. Praha [cit. 2023-02-01]. Dostupné z: <https://www.kb.cz/cs/obcane/sporeni/sporici-ucty-a-terminovane-ucty/konto-bonus>

Kreditní vs. debetní karta: V čem je rozdíl a které kartě dát přednost?, 2021. In: *Česká spořitelna* [online]. Praha [cit. 2022-11-15]. Dostupné z: <https://www.csas.cz/cs/blog/clanky/kreditni-vs-debetni-karta-v-cem-je-rozdil-a-kttere-karte-dat-prednost>

Makroekonomická prognóza ČBA 1Q 23, 2023. In: *ČBA* [online]. Praha [cit. 2023-02-23]. Dostupné z: <https://cbaonline.cz/makroekonomicka-prognoza-cba-1q-23>

METS, Olesya, 2022. Jak založit bankovní účet online: Průvodce pro rok 2023. In: *Wise* [online]. [cit. 2023-01-21]. Dostupné z: <https://wise.com/cz/blog/bankovni-ucet-online>

Míra inflace, 2022. In: *ČSÚ* [online]. Praha [cit. 2022-06-04]. Dostupné z: [https://www.czso.cz/csu/czso/mira\\_inflace\\_animovany\\_graf](https://www.czso.cz/csu/czso/mira_inflace_animovany_graf)

MOLEK, Jan, 2018. How profitable are savings in the third voluntary pillar of the Czech pension system?. *Kontakt* [online]. Scopus, **20**(2), 201-208 [cit. 2023-01-22]. ISSN 12124117. Dostupné z: doi:10.1016/j.kontakt.2018.01.001

MRÓZ-GORGOŃ, Barbara, WODO, Wojciech, ANDRYCH, Anna, CABAN-PIASKOWSKA, Katarzyna, KOZYRA, Cyprian, 2022. Biometrics Innovation and Payment Sector Perception. *Sustainability* [online]. Web of Science, **14**(15) [cit. 2023-01-22]. ISSN 2071-1050. Dostupné z: doi:10.3390/su14159424

Nejlepší bankou roku 2022 se stala Raiffeisenbank, 2022a. In: *Raiffeisenbank* [online]. Praha [cit. 2023-02-02]. Dostupné z: <https://www.rb.cz/informacni-servis/pro-media/tiskove-zpravy/tiskove-zpravy-2022/tiskove-zpravy-202211/02112022-banka-roku>

O ČSOB a skupině: Informace o řízení a obchodní činnosti společností, 2023a. In: *ČSOB* [online]. Praha [cit. 2023-02-02]. Dostupné z: <https://www.csob.cz/portal/csob/o-csob-a-skupine>

Oznámení Komerční banky, a.s. o úrokových sazbách v českých korunách, 2023e. In: *KB* [online]. Praha [cit. 2023-02-01]. Dostupné z: <https://www.kb.cz/getmedia/2289edc2-3e81-4d79-b63f-299abe422bcc/kb-urokove-sazby-czk.pdf.aspx>

Penzijní spoření, 2022. In: *Banky.cz* [online]. Praha [cit. 2022-11-15]. Dostupné z: <https://www.banky.cz/prehled-a-porovnaní/penzijni-sporeni/>

Plus účet České spořitelny, 2023d. In: *Česká spořitelna* [online]. Praha [cit. 2023-02-01]. Dostupné z: <https://www.csas.cz/cs/osobni-finance/ucty-karty/ucet-plus>

Pobočky a bankomaty, 2023c. In: *KB* [online]. Praha [cit. 2023-02-02]. Dostupné z: <https://www.kb.cz/cs/pobocky-a-bankomaty?type=2&view=list&center=49.807346%2C15.471386&zoom=7>

Pobočky a bankomaty, 2023b. In: *Raiffeisenbank* [online]. Praha [cit. 2023-02-02]. Dostupné z: <https://www.rb.cz/o-nas/kontakty/pobocky-a-bankomaty?atm=true&text=&branchSegment=PERSONALFINANCE&openNow=false&openEveningsOrWeekend=false&barrierfree=false&cashDesk=false&depositAtm=false&contactlessAtm=false>

