

# **Analýza vývoje trendů v bankovních produktech pro retailovou klientelu u vybraných bank v ČR**

Klára Zmeškalová

---

Bakalářská práce  
2018/2019



Univerzita Tomáše Bati ve Zlíně  
Fakulta managementu a ekonomiky

---

Univerzita Tomáše Bati ve Zlíně  
Fakulta managementu a ekonomiky  
Ústav financí a účetnictví  
akademický rok: 2018/2019

## ZADÁNÍ BAKALÁŘSKÉ PRÁCE

(PROJEKTU, UMĚLECKÉHO DÍLA, UMĚLECKÉHO VÝKONU)

Jméno a příjmení: Klára Zmeškalová  
Osobní číslo: M16056  
Studijní program: B6202 Hospodářská politika a správa  
Studijní obor: Účetnictví a daně  
Forma studia: prezenční

Téma práce: Analýza vývoje trendů v bankovních produktech pro retailovou klientelu u vybraných bank v ČR

Zásady pro vypracování:

### Úvod

Definujte cíle práce a použité metody zpracování práce.

#### I. Teoretická část

- Vypracujte literární rešerši zaměřenou na problematiku komerčních bank a bankovního systému.
- Proveďte průzkum literárních pramenů týkajících se bankovních produktů nabízených vybranými komerčními bankami retailovým klientům v ČR.

#### II. Praktická část

- Analyzujte vývoj trendů bankovních produktů komerčních bank pro retailového klienta v ČR a srovnajte jejich současnou nabídku.
- Na základě analýzy navrhnete nejvýhodnější bankovní portfolio služeb pro vybraného retailového klienta, včetně zobrazení v účetnictví.
- Vypracujte doporučení pro potenciálního klienta k výběru vhodných bankovních produktů.

### Závěr

Rozsah bakalářské práce: cca 40 stran  
Rozsah příloh:  
Forma zpracování bakalářské práce: tištěná/elektronická

Seznam odborné literatury:

KALABIS, Zbyněk. Základy bankovníctví: bankovní obchody, služby, operace a rizika. Brno: BizBooks, 2012, 168 s. ISBN 978-80-265-0001-8.  
KANTNEROVÁ, Liběna. Základy bankovníctví: teorie a praxe. Praha: C.H. Beck, 2016, 213 s. ISBN 978-80-7400-595-4.  
LIŠKA, Petr, Štefan ELEK a Karel MAREK. Bankovní obchody. Praha: Wolters Kluwer, 2014, 214 s. ISBN 978-80-7478-510-8.  
MISHKIN, Frederic S., Kent MATTHEWS a Massimo GIULIODORI. The economics of money, banking and financial markets. European ed., 10th ed. Harlow: Pearson Education Limited, 2013, 656 s. ISBN 978-0-273-73180-1.  
POLOUČEK, Stanislav. Bankovníctví. 2. vyd. Praha: C.H. Beck, 2013, 480 s. ISBN 978-80-7400-491-9.

Vedoucí bakalářské práce: Ing. Blanka Kameníková, Ph.D.  
Ústav financí a účetnictví  
Datum zadání bakalářské práce: 7. ledna 2019  
Termín odevzdání bakalářské práce: 14. května 2019

Ve Zlíně dne 7. ledna 2019

  
doc. Ing. David Tuček, Ph.D.  
děkan



  
prof. Dr. Ing. Drahomíra Pavelková  
ředitelka ústavu

**PROHLÁŠENÍ AUTORA  
BAKALÁŘSKÉ/DIPLOMOVÉ PRÁCE**

**Prohlašuji, že**

- beru na vědomí, že odevzdáním diplomové/bakalářské práce souhlasím se zveřejněním své práce podle zákona č. 111/1998 Sb. o vysokých školách a o změně a doplnění dalších zákonů (zákon o vysokých školách), ve znění pozdějších právních předpisů, bez ohledu na výsledek obhajoby;
- beru na vědomí, že diplomová/bakalářská práce bude uložena v elektronické podobě v univerzitním informačním systému dostupná k prezenčnímu nahlédnutí, že jeden výtisk diplomové/bakalářské práce bude uložen na elektronickém nosiči v příruční knihovně Fakulty managementu a ekonomiky Univerzity Tomáše Bati ve Zlíně;
- byl/a jsem seznámen/a s tím, že na moji diplomovou/bakalářskou práci se plně vztahuje zákon č. 121/2000 Sb. o právu autorském, o právech souvisejících s právem autorským a o změně některých zákonů (autorský zákon) ve znění pozdějších právních předpisů, zejm. § 35 odst. 3;
- beru na vědomí, že podle § 60 odst. 1 autorského zákona má UTB ve Zlíně právo na uzavření licenční smlouvy o užití školního díla v rozsahu § 12 odst. 4 autorského zákona;
- beru na vědomí, že podle § 60 odst. 2 a 3 autorského zákona mohu užít své dílo – diplomovou/bakalářskou práci nebo poskytnout licenci k jejímu využití jen s příjím-li tak licenční smlouva uzavřená mezi mnou a Univerzitou Tomáše Bati ve Zlíně s tím, že vyrovnání případného přiměřeného příspěvku na úhradu nákladů, které byly Univerzitou Tomáše Bati ve Zlíně na vytvoření díla vynaloženy (až do jejich skutečné výše) bude rovněž předmětem této licenční smlouvy;
- beru na vědomí, že pokud bylo k vypracování diplomové/bakalářské práce využito softwaru poskytnutého Univerzitou Tomáše Bati ve Zlíně nebo jinými subjekty pouze ke studijním a výzkumným účelům (tedy pouze k nekomerčnímu využití), nelze výsledky diplomové/bakalářské práce využít ke komerčním účelům;
- beru na vědomí, že pokud je výstupem diplomové/bakalářské práce jakýkoliv softwarový produkt, považují se za součást práce rovněž i zdrojové kódy, popř. soubory, ze kterých se projekt skládá. Neodevzdání této součásti může být důvodem k neobhájení práce.

**Prohlašuji,**

1. že jsem na diplomové/bakalářské práci pracoval samostatně a použitou literaturu jsem citoval. V případě publikace výsledků budu uveden jako spoluautor.
2. že odevzdaná verze diplomové/bakalářské práce a verze elektronická nahraná do IS/STAG jsou totožné.

Ve Zlíně

Jméno a příjmení: Klára Zmeškalová

  
.....  
podpis diplomanta

## ABSTRAKT

Předmětem této bakalářské práce je analýza vývoje trendů bankovních produktů nabízených komerčními bankami retailové klientele. Teoretická část je věnována základním pojmům z oboru bankovníctví a bankovnímu systému v České republice. Pozornost je dále věnována charakteristice a členění bankovních produktů.

Praktická část je zaměřena na analýzu vývoje úrokových sazeb a poplatků. Další analýzy se věnují srovnání vybraných bankovních produktů podle úrokových sazeb, bankovních poplatků a dalších služeb. Cílem práce je vybrat pomocí analýz a srovnání vývoje trendů bankovních produktů nejvýhodnější produktové portfolio pro fiktivního klienta.

Klíčová slova: retailové bankovníctví, komerční banka, bankovní produkt, úroková sazba, komparace, bankovní poplatky, trendy

## ABSTRACT

The subject of this bachelor's thesis is the analysis of the progress of trends concerning banking products offered by commercial banks for retail clients. The theoretical part is devoted to the basic concepts of banking and to the banking system in Czech republic. Furthermore, the focus is put on main characteristic and division of banking products.

The practical part focuses on the analysis of interest rate and banking fees. Other analysis are focused on the comparison of chosen banking products according to interest rates, banking fees and other services. The aim is to choose the most suitable product for a fictitious client by using analysis and comparison of the progress of trends concerning banking products.

Keywords: retail banking, commercial bank, banking products, interest rate, comparison, banking fees, progress

## OBSAH

<b>ÚVOD</b> .....	<b>8</b>
<b>CÍLE A METODY ZPRACOVÁNÍ PRÁCE</b> .....	<b>9</b>
<b>I TEORETICKÁ ČÁST</b> .....	<b>10</b>
<b>1 ČINNOST BANK A VYMEZENÍ ZÁKLADNÍCH POJMŮ</b> .....	<b>11</b>
1.1 VÝVOJ BANKOVNÍHO SEKTORU .....	11
1.2 RETAIL BANKING.....	13
1.3 SEGMENTACE TRHU.....	14
1.4 KVALITA SLUŽEB .....	16
<b>2 SPECIFIKACE ČINNOSTI BANK</b> .....	<b>17</b>
2.1 BANKOVNÍ PRODUKTY .....	17
2.1.1 Elektronické bankovní produkty .....	20
2.2 CENA BANKOVNÍCH PRODUKTŮ.....	23
2.3 RPSN.....	23
2.3.1 Výpočet hodnoty RPSN .....	24
2.4 POJIŠTĚNÍ VKLADŮ .....	25
<b>II PRAKTICKÁ ČÁST</b> .....	<b>26</b>
<b>3 VÝVOJ BANKOVNÍHO SEKTORU</b> .....	<b>27</b>
3.1 TRENDY V BANKOVNÍCH PRODUKTECH .....	27
3.2 FAKTORY OVLIVŇUJÍCÍ CENU BANKOVNÍCH PRODUKTŮ .....	29
3.2.1 Úrokové sazby České národní banky .....	29
<b>4 PRODUKTOVÉ PORTFOLIO PRO FIKTIVNÍHO KLIENTA</b> .....	<b>33</b>
4.1 ČINNOSTI BANKY PŘI POSKYTOVÁNÍ BANKOVNÍCH PRODUKTŮ .....	34
4.2 CHARAKTERISTIKA FIKTIVNÍHO KLIENTA .....	35
4.2.1 Finanční analýza fiktivního klienta .....	36
<b>5 PŘEDSTAVENÍ VYBRANÝCH BANK</b> .....	<b>38</b>
5.1 ČESKÁ SPOŘITELNA A.S. ....	39
5.1.1 Internetové bankovníctví.....	39
5.2 MBANK.....	40
5.2.1 Internetové bankovníctví.....	41
<b>6 PRODUKTOVÉ PORTFOLIA BANK</b> .....	<b>43</b>
6.1 PASIVNÍ BANKOVNÍ PRODUKTY - BĚŽNÉ ÚČTY.....	43
6.1.1 Komparace běžných účtů .....	47
6.1.2 Zobrazení v účetnictví.....	49
6.2 AKTIVNÍ BANKOVNÍ PRODUKTY .....	50
6.2.1 Kontokorentní úvěr .....	51
6.2.2 Modelový příklad v účetnictví .....	54
6.2.3 Kreditní karty .....	55
6.2.4 Změna RPSN v závislosti na výši měsíčních poplatků.....	57
6.2.5 Vývoj RPSN v závislosti na výši úvěru .....	58
<b>7 DOPORUČENÍ PRO BUDOUCÍ KLIENTY</b> .....	<b>62</b>

<b>ZÁVĚR .....</b>	<b>63</b>
<b>SEZNAM POUŽITÉ LITERATURY.....</b>	<b>65</b>
<b>INTERNETOVÉ ZDROJE.....</b>	<b>67</b>
<b>SEZNAM POUŽITÝCH SYMBOLŮ A ZKRATEK.....</b>	<b>69</b>
<b>SEZNAM OBRÁZKŮ .....</b>	<b>70</b>
<b>SEZNAM TABULEK.....</b>	<b>71</b>
<b>SEZNAM PŘÍLOH.....</b>	<b>72</b>

## ÚVOD

Nejen česká ekonomika, ale i spotřebitelé, se stále vyvíjejí a s nimi i jejich potřeby a preference v oblasti bankovních produktů a služeb. V každé fázi života se finanční situace lidí mění. Ať už se jedná o potřeby mladých lidí, kteří se chtějí osamostatnit a potřebují k tomu často finanční pomoc třetích stran. Nebo naopak subjektů, kteří jsou na tom finančně lépe, a proto se snaží své finanční prostředky uložit na bezpečná místa, popř. je investovat do ziskových obchodů.

Aby banky oslovily, co nejvíce klientů, snaží se nabízet stále lepší a výhodnější produkty. Trend rozšiřování bankovního portfolia zaznamenal již takový růst, že nyní, když se má potenciální klient rozhodnout, u které společnosti si zažádá o některý z nabízených bankovních produktů, mnohdy se dostane do úzkých.

Tato bakalářská práce se věnuje analýze vývoje trendů v bankovních produktech pro retailovou klientelu, resp. pro podnikatele u dvou vybraných bank v České republice.

Teoretická část bude zaměřena na činnost bank, jejich vývoj a segmentaci trhu. Další část bude věnována aktivním a pasivním bankovním obchodům, resp. jejich charakteristice, členění a samotnému objasnění jejich využití.

V praktické části budou představeny vybrané bankovní instituce – Česká spořitelna a.s. a Mbank S.A. Další kapitola již bude zaměřena na samotnou analýzu vývoje trendů, kterými jsou úrokové sazby, poplatky, ale také poskytované bonusy u vybraných bankovních produktů. Nebude chybět ani vzájemná komparace nejvyužívanějších produktů vybraných bank.

V poslední kapitole bude sestaveno pro fiktivního klienta (OSVČ) bankovní portfolio podle jeho specifických požadavků. Nejprve bude klient podroben finanční analýze, aby bylo možné zjistit, které bankovní produkty mu vybrané banky poskytnou. Produkty budou následně vybírány z hlediska finančního zatížení. Některé finanční situace budou následně zaúčtovány do účetnictví fiktivního klienta.

V samotném závěru budou krátce shrnuty důležité body a kroky, které by měl každý potenciální klient dodržet před tím, než si o některý z bankovních produktů u vybrané banky zažádá.



## CÍLE A METODY ZPRACOVÁNÍ PRÁCE

Hlavním cílem bakalářské práce je analyzovat vývoj trendů spojených s bankovními produkty a zviditelnit úskalí plynoucí pro potenciální klienty z jejich užívání.

Dílčí cíle práce tvoří vypracování literárních rešerší pro sestavení přehledu základních informací z oblastí bankovníctví, které budou stavebním kamenem teoretické části. Do dílčích cílů praktické části se řadí finanční analýzy, predikce budoucího vývoje a komparace bankovních produktů, které poslouží k nalezení nejvýhodnějších bankovních produktů pro fiktivního klienta.

Analýzy budou prováděny na bankovních produktech nabízených retailové klientele - podnikatelům. Cílem je aby analýzy poskytly informace o tom, jak se vyvíjejí nejen bankovní produkty, ale také úrokové sazby a poplatky, které jsou jejich nedílnou součástí. Výstupem práce je zjištění, které produkty se vyplatí si u banky založit a naopak, na které produkty a jejich doplňkové služby si dát pozor. Pomocí analýz budou zhodnoceny bankovní produkty dvou různých bank, z nichž je jedna považována za „velkou“ a známou banku s bohatou historií. Druhou zvolenou bankou bude jedna z virtuálních bank. Těmto nízkonákladovým bankám se v posledních letech věnuje čím dál větší pozornost a jejich snaha převzít většinu klientely velkým bankám jim zatím vychází. Jako zástupce retailových bank byla vybrána společnost mBank, protože působí na českém bankovním trhu nejdéle. Pro zjišťování vývoje trendů i k sestavování nákladových a rizikových analýz budou využívány internetové stránky jednotlivých bank nebo obdobné stránky zabývající se nejen bankovními produkty.

## **I. TEORETICKÁ ČÁST**

## 1 ČINNOST BANK A VYMEZENÍ ZÁKLADNÍCH POJMŮ

Bankovní systém lze definovat jako systém pravidel a vztahů mezi bankovními a nebankovními (dlužníci, vkladatelé) subjekty ekonomiky. Hlavní činností bankovního systému je zprostředkovávání finančních služeb pro různé skupiny subjektů. Tento systém umožňuje přemísťovat volné finanční prostředky od subjektů, kteří jich mají nadbytek k deficitním subjektům, kteří naopak finanční prostředky poptávají. (Belás, 2013, s. 53)

### 1.1 Vývoj bankovního sektoru

Kantnerová (2016, s. 29) za počátek klasické bankovní činnosti v Evropě označuje období středověku. Jednalo se právě o moment, kdy se uložené rezervy občanů, kteří tyto úspory nosili do chrámů, transformovali na úvěr (půjčku). Nejprve tato činnost probíhala tajně, ale později se svolením věřitelů, se tato depozita začala půjčovat jiným lidem za úrok, o který se dělili zpočátku i s věřitelem. Avšak průmyslová revoluce s sebou přinesla potřebu existence většího množství těchto finančních služeb a ústavů. Právě v tomto období vznikl rozmach, který nasměroval celý vývoj bankovníctví až do jeho dnešní podoby.

V České republice funguje bankovní sektor založený na dvoustupňovém bankovním systému, který je typický pro vyspělé ekonomiky. Tento systém je předpokladem pro kvalitní fungování bankovního systému. (Černohorská, 2015, s. 13)

Ve dvoustupňovém bankovním systému zabezpečuje makroekonomickou funkci centrální banka, v České republice **Česká národní banka**.

Hlavním cílem centrální banky není dosahování zisku, ale snaha zabezpečovat měnovou stabilitu. Podle Kalabise (2012, s. 9-10) CB:

- a) provádí emise bankovek a mincí,
- b) měnovou politiku – její tvorbu a řízení,
- c) dohled nad platebním systémem,
- d) centrální banka je bankou státu (spravuje státní dluh, státní rozpočet),
- e) centrální banka je bankou bank (bankovní dohled a dozor, stabilita finančního sektoru).

Mikroekonomickou funkci zastávají sítě komerčních bank, které naopak provádějí svou činnost na principu ziskovosti. Podle zákona č. 21/1992 Sb. můžeme jako banku definovat právnickou osobu se sídlem na území České republiky založenou jako akciovou společnost. Tato

společnost přijímá vklady od veřejnosti a dalším subjektům tyto prostředky poskytuje formou úvěrů. (Kalabis, 2012, s. 13). Takové finanční prostředky se z větší části soustřeďují v komerčních (obchodních) bankách. Rejnuš (2014, s. 77) a Černohorská (2015, s. 14) se shodují na tom, že centrální banka společně s komerčními bankami zajišťují platební styk v ekonomickém systému. Také podle Beláše (2013, s. 162) poskytují nebankovním subjektům nespočet finančních produktů a služeb, mezi které lze zařadit také transakční a pojišťovací služby, služby spojené s investicemi do cenných papírů a s obchodováním s cennými papíry.

Liška (2014, s. 18) upozorňuje, že tuto činnost může banka vykonávat, jen pokud jí Česká národní banka udělí bankovní licence. Tuto licenci banka získá, když předloží žádost o licenci a návrh stanov ČNB. ČNB stanovuje ve vyhlášce č. 233/2009 Sb. jak má žádost vypadat, a jaké náležitosti má obsahovat. Do veřejného rejstříku PO a FO je žadatel zapsán až k datu, kdy mu vznikne oprávnění k činnosti.

Kašparovská (2006, s. 43) udělování bankovních licencí považuje za jeden z neúčinnějších nástrojů bankovní regulace.

Prvky z bankovní regulace využívá ČNB také k zajišťování asymetrie informací. Podstata dohledu a regulace spočívá v tom, že každý subjekt, který vystupuje v bankovním prostředí má jiný přístup k informacím. Samozřejmě, že asymetrie informací se vyskytuje ve všech podnikatelských oblastech, avšak z důvodu specifčnosti bank je u těchto subjektů na regulaci a dohled kladen větší důraz.

