

**VYSOKÁ ŠKOLA EVROPSKÝCH A REGIONÁLNÍCH
STUDIÍ, O. P. S., ČESKÉ BUDĚJOVICE**

BAKALÁŘSKÁ PRÁCE

HODNOCENÍ KONKURENCE NA TRHU STUDENTSKÝCH BANKOVNÍCH PRODUKTŮ

Autor práce: Tereza Valentová, DiS.
Studijní obor: Management a marketing služeb – specializace
finanční služby
Forma studia: Prezenční
Vedoucí práce: Ing. Petra Jílková, Ph.D.
Katedra: Katedra managementu a marketingu služeb

2014

Prohlašuji, že jsem bakalářskou práci vypracovala samostatně, na základě vlastních zjištění a s použitím odborné literatury a materiálů uvedených v této práci.

Souhlasím, aby práce byla uložena v knihovně Vysoké školy evropských a regionálních studií v Českých Budějovicích a zpřístupněna v souladu s § 47b zákona č. 111/1998 Sb. v platném znění.

.....

Děkuji vedoucí bakalářské práce Ing. Petře Jílkové, Ph.D. za cenné rady, připomínky a metodické vedení práce.

ABSTRAKT

VALENTOVÁ, T. *Hodnocení konkurence na trhu studentských bankovních produktů: bakalářská práce*. České Budějovice: Vysoká škola evropských a regionálních studií, o. p. s., 2013. 73 s. Vedoucí bakalářské práce: Ing. Petra Jílková, PhD.

Klíčová slova: konkurence, konkurenční strategie, studentské bankovní produkty, bankovní trh.

Bakalářská práce se zabývá tématem hodnocení konkurence na trhu studentských bankovních produktů. V teoretické části je na základě studia domácí a zahraniční literatury vymezen pojem konkurence a konkrétně popsána konkurence bankovního sektoru v České republice. Praktická část je zaměřena na charakteristiku a analýzu parametrů studentských bankovních produktů a zhodnocení konkurence na trhu, konkrétně v České spořitelně a.s., Komerční bance a. s., Československé obchodní bance a. s., UniCredit Bank a. s. a dále v nízkonákladových bankách, Equa Bank a. s. a Fio bance a. s.

ABSTRACT

VALENTOVÁ, T. Assessment of Market Competition Student Banking Products: *Bachelor thesis*. Czech Budejovice: The College of European and Regional Studies, o.p.s., 2013. 73 p. Supervisor: Ing. Petra Jílková, Ph.D.

Keywords: competition, competitive strategy, student banking products, banking market.

The bachelor thesis deals with the assessment of competition in the market for student banking products. The theoretical part is based on the study of domestic and foreign literature definition of the concept of competition and specifically described the competition of the banking sector in the Czech Republic. The practical part is focused on the characteristics and parameters of an analysis of student banking products and assessment of market competition, specifically in the Czech Savings Bank a.s. Commercial Bank a.s., Czechoslovak Trade Bank a.s., UniCredit Bank a.s. well as the cost banks, a Equa Bank a.s. and Fio Bank a.s.

OBSAH

ÚVOD	9
1 CÍL A METODIKA BAKALÁŘSKÉ PRÁCE	11
2 Konkurence	13
2.1 Typologie konkurence	13
2.1.1 Typy konkurence podle počtu prodejců a stupně diferenciacce výrobků... ..	14
2.2 Konkurence v bankovním sektoru v České republice	15
2.2.1 Úrovně bankovní konkurence	16
2.2.2 Bankovní konkurence – podle rozsahu konkurenčního působení.....	17
2.2.3 Bankovní konkurence – podle počtu prodejců a stupně diferenciacce výrobků	18
2.3 Porterova analýza pěti konkurenčních sil.....	19
2.3.1 Ohrožení ze strany nově vstupujících firem.....	20
2.3.2 Intenzita soupeření mezi stávajícími konkurenty.....	21
2.3.3 Tlak ze strany náhradních výrobků	21
2.3.4 Vyjednávací vliv odběratelů	21
2.3.5 Vyjednávací vliv dodavatelů.....	21
2.4 Konkurenční strategie.....	22
2.4.1 Strategie prvenství v celkových nákladech	22
2.4.2 Strategie diferenciacce	23
2.4.3 Strategie soustředění pozornosti	23
2.4.4 Další konkurenční strategie.....	24
3 Bankovní trh v ČR	25
3.1 Charakteristika bankovního trhu v ČR.....	25