Polovina Čechů může spořit maximálně 2000 Kč měsíčně, 2022. In: *Peníze.cz* [online]. Praha [cit. 2023-01-31]. Dostupné z: <https://www.penize.cz/sporeni/433832-polovina-cechu-muze-sporit-maximalne-2000-kc-mesicne>

Pro ukládání peněz Češi nejvíce využívají spořicí účty, 2018. In: *Investujeme* [online]. Praha [cit. 2023-01-31]. Dostupné z: <https://www.investujeme.cz/tiskove-zpravy/pro-ukladani-penez-cesi-nejvice-vyuzivaji-sporici-ucty/>

Průzkum ČBA: Češi, digitalizace a el. bankovníctví 2021, 2021. In: *ČBA* [online]. Praha [cit. 2023-01-20]. Dostupné z: <https://cbaonline.cz/pruzkum-cba-cesi-digitalizace-a-el-bankovnictvi-2021>

Průzkum Ušetřeno.cz: Dvě třetiny Čechů mají spořicí účty jako investici, 2019. In: *Bankovníctví* [online]. Praha [cit. 2023-01-30]. Dostupné z: <https://www.bankovnictvionline.cz/neprehlednete/pruzkum-usetrenocz-dve-tretiny-cechu-maji-sporici-ucty-jako-investici>

Průzkum: Češi si doma nechávají stále menší hotovost, 2022. In: *ČTK České noviny* [online]. Praha [cit. 2023-01-31]. Dostupné z: <https://www.ceskenoviny.cz/zpravy/pruzkum-cesi-si-doma-nechavaji-stale-mensi-hotovost/2288729>

Průzkum: U spořicího účtu je nejdůležitější výše úrokové sazby, 2020. In: *Investujeme* [online]. Praha [cit. 2023-01-31]. Dostupné z: <https://www.investujeme.cz/tiskove-zpravy/pruzkum-u-sporiciho-uctu-je-nejdulezitejsi-vyse-urokove-sazby/>

Raiffeisenbank představuje nový komunikační koncept SAMOZŘEJMĚ, 2021. In: *Raiffeisenbank* [online]. Praha [cit. 2023-03-17]. Dostupné z: <https://www.rb.cz/informacni-servis/pro-media/tiskove-zpravy/tiskove-zpravy-2021/tiskove-zpravy-202109/20092021-koncept-samozrejme>

Rozdíl mezi kreditní a debetní kartou, 2022c. In: *KB* [online]. Praha [cit. 2022-11-15]. Dostupné z: <https://www.kb.cz/cs/obcane/kb-radce/chytre-na-pujcky/rozdil-mezi-kreditni-a-debetni-kartou>

SANGEETHA, T, KUMARAGURU, M, AKSHAY, S, KANISHKA, M, 2021. Biometric based Fingerprint Verification System for ATM machines. *Journal of Physics: Conference*

*Series* [online]. Scopus, **1916**(1) [cit. 2023-01-22]. ISSN 1742-6588. Dostupné z: doi:10.1088/1742-6596/1916/1/012033

Sazebník KB, 2023f. In: *KB* [online]. Praha [cit. 2023-02-01]. Dostupné z: <https://www.kb.cz/getmedia/7e110491-8a9c-443b-9690-cc252eabf43d/kb-sazebnik-obcane.pdf.aspx>

Seznamte se s Raiffeisenbank, 2023a. In: *Raiffeisenbank* [online]. Praha [cit. 2023-02-02]. Dostupné z: <https://www.rb.cz/o-nas/kdo-jsme/profil-a-historie-raiffeisenbank-v-cr>

Současná inflace, 2022a. In: *ČNB* [online]. Praha [cit. 2022-06-04]. Dostupné z: <https://www.cnb.cz/cs/menova-politika/inflacni-cil/tema-inflace/index.html>

Spoření České spořitelny, 2023b. In: *Česká spořitelna* [online]. Praha [cit. 2023-02-01]. Dostupné z: <https://www.csas.cz/cs/osobni-finance/sporeni/sporeni-cs>

Spoření s bonusem, 2023b. In: *ČSOB* [online]. Praha [cit. 2023-02-01]. Dostupné z: <https://www.csob.cz/portal/lide/sporeni/sporeni-s-bonusem>

Spořicí obálky, 2023c. In: *ČSOB* [online]. Praha [cit. 2023-02-01]. Dostupné z: <https://www.csob.cz/portal/lide/sporeni/sporici-obalky>

Spořicí účet HIT PLUS, 2023c. In: *Raiffeisenbank* [online]. Praha [cit. 2023-02-01]. Dostupné z: <https://www.rb.cz/osobni/ucty/sporici-ucty/hit-plus>

Spořicí účet, 2022. In: *Finex.cz* [online]. Praha [cit. 2022-07-09]. Dostupné z: <https://finex.cz/rubrika/sporici-ucty/>

Spořicí účty, 2022a. In: *Peníze.cz* [online]. [cit. 2022-07-09]. Dostupné z: <https://www.penize.cz/sporici-ucty>

Téměř polovina Čechů má v současnosti půjčené peníze, 2022b. In: *Nielsen Admosphere* [online]. Praha [cit. 2022-09-17]. Dostupné z: <https://www.nielsen-admosphere.cz/news/temer-polovina-cechu-ma-v-soucasnosti-pujcene-penize>

TZ Hypotéky: stále důležité téma pro velkou část českých domácností i zadavatele reklamy, 2022a. In: *Nielsen Admosphere* [online]. Praha [cit. 2022-09-04]. Dostupné z: <https://www.nielsen-admosphere.cz/news/tz-hypoteky-stale-dulezite-tema-pro-velkou-cast-ceskych-domacnosti-i-zadavatele-reklamy>

VANČURA, Tadeáš, 2019. Je vůbec možné napsat špatně číslo bankovního účtu?. In: *Rexter.cz* [online]. Praha [cit. 2022-09-29]. Dostupné z: [https://www.rexter.cz/rubriky/finance/je-vubec-mozne-napsat-spatne-cislo-bankovniho-uctu\\_415.html](https://www.rexter.cz/rubriky/finance/je-vubec-mozne-napsat-spatne-cislo-bankovniho-uctu_415.html)

VENTURA, Tomáš, 2022. Lidé sahají na úspory, vklady domácností u bank se poprvé za pět let snížily. In: *IDnes.cz* [online]. Praha [cit. 2023-01-30]. Dostupné z: [https://www.idnes.cz/ekonomika/domaci/vklady-banky-pujcky-domacnosti.A220520\\_092205\\_ekonomika\\_ven](https://www.idnes.cz/ekonomika/domaci/vklady-banky-pujcky-domacnosti.A220520_092205_ekonomika_ven)

Víkendář: Nové technologie a budoucnost bankovníctví, 2022. In: *Kurzy.cz* [online]. Praha [cit. 2023-02-14]. Dostupné z: <https://www.kurzy.cz/zpravy/630531-vikendar-nove-technologie-a-budoucnost-bankovnictvi/>

Vyhláška č. 169/2011 Sb., o stanovení pravidel tvorby čísla účtu v platebním styku, 2022b. In: *ČNB* [online]. Praha [cit. 2022-09-29]. Dostupné z: [https://www.cnb.cz/export/sites/cnb/cs/platebni-styk/.galleries/pravni\\_predpisy/download/vyhl\\_169\\_2011.pdf](https://www.cnb.cz/export/sites/cnb/cs/platebni-styk/.galleries/pravni_predpisy/download/vyhl_169_2011.pdf)

VYKOUKAL, Petr, 2003. Tajemství čísla účtu. In: *Peníze.cz* [online]. Praha [cit. 2022-09-29]. Dostupné z: <https://www.penize.cz/bezne-ucty/15470-tajemstvi-cisla-uctu>

Výroční zpráva 2021, 2022b. In: *Česká spořitelna* [online]. Praha [cit. 2023-02-02]. Dostupné z: [https://www.csas.cz/static\\_internet/cs/Redakce/Ostatni/Ostatni\\_IE/Prilohy/vz-2021.pdf](https://www.csas.cz/static_internet/cs/Redakce/Ostatni/Ostatni_IE/Prilohy/vz-2021.pdf)

ZACH, Martin, 2021. Bankovníctví 2021: Počet poboček klesá, banky outsourcují a sází na digitální bankéře. In: *Modrý blog O2* [online]. Praha [cit. 2023-02-14]. Dostupné z: <https://blog.o2.cz/2021/03/29/bankovnictvi-2021-pocet-pobocek-klesa-banky-outsourcuji-sazi-digitalni-bankere-h1/>

ZÁMEČNÍK, Miroslav, 2022. České domácnosti výrazně zvedly vklady v bankách. In: *ČBA* [online]. Praha [cit. 2023-02-23]. Dostupné z: <https://cbaonline.cz/ceske-domacnosti-vyrazne-zvedly-vklady-v-bankach>

*Zástupce fiktivního klienta*, 2023. Sdělení preferencí mezi variantami. Ústní sdělení. Praha [cit. 9. února 2023].

*Zástupkyně fiktivní klientky*, 2023. Sdělení preferencí mezi variantami. Ústní sdělení. Praha [cit. 7. února 2023].

## 8 Seznam obrázků, tabulek, grafů a zkratk

### 8.1 Seznam obrázků

Obr. 1 Tolar z roku 1529, mincovna Jáchymov – Gebhart.....	16
Obr. 2 Vznik peněz nekrytých drahými kovy .....	17
Obr. 3 Obsah jednotlivých peněžních agregátů .....	20
Obr. 4 Stabilita a likvidita peněžních agregátů .....	21
Obr. 5 Postup tvorby dotazníku .....	54
Obr. 6 Hierarchická struktura typické úlohy vícekritériální analýzy variant .....	68
Obr. 7 Hierarchická struktura pro výběr nejvýhodnějšího spořicího účtu pro fiktivní klientku.....	115
Obr. 8 Hierarchická struktura pro výběr nejvýhodnějšího spořicího účtu pro fiktivního klienta.....	122
Obr. 9 Marketingové sdělení Raiffeisenbank na webových stránkách.....	137

### 8.2 Seznam tabulek

Tab. 1 Doplnkové penzijní spoření, státní příspěvek a sleva na dani .....	35
Tab. 2 Příklady tuzemských čísel účtů .....	42
Tab. 3 Aktuální kódy poskytovatelů platebních služeb .....	43
Tab. 4 Kontrolní algoritmus s váhami .....	44
Tab. 5 Příklad čísla účtu v různých formátech pro Českou republiku.....	45
Tab. 6 Typy výběrových souborů .....	55
Tab. 7 Metody kvantifikace preferencí mezi kritérii a jejich výstupy .....	63
Tab. 8 Metody kvantifikace preferencí mezi variantami .....	64
Tab. 9 Vývoj vkladů a úvěrů domácností (v mil. Kč) .....	73
Tab. 10 Nejčastější hodnocení kritérií spořicíh účtů fiktivní klientkou.....	100
Tab. 11 Nejčastější hodnocení kritérií spořicíh účtů fiktivním klientem.....	101
Tab. 12 Spořicí účet u České spořitelny .....	103
Tab. 13 Spořicí účet u ČSOB.....	106
Tab. 14 Spořicí účet u Raiffeisenbank.....	108
Tab. 15 Spořicí účet u Komerční banky .....	110
Tab. 16 Srovnání spořicíh účtů jednotlivých bank .....	112
Tab. 17 Nejčastější hodnocení vybraných kritérií spořicíh účtů fiktivní klientkou.....	115
Tab. 18 Stanovení vah kritérií Saatyho metodou podle hodnocení spořicíh účtů fiktivní klientkou .....	116
Tab. 19 Kritériální tabulka pro fiktivní klientku.....	117
Tab. 20 Saatyho matice pro kritérium Výše úrokové sazby u fiktivní klientky .....	118
Tab. 21 Saatyho matice pro kritérium Funkce spořicíh obálek u fiktivní klientky .....	119
Tab. 22 Saatyho matice pro kritérium Výše horní částky, pro kterou platí vyšší úroková sazba u fiktivní klientky .....	120
Tab. 23 Pořadí variant podle metody AHP u fiktivní klientky .....	120
Tab. 24 Nejčastější hodnocení kritérií spořicíh účtů fiktivním klientem.....	122
Tab. 25 Stanovení vah kritérií Saatyho metodou dle hodnocení spořicíh účtů fiktivním klientem .....	123
Tab. 26 Kritériální tabulka pro fiktivního klienta.....	124

Tab. 27 Saatyho matice pro kritérium Výše úrokové sazby u fiktivního klienta.....	125
Tab. 28 Saatyho matice pro kritérium Funkce spořicíh obálek u fiktivního klienta.....	126
Tab. 29 Saatyho matice pro kritérium Výše horní částky, pro kterou platí vyšší úroková sazba u fiktivního klienta.....	127
Tab. 30 Pořadí variant podle metody AHP u fiktivního klienta .....	127

### 8.3 Seznam grafů

Graf 1 Meziroční míra inflace 01/2016 – 03/2022 (v %) .....	19
Graf 2 Nejčastější typy úvěrů.....	40
Graf 3 Důležitost faktorů při výběru hypotečního úvěru .....	41
Graf 4 Využívání internetového a mobilního bankovníctví.....	48
Graf 5 Procento respondentů, kteří si v současné době dokáží představit existenci bez spořicího účtu.....	76
Graf 6 Procento respondentů, kteří vlastní v současnosti spořicí účet.....	77
Graf 7 Banky, u nichž mají respondenti založený spořicí účet.....	78
Graf 8 Důvody, proč někteří respondenti nemají založený spořicí účet.....	79
Graf 9 Období, kdy si respondenti spořicí účet založili.....	79
Graf 10 Procento respondentů, kteří si založili spořicí účet v roce 2022 při zvyšování úrokových sazeb .....	80
Graf 11 Skutečnost, na jejímž základě si respondenti založili spořicí účet .....	81
Graf 12 Hodnocení informací z médií ohledně bankovních produktů.....	81
Graf 13 Procento respondentů, kteří pokládají spořicí účet z krátkodobého hlediska za výhodný .....	82
Graf 14 Procento respondentů, kteří pokládají spořicí účet z dlouhodobého hlediska za výhodný .....	83
Graf 15 Procento respondentů vlastníci i jiný bankovní produkt ve stejné bance jako spořicí účet.....	83
Graf 16 Bankovní produkty zřízené ve stejné bance jako spořicí účet.....	84
Graf 17 Vlastnictví spořicího a běžného účtu v totožné bance.....	85
Graf 18 Důvody, proč mají respondenti založený spořicí účet u jiné banky než běžný účet .....	86
Graf 19 Nejvýhodnější produkt, do kterého při současné vysoké inflaci dle respondentů investovat.....	87
Graf 20 Největší výhoda spořicíh účtů.....	88
Graf 21 Způsob ukládání peněžních prostředků na spořicí účet.....	88
Graf 22 Perioda, ve které respondenti pravidelně spoří.....	89
Graf 23 Částka, kterou respondenti pravidelně měsíčně ukládají na spořicí účet .....	90
Graf 24 Důvody pro příležitostné ukládání peněžních prostředků na spořicí účet.....	90
Graf 25 Důvody pro založení spořicího účtu .....	91
Graf 26 Doba převodu peněz ze spořicího účtu na běžný účet.....	92
Graf 27 Znalost maximální výše částky, na kterou se vztahuje nejvyšší úroková sazba....	93
Graf 28 Povědomí o zdanění úroku na spořicíh účtu.....	93
Graf 29 Hodnocení vybraných kritérií u spořicíh účtů .....	95
Graf 30 Složení respondentů z hlediska pohlaví.....	95
Graf 31 Věkové složení respondentů .....	96
Graf 32 Složení respondentů dle velikosti obce.....	96
Graf 33 Aktuální sociální statut respondentů.....	97



Graf 34 Složení respondentů dle nejvyššího dosaženého vzdělání .....	98
Graf 35 Čistý měsíční příjem respondentů .....	98

#### **8.4 Seznam použitých zkratk**

AHP – Analytický hierarchický proces

ČBA – Česká bankovní asociace

ČNB – Česká národní banka

ČSOB – Československá obchodní banka

EU – Evropská unie

IBAN – International Bank Account Number

KB – Komerční banka

OSVČ – Osoba samostatně výdělečně činná

# Příloha

## Dotazník – Spořicí účty na českém bankovním trhu

Dobrý den,

ráda bych Vás požádala o vyplnění následujícího dotazníku na téma Spořicí účty na českém bankovním trhu. Jeho vyplnění Vám zabere jen několik minut. Výsledky dotazníku budou použity pro zpracování mé diplomové práce. Dotazník je zcela anonymní a výsledky budou sloužit pouze pro zpracování diplomové práce. Za vyplnění dotazníku Vám velmi děkuji.

1. Dovedete si dnes představit existenci bez spořicího účtu?

- Ano
- Ne

2. Máte v současné době založený spořicí účet?

- Ano
- Ne

V případě, že máte založených více spořicíh účtů, vyplňujte celý dotazník pro spořicí účet, který považujete za svůj hlavní.

3. U které banky máte spořicí účet založený?

- Česká spořitelna
- ČSOB
- Komerční banka
- Moneta Money Bank
- Air Bank
- Raiffeisenbank
- mBank
- Fio banka
- UniCredit Bank
- Banka Creditas
- Jiná...

4. Proč nemáte spořicí účet založený?

- Nemám volné peněžní prostředky
- Nemám o spořicí účet zájem
- Nevím o možnosti jeho založení
- Spořím si jiným způsobem
- Mám obavy z nedostupnosti prostředků
- Jiná...

5. Kdy jste si založil/a spořicí účet?
- Založili mi ho rodiče, když jsem byl/a nezletilý/á
  - Student
  - Zaměstnaný
  - Na mateřské/rodičovské dovolené
  - V důchodu
  - Jiná...
6. Založil/a jste si spořicí účet v roce 2022 při zvyšování úrokových sazeb?
- Ano
  - Ne
7. Zvolil/a jste si tento spořicí účet na základě:
- Vlastní rozhodnutí
  - Informací / doporučení od známých
  - Marketingových sdělení (např. v médiích)
  - Informací od bankovního poradce
  - Jiná...
8. Hodnotíte informace z médií o bankovních produktech jako informačně:
- Dostačující
  - Nedostačující
  - Zavádějící
  - Nedokáží posoudit
9. Pokládáte spořicí účet z krátkodobého hlediska (do 1 roku) za výhodný prostředek k ukládání peněz?
- Ano
  - Ne
  - Nedokáží posoudit
10. Pokládáte spořicí účet z dlouhodobého hlediska (nad 1 rok) za výhodný prostředek k ukládání peněz?
- Ano
  - Ne
  - Nedokáží posoudit
11. Máte u banky, ve které máte založený spořicí účet zřízený i jiný bankovní produkt?
- Ano
  - Ne

12. O jaký bankovní produkt se jedná?

- Běžný účet
- Termínovaný vklad
- Investice do podílových fondů/cenných papírů
- Stavební spoření
- Penzijní připojištění
- Spotřebitelský úvěr
- Hypoteční úvěr
- Kreditní karta
- Pojištění osob
- Pojištění nemovitosti
- Jiná...

13. Máte spořicí účet u stejné banky jako běžný účet?

- Ano
- Ne

14. Proč máte spořicí účet založený v jiné bance než běžný účet?

- Výše úrokové sazby
- Lepší podmínky v jiné bance
- Jiná...

15. Při současné vysoké inflaci hodnotíte za nejvýhodnější vložit peněžní prostředky na:

- Běžný účet
- Spořicí účet
- Termínovaný vklad
- Stavební spoření
- Doplnkové penzijní připojištění
- Investice do podílových fondů/cenných papírů
- Jiná...

16. Co považujete za největší výhodu spořicího účtu?

- Výnos
- Likvidita (rychlost převodu peněžních prostředků mezi spořicím a běžným účtem)
- Nízké riziko
- Žádné či nízké poplatky
- Jiná...

17. Jakým způsobem na spořicí účet spoříte?

- Jednorázový vklad
- Spořím pravidelně
- Spořím příležitostně

18. V jaké periodě spoříte?

- Denní
- Týdenní
- Měsíční
- Čtvrtletní
- Pololetní
- Roční
- Jiná...

19. Jakou částku pravidelně v průměru měsíčně uložíte?

- Do 200 Kč
- 201 - 500 Kč
- 501 - 1 000 Kč
- 1 001 - 2 000 Kč
- 2 001 – 5 000 Kč
- 5 001 Kč a více

20. Příležitostně ukládám peníze na spořicí účet, když:

- Zbývají volné peněžní prostředky
- Výhodnější nabídka než jiný bankovní produkt
- Při jednorázovém zvýšení příjmů
- Jiná...  
(např. prodej, dědictví, dar, ...)

21. Z jakého důvodu jste si založil/a spořicí účet?

- Finanční rezerva na nečekané výdaje
- Zhodnocení peněžních prostředků
- Spořím na nákup spotřebního zboží
- Spořím na konkrétní věc (např. auto, dovolená)
- Spořím na opravu/rekonstrukci nemovitosti
- Spořím na koupi nemovitosti
- Spořím pro děti/vnoučata
- Spořím na důchod
- Jiná...

22. Za jak dlouho máte k dispozici peníze převedené ze svého spořicího účtu na Váš běžný účet?

- Za několik sekund
- Za několik minut
- Za několik hodin
- Za několik dnů
- Nevím

23. Znáte maximální výši částky, díky které získáte nejvyšší úrokovou sazbu na Vašem spořicímu účtu?

- Ano
- Ne

24. Víte o tom, že úrok na spořicímu účtu je před připsáním na účet snížen o daň 15 %, kterou za Vás banka odvádí státu?

- Ano
- Ne

25. U spořicíh účtů hodnotíte:

1 - nejméně důležité, 5 – nejdůležitější

	1	2	3	4	5
Výši úrokové sazby	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Výši poplatků	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Výpovědní dobu	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Funkci spořicíh obálek (rozdělení peněz dle účelu spoření)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Výši horní částky, pro kterou platí vyšší úroková sazba	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Možnost ovládní v internetové či mobilní aplikaci	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Založení online	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Založení bez nutnosti mít sjednaný i běžný účet	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

26. Jaké je Vaše pohlaví?

- Žena      ➤ Muž

27. Kolik je Vám let?

- Do 18                      ➤ 18–26                      ➤ 27–35  
➤ 36–50                      ➤ 51–65                      ➤ Více než 65

28. Bydlíte v obci:

- Do 100 obyvatel                      ➤ 101 – 1 000 obyvatel                      ➤ 1 001 – 5 000 obyvatel  
➤ 5 001 – 100 000 obyvatel                      ➤ 100 001 - 500 000 obyvatel                      ➤ Nad 500 000 obyvatel

29. Aktuálně jste:

- Student
- OSVČ
- V důchodu
- Zaměstnaný
- Na mateřské/rodičovské dovolené
- Osoba pečující o osobu blízkou
- Nezaměstnaný
- Nepracující s vlastním příjmem

30. Jaké je Vaše nejvyšší dosažené vzdělání?

- Základní
- Vysokoškolské – bakalářský titul
- Středoškolské
- Vysokoškolské – magisterský titul
- Vyšší odborné
- Vysokoškolské – doktorský titul nebo vyšší

31. Jaký je Váš čistý měsíční příjem?

- 0 – 10 000 Kč
- 10 001 – 20 000 Kč
- 20 001 – 40 000 Kč
- 40 001 – 70 000 Kč
- Více než 70 000 Kč