Žebříček informovanosti v bankovních institucích:

- mezi prvními se objevují členové nejvyššího vedení, nebo vlastníci banky,
- od nich se informace dostanou do centrální banky, a dalším institucím, které provádí dohled nad činnostmi bank,
- později se informace dostanou i k některým zaměstnancům banky,
- až v poslední řadě se informace dostávají k samotným klientům, kteří získají pouze informace, které je banka povinna jim poskytnout. Mezi tyto informace patří výroční zprávy, výkazy zisku a ztrát a další.

I přesto, že na kontrolu a regulaci činnosti bank je kladen větší důraz než na jiné oblasti podnikání. Tyto kontroly přispívají ke snižování asymetrie informací. I přesto stále neexistuje metoda, která by odhalila možný úpadek banky. Proto jsou klienti chráněni tzv. „pojištěním vkladů“. (Revenda, 2011, s. 98; Polouček, 2013, s. 13)

## 1.2 Retail banking

Většina komerčních bank se věnuje všem oblastem klasické bankovní činnosti. Jedná se o přijímání vkladů, poskytování úvěrů a zabezpečení platebního styku. Avšak v minulosti probíhali všechny služby bez většího zaměření na samotné klienty. Banky nezajímalo, že každý klient má své specifické potřeby. (Belás, 2008, s. 7)

V posledních letech se ale tato situace výrazně změnila. Hlavně v důsledku snahy o získání konkurenční výhody. Podle Jaroslava Beláse (2008, s. 33) na jedné straně mnoho bank prochází řadou fúzí a akvizic pro sjednocení do větších celků, aby dokázaly uspokojit potřeby významných klientů, jako jsou firmy. Ale na druhé straně v tomto odvětví vzniká čím dál více malých bank, které se začínají více specializovat na oblast služeb pouze pro retailové, jinými slovy maloobchodní klienty.

Retailové bankovníctví prochází bouřlivým vývojem, kde se nebere takový důraz na klasickou nabídku běžných účtů, na osobní konzultace s klienty a papírové formuláře. Banky se zaměřují na rychlejší a jednodušší systém. Například na ovládání běžných účtů přes platební (debetní) karty, rozšiřování sítí bankomatů a vkladových bankomatů. Také nabídka pasivních bankovních produktů se rozšířila o různé formy pojištění a spoření. (Mejstřík, 2014, s. 338)

Banky v rámci retailového bankovníctví poskytují svým klientům stále širší nabídku produktů a služeb. Tyto služby jsou neustále rozšiřovány, zkvalitňovány a hlavně i cenově přizpůsobovány vůči konkurenčním nabídkám jiných institucí. Jedná se hlavně o produkty jako je založení a vedení běžného účtu s vyšším objemem transakcí nebo spořicího účtu, a s nimi spojené operace v rámci tuzemského i zahraničního platebního styku. Dále poskytování půjček, sjednání hypotéky či poskytnutí jiných forem úvěrových produktů. Banky dále poskytují doplňkové služby a produkty například v podobě cestovních pojištění nebo asistenčních služeb.

Stále rostoucím trendem se stává poskytování služeb pro klienty v podobě přístupu k účtu přes mobilní aplikace, nebo pomocí internetu v počítači. Tato informační technologie má

dva účinky. Bankám se snížily náklady na zpracování finančních transakcí, toto snížení napomáhá k zvyšování zisku. Objevuje se i prostor pro vytváření nových finančních produktů a služeb pro veřejnost. Další výhodou je dostupnost informací na sociálních sítích, která usnadnila získávání informací o potenciálních klientech. (Mishkin, 2013, s. 291 -293)

V posledních letech tento „boom“ internetového bankovníctví ani zdaleka nedosáhl takových hodnot, v nichž většina bank doufala, když se v minulých letech ve velkém redukovaly přepážkové služby, v domnění, že ušetří nemalé fixní náklady. Většina bank nyní nákladně tyto přepážky opět obnovuje.

Internet, internetové bankovníctví a jiné aplikace sice klienti přijali s nadšením, z důvodu schopnosti kdykoliv kontrolovat stav svého účtu, možnostem zadávání a rušení příkazů z pohodlí domova.

Avšak z pohledu schopnosti nabízet produkty a lákat jednotlivé skupiny klientů jsou tyto aplikace nejméně efektivní. Nemálo autorů se shoduje na faktu, že se v tomto ohledu nedá posuzovat virtuální realita za významný prodejní kanál, protože aplikace zatím nejsou schopni zapůsobit na klientelu tou nejúčinnější zbraní byznysu-emocemi.

Právě podle Horvátové et al. (2010, s. 11-16) jsou touto prodejní silou bank stále bankovní pobočky s obyčejnými lidmi - finančními poradci, kteří hrají v retailovém byznysu nezastupitelnou roli.

### 1.3 Segmentace trhu

Pojem segmentace trhu si lze také vyložit jako optimální rozdělení trhu do homogenních skupin rozdělených podle věku, povolání, volného kapitálu a dalších faktorů. Segmentace trhu má mnoho podob (masový, diferencovaný, mikro-marketing). (Koudelka, 2006, s. 154)

Obecně se používá základní dělení dle geografických (města, obce), demografických (pohlaví, věk) a behaviorálních (chování) faktorů. V bankovníctví se navíc objevuje rozdělení klientů na soukromou (retailovou) a podnikatelskou sféru. Zároveň si každý podnik vede klientskou databázi, která mu poté umožňuje lépe definovat vlastnosti jejich zákazníků. Banky se díky segmentaci trhu mohou zaměřovat na uzavřenější skupiny a přizpůsobovat jim své portfolio služeb a produktů, tak aby z těchto skupin zaujaly co nejvíce potenciálních klientů. Tato segmentace trhu umožňuje managementu bank, nebo jiných institucí nahlédnout hlouběji do potřeb a požadavků daného segmentu a tímto způsobem získat i možnost poskytnout výhodnější služby a produkty než konkurence. (Krajíček, 2005, s. 44-51)

Belás et al. (2010, s. 194) také uvádí, že každá banka má svou vlastní strategii, pomocí které se snaží zaujmout a poté uspokojit co největší podíl ze stávajících či potenciálních klientů a dosáhnout takové úrovně zisku, která jí zajistí další rozvoj a konkurenceschopnost.

Banky ve svém portfoliu nabízí produkty a služby se zvýhodněnou sazbou pro každou např. věkovou kategorii, avšak s jinými výhodami, s cílem uspokojit široké pole potencionálních klientů. Mezi takové služby patří například účty pro studenty do 15let, pro vysokoškolské studenty nebo pro děti. Lze se setkat i s nabídkami, které zvýhodňují celé rodiny. Těm jsou nabízeny možnosti typu spravování více účtů pod jednou smlouvou s vidinou nižších poplatků. Tímto ale množství služeb poskytovaných v rámci retailového bankovníctví nekončí, nabídka je velmi široká, a proto budou další produkty a základní parametry rozebrány v dalším textu.

## 1.4 Kvalita služeb

Nebylo tomu tak vždy, že banky věnovaly svým klientům tolik péče jako dnes. V minulosti byla pozornost zaměřena na eliminaci chyb samotných pracovníků, které by mohly mít negativní dopad na hospodářský výsledek společnosti.

Tomuto způsobu chování bank napovídal i jejich samotný vzhled - typicky velký stůl, z jedné strany sedící bankovní poradce a z druhé klient. Tento styl se řadí mezi externí bariéry. Mikuláščík (2010, s. 37) poukazuje na skutečnost, že pokud je někde utvořeno nezvyklé prostředí, může prostředí na klienty působit velmi komišně. Zákazníci se mohou cítit příliš nekomfortně a nakonec nemusí žádný obchod přijmout. Mezi tyto bariéry se řadí stůl mezi aktéry, nesprávná vzdálenost, uspořádání nábytku, nebo obrazovky počítačů, které brání klientům vidět do tváře bankovního poradce.

V dnešní době zde vidí bankovní subjekty konkurenční výhodu. Není to tak dávno, co se většina bankovních poboček začala přeměňovat spíše ve víceúčelové prostory, aby mohly být efektivně využívány. Tyto prostory bank lze v průběhu roku flexibilně měnit jak k bankovním službám, tak k různým neformálním akcím pořádaných k setkávání s klienty. Banky by se v budoucnu měly více podobat útulným kavárnám, neměly by chybět ani dětské koutky. Stačí se podívat přes prosklené stěny většiny retailových bankovních poboček, jako jsou AirBank, EquaBank, Mbank a již nyní můžeme vidět, že mezi klientem a bankovním poradcem není stůl jako překážka. V některých pobočkách se nacházejí také gauče a celkově jsou všechny prostory navrženy v přátelském a útulném duchu.



## 2 SPECIFIKACE ČINNOSTI BANK

„Banky jsou rozhodujícím hráčem ve finančním systému.“ (Kedwell, 2012, s. 5)

V České republice se většina bank svou činností řadí mezi banky smíšené, které poskytují jak obchodní tak investiční služby. Banky jsou podnikatelskými subjekty, avšak na základě toho, jaké činnosti vykonávají, zauímají na trhu oproti ostatním podnikatelským subjektům specifické postavení. Na rozdíl od jiných podnikatelských subjektů banky poskytují. (Horvátová, 2009, s. 48)

- Produkty, které mají peněžitý charakter (úvěry, vklady na běžný účet), jen málokdy se jedná o materiální produkty (výrobky) nebo jiné služby (masáže), které většinou poskytují ostatní podnikatelské subjekty. Bankovní produkty tedy tvoří peníze, které banky nakupují a prodávají za určitých podmínek a úrokových sazeb.
- Peníze jsou z větší části tvořeny cizími prostředky. Zde je opět rozdíl od ostatních podnikatelských subjektů, které většinou disponují vlastními finančními prostředky, opět je potřeba podotknout, že většinou. V dnešní době již mnoho podnikatelských subjektů funguje na bázi financování činnosti z větší části z cizích zdrojů. Avšak u bank se tento poměr může dostat až k hodnotám 95% cizích zdrojů a pouze 5% vlastních.
- Ani zisk banky není tvořen jako u většiny podnikatelských subjektů. Ty ho většinou tvoří formou výrobního procesu. U bank se zisk tvoří pomocí rozdílů mezi výší úrokových sazeb, které banka inkasuje za poskytnuté úvěry klientům, a hodnotou úroků, které banka vyplácí svým klientům z jejich vkladů na běžných nebo spořicíh účtech.

### 2.1 Bankovní produkty

Nabídka bank v dnešní době obsahuje nespočet bankovních produktů, které jsou neustále rozvíjeny a dalšími způsoby modifikovány, takže je velmi obtížné vymezit jejich obecnou charakteristiku. Za bankovní produkty lze označovat jednotlivé služby, které banky nabízejí svým klientům zpravidla za úplatu. I když se většinou produkty výrazně odlišují. Kantnerová (2016, s. 83-86) za jejich relativně společné rysy považuje:

- Nemateriální charakter – mezi vlastnosti produktů lze zařadit fakt, že *nejsou skladovatelné*, banka se nimi nemůže „předzásobit“. Také nejsou viditelné, zde přichází na scénu důležitost kvalitní reklamy, aby byla zajištěna úspěšnost bank. Posledním znakem je, že bankovní produkty nelze patentově chránit.

- Dualismus – podstatou této vlastnosti je, že jednotlivé produkty jsou spojením hodnotové a věcné stránky. *Hodnotovou stránku* vyjadřuje finanční objem produktu (např. objem úvěru, vkladu). *Věcná stránka* zahrnuje počet jednotlivých produktů (např. počet vkladů, bankovních převodů). Pokud banka rozlišuje obě tyto složky, je schopna lépe vyjádřit ziskovost jednotlivých produktů.

Hlavním znakem bankovních produktů je jejich *vzájemná propojenost a podmíněnost*. Kdy jeden nemůže fungovat bez druhého. Banky nemohou provádět bezhotovostní bankovní styk, bez vedení běžných účtů svých klientů.

Již před mnoha lety uvedl Revenda (2005, s. 133), že systematizovat tak velké množství bankovních produktů je velmi složité. V průběhu let se navíc paleta nabízených produktů a jejich struktura mnohonásobně rozšířila. V každé publikaci, ale i v bankovní praxi se lze setkat s celou řadou přístupů k tomuto členění, uvedeny jsou proto jen dva nejčastější.

Za klasický způsob členění bankovních produktů se považuje způsob dle jejich *odrazu v bilanci banky*. Toto členění rozděluje obchody na aktivní, pasivní a neutrální.

*Aktivní* bankovní obchody nalezneme v rozvaze banky na straně aktiv, banka při nich vystupuje v roli věřitele. Při poskytování úvěrů, nákupu dluhových cenných papírů a jiných obchodů bance vznikají **pohledávky**. Při poskytování úvěrů musí být banka velmi obezřetná. Musí počítat nejen s výnosy, ale i s možným rizikem, které je odrazem celé řady faktorů. *Riziko poskytnutého úvěru se zvyšuje úměrně déle poskytnutého úvěru.* (Polouček, 2013, s. 289)

*Pasivní* bankovní obchody se naopak nacházejí v pasivech banky, tj. na pravé straně bilance. Při těchto obchodech banka získává na úvěrové bázi cizí zdroje. Bance vznikají **závazky**, banka se dostává do dlužnického postavení. Mezi tyto obchody patří příjem vkladů nebo emise vlastních dluhopisů. Jedná se o primární obchody bank, protože bez nich nelze dále půjčovat peněžní prostředky jiným subjektům. (Kašparovská, 2010, s. 77)

*Neutrální* bankovní obchody se v rozvaze banky vůbec neobjevují, banka nevystupuje ve věřitelském ani v dlužnickém postavení. Avšak tyto operace se podílejí na výnosech bank, mezi tyto obchody se řadí například výměna poškozených bankovek, přijímání a vydávání hotovosti. Za tyto pokladní operace si banka často účtuje poplatky.

Trendem posledních let se stává modernější pohled na systematizaci bankovních produktů, velký důraz se zde klade na pohled klienta. Podstatou tohoto třídění bankovních produktů se

stává pohled z hlediska funkce (účelu), jakou daný produkt plní pro *klienta banky*. Kantnerová (2016, s. 85) tyto produkty dělí na pět základních skupin:

- *finančně úvěrové produkty* – představují pro klienta možnost získání finančních prostředků na úvěrovém principu, tyto produkty jsou časově omezeny, zatíženy **úroky** a podloženy závazky klienta,
- *depozitní (vkladové) produkty* tvoří pro klienta pravý opak. Pokud klient dočasně disponuje přebytek finančních prostředků, pak si tyto prostředky může uložit do banky. I když banky mohou s těmito finančními prostředky dále obchodovat, což znamená tvořit přidanou hodnotu, neposkytují svým klientům za tyto finanční prostředky téměř žádné úroky,
- *platební produkty* – klienti tyto služby využívají k provádění platebního a zúčtovacího styku, nejčastěji k finančním úhradám z běžného účtu nebo naopak inkas splatných pohledávek,
- *produkty investičního bankovníctví* – tyto produkty umožňují klientům investovat své peníze s vidinou zisku, získání dalších zdrojů nebo poskytnutí poradenských služeb banky při realizaci fúzí a akvizic,
- *pokladní a směnářské produkty* – představují pro banku nejnáročnější činnost, avšak klienty jsou stále hodně využívány, patří sem různé transakce s hotovými penězi (platba šeků, výměna poškozených bankovek) a také směna hotových peněz z jedné měny do druhé.

Všechny uvedené produkty mezi sebou v praxi nemají v podstatě žádnou hranici, velmi často se naopak doplňují, prolínají a mnohdy i podmiňují.

V rámci klientské segmentace se můžeme ještě setkat s jiným členěním bankovních produktů:

- *retailové produkty* – vztahují se na menší hodnoty částek, ale naopak se zde objevuje větší množství transakcí,
- *wholesale produkty* – jejich povaha je z větší části individuální a jsou spojeny s vyššími finančními částkami.

### 2.1.1 Elektronické bankovní produkty

Další kategorií v bankovních produktech je možné pojmenovat i jako elektronickou, jedná se v podstatě o bankovní prostředky, které umožňují vzdálený přístup k financím klienta. Tyto produkty zajišťují komunikaci mezi bankou a klientem, bez fyzického kontaktu.

Elektronické bankovní produkty jsou velkým trendem posledních let. Ze základních verzí se vyvíjely čím dál zajímavější a funkčnější produkty, které momentálně s oblibou většina klientů využívá.

Úspěch sklízí hlavně u mladší generace, která se již neorientuje ve vyplňování papírových příkazů k úhradě nebo si nedokáže představit, že by musela jít na pobočku své banky, aby zaslala peníze kamarádům za oběd. Elektronické bankovní produkty si získaly oblibu i u ostatních věkových kategorií, ať už díky tomu, že jim ušetří spousty času nebo jim jen poskytnou větší přehled o jejich finanční situaci.

Mezi základní elektronické bankovní produkty řadíme (Belás et al., 2010, s. 387; Kantnerová, 2016, s. 135)

- platební karty,
- homebanking,
- internetbanking,
- mobilní bankovníctví.

**Platební karty** jsou nejčastěji vydávány k běžným účtům. Karty slouží k uskutečňování plateb u obchodníků (bezhotovostní platby) za poskytované zboží a služby nebo k výběru hotovosti z bankomatů. Poskytují tedy vzdálený přístup k finančním prostředkům klienta, díky tomu se již před pár lety staly jedním z nejpoužívanějších produktů elektronického bankovníctví. (Belás et al., 2010, s. 389)

Z funkčního hlediska můžeme kreditní karty rozdělit na dvě základní verze:

- debetní karty – tento druh karet patří k nejrozšířenějším. Klient na účtu disponuje pouze vlastními finančními prostředky. U karet je možné dohodnout s bankou kontokorentní úvěr, poté je možné finanční prostředky čerpat do výše tohoto úvěru. Debetní karty jsou nabízeny většině klientů, protože u nich lze předcházet vzniku nepovoleného debetu. (Kašparovská, 2010, s. 62)
- kreditní karty – využívají se stejně jako debetní karty. Klient získává navíc možnost čerpat krátkodobý revolvingový spotřebitelský úvěr, podmínky jeho čerpání a výše úroků se sjednává při zakládání běžného účtu. Banky při poskytování těchto úvěrů z

kreditních karet stanovují úvěrové limity pro individuální klienty na základě jeho příjmů a majetkových poměrů. Vydání kreditní karty se tedy váže na určitou bonitu klienta. Kreditní karty tak umožňují svým klientům dosahovat vyšší koupěschopnosti, a proto jsou klienty často využívány. Navíc je většina těchto úvěrů poskytována bezúročně, pokud klient splatí, to co si od banky vypůjčil v určitém časovém termínu, většinou se jedná o hodnotu úvěru na konci měsíce, z této částky jsou poté počítány úroky. (Belás et al., 2010, s. 389)

Platební karty jsou opatřeny celou řadou ochranných prvků, které chrání finanční prostředky klienta uložené na kreditní kartě před zneužitím. Mezi základní prvky patří: číslo platební karty, magnetický proužek nebo čip, podpisový proužek, hologram, označení vydavatele, BIN číslo, platnost karty, jméno držitele a další.

Trendem posledních let se u platebních karet stala dozajisté služba CashBack. Tato služba je na území České republiky poskytována od roku 2006. Jedná se o výběr hotovosti z kreditní karty bez nutnosti využít bankomat. Hotovost je možné si vybrat u vybraných obchodních řetězců (COOP, nebo u čerpacích stanic EuroOil). V minulých letech tuto službu ale limitovalo několik podmínek, například: cena nákupu nad 300 Kč a výše výběru byla maximálně 1500 Kč. Z tohoto důvodu mnoho lidí službu cash back od kreditních poskytovatelů nevyužívalo. V roce 2018 proto prošla služba cash back několika změnami. Nyní si klient může u vybraných obchodních řetězců vybrat z kreditní karty až 3 000 Kč, a to již při nákupu v hodnotě 1 Kč. Mezi výhody této služby také patří, že na rozdíl od výběru z bankomatů ji většina bank poskytuje zdarma. (Bubák, Bachura; Finparáda; © 2018)

**Homebanking** - jeho využívání je již spíše na úpadku. Tento typ elektronického bankovníctví není možné využívat na kterémkoliv počítači, ale pouze na tom, ve kterém je nainstalován speciální program od banky. Na tomto počítači s přístupem k internetu může klient využívat klasické bankovní služby jako příkaz k úhradě, zjištění zůstatku, konverze měn atd. (Máče, 2006, s. 172)

**Internetbanking** - již poskytuje klientům možnost komunikovat přes internet s bankou z každého počítače v jakémkoliv místě světa. Jedná se o rychlý a pohodlný způsob správy finančních prostředků. Klient se přihlašuje do internetového bankovníctví své banky přes přidělené přihlašovací jméno a heslo. Mezi další bezpečnostní prvky přihlášení patří elektronický podpis nebo SMS klíč. Samotný komfort internetového bankovníctví je dán grafickými možnostmi jednotlivých bankovních institucí. Tento druh bankovníctví navíc snižuje bankám jejich náklady. (Belás et al., 2010, s. 390)

V základní verzi internetového bankovníctví může klient nejčastěji:

- získávat základní informace o finančních prostředcích (sledovat pohyby na účtu, znát finanční zůstatek a další),
- uskutečňovat platební operace (vytvářet tuzemské i zahraniční příkazy k úhradě/inkasu, hromadné platební příkazy a také provádět jejich změny nebo zrušení)
- podávat žádosti o zřízení dalších bankovních produktů (spořicí účty, cestovní pojištění, hypotéky, půjčky),
- měnit limity na svých platebních kartách (kreditních i debetních)
- kontrolovat stavy svých spořicích i investičních účtů nebo nakupovat investiční podíly.

Většina změn, ale i plateb v internetovém bankovníctví vyžaduje od klienta autorizaci, nejčastěji přes SMS klíč. Tato autorizace chrání klientovo internetové bankovníctví a hlavně jeho finanční prostředky před případnými podvodníky (hackery). (Belás et al., 2010, s. 391)

**Mobilní bankovníctví** – jedná se o nejmladší elektronický bankovní produkt. I když byl nabízen již od roku 1998, až teprve v posledních letech se stal u většiny lidí velmi oblíbeným. Mobilní bankovníctví nabízí správu účtů a finančních prostředků přímo z chytrého telefonu. Do chytrého telefonu si stačí nainstalovat aplikaci, kterou nabízí daná banka. Většina těchto aplikací je nabízena zdarma, alespoň v základní verzi. V takto nainstalované aplikaci již může klient provádět bankovní operace stejně jako v internetovém bankovníctví. Mobilní bankovníctví se stává velmi populárním. Na rozdíl od notebooku a počítače je chytrý telefon menší a většina klientů jej má stále u sebe. K finančním prostředkům tak mají lidé neustálý přístup. Aplikace je také bezpečnější než přístup do bankovníctví přes webový prohlížeč. Přístup do mobilního bankovníctví je chráněn pomocí PINu, otisku prstu, SMS klíče nebo rozeznáním obličeje.

Trendem posledních let v mobilním bankovníctví se stala možnost nahrát si ho aplikace všechny svoje kreditní karty. **Co to znamená?** Jednoduše tak může klient platit z chytrého telefonu například v obchodě, jako by platil platební kartou. Rozdíl je jen v tom, že po přihlášení do aplikace vybere kreditní kartu, se kterou chce platit, zadá PIN a pak už klasicky přiloží telefon k platebnímu terminálu v obchodě, jako by se jednalo o platební kartu. Tuto možnost využívají hlavně mladí lidé, kteří mají svůj chytrý telefon stále u sebe, a často se jim stává, že doma zapomenou peněženku se všemi kartami. Aplikace je v tomto případě velkým pomocníkem.

## 2.2 Cena bankovních produktů

Velmi důležitým znakem bankovních produktů je také jejich cena. Tato cena je výsledkem bankovní politiky, hlavním cílem je dosahování dostatečné rentability banky (tvorba zisku). Mezi další cíle patří udržení nebo zlepšení konkurenčního postavení na bankovním trhu mezi bankami, které nabízejí shodné produkty, a také snižování nákladovosti bank.

I zde je obtížné provést přesné vymezení těchto cen, z důvodu prolínání jednotlivých produktů. Přesto za základní druhy lze považovat: (Kantnerová, 2016, s. 87):

- *úroky* – na tyto sazby lze narazit zejména u poskytovaných úvěrů nebo u přijetí depozit, jedná se o cenu za časově limitované poskytnutí finančních prostředků od banky. Autoři většiny knih již neuvádí, že tyto úroky dosahují i 10% z částky, kterou si klient půjčí, takže banka za poskytnutí těchto finančních prostředků získá 1/10 z částky,
- *provize a prémie* – banky si tuto cenu účtují u poskytování těch produktů, u kterých na sebe přebírají určité riziko (např. záruční provize, prémie za prodej opce bankou a jiné),
- *přímé poplatky* – s těmito produkty se bance pojí určité náklady, avšak nepřebírá přímo určitá rizika, tyto náklady jsou explicitně přímo vyčísleny (např. poplatky za vedení účtu),
- *nepřímé poplatky* – stejně jako v předchozím případě se jedná o cenu za poskytnutí určitého produktu, kdy banka nepřebírá riziko, avšak tyto poplatky nejsou pro klienty vyčísleny navíc jako další samostatný poplatek, ale jsou „skryty v jiné ceně“.

## 2.3 RPSN

Výše ukazatele RPSN je jedním ze základních ukazatelů skutečné ceny úvěru je pro klienta. Jedná se o výši roční procentní sazbu nákladů, díky které je možné se lépe orientovat v široké nabídce úvěrových produktů od bankovních institucí.

Hodnota RPSN v sobě kromě úroků z úvěru zahrnuje veškeré poplatky spojené s úvěrem:

- poplatky za posouzení žádosti o úvěr,
- poplatky za uzavření smlouvy,
- poplatky za vedení a správu úvěru,
- pojištění schopnosti splácet a další.

Hodnota RPSN se proto vždy pohybuje o něco výše, než roční úroková sazba. Pokud by tyto hodnoty byly totožné, znamenalo by to, že s úvěrem nejsou spojeny žádné další poplatky, což se v bankovní praxi vidí málokdy.

### 2.3.1 Výpočet hodnoty RPSN

Postup výpočtu hodnoty RPSN je dostupný v příloze č. 1 k zákonu č. 257/2016 Sb., o spotřebitelském úvěru.

Roční procentní sazba nákladů se vypočte podle tohoto vzorce:

$$\sum_{k=1}^m C_k(1 + X)^{-t_k} = \sum_{l=1}^{m'} D_l(1 + X)^{-s_l}$$

**Obrázek 1:** Vzoreček pro výpočet RPSN (zdroj: zákon č. 257/2016 Sb., o spotřebitelském úvěru)

kde:

$X$  je roční procentní sazba nákladů,

$m$  je číslo posledního čerpání,

$k$  je číslo čerpání, proto  $1 \leq k \leq m$ ,

$C_k$  je částka čerpání  $k$ ,

$t_k$  je interval vyjádřený v letech a zlomcích roku mezi datem prvního čerpání a datem každého následného čerpání, proto  $t_1 = 0$ ,

$m'$  je číslo poslední splátky jistiny nebo nákladů,

$l$  je číslo splátky jistiny nebo nákladů,

$D_l$  je výše splátky jistiny nebo nákladů,

$s_l$  je interval vyjádřený v letech a zlomcích roku mezi datem prvního čerpání a datem každé splátky jistiny nebo nákladů. (Zákon č. 257/2016 Sb.)



## 2.4 Pojištění vkladů

Povinnost pojištění vkladů je ukládána za účelem ochrany vkladatele. Tuto povinnost ukládá bankám zákon č. 21/1992 Sb., o bankách pro jednoho vkladatele u jedné banky ve znění pozdějších předpisů, pojištění probíhá prostřednictvím Fondu pojištění vkladů (FPV), který se také řídí tímto zákonem. Podle Kalabise (2012, s. 33) jsou všechny tuzemské i zahraniční banky povinny přispívat do tohoto fondu.

Tímto způsobem jsou pojištěny všechny neanonymní vklady jak fyzických, tak právnických osob na území ČR v českých korunách i v zahraniční měně. Jedná se nejčastěji o kreditní zůstatky na běžných, spořicích nebo terminovaných účtech, pojištěny jsou také vklady na vkladních knížkách, či jiných obdobných dokumentech. Výše náhrady se pohybuje u vkladů jednotlivých vkladatelů u dotčených bank ve výši 100 %, maximálně však do výše 100 000 eur pro jednoho vkladatele u jedné banky nebo družstevní záložny.

Zákon o bankách od 1. 1. 2016 zavedl možnost zvýšené náhrady výplaty za pojištěné pohledávky z vkladů fyzických osob ve výši až 200 000 EUR pro jednu oprávněnou osobu u jedné banky. Pojištění se například netýká: investičních produktů a cenných papírů, jako jsou akcie, podílové listy nebo dluhopisy. Pojištění se nevztahuje ani na životní pojištění či penzijní připojištění, což mnoho klientů bank neví.

Je ale ekonomicky nereálné, aby FPV pokrýval výši všech uložených vkladů všech bank. Reálně tento fond pokrývá možný krach jedné z menších či středních bank. Pokud by však přišel krach jedné z velkých bank (ČSOB, Česká spořitelna), jednalo by se o větší problém, který by zasahoval do celého systému ekonomiky státu.

## **II. PRAKTICKÁ ČÁST**

### 3 VÝVOJ BANKOVNÍHO SEKTORU

Během posledních let se lidé naučili, že pokud nejsou spokojeni se svou bankou, tak mohou celkem snadno přejít ke konkurenci. Banky proto mezi sebou „soupeří“, která nabídne klientům nejlepší nebo nejvýhodnější produkt a získá si tím jejich přízeň. Tyto souboje na jedné straně vedou ke snižování poplatků i některých úrokových sazeb. Na druhé straně konkurenční boj nutí banky vytvářet stále další produkty. Na trh se proto dostává nespočetné množství nových bankovních produktů s novými službami, které samozřejmě zahrnují další poplatky. Nové produkty navíc lákají nové zákazníky, kteří se díky svým vyšším příjmům nebojí brát půjčky na cokoliv, hypotéky na bydlení a další. Přírůstky klientů a bankovních produktů, jsou i přes pokles poplatků a některých úrokových sazeb příčinou růstu zisku bank. V roce 2018 se dostal celkový zisk bank již přes 62 miliard korun.



**Obrázek 2:** Vývoj celkových zisků bank mezi lety 2015 – 2018 (vlastní zpracování; zdroj: ČNB, ©2019)

#### 3.1 Trendy v bankovních produktech

Nabídka technologických bankovních novinek, jako jsou bezkontaktní platební karty, platby mobilním telefonem nebo mobilní bankovníctví (smart-banking), vkladové automaty a v neposlední řadě komunikace s bankou přes QR kódy, jsou jen malým vzorkem z toho, co mohou banky nabídnout svým klientům v posledních letech.

Výše zmíněné technologie nejsou ze strany bank posledním slovem v rozvoji způsobu prodeje jejich produktů. Banky se stále více snaží používat jako nástroj své činnosti sociální

sítě, s cílem blíže komunikovat s klienty, oslovovat je cíleně podle jejich zájmů a dokonce jim umožňují provádět v rámci sociálních sítí všechny základní bankovní operace. Podstatou medializace bankovníctví je snaha přiblížit se co nejvíce k osobnímu životu klienta, být mu stále na blízku. V dnešní době má většina lidí profil na Facebooku, a proto některé banky vytvořily pro své klienty platby přes tuto síť, přesněji přes Messenger a SMS.

Pokud například klient nezná číslo účtu svého kamaráda, jednoduše mu z mobilní aplikace pošlete peníze až do výše 2000kč a kamarádovi přijde odkaz pro vyzvednutí. Peníze si následně vyzvedne přes zadání svého čísla účtu do odkazu. Tyto odkazy nejčastěji chodí přes Facebook nebo SMS – službu nabízí například Mbank. Něco podobného poskytuje aplikace České spořitelny, která nese název Friends24. Tuto aplikaci si musí klient stáhnout do mobilního telefonu. Když někomu dluží menší částku nebo platí za oběd a opět nezná číslo účtu, stačí, aby pouze vyplnil částku a napsal k ní poznámku, za co peníze posílá. Dále zabezpečí tuhle transakci heslem pro vyzvednutí, zašle SMS dané osobě a má hotovo.

Posílání peněz přes sociální sítě již funguje například ve Velké Británii nebo Číně. Vše probíhá přes službu PayPal nebo Google Pay. Tento vývoj se dal v dnešní době očekávat, avšak v České republice tyto platby ještě kromě uvedených možností nejsou více rozšířeny.

Většina expertů tvrdí, že by tento vývoj měly banky brát jako příležitost, jak se konečně zbavit peněz v hotovosti a převody uskutečňovat pouze digitálně. Oběh reálných peněz je totiž pro banky ekonomicky i časově velmi náročný. Ve vzduchu, ale stále visí obavy většiny klientů z toho, že by měli informace o své finanční situaci sdílet na sociálních sítích. Nelze tedy s jistotou říct, jak moc se tento trend bude líbit většině populace a zda vůbec bude klienty bank plně přijat.

Další významnou, ale určitě ne poslední novinou v roce 2018, byla snaha o spuštění okamžitých plateb až do výše 400.000Kč. Peníze by se na účtu příjemce platby tak měly připsat do několika vteřin od okamžiku, kdy mu je plátce poukáže. V listopadu tuto službu spustila Česká spořitelna, vše bude ale fungovat, až se k ní přidají i další banky v ČR. Nyní sice Česká spořitelna převede peníze ihned, pokud označí klient platbu jako expresní a zaplatí poplatek ve výši 125 Kč. Peníze jsou i přesto na účet příjemce připsány, až je jeho banka přijme, tudíž většinou až následující den. Většina zástupců bank tvrdí, že později, až se do této služby zapojí většina bank, mohl by se poplatek za převod zrušit nebo alespoň snížit.

Jedná se pouze o malý výčet z inovací, které bankovní společnosti přinesly v roce 2018 a 2019 na český bankovní trh. Mezi další trendy v bankovních produktech patří vývoj výše

poplatků u běžných účtů a vývoj úrokových sazeb u úvěrových produktů. Tento vývoj bude hlouběji rozebrán v průběhu práce.

### 3.2 Faktory ovlivňující cenu bankovních produktů

Finální cenu bankovních produktů ovlivňuje celá řada faktorů.

Zatímco hodnoty poplatků za jednotlivé produkty si většina bank stanovuje podle sebe a svého okolí, na základě konkurenceschopnosti, výše úrokových sazeb je navíc ovlivněna dalšími faktory (např. ČNB, zahraničními vlivy, inflací).

Jak ve své knize uvádí Polouček (2013, s. 99) úrokové sazby jsou ovlivněny vzájemným působením nabídky a poptávky. Úrokové sazby také ovlivňují jiné okolnosti a to především inflace, výše a doba splatnosti úvěru, změny důchodů a úspor, produktivita a efektivnost ekonomiky, deficit státního rozpočtu nebo platební bilance. Změny úrokových sazeb jsou jedním z nástrojů měnové politiky, prostřednictvím kterých Česká národní banka ovlivňuje ekonomickou situaci v České republice.

Faktory změn je možné dále rozdělit v závislosti na druhu úrokové sazby mezi:

- úrokové sazby stanovené Českou národní bankou,
- úrokové sazby formované mezibankovním trhem,
- referenční sazby komerčních bank,
- úrokové sazby komerčních bank stanovené podle jednotlivých produktů, tzv. klient-ské úrokové sazby.

#### 3.2.1 Úrokové sazby České národní banky

Mezi klíčové úrokové sazby ČNB je možné zařadit diskontní sazbu a dvoutýdenní repo sazbu.

*Diskontní sazba* – představuje hodnotu, za jakou centrální banka poskytne úvěr komerčním bankám. Hodnota diskontní sazby je většinou považována za spodní hranici, od které se odvíjejí hodnoty krátkodobých úrokových sazeb na peněžním trhu. Tuto sazbu lze považovat také za nástroj sloužící k ovlivňování jiných úrokových sazeb, obzvláště repo sazby a lombardní sazby. Tato sazba se v minulých letech téměř neměnila, tedy do roku 2018. V roce 2018 byla zvýšena dokonce 4x. (Česká národní banka; © 2019)

Rok	Výše diskontní sazby
2012 - 2018	0,05 %
od 3. 8. 2018	0,25 %
od 27. 9. 2018	0,50 %
od 2. 11. 2018	0,75 %
od 3. 5. 2019	1,00 %

*Tabulka 1: Vývoj diskontní sazby (vlastní zpracování; zdroj: Behounek.eu; © 2019)*

*Repo sazba* – principiálně funguje naopak než diskontní sazba. ČNB si v tomto případě „půjčuje“ od komerčních bank hotovost výměnou za cenné papíry. Po skončení jejich splatnosti centrální banka cenné papíry vykoupí zpět a přidá i úrok v dohodnuté sazbě. Pomocí této sazby tedy ČNB stahuje finanční prostředky z trhu. Čím vyšší je nabízená repo sazba, tím více finančních prostředků komerční banky poskytují ČNB. Základní dobou splatnosti je 14 dní, proto je používán také název 2T repo sazba.

Datum	Výše 2T repo sazby
4. 8. 2017 - 2. 11. 2017	0, 25 %
3. 11. 2017 - 1. 2. 2018	0, 50 %
2. 2. 2018 - 27. 6. 2018	0, 75%
28. 6. 2018 - 2. 8. 2018	1, 00 %
3. 8. 2018 - 26. 9. 2018	1, 25 %
27. 9. 2018 - 1. 11. 2018	1,50%
2. 11. 2018 - 2. 5. 2019	1,75%
3. 5. 2019	2, 00 %

*Tabulka 2: Vývoj dvoutýdenní repo sazby od konce roku 2017 do současnosti (vlastní zpracování; zdroj: Kopad, © 2016)*

Je nutné upozornit, že jednotlivé úrokové sazby jsou velmi provázány. Není nutné, ani možné, aby centrální banka působila na všechny úrokové sazby. Mezi tržní úrokové sazby, na které se snaží ČNB působit, patří: PRIBOR a PRIBID. Velmi často totiž komerční banky

právě na základě těchto úrokových sazeb stanovují svou úrokovou sazbu poskytovaných úvěrů.

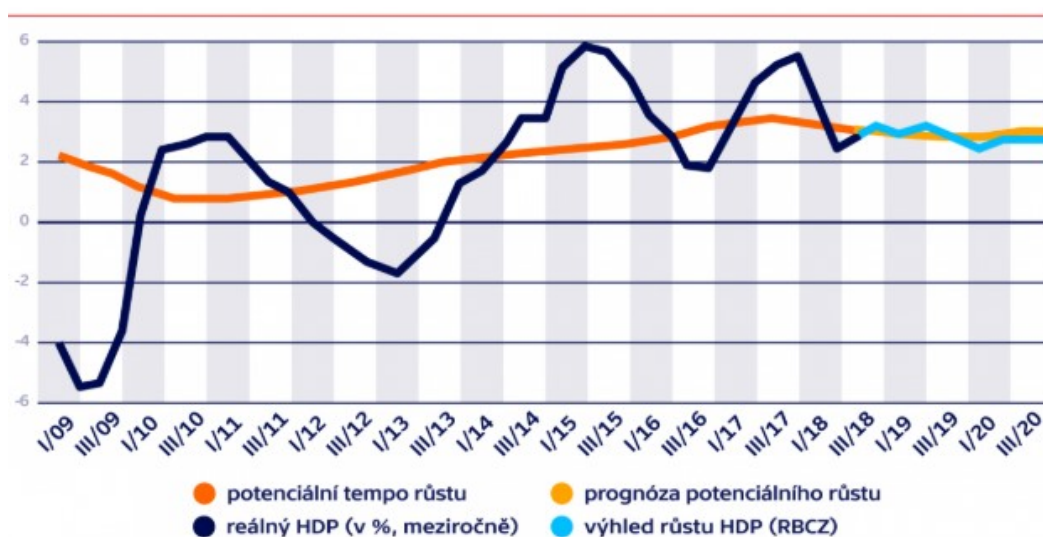
*PRIBOR (Prague Interbank Offered Rate)* – jedná se o průměrnou sazbu, za kterou jsou banky ochotny si vzájemně půjčovat peníze, v rámci českého mezibankovního trhu. Tato sazba vyjadřuje aktuální cenu peněz na trhu.

*PRIBIT (Prague Interbank Bid Rate)* – označuje referenční hodnotu úrokových sazeb na trhu mezibankovních depozit.

Z tabulek jasně vyplývá, že ČNB postupně všechny výše zmíněné sazby zvyšuje, proč tomu tak je?

- Období, kdy česká ekonomika potřebovala stimulovat k růstu, již skončilo. Momentálně roste velmi uspokojivě. Jak je zřejmé z grafu, v dalších letech odhaduje ČNB růst okolo 3 %.

Růst české ekonomiky a predikce budoucího vývoje HDP



**Obrázek 3:** Grafické zpracování růstu české ekonomiky a predikce budoucího vývoje

(zdroj: ČNB; Česká televize, © 2019)

- Až do roku 2017 držela ČNB úrokové sazby téměř na nule, díky tomu udržovala vysokou nabídku peněz v ekonomice, a proto byly i půjčky levnější. Avšak v posledních letech se díky rychle vzestupující ekonomice zvyšuje i míra inflace, kterou se ČNB snaží zvyšováním úrokových sazeb brzdít.

Aby byla analýza vývoje trendů bankovních produktů co nejefektivnější, bylo by vhodné porovnávat časové řady vývoje úrokových sazeb ČNB s časovými řadami jednotlivých bankovních produktů. Zde nastává problém. Téměř všechny banky nedisponují žádnými časovými řadami pro jednotlivé druhy úvěrů. Důvod je zcela jasný. Každá banka má velmi individuální přístup k jednotlivým podnikatelským subjektům. Výše většiny úrokových sazeb je individuálně stanovena na základě finanční analýzy klienta a posuzování jeho žádosti o úvěr.

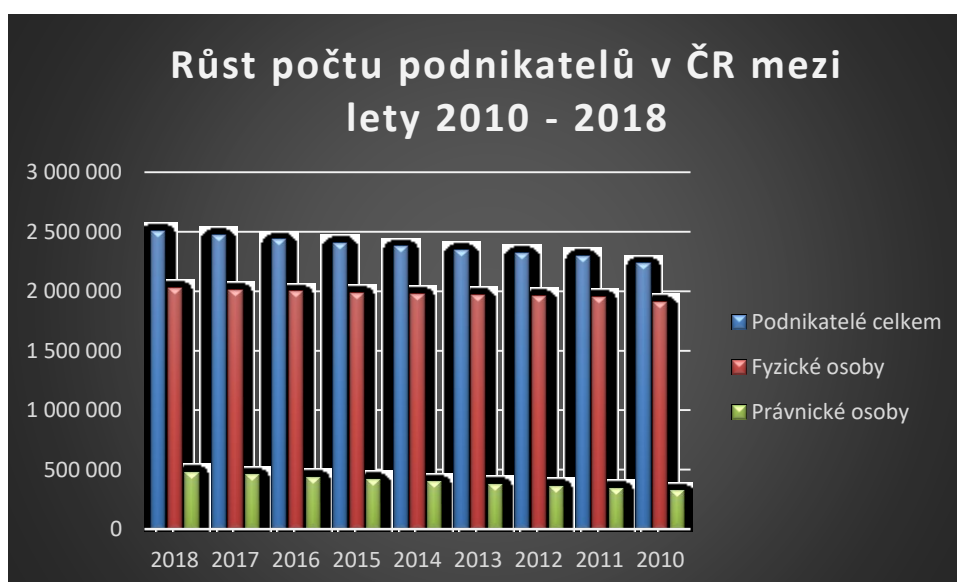


## 4 PRODUKTOVÉ PORTFOLIO PRO FIKTIVNÍHO KLIENTA

Pomocí dotazníkového řízení, které probíhalo v době plnění praxe na pobočce České pošty v Uherském Hradišti, bylo možné konstatovat, že téměř 60 % lidí je klientem u více než jedné banky. Většinou byly důvodem právě úroky nebo výhody spojené s účty. U jedné banky měli klienti například běžný účet, u kterého nemuseli platit žádné poplatky za vedení ani za služby s ním spojené. U druhé banky měli dotazovaní sjednaný účet kvůli hypotéce a do třetí banky si například posílali peníze na spořicí účet s výhodným úrokem.

Zda se jedná o správnou cestu, nebo je lepší mít všechny produkty u jedné banky, je v dnešní době velmi diskutabilní. Aby bylo možné určit, jaká cesta by mohla být ta pravá, bude provedena komparace běžných, ale i úvěrových účtů nabízených vybranými komerčními bankami. Společně s analýzou vývoje úrokových sazeb a dalších poplatků, pro zjištění skutečné výhodnosti bankovních produktů.

Klientela bankovních institucí je velmi široká, stejně jako paleta nabízených bankovních produktů. Retailovou klientelu tvoří klienti z řad občanů a drobných podnikatelů. Z grafu je zřejmé, že v České republice každým rokem přibývá právě **podnikatelských subjektů** (fyzických osob), kteří mají kvůli svému podnikání většinou specifické požadavky na bankovní produkty. Banky těmto subjektům vycházejí vstříc a snaží se jim bankovní produkty „přišít na tělo“.



**Obrázek 4:** Růst počtu podnikatelů v ČR mezi lety 2010 – 2018 (vlastní zpracování; zdroj: Ministerstvo podniku a obchodu, ©2019)

## 4.1 Činnosti banky při poskytování bankovních produktů

Mezi základní činnosti banky patří poskytování úvěrů. Při těchto obchodech vystupují banky v roli věřitele, proto tyto bankovní produkty doprovází určité riziko – nejčastěji ve formě neschopnosti dlužníka řádně splácet úvěr. Ztráty z těchto úvěrových rizik mohou velmi výrazně ovlivnit bankovní stabilitu a solventnost. Proto se banky snaží toto riziko eliminovat na minimum.

Banky si proto před samotným poskytnutím úvěrového produktu provádí u každého žadatele jeho finanční analýzu. Mezi hodnocené faktory například spadá schopnost poskytnutý úvěr splatit, tedy **bonita** klienta.

Podle zjištěné bonity pak banka stanovuje parametry úvěrových produktů. Žadatelům s vyšší bonitou jsou poskytovány „lepší“ úvěrové podmínky a naopak. Čím nižší je žadatelova bonita tím vyšší rizikovost se jeho žádosti přiřazuje. Bonita žadatele je ovlivněna několika faktory:

- sociodemografické údaje – věk, pohlaví, dosažené vzdělání, profese, rodinný stav, počet vyživovaných dětí apod.,
- trvalé příjmy – OSVČ, příjmy ze závislé činnosti, příjmy z invalidního důchodu a jiné,
- pravidelné výdaje – platby nájemného, pojistné (životní, penzijní připojištění), splátky leasingu a další,
- bonita je také ovlivněna již poskytnutými úvěrovými limity – např. u kontokorentních úvěrů nebo kreditních karet.

Vyšší bonitu si klient může zajistit přizváním spolužadatele, který s ním žije ve společně hospodařící domácnosti – manželka, rodič.

Mezi základní podklady, které by měly být předloženy při posuzování bonity klienta – podnikatele jsou:

- žádost o úvěr,
- potvrzení o příjmech,
- živnostenský list, výpis z živnostenského rejstříku,
- daňové priznání za poslední dvě až tři zdaňovací období,
- výpis z rejstříku trestů, potvrzení z finančního úřadu o bezdlužnosti.

Pokud má banka při zkoumání žádosti o úvěr pochybnosti, může si od žadatele vyžádat dodatečné podklady pro posouzení. Při poskytování úvěrů podnikatelům se často jedná právě o podnikatelský záměr, u kterého se zjišťují možnosti jeho budoucího vývoje, například:

- předpokládaná doba trvání nebo flexibilita tržeb,
- také provázanost s externími faktory. Mezi makroekonomickými se jedná o nasycenost trhu, o situaci v odvětví a další. Naopak mezi mikroekonomickými jde hlavně o konkurenci nebo solventnost odběratelů. (Finance, © 2019)

## 4.2 Charakteristika fiktivního klienta

Potencionálním klientem analyzovaných bank bude začínající podnikatel. Klient má vystudované dvě vysoké školy, v posledních dvou letech obchoduje nejen na území České republiky, ale také se zákazníky v zahraničí. Klient je zapsán v živnostenském rejstříku od 1. 5. 2017. Provozuje dvě volné živnosti, které spolu souvisí:

- fotografické služby,
- sklenářské práce, rámování a paspartování.

Klient bydlí v bytové jednotce, za kterou měsíčně platí nájem ve výši 10 000 Kč. Bytová jednotka je zároveň vedena jako provozovna. Mezi dalšími výdaji budou: platby dodavatelům, přibližně 8 000 Kč měsíčně, výdaje na služby 4 000 Kč za měsíc. Na druhé straně jeho příjmy budou tvořeny z příjmů ze závislé činnosti a výkonu SVČ. Klient pracuje na zkrácený úvazek, při kterém pro zaměstnavatele vykonává sklenářské práce za mzdu ve výši 6 500 Kč měsíčně, tento příjem bude klientovi zasílán na jeho bankovní účet. Podnikateli dále plynou z výkonu samostatné činnosti výnosy v hodnotě 20 000 Kč měsíčně.

Fiktivní klient se nachází téměř na začátku své podnikatelské kariéry, nedisponuje tedy vysokým vstupním kapitálem. Proto bude žádoucí, aby si při založení běžného účtu zřídil i některý z úvěrových produktů. Ten mu zajistí schopnost dostát svým závazkům, pokud by mu došly jeho vlastní finanční prostředky.

Podnikatel se dobrovolně rozhodl, že povede vlastní účetnictví. Tuto možnost si zvolil na základě znalosti zákona č. 563/1991 Sb., zákon o účetnictví, §1 odst. 2, písm. f).

Z charakteristiky vyplývá, že se jedná o klienta, který spadá do kategorie podnikatelů. Většina bank totiž rozděluje své retailové klienty na dvě skupiny:

- běžné občany (kategorie „osobní finance“) nebo

- podnikatele, popř. firmy do 60 milionů obratu.

Banky jsou poté schopny nabízet svým klientům specifické formy již zmíněných bankovních produktů (běžných účtů, úvěrů a dalších produktů). Jejich výjimečnost se projevuje ve formě poskytování nebo čerpání těchto produktů. Jsou také spojeny s dalšími výhodami dostupnými právě pro podnikatele. Dále bude proto věnována pozornost bankovním produktům, které jsou nabízeny pro retailové klienty – **podnikatele**.

#### 4.2.1 Finanční analýza fiktivního klienta

Na základě informací o činnosti bankovních institucí před poskytnutím bankovních produktů bude nyní provedena finanční analýza fiktivního klienta. Poté budou uvedeny plusové a mínusové body pro finální hodnocení bonity klienta. Analyzovány budou výše uvedené informace o finanční situaci klienta.

Zdroje příjmu v měsíci	Hodnota
Výše mzdy	6 500 Kč
Výnosy z výkonu samostatné činnosti	20 000 Kč
<b>Celkem za měsíc</b>	<b>26 500 Kč</b>
<b>Roční výše příjmů</b>	<b>318 000 Kč</b>

*Tabulka 3: Přehled příjmů fiktivního klienta (vlastní zpracování)*

Výdaje klienta v měsíci	Hodnota
Nájemné	10 000 Kč
Pravidelné platby dodavatelům	8 000 Kč
Výdaje na služby	4 000 Kč
<b>Celkem za měsíc</b>	<b>22 000 Kč</b>
<b>Roční výše výdajů</b>	<b>264 000 Kč</b>

*Tabulka 4: Přehled výdajů fiktivního klienta (vlastní zpracování)*

Z tabulek vyplývá, že by klient měl být schopen v průběhu roku dostát svým závazkům a dokonce tvořit zisk. Avšak pokud se objeví problémy, které by negativně ovlivnily výši jeho příjmů nebo výdajů. Mohl by se ocitnout v situaci, kdy nebude schopen dostát svým závazkům, proto pro něj bude zřízení úvěrového produktu stěžejní.

Mezi kladné body k hodnocení bonity klienta patří:

- dosažené vzdělání,
- trvalý příjem z výkonu samostatné činnosti,
- trvalý příjem ze zaměstnání,
- klient nemá děti, ani jiné rodinné závazky.

Naopak bonitu klienta bude snižovat:

- malý rozdíl mezi výnosy a náklady,
- možná negativní predikce budoucího vývoje podnikatelského záměru (podle názoru banky),
- nebo solventnost odběratelů.

Každá bankovní instituce připisuje nejen výše zmíněným faktorům jiné bodové ohodnocení rizikovosti, takže není možné přesně určit, jaká bude bonita klienta. Každá banka si také sama určuje, podle jakých faktorů bude klienta ohodnocovat, vše je velmi individuální.

## 5 PŘEDSTAVENÍ VYBRANÝCH BANK

Pro srovnání vývoje bankovních produktů byly vybrány následující komerční banky:

- Česká spořitelna a. s.,
- mBank S. A.

Jako první byla zvolena Česká spořitelna a.s. Tato společnost patří mezi velké a známé banky, řadí se do tzv. „velké trojky“ a zároveň disponuje stále nejvyšším množstvím svých klientů na českém bankovním trhu. Navzdory tomu meziroční hodnocení počtu klientů u ČS zaznamenává stálý pokles. Avšak je zajímavé, že i přes pokles počtu klientů zisky ČS stále rostou. (Bubák; ©2019)

Ke komparaci byla záměrně vybrána společnost mBank, která patří do skupiny retailových bank. Obecně všechny retailové (nízkonákladové) banky zaznamenávají v posledních letech značný přírůstek klientů. Mezi nízkonákladovými bankami dopomohly k výběru společnost mBank nejen osobní preference, ale také skvělé hodnocení bankovních produktů společnosti mBank. Ta získává v posledních letech stále více ocenění v řadě českých žebříčků hodnotících bankovní produkty na českém trhu. Například produkt mKonto Business získal v roce 2017 i 2018 následující ocenění:



**Obrázek 5:** Ocenění produktu od mBank (zdroj: mBank, © 2019)

V tabulce je zachycen vývoj klientské základny obou bankovních institucí mezi lety 2015 až 2018. Data jsou uvedena v milionech.

Rok	Česká spořitelna	mBank
2015	4,79	0,54
2016	4,71	0,63
2017	4,68	0,64
2018	4,67	0,65

**Tabulka 5:** Vývoj klientské základny České spořitelny a mBank (vlastní zpracování; zdroj: duofinance.cz; © 2019)

## 5.1 Česká spořitelna a.s.

Kořeny činnosti České spořitelny sahají až do roku 1825, kdy vznikla spořitelna Česká. Česká spořitelna byla průkopníkem v mnoha ohledech, například v roce 1898 jako první instituce v ČSSR vydala platební karty a otevřela první bankomaty. Později jako první začala poskytovat hypoteční úvěry, a také jako první instalovala bankomaty pro nevidomé.

V roce 2000 se stala součástí středoevropské skupiny Erste Bank. Erste Bank vznikla v Rakousku jako první spořitelna a po řadě akvizic se stala největším poskytovatelem finančních služeb ve východní části EU. Skupina Erste Bank pokrývá trh v Rakousku, České republice, na Slovensku, v Rumunsku, Maďarsku, Chorvatsku a Srbsku. Její klientela v posledních letech dosahuje hodnot přes 16,2 milionu.

V roce 2018 obsadila Česká spořitelna v žebříčku hodnocení podle množství klientů první příčku s počtem 4,67 milionu. Avšak při analýze předchozích let si lze všimnout, že tato hodnota meziročně klesá. Například v roce 2010 se množství klientů pohybovalo okolo 5,3 milionu. V roce 2015 už banka zaznamenala pokles na 4,79 milionu, a jak již bylo uvedeno, letos je toto číslo ještě menší. Tuto skutečnost lze připisovat trendu přechodu klientů k menším bankám. Česká spořitelna se však stále drží v tomto hodnocení na prvním místě s náskokem od druhé banky v pořadí (ČSOB) téměř o 2 miliony klientů.

Klientelu České spořitelny velmi dobře klasifikuje jejich oficiální motto. „*Naším posláním je vést lidi i společnost k prosperitě. Věříme, že když se bude dařit jednotlivcům, firmám i komunitám, bude se lépe dařit celé společnosti.*“ Kromě toho financují i velké korporace a poskytují služby v oblasti finančních trhů. Česká spořitelna již získala mnoho ocenění, v letech 2012 a 2013 zvítězila v hodnocení Euromoney Best Bank in the Czech Republic. (Česká spořitelna, © 2019)

### 5.1.1 Internetové bankovníctví

Internetové bankovníctví umožňuje spravovat účty online. Klient pomocí internetového bankovníctví získává přístup ke svým financím kdykoliv a kdekoliv.

Česká spořitelna ke dni 17. 03. 2019 nabízí tři druhy internetového bankovníctví:

- George
- Servise 24
- Business 24

První dvě aplikace jsou poskytovány pro fyzické osoby. Třetí, tedy Business 24 je poskytována retailovým klientům z řad podnikatelů.

**Business 24** - pro podnikatelské subjekty i firmy. Podnikatelé mají možnost si vybrat ze dvou typů služeb:

- Služba Business 24
- Služba Business 24 Light

Ve službě Business 24 Light může klient pouze sledovat přehled pohybů na účtech. Zadávat příkazy k úhradě a dalším transakcím není možné.

V klasické verzi Business 24 může klient spravovat finance kdykoliv a hlavně odkudkoliv, bez nutnosti navštívit pobočky banky. Zřízení bankovníctví je zdarma, následuje měsíční poplatek 200 Kč, u kterého není brán ohled na počet připojených účtů. Klient v internetovém bankovníctví může zadávat tuzemské i zahraniční platební příkazy. Internetové bankovníctví nabízí i možnost zadávat příkazy z více účtů zároveň. (Česká spořitelna, © 2019)

Další velkou výhodou, kterou ČS nabízí, je možnost propojit klientovo internetové bankovníctví se samotným účetním softwarem a pohybovat se tak ve známém účetním prostředí.

Internetové bankovníctví si také klient může stáhnout v mobilní verzi.

## 5.2 mBank

mBank patří do německé skupiny Commerzbank.

Na rozdíl od České spořitelny, která poskytuje klientům na území České republiky své služby již desítky let. Společnost mBank přišla na bankovní trh v České republice teprve v roce 2007. Avšak jako první banka na našem území přinesla svým klientům nový pohled na bankovníctví. Jednalo se o zcela nový samoobslužný model, při kterém si zákazník řídil své bankovní operace sám, vznikl tak pojem přímé bankovníctví.

Tento model pomohl poskytovat zákazníkům nejvyužívanější bankovní služby zcela zdarma. mBank svým přístupem k zákazníkům způsobila v bankovním sektoru skutečnou revoluci. Během pár let se dostala mezi nejvýznamnější české banky s více než půl milionem klientů.

mBank se svou povahou řadí mezi internetové banky. I přesto disponuje kontaktními místy, které se dělí na:



- finanční centra - tyto pobočky slouží hlavně jako poradenská centra nebo místa pro sjednání hypotéky
- a mKiosky – v nich lze sjednat pouze základní bankovní produkty (např. nelze sjednat hypotéku). mKiosky nabízejí flexibilní provozní dobou, internetové terminály a bezplatné přímé spojení na mLinku.

Hlavními rysy bankovních produktů u mBank jsou nulové poplatky za vedení účtu i se základními bankovními operacemi. (mBank, ©2015)

### 5.2.1 Internetové bankovníctví

Internetové bankovníctví všech bank je velmi podobné. Rozdíl je znát pouze v grafickém zpracování internetových stránek, popř. v celkové paletě služeb. mBank je bankou internetovou. Z toho již vyplývá, že její internetové bankovníctví bude disponovat celou škálou služeb a grafických lákadel působících na klienty.

Prostředí internetového bankovníctví u Mbank je velmi snadné a intuitivní, velkým pomocníkem je zde našeptávač po vzoru Googlu, díky kterému se v bankovníctví klient nikdy neztratí.

Internetové bankovníctví disponuje dále:

- správcem financí, který kategorizuje příjmy a výdaje,
- neznalost bankovního účtu jiných osob není překážkou – klient může zaslat peníze prostřednictvím SMS,
- v jednom bankovníctví může spravovat osobní, podnikatelské, firemní, ale i spolumajitelské nebo disponentní účty,
- samozřejmostí je také možnost nastavování trvalých plateb nebo inkas,
- platby jsou také zabezpečeny – každou platbu je potřeba potvrdit SMS klíčem,
- v bankovníctví je možné požádat i o úvěr, spoření nebo hypotéku.

Také mBank nabízí mobilní verzi internetového bankovníctví. Aplikace klientům umožňuje spravovat jejich finance odkudkoliv. (mBank; ©2015)

S mobilní aplikací může klient:

- platit přes mobilní telefon díky Apple Pay nebo Google Pay,
- nastavit si kontrolu výdajů. Aplikace klienta upozorní, pokud utrací více než je obvyklé,

- klient se také může přihlásit pomocí otisku prstu,
- měnit limity svých karet,
- zadávat platby,
- i bez přihlášení do aplikace je možné zobrazit zůstatek na účtu v korunách nebo v procentech.

## 6 PRODUKTOVÉ PORTFOLIA BANK

Produkty budou rozděleny podle toho, jestli se nacházejí na straně aktiv nebo pasiv v bilanci banky. Mezi pasivními bankovními produkty se nejčastěji uvádějí běžné účty nebo spořicí účty. U těchto produktů banka vystupuje v roli **dlužníka**. Z nich získává finanční prostředky k realizaci aktivních bankovních operací.

### 6.1 Pasivní bankovní produkty - běžné účty

Běžný účet je považován za jeden ze základních pasivních produktů bank. Účet poskytuje klientovi základní vztah s bankou. Běžný účet slouží zejména k úschově volných finančních prostředků klienta a k uskutečňování bezhotovostního platebního styku. Všechny finanční prostředky, které si klient na tento běžný účet vloží, má ihned k dispozici. Finanční prostředky na běžném účtu jsou proto úročeny velmi nízkou úrokovou sazbou nebo nejsou úročeny vůbec. Peníze je možné na běžný účet vkládat více způsoby - vkladem hotovosti na přepážce, pomocí vkladových bankomatů, nebo převodem z jiného účtu. Stejným způsobem je možné i peníze z účtu čerpat.

Smlouva o zřízení běžného účtu musí být písemná nebo vytvořena elektronicky s platným elektronickým podpisem. Při zřizování běžného účtu se musí klient legitimovat, z důvodu nezakládání anonymních účtů. Při zakládání běžného účtu je důležité, aby si každý klient přečetl a prozkoumal obchodní podmínky banky, u které si chce zřídit účet. Také je žádoucí, aby se klient seznámil se sazebníky dalších poplatků, které jsou dostupné na webových stránkách jednotlivých bank. V současné době jsou často tyto běžné účty nabízeny ve formě balíčku. To znamená, že k účtu získáváte i další služby, jako jsou platební karty, internetové bankovníctví a další. (Kráľ, 2008, str. 99)

**Česká spořitelna** nabízí celou řadu běžných účtů pro různé skupiny klientů. Konkrétně účty pro podnikatele čerpají inspiraci ze základních účtů poskytovaných běžným klientům. ČS nabízí dva druhy podnikatelského konta. Výběr správného konta závisí na tom, kolik má klient měsíčních transakcí a na tom, jaké doplňkové služby požaduje.

Do analýz nebudou zahrnuty slevy poskytované formou tzv. „balíčků“. Tyto balíčky často zkrslují finální cenu produktu a jsou podmíněny celou řadou podmínek, které musí klient splnit.

Název běžného účtu	Podnikatelské konto Klasik	Podnikatelské konto Maxi
<b>Kdy využít konto?</b>	menší množství transakcí	velké množství transakcí
<b>Tuzemské a elektro-nické platby</b>	30 transakcí zdarma	zdarma
<b>Internetové a mobilní bankovníctví</b>	zdarma	zdarma
<b>Výběr z vlastního / cizího bankomatu</b>	29 Kč / 40 Kč	29 Kč / 40 Kč
<b>Měsíční výpisy z účtu v elektronické podobě</b>	zdarma	zdarma
<b>Měsíční poplatek za běžný účet</b>	149 Kč	299 Kč

*Tabulka 6: Přehled poplatků u podnikatelských účtů ČS (vlastní zpracování; zdroj: Česká spořitelna, © 2019)*

K těmto účtům lze za další poplatky dojednat další vedlejší služby. Například cestovní přípojištění, zasílání informačních SMS, multi-měnové funkce.

Nedílnou součástí bankovního portfolia ČS na straně pasiv jsou i produkty z řad investování. S ČS lze investovat pravidelně, pomocí podílových fondů, dluhopisů, akcií nebo nákupem investičního zlata. V rámci práce s těmito produkty je vhodné se poradit s investičními poradci samotné ČS.

Také společnost **mBank** poskytuje svým podnikatelským klientům běžný účet, který je nastavbou klasického mKonta pro osobní finance. Tento běžný účet navíc získal v letech 2017 i 2018 ocenění „Zlaté koruna; cena podnikatelů“, kterou přímo udělují klienti v rámci každoročního internetového hlasování. (Zlata koruna; ©2003 – 2019)

Název běžného účtu	mKonto Business
Tuzemské a elektronické platby	zdarma
Internetové a mobilní bankovníctví	zdarma
Výběr z vlastního / cizího bankomatu	- / 25 Kč (výběry nad 1500 Kč jsou zdarma)
Měsíční výpisy z účtu v elektronické podobě	zdarma
Měsíční poplatek za běžný účet	zdarma

*Tabulka 7: Přehled poplatků u podnikatelského účtu mBank (vlastní zpracování; zdroj: mBank, © 2015)*

Z tabulek jasně vyplývá, proč jsou běžné účty od většiny retailových bank v posledních letech tolik oblíbené. Málokterý klient by chtěl za uložení (půjčení) vlastních peněz platit další poplatky. Při pohledu na výši poplatků za vedení BÚ u České spořitelny by snad bylo vhodnější schovat si peníze doma pod polštář.

Následující tabulky zaznamenává vývoj poplatků u základních služeb běžného účtu od roku 2014 do roku 2018 u analyzovaných bank.

Rok	2014	2015	2016	2017	2018	2019
<b>Česká spořitelna</b>						
<b>Zřízení / zrušení účtu</b>	zdarma	zdarma	zdarma	zdarma	zdarma	zdarma
<b>Vedení účtu</b>	149 Kč	149 Kč	149 Kč/ 75 Kč	149 Kč/ 75 Kč	149 Kč/ 75 Kč	149 Kč/ 75 Kč
<b>Příchozí platby</b>	5 Kč	5 Kč	5 Kč	5 Kč	5 Kč	5 Kč
<b>Odchodí platby z intr.</b>	2 Kč	5 Kč	5 Kč	5 Kč	5 Kč	5 Kč
<b>Výběr z bankomatu vlastní / cizí</b>	6 Kč / 40 Kč	5 Kč / 40 Kč	5 Kč / 40 Kč	5 Kč / 40 Kč	5 Kč / 40 Kč	5 Kč / 40 Kč
<b>mBank</b>						
<b>Zřízení, vedení, zru- šení účtu</b>	zdarma	zdarma	zdarma	zdarma	zdarma	zdarma
<b>Příchozí i odchozí platby</b>	zdarma	zdarma	zdarma	zdarma	zdarma	zdarma
<b>Výběr z bankomatu</b>	25 Kč/ nad 1500 Kč zdarma					

*Tabulka 8: Analýza vývoje základních poplatků na Podnikatelském kontu Klasik u ČS (vlastní zpracování; zdroje: Česká spořitelna, © 2019; mBank, © 2015)*

U České spořitelny byl analyzován pouze účet „Podnikatelské konto Klasik“ s debetní kartou, která je poskytována k účtu zdarma. Z tabulky dále vyplývá, že výše poplatků u běžných účtů se mezi lety nijak nemění. Česká spořitelna se sice pokusila od roku 2016 snížit cenu za vedení účtu, ovšem pouze pod podmínkou splnění podmínek (výše měsíčního obrátu na účtu a další). Na druhé straně společnost mBank již od svého příchodu na český bankovní trh, tedy od roku 2007 nabízela svým klientům základní verzi běžného účtu zdarma. V roce 2012 musela bohužel zareagovat na velké množství neaktivních uživatelů. Proto zavedla vedení účtu zdarma pod podmínkou určité útraty kartou během měsíce (okolo 1500 Kč). Od začátku roku 2019 je účet poskytován opět zcela zdarma.

### 6.1.1 Komparace běžných účtů

Česká republika je členským státem Evropské unie. Proto se v ČR stále více využívají běžné účty, které poskytují služby spojené s cizími měnami. Ať už se jedná o příjmy plateb v jiných měnách, nebo platby do zahraničí. Česká spořitelna samozřejmě patří mezi poskytovatele zahraniční inkas/plateb. Nejčastěji se jedná o tzv. SEPA platby. Přesný název zní: „*Single Euro Payments Area*“. Tato služba zahrnuje platby mezi členskými státy Evropské unie nebo jinými státy, které mají uzavřenou smluvní dohodu o Evropském hospodářském prostoru. Tabulka zachycuje výše poplatků za přeshraniční služby u České spořitelny.

Název produktu	Podnikatelské konto Klasik/Maxi
Příchozí SEPA platby	100 Kč
Odchozí SEPA platby	220 Kč
Ostatní příchozí platby ze zahraničí	1% z částky, min. 100 Kč, max. 1000 Kč
Ostatní odchozí platby do zahraničí	1% z platby, min. 220 Kč, max. 1500 Kč

*Tabulka 9: Výše poplatků za přeshraniční služby u České spořitelny (vlastní zpracování; zdroj: Česká spořitelna, ©2019)*

Z tabulky je zřejmé, že se jedná o poměrně nákladnou službu z pohledu bankovního klienta.

V návaznosti na tuto situaci přichází společnost mBank i v roce 2019 s další novinou. Díky ní se mBank opět na chvíli stane jedničkou českého bankovního trhu. Společnost mBank od začátku roku 2019 poskytuje SEPA platby zdarma (dříve 25 Kč za transakci). Reaguje tak na tlak z Evropské unie, která se snaží přimět banky k vyrovnání rozdílů poplatků u tuzemských a zahraničních plateb, resp. k jejich zlevnění. Z předchozích analýz běžných účtů bylo zjištěno, že tyto rozdíly jsou momentálně i ve výši stovky korun.

Klient mBank zaplatí tedy pouze za převody mezi měnami. I zde se mBank může chlubit velmi výhodným kurzem, který nabízí svým klientům. Devizový kurz je totiž velmi důležitým ukazatelem výhodnosti provedení zahraniční transakce. Pokud banka poskytuje nízké poplatky za provedení převodu, ale nabízí špatný kurz, nevyjde klienta tento převod nijak výhodně. Proto je důležité si také hlídat, jaký devizový kurz daná banka používá.

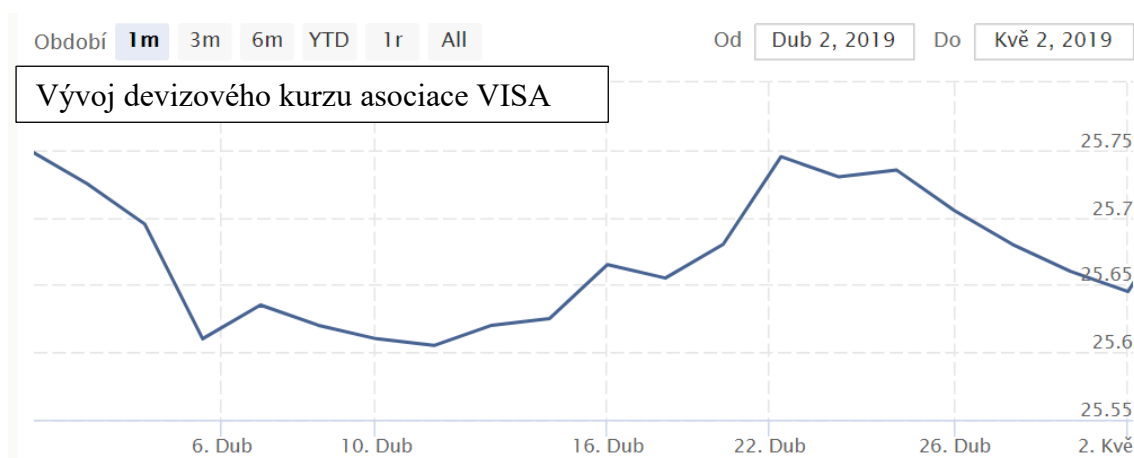
Pro převod české měny na Eura používá Česká spořitelna svůj devizový kurz měny, který zveřejňuje na vlastních webových stránkách. Je také důležité dávat si pozor na to, v který

den probíhá transakce (například při výběru z bankomatu v zahraničí). Následující graf zobrazuje vývoj devizového kurzu střed od 1. 4. 2019 do 1. 5. 2019 u ČS.



**Obrázek 6:** Grafické zobrazení vývoje devizového kurzu střed u České spořitelny (zdroj: Česká spořitelna; ©2019)

Oproti tomu společnost mBank využívá u podnikatelského účtu kurz asociace Visa, ke kterému je připočten poplatek za převalutování ve výši max. 2 % z objemu transakce. Graf proto zaznamenává vývoj devizového kurzu asociace Visa.



**Obrázek 7:** Grafické zobrazení vývoje devizového kurzu asociace VISA (zdroj: kurzy.cz; © 2000 – 2019)

Při pohledu na oba grafy je zřejmé, že vybrané banky nabízejí velmi podobné devizové kurzy pro své klienty. Pokud klient plánuje provádět nebo přijímat častěji platby ze zahraničí bude pro něj vhodné, aby se pokusil u banky vyjednat individuální služby spojené s těmito transakcemi a získat tak například výhodnější kurzy, nebo nižší poplatky za převody. Obě banky tuto možnost svým klientům poskytují.



Pokud budou brány v úvahu všechny faktory spojené s vedením běžného účtu v české i zahraniční měně, které byly v průběhu analýz uvedeny, tak vychází pro klienta výhodněji sjednat si běžný podnikatelský účet u Mbank.

### 6.1.2 Zobrazení v účetnictví

Klient nakoupil dne 10. 9. 2018 od zahraničního dodavatele (Německo) zboží v hodnotě 740 euro. Pro zúčtování zahraničních transakcí v EUR využívá mBank vlastní kurz, ke kterému je připočtený poplatek za převalutování ve výši max. 2 % z objemu transakce. Při přijetí faktury ze zahraničí použil klient kurz ČNB, který činil 25,65 Kč/EUR. Za pět dnů podnikatel fakturu zaplatil, podle výpisu z bankovního účtu banka zaplatila za zboží 19 432,4 Kč včetně poplatku za převalutování měny ve výši 1% z částky.

Nakupující ani prodávající nejsou plátcí daně z přidané hodnoty.

Doklad	Účetní operace	Cizí měna (EUR)	Kurz (Kč/EUR)	Česká měna (Kč)	Zaúčtování
PFA	Pořízení zboží	740	25,65	18 981	131 / 321
Příjemka	Převzetí zboží na sklad			18 981	132 / 131
VBÚ	Zaplacení faktury za zboží	740	26	19 432,4	321 / 221
VÚD	Kurzový rozdíl	740	(26 – 25,65)	259	563 / 321
VÚD	Poplatek za převalutování			192,4	568 / 321

**Tabulka 10:** Zaúčtování kurzového rozdílu (vlastní zpracování)

Hodnota zaplacené faktury bez poplatku za převalutování by činila 19 240 Kč.

Kurzový rozdíl je vypočítán jako hodnota zaplacené faktury bez poplatku za převalutování minus hodnota pořízení zboží. Jedná se o dvě různé nákladové položky, proto musí být účtovány zvlášť.

Účetní případy byly zaúčtovány podle směrné účtové osnovy pro podnikatele, která je volně dostupná na internetu.

## 6.2 Aktivní bankovní produkty

Na straně aktiv se nacházejí bankovní produkty, při kterých banka vystupuje v roli **věřitele**. Bance vznikají pohledávky z různých titulů. Z těchto produktů získávají finanční částky ve formě úroků. Nejvýznamnější položky zde tvoří úvěry klientům, úvěry jiným bankám a rovněž investice do cenných papírů. (Belás, 2013, s. 361 - 401)

V posledních letech se poptávka po aktivních bankovních produktech zvyšuje. Důvodů může být hned několik - nízké úrokové sazby nebo nízká nezaměstnanost, při které jsou lidé ochotní více utrácet své peníze. Když jim ale jejich vlastní peníze dojdou, nebojí se sáhnout po úvěrových produktech, právě z důvodu nízkých úrokových sazeb. Poskytování bankovních úvěrů patří mezi nejdůležitější bankovní obchody, které banky uskutečňují se svými klienty. Banky opět poskytují celou řadu těchto bankovních produktů. Sestavit jejich přehled bylo již dříve velmi obtížné. (Revenda, 2012, s. 99) Nyní je to téměř nemožné.

Úvěry je možné třídit podle různých hledisek, například podle účelovosti na:

- účelové – poskytují se na předem stanovený účel. Banky požadují doložení použití úvěru – např. nákup spotřebního zboží, automobilu, nemovitosti). Úvěry jsou poskytovány za nižší úrokovou sazbu a s delší dobou splatnosti, nebo
- bezúčelové – klient je může využít k libovolnému účelu a proto jsou zatíženy vyššími úrokovými sazbami. Klient tudíž nemusí bance dokládat použití půjčených peněz.

V charakteristice fiktivního klienta bylo uvedeno, že bude potřebovat některý z úvěrových produktů. Ten mu zajistí tzv. finanční polštář, pokud by nebyl schopen dostát svým závazkům. Proto bude další pozornost věnována právě bezúčelovým úvěrům, konkrétně kontokorentnímu úvěru a kreditní kartě.

Rozdíl mezi bezúčelovými úvěry bude možné vidět hlavně ve výši úvěrového limitu, který je poskytován klientům. Obecně u kontokorentu je tato hranice nejnižší. Kreditní karty již disponují většími úvěrovými limity a některé úvěrové produkty (půjčky) můžou nabízené úvěrové rámce až přes milion korun. Varianty úvěrových produktů se liší v závislosti na bance a finanční analýze žadatele. Další rozdíly se pak projevují ve výši úrokových sazeb jednotlivých bank, v hodnotě poplatků a také v době a formě splácení.

Od roku 2012 mají navíc bankovní instituce, poskytující tyto produkty povinnost zveřejňovat kromě klasických úrokových sazeb také sazby RPSN, tedy *roční procentní sazbu ná-*

*kladů.* Tato sazba zohledňuje ve výpočtu všechny náklady spojené s úvěry již od jejich sjednání. Avšak najít v nabídce tuto hodnotu bývá někdo velmi zapeklité, je jasné, že se s ní banky moc nechlubí. Hodnota RPSN ukazuje skutečnou hodnotu, jakou klient za úvěr připlatí. (Revenda, 2012, s. 99; Finance, ©2019)

Každému bankovnímu úvěru musí předcházet žádost o úvěr, kterou žadatel předloží na pobočce dané banky, nebo v některých případech může o tento úvěr zažádat i online. Je důležité, aby ve smlouvě byly dohodnuté podmínky, jaká bude doba splácení, výše úroků a další.

### 6.2.1 Kontokorentní úvěr

Tento typ úvěru představuje povolené přečerpání účtu. Je tedy neodmyslitelně spojen s běžným (úvěrovým) účtem. Některé banky otevírají klientům nový úvěrový účet, jiné pouze poskytují čerpání běžného účtu do mínusu. Výše povoleného debetu (částky, do které je možné běžný účet přečerpat) se odvíjí od průměrného čistého příjmu. Banky nejčastěji stanovují kontokorentní úvěrový rámec ve výši jedno až trojnásobku měsíčního příjmu. Tento krátkodobý úvěr musí být většinou splacen do jednoho roku. Nejlépe slouží k překlenovacím účelům. Klient si musí dát pozor na pohyb v přečerpaném limitu po sjednané době splacení, zde se úroky z této částky mohou vyšplhat až k 25 % p. a.!

Kontokorentní úvěr:

- neposkytuje svým uživatelům žádné bezúročné období,
- úroky se počítávají automaticky - z přečerpané sumy a podle počtu dní čerpání,
- kontokorent se vyplatí využívat krátkodobě - pár dní před výplatou nebo při úhradě trvalých příkazů
- každá příchozí platba čerpaný kontokorent splácí, proto jsou úroky počítány jen za dny, kdy se kontokorent opravdu využívá,
- výše úrokových sazeb z vyčerpané částky se většinou pohybuje od 12 do 20 % p. a.,
- kontokorentní úvěr lze čerpat opakovaně.

Většina bank nabízí zřízení kontokorentního účtu zdarma. Česká spořitelna má pro své klienty v nabídce více druhů kontokorentních úvěrů. Ty jsou klientům nabízeny podle jejich výše příjmů a dalších parametrů.

Česká spořitelna nabízí:

- startovací kontokorent,

- firemní kontokorent – důležitá je výše měsíčního obratu,
- firemní kontokorent Profesionál – pro profesní sdružení,
- kontokorent standart s individuální úrokovou sazbou.

Fiktivní klient spadá svou povahou do kategorie „Startovací kontokorent“, proto bude dále analyzován právě tento bankovní produkt od ČS. Vývoj úrokových sazeb a další důležité informace jsou shrnuty v následující tabulce.

<b>Banka</b>	<b>Česká spořitelna</b>	<b>mBank</b>
<b>Název</b>	Startovací kontokorent	mRezerva Business
<b>Limit kontokorentu</b>	od 20 000 Kč do 50 000 Kč	od 10 000 Kč do 300 000 Kč
<b>Úroková sazba u povoleného limitu</b>	16,9 % p. a.	13 % p. a.
<b>Doba splatnosti</b>	12 měsíců	12 měsíců
<b>Úroková sazba u nepovoleného zůstatku</b>	25 % p. a.	22 % p. a.

*Tabulka 11: Komparace kontokorentních úvěrů (vlastní zpracování; zdroj: Česká spořitelna, ©2019; mBank, © 2015)*

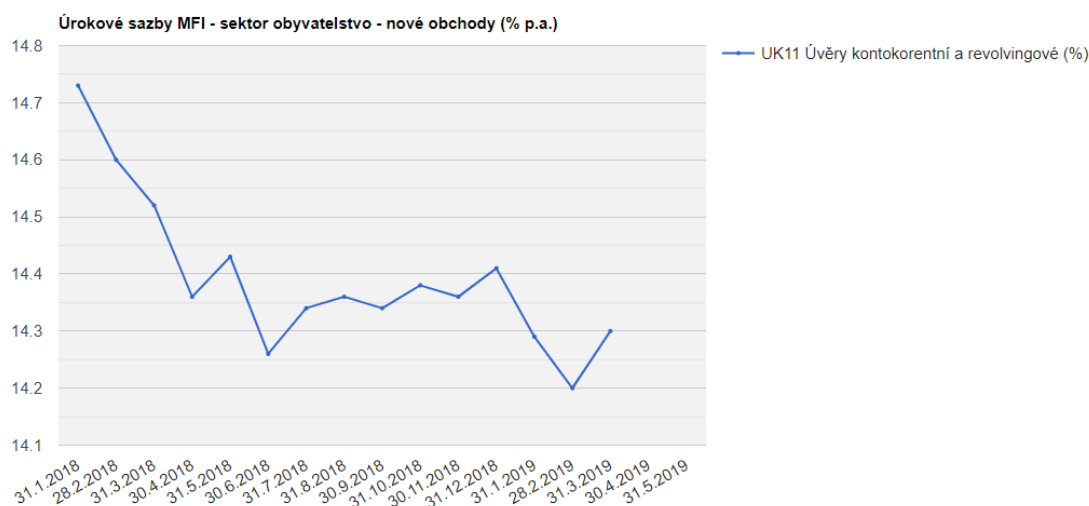
Z tabulky vyplývá, že v tomto případě by byl pro klienta opět výhodnější kontokorent od mBank. Pokud by ovšem výše měsíční obraty fiktivního klienta dosahovala vyšších hodnot. Mohl by se klient pokusit si sjednat u České spořitelny například „Kontokorent firemní“. Výhodnost sjednání kontokorentu by se sice nezměnila, ale klient by alespoň získal o něco nižší úrokovou sazbu, v závislosti na výši poskytnutého úvěrového rámce. Změnu úrokových sazeb zaznamenává následující tabulka.

Úvěrový limit	Úroková sazba
51 000-300 000 Kč	15,90 % p. a.
301 000–500 000 Kč	14,50 % p. a.
501 000–1 000 000 Kč	13,50 % p. a.
1 001 000–2 000 000 Kč	12,50 % p. a.
Správa a vedení kontokorentního úvěru	do 51 000 Kč do 100 000 Kč – 100 Kč měsíčně od 101 000 Kč – 300 Kč měsíčně

*Tabulka 12: Změny úrokových sazeb u firemního kontokorentu ČS (vlastní zpracování; zdroj: Česká spořitelna, © 2019)*

Při využívání firemního kontokorentu od ČS by klient navíc zaplatil poplatek za vedení a správu. Stále tedy zůstává výhodnější zažádat si o kontokorentní úvěr k běžnému účtu u mBank.

Obecný vývoj úrokových sazeb u kontokorentních úvěrů poskytovaných komerčními bankami zaznamenává následující graf. Hodnoty se liší od nabídek jednotlivých bank v závislosti na vnitřní úrokové politice banky (zisková marže, bonita klienta).



*Obrázek 8: Grafický zpracování vývoje úrokových sazeb poskytovaných u kontokorentních úvěrů (zdroj: ČNB; Databáze časových řad ARAD; © 2019)*

V návaznosti na výše uvedený graf je možné tvrdit, že úrokové sazby u kontokorentních úvěrů se často mění, v závislosti na změnách v mezibankovním sektoru, ale také vlivem

okolí. V roce 2018 hodnoty úrokových sazeb klesaly (v závislosti na dobře rostoucí ekonomice, nízké inflaci, také úrokové sazby ČNB byly nižší). V roce 2019 je možné vidět, že se úrokové sazby u kontokorentních úvěrů postupně zvedají. Příčinou růstu mohou být opět změny v mezibankovním sektoru, nebo již zmíněné makroekonomické vlivy. Velký pozor si také klient musí dát na čerpání kontokorentu, který by měl být používat pouze k překlenutí krátkodobého období. Při delším používání kontokorentu by totiž klient začal platit takzvané úroky z úroků. (Finance; © 2019)

### 6.2.2 Modelový příklad v účetnictví

Fiktivnímu klientovi jeden ze zákazníků zrušil objednávku. Výše jeho měsíčního příjmu z podnikání se proto snížila na 8 000 Kč. Další příjem z dokončené zakázky očekává až 5. 3. 2019. Jaký dopad bude mít tato situace na běžný účet klienta u mBank?

- nová výše měsíčních příjmů:  $8000 + 6\,500 = 14\,500$  Kč
- výše měsíčních výdajů (trvalé příkazy k 25. dni v měsíci): 22 000 Kč
- nový zákazník zaplatil fakturu v hodnotě 12 000 Kč dne 5. 3. 2019
- hodnota kontokorentu a doba jeho využití: 7 500 Kč. Pohyb v kontokorentu od 25. 2. 2019 do 5. 3. 2019

Fiktivnímu klientovi by byl při žádosti o kontokorentní úvěr stanoven úvěrový limit na základě výše měsíčního příjmu. Ten se většinou stanovuje od jednoho do trojnásobku této hodnoty. V případě fiktivního klienta by byla maximální hodnota okolo 79 500 Kč. Pro výpočet úroků bude použita francouzská metoda. Zde se doba úročení počítá podle kalendáře a délka roku je stanovena na 360 dnů.

<b>Doba čerpání kontokorentního úvěru</b>	<b>9 dní</b>
<b>úroková sazba</b>	13 % p. a.
<b>Čerpaná částka</b>	7 500 Kč
<b>Rovnice výpočtu úroků</b>	$7500 * 0,13 * \left(\frac{9}{360}\right)$
<b>Hodnota zaplacených úroků</b>	24, 375 Kč

**Tabulka 13:** Výpočet zaplacených úroků z kontokorentního úvěru (vlastní zpracování)

Klient by za tento „pohyb v kontokorentu“ zaplatil na úrocích 24, 375 Kč.

Úroky z úvěrů, pokud byly zaplacený, jsou daňově uznatelným nákladem. Podle § 24 odst. 1 a odst. 2 písm. zi) ZDP. Klientovi nebyl k běžnému účtu zřízen úvěrový účet. Klient tedy „pouze“ čerpá finanční prostředky na běžném účtu do mínusu. V účetnictví podnikatele bude situace zaúčtována následovně.

Na podnikatelském účtu není evidován žádný finanční zůstatek.

Doklad	Da-tum	Účetní operace	Hodnota v Kč	Zaúčtování
VBÚ	10. 2.	Příjem měsíční mzdy	6 500	221 / 602
FAO	15. 2.	Prodej vlastních výrobků	8 000	311 / 601
VBÚ	18. 2.	Příjem ze zaplacení FAO	8 000	221 / 311
FAD1	19. 2.	Předpis nájemného	10 000	518 / 321
FAD2	20. 2.	Nákup materiálu	8 000	501 / 321
FAD3	20. 2.	Nákup služeb	4 000	518 / 321
VBÚ	25. 2.	Zaplacení FAD1, FAD2, FAD3	22 000	321 / 221
VBÚ	5. 3.	Přijetí platby od nového zákazníka	12 000	221 / 601
FAD4	5. 3.	Výpis z kontokorentního úvěru	7 500 Kč / 9 dní	562 / 321
VBÚ	7. 3.	Zaplacení úroků z BÚ	24, 375	321 / 221

**Tabulka 14:** Zaúčtování úroků z čerpání kontokorentu u BÚ (vlastní zpracování)

### 6.2.3 Kreditní karty

„Kreditní karty jsou vydávány k úvěrovým účtům.“ (Kalabis, 2012, str. 94)

Kreditní karty je možné do jisté míry považovat za konkurenty kontokorentních úvěrů. Kreditní karta je ovšem skvělým nástrojem pouze pro finančně gramotné klienty, kteří vědí, jak úvěrové produkty fungují a znají několik základních pravidel pro správné zacházení s těmito kartami.

Kreditní karta je v podstatě jednodušší formou bezúčelové půjčky – banka klientovi poskytuje finanční prostředky, kdykoliv potřebuje a nezajímají se o to, na co tyto finanční pro-

středky využije. Avšak na rozdíl od klasické půjčky v sobě kreditní karta ukrývá jednu velkou výhodu. Touto výhodou je tzv. **bezúročné období**. Pokud klient bance v tomto období splatí, co si od ní půjčil, neplatí vůbec žádné úroky, peníze tak měl půjčeny zadarmo. Zde se zároveň nachází největší háček kreditních karet. Bezúročné období je většinou poskytováno maximálně na 55 dní, když klient nestihne včas tuto půjčku splatit, úroky se mohou vyšplhat až přes 20 % hodnoty čerpaného úvěru. Kreditní kartu je tedy dobré volit, pokud si je klient jistí, že dokáže vypůjčené peníze včas vrátit. Dalším kamenem úrazu jsou výběry z bankomatů. Na tyto výběry je lepší ihned zapomenout, u většiny bank se na ně nevztahuje bezúročné období a navíc jsou klientům účtovány další poplatky. Ty se pohybují i okolo stovky korun.

Na druhou stranu, pokud se klient opravdu naučí kreditní kartu využívat naplno, může se pro něj stát velmi výhodným pomocníkem. Většina bank ke kreditním kartám nabízí celou řadu výhod: slevy za nákupy, odměny za aktivní používání, 1 až 2 procenta z každé platby zpět na účet při platbě kreditní kartou a další. Když je klient schopen tyto výhody správně a efektivně využít, může s kreditní kartou dokonce ušetřit. (Peníze.cz; © 2000)

Většina bank již nabízí nespočet druhů kreditních karet pro své klienty. Kreditní karty se poté liší výší úvěrového limitu, délkou bezúročného období, poskytovanými bonusy a dalšími výhodami. Pro podnikatele ještě není nabídka tak široká, a proto nebylo těžké mezi kreditními kartami najít podle finanční analýzy pro klienta tu pravou.

Česká spořitelna nabízí pro podnikatele pouze kreditní kartu „Kredit+ MC Business“. Při poskytování kreditní karty banka požaduje:

- potvrzení výkonu podnikatelské činnosti minimálně 6 měsíců pro klienty s běžným účtem v České spořitelně a 12 měsíců pro klienty bez běžného účtu v ČS,
- dále daňové přiznání za poslední dva ukončené roky.

Společnost mBank dokonce v nabídce pro podnikatele žádnou kreditní kartu neuvádí. Díky klientské podpoře bylo možné zjistit, že „mKreditka“ z nabídky pro osobní finance, může být poskytnuta i začínajícím podnikatelům. Tedy po splnění základních podmínek, kterými jsou plnoletost, trestní bezúhonnost a doložení výše příjmů žadatele.

Komparaci nabídky kreditních karet pro podnikatele zaznamenává následující tabulka.



<b>Název banky</b>	<b>Česká spořitelna</b>	<b>mBank</b>
<b>Název kreditní karty</b>	Kredit+ MC Business	mKreditka
<b>Bezúročné období</b>	až 50 dnů	až 54 dnů
<b>Výše úvěrového limitu</b>	od 20 000 Kč do 300 000 Kč	od 20 000 Kč do 150 000 Kč
<b>Povinná měsíční splátka</b>	5 % z vyčerpaného limitu, (min. 200 Kč)	3 % z vyčerpaného limitu (min. 50 Kč)
<b>Měsíční poplatek za vedení karty</b>	60 Kč	29 Kč
<b>Minimální měsíční obrat pro vedení kreditní karty zdarma</b>	4 000 Kč	500 Kč
<b>Běžný roční úrok</b>	12 – 24 % / zvýhodněné úroky se neposkytují	23,8 % / zvýhodněné úroky se neposkytují
<b>Výběry z vlastního / cizího / zahraničního bankomatu</b>	50 Kč / 80 Kč / 125 Kč + úročení čerpání úvěru	49 Kč / nad 1 000 zdarma + úročení čerpání úvěru
<b>Nutnost vedení běžného účtu</b>	ne, karta není spojena s BÚ	ano, klient musí mít u mBank i BÚ

*Tabulka 15: Komparace základních parametrů kreditních karet u vybraných bank (vlastní zpracování; zdroj: Měšec, © 2012 – 2019)*

V základní nabídce bankovních institucí dále chybí jeden důležitý údaj, hodnota RPSN. Banky tuto hodnotu sice musí zveřejňovat, ale zákon se stále nevztahuje na všechny úvěrové produkty, platí například pro: reklamy, modelové příklady v letácích a úvěry delší než 1 rok. Výše RPSN se navíc mění v závislosti na bankovní institucí, na délce úvěru, množství splátek a podle výše dalších poplatků.

#### 6.2.4 Změna RPSN v závislosti na výši měsíčních poplatků

Pro lepší pochopení vývoje hodnoty RPSN bude sestaven modelový příklad. Výpočet bude založen na předpokladu, že úvěr na kreditní kartě bude klientem čerpán jedinou bezhoto-

vostní transakcí ihned po uzavření smlouvy. Klient tento úvěr splatí do jednoho roku, dvanácti měsíčními splátkami ve stejné výši. Bude určena jedna fiktivní úroková sazba, aby bylo možné porovnat změny RPSN pouze za základě rozdílu měsíčního poplatku za vedení kreditní karty.

Banka	Česká spořitelna	mBank
Výše úvěru	20 000 Kč	20 000 Kč
Měsíční poplatek za vedení	60 Kč	29 Kč
Úroková sazba	18,9 % p. a.	18,9 % p. a.
Měsíční splátka	1 889 Kč	1 889 Kč
Výše RPSN	37, 220 %	32,739 %

*Tabulka 16: Vývoj RPSN v závislosti na poplatcích (vlastní zpracování)*

### 6.2.5 Vývoj RPSN v závislosti na výši úvěru

Zadání zůstává stejné jako v minulém modelovém příkladu. Nyní se ale změní výše úvěru z 20 000 Kč na 40 000 Kč, tím se změní i měsíční splátky, ostatní hodnoty zůstanou zachovány.

Banka	Česká spořitelna	mBank
Výše úvěru	40 000 Kč	40 000 Kč
Měsíční splátka	3 684 Kč	3 684 Kč
Výše RPSN	26, 275 %	24, 147 %

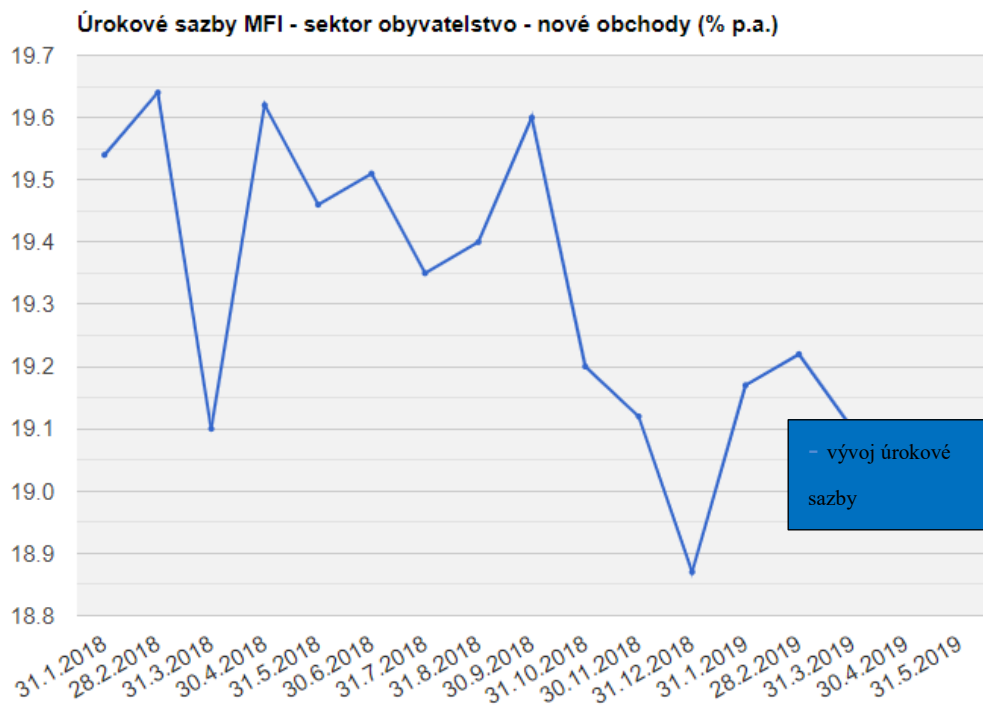
*Tabulka 17: Vývoj RPSN v závislosti na výši úvěru (vlastní zpracování)*

Z přiložených tabulek je možné odvodit dva závěry o výši RPSN:

- klesá v závislosti za výši úvěru,
- naopak roste v závislosti na množství poplatků (čím více poplatků spojených s kreditní kartou, či jiným úvěrovým produktem, tím větší hodnota).

O RPSN lze také říci, že její výše se mění v závislosti na frekvenci splácení. Například při týdenních splátkách bude hodnota opět o něco vyšší, než u měsíčního splácení.

Následující graf zaznamenává vývoj úrokových sazeb u poskytovaných kreditních karet klientům v České republice komerčními bankami.



**Obrázek 9:** Grafické zpracování vývoje úrokových sazeb u kreditních karet (zdroj: ČNB, Databáze časových řad ARAD; © 2019)

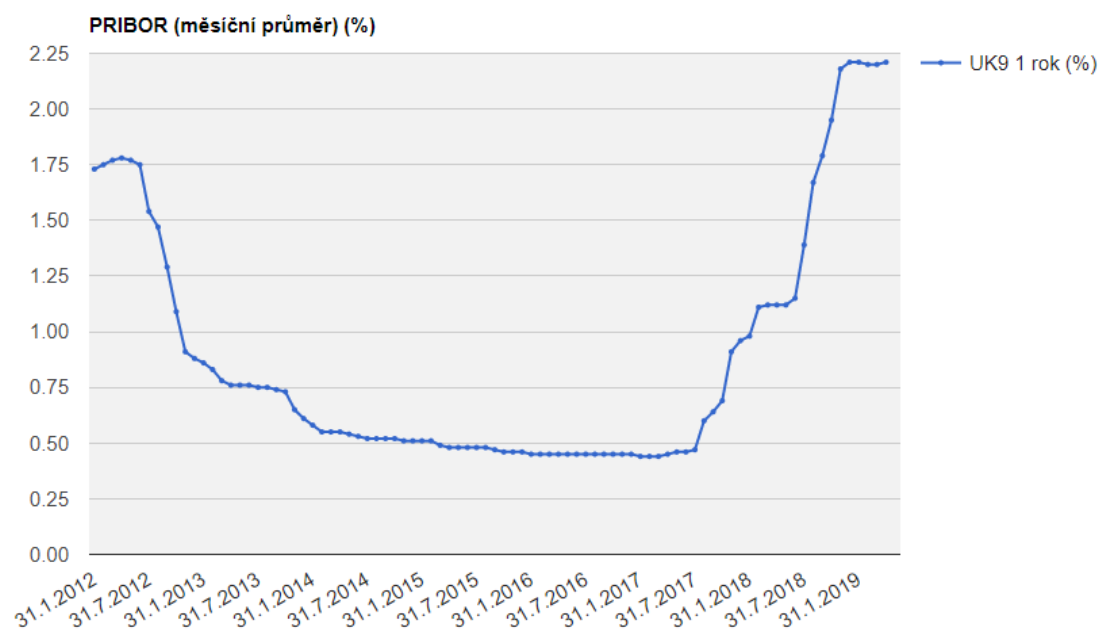
Z grafu vyplývá, že hodnota úrokových sazeb komerčních bank u kreditních karet se pohybuje okolo 19,1 % p. a. Česká spořitelna se v tomto rozmezí svou nabídkou pohybuje, naopak společnost mBank se svou obecnou nabídkou od průměru odchyluje o téměř 4 %. Důvodů může být několik. Nízkonákladové banky bývají více opatrné při poskytování úvěrových produktů (proto zatěžují tyto produkty vyššími úrokovými sazbami). Proto se raději věnují poskytování úvěrových produktů pouze běžným klientům (občanům). K tomuto přístupu je také možné připisovat obavy z většího rizika splácení spojeného s podnikateli a firmami, a také nejasnostmi okolo budoucího vývoje jednotlivých podnikatelských záměrů atd.

Z práce jasně vyplývá, že se výše úrokových sazeb stále mění vlivem několika různých faktorů. Proto není možné vytvořit časové řady úrokových sazeb a analyzovat tak jejich přesný vývoj. Avšak je možné alespoň obecně určit, zda budou úrokové sazby u úvěrových produktů klesat či stoupat. Jak již bylo zmíněno, ČNB používá změny úrokových sazeb jako jeden ze základních nástrojů měnové politiky. V roce 2018 a 2019 ČNB všechny své úrokové sazby postupně zvyšovala. Mělo tedy zvyšování vliv i na úrokové sazby úvěrových produktů u komerčních bank obecně?

- Vliv zvyšování úrokových sazeb ČNB měl a má vliv na mírné zvyšování úrokových sazeb u hypoték, avšak na úrokové sazby u spotřebitelských úvěrů je tento dopad minimální. V segmentu spotřebitelských úvěrů drží výši úrokových sazeb produktů hlavně konkurence. Žádná banka nechce z nabídky vyčnívat s nejméně výhodným úvěrovým produktem.
- Základní úroková sazba ČNB je nyní stanovena ve výši 2 % p. a., úrokové sazby komerčních bank u úvěrových produktů (půjček) se pohybují v závislosti na druhu bankovního produktu, délce splácení a výši úvěru od 4 % p. a. do 10 % p. a. Hodnoty RPSN se poté pohybují od 5 % p. a. až k 25 % p. a.

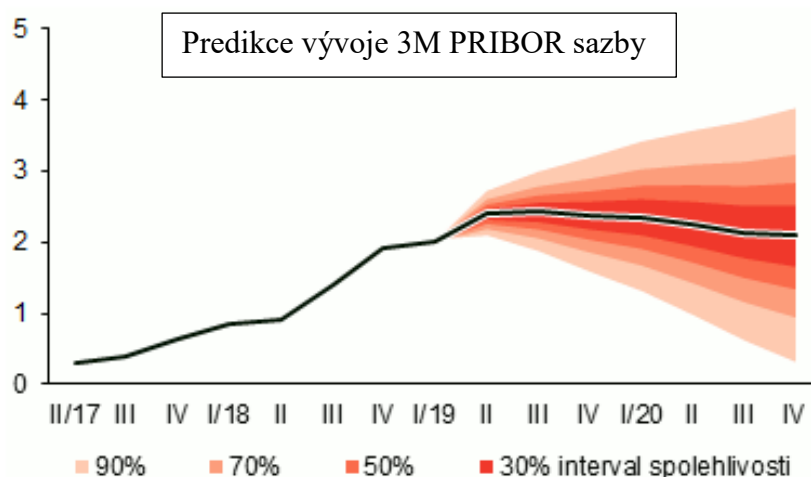
Základní sazba ČNB tedy určitý vliv na výši úrokových sazeb u komerčních bank má, avšak není nijak směrodatná. Sazby na mezibankovním trhu se od sazeb ČNB odrážejí, zohledňují však další tržní faktory (likviditní prémie, kreditní riziko protistrany, zahraniční vlivy apod.)

Na výši úrokových sazeb má také vliv sazba PRIBOR, jejíž význam již byl v průběhu práce uveden. Celková úroková sazba, která je poskytována samotným klientům na tuto hodnotu navazuje. K hodnotě PRIBOR jsou připočteny přírážky, tzv. úrokové marže. Obsahující ohodnocení bonity klienta a likviditní situaci banky. Přírážky jsou také zatíženy dalšími regulačními náklady (např. odvody do Fondu pojištění vkladů). (Česká bankovní asociace; © 2019)



**Obrázek 10:** Vývoj měsíčního průměru sazby PRIBOR (zdroj: ČNB; Databáze časových řad ARAD; © 2019)

Z grafu vyplývá, že sazba PRIBOR je ještě o něco vyšší než základní úroková sazba ČNB. Příčinou jsou již zmíněné úrokové marže.



Poslední přiložený graf znázorňuje predikci vývoje sazby PRIBOR, která by dokonce měla v následujících měsících opět klesat. Tento graf zveřejnila na svých stránkách ČNB ke dni 2. 5. 2019. Obecně je známo, že změny, které se odehrávají na makroekonomické úrovni (vlivy ze zahraničí, změny úrokových sazeb ČNB, změny PRIBOR) se na sazbách u komerčních bank projeví v horizontu 12 až 24 měsíců. Je tedy možné předpovídat zvyšování úrokových sazeb na základě růstu sazeb ČNB, ale zároveň snižování úrokových sazeb v návaznosti na predikce vývoje sazby PRIBOR. Jaký tedy bude skutečný vývoj úrokových sazeb u úvěrových produktů, je stále velmi diskutabilním bodem.

## 7 DOPORUČENÍ PRO BUDOUCÍ KLIENTY

Prvním bodem, na který si dát pozor při sjednávání bankovních produktů, je dozajisté seznámení se s **úroky**, kterými jsou bankovní produkty zatíženy.

Jak je možné vidět v průběhu analýz, které byly provedeny u aktivních i pasivních bankovních produktů. Výše poplatků, úroků a úrokové sazby se v závislosti na bance výrazně liší.

U velkých bank (Česká spořitelna, ČSOB) byly úroky někdy i mnohonásobně vyšší než u nízkonákladové banky (mBank), která nezaplatňuje produkty a služby v takové míře jako banky velké.

Klient si také musí pohlídat u zdánlivě dobře úročeného produktu, jestli opravdu takové úrokové sazby, jakými se banka chlubí, získá i on sám. Mnohdy, jak také zobrazují některé analýzy v průběhu práce, jsou výhodnější úrokové sazby podmíněny splněním určitých podmínek. Například splnění výše příjmů a dosažení vyššího úvěrového limitu pro výhodnější úrokové sazby u kontokorentů.

Při výběru úvěrových produktů (půjček) je důležité nesledovat pouze úrok ale především RPSN. U hodnoty RPSN je problém v tom, že porovnatelné jsou pouze úvěry **ve stejné výši, poskytované na stejně dlouhou dobu**. Pokud jsou například u některého úvěru stanoveny týdenní splátky, výše RPSN se bude lišit. Jak již bylo uvedeno, každá bankovní nabídka musí mít uvedenou sazbu **RPSN** (roční procentní sazba nákladů), ta udává procentuální podíl z dlužné částky, který musí spotřebitel zaplatit za období jednoho roku v souvislosti se splátkami, správou a dalšími výdaji spojenými s čerpáním úvěru. Avšak banky uvádí konkrétní výši sazby RPSN pro daný modelový příklad, nebo danou nabídku. Hodnota sazby, kterou dostane klient je individuálně stanovena a téměř vždy je jiná než v nabídce. Pokud tedy klient disponuje určitou finanční gramotností, je na místě, aby si podle přiloženého vzorce výši skutečného RPSN počítal sám. Znalost výše této hodnoty je velmi důležitá, protože zvyšuje částku, kterou ve výsledku klient zaplatí. Hodnota RPSN se pohybuje až kolem 30 % v závislosti na produktu a bance.

Dalším bodem, který si musí klient před podpisem smlouvy zjistit, a také porovnat mezi bankami jsou poplatky. Například za vedení účtu, za změny v trvalých příkazech u běžných účtů, ale také výši poplatků, které jsou spojeny s předčasným splacením úvěrů nebo sankce při prodlení se splácením.

## ZÁVĚR

Cílem bakalářské práce bylo zjistit, jak se mění nabídky bankovních produktů pro retailové klienty. Analyzovat vývoj trendů u bankovních produktů, kde se mezi trendy řadí úrokové sazby, výše poplatků, ale také poskytované bonusy. Mezi dílčí cíle patřilo analyzování nabídky bankovních produktů a uvedení, jak se nabídky liší v závislosti na tom, kým a komu jsou poskytovány. K analýzám proto byly vybrány bankovní produkty od jedné z velkých bank (Česká spořitelna), které byly dále porovnávány s nabídkou bankovních produktů od retailové banky - mBank.

Čtenáři se v teoretické části nejprve seznámili s obecnou charakteristikou bank, bankovních produktů a s jejich členěním. V praktické části byly zjištěny hlavní trendy vývoje bankovních produktů a následně byl zhodnocen vývoj bankovního trhu. V průběhu práce byl vytvořen fiktivní klient, který byl podroben finanční analýze. Díky analýzám bylo možné sestavit konkrétní produktové portfolio podle požadavků klienta. Bankovní produkty byly dále analyzovány podle jejich finanční náročnosti a dalších ukazatelů. Následně byly vybrané účetní případy zaúčtovány do účetnictví fiktivního klienta. Ovšem teorie a praxe se v mnoha případech lišila, jelikož se v posledních letech změnila nejen bankovní kultura, ale i přístup klientů k bankovníctví. Proto se v posledních letech české retailové bankovníctví ocitlo na křižovatce.

Strategie nízkonákladových bank a jejich přetahování klientů na základě nízkých úroků bankám vychází. Tomu nasvědčuje i nárůst klientely u mBank, který byl uveden v průběhu bakalářské práce. Stále více lidí si uvědomuje, že bankovní produkty jsou opravdu jen dalším druhem zboží, a tak jako si nekupují celý život potraviny od jednoho prodejce, není důvod, aby si celý život kupovali produkty od jedné banky.

Zde přichází otázka toho, zda se velkým bankám vyplatí stále ze svých klientů „ždímat“ nesmyslné poplatky za bankovní produkty a spoléhat na svou historii a věrnost klientů, nebo budou muset zvolit ke klientům nový přístup. Nejen u snižování bankovních poplatků, ale obecně v celém systému nabízení bankovních produktů.

V průběhu práce byly právě u poplatků a úroků spojených s jednotlivými bankovními produkty zjištěny značné rozdíly. Při srovnávání běžných či úvěrových produktů bylo také odhaleno někdy až nesmyslné podmiňování některých služeb, kdy klient, pokud nesplnil celou řadu podmínek, nedostal ani z části takovou úrokovou sazbu, jakou banka veřejně nabízela u svých produktů.

Právě díky otevřenějšímu přístupu ke klientům, menšímu podmiňování produktů a minimálním poplatkům se nízkonákladové banky dostávají do povědomí čím dál širší bankovní klientely. Velké bankovní instituce již začínají nízkonákladové banky vnímat jako hrozbu a snaží se také své bankovní poplatky snižovat na minimum nebo je alespoň skrýt za zástěrku dobře vypadajících produktů. Pokud se však budou poplatky velkých bank opravdu snižovat, konkurenční výhoda nízkonákladových bank bude v troskách. Lze tedy jen těžce určit, jaký bude další bankovní vývoj. Nejen u poplatků nebo úrokových sazeb, ale také u samotného bankovního portfolia, které je již nyní velmi rozsáhlé.



**SEZNAM POUŽITÉ LITERATURY**

BELÁS, Jaroslav et al., 2010. *Management komerčních bank, bankových obchodů a operací*. Žilina: Georg, 470 s. ISBN 978-80-89401-18-5.

BELÁS, Jaroslav, 2013. *Finanční trhy, bankovníctví, pojišťovnictví*. Žilina: Georg, 596 s. ISBN 978-80-8154-024-0.

HORVÁTOVÁ, Eva. 2009. *Bankovníctvo*. Žilina: Georg, 2009. 318 s. ISBN 80-89401-03-1.

HORVÁTOVÁ, Eva. et al. 2010. *Operácie komerčných bánk*. Bratislava: Ekonóm, 2010. 304 s. ISBN 80-225-2928-0

KALABIS, Zbyněk, 2012. *Základy bankovníctví: bankovní obchody, služby, operace a rizika*. Brno: BizBooks, 168 s. ISBN 978-80-265-0001-8.

KANTNEROVÁ, Liběna, 2016. *Základy bankovníctví: teorie a praxe*. V Praze: C.H. Beck., 211 stran. Beckovy ekonomické učebnice. ISBN 978-80-7400-595-4.

KAŠPAROVSKÁ, Vlasta, 2010. *Banky a komerční obchody*. Kravaře: Marreal servis, 172 stran. ISBN 978-80-254-6779-4.

KIDWELL, David S., 2012. *Financial institutions, markets and money*. 11th ed. Hubo-ken: John Wiley, 708 s. ISBN 978-0-470-56108-9.

KOUDELKA, Jan, 2006. *Spotřební chování a segmentace trhu*. Praha: Vysoká škola ekonomie a managementu, 225 stran. ISBN 8086730018.

KRAJÍČEK, Jan. 2005. *Marketing v peněžnictví*. Brno: Masarykova univerzita, 140 stran. ISBN 80-210-3659-1.

KRÁL, Miloš, 2008. *Bankovníctví I. 6.*, upravené vydání. Zlín: Univerzita Tomáše Bati ve Zlíně, 220 s. ISBN 978-80-7318-776-7.

LÍŠKA, Petr, Štefan ELEK a Karel MAREK, 2014. *Bankovní obchody*. Praha: Wolters Kluwer, 216 s. ISBN 978-80-7478-510-8.

MÁČE, Miroslav, 2006. *Platební styk klasický a elektronický*. Praha: Grada, 219 s. ISBN 9788024717258.

MIKULÁŠTÍK, Milan, 2010. *Komunikační dovednosti v praxi. 2.*, doplněné a přepracované vydání. Praha: Grada, 325 stran. ISBN 9788024723396.

MISHKIN, Frederic S, Kent MATTHEWS a Massimo GIULIODORI, 2013. *The economics of money, banking and financial markets*. European ed., [10th ed.]. Harlow: Pearson Education Limited, 656 s. ISBN 978-0-273-73180-1

POLOUČEK, Stanislav, 2013. *Bankovníctví*. 2. vyd. V Praze: C. H. Beck, 480 s. ISBN 978-80-7400-491-9

REVENDA, Zbyněk, 2011. *Důvody regulace a dohledu bank*. Centrální bankovníctví, 3rd ed.; Management press: Praha 3, 364 s. ISBN 9788072612307.

## INTERNETOVÉ ZDROJE

BUBÁK Zdeněk, BACHURA Jan, 26. 7. 2018. Služba cashback má od července změněné podmínky používání. *Finparáda* [online] [cit. 2019-03-14]. Dostupné z: <https://www.finparada.cz/5186-Sluzba-cashback-ma-od-cervence-zmenene-podminky.aspx>

Cena podnikatelů, © 2003. *Zlatá Koruna* [online]. [cit. 2019-05-03]. Dostupné z: <http://www.zlatakoruna.info/soutez/2018/podnikatele>

Co to je kontokorentní úvěr?, © 2019. *Finance.cz* [online]. [cit. 2019-03-28]. Dostupné z: <https://www.finance.cz/uvery-a-pujcky/kontokorentni-uvery-a-debety/abeceda-kontokorentnich-uveru/co-je-to/>

Fakta o PRIBORu, © ČBA 2019. *Czech-ba* [online]. [cit. 2019-05-07]. Dostupné z: <https://www.czech-ba.cz/cs/fakta-o-priboru>

Bonita klienta – jak a proč ji banky zjišťují?, ©2019. *Finance.cz - daně, banky, kalkulačky, spoření, kurzy měn* [online]. [cit. 2019-04-08]. Dostupné z: <https://www.finance.cz/zpravy/finance/208678-bonita-klienta-jak-a-proc-ji-banky-zjistuji/>

Fond pojištění vkladů, ©2019. *Mladá fronta a. s.* [online]. [cit. 2019-03-28]. Dostupné z: <https://www.finance.cz/ucty-a-sporeni/fond-pojisteni-vkladu/>

Kdo jsme?, © 2019. *Česká spořitelna, a. s.* [online]. [cit. 2019-02-27]. Dostupné z: <https://www.csas.cz/cs/o-nas/kdo-jsme>

Kdo vlastní české banky?, ©2019. *Mladá fronta a. s.* [online]. [cit. 2019-02-28]. Dostupné z: <https://www.finance.cz/496071-kdo-vlastni-ceske-banky/>

Kreditní karty, © 2000. *Peníze.cz - Půjčky, Kurzy měn, Akcie, Hypotéky, Bydlení, Daně* [online]. [cit. 2019-05-05]. Dostupné z: <https://www.penize.cz/kreditni-karty>

Leasing finanční, ©2019. *Má dáti* [online]. [cit. 2019-03-28]. Dostupné z: [http://www.madati.cz/info/delfinheslatxt.asp?cd=218&typ=r&levelid=LEA\\_FIN.HTM](http://www.madati.cz/info/delfinheslatxt.asp?cd=218&typ=r&levelid=LEA_FIN.HTM)

mKreditka mBank - srovnání od Měšec.cz, © 2012. Srovnání a online prodej finančních produktů na *Měšec.cz - Chytře na osobní finance* [online]. [cit. 2019-05-05]. Dostupné z: <https://prodej.mesec.cz/kreditni-karty/mkreditka-mbank/>

POSPÍŠIL, Aleš, 2018. Rok 2018 přinese okamžité platby, částky do 400 tisíc budou „chodit“ online. *E15* [online] [cit. 2019-01-14]. Dostupné z: <https://www.e15.cz/finexpert/setrime/rok-2018-prinese-okamzite-platby-castky-do-400-tisic-budou-chodit-online-1341513>

PR Článek, 11. 09. 2018. Co je to kontokorent? © 2018 *Peníze.cz* [online]. [cit. 2019-03-28]. Dostupné z: <https://www.penize.cz/pujcky/353558-co-je-to-kontokorent>

Úrokové sazby ČNB. © 2019. *Běhounkovi - daně a vzdělávání* [online] [cit. 2019-05-05]. Dostupné z: <https://www.behounek.eu/l/cnb-zvysila-urokove-sazby/>

Úroky v bankách v roce 2019 porostou u hypoték i na spořicíh účtech, ©2019. *Měsíc* [online]. [cit. 2019-03-06]. Dostupné z: <https://www.mesec.cz/clanky/uroky-v-bankach-v-roce-2019-porostou-u-hypotek-i-na-sporicich-uctech/>

Výsledky českých bank za rok 2018: velkým bankám s výjimkou ČS zisk spíše klesá, malým roste. © 2019 *Finparáda* [online] [cit. 2019-04-14]. Dostupné z: <https://finparada.cz/5529-Vysledky-ceskych-bank-za-rok-2018.aspx>

Vývoj dvoutýdenní repo sazby ČNB. © 2016. *Kodap skupina* [online]. [cit. 2019-05-05]. Dostupné z: <https://www.kodap.cz/cs/pro-vas/prehledy/urokove-sazby-cnb/vyvoj-dvouty-denni-repo-sazby-cnb.html>

Zákon č. 257/2016 Sb. ze dne 05. 08. 2016 o spotřebitelském úvěru. In: *Zákony pro lidi - Sbírka zákonů ČR v aktuálním konsolidovaném znění* [online]. [cit. 2019-05-08]. Dostupné z: <https://www.zakonyprolidi.cz/cs/2016-257>

**SEZNAM POUŽITÝCH SYMBOLŮ A ZKRATEK**

ČS Česká spořitelna a.s.

RPSN Roční procentní sazba nákladů

EU Evropská unie

FPV Fond pojištění vkladů

ČÚS České účetní standardy

ČNB Česká národní banka

**SEZNAM OBRÁZKŮ**

<b>Obrázek 1:</b> Vzoreček pro výpočet RPSN (zdroj: zákon č. 257/2016 Sb., o spotřebitelském úvěru) .....	24
<b>Obrázek 2:</b> Vývoj celkových zisků bank mezi lety 2015 – 2018 (vlastní zpracování; zdroj: ČNB, ©2019) .....	27
<b>Obrázek 3:</b> Grafické zpracování růstu české ekonomiky a predikce budoucího vývoje (zdroj: ČNB; Česká televize, © 2019) .....	31
<b>Obrázek 4:</b> Růst počtu podnikatelů v ČR mezi lety 2010 – 2018 (vlastní zpracování; zdroj: Ministerstvo podniku a obchodu, ©2019) .....	33
<b>Obrázek 5:</b> Ocenění produktu od mBank (zdroj: mBank, © 2019) .....	38
<b>Obrázek 6:</b> Grafické zobrazení vývoje devizového kurzu střed u České spořitelny (zdroj: Česká spořitelna; ©2019) .....	48
<b>Obrázek 7:</b> Grafické zobrazení vývoje devizového kurzu asociace VISA (zdroj: kurzy.cz; © 2000 – 2019) .....	48
<b>Obrázek 8:</b> Grafický zpracování vývoje úrokových sazeb poskytovaných u kontokorentních úvěrů (zdroj: ČNB; Databáze časových řad ARAD; © 2019).....	53
<b>Obrázek 9:</b> Grafické zpracování vývoje úrokových sazeb u kreditních karet (zdroj: ČNB, Databáze časových řad ARAD; © 2019).....	59
<b>Obrázek 10:</b> Vývoj měsíčního průměru sazby PRIBOR (zdroj: ČNB; Databáze časových řad ARAD; © 2019) .....	60

## SEZNAM TABULEK

<i>Tabulka 1: Vývoj diskontní sazby (vlastní zpracování; zdroj: Behounek.eu; © 2019).....</i>	<i>30</i>
<i>Tabulka 2: Vývoj dvoutýdenní repo sazby od konce roku 2017 do současnosti (vlastní zpracování; zdroj: Kopad, © 2016) .....</i>	<i>30</i>
<i>Tabulka 3: Přehled příjmů fiktivního klienta (vlastní zpracování) .....</i>	<i>36</i>
<i>Tabulka 4: Přehled výdajů fiktivního klienta (vlastní zpracování) .....</i>	<i>36</i>
<i>Tabulka 5: Vývoj klientské základy České spořitelny a mBank (vlastní zpracování; zdroj: duofinance.cz; © 2019).....</i>	<i>38</i>
<i>Tabulka 6: Přehled poplatků u podnikatelských účtů ČS (vlastní zpracování; zdroj: Česká spořitelna, © 2019).....</i>	<i>44</i>
<i>Tabulka 7: Přehled poplatků u podnikatelského účtu mBank (vlastní zpracování; zdroj: mBank, © 2015) .....</i>	<i>45</i>
<i>Tabulka 8: Analýza vývoje základních poplatků na Podnikatelském kontu Klasik u ČS (vlastní zpracování; zdroje: Česká spořitelna, © 2019; mBank, © 2015).....</i>	<i>46</i>
<i>Tabulka 9: Výše poplatků za přeshraniční služby u České spořitelny (vlastní zpracování; zdroj: Česká spořitelna, ©2019).....</i>	<i>47</i>
<i>Tabulka 10: Zaučtování kurzového rozdílu (vlastní zpracování) .....</i>	<i>49</i>
<i>Tabulka 11: Komparace kontokorentních úvěrů (vlastní zpracování; zdroj: Česká spořitelna, ©2019; mBank, © 2015).....</i>	<i>52</i>
<i>Tabulka 12: Změny úrokových sazeb u firemního kontokorentu ČS (vlastní zpracování; zdroj: Česká spořitelna, © 2019) .....</i>	<i>53</i>
<i>Tabulka 13: Výpočet zaplacených úroků z kontokorentního úvěru (vlastní zpracování) .....</i>	<i>54</i>
<i>Tabulka 14: Zaučtování úroků z čerpání kontokorentu u BÚ (vlastní zpracování)...</i>	<i>55</i>
<i>Tabulka 15: Komparace základních parametrů kreditních karet u vybraných bank (vlastní zpracování; zdroj: Měšec, © 2012 – 2019).....</i>	<i>57</i>
<i>Tabulka 16: Vývoj RPSN v závislosti na poplatcích (vlastní zpracování) .....</i>	<i>58</i>
<i>Tabulka 17: Vývoj RPSN v závislosti na výši úvěru (vlastní zpracování).....</i>	<i>58</i>

**SEZNAM PŘÍLOH**

<i>Příloha I: Směrná účtová osnova pro podnikatele 2019 – první část (zdroj: STORMWARE s. r. o; © 2019).....</i>	<i>73</i>
<i>Příloha II: Směrná účtová osnova pro podnikatele 2019 – druhá část (zdroj: STORMWARE s. r. o; © 2019).....</i>	<i>74</i>



**Příloha I: Směrná účtová osnova pro podnikatele 2019 – první část (zdroj: STORMWARE**

s. r. o; © 2019)

Účtová osnova		Účetnictví POHODA	
<b>Účtová třída 0</b>			
<b>DLOUHODOBÝ MAJETEK</b>			
01	Dlouhodobý nehmotný majetek		
012	Nehmotné výsledky výzkumu a vývoje	R	A
013	Software	R	A
014	Ostební ocenitelné práva	R	A
015	Goodwill	R	A
016	Povolky na emise	R	A
017	Preferenční limity	R	A
019	Ostební dlouhodobý nehmotný majetek	R	A
02	Dlouhodobý hmotný majetek odpisovaný		
021	Stavby	R	A
022	Hmotné movité věci a jejich soubory	R	A
023	Pěstební celky trvalých porostů	R	A
026	Dospělé zvířata a jejich skupiny	R	A
029	Jiný dlouhodobý hmotný majetek	R	A
03	Dlouhodobý hmotný majetek neodpisovaný		
031	Pozemky	R	A
032	Umělecká díla a sbírky	R	A
04	Nedokončený dlouhodobý nehmotný a hmotný majetek		
041	Pořízení dlouhodobého nehmotného majetku	R	A
042	Pořízení dlouhodobého hmotného majetku	R	A
05	Poskytnuté zálohy na dlouhodobý majetek		
051	Poskytnuté zálohy na dlouhodobý nehmotný majetek	R	A
052	Poskytnuté zálohy na dlouhodobý hmotný majetek	R	A
053	Poskytnuté zálohy na dlouhodobý finanční majetek	R	A
06	Dlouhodobý finanční majetek		
061	Podíly – ovládaná nebo ovládaná osoba	R	A
062	Podíly – podstatný vliv	R	A
063	Ostatní dlouhodobé cenné papíry a podíly	R	A
065	Dluhové cenné papíry držené do splatnosti	R	A
066	Zá půjčky a úvěry – ovládaná nebo ovládaná osoba	R	A
067	Ostatní zápůjčky a úvěry	R	A
068	Zá půjčky a úvěry – podstatný vliv	R	A
069	Jiný dlouhodobý finanční majetek	R	A
07	Oprávký k dlouhodobému nehmotnému majetku		
072	Oprávký k nehmotným výsledkům výzkumu a vývoje	R	A
073	Oprávký k softwaru	R	A
074	Oprávký k ostatním ocenitelným právům	R	A
075	Oprávký ke goodwillu	R	A
076	Oprávký k ostatnímu dlouhodobému nehmotnému majetku	R	A
094	Opravná položka k dlouhodobému nehmotnému hmotnému majetku	R	A
093	Opravná položka k poskytnutým zálohám na dlouhodobý majetek	R	A
096	Opravná položka k dlouhodobému finančnímu majetku	R	A
097	Oceňovací rozílí k nabytému majetku	R	A
098	Oprávký k oceňovacímu rozílí k nabytému majetku	R	A
<b>Účtová třída 1</b>			
<b>ZÁSoby</b>			
11	Materiál		
111	Pořízení materiálu	R	A
112	Materiál na skladě	R	A
119	Materiál na cestě	R	A
12	Zásoby vlastní činnosti		
121	Nedokončená výroba	R	A
122	Polotovary vlastní výroby	R	A
123	Výrobky	R	A
124	Miscá a ostatní zvířata a jejich skupiny	R	A
13	Zboží		
131	Pořízení zboží	R	A
132	Zboží na skladě a v prodejnách	R	A
139	Zboží na cestě	R	A
15	Poskytnuté zálohy na zásoby		
151	Poskytnuté zálohy na materiál	R	A
152	Poskytnuté zálohy na mladá zvířata	R	A
153	Poskytnuté zálohy na zboží	R	A
19	Opravné položky k zásobám		
191	Opravná položka k materiálu	R	A
192	Opravná položka k nedokončené výrobě	R	A
193	Opravná položka k polotovarům vlastní výroby	R	A
194	Opravná položka k výrobkům	R	A
195	Opravná položka k mladým zvířatům	R	A
196	Opravná položka ke zboží	R	A
197	Opravná položka k zálohám na materiál	R	A
198	Opravná položka k zálohám na zboží	R	A
199	Opravná položka k zálohám na mladá zvířata	R	A
<b>Účtová třída 2</b>			
<b>KRÁTKODOBÝ FINANČNÍ MAJETEK A PENĚŽNÍ PROSTŘEDKY</b>			
21	Peněžní prostředky v pokladně		
211	Peněžní prostředky v pokladně	R	A
213	Ceniny	R	A
22	Peněžní prostředky na účtech		
221	Peněžní prostředky na účtech	R	A
23	Krátkodobé úvěry		
231	Krátkodobé úvěry	R	P
26	Převody mezi finančními účty		
261	Převod na cestě		R
29	Opravné položky ke krátkodobému finančnímu majetku		
291	Opravná položka ke krátkodobému finančnímu majetku		R
<b>Účtová třída 3</b>			
<b>ZÚČTOVACÍ VZTAHY</b>			
31	Pohledávky (krátkodobé a dlouhodobé)		
311	Pohledávky z obchodních vztahů	R	A
312	Směnky k inkasu	R	A
313	Pohledávky za eskontované cenné papíry	R	A
314	Poskytnuté zálohy – dlouhodobé a krátkodobé	R	A
315	Ostatní pohledávky	R	A
32	Závazky (krátkodobé)		
321	Závazky z obchodních vztahů	R	A
322	Směnky k úhradě	R	A
324	Přijaté zálohy	R	A
325	Ostatní závazky	R	A
33	Zúčtování se zaměstnanci a institucemi		
331	Zaměstnanci	R	A
333	Ostatní závazky vůči zaměstnancům	R	A
335	Pohledávky za zaměstnanci	R	A
336	Zúčtování s institucemi sociál. zabezpečení a zdravot. pojištění	R	A
34	Zúčtování daní a dotací		
341	Daň z příjmů	R	A
342	Ostatní přímé daně	R	A
343	Daň z přidané hodnoty	R	A
345	Ostatní daně a poplatky	R	A
346	Dotace ze státního rozpočtu	R	A
347	Ostatní dotace	R	A
349	Vyrovnávací účet pro DPH	R	A
35	Pohledávky za společníky		
351	Pohledávky – ovládaná nebo ovládaná osoba	R	A
352	Pohledávky – podstatný vliv	R	A
353	Pohledávky za upsaný základní kapitál	R	A
354	Pohledávky za společníky při úhradě ztráty	R	A
355	Ostatní pohledávky za společníky obchodní korporace	R	A
356	Pohledávky za společníky sdruženými ve společn. otech	R	A
36	Závazky ke společníkům		
361	Závazky – ovládaná nebo ovládaná osoba	R	A
362	Závazky – podstatný vliv	R	A
364	Závazky ke společníkům při rozdávání zisku	R	A
365	Ostatní závazky ke společníkům obchodní korporace	R	A
366	Závazky ke společníkům ze sdružení	R	A