3.2	Banky působící v České republice	27
3.2.1	Největší banky v ČR	27
3.2.2	Nově vzniklé banky.....	30
3.3	Segmentace klientů bank.....	31
3.3.1	Segmentace bank na českém trhu	32
3.3.2	Segmentace jednotlivých bankovních domů v ČR	34
4	Charakteristika studentských bankovních produktů ve vybraných bankách	37
4.1	Analýza parametrů studentských účtů.....	37
4.1.1	Osobní účet České spořitelny II pro mladé FRESH.....	37
4.1.2	Studentské konto Plus Československé obchodní banky a. s.	38
4.1.3	Konto G2.2 Komerční banky a. s.....	39
4.1.4	Cool konto pro mladé UniCredit bank a. s.....	39
4.1.1	Běžný účet od Equa bank a. s.....	40
4.1.2	Fio osobní účet	40
4.2	Analýza parametrů studentských úvěrů	43
4.2.1	Studentská půjčka od České spořitelny a. s.	43
4.2.2	Kontokorent k Osobnímu účtu České spořitelny II pro mladé FRESH	44
4.2.3	Povolené přečerpání Československé obchodní banky a. s. ke Studentskému účtu	44
4.2.4	Úvěr Gaudeamus od Komerční banky a. s.....	45
4.2.5	Úvěr na notebook Apple od Komerční banky a. s.....	46
4.2.6	Povolený debet na kontě G2 a G2.2 od Komerční banky a. s.....	46
4.2.7	Studentská půjčka od UniCredit Bank a. s.....	47
4.2.8	Minutová půjčka na cokoliv od Equa bank a. s.	48

4.2.9	Kontokorentní úvěr od Fio banky a. s.	48
4.3	Analýza parametrů studentských kreditních karet	49
4.3.1	Kreditní karta České spořitelny, a.s. Odměna	50
4.3.2	Kreditní karta Československé obchodní banky a. s. Standard	50
4.3.3	Kreditní karta pro studenty od Komerční banky a. s.	51
4.3.4	Kreditní karta UniCredit Bank a. s., Fio banka a. s. a Equa bank a. s.	51
5	Analýza a hodnocení konkurence na trhu studentských bankovních produktů	
	52	
5.1	Parametry kalkulace	52
5.2	Studentské účty.....	53
5.3	Studentské úvěry	55
5.4	Kreditní karty pro studenty.....	59
5.5	Závěrečná analýza shrnutí bank	61
	ZÁVĚR.....	63
	SEZNAM POUŽITÝCH ZDROJŮ	66
	SEZNAM TABULEK, OBRÁZKŮ, GRAFŮ.....	69
	SEZNAM PŘÍLOH.....	71

ÚVOD

V dnešní moderní době platí, že bankovní systém je v tržní ekonomice všeobecně považován za jeden z nejdůležitějších sektorů finančního systému. Hlavním hráčem je zde Česká národní banka, jejímž cílem je dle ustanovení článku 98 Ústavy ČR a § 2 zákona č.6/1993 Sb., o České národní bance péče o cenovou stabilitu a dále, pokud to nenarušuje hlavní definovaný cíl, i podpora obecné hospodářské politiky vlády vedoucí k udržitelnému hospodářskému růstu.

V České republice neustále přibývá velký počet nových, mnohdy zahraničních bank, které si vzájemně konkurují. V této konkurenci bojují o dlouhodobou a silnou klientelu, která jim přináší jeden z nejdůležitějších cílů podnikání, zisk. Zmíněný trend vede banky k novým inovacím v bankovním sektoru, i k nabídce výhodnějších bankovních produktů, mezi kterými se vyčlenila i nabídka produktů pro studenty, které jsou jim nabízeny již na střední škole, většinou zdarma na několik let. Hlavním důvodem takto výhodné nabídky produktů je potencionální zisk z „mladých“ v budoucích letech.

Studentů vysokých škol v naší republice stále přibývá, podle Českého statistického úřadu byl nárůst v posledních letech o 15%. Dle statistiky České spořitelny má v průměru každý student zřízen bankovní účet u této bankovní instituce. V roce 2011 byl celkový počet 400 tisíc studentů studujících vysokou školu v České republice. Hodnocení konkurence na trhu studentských bankovních produktů je velmi zajímavé téma.

Bakalářská práce si klade za cíl charakterizovat nabídku a zhodnotit konkurenci na trhu studentských bankovních produktů. Dalším cílem bakalářské práce je porovnat, které bankovní instituce, konkrétně Česká spořitelna a. s., Komerční banka a. s., Československá obchodní banka a.s., UniCredit Bank a. s. a dále v nízkonákladových bankách Equa Bank a. s. a Fio bance a. s., jsou pro studenty nejvýhodnější.

Bakalářská práce definuje studentské bankovní produkty (studentské bankovní účty, studentské úvěry, studentské kreditní karty), zdůvodňuje existenci těchto produktů, jejich výhody a nevýhody jak z pohledu banky, tak z pohledu klienta. Pojištění studentů nebude v bakalářské práci zahrnuto. Práce analyzuje nabídku studentských produktů konkrétně v největších bankovních domech České republiky a to v České spořitelně a. s., Komerční bance a. s., Československá obchodní banka a.s.,

UniCredit Bank a. s. a dále v nízkonákladových bankách, či nově vzniklých např. Equa Bank a. s. a Fio bance a. s.

1 CÍL A METODIKA BAKALÁŘSKÉ PRÁCE

Hlavním cílem bakalářské práce je charakterizovat nabídku a zhodnotit konkurenci na trhu studentských bankovních produktů. Dalším cílem bakalářské práce je porovnat, které bankovní instituce, konkrétně Česká spořitelna a.s., Komerční banka a. s., Československá obchodní banka a. s., UniCredit Bank a. s. a dále nízkonákladové banky Equa Bank a. s. a Fio banka a. s., jsou pro studenty nejvýhodnější. Budou porovnány jednotlivé nabídky výše uvedených bankovních domů a vybrán nejvýhodnější produkt pro studenty, dle specifikovaných kategorií (účty, úvěry, kreditní karty). Banky nabízejí studentům i další bankovní produkty, jako je např. studentské pojištění, ale to v rámci rozsahu bakalářské práce nebude zahrnuto. Bankovní instituce jsou vybrány velikostně podle počtu zaměstnanců a dle zastoupení poboček v Příbrami.

V druhé kapitole bakalářské práce bude charakterizován pojem konkurence, její přesné vymezení. Bude vysvětlen model Porterovy analýzy pěti konkurenčních sil, který je dle Michaela Portera považován za nejvýznamnější nástroj hodnocení konkurence a konkurenčního prostředí firmy na trhu. V těchto odvětvích je možné vysledovat pět působících sil, které jsou propojeny vazbami. Tato analýza byla vytvořena na reakci známé SWOT analýzy. Dále budou představeny další obecné konkurenční strategie, jako jsou: Strategie prvenství v celkových nákladech, Strategie diferenciací, Strategie soustředění pozornosti a další známé konkurenční strategie. V této kapitole bakalářské práce bude použita metoda obsahové analýzy. Cílem této části bakalářské práce bude vymezení pojmu konkurence, a představení několika teorií konkurenčních strategií.

Ve třetí kapitole této bakalářské práce bude představen bankovní trh v České republice, kde bude nastíněn vývoj bankovního systému, včetně zahrnutí postavení centrální banky, až po současný stav bankovníctví. V práci budou charakterizovány čtyři největší bankovní domy v České republice (Česká spořitelna a.s., Komerční banka a.s., Československá obchodní banka a.s. a UniCredit bank a. s.), a nově začínající banky (Equa bank a. s. a Fio bank a. s.), včetně analýzy jejich nabídky pro studenty. Cílem této kapitoly bude definovat hlavní pojmy bankovního trhu, představit vybrané

banky působící v České republice a provést segmentaci klientů. V této kapitole bude použita metoda obsahové analýzy.

Ve čtvrté kapitole bakalářské práce budou charakterizovány studentské bankovní produkty. Jednotlivě budou porovnány parametry pro studentské účty, studentské úvěry, kreditní karty pro studenty. Mnoho studentů využívá studentské účty právě proto, že jsou mimo domov od rodičů a často bez prostředků. Studentské úvěry si studenti zřizují většinou právě na svá studia a z kreditních karet mohou čerpat do mínusu i v situaci, kdy mají nečekané výdaje, jak na dopravu, stravování, knihovnu či na pomůcky do školy. Cílem této části bakalářské práce bude porovnat tyto studentské produkty dle nadefinovaných parametrů.

V poslední kapitole bude provedena analýza studentských bankovních produktů (studentské účty, studentské úvěry, kreditní karty pro studenty) a to pro konkrétní modelové situace. V kapitole bude použita statistická a matematická metoda. Hlavním cílem této kapitoly bude potvrdit následující hypotézu:

Bankovní domy v České republice používají studentské produkty jako akviziční nástroj a tudíž je zde předpoklad, že poplatky za vedení účtu, další služby (transakce, výběry z bankomatů) včetně ostatních produktů pro studenty budou velmi výhodné. Nově vzniklé bankovní domy budou obecně nabízet výhodnější podmínky, než banky již na trhu existující.

V závěru této bakalářské práce bude shrnuta problematika výhodnosti studentských bankovních produktů ve vybraných bankovních domech. A bude provedeno srovnání jednotlivých studentských bankovních produktů podle nejvýhodnějších nabídek zvolených bankovních domů.

2 Konkurence

Moderní doba sebou přináší stále rostoucí konkurenci. K tomu abychom byli prosperující, musíme se neustále přizpůsobovat. Každý klient se vyvíjí, má neustále vyšší nároky, požadavky a na nabízené produkty reaguje opatrněji než dříve. Proto se každá společnost ocitá v boji o klienty a musí se tvrdě snažit o jejich udržení. Všeobecně víme, že produktů je na trhu mnoho, ale o klienty je nouze. Konkurence se zdokonaluje nejen v bankovníctví, ale i ve všech dalších odvětvích, bohužel ziskové výsledky se snižují.

Co je vlastně konkurence? Jak může působit? Co potřebujeme vědět o konkurenci nebo konkurenčním úspěchu?

Konkurence v první řadě představuje správný způsob myšlení, protože nebýt konkurence, nebylo by třeba ani strategie. Mnozí podnikatelé, manažeři, vedoