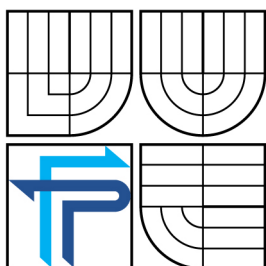


VYSOKÉ UČENÍ TECHNICKÉ V BRNĚ
BRNO UNIVERSITY OF TECHNOLOGY



FAKULTA PODNIKATELSKÁ
ÚSTAV EKONOMIKY (ÚE)

FACULTY OF BUSINESS AND MANAGEMENT
INSTITUT OF ECONOMY

ZKVALITNĚNÍ SLUŽBY GSM BANKING PRO ZÁKAZNÍKY T-MOBILE.

IMPROVING QUALITY OF GSM BANKING SERVICES FOR T-MOBILE CUSTOMERS.

DIPLOMOVÁ PRÁCE

MASTER'S THESIS

AUTOR PRÁCE

AUTHOR

Bc. ZUZANA BOLEHOVSKÁ

VEDOUČÍ PRÁCE

SUPERVISOR

Ing. VÁCLAV ZEMAN

BRNO 2007

Vysoká škola: Vysoké učení technické v Brně

Akademický rok: 2006/2007

Fakulta: podnikatelská

Ústav: ekonomiky

ZADÁNÍ DIPLOMOVÉ PRÁCE

Bc. Zuzana Bolehovská

6208T090 - Podnikové finance a obchod

Ředitel ústavu v souladu se zákonem č. 111/1998 o vysokých školách, Studijním a zkušebním řádem VUT v Brně a Směrnicí děkana pro realizaci bakalářských a magisterských studijních programů Vám zadává diplomovou práci s názvem:

Zkvalitnění služby GSM Banking pro zákazníky T-Mobile

Improving quality of GSM Banking services for T-Mobile customers

Pokyny pro vypracování:

Úvod

Vymezení problému a cíle práce

Teoretická východiska práce

Analýza problému a současná situace

Vlastní návrhy řešení, přínos (efektivnost) návrhů řešení

Závěr

Seznam použité literatury

LICENČNÍ SMLOUVA POSKYTOVANÁ K VÝKONU PRÁVA UŽÍT ŠKOLNÍ DÍLO

uzavřená mezi smluvními stranami:

1. Pan/paní

Jméno a příjmení: *Zuzana Bolehovská*

Bytem: *Hradecká 1689, 50012 Hradec Králové*

Narozen/a (datum a místo): *16.1.1982 v Hradci Králové*

(dále jen „autor“)

a

2. Vysoké učení technické v Brně

Fakulta *podnikatelská*

se sídlem *Kolejní 2906/4, 612 00 Brno*

jejímž jménem jedná na základě písemného pověření děkanem fakulty:

doc. Ing. Alena Kocmanová, Ph.D., ředitelka Ústavu ekonomiky

(dále jen „nabyvatel“)

Čl. 1 Specifikace školního díla

1. Předmětem této smlouvy je vysokoškolská kvalifikační práce (VŠKP):

- disertační práce
- diplomová práce
- bakalářská práce
- jiná práce, jejíž druh je specifikován jako

.....

(dále jen VŠKP nebo dílo)

Název VŠKP: *Zkvalitnění služby GSM Banking pro zákazníky T-Mobile.*

Vedoucí/ školitel VŠKP: *Ing. Václav Zeman.*

Ústav: *ekonomiky.*

Datum obhajoby VŠKP: *červen 2007.*

VŠKP odevzdal autor nabyvateli v*:

x tištěné formě – počet exemplářů1.....

x elektronické formě – počet exemplářů1.....

* hodící se zaškrtněte

2. Autor prohlašuje, že vytvořil samostatnou vlastní tvůrčí činností dílo shora popsané a specifikované. Autor dále prohlašuje, že při zpracovávání díla se sám nedostal do rozporu s autorským zákonem a předpisy souvisejícími a že je dílo dílem původním.
3. Dílo je chráněno jako dílo dle autorského zákona v platném znění.
4. Autor potvrzuje, že listinná a elektronická verze díla je identická.

Článek 2

Udělení licenčního oprávnění

1. Autor touto smlouvou poskytuje nabyvateli oprávnění (licenci) k výkonu práva uvedené dílo nevýdělečně užít, archivovat a zpřístupnit ke studijním, výukovým a výzkumným účelům včetně pořizování výpisů, opisů a rozmnoženin.
2. Licence je poskytována celosvětově, pro celou dobu trvání autorských a majetkových práv k dílu.
3. Autor souhlasí se zveřejněním díla v databázi přístupné v mezinárodní síti
 - ihned po uzavření této smlouvy
 - 1 rok po uzavření této smlouvy
 - 3 roky po uzavření této smlouvy
 - 5 let po uzavření této smlouvy
 - 10 let po uzavření této smlouvy(z důvodu utajení v něm obsažených informací)
4. Nevýdělečné zveřejňování díla nabyvatelem v souladu s ustanovením § 47b zákona č. 111/ 1998 Sb., v platném znění, nevyžaduje licenci a nabyvatel je k němu povinen a oprávněn ze zákona.

Článek 3

Závěrečná ustanovení

1. Smlouva je sepsána ve třech vyhotoveních s platností originálu, přičemž po jednom vyhotovení obdrží autor a nabyvatel, další vyhotovení je vloženo do VŠKP.
2. Vztahy mezi smluvními stranami vzniklé a neupravené touto smlouvou se řídí autorským zákonem, občanským zákoníkem, vysokoškolským zákonem, zákonem o archivnictví, v platném znění a popř. dalšími právními předpisy.
3. Licenční smlouva byla uzavřena na základě svobodné a pravé vůle smluvních stran, s plným porozuměním jejímu textu i důsledkům, nikoliv v tísní a za nápadně nevýhodných podmínek.
4. Licenční smlouva nabývá platnosti a účinnosti dnem jejího podpisu oběma smluvními stranami.

V Brně dne:

.....
Nabyvatel

.....
Autor

Anotace

Tato diplomová práce na téma Zkvalitnění služby GSM Banking pro zákazníky T-Mobile se zabývá podrobnou analýzou vybraného produktu, který společnost T-Mobile dlouhá léta zprostředkovává všem svým zákazníkům. Zhodnocení spočívá v porovnání služby GSM Banking s ostatními mobilními operátory působícími na současném českém trhu. Obsahuje obecná teoretická i konkrétní praktická východiska, jež nabízí možnosti zkvalitnění a zlepšení současné situace.

Annotation

This diploma thesis on the theme Improving quality of GSM Banking services for T-Mobile customers deals with detailed analysis of the selected product, which the T-Mobile company has been mediating to all its customers for years. This analysis resides in comparing of GSM Banking services with other mobile operators operating on the contemporary Czech market. My thesis contains general theoretical and concrete practical resources, which offer possibilities of improving and innovation of the present situation.

Klíčová slova

GSM Banking, elektronické bankovníctví, tarify T-Mobile, Universal SIM karta, bankovní aplikace, dobíjení Twist karet.

Keywords

GSM Banking, electronic banking, tariffs of T-Mobile, Universal SIM card, banking application, trickle charging of Twist cards.

Bibliografická citace

BOLEHOVSKÁ, Z. *Zkvalitnění služby GSM Banking pro zákazníky T-Mobile..* Brno: Vysoké učení technické v Brně, Fakulta podnikatelská, 2006. 89 s. Vedoucí diplomové práce Ing. Václav Zeman.

Čestné prohlášení

Prohlašuji, že jsem diplomovou práci zpracovala samostatně s použitím uvedené literatury.

V Brně dne 21. 5. 2007

Zuzana Bolehovská

Poděkování

Mé poděkování patří panu Ing. Václavu Zemanovi, za jeho vstřícnost, ochotu vždy podat cenné rady a především za odborné vedení při zpracování této diplomové práce. Také si vážím poctivé práce oponenta, který pečlivě zpracoval posudek k mé práci.

Obsah

1. Úvod.....	10
2. Definice problému	13
3. Cíle.....	13
4. Historie elektronického bankovníctví.....	14
4.1 Hlavní principy Expandia Banky.....	15
4.2 Komunikační kanály Expandia Banky	15
4.3 Bezpečnost	15
4.4 Elektronická versus tradiční “kamenná” banka	17
4.5 První česká banka orientovaná na přímé bankovníctví.....	18
4.5.1 Funkce elektronického klíče	19
4.6 Budoucnost elektronické komerce.....	20
5. GSM Banking obecně.....	22
5.1 Základní pojmy	22
5.1.1 SIM karta	22
5.1.2 PIN	23
5.1.3 SMS	23
5.1.4 Komunikace s bankou prostřednictvím SMS	23
5.1.5 Informační služby	24
5.1.6 Aktivní operace.....	24
5.1.7 Technické řešení	24
5.1.8 GSM SIM Toolkit.....	25
5.1.9 WAP.....	26
5.2 Budoucnost využití mobilních telefonů v bankovníctví.....	27
5.3 Operace v GSM Bankingu	29
6. Analýza současného stavu	30
6.1 Bankovní poplatky	30
6.2 T-Mobile GSM Banking.....	32
6.2.1 Stručná fakta o T-Mobile.....	32
6.2.2 Akcionáři společnosti T-Mobile Czech Republic a.s.	32
6.2.3 Historie společnosti.....	33

6.2.4 Zaručení maximální bezpečnosti	34
6.2.5 Podmínky zřízení služby GSM Banking	35
6.2.6 Služba GSM Banking umožňuje.....	35
6.2.7 Postup.....	36
6.2.8 Bankovní aplikace.....	37
6.2.9 Výhody přijímání plateb	38
6.2.9 Dobíjení pomocí GSM Banking	39
6.3 Poznatky z České republiky.....	41
6.4 Poznatky ze zahraničí	44
6.4.1 Spojené státy americké	44
6.4.2 Ostatní země	47
6.5 SWOT analýza společnosti T-Mobile.....	49
6.5.1 silné stránky	49
6.5.2 slabé stránky	49
6.5.3 příležitosti	50
6.5.4 hrozby	50
6.6 SWOT analýza T-Mobile GSM Bankingu	51
7. Analýza a porovnání mobilních operátorů	52
7.1 T-Mobile	53
7.1.1 Aktuálně nabízené standardní tarify pro paušální zákazníky	54
7.1.2 Aktuálně nabízené tarify pro předplacené karty	55
7.1.3 GSM Banking	55
7.2 Vodafone.....	57
7.2.1 Přednosti pro zákazníka v porovnání s konkurencí	57
7.2.2 Aktuálně nabízené standardní tarify pro paušální zákazníky	58
7.2.3 Aktuálně nabízené tarify pro předplacené karty	58
7.2.4 GSM Banking jako M-Banka	59
7.3 Telefónica O2	62
7.3.2 Aktuálně nabízené standardní tarify pro paušální zákazníky	63
7.3.3 Aktuálně nabízené tarify pro dobíjecí karty	64
7.3.4 O2 GSM Banking	65
8. Celkové zhodnocení	68

9. Návrhy pro zkvalitnění a řešení.....	70
9.1 Tarify a tarifní zvýhodnění	71
9.2 SIM karta	73
9.3 Bezpečnostní kódy	75
9.4 Bankovní aplikace.....	75
9.5 Twist dobíjení	77
9.6 Vyúčtování služeb.....	77
9.7 Ostatní.....	78
9.8 Cenová novinka	78
9.9 Marketingová strategie	79
9.10 Call centrum.....	80
9.11 Přehled změn.....	81
10. Závěr.....	82
11. Seznam použité literatury	84
11.1 Monografická publikace	84
11.2 Články seriálových publikací.....	86
11.3 Internetové odkazy.....	87
11.4 Další materiály	87
Seznam tabulek.....	88
Seznam grafů.....	89



1. Úvod

Jedenadvacáté století je dobou nových technologií a především rychlých změn. Svět se jednoduše změnil a již nikdy nebude takový jako před sto, padesáti či deseti lety.

Změny se nevyhýbají žádnému oboru lidské činnosti, dokonce ani tak konzervativnímu oboru jako je bankovníctví. Klasické bankovní služby přestávají mnoha klientům stačit, neboť nejsou dost pružné, aby mohly stačit rychlému tempu dnešního života. Začíná se objevovat elektronické neboli přímé bankovníctví.

Elektronická komerce (e-commerce) a elektronický obchod pomocí Internetu je mladý, nedobře definovaný, ale velmi perspektivní a dynamicky se rozvíjející obor. Velké organizace používají elektronickou komerci již nějaký čas k provádění svých vlastních transakcí mezi sebou. Přitom vlastní Elektronická výměna dat (EDI) na soukromých počítačových sítích začala již v šedesátých letech. Přibližně stejně dlouho používají banky specializované sítě pro Elektronický transfer peněz (EFT).

Na vzniku a rozvoji elektronické komerce se největší mírou podílela velká popularita Internetu. Díky tomu, že jej stále více a více firem používá ke své činnosti, se na Internetu rozšiřují možnosti elektronického obchodování mezi firmami a elektronická komerce se tak stává zcela běžnou součástí obchodu.

Pro mnoho lidí elektronická komerce znamená nákup či prodej výrobků a služeb přes Internet. To je však pouze jedním z mnoha aspektů elektronické komerce. Ta se od svých počátků týkala řízení nákupních a prodejních transakcí a následných převodů peněžních prostředků s využitím počítačových sítí. Nyní se však rozvinula natolik, že zahrnuje nákup a prodej nových komodit, jako jsou například elektronické informace.

Současná elektronická komerce umožňuje provádění zcela nových typů transakcí přes počítačové sítě, které nemají svoji obdobu v reálném světě.

Elektronická komerce původně spočívala v transakcích mezi velkými korporacemi, bankami a jinými finančními institucemi. Právě využití Internetu jako prostředku k přenosu elektronické komerce ke koncovému spotřebiteli, vedlo ke změně pohledu na věc.

Internet rovněž způsobil vzestupný rozvoj průmyslové elektronické komerce, která se rozvíjí rychleji než kdy dříve. Malé firmy zjišťují, že své obchody mohou provádět online právě tak, jako jejich větší konkurenti, s využitím Internetu a elektronického obchodování lze významně snížit náklady a přispět tak k vyšší efektivitě.

Položíme-li si otázku "*Co je elektronická komerce?*", musíme si nejprve uvědomit, z čeho se skládá tradiční komerce. Tradiční komerce zahrnuje více než jen prodej předmětu a následnou platbu. Prodejní cyklus bez využití elektronické komerce má typicky několik složek - firmy navrhují a vyrábějí nové výrobky, umisťují je na trhy, distribuují je a poskytují podporu zákazníkům. Uspokojováním potřeb trhu dosahují příjmů.

Zákazníci však musí nejprve rozpoznat potřebu něčeho, ať už je to fyzický produkt, služba nebo informace. Předtím, než skutečně nakoupí, hledají informace o tomto produktu nebo službě, místo prodeje a porovnávají varianty, které našli (např. ceny, pověst firmy, služby,...) Prodejní cyklus vůbec nekončí pouhým dodáním výrobku - měla by následovat podpora zákazníka, ze které plyne užitek oběma stranám: zákazníci dostanou fungující výrobek a dodavatelé se dozvídají o potřebách trhu.

Mezitím banky a finanční instituce provádějí převod peněžních prostředků mezi prodávajícím a kupujícím, ať už jsou to individuální spotřebitelé nebo velké mezinárodní korporace.

Elektronickou komercí pak můžeme chápat systém, který obsahuje nejen transakce realizující nákup či prodej zboží a služeb sloužících k přímé tvorbě příjmů, ale i transakce, které podporují produkci příjmů. Typickým příkladem může být vytváření

poptávky po daném zboží či službě nebo podpora prodeje a služby zákazníkům usnadňující komunikaci mezi obchodními partnery.

Elektronická komerce je postavena na výhodách a struktuře tradiční komerce s přidáním flexibility, kterou poskytují elektronické sítě. Usnadňuje různým skupinám spolupráci, řeší rychlou výměnu informací, odstraňuje fyzická omezení, v důsledku čehož mohou například počítačové systémy na Internetu poskytovat podporu zákazníkům 24 hodin denně nebo přijímat a vyřizovat objednávky na výrobky či služby kdykoli a odkudkoli.

Elektronická komerce zkrátka umožňuje vzniknout novým formám podnikání. Umožňuje firmám uzavřít prodejny, snížit potřebné zásoby a distribuovat výrobky pomocí Internetu.

Jako příklad si uveďme firmu Amazon.com se sídlem v Seattle ve státě Washington prodávající knihy. Tato firma nemá fyzické obchody, prodává všechny své knihy přes Internet a koordinuje dodávky knih přímo s vydavateli, takže nemusí udržovat žádné zásoby.



2. Definice problému

Pro vypracování diplomové práce jsem si vybrala svého zaměstnavatele - společnost T-Mobile CZ. Veškeré informace, které zde uvádím, jsou použity na základě mé praxe ve firmě. Vybrala jsem si konkrétní službu, kterou dnes nabízí každý mobilní operátor, avšak podle mého názoru T-Mobile v tomto směru poskytuje ne zcela dostačující péči. Jedná se o ovládání bankovního účtu přes mobilní telefon - GSM Banking.

3. Cíle

V práci přehledně popisuji a vyhodnocuji situaci elektronického bankovníctví jak obecně, tak konkrétně. Obecná část obsahuje pohled do historie, charakteristiku, výčet produktů, dále zaměření na službu GSM Banking v akciové společnosti T-Mobile CZ a také nabídku zahraničí doplněnou o zajímavosti.

Konkrétní text se zabývá vlastním podrobným zpracováním nabízené služby. Uvádím zde porovnání GSM Bankingu s konkurencí, cenové zhodnocení jednotlivých bank a mobilních operátorů.

Závěrečnou část jsem zaměřila na analýzu a návrh zkvalitnění a zlepšení poskytovaných služeb a produktů pro zákazníky T-Mobile. Jde o konkrétní doporučení pro společnost, aby si dokázala dlouhodobě udržet své klienty.

Celé zpracování je z pohledu zákazníka nikoli zaměstnance. Neboť je nutné se stále držet hesla: “naš zákazník, náš pán.”

K přiblížení a zřehlednění celé situace slouží porovnávací tabulky s grafy.

4. Historie elektronického bankovníctví



„Obchodování pomocí počítačových sítí a elektronická komerce se významně dotýkají oboru bankovníctví. Díky příchodu elektronické komerce nabývá na významu bankovníctví přímé, které vytlačuje tradiční pobočkové bankovníctví.

Přímé bankovníctví je podstatným krokem vpřed – k pobočce jako jedinému místu, kde jste mohli s bankou komunikovat se přidávají další místa, např. bankomaty, samoobslužné zóny apod., současně se rozšiřuje počet kanálů, které lze ke komunikaci s bankou použít. Komunikovat nyní můžete prakticky odkudkoli a kdykoli, s využitím moderních telekomunikačních kanálů jako telefon, fax či internet.“ [3, s.227]

„Odborníky je předpokládán další rozvoj na trhu přímého bankovníctví, kde se v budoucnu očekává silná konkurence. Existují zde daleko menší bariéry pro vstup do odvětví díky tomu, že náklady na budování a provoz sítě poboček jsou omezeny na minimum, menší je i optimální velikost banky z pohledu efektivity provozu. Zdá se ale, že např. náklady na marketing mohou být v oboru přímého bankovníctví vyšší než v pobočkovém bankovníctví.“ [3, s.228]

“V roce 1997 odstartoval i v České republice projekt banky specializující se na služby přímého bankovníctví. Expandia Banka byla první a jedinou bankou svého druhu u nás. Svůj provoz zahájila 4. května 1998. Přestože ostatní domácí bankovní domy poskytují nejrůznější formy homebankingu a phonebankingu, v případě Expandia Banky se jednalo na českém bankovním trhu o zcela ojedinělý a unikátní projekt.” [3, s.231]

4.1 Hlavní principy Expandia Banky

- ❑ Komplexnost komunikačních kanálů.
- ❑ Netradiční bankovní produkty.
- ❑ Silná marketingová orientace.

4.2 Komunikační kanály Expandia Banky

Komunikace s klientem

1. Samoobslužné kanály
2. Internet, WWW a e-mail
3. SMS menu
4. SMS zprávy
5. Pošta
6. Fax
7. Call centrum (konverzant)
8. Call centrum (operátorky)

4.3 Bezpečnost

Základní požadavky na provádění elektronické komerce zahrnují důvěrnost, integritu, autentičnost, autentizaci, záruky a soukromí. Tyto požadavky (zejména první čtyři) lze zabezpečit s využitím informačních technologií za pomoci moderní kryptografie a šifrování.

Kryptografické techniky nabízejí tři hlavní koncepty pro elektronickou komerci:

- *autentizace,*
- *zabránění popření závazků,*
- *zachování soukromí.*

Identifikace jako podmnožina autentizace ověřuje, že odesílatel zprávy je skutečně tím, za koho se vydává. Autentizace jde o krok dále - ověřuje nejenom identitu odesílatele, ale navíc zaručuje, že poslaná zpráva nebyla změněna. Zabránění popření původu zprávy je důležitým požadavkem v komerčních transakcích. Její implementace zabrání komukoli popřít, že poslal nebo přijal určitý soubor nebo data (obdoba posílání listovních zásilek na doručku).

„Konečně koncept soukromí umožňuje ochranu komunikace před neautorizovaným přečtením. Jakákoli citlivá data v elektronické podobě je nutné chránit před zneužitím. Ve sféře bankovníctví, kde jde v první řadě o peníze, to platí o to více. Ve snaze vyloučit jakoukoliv možnost neoprávněného zásahu zavádějí banky stále dokonalejší a důmyslnější bezpečnostní systémy.” [3, s.237]

Obchodování pomocí počítačových sítí a elektronická komerce se významným způsobem dotýkají oboru bankovníctví. Díky příchodu elektronické komerce nabývá na významu bankovníctví přímé, které vytlačuje tradiční pobočkové bankovníctví.

První banky specializující se na přímé bankovníctví s využitím Internetu vznikly počátkem devadesátých let v USA. Nezakládaly vůbec žádné expozitury, neměly žádné klasické bankovní přepážky a dokonce byly schopny založit svému klientovi nový bankovní účet bez toho, aby musel opustit svoji pracovnu.

Jak se zvyšovalo používání Internetu a jeho nabídka produktů a služeb, rostla i poptávka po novém typu bankovních služeb dostupných na Internetu. Proto se postupně i klasické "kamenné" bankovní domy rozhodly vstoupit do světa internetbankingu a otevřít své vlastní "virtuální pobočky".

4.4 Elektronická versus tradiční “kamenná” banka

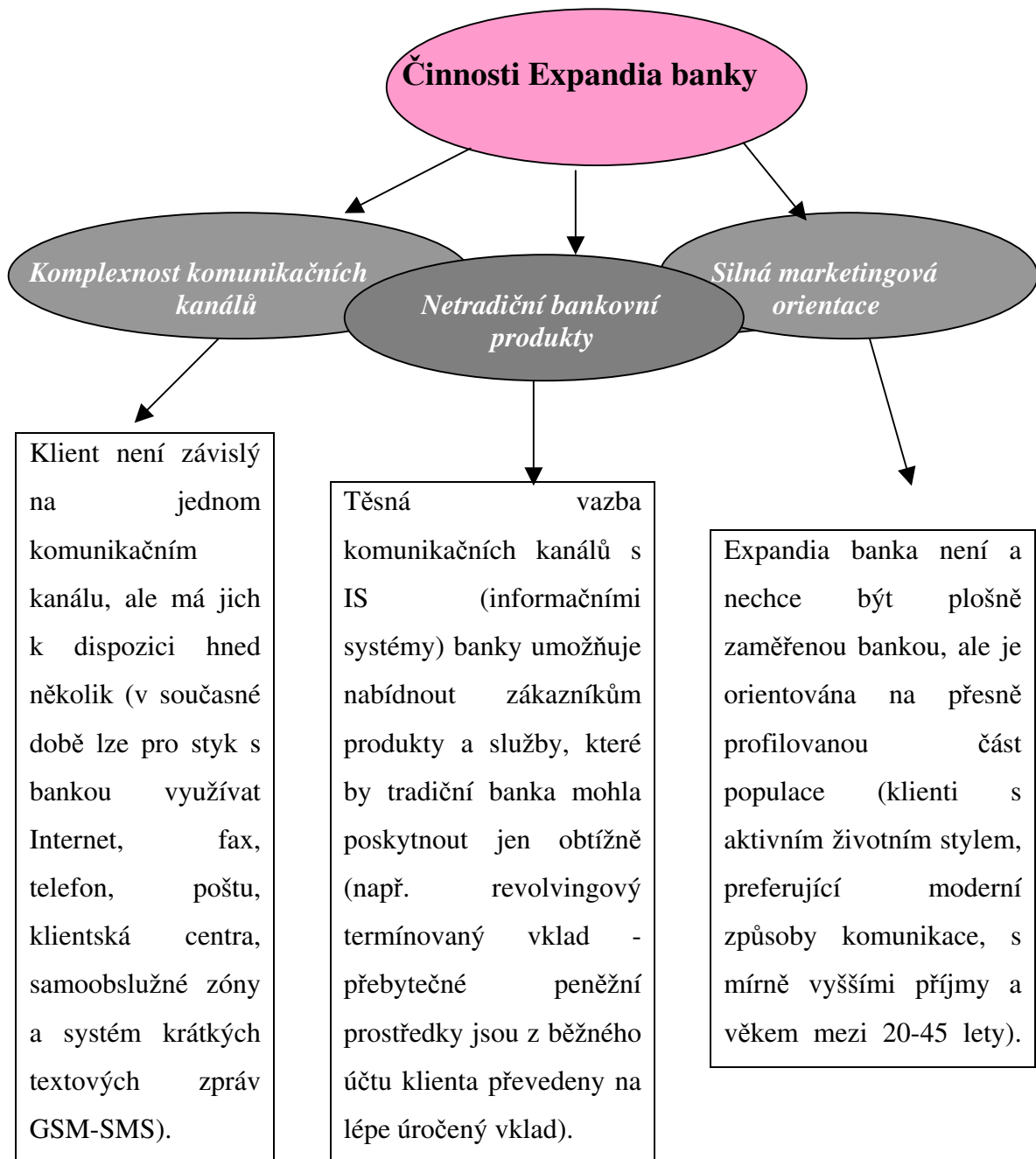
Tabulka 1 – POROVNÁNÍ ELEKTRONICKÉ A TRADIČNÍ BANKY

Rozdíly	Elektronická banka	Tradiční banka
<i>Odlíšný způsob komunikace mezi klientem a bankou</i>	U přímého bankovníctví komunikace probíhá pomocí komunikačních kanálů (počítač, Internet, telefon, fax).	Tradiční banky kladou důraz na osobní kontakt mezi zákazníkem a bankou.
<i>Snížení nákladů na provoz banky</i>	Vystačí si s minimálním počtem center poskytující služby spíše informačního a podpůrného charakteru.	Potřebuje rozsáhlou síť obchodních míst.
<i>Kvalita a dostupnost služeb</i>	Díky moderní technice mohou být služby přímého bankovníctví klientům k dispozici 24 hodin denně, v tuzemsku i zahraničí.	Omezená pracovní doba.
<i>Nové typy bankovních produktů a služeb</i>	Úzké propojení bankovních IS a komunikačních kanálů umožňuje bankám převádět na Internet nejen standardní, ale vytvářet i zcela nové typy produktů a služeb (TV a běžné účty, spoření a platební styk,...).	Tradiční kamenné banky poskytují jen standardní nabídky.

Zdroj: vlastní zpracování.

4.5 První česká banka orientovaná na přímé bankovníctví

Dne 4. května 1998 u nás zahájila svou činnost Expandia banka (nyní známá pod jménem E-banka). První banka v České republice specializující se na služby přímého bankovníctví. Expandia banka je jedinečná, vyznačuje se komfortem i druhem poskytovaných služeb.



Zdroj: vlastní zpracování.

Komunikace s Expandia bankou probíhá prostřednictvím klientem zvoleného kanálu. Základní prvek, který zabezpečuje informace klienta proti zneužití je tzv. *Elektronický klíč*. Jedná se o malé hardwarové zařízení velikosti kapesní kalkulačky, které obdrží při založení účtu každý klient Expandia banky. Elektronický klíč je chráněn PINem proti zneužití.

4.5.1 Funkce elektronického klíče

- *Identifikace* - banka identifikuje klienta pomocí jedinečného klientského čísla.
- *Autentizace* - jen majitel elektronického klíče zná PIN, aby aktivoval klíč a vygeneroval autentizační kód.
- *Certifikace* - používá se v případech, kdy technicky není možné zabezpečit přenosový kanál proti zásahu třetí osoby a nelze vyloučit narušení přenášených dat.

Bezpečnost internetových transakcí je chráněna šifrováním komunikačního kanálu pomocí protokolu *SSL (Secure Socket Layer)*, který je standardně podporován prohlížeči webovských stránek. Expandia Banka obdržela certifikát z USA umožňující použití dlouhých 128bitových šifrovacích klíčů.



4.6 Budoucnost elektronické komerce

Elektronická komerce na Internetu je stále ještě ve svém raném stádiu vývoje. Některé technologie, na kterých je založena, jsou stále experimentální nebo alespoň nejsou dostupné v rozsahu vyžadovaném Internetem.

Dynamický vývoj IT (informační technologie) s sebou přináší celou řadu změn, které mají velký vliv na rozvoj elektronické komerce a obchodování na Internetu, např.:

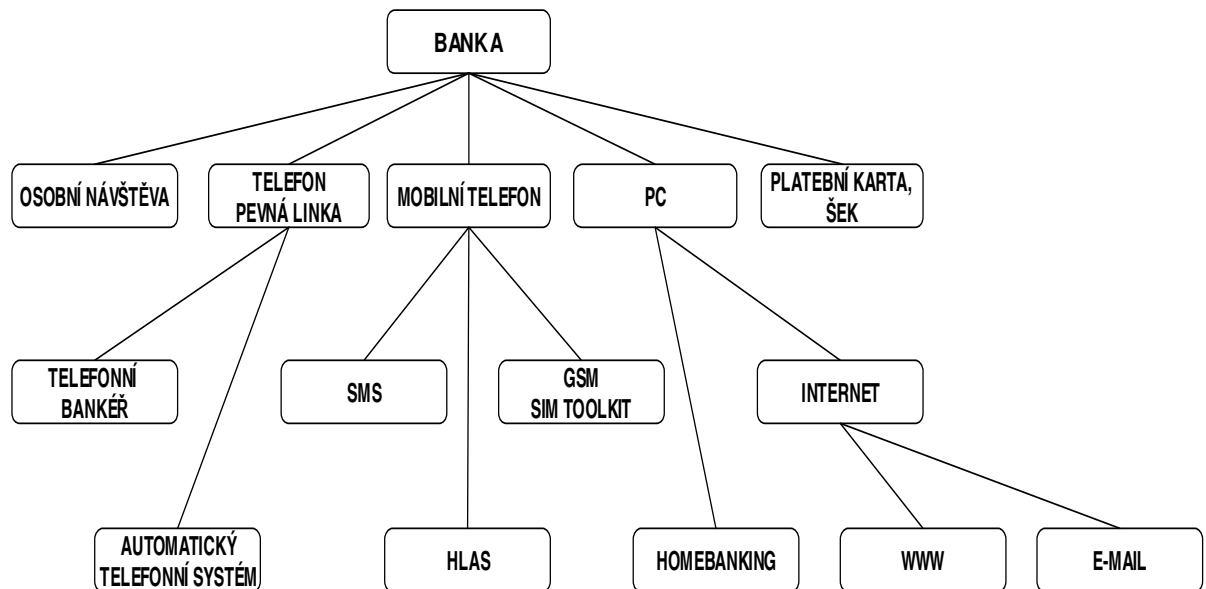
- **Softwaroví agenti** - jedná se o "sebeučící se" programy, kterým mohou uživatelé zadat, aby za ně prováděli určité činnosti. Bezprostředně nejzajímavějšími typy agentů pro elektronickou komerci jsou ti, kteří vyhledávají informace o výrobcích a dohadují prodej či nákup předmětu.
- **Smart cards** - karty opatřeny mikroprocesorem. Jejich použití je nejen pro nákupy na Internetu, ale mohou také sloužit jako elektronické peněženky pro každodenní nákupy v běžných obchodech.
- **Cyber-zprostředkovatelé** - v budoucnu bude fungovat více nových typů zprostředkovatelů provozujících elektronickou komerci on-line.

S rozvojem IT se bude zvětšovat i propustnost sítí a rychlost komunikace se odrazí i v rychlosti vyřizování transakčních požadavků.

Přijetí elektronické komerce spotřebiteli by se v budoucnu mohlo zlepšit, pokud nebude potřeba používat osobní počítač a zejména, pokud se elektronická komerce rozšíří na nepočítačová zařízení jako jsou televize, bankomaty, pokladny v obchodech a ostatní zařízení napojená na smart cards.

Firemní nákupní karty a další elektronické platební systémy budou integrovány s obchodními činnostmi - buď přímo nebo pomocí zprostředkovatele. Ať se však vývoj bude ubírat jakýmkoli směrem, budoucnost elektronické komerce bude nepochybně vzrušující a plná příležitostí.

Možnosti komunikace s bankou



Zdroj: vlastní zpracování.

5. GSM Banking obecně

“Nástup mobilních telefonů digitálního standardu GSM znamenal v mnoha směrech revoluci, ani bankovnínictví nebylo výjimkou. Mobilní telefon samozřejmě může sloužit pro komunikaci s telefonním bankéřem či automatickým telefonním systémem. Zde však využití mobilních telefonů v žádném případě nekončí, to je jen začátek!

Naprosto každý mobilní telefon dnes již zvládá komunikaci prostřednictvím krátkých textových zpráv, a to jak jejich přijímání, tak odesílání.“ [4, s.49]

5.1 Základní pojmy

I když v dnešní době těžko budu hledat někoho, komu pojmy z oblasti mobilních komunikací vůbec nic neříkají, na úvod přece jenom několik málo obecných vět. Nebudu se přitom zabývat technologií digitálních mobilních sítí.

5.1.1 SIM karta

„SIM karta (Subscriber Identity Module) aktivuje telefonní přístroj a umožňuje tak využívat všech služeb v síti mobilních telefonů GSM. Obsahuje všechny potřebné údaje o zákazníkovi sítě včetně přiděleného telefonního čísla.

Kartu, kterou vkládáte do svého telefonu, obdržíte ve chvíli, kdy se stanete zákazníkem operátora sítě mobilních telefonů (v případě, že kupujete i telefon, bývá obvykle již vložena). SIM karta má velikost běžné kreditní karty nebo dnes mnohem častěji malé karty ve velikosti jeden krát dva centimentry (tzv. Plug-in). Kromě technických údajů

identifikujících zákazníka si na SIM kartu sám uživatel může uložit vlastní informace (volaná čísla, zkrácené volby apod.)“ [4, s.49]

5.1.2 PIN

„Spolu se SIM kartou jsou také předána čísla PIN (Personal Identification Number) a PUK (Personal Unblocking Key), která zabraňují zneužití SIM karty cizími osobami. Provést odchozí volání (kromě tísňových linek) tak klient může až po zadání osobního identifikačního kódu PIN. Nutnost zadávání PIN při každém odchozím volání lze samozřejmě zrušit. Může se stát, že zákazník svůj PIN zapomene – v tom případě použije k odblokování SIM karty kód PUK.“ [4, s.49]

5.1.3 SMS

„Mobilní telefony již dávno neslouží jen k přenosu hlasu. Hojně využívanou službou jsou SMS neboli krátké textové zprávy. SMS obsahuje maximálně 160 znaků a mobilní telefony standardu GSM je umí jak přijímat, tak odesílat. Každá nová přijatá textová zpráva se ohlásí na displeji mobilního telefonu (např. obrázkem malé obálky). Pro příjem SMS není potřeba mobilní telefon nijak konfigurovat, služba obvykle funguje zcela automaticky a bezproblémově.“ [4, s.49]

5.1.4 Komunikace s bankou prostřednictvím SMS

„Použití jednoduchého prostředku, jakým jsou krátké textové zprávy, je v bankovním překvapivě široké. V základní variantě se jedná o provádění pasivních operací, jako je získávání informací o aktuálních úrokových sazbách, kurzech, stavu a případně pohybech na účtu. Nic ovšem nebrání tomu, aby prostřednictvím krátké textové zprávy klient zadal jednorázový příkaz k úhradě, založil termínový vklad či provedl jinou aktivní bankovní operaci.“ [4, s.50]

5.1.5 Informační služby

Mobilní telefon je jednou z mála věcí, kterou lidé nosí téměř stále při sobě. O dění na svém účtu může být informován:

- **automaticky** (SMS je zaslána ihned po provedení určité operace),
- **na vyžádání** (klient zašle bance správně formátovanou zprávu, ta ji zpracuje a SMS zprávou na jeho požadavek odpoví).

5.1.6 Aktivní operace

„U informačních služeb na vyžádání banky většinou nejprve spouštějí možnost zjistit tímto způsobem aktuální úrokové sazby termínovaných vkladů a kurzy měn. Zřízení podobné služby je snadné, neboť se jedná o veřejně přístupné informace, které není potřeba chránit.

Znalost úrokových sazeb a kurzů je sice užitečná, klienta však více zajímá možnost zjistit zůstatek na svém účtu a provádět alespoň základní transakce. Zde již je samozřejmě potřeba dořešit otázku bezpečnosti, a to buď heslem nebo lépe technologií založenou na principu elektronického klíče.“ [4, s.52]

5.1.7 Technické řešení

„Banka, která chce se svými klienty komunikovat prostřednictvím krátkých textových zpráv, samozřejmě musí vyřešit určité technické problémy. Jedním z nich je způsob, jakým se SMS dostanou z bankovního informačního systému do sítě operátora mobilních telefonů a naopak.“ [4, s.53]

5.1.8 GSM SIM Toolkit

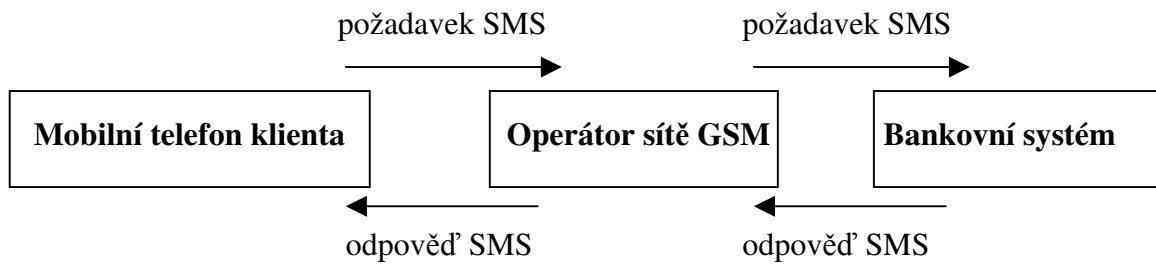
“Komunikace prostřednictvím krátkých textových zpráv je sice relativně rychlá avšak nepříliš uživatelsky příjemná. Nutnost pamatovat si nebo mít stále při sobě strukturu textových zpráv a klíčová slova, může být pro mnohé uživatele limitujícím faktorem. Komunikace s bankou prostřednictvím standardu GSM SIM Toolkit je velice využívána.

GSM SIM Toolkit je softwarové rozhraní, které umožňuje libovolně obměňovat menu mobilního telefonu. Operátoři podporující tuto technologii tak mohou využívat SIM Toolkit pro personalizaci menu mobilních telefonů, v menu se tak budou uživatelům objevovat pouze ty funkce, které mají aktivované (a zaplacené). Službu GSM SIM Toolkit lze využívat pouze z mobilního telefonu podporujícího tuto technologii.” [4, s.54]

“Společnost RadioMobil provozující síť mobilních telefonů Paegas byla totiž spolu s Expandia Bankou - peněžním ústavem specializujícím se na služby přímého bankovníctví – v roce 1998 jednou z prvních společností na světě, které bankovní aplikaci na bázi standardu GSM SIM Toolkit úspěšně uvedly do komerčního provozu. Přibližně ve stejné době se to ještě povedlo společnostem Cellnet ve Velké Británii a Telia ve Švédsku.

O světových parametrech českého řešení Paegas SIM Toolkit svědčí i dvě významná mezinárodní ocenění. První na výročním mezinárodním fóru Global Mobile Commerce Forum (GMCF) pořádaném při mezinárodní konferenci zabývající se mobilním obchodováním Mobile Commerce 99 v Londýně, druhé ve stejném roce na konferenci operátorů GSM v Cannes.” [4, s.55]

Schéma komunikace prostřednictvím SMS



Zdroj: vlastní zpracování.

5.1.9 WAP

“U technologie GSM SIM Toolkit se vývoj v oblasti celulárních sítí samozřejmě nezastavil. Technologií, která se v posledních měsících stále více dostává do povědomí veřejnosti, je WAP (Wireless Application Protocol).

WAP se dá zjednodušeně přirovnat k webovým stránkám. Jde totiž o jakousi bránu k nejrůznějším službám, jež připravuje operátor mobilní sítě nebo jiná firma. Na rozdíl od webových stránek, které se zobrazují na monitoru počítače, však WAP počítá s výstupem na malé displeje mobilních telefonů, a proto se soustředí na textové informace.

Zákazníci mobilní sítě, jejíž operátor podporuje WAP, tak mohou prohlížet zpravodajské servery, ovládat svůj e-mailový účet přímo z mobilu, nakupovat, ale také studovat.” [4, s.59]

5.2 Budoucnost využití mobilních telefonů v bankovníctví

“Na budoucnost mobilní komunikace se v bankovníctví klade velký důraz. Hlavním důvodem je celosvětový trend posouvající mobilní telefony směrem k širšímu využití než k přenostu hlasu. Tento trend je reprezentován jak technologií GSM SIM Toolkit, tak nastupujícími technologií WAP, od které očekává komerční zlom v této oblasti.

Předpokládá se, že Internet a mobilní komunikace se spolu budou čím dál více prolínat. Tomuto trendu se budou muset přizpůsobit i banky a jejich služby, klientům již nebude stačit kontakt s bankou prostřednictvím Internetu, který není vždy k dispozici, naopak ocení, pokud budou mít možnost být v kontaktu se svými financemi kdykoli, a to způsobem, na který jsou zvyklí z Internetu.

Lze zároveň předpokládat, že i společnosti z jiných oborů nabídnou své služby prostřednictvím mobilních telefonů. Bankám se zde vytváří prostor pro vybudování platební infrastruktury pro tento způsob obchodování.” [4, s.60]

GSM Banking, tedy služba umožňující klientům bank pomocí menu řízené aplikace nahrané na SIM kartě jejich mobilního telefonu provádět operace na jejich účtu, letos slaví deváté narozeniny. Jeho zrod se datuje k roku 1998, kdy jej začala nabízet Expandia Banka (dnešní eBanka) ve spolupráci s Paegasem (dnešním T-Mobilem).

Česká republika byla přitom jednou z prvních zemí na světě, kde se zrodila spolupráce mezi mobilními operátory a bankami. Expandia Banka tehdy byla třetí bankou na světě, která službu GSM banking nabídla.

GSM banking dnes v Česku nabízí osm bank a všichni tři operátoři. T-Mobile a Telefónica O2 spolupracují se sedmi bankami, Vodafone se šesti. Z toho je patrné, že pokud banka GSM Banking nabízí, neznamená to automaticky, že dává svým klientům na výběr mezi všemi operátory – u HVB Bank mohou tuto službu využít pouze ti,

jejichž operátorem je T-Mobile, zatímco u Raiffeisenbank jen zákazníci se SIM kartou společnosti O2.

- ✓ **Telefónica O2** – Česká spořitelna, ČSOB, GE Money Bank, eBanka, Poštovní spořitelna, Živnostenská banka, Raiffeisen Bank.
- ✓ **Vodafone** – Česká spořitelna, ČSOB, GE Money Bank, eBanka, Poštovní spořitelna, Živnostenská banka.
- ✓ **T-Mobile** - Česká spořitelna, ČSOB, GE Money Bank, eBanka, Poštovní spořitelna, Živnostenská banka, HVB banka.

Ovšem zatímco HVB Bank nabídne GSM Banking všech operátorů po obchodním spojení s Živnostenskou bankou v tomto roce, Raiffeisenbank v současné době rozšíření neplánuje. Uvažuje však do budoucna o možnosti zavedení JAVA Banking.

 T-Mobile

 Vodafone

 O₂

eBanka versus Raiffeisen Bank

24. července 2006 eBanku oficiálně koupila rakouská skupina Raiffeisen International. Dle zjištěných informací banky působí samostatně, nabízí stále stejné služby. Radikální změna nastala v managementu firem. Oba bankovní domy vystupují sice každý sám za sebe, ale mají společné vedení.

Sjednocení je naplánováno na příští rok 2008. Dojde ke splynutí názvu i služeb. Společnost bude mít ve znaku žlutou barvu, nazývat se bude Raiffeisenbank a od každé instituce si vezme to nejlepší. Například elektronické bankovníctví bude ztotožněno převážně s dnešní eBankou, jak již z názvu vyplývá, specializuje se na moderní ovládání účtu přes elektronické prostředky.

5.3 Operace v GSM Bankingu

Stejně jako počet operátorů nasmlouvaných bankou se liší i množství funkcí jednotlivých bankovních aplikací – záleží na operátorovi i na bance klienta. A jejich rozsah je opravdu různý, ovšem vzhledem k možnostem mobilního telefonu i značně omezený, takže bývá GSM Banking někdy pokládán za doplňkový kanál pro zjišťování zůstatků či provedení platby, když není po ruce internet.

Standardem mezi nabízenými funkcemi jsou pasivní operace, jako je právě zjišťování zůstatku na účtu či historie transakcí, a dále z aktivních zejména zadání tuzemského příkazu k úhradě.

S výjimkou eBanky všechny banky umožňují alespoň zřízení trvalého příkazu. Jsou zde služby, které již nabízí jen některé banky, případně jen s některými operátory – zřízení inkasa, SIPO, termínovaného vkladu či dobíjení předplacených karet operátorů. Tento výčet však samozřejmě není úplný.

Nicméně již ze zevrubného výčtu je patrné, že GSM Banking má svá omezení – není vhodný pro složitější služby. Přes internet i přes telebanking zařídíte většinou více. Pro někoho může být významným omezením i nemožnost zadat příkaz k úhradě do ciziny – jeho podání a zpracování je totiž v rámci GSM Bankingu příliš komplikované.

To spolu s relativně nepohodlným ovládním nahrává rozvoji nové technologie – Java bankingu, který u nás zatím nabízí Komerční banka a Živnostenská banka. Jde o službu, kdy účet ovládáte přes mobil on-line pomocí webového prohlížeče a platíte tedy za přenesená data. Další z bank o jejím zavedení uvažují.

6. Analýza současného stavu

6.1 Bankovní poplatky

Cena za měsíční paušál bývá obsažena v **balíčku služeb**, někdy spolu s internetbankingem a telebankingem (ČS, ČSOB, HVB Bank, Živnobanka či eBanka).

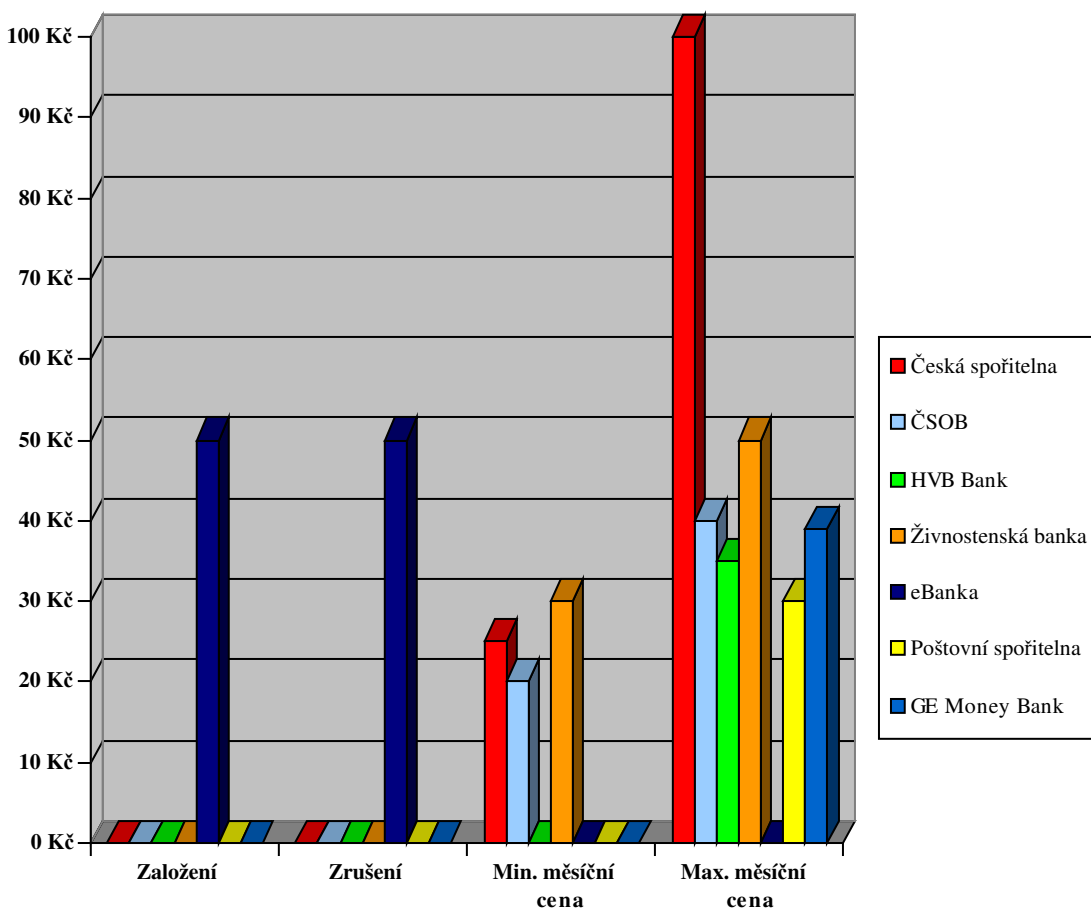
Tím výčet nákladů samozřejmě nekončí. Je nutné počítat s položkou za uskutečněnou platbu. S cenou zaplacenou operátorovi za odeslání SMS bance asi většina klientů také počítá. Méně známé jsou již poplatky za SMS zprávy přijaté od banky. Právě tyto položky pak dokáží náklady na ovládání účtu přes mobil pěkně zvýšit.

Tabulka 2 – BANKOVNÍ POPLATKY

Banky	Produkty	Založení	Zrušení	Minimální měsíční cena	Maximální měsíční cena
Česká spořitelna	<i>Servis 24</i>	0 Kč	0 Kč	25 Kč	100 Kč
ČSOB	<i>Mobil 24</i>	0 Kč	0 Kč	20 Kč	40 Kč
HVB Bank	<i>GSM Banking</i>	0 Kč	0 Kč	0 Kč	35 Kč
Živnostenská banka	<i>MiniBanka</i>	0 Kč	0 Kč	30 Kč	50 Kč
eBanka	<i>Mobilní telefon</i>	50 Kč	50 Kč	0 Kč	0 Kč
Poštovní spořitelna	<i>Max Mobil</i>	0 Kč	0 Kč	0 Kč	30 Kč
GE Money Bank	<i>Mobil Banka</i>	0 Kč	0 Kč	0 Kč	39 Kč

Zdroj: sazebníky bank, vlastní zpracování.

Graf 1 – BANKOVNÍ POPLATKY



Zdroj: sazebníky bank, vlastní zpracování.

Z grafického zpracování je patrné, že eBanka vítězí v poplatcích při založení či zrušení služby, ale na druhou stranu si neúčtuje žádné měsíční poplatky. Avšak založení nebo zrušení služby GSM Banking se nepočítá na každý měsíc, jde o jednorázovou platbu. Z hlediska měsíčních plateb má nejlepší postavení.

Ostatní banky si za založení či zrušení GSM Bankingu neúčtují ani korunu. První místo v měsíčních poplatcích zaujímá Poštovní spořitelna, dále HVB Bank, hned za ní je GE Money Bank, na pátém místě máme ČSOB, poté Živnostenskou banku a nejvyššími platbami se může pochlubit Česká spořitelna.

6.2 T-Mobile GSM Banking

6.2.1 Stručná fakta o T-Mobile

- **Počet zákazníků T-Mobile CZ:** 4,823 milionů (k 30.9.2006).
- **Počet zákazníků mezinárodní skupiny T-Mobile:** 90,2 mil. (údaj k 30.6.2006).
- **Počet roamingových partnerů:** 400 operátorů ve 150 zemích.
- **Pokrytí České republiky v procentech:** 99 procent české populace,
99,98 procent silnic třídy E.

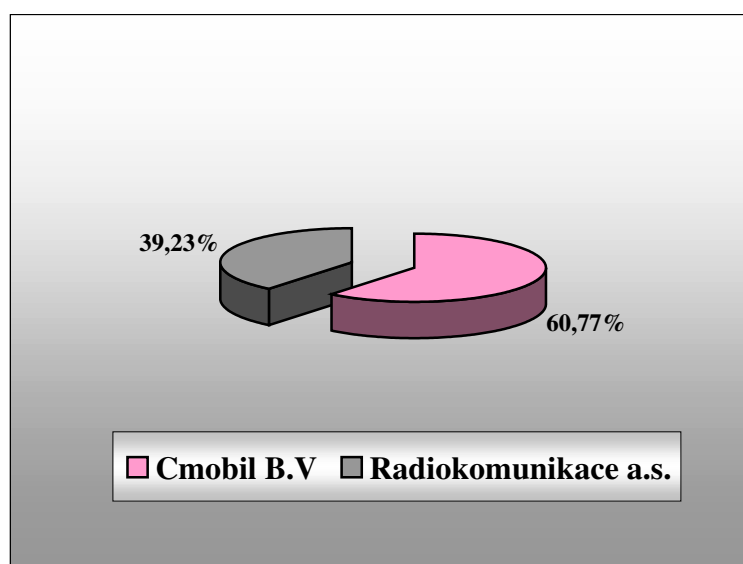
6.2.2 Akcionáři společnosti T-Mobile Czech Republic a.s.

Tabulka 3 – AKCIONÁŘI T-MOBILE

CMobil B.V.	60,77 %
RADIOKOMUNIKACE, a.s.	39,23 %

Zdroj: T-Mobile, vlastní zpracování.

Graf 2 – AKCIONÁŘI T-MOBILE



Zdroj: T-Mobile, vlastní zpracování.

6.2.3 Historie společnosti



Vítězem nabídkového řízení ministerstva hospodářství na mezinárodního partnera Českým radiokomunikacím se stalo dne 14. března 1996 konsorcium CMobil. Jedenáct dnů poté - 25. března 1996 - byla slavnostně předána Pověření k provozování sítě mobilních telefonů GSM. Přibližně za čtvrt roku - 23. června 1996 - byla u obchodního soudu registrována nová společnost RadioMobil, která zahájila provoz sítě mobilních telefonů Paegas 30. září 1996.

V roce 2002 společnost přejmenovala síť na T-Mobile a o rok později, v roce 2003, přijala T-Mobile i jako obchodní název.

Službu mohou využívat nejen uživatelé standardních tarifů T-Mobile, ale i uživatelé předplacené služby T-Mobile Twist.

Přednosti služby GSM Banking:

- bankovní účet pod kontrolou,
- využití 24 hodin denně, a to i na dovolené, prázdninách či služební cestě,
- snadný nákup prostřednictvím Internetu či WAPu,
- veškeré operace kdekoliv a kdykoliv prostřednictvím mobilního telefonu,
- bez nutnosti osobní návštěvy v bance,
- samotné ovládání je velmi jednoduché založené na technologii SIM Toolkit,
- provádění všech bankovních operací a transakcí je pohodlné, rychlé a bezpečné.

6.2.4 Zaručení maximální bezpečnosti

Společnost T-Mobile provozuje službu T-Mobile GSM Banking od roku 1998. Komunikace mezi bankou a zákazníkem probíhá prostřednictvím kódovaných a šifrovaných SMS zpráv. Tento způsob komunikace s bankou patří mezi absolutně nejbezpečnější ze všech.

Služba T-Mobile GSM Banking je prostředkem komunikace mezi zákazníkem a bankou. Obsahem této komunikace jsou informace podléhající bankovnímu tajemství. Největší důraz je kladen na bezpečnost.

Bezpečnost přenosu dat

Přenos dat je zabezpečen šifrováním. Každá bankovní SIM karta má svůj šifrovací klíč, prostřednictvím kterého se provádí zabezpečení komunikace s bankou. Tento klíč je uložen v chráněné oblasti SIM karty a je dostupný pouze po zadání správného kódu BPIN. Odeslaná zpráva z mobilního telefonu je přijata bankou pouze tehdy, pokud je zašifrována správným šifrovacím klíčem.

Zamezení neoprávněného přístupu

Uživatel mobilního telefonu podporujícího bankovní služby obdrží v bance při aktivaci služby T-Mobile GSM Banking (platí pro starší typy karet) či spolu se SIM kartou (platí pro Universal SIM) speciální číselný kód - BPUK. Na základě tohoto kódu si zvolí osobní přístupový kód BPIN. Správným zadáním kódu BPIN je podmíněno provedení všech bankovních operací.

6.2.5 Podmínky zřízení služby GSM Banking

- ❖ být zákazníkem T-Mobile,
- ❖ mít aktivní bankovní SIM kartu,
- ❖ používat mobilní telefon podporující bankovní služby,
- ❖ mít zřízen bankovní účet u některé z uvedených bank.

Před koupí telefonu podporujícího technologii T-Mobile SIM Toolkit (přístroj označen patřičným logem) je nezbytné, aby se zákazník informoval, které ze služeb této technologie kupovaný SIM Toolkit telefon podporuje.

Zákazníkovi splňujícímu všechny výše uvedené podmínky bude v bance, u které má vedený účet, nahrána bankovní aplikace na SIM kartu. Po nahrání bankovní aplikace se automaticky přejmenuje položka Bankovní služby podle názvu služby v bance. Tato aplikace je ihned aktivní a uživatel může začít provádět veškeré bankovní operace. Rozsah služeb se může lišit podle zvolené banky. V současné době podporují službu T-Mobile GSM Banking tyto banky:



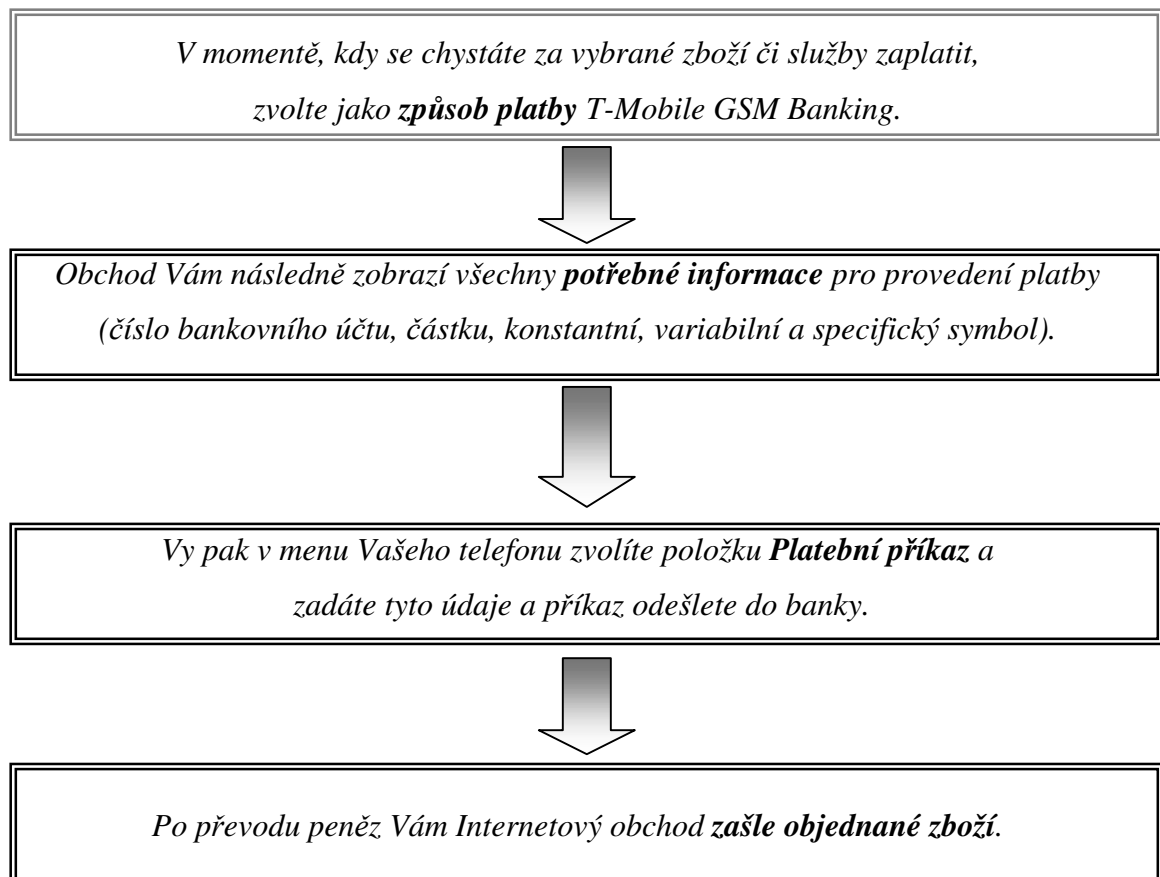
6.2.6 Služba GSM Banking umožňuje

Získávat kdykoli, snadno, rychle a bezpečně nejrůznější informace o účtu, provádět aktivní operace s bankovním účtem, včetně provádění bankovních transakcí, např:

- ⇒ zjištění aktuálního zůstatku na účtu,
- ⇒ historie účtu,

- ⇒ zadání jednorázového nebo trvalého platebního příkazu,
- ⇒ zřízení termínovaného vkladu,
- ⇒ informace o úrokových sazbách a měnových kurzech,
- ⇒ dobíjení Twist kreditu,
- ⇒ přímé spojení s infolinkou banky,
- ⇒ platit za služby a zboží na Internetu.

6.2.7 Postup



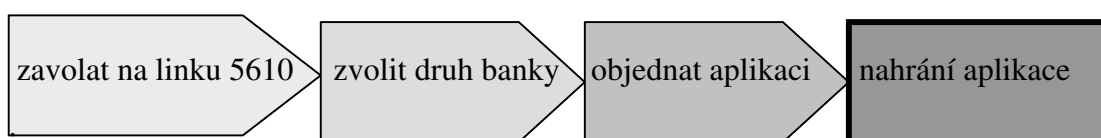
Zdroj: vlastní zpracování.

6.2.8 Bankovní aplikace

Pro správné ovládání účtu přes bankovní aplikace v mobilním telefonu existují 3 základní kroky.

- ⇒ ZÍSKÁNÍ
- ⇒ AKTUALIZACE
- ⇒ VYMAZÁNÍ

Získání nové verze bankovní aplikace



Zdroj: vlastní zpracování.

Aplikace bude po objednání nahrána v následujících 15ti minutách (v této době musí zůstat telefon v dosahu signálu a nesmí být vypnut).

Před nahráním si zákazník ověří číslo verze své bankovní aplikace (verze je uvedena v jejím menu). Při vybírání nabídky na lince nahrávání aplikací je pak zákazníkovi sdělena verze aktuální a datum jejího vydání. Objednání pak uživatel potvrdí jen tehdy, je-li aplikace v jeho telefonu zastaralá.

Tabulka 4 – CENA ZA BANKOVNÍ APLIKACI

<u>Ceník</u>	
Hovor na linku nahrávání aplikací na SIM kartu	Zdarma
Cena za nahrání aplikace	20 Kč (bez DPH)

Zdroj: T-Mobile, vlastní zpracování.

Aktualizace bankovní aplikace

Zákazníci využívající služby T-Mobile GSM Banking mají možnost aktualizovat svoji bankovní aplikaci "vzduchem" a mohou tak získat přístup k novým službám své banky, aniž by museli navštívit její pobočku.

Vymazání bankovní aplikace

Vymazání bankovní aplikace z Universal SIM se provádí zavoláním na linku nahrávání - telefonní číslo 5610. Zde si zákazník zvolí bankovní nabídku, kterou chce vymazat a ta mu bude během následujících minut vymazána. Hovor na linku 5610 a vymazání bankovního menu je zdarma.

6.2.9 Výhody přijímání plateb

1. velký potenciál zákazníků používajících službu T-Mobile GSM Banking,
2. není nutná žádná dodatečná investice do vybavení,
3. pro přijímání plateb není potřeba uzavírat žádné smlouvy a není potřeba investovat do dalšího technického vybavení,
4. bezpoplatková operace u přijatých plateb.

V momentě, kdy zákazník chce zaplatit za zboží, měl by mít možnost výběru volby T-Mobile GSM Banking. Po zvolení tohoto způsobu placení je potřeba zobrazit následující informace:

- ◆ číslo cílového bankovního účtu,
- ◆ částku k úhradě,
- ◆ konstantní symbol (není povinný),

- ◆ variabilní symbol (není povinný),
- ◆ specifický symbol (není povinný).

Pro zavedení služby T-Mobile GSM Banking stačí pouze uvést možnost platby prostřednictvím této služby mezi způsoby plateb na domovské stránce a umístit zde její ikonu.

6.2.9 Dobíjení pomocí GSM Banking

Zákazník, který chce dobít přes GSM Banking musí:

1. být klientem partnerské banky:
 - GE Money Bank,
 - Česká spořitelna,
 - Živnostenská banka,
 - ČSOB,
 - Poštovní spořitelna,
2. s bankou uzavřít dodatek ke smlouvě o vedení účtu pro využití GSM Bankingu,
3. být T-Mobile zákazníkem,
4. mít SIM kartu umožňující bankingové operace,
5. nahrát bankovní aplikaci s Twist dobíjením.

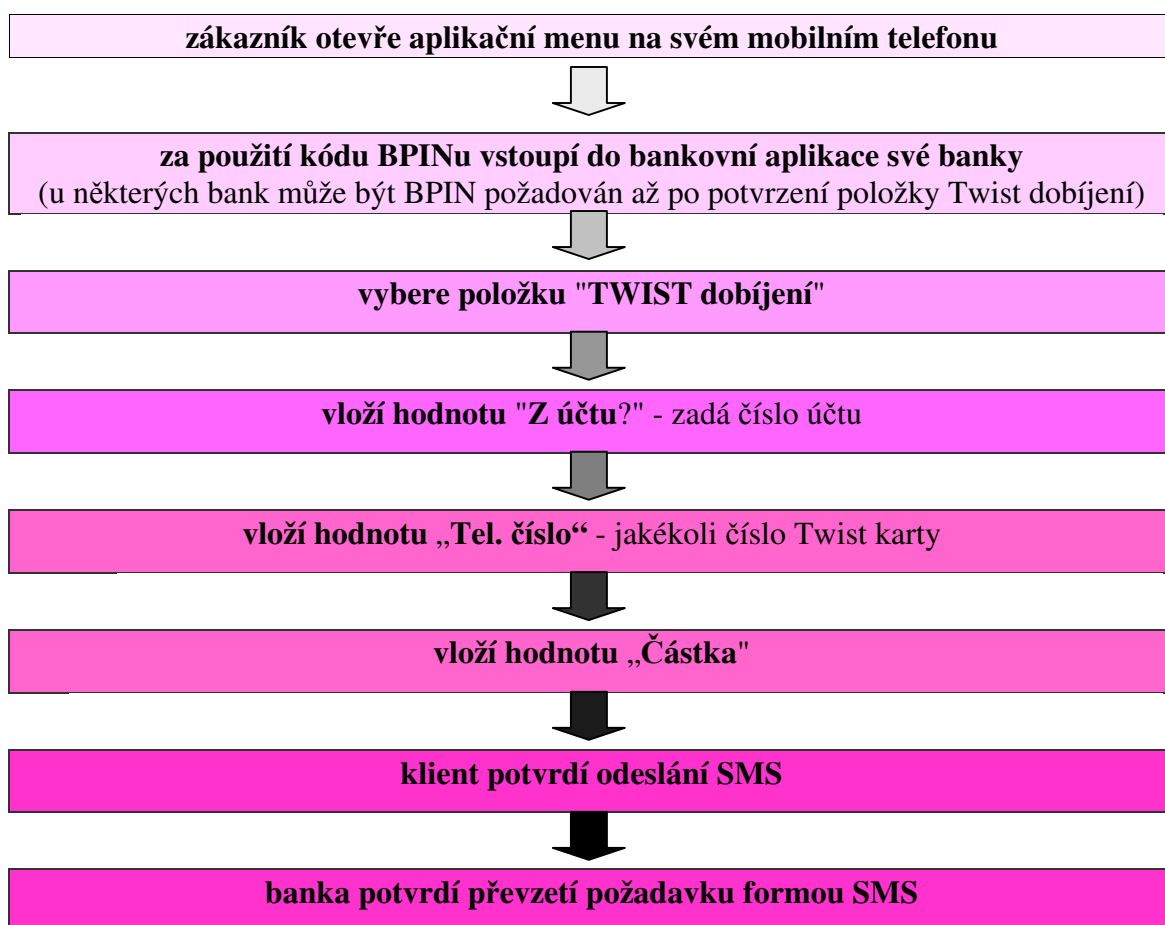
Specifika dobíjení

Tabulka 5 – TWIST DOBÍJENÍ

Název Banky	GE Money Bank	Česká spořitelna	Živnostenská banka	ČSOB	Poštovní spořitelna
Název služby	Mobil Banka	Servis 24 GSM banking	MiniBanka	ČSOB Mobil 24	Max Mobil PS
Limit v Kč	200-3000	200-9 999	200-9 999	200-9 999	200-9 999
Měsíční limit	3000 Kč	-	-	-	-
Denní limit	-	10000 Kč	-	-	-

Zdroj: T-Mobile, vlastní zpracování.

Postup dobíjení přes GSM Banking - obecně:



Zdroj: vlastní zpracování.

6.3 Poznatky z České republiky



Služby internetového bankovníctví se pomalu stávají normou i v České republice - jsou žádané, protože umožňují především šetřit čas a peníze. Jsou moderní, pohodlné, výhodné pro banky i pro klienty. Proto přibývá bank, které tuto službu poskytují. Přesto ale existují rozdíly ve spektru služeb po internetu, ve způsobech zabezpečení i v poplatcích.

Časopis Bankovníctví uvádí: „Česká spořitelna patří mezi banky s nejvyšším počtem klientů. Internetové bankovníctví využívá v současné době více než 600 tisíc klientů, což je přibližně pětina všech majitelů spořicírových účtů.“ [9]

„Internet neuvěřitelným tempem mění nejenom bankovníctví samotné, ale i ekonomické a sociální prostředí, ve kterém banky operují.“ [7]

A tak internetové bankovníctví v ČR předbíhá ostatní kanály pro přístup do bank. Internet se teprve letos stal nejužívanějším kanálem přímého bankovníctví. Ještě loni a předloni vévodilo přímým kanálům telefonické ovládní účtu a o rok dříve vedl dokonce mobilní telefon (GSM Banking).

Dnes je upřednostňován internet (prudké zvýšení za poslední tři roky) před telefonem (po nárůstu poslední dva roky stagnace až mírný ústup) a GSM Bankingem (o něco větší pokles). Jednou měsíčně nebo častěji chodí na pobočky vyřizovat své finanční záležitosti ještě zhruba polovina českých bankovních klientů. Tato část se jen velmi

nepatrně snížila mezi lety 2004 a 2006. Pětina klientů hlásí návštěvy na pobočkách vícekrát měsíčně. Zatímco v roce 2004 jich bylo nad 20 %, v roce 2006 je to pod 20 %.

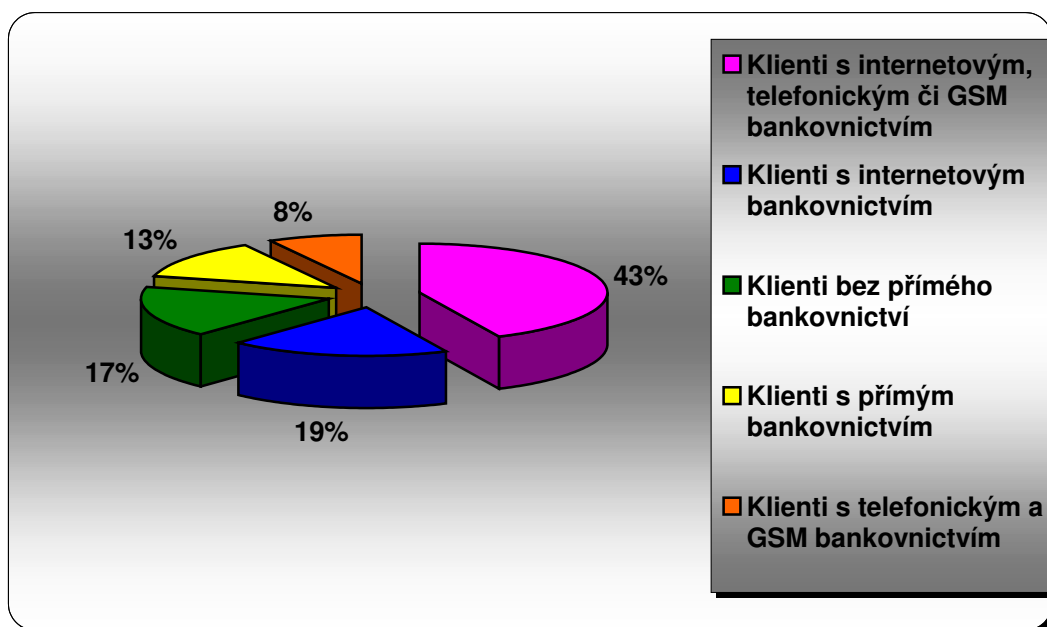
Procento klientů, kteří chodí do banky přes internet více než jednou měsíčně, sice rok od roku pomalu narůstá, avšak teprve letos překročí hranici 10 % všech klientů.

Tabulka 6 – VYUŽITÍ BANKOVNÍCH SLUŽEB

Klienti s internetovým, telefonickým či GSM bankovníctvím	43%
Klienti s internetovým bankovníctvím	19%
Klienti bez přímého bankovníctví	17%
Klienti s přímým bankovníctvím	13%
Klienti s telefonickým a GSM bankovníctvím	8%

Zdroj: časopis Bankovníctví, vlastní zpracování.

Graf 3 – VYUŽITÍ BANKOVNÍCH SLUŽEB



Zdroj: časopis Bankovníctví, vlastní zpracování.

- ✓ zdaleka nejpočetnější je aktivní klient s kombinací internetového a telefonického či GSM bankovníctví (43 %),
- ✓ druhá skupina (19 %) je sporadickým uživatelem přímých kanálů, zejména internetového bankovníctví,
- ✓ třetí skupina vůbec nepoužívá žádné přímé kanály (takových klientů je 17 %),
- ✓ naopak 13 % patří k extrémním uživatelům přímého bankovníctví,
- ✓ zbylých 8 % klientů používá přístup pouze přes telefon nebo mobilní telefon, ale ne přes internet.

Nejaktivnějšími uživateli účtů obecně i přímých kanálů jsou muži s vyššími příjmy a podnikatelé s kladným vztahem k přímým kanálům.

Obecně v oblasti platebních operací považují klienti za nejdůležitější příkaz k úhradě a manipulaci s trvalými příkazy, jako nejméně významné jsou hodnoceny příkazy do zahraničí.

V rámci služby historie transakcí je pro uživatele prioritou zobrazení zůstatku a historie z posledního týdne a měsíce.

Velmi zajímavým zjištěním je skutečnost, že používání jednoho kanálu přímého bankovníctví vede klienty k tomu, aby se zajímali o další kanály přímého bankovníctví.

Nejčastější posun vede směrem od neinternetových forem k internetové - to znamená od bankovního účtu ovládaného přes GSM nebo telefon k ovládní účtu přes internet.

6.4 Poznatky ze zahraničí

6.4.1 Spojené státy americké

Podle Kosiura [2] první banky specializující se na přímé bankovníctví s využitím Internetu vznikly počátkem devadesátých let v USA. Nezakládaly vůbec fyzické expozitury, neměly žádné klasické bankovní přepážky a dokonce byly schopny založit svému klientovi nový bankovní účet bez toho, aby klient musel opustit svoji pracovnu.

Klíčovým faktorem dalšího rozvoje internetového bankovníctví zůstává bezpečnost a zajištění důvěry, které jdou ruku v ruce. To je celosvětový problém, který se stejnou naléhavostí vystupuje v USA, Evropě nebo třeba i v Japonsku. V minulosti bylo dostatečné zabezpečení pomocí jednoduchých hesel.

Dnes, kdy narůstá počet podvodů a krádeží identity s tím, jak roste počet finančních transakcí po internetu, musí banky věnovat daleko větší pozornost ochraně citlivých informací.

Raketový start a rozvoj internetového bankovníctví lze dobře ilustrovat na vývoji internetové velmoci světa - Spojených států amerických. Ještě v roce 1994 většina Američanů o internetu ani neslyšela a velká většina z nich pro výběry peněz i platby účtů stále docházela na bankovní pobočky (s výjimkou transakcí, které bylo možné vyřídit na poště). Ve výzkumu organizace Pew Center odpovědělo pouze 9 % Američanů, že alespoň jednou provedli transakci na svých účtech prostřednictvím přímých kanálů (internet, telefon, mobil).

Již o rok později, v roce 1995, se toto číslo zvýšilo na 13 % a v roce 1998 jen samotné internetové bankovníctví používalo již 13 % dospělých Američanů. V roce 2000 jich už bylo 17 % a růst se dále zrychloval, až v roce 2004 dosáhl 44 %. Loni pak toto číslo překvapivě stagnovalo či spíše mírně pokleslo na 43 % (v absolutních číslech jde o zhruba 64 milionů lidí, čtvrtinu dospělého obyvatelstva USA).

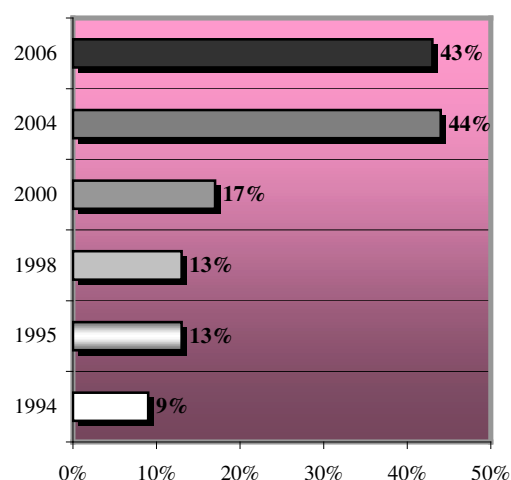
O něco častěji internetové bankovníctví na počátku používali muži, uživatelé širokopásmového internetového připojení a bankovní klienti ve věkové kategorii pod 50 let. Postupně se však vyrovnává počet online klientů i-bankovníctví z obou pohlaví i různých věkových kategorií.

V roce 2005 platilo své účty přes internet 35 % amerických uživatelů globální sítě, což znamenalo zhruba čtvrtinový nárůst oproti předchozímu roku. Zhruba stejný podíl byl placen papírovými šeky a 27,5 % jiným způsobem (hotovostí nebo debetní kartou).

Tabulka 7 – ELEKTRONICKÉ BANKOVNICTVÍ

<i>Rok</i>	<i>Kolik osob využívalo elektronické bankovníctví</i>
1994	9%
1995	13%
1998	13%
2000	17%
2004	44%
2006	43%

Graf 4 – ELEKTRONICKÉ BANKOVNICTVÍ



Zdroj: www.mobilmania.cz, vlastní zpracování.

Dalším zajímavým zjištěním je fakt, že nárůst využívání internetového bankovníctví je nižší než nárůst používání internetu. To lze připsat existující "mezeře důvěry" - nižší důvěře v online finanční transakce oproti užívání internetu obecně. Důvěra je velmi silným faktorem, který ovlivňuje volbu internetového kanálu pro přístup do banky a také to, zda u něj klient zůstane dlouhodobě, i když se setkává v médiích se zprávami o krádežích identity a tzv. phishingu.

Někteří analytici dokonce předpovídají, že banky budou mít pro své i-bankovní aktivity problém se získáváním nových klientů, neboť existuje velký znalostní a zkušenostní

rozestup mezi těmi, kteří už online bankovníctví používají, a těmi, kdo o něm mnoho nevědí.

První skupina podle výzkumu Consumer WebWatch internetovému bankovníctví více důvěřuje, podobně jako stránkám pro automatickou platbu účtů, stránkám informujícím o historii kredibility a úvěrového chování klientů a podobně.

Uživatelé internetu, kteří nakupují online, mají také obecně vyšší důvěru v internetové bankovníctví. Není také žádným překvapením, že i-bankovníctví využívají častěji lidé s vyššími než průměrnými příjmy. Zatímco online kanál používalo 55 % uživatelů internetu z rodin s ročními příjmy nad 75 tis.USD, u domácností s méně než 30 tis.USD to bylo jen 29 %.

Výzkumy Pew Center nezjišťovaly rozdíly mezi používáním čistě internetových a klasických bank, které kombinují pobočkové a přímé bankovníctví. Z některých zpráv však lze usuzovat, že někteří klienti minimálně před několika lety přesunuli část zdrojů do čistě internetových bank.

V této souvislosti bylo zaznamenáno jedno zajímavé číslo - zatímco průměrná americká banka má aktiva ve výši 1 mld. USD, aktiva průměrné čistě internetové banky dosahují překvapivě aktiva 3,5 mld. USD. Průměr však vychyluje několik velkých internetových peněžních ústavů a množství malých regionálních neinternetových bank.

I když procento online klientů bank vůči počtu uživatelů internetu začalo stagnovat, zvyšuje se počet online transakcí na jednoho online klienta. Nejen do bank, ale i na další finanční stránky "chodí" klienti čím dál častěji. Například mezi dubnem 2005 a dubnem 2006 vzrostl počet návštěv i-bankovních stránek o 9 %.

Internetové bankovníctví bývá ve většině vyspělých zemí nadprůměrně ziskové, proto banky do něj v poslední době hodně investují a snaží se vylepšit bezpečnostní charakteristiky. Kromě toho klienti, kteří ho používají, patří zpravidla k těm s vyššími zůstatky na účtech a s vyšší loajalitou k bance.

6.4.2 Ostatní země

Podíváme-li se na zobrazující míru využívání internetového bankovníctví v Evropě, uvidíme největší procento využití v severských zemích, kde je zároveň i nejvíce uživatelů internetu v Evropě vůbec.

Co se týče nelegální činnosti v oblasti elektronického bankovníctví, tak v prvních řadách vystupuje **Velká Británie**. Zde činily ztráty z podvodů v internetovém bankovníctví v 1. pololetí 2004 kolem 4 mil. GBP a již v 1. pololetí 2005 se toto číslo zvýšilo na 14,5 mil. GBP.

Zajímavé je, že na **Slovensku** je penetrace i-bankovníctví vyšší než v České republice.

Zabezpečení internetového bankovníctví českých bank proti vykradení účtů je na poměrně dobré úrovni a srovnatelné se zahraničím. Mezi peněžními ústavami jsou ale značné rozdíly.

Když porovnáme poplatky, které české banky účtují svým klientům, již několik let se vytrvale zdražují, velké banky v zahraničí si obvykle za základní úkony nežadají nic.

V **Německu** mají zákazníci nejvýznamnějších bank zdarma zakládání běžných účtů a kont, zakládání obyčejných platebních karet a výběry z bankomatů i u přepážek. Velké banky Deutsche Bank, Dresdner Bank, Commerzbank a HypoVereinsbank jsou navíc sdruženy v takzvané skupině CashGroup. V jejím rámci neplatí soukromé osoby žádné poplatky ani při běžných mezibankovních operacích.

Rovněž v Británii je snadné najít bankovní účet, ze kterého se při kladném zůstatku neplatí žádné poplatky. I ty banky, které za samotné vedení účtu poplatky vyžadují, zpravidla nic neúčtují za výběry z bankomatů, běžné služby na přepážkách, ani za internetové bankovníctví.

Pokud banky poplatky účtují, často k nim přidávají různé výhody jako jsou slevy do vybraných kulturních podniků nebo pomoc při hledání dovolené. O skutečné hodnotě těchto výhod se však obecně pochybuje.

Nad 60 % občanů používá i-bankovní přímý kanál ke vstupu do banky ve **Švédsku, Finsku, Norsku, na Islandu**, ale pro někoho překvapivě také v **Estonsku**, to je pravděpodobně nejlépe transformovaná země celého bývalého východního bloku a také země s vyšším sklonem obyvatelstva k používání moderních technologií [10].

Další zemí s více než 60 % občanů používajících internetové bankovníctví je už jen **Nizozemsko**. O něco méně obyvatel používá internetové bankovníctví v **Irsku, Lotyšsku, Litvě, Lucembursku a Španělsku** a další skupiny zemí Evropy mají ještě nižší penetraci i-bankovníctví.

Také **francouzské banky** zpravidla poskytují základní bankovní služby zdarma.

Nejnižší poplatky za služby v **EU** mají podle studií poradenských firem rakouské banky. Z peněz klientů na běžných účtech bankovní ústavy pokrývají pouze 75 % skutečných nákladů, což jim dokonce způsobuje deficity na žirových kontech.



6.5 SWOT analýza společnosti T-Mobile

K tomu, aby bylo možné úspěšně čelit konkurenci je nutné mít vysokou podnikatelskou pozici a vysoký tržní podíl. Možná rizika nám odhalí analýza, která pomůže odstranit nedostatky a umožní provést preventivní opatření.

6.5.1 silné stránky

- JEDNIČKA NA TRHU
- KVALITNÍ VÝROBKY A SLUŽBY
- DOBRÁ PLATEBNÍ SCHOPNOST
- NEUSTÁLE SE ROZVÍJEJÍCÍ SPOLEČNOST
- MODERNÍ REKLAMNÍ KAMPANĚ
- PRODEJNÍ KANÁLY TĚMĚŘ VE VŠECH MĚSTECH
- NÁRŮST ZÁKAZNÍKŮ
- CALLCENTRA S PROVOZNÍ DOBOU 24H. DENNĚ
- KOMPLEXNOST A VARIABILITA NABÍZENÝCH PRODUKTŮ A SLUŽEB
- SPONZORSTVÍ
- DOBRÁ KVALIFIKOVANOST ZAMĚSTNANCŮ

6.5.2 slabé stránky

- ČÁSTEČNÉ ŘÍZENÍ SPOLEČNOSTI Z NĚMECKA
- NEDOSTATEČNÁ ORIENTACE NA MÉNĚ POUŽÍVANÉ SLUŽBY
- STEREOTYP BEZ RADIKÁLNÍHO A NOVÉHO NÁPADU

6.5.3 příležitosti

- MOŽNOST ROZŠÍŘENÍ O NOVÉ SLUŽBY
- NÁKUP NOVÝCH PRODUKTŮ
- RŮST POPTÁVKY
- SPOKOJENOST ZÁKAZNÍKŮ
- SPOLUPRÁCE S VÝROBCI MOBILNÍCH TELEFONŮ

6.5.4 hrozby

- SOUČASNÁ KONKURENCE
- VSTUP NOVÉHO OPERÁTORA NA TRH

Konkurenční rozdíly spočívají v různé nabídce služeb, které jednotliví operátoři nabízejí. V rámci udržení konkurenceschopnosti jednotlivých operátorů se však rozdíly v nabízených službách velmi rychle stírají a vývoj v této oblasti jde rychle dopředu.

Už nyní by se měl T-Mobile spolu s ostatními obávat vstupu nového operátora na trh. Během roku 2007 zahájí provoz čtvrtá mobilní síť na trhu. To by mohlo znamenat zvýšení konkurenčního boje a z toho plynoucí snížení cen za telekomunikační služby.

Jméno operátora zatím není jisté, ale majitelem licence je společnost MobilKom.

Bude se jednat o nabídku hlasových a datových služeb. MobilKom, jestli se tak operátor bude jmenovat, se tak stane přímým konkurentem tří současných operátorů O2, Vodafone a T-Mobile.

6.6 SWOT analýza T-Mobile GSM Bankingu

Tabulka 8 – SWOT ANALÝZA

<p>Silné stránky</p>	<ul style="list-style-type: none"> ❖ <i>Vysoké zabezpečení služby.</i> ❖ <i>Podpora většiny bank.</i> ❖ <i>Správa účtu přímo v mobilním telefonu.</i> ❖ <i>Pohodlné ovládání bez větších investic.</i> ❖ <i>Časová nenáročnost.</i> ❖ <i>Rychlost.</i> ❖ <i>Dostupnost.</i>
<p>Slabé stránky</p>	<ul style="list-style-type: none"> ○ <i>Složitost nahrání aplikace.</i> ○ <i>Malý počet bankovních aplikací na 1 SIM kartě.</i> ○ <i>Vysoký poplatek za výměnu SIM karty na bankovní.</i> ○ <i>Službu umožňují pouze nové SIM karty.</i> ○ <i>Nemožnost zadat příkaz do zahraničí.</i>
<p>Příležitosti</p>	<ul style="list-style-type: none"> ⇒ <i>Zjednodušení a zlevnění služby.</i> ⇒ <i>Rozšíření transakcí.</i> ⇒ <i>Přízpůsobení se požadavkům zákazníka.</i> ⇒ <i>Možnost řešení problémů v callcentru operátora.</i>
<p>Hrozby</p>	<ul style="list-style-type: none"> ➤ <i>Konkurenční výhody.</i> ➤ <i>Vstup nového operátora na trh.</i> ➤ <i>Výpadky systému banky.</i> ➤ <i>Omezení na straně operátora.</i> ➤ <i>Vzrůstající zájem o internetové bankovníctví.</i>

Zdroj: vlastní zpracování.

7. Analýza a porovnání mobilních operátorů

Celkový přehled obsahuje pouze standardní tarify nabízené v současné době. Neobsahuje varianty tarifů, které zákazník může získat. Tato analýza dává prostor k výběru zákazníkům, kteří se buď nechtějí vázat smlouvou na dobu určitou nebo si zvolí jiné zvýhodnění než cenové (např. nový mobilní telefon).

Do zhodnocení jsou zahrnuty i základní balíčky, jež je možné zaktivovat k uvedeným tarifním programům. Pro lepší přehled uvádím vždy jen jeden, z mého pohledu nejatraktivnější balíček.

Zákazníky, kteří uzavřeli se společností smlouvu, nazýváme paušálními nebo tarifními klienty. Ti, co se nechtějí vázat a rádi vystupují anonymně, označujeme jako zákazníci s předplacenými či dobíjecími kartami. Dobíjí si dle své potřeby, nedostávají vyúčtování služeb a neplatí měsíční paušál.

Uvádím jen údaje spojené s využíváním odchozích textových zpráv. Odeslaná SMS s požadavkem do banky spadá do ceníku pro odchozí zprávy v rámci ostatních sítí, tudíž se netýká vlastní sítě.

Zveřejněny jsou SIM karty, které se dají nyní zakoupit, nejedná se tedy o starší typy.

Pro přiblížení se potřebám klienta jsou všechny ceny započítány včetně 19% DPH.



7.1 T-Mobile

Společnost T-Mobile spustila svou síť Paegas (dnes T-Mobile) jen o něco později, než O2 síť GSM. Snad příliš uspěchaný start zavínil, že Paegas byl dlouho chápán jen "jako ten druhý". Měl sice lepší ceny, ale služby horší kvality.

Současná nabídka je však plně srovnatelná s O2 a T-Mobile si svým inovativním přístupem vydobyl uznání.

Společnost T-Mobile Czech Republic a.s. působí na českém trhu od roku 1996. Od svého založení klade důraz na kvalitu nabízených služeb a vynikající péči o své zákazníky. Díky jejich důvěře a spokojenosti se v roce 2005 stal T-Mobile největším mobilním operátorem v České republice podle počtu aktivních SIM karet.

K 30. červnu 2005 obsluhovala společnost celkem 4,46 milionu zákazníků. Operátor dále posílil svou pozici jedničky v segmentu firemních zákazníků.

Jako dárek a poděkování svým zákazníkům za důvěru k T-Mobilu připravil na víkend 20 - 21. 8 2005 tzv. „víkendové posílání SMSek do jakékoliv sítě domácího operátora zdarma“. Tato akce přišla na více než 100 mil. Kč a během tohoto víkendu došlo ke 100% nárůstu počtu zasílaných SMS.

Stejně jako ostatní české sítě i T-Mobile je členem mezinárodní telekomunikační skupiny T-Mobile International. Zákazníci díky mezinárodnímu zázemí mohou v zahraničí počítat s dostupností služeb, na něž jsou zvyklí z domova, či využít jednotné a velmi výhodné ceny za volání."

7.1.1 Aktuálně nabízené standardní tarify pro paušální zákazníky

Tabulka 9 – MINUTOVÉ TARIFY T-MOBILE

<i>Název tarifu</i>	<i>T30</i>	<i>T80</i>	<i>T160</i>	<i>T300</i>	<i>T600</i>	<i>T1500</i>
Měsíční poplatek	226,10 Kč	535,50 Kč	773,50 Kč	1178,10 Kč	2130,10 Kč	4462,50 Kč
Cena za SMS (v i nad m.paušál)	2,02 Kč	2,02 Kč	2,02 Kč	2,02 Kč	2,02 Kč	2,02 Kč

Zdroj: T-Mobile, vlastní zpracování.

Tabulka 10 – KREDITNÍ TARIFY T-MOBILE

<i>Název tarifu</i>	<i>Kredit 250</i>	<i>Kredit 450</i>	<i>Kredit 700</i>	<i>Kredit 1200</i>	<i>Kredit 2000</i>
Měsíční poplatek	297,50 Kč	535,50 Kč	833 Kč	1428 Kč	2380 Kč
Přepočtený počet volných SMS	250 ks	450 ks	700 ks	1200 ks	2000 ks
Cena za SMS (v i nad měsíční paušál)	1,19 Kč	1,19 Kč	1,19 Kč	1,19 Kč	1,19 Kč

Zdroj: T-Mobile, vlastní zpracování.

Balíček pro zlevnění textových zpráv

Tabulka 11 – SMS BALÍČEK T-MOBILE

<i>Název balíčku</i>	<i>Popis služby</i>	<i>Cena balíčku</i>	<i>Počet SMS</i>	<i>Cena za 1 SMS</i>
SMS 100+	Zvýhodnění nabízí 100 volných SMS do všech mobilních sítí za měsíční poplatek 94,01 Kč. Platí až po vyčerpání volných jednotek obsažených v měsíčním paušálu.	94,01 Kč	100 ks	0,94 Kč

Zdroj: T-Mobile, vlastní zpracování.

7.1.2 Aktuálně nabízené tarify pro předplacené karty

Tabulka 12 – TWIST TARIFY

<i>Název tarifu</i>	<i>Twist Start</i>	<i>Twist ProSMS</i>	<i>Twist Týden</i>
Popis služby	Základní tarif s jednotnou cenou za volání do všech sítí.	Tarif pro ty, kdo rádi a hodně SMSkují.	Nízká cena za volání do vlastní i pevné sítě i za SMS s týdenním poplatkem.
Týdenní poplatek	-	-	19 Kč
Cena za SMS (nad pravidelný paušál)	2,90 Kč	1,90 Kč	1,90 Kč

Zdroj: T-Mobile, vlastní zpracování.

Balíček pro zlevnění textových zpráv

Zákazníci nemají možnost zvýhodnit si u Twist karet SMS do ostatních sítí.

7.1.3 GSM Banking

Ceník služeb

U tarifních zákazníků jsou počítány odchozí SMS dle výše uvedených tarifů, nejvýhodnější poplatek činí **1,19 Kč** za 1 odchozí SMS (s balíčkem **0,94 Kč**). Zákazníkům s dobíjecí kartou společnost účtuje **1,90 Kč** za 1 odchozí textovou zprávu (jiné cenové zvýhodnění není součástí standardní nabídky).

Nevýhody

- ◆ Pro získání bankovní aplikace nutná **osobní** návštěva banky.
- ◆ Jen **2 bankovní aplikace** na 1 Universal SIM kartu.

- ♦ Poplatek za nahrání bankovní aplikace činí **23,80 Kč**.

Výhody

Možné **snížení ceny** při výměně karty na polovinu, nabízí vybrané banky.

Přehled nejdůležitějších informací

Tabulka 13 – CELKOVÝ PŘEHLED T-MOBILE

Název služby	GSM Banking
Počet bankovních domů	7
Název SIM karty	Universal SIM karta
Bezpečnostní kódy	BPIN a BPUK
Aktivace bankovní aplikace	osobně v bance
Poplatek za bankovní aplikaci	23,8 Kč
Počet aplikací na SIM kartě	2
Dobíjení předplacené karty	ano
Aktivace	-
Výměna SIM karty	476 Kč, 238 Kč
Nejnižší cena SMS u paušálních zákazníků	1,19 Kč
-//- s použitím balíčku	0,94 Kč
Nejnižší cena SMS u předplacených karet	1,90 Kč
-//- s použitím balíčku	-

Zdroj: T-Mobile, vlastní zpracování.

7.2 Vodafone

Po získání licence na provozování duální mobilní sítě GSM 900/1800 v říjnu roku 1999 se tehdy Český Mobil a.s. stal prvním duálním mobilním operátorem v České republice. Komerční provoz nejmodernější GSM sítě v ČR zahájil pod značkou Oskar.

Oskar vstoupil na trh 1. března 2000 jako 3. a nejrychleji se rozvíjející mobilní operátor v České republice. Oskar se zasadil o radikální změny na českém mobilním komunikačním trhu a mobilní telefony cenově zpřístupnil každému spotřebiteli.

Během necelého roku Oskar vybudoval síť srovnatelnou s konkurencí. K 30. září 2002 měl Oskar více než 1 139 600 zákazníků a jeho tržní podíl přesáhl 14%. Oskar rychle získal uznání i v mezinárodním měřítku a v letech 2001 a 2002 byl nominován na prestižní ocenění World Communication Award jako nejlepší mobilní operátor.

Oskar měl jasně vymezenou inovativní strategii přímého styku se zákazníkem, která se stala základem úspěchů firmy. Tyto úspěchy odrážejí i odhodlání měnit tvář českého mobilního trhu a jeho zaběhnuté zvyklosti. V červnu 2005 se stal členem skupiny Vodafone.

7.2.1 Přednosti pro zákazníka v porovnání s konkurencí

- ✓ Není podmínkou podepsat smlouvu.
- ✓ Bez aktivačních poplatků.
- ✓ Volání do Hlasové schránky je zdarma.
- ✓ Možnost okamžité kontroly výdajů s tarify Naplno.
- ✓ Možnost nastavení limitu na volání s tarify Naplno.
- ✓ Třicetidenní záruka spokojenosti.

7.2.2 Aktuálně nabízené standardní tarify pro paušální zákazníky

Tabulka 14 – TARIFY VODAFONE

<i>Název tarifu</i>	<i>Nabito 100</i>	<i>Nabito 300</i>	<i>Nabito 600</i>	<i>Nabito 1000</i>	<i>Nabito 1800</i>	<i>Odepiš</i>
Měsíční poplatek	119 Kč	357 Kč	714 Kč	1190 Kč	2142 Kč	11,90 Kč
Počet volných SMS	100 ks	300 ks	600 ks	1000 ks	1800 ks	-
Cena za SMS (v i nad měsíční paušál)	1,19 Kč	1,19 Kč	1,19 Kč	1,19 Kč	1,19 Kč	1,79 Kč

Zdroj: Vodafone, vlastní zpracování.

Balíček pro zlevnění textových zpráv

Tabulka 15 – SMS BALÍČEK VODAFONE

<i>Název balíčku</i>	<i>Popis služby</i>	<i>Cena balíčku</i>	<i>Počet SMS</i>	<i>Cena za 1 SMS</i>
Balíček SMS	<ul style="list-style-type: none"> Volné SMS platí pro běžné SMS do všech mobilních sítí. Služba se vztahuje na Tarify Naplno a Tarify nové generace. Jeden zákazník může využít jeden Balíček SMS za měsíc. 	95,20 Kč	100 ks	0,952 Kč

Zdroj: Vodafone, vlastní zpracování.

7.2.3 Aktuálně nabízené tarify pro předplacené karty

Tabulka 16 – VODAFONE DIVOKÁ KARTA

<i>Název tarifu</i>	<i>Vodafone divoká karta</i>
Cena za SMS (v i nad měsíční paušál)	2,38

Zdroj: Vodafone, vlastní zpracování.

Balíček pro zlevnění textových zpráv

Tabulka 17 – SMS BALÍČEK K DIVOKÉ KARTĚ

<i>Název balíčku</i>	<i>Popis služby</i>	<i>Cena balíčku</i>	<i>Počet SMS</i>
SMS balíček	SMS balíček obsahuje 40 volných SMS do všech mobilních sítí v ČR. Na využití balíčku je 7 dalších dnů od aktivace, nevyužité SMSky pak propadnou.	59,50	neomezeně

Zdroj: Vodafone, vlastní zpracování.

7.2.4 GSM Banking jako M-Banka

U společnosti Vodafone se služba GSM Banking nazývá M-Banka.

Banky, které službu pro Vodafone poskytují

1. Česká spořitelna
2. ČSOB
3. eBanka
4. GE Money Bank
5. Poštovní spořitelna
6. Živnostenská banka



SIM karta

Službu GSM Banking umožňuje pouze **SIM plus karta** určená pro všechny zákazníky.

Bezpečnostní kódy

Karta obsahuje ochranný bezpečnostní kód **MPUK**, jenž přiděluje operátor při pořízení SIM plus karty. Při změně či ztrátě MPUKu je nutná výměna karty. Kód zadaný

zákazníkem nese název **MPIN** a je podřazen kódu MPUK, při zablokování služby špatným zadáním MPINu, zákazník použije MPUK.

Bankovní aplikace

Aktivaci bankovních funkcí provede banka odesláním SMS zprávy - tzv. **Aktivační zprávy**, na telefon. Po ukončení registrace na pobočce banky je nutné nechat telefon zapnutý, aby mohl aktivační zprávu přijmout. Vzhledem k tomu, že se způsob aktivace bankovního menu u jednotlivých bank liší, získá klient podrobnější informace o této proceduře u dané banky. Přijetí aktivační zprávy je avizováno zprávou "*M-Banka nastavena*". Tím je SIM karta připravena pro komunikaci s bankou a zákazník ji může začít využívat.

Možnost zřízení až **10ti bankovních aplikací** na 1 SIM kartu.

Ceník služeb

Cena aktivace služeb na SIM plus kartu je **91,63 Kč**, výměna SIM karty **238 Kč**.

Za používání služby jsou účtovány odchozí SMS dle jednotlivých tarifů, nejnižší cenu pro paušální zákazníky činí **1,19 Kč** za 1 odchozí SMS (s balíčkem **0,95 Kč**). Předplacená karta účtuje **2,38 Kč** za 1 odchozí textovou zprávu (s balíčkem je cena neurčena a závisí na počtu odeslaných zpráv).

Poplatek za nahrání bankovní aplikace není **žádný**.

Nevýhody

- Aktivační poplatek.
- Podpora jen 6ti bank.

Výhody

- Příznivá cena při výměně SIM karty.

- Možnost zřízení služby bez osobní návštěvy banky.
- Podpora 10ti bankovních aplikací.
- Žádná cena za nahrání bankovní aplikace.

Přehled nejdůležitějších informací

Tabulka 18 – CELKOVÝ PŘEHLED VODAFONE

Název služby	M-banka
Počet bankovních domů	6
Název SIM karty	SIM plus karta
Bezpečnostní kódy	MPIN a MPUK
Aktivace bankovní aplikace	přes SMS
Počet aplikací na SIM kartě	10
Poplatek za nahrání bankovní aplikace	-
Dobíjení Divoké karty Vodafone	ne
Aktivace	91,63 Kč
Výměna SIM karty	238 Kč
Nejnižší cena SMS u paušálních zákazníků	1,19 Kč
-//- s použitím balíčku	0,95 Kč
Nejnižší cena SMS u předplacených karet	2,38 Kč
-//- s použitím balíčku	neurčena

Zdroj: Vodafone, vlastní zpracování.

7.3 Telefónica O2

První ... spolehlivý ... nejdražší ... to jsou přívlastky, které se o Telefónice O2 (dříve Eurotel) nejčastěji prohlašují. Její služby jsou až na výjimky dražší než srovnatelná nabídka u konkurence, což operátor zdůvodňuje kvalitou služeb a kvalitním přenosem hlasu.

O2 poskytuje silnější signál umožňující lepší příjem po celé zemi. Provozuje více než 2300 základnových stanic, které zajišťují vysokou kvalitu pokrytí i uvnitř většiny budov.

Působí na českém trhu už od roku 1992, kdy s výstavbou sítě GSM začal u nás jako první. Proto bylo možno s O2 volat mobily GSM už od počátku roku 1996, s T-Mobilem o něco málo později. Do dnešní doby se však pokrytí velmi rychle srovnalo. Jen Vodafone ještě nemá pokryto 99 procent populace.

O2 ve své síti GSM jako první nabídl technologii pro kvalitnější přenos hlasu. Nabízí ji pod obchodním názvem SuperSound, kromě O2 tuto technologii u nás nabízí jen Vodafone.

Služby nabízené O2 jsou srovnatelné s nabídkou T-Mobilu. Jako první operátor v České republice však O2 nabídl svým zákazníkům přístup k internetu pomocí služby WAP. Uvedl ji pod názvem JUICE. Jde o WAP (Wireless Application Protocol) – nejrychlejší a nejmodernější mobilní přenos dat ze světa internetu na mobilní telefon.

O2 je členem aliance mobilních operátorů Starmap, ve které je nyní sdruženo 11 mobilních operátorů poskytujících vysoce kvalitní mobilní hlasové a datové služby více než 53 miliónům zákazníků.

O2, který je vítězem Národní ceny České republiky za jakost 2004, poskytuje své telekomunikační služby v nejvyšší kvalitě, což osvědčuje vydaný mezinárodní

certifikát kvality ISO 9001:2000. Společnost jako jediný telekomunikační operátor v České republice získala také certifikáty v oblasti ochrany životního prostředí, bezpečnosti a ochrany zdraví při práci a bezpečnosti informací.

7.3.2 Aktuálně nabízené standardní tarify pro paušální zákazníky

Tabulka 19 – MINUTOVÉ TARIFY O2

<i>Název tarifu</i>	<i>O2 SMS</i>	<i>O2 Bronz</i>	<i>O2 Silver</i>	<i>O2 Gold</i>	<i>O2 Platinum</i>	<i>O2 Diamant</i>
Měsíční poplatek	214,20 Kč	214,20 Kč	660,45 Kč	1059,10 Kč	1892,10 Kč	3689,20 Kč
Počet volných SMS	150 SMS	-	-	-	-	-
Cena za SMS (nad měs. paušál)	2,26 Kč	2,26 Kč	2,26 Kč	2,26 Kč	2,26 Kč	2,26 Kč

Zdroj: Telefónica O2, vlastní zpracování.

Tabulka 20 – KREDITNÍ TARIFY O2

<i>Název tarifu</i>	<i>O2 Simple 240</i>	<i>O2 Simple 600</i>	<i>O2 Simple 980</i>	<i>O2 Simple 1350</i>	<i>O2 Simple 1980</i>
Měsíční poplatek	285,60 Kč	714 Kč	1166,20 Kč	1606,50 Kč	2356,20 Kč
Počet volných SMS	159 ks	398 ks	651 ks	897 ks	1316 ks
Cena za SMS (nad měsíční paušál)	1,79 Kč	1,79 Kč	1,79 Kč	1,79 Kč	1,79 Kč

Zdroj: Telefónica O2, vlastní zpracování.

Balíček pro zlevnění textových zpráv

Tabulka 21 – SMS BALÍČEK O2

<i>Název balíčku</i>	<i>Popis služby</i>	<i>Cena balíčku</i>	<i>Počet SMS</i>	<i>Cena za 1 SMS</i>
O2 Top SMS	Zvýhodnění obsahuje 200 SMS do všech mobilních sítí v České republice. Na čerpání balíčku má zákazník měsíc, nevyužité SMSky pak propadnou. Tento balíček je možné použít každý měsíc.	178,50 Kč	200 ks	0,89 Kč

Zdroj: Telefónica O2, vlastní zpracování.

7.3.3 Aktuálně nabízené tarify pro dobíjecí karty

Tabulka 22 – DOBÍJECÍ TARIFY O2

<i>Název tarifu</i>	<i>O2 Fajn</i>	<i>O2 TXT</i>	<i>O2 Mix</i>
Popis služby	Tarif určený převážně k volání.	Tarif spíše pro posílání textových zpráv.	Kombinace volání a SMS.
Cena za SMS (v i nad měsíční paušál)	3,20 Kč	2 Kč	2,80 Kč

Zdroj: Telefónica O2, vlastní zpracování.

Balíček pro zlevnění textových zpráv

Telefónica O2 nenabízí u předplacených tarifů zvýhodnění odchozích textových zpráv. Veškeré SMS balíčky se vztahují na vlastní síť O2.

7.3.4 O2 GSM Banking

Telefónica O2 vede tuto službu pod označením O2 GSM Banking.

Banky, které službu pro O2 poskytují

- Poštovní spořitelna
- Česká spořitelna
- GE Money Bank
- eBanka
- Raiffeisen Bank
- ČSOB
- Živnostenská banka

Propojení SIM karty a bankovního účtu zabezpečí banka, která zároveň zajistí i zaktivování bankovních funkcí v menu.

SIM karta

Službu GSM Banking umožňuje pouze **SIM karta SMART** určená pro všechny zákazníky Vodafone.

Bezpečnostní kódy

Se SIM kartou SMART zákazník získá i **bankovní PIN a PUK**. U telefonu, který podporuje SIM Toolkit, může být služba aktivována konkrétní bankou.

Bankovní aplikace

Stačí se jen obrátit na některou z bank poskytujících tuto službu a banka zašle **aktivační SMS**. Aplikace je již na SIM kartě od výrobce.

Správa až **15 bankovních účtů** najednou pomocí služby O2 GSM Banking.

Ceník služeb

U tarifních zákazníků jsou počítány odchozí SMS dle výše uvedených tarifů, nejvýhodnější poplatek činí **1,79 Kč** za 1 odchozí SMS (s balíčkem **0,89 Kč**). Zákazníkům s dobíjecí kartou společnost účtuje **2 Kč** za 1 odchozí textovou zprávu (jiné cenové zvýhodnění není součástí standardní nabídky).

Poplatek za výměnu SIM karty SMART činí **453,33 Kč**.

Nulová platba za nahrání bankovní aplikace.

Nevýhody

Žádný SMS balíček pro zákazníky, kteří si dobíjejí.

Výhody

- ❖ Aktivace služby přes textovou zprávu.
- ❖ Podpora až 15 bankovních aplikací.
- ❖ Nulová cena za nahrání bankovní aplikace.



Přehled nejdůležitějších informací

Tabulka 23 – CELKOVÝ PŘEHLED O2

Název služby	O2 GSM Banking
Počet bankovních domů	7
Název SIM karty	SIM karta SMART
Bezpečnostní kódy	bankovní PIN a bankovní PUK
Aktivace bankovní aplikace	přes SMS
Poplatek za nahrání bankovní aplikace	-
Počet aplikací na SIM kartě	15
Dobíjení předplacené karty	ano
Aktivace	-
Výměna SIM karty	453,33 Kč
Nejnižší cena SMS u paušálních zákazníků	1,79 Kč
-//- s použitím balíčku	0,89 Kč
Nejnižší cena SMS u předplacených karet	2 Kč
-//- s použitím balíčku	-

Zdroj: Telefónica O2, vlastní zpracování.

8. Celkové zhodnocení

Aby mohl zákazník využívat služby GSM Banking, potřebuje mít samozřejmě účet u dané banky a SIM kartu, která tuto službu podporuje. Zatímco O2 a T-Mobile v současné době vydávají SIM karty, které podporu služby mají v sobě zahrnutou automaticky (službu nepodporují jejich starší typy karet), u Vodafone si musíte říct i SIM plus. Aktivace služeb SIM plus pak stojí necelých 92 korun.

Poté je důležité si o GSM Banking zažádat u banky. U O2 a Vodafone je nutná pouze aktivace prostřednictvím SMS. U T-Mobile je vždy potřebné dostavit se do banky a nechat si aplikaci nahrát.

Pokud si zákazník zvolí mobilního operátora Vodafone či O2, potom je možné na jeho kartu nahrát až 10 bankovních aplikací (u SIM karty SMART od O2 až 15). Pokud však využívá služeb T-Mobilu, „udrží“ jeho SIM karta maximálně aplikace 2.

A co počet z pohledu z druhé strany – kolik aplikací povolí banka, pokud se používá více SIM karet, navíc třeba různých operátorů. Omezení existuje v tomto směru pouze u GE Money Bank, a to na jednu SIM kartu.

Spolu s O2 jsou o krok před Vodafone, GSM Banking podporuje sedm bankovních domů.

Vodafone vyrovnává platby při výměně SIM karty, poplatek má téměř poloviční. Uživatelům sítě T-Mobile mohou polovinu částky za výměnu karty dokreditovat vybrané banky.

T-Mobile je jedničkou v ceně za odchozí textovou zprávu, nejhůře si vede u paušálních tarifů O2 a u předplacených sítí Vodafone.

Tabulka 24 – ZHODNOCENÍ MOBILNÍCH OPERÁTORŮ

<u>Vybraní ukazatelé</u>	<u>T-Mobile</u>	<u>Vodafone</u>	<u>Telefónica</u> <u>O2</u>
Název služby	GSM Banking	M-banka	O2 GSM Banking
Počet bank	7	6	7
Název SIM karty	Universal SIM karta	SIM plus karta	SIM karta SMART
Bezpečnostní kódy	BPIN a BPUK	MPIN a MPUK	bankovní PIN a PUK
Aktivace aplikace	osobně v bance	přes SMS	přes SMS
Cena za aplikaci	23,80 Kč	0	0
Max. počet aplikací	2	10	15
Dobíjení karet	ano	ano	ano
Aktivace služby	zdarma	91,63 Kč	zdarma
Výměna SIM karty	476 Kč (238 Kč)	238 Kč	453,33 Kč
Nejnižší cena SMS u paušálních zákazníků	1,19 Kč	1,19 Kč	1,79 Kč
-//- s použitím balíčku	0,94 Kč	0,95 Kč	0,89 Kč
Nejnižší cena SMS u předplacených karet	1,90 Kč	2,38 Kč	2 Kč
-//- s použitím balíčku	bez balíčku	neurčena	bez balíčku

Zdroj: vlastní zpracování.

9. Návrhy pro zkvalitnění a řešení



V mém osobním zhodnocení jsem použila jednoduchý prostředek srovnávání. Nejprve jsem si ujasnila jaké jsou přednosti a nedostatky z pohledu SWOT analýzy a teprve poté jsem porovnávala jednotlivé mobilní operátory, které současně ovlivňují český trh.

Analýza obsahuje veškeré důležitosti služby GSM Banking z pohledu zákazníka. Jednotlivé paušální tarify a tarify dobíjecích karet jsou pro zpřehlednění vepsány do tabulky, doplnila jsem je o seznam balíčků, jež mohou cenu odchozí SMS zlevnit. Vycházela jsem z toho, že lidé ve svém žebříčku hodnot dávají peníze do popředí.

Pokud tuto otázku zaměřím na GSM Banking, cena za odchozí textovou zprávu není hlavním měřítkem při rozhodování zákazníka, zda-li si tuto službu u konkrétního operátora vybrat či ne.

Dávají přednost jiným hlediskům. Na začátek si zjistí, který operátor nabízí službu souběžně s jejich bankou. Dále, jestli vlastní SIM kartu a mobilní telefon, který umožňuje ovládání účtu přes mobilní telefon. Z vlastní zkušenosti vím, že tyto informace si ověří prostřednictvím Zákaznického centra včetně bankovních kódů přidělených k jednotlivým SIM kartám.

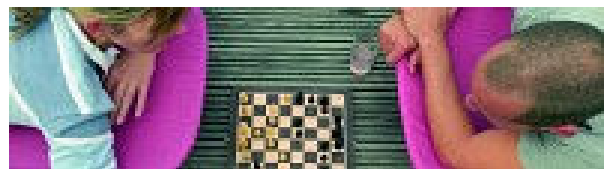
Zákazníky také zajímá, zda-li si pro potřebný program musí zajít do banky osobně, nebo to mohou vyřídit na dálku přes telefon či internet.

Dalším krokem jsou nabízené bankovní služby obsahující různé druhy příkazů, kontrolu účtu a další produkty.

Klienti uvažují při výběru služby, jakým způsobem se budou řešit případné poruchy a omezení. V dnešní době se dává přednost jednoduchosti, nenáročnosti a pokud možno, aby vše dokázal vyřešit někdo jiný a zákazník na tom mohl třeba i vydělat.

T-Mobile má asi 4,8 milionů zákazníků, z toho necelých 18 % využívá službu GSM Banking, tj. 864 tisíc osob. Není to většina, ale ani zanedbatelné množství, právě tyto návrhy povedou k většímu zájmu o službu. Pro společnost T-Mobile z celkové analýzy plyne několik důležitých upozornění. Veškeré změny pro zlepšení služby GSM Banking jsem rozčlenila do těchto kategorií:

- tarify a jejich zvýhodnění,
- SIM karta,
- bezpečnostní kódy,
- bankovní aplikace,
- Twist dobíjení,
- vyúčtování,
- ostatní,
- cenová novinka
- marketingová strategie
- Call centrum.



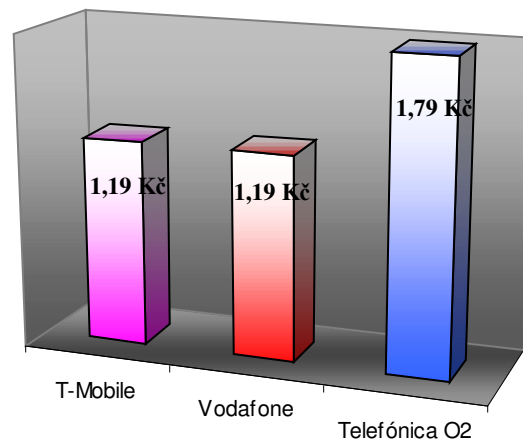
9.1 Tarify a tarifní zvýhodnění

Doporučuji, aby T-Mobilu zavést ***tarif určený pouze pro odesílání textových zpráv***. Taková služba tu nyní chybí, všechny nabízené tarify upřednostňují volání a na SMS se zapomíná. Změna by se týkala jak zákazníků se smlouvami, tak i těch, co své karty dobíjí.

Co se týče balíčků, schvaluji provést změnu u paušálních zákazníků, nabídnout zvýhodnění, které předběhne konkurenci. To, že v současné době si mohou tarifní

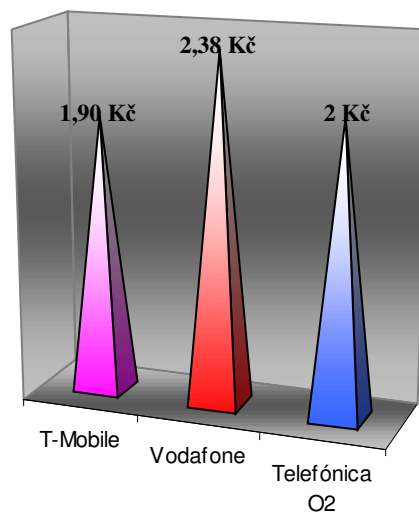
zákazníci zlevnit SMS o pár haléřů je sice dobrá strategie, ale ostatní operátoři jsou v tomto směru před námi.

Graf 5 – ODCHOZÍ SMS U PAUŠÁLNÍCH TARIFŮ



Zdroj: vlastní zpracování.

Graf 6 – ODCHOZÍ SMS U TWISTŮ



Zdroj: vlastní zpracování.

Pro předplacené Twist karty navrhuji zavést **SMS balíček** pro zasílání do všech sítí, neboť zpráva poslaná do banky není součástí vlastní sítě. V současnosti T-Mobile nabízí tzv. Twit Bonus, který podléhá měsíčnímu dobítí určité částky (dle stáří SIM karty, minimálně 200,-) a poté klient odesílá zprávy do vlastní sítě v dopoledních hodinách za 0,50 Kč pro 1 ks SMS.

Pro dobíjecí zákazníky považuji za vhodné nabídnout **tarifní zvýhodnění** s měsíčním poplatkem 49 Kč, které se bude vždy k 1. v měsíci odečítat z kreditu a cenou odchozí SMS do jakékoli sítě 1 Kč. Vše včetně 19 % DPH. Zákazníci, kteří dobíjejí, dávají přednost nezávislosti, rádi si jakýmkoli způsobem zlevňují sazby za mobilní služby. Vidina, že nebudou nuceni si pravidelně dobíjet a mohou si zaktivovat SMS balíček, je více než lákavá. Do této kategorie spadají převážně děti, studenti nebo starší osoby. Službu bych nazvala **TWIST SMS +**.

Ostatním doporučuji **výhodnější balíček**, např. stejný měsíční poplatek 94 Kč, shodný název SMS 100+, ale v ceně by bylo 150 textových zpráv, tedy 1 SMS za 0,63 Kč. Což je nejlevnější zvýhodnění pro paušální zákazníky mezi všemi českými operátory. Pro zákazníky to znamená, že mohou na 1 zprávě ušetřit přibližně 1,40 Kč.

Pro zviditelnění jednotlivých balíčků a tarifů doporučuji jednak investovat do **reklamních kampaní** a také připravit pro nové uživatele první 2 měsíce bez měsíčního poplatku. Na jakoukoli slevu a úsporu lidé zareagují impulsivněji.

9.2 SIM karta

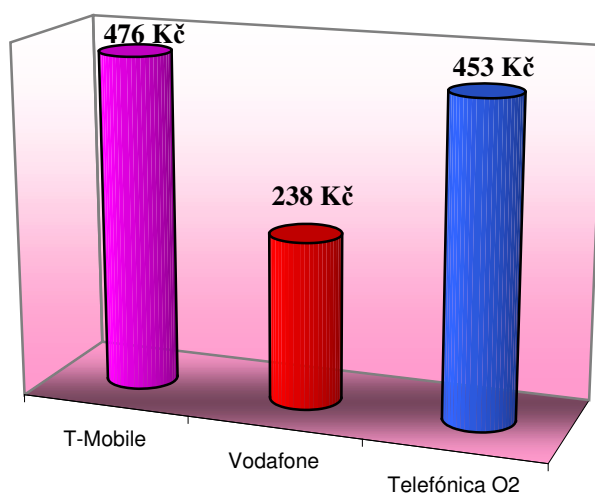
SIM karta společnosti T-Mobile s názvem Universal jako jediná umožňuje nahrání jen 2 bankovních aplikací. Parametr ovlivňuje kapacita SIM karty. Doporučuji **zvýšit kapacitu karty**. Vždyť v dnešní době klienti bank využívají jednak služeb více bankovních domů a také vedou více druhů účtů, např. pro soukromé a firemní potřeby.

Myslím si, že je dobré nahrání minimálně 15ti bankovních programů na jednu Universal SIM kartu, aby se T-Mobile přiblížil konkurenci O2.

Největším nedostatkem u služby bývá zpoplatnění. Za výměnu SIM karty si T-Mobile účtuje částku 476 Kč, v některých případech do poplatku vstupuje banka a polovinu platby zákazníkovi vrátí. Jedná se bohužel jen o určité banky a i proto, že většinou jejich klienti nemají o GSM Banking takový zájem.

Službu zlepší *snížení základní ceny* na polovinu, tj. 238 Kč nebo navrhuji zavést akci, která tu byla už na konci roku 2006, kdy jakákoli výměna karty za bankovní nepodléhala žádnému poplatku. Společnost tak přiláká další zájemce.

Graf 7 – VÝMĚNA SIM KARTY



Zdroj: vlastní zpracování.

T-Mobile se potýká se stížnostmi ze strany uživatelů na to, že noví zákazník obdrží Universal kartu automaticky, přitom současná cena nové aktivace je snížena na 1 Kč a stávající, jenž má starší typ SIM karty musí za výměnu platit takovou sumu. Proto doporučuji zopakovat zimní *promo akci* a tím dala příležitost i stávajícím zákazníkům.

9.3 Bezpečnostní kódy

Co společnosti T-Mobile neschvalují je postup při ztrátě BPUKu. Pokud má zákazník Universal kartu, BPUK je součástí balení, tudíž pokud ho zákazník ztratí, musí žádat o novou SIM kartu a účtuje se mu výše uvedený poplatek. Jsem proti tomuto postupu.

Chápu, že je to spojeno s jistým zabezpečením, lehce může dojít ke znehodnocení, ale daleko zajímavější u starších bankovních SIM karet bylo, když bankovní BPUK přiřadila sama banka a ta mohla při ztrátě zprostředkovat nový.

Proto mým dalším návrhem je zopakovat si postup přiřazení a změnu bezpečnostního bankovního kódu, vrátit se k dřívějším možnostem. Eventuelně podat návrh na **zjištění BPUKu přes Asistenta Zákaznického centra**, tato změna musí podléhat velice přísné autorizaci. Domnívám se, že je lepší, když kód eviduje operátor či banka, než klient, který dohledá kód na kartičce od SIM karty, toto je podle mého více zneužitelné.

Podrobnější informace o bezpečnostních kódech obsahuje teoretická část práce.

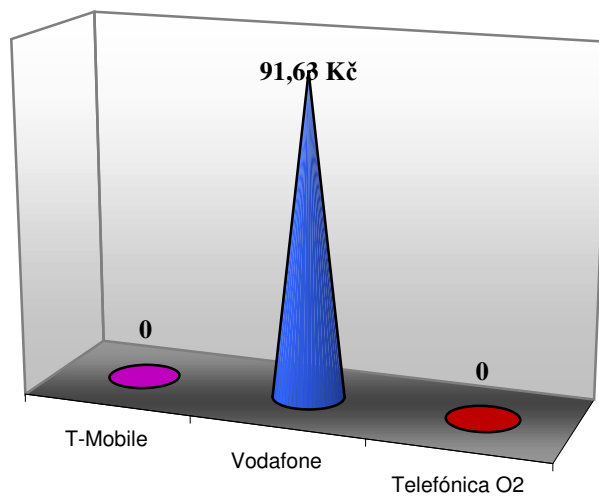
9.4 Bankovní aplikace

K nahrání a aktualizaci bankovní aplikace mám také připomínku, T-Mobile jako jediný operátor si nechává platit za nahrání aplikace 23,8 Kč. Jde sice o nízkou částku, ale považuji to za zbytečnost. Tento poplatek doporučuji vymazat, umožnit **bezplatné nahrání či aktualizaci**. Vždyť aplikaci nahraje banka a T-Mobile službu jen zprostředkuje.

Zkvalitnit pro mě znamená přiblížit se blíže k potřebám a požadavkům zákazníka. Proto T-Mobilu schvaluji následovat konkurenci a umožnit aktivaci služby formou textové zprávy, nikoli na základě osobní návštěvy banky. Lidé nemají tolik času běhat do

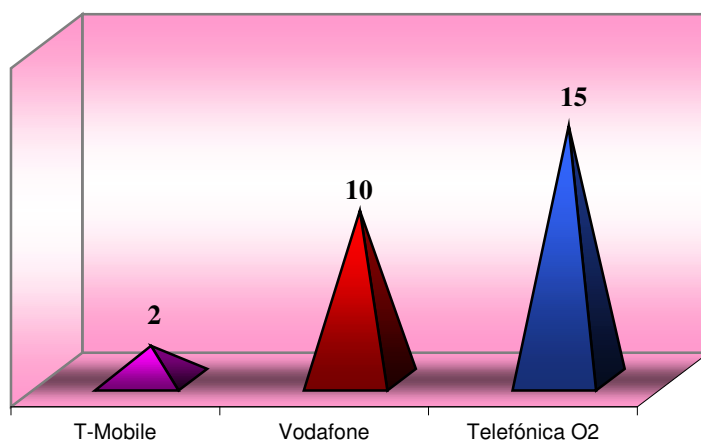
banky, dávají přednost ovládání na dálku. Tuto myšlenku upravit také o možnost zřízení přes internet nebo na základě telefonického hovoru na Zákaznické centrum operátora či banky.

Graf 8 – AKTIVACE GSM BANKINGU



Zdroj: vlastní zpracování.

Graf 9 – POČET BANKOVNÍCH APLIKACÍ



Zdroj: vlastní zpracování.

9.5 Twist dobíjení

Další postřeh vychází opět z hovorů na Zákaznické centrum, kde si klienti stěžují na nemožnost storna při dobíjení. Problém nastává tehdy, když si zákazník splete telefonní číslo. Pokud transakce proběhne proces nejde stornovat. Navrhují zavést, podobně jako u dobíjení přes terminál Sazka, *časovou lhůtu pro možnost storna*. T-Mobile tu vystupuje jako prostředník, tudíž by požadavek předal dál na banku, nebo uživatel zkontaktuje přímo svou banku.

Při zpracování tohoto návrhu zde vstupují důležitá hlediska:

- technické,
- právní
- ekonomické.



Technická změna zajistí speciální aplikaci pro stornování dobití. Možnost storna znamená kompletní změnu Všeobecných podmínek společnosti T-Mobile, tak aby se nejednalo o protiprávní krok. V tuto chvíli v podmínkách stojí informace taková, že společnost není oprávněná odejmout již nabitý kredit. S těmito úpravami je silně spojena i otázka peněz, veškeré návrhy vyžadují zvýšení nákladů, proto doporučuji nalézt optimální časový interval pro storno, který neohrozí finanční stabilitu podniku.

9.6 Vyúčtování služeb

T-Mobilu doporučuji umožnit paušálním zákazníkům prostřednictvím mobilního telefonu *úhradu vyúčtování*. Jde o zavedení nové položky v menu GSM Bankingu s názvem úhrada vyúčtování.

Jedná se v podstatě o jednorázový příkaz, který transakci zjednoduší vybráním jen konkrétní faktury, kterou si přeje uhradit. Ostatní náležitosti (variabilní symbol, částka, číslo bankovního účtu) aplikace sama vyplní. Služba se podobá Twist dobíjení. Výhoda spočívá v rychlosti a jednoduchosti zadání.

9.7 Ostatní

Považuji za dobré službu *přiblížit k internetbankingu*, který GSM Banking předbíhá svou kvalitou. Většina zákazníků potřebuje doklad o zadaném příkazu, který se zašle buď na e-mailovou adresu, poté vytiskne, či odešle na fax.

9.8 Cenová novinka

Dále navrhuji speciální balíček pro službu GSM Banking zahrnující kompletně všechno, od poplatku za bankovní SIM kartu, cenu za bankovní aplikaci, platbu za odchozí SMS a navíc pořízení mobilního přístroje podporující GSM Banking za sníženou pořizovací cenu.

Náklady spojené s touto službou:

výměna karty	476 Kč
nahrání aplikace	23, 8 Kč
<u>nejlevnější přístroj</u>	<u>1399 Kč</u>
celkem	1898, 8 Kč

Balíček navrhuji pojmenovat *T-Mobile Banking* s jednorázovým poplatkem **1000 Kč**.
Obsah balíčku: poplatek za výměnu nebo pořízení SIM karty, nahrání nebo aktualizaci

bankovní aplikace a koupě nového mobilního přístroje. Nabídka je to *pro všechny zákazníky* T-Mobile.

Takové zvýhodnění nenabízí zatím žádný operátor a možná to přispívá i k tomu, že o GSM Banking zákazníci nejeví takový zájem, mnohdy tíhnou spíše k internetovému bankovníctví, vychází pro ně levněji a přehledněji.

Z hovorů ze Zákaznického centra T-Mobile vyplynulo zjištění, že zákazníci často nevyužívají GSM Banking proto, že vlastní starší typ karty, musí si tedy kartu za 476 Kč vyměnit. Dalším důvodem je ztráta bankovního PUKu, situace řešitelná u nových SIM karet opět výměnou karty za 476 Kč. Vše uvádím včetně 19% DPH.



9.9 Marketingová strategie

Také se domnívám, že služba GSM Banking patří do těch zapomenutých. Schvaluji zpracovat zajímavou reklamní kampaň spojenou s navrženým balíčkem, zákazníci na službu rychleji zareagují. Při marketingové strategii bych provedla změnu názvu na T-banking, pro originalitu a přiblížení služby ke společnosti T-Mobile.

Samozřejmě nesmí chybět dárek. Co třeba *Promo akce 1+1*, nabídnout zákazníkům při pořízení tohoto balíčku další balíček s 50% slevou, zákazníci ho můžou věnovat svým známým.

Já osobně dávám v osobním i pracovním životě přednost myšlence, která vystihuje jednoduchost a srozumitelnost. A to si myslím, že můj návrh splňuje.

9.10 Call centrum

V současné době má T-Mobile minimum zákazníků, kteří kontaktují Zákaznické centrum ohledně služby GSM Banking. V průměru je to 1 hovor týdně na 1 Asistenta.

Nutno také poznamenat, že při zavedení či změně jakékoli služby dochází k početnějším hovorům na Zákaznické centrum, proto navrhuji zřídit **bezplatnou samostatnou linku**, která se bude věnovat jen problematice GSM Banking, sloužit také jako prodejní kanál, jenž obsluhují jen vyškolení zaměstnanci ze současného Zákaznického centra.

Doporučuji uvažovat o lince v provozu 24 hodin denně, jelikož mnoho lidí řeší soukromé požadavky po své pracovní době nebo pro to využívají víkendy. Dobrou myšlenkou je **speciální Call centrum** fungující pouze omezenou dobu, pravděpodobně v době zavedení a promo akce.

Z vlastní zkušenosti vím, že při řešení jakéhokoli problému se službou GSM Banking, Asistent Zákaznického centra přesně neví, jak zákazníkovi pomoci, většinou zkontroluje parametry odchozích zpráv, bankovní SIM kartu, správný mobilní telefon a možné blokování služeb z důvodu vlastního nastavení či možných dlužných částek. Jakmile vyčerpá tuto kontrolu, jde na řadu konzultace na technickém oddělení.

Kompletně jde o zdlouhavý proces, zákazník zbytečně čeká v hudbě po dobu konzultace a podle mého to nepůsobí profesionálně. Navrhuji **přímé propojení s technikem**, který jedná se zákazníkem a společně problém vyřeší.

Pokud se jedná o chybu na straně poskytovatele a jeho nastavení, je užitečné zavést možnou kontrolu u banky. Pro přiblížení se k zákazníkovi doporučuji přenést konzultaci s bankou na technického pracovníka, ten se s bankou spojí a zprostředkuje zákazníkovi nápravu.

9.11 Přehled změn

Tabulka 25 – NAVRHOVANÉ ZMĚNY

<i>Tarify</i>	<ul style="list-style-type: none">• Pro Twisty SMS balíček.• Pro paušály SMS tarif a snížení ceny u SMS 100+.
<i>SIM karta</i>	<ul style="list-style-type: none">• Zvýšení počtu bankovních aplikací alespoň na 15.• Snížení ceny za novou kartu na 238 Kč.• Akce na bezplatné pořízení.
<i>BPUK</i>	<ul style="list-style-type: none">• Získání v bance či u operátora (osobně, telefonicky).
<i>Dobíjení</i>	<ul style="list-style-type: none">• Možnost storna transakce.
<i>Aplikace</i>	<ul style="list-style-type: none">• Bezplatné nahrání aplikace.• Aktivační SMS.• Aktivace přes internet nebo telefonicky.
<i>Marketing</i>	<ul style="list-style-type: none">• Reklamní kampaně.• Promo akce.• Změna názvu na T-Banking.
<i>Ostatní</i>	<ul style="list-style-type: none">• Zaslání požadavku na e-mail, fax.• Tisk dokladu.
<i>Vyúčtování</i>	<ul style="list-style-type: none">• Úhrada faktur.
<i>Novinky</i>	<ul style="list-style-type: none">• Balíček T-Mobile Banking za 1000 Kč.
<i>Call centrum</i>	<ul style="list-style-type: none">• Bezplatná specializovaná nonstop linka.• Přímá technická podpora.

Zdroj: vlastní zpracování.

10. Závěr

Možnost spravovat vzdáleně bankovní účet je užitečná pomůcka, která nám všem může nejednou velice usnadnit život. S používáním GSM bankovníctví se pro nás stávají otvírací hodiny na dveřích banky bezpředmětné a banka je tak s většinou svých běžných služeb k dispozici nepřetržitě.

I když předchozí tvrzení neplatí úplně doslova a některé operace je přesto nutné provádět osobně, lze přes mobilní telefon zvládnout ty nejčastější bankovní operace. To ušetří mnoho drahocenného času.

S výhledem do budoucnosti tu banky budou mít mnohem kvalifikovanější zaměstnance; velký důraz se bude klást na spokojenost zákazníků a elektronické bankovníctví. Do poboček, které budou menší než dnes, budou chodit lidé hlavně řešit problémy a pro nové služby.

Bankovní byznys bude snad méně byrokratický než je v současnosti. Vysoký důraz na papírování mají ale evropské banky společné a liší se tím od bank v USA nebo ve Velké Británii. Tak je bankovníctví mnohem jednodušší.

Rok 2006 přinesl do povědomí české veřejnosti to, co už v posledních letech prosakovalo i v jiných zemích. Zabezpečení internetových finančních stránek na obou stranách vztahu banka-klient není nikdy dost a pořád je co zlepšovat.

Tentokrát se technologií znalí pachatelé pokusili vykrást účty některých klientů v Komerční bance a České spořitelně, zřejmě našli slabé místo "na klientském konci" tohoto přímého kanálu. Banky reagovaly promptně zvýšením autentizační ochrany přístupu k účtům.

Podobný proces probíhá i v mnoha vyspělých zemích na západ od našich hranic - právě i tam se v posledních několika letech aktivizovali i-bankovní piráti.

V GSM Bankingu se snad ničeho podobného nedočkáme. Na pořadu dne i tak je v České republice zvyšování úrovně bezpečnosti autentizace a nabádání klientů k dostatečné ochraně.

I když je GSM Banking ve vlastnictví bank, které patří mezi poskytovatele a provozovatele služby, všichni mobilní operátoři službu umožňují všem svým zákazníkům. A proto je pro zprostředkovatele velmi důležité snažit se o neustálé zdokonalování nejen ku prospěchu operátora, ale zejména pro své zákazníky.

Obecně se dá říci, že nabídka všech operátorů se postupně vyrovnává, vzájemně se snaží dohonit jeden druhého, jedna nabídka předbíhá druhou, v něčem trochu pokulhávají, ale v dalším jsou zase jedničkou.

T-Mobile má veškeré podstatné informace perfektně zpracované a k dispozici na internetových stránkách, u konkurence je nutné si pro detailnější data zajít buď na značkovou prodejnu nebo kontaktovat zákaznické centrum.

Považuji pro T-Mobilu za velmi dobré dokonalou informovanost a odbornost svých zaměstnanců, společnost investuje do školících programů nemalé částky a to se jí mnohdy vrací.

Doporučuji společnosti T-Mobile učinit co nejdříve navržené kroky, neboť nejsou jen zbraní proti konkurenci, ale také nástrojem pro udržení zákazníka. Tímto dávám najevo, že se o své klienty dokáží postarat v každém směru.

Je jasné, že T-Mobile nemůže uskutečnit veškeré změny, které jsem v práci uvedla. Managementu navrhuji zamyslet se nad strategií, provést alespoň některé návrhy, ukázat okolí, že se dokáže zabývat i službou, u níž vystupuje jen jako zprostředkovatel a pomocí GSM Bankingu k zviditelnění.

11. Seznam použité literatury

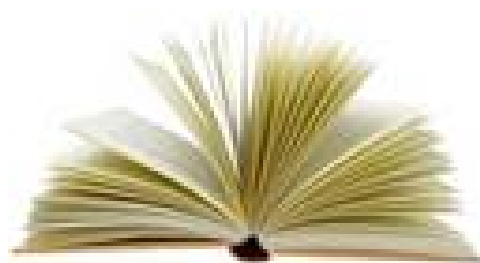
11.1 Monografická publikace

1. ŠENKÝŘOVÁ, B. aj. *Bankovnictví I*. 1. vyd. Praha: GRADA Publishing, 1997. 262 s. ISBN 80-7169-464-9.
2. TOMÁŠEK, M. *Bankovnictví jednotného vnitřního trhu Evropské unie*. Předmluvu napsal Richard Salzmann. 1.vyd. Praha: Linde, a.s., 1997. 516 s. ISBN 80-7201-052-2.
3. HADJIMICHALAKIS, M. G. A HADJIMICHALAKIS, K. G. *Contemporary money, banking, and financial markets* [Současné peníze, bankovnictví a finanční trhy]. Editor Gary Nelson. 3rd ed. USA: Richard D. Irwin, Inc., 1995. 716 s. ISBN 0-256-06-069-X.
4. KOSIUR, J. aj. *Elektronická komerce*. Překlad Ivo Rozehnal. 1.vyd. Brno: Computer Press, 1999. 267 s. Přeloženo z angličtiny. ISBN 80-7226-097-9.
5. PŘÁDKA, M. a KALA, J. *Elektronické bankovnictví*. Technická spolupráce Jiří Matoušek a Petr Klíma. 1.vyd. Praha: Computer Press, 2000. 166 s. ISBN 80-7226-328-5.
6. MERVART, J. *České banky v kontextu světového vývoje*. Editor Vladislav Flek. 1. vyd. Praha: Lidové noviny, NLN, s.r.o., 1998. 162 s. ISBN 80-7106-236-7.

7. JOHNSON, H. J. *Financial institutions and markets* [Finanční instituce a trhy]. Editor Charles A. D'Ambrosio. 2nd ed. USA: Mc Graw-Hill, Inc., 1993. 560 s. ISBN 0-07-032639-8.
8. DVOŘÁK, P. *Komerční bankovníctví pro bankéře a klienty*. 1. vyd. Praha: Linde, a.s., 1999. 475 s. ISBN 80-7201-141-3.
9. REVENDA, Z. aj. *Peněžní ekonomie a bankovníctví*. 3. vyd. Praha: Management Press, 2000. 634 s. ISBN 80-7261-031-7.
10. SCHLOSSBERGER, O. a SOLDÁNOVÁ, M. *Platební styk*. 3. vyd. Praha: Bankovní institut, 2005. 350 s. ISBN 80-7265-072-6.
11. MÁČE, M. *Platební styk klasický a elektronický*. 1. vyd. Praha: GRADA Publishing, 2006. 220 s. ISBN 80-247-1725-5.

11.2 Články seriálových publikací

12. STACK, J. GSM banking, *America's Community Banker* [Americké společenství bankéřů], 2004, 1st January – 31st January 2004, vol. 13, no. 1, p. 24. ISSN 1082-7919.
13. HOUSER, Z. Moderní technologie. *Bankovníctví*, 2006, 1. ledna – 31. ledna 2006, roč. 14, č. 1, s. 10 – 11. ISSN 1212-4273.
14. PETERKA, J. Bezpečnostní aspekty internetbankingu. *Bankovníctví*, 2006, 1. února – 28. února 2006, roč. 14, č. 2, s. 22-25. ISSN 1212-4273.
15. VANĚK, J. Homebanking v malých firmách. *Bankovníctví*, 2006, 1. června – 31. července 2006, roč. 14, č. 6-7, s. 20-21. ISSN 1212-4273.
16. LOUDA, L. Internetové bankovníctví na vzestupné linii. *Bankovníctví*, 2006, 1. září – 30. září 2006, roč. 14, č. 9, s. 8 - 11. ISSN 1212-4273.
17. ZÁMEČNÍK, P. Trendy ve světě internetového bankovníctví. *Bankovníctví*, 2006, 1. října – 31. října 2006, roč. 14, č. 10, s. 8 - 11. ISSN 1212-4273.



11.3 Internetové odkazy

- www.ebanka.cz
- www.csob.cz
- www.postovnisporitelna.cz
- www.raiffeisenbank.cz
- www.gemoney.cz
- www.kb.cz
- www.csas.cz
- www.fincentrum.cz
- www.casopismobil.cz
- www.penize.cz
- www.e-business.cz
- www.mobilmania.cz
- www.t-mobile.cz
- www.vodafone.cz
- www.cz.o2.com

11.4 Další materiály

- ✓ Brožury a letáky bank.
- ✓ Interní zdroje společnosti T-Mobile.
- ✓ Výroční zprávy společnosti T-Mobile.

Seznam tabulek

Tabulka 1 – POROVNÁNÍ ELEKTRONICKÉ A TRADIČNÍ BANKY	17
Tabulka 2 – BANKOVNÍ POPLATKY	30
Tabulka 3 – AKCIONÁŘI T-MOBILE	32
Tabulka 4 – CENA ZA BANKOVNÍ APLIKACI.....	37
Tabulka 5 – TWIST DOBÍJENÍ.....	40
Tabulka 6 – VYUŽITÍ BANKOVNÍCH SLUŽEB.....	42
Tabulka 7 – ELEKTRONICKÉ BANKOVNICTVÍ	45
Tabulka 8 – SWOT ANALÝZA	51
Tabulka 9 – MINUTOVÉ TARIFY T-MOBILE	54
Tabulka 10 – KREDITNÍ TARIFY T-MOBILE	54
Tabulka 11 – SMS BALÍČEK T-MOBILE	54
Tabulka 12 – TWIST TARIFY	55
Tabulka 13 – CELKOVÝ PŘEHLED T-MOBILE	56
Tabulka 14 – TARIFY VODAFONE.....	58
Tabulka 15 – SMS BALÍČEK VODAFONE	58
Tabulka 16 – VODAFONE DIVOKÁ KARTA	58
Tabulka 17 – SMS BALÍČEK K DIVOKÉ KARTĚ	59
Tabulka 18 – CELKOVÝ PŘEHLED VODAFONE.....	61
Tabulka 19 – MINUTOVÉ TARIFY O2.....	63
Tabulka 20 – KREDITNÍ TARIFY O2	63
Tabulka 21 – SMS BALÍČEK O2.....	64
Tabulka 22 – DOBÍJECÍ TARIFY O2	64
Tabulka 23 – CELKOVÝ PŘEHLED O2	67
Tabulka 24 – ZHODNOCENÍ MOBILNÍCH OPERÁTORŮ	69
Tabulka 25 – NAVRHOVANÉ ZMĚNY	81

Seznam grafů

Graf 1 – BANKOVNÍ POPLATKY	31
Graf 2 – AKCIONÁŘI T-MOBILE	32
Graf 3 – VYUŽITÍ BANKOVNÍCH SLUŽEB	42
Graf 4 – ELEKTRONICKÉ BANKOVNICTVÍ.....	45
Graf 5 – ODCHOZÍ SMS U PAUŠÁLNÍCH TARIFŮ	72
Graf 6 – ODCHOZÍ SMS U TWISTŮ	72
Graf 7 – VÝMĚNA SIM KARTY	74
Graf 8 – AKTIVACE GSM BANKINGU.....	76
Graf 9 – POČET BANKOVNÍCH APLIKACÍ	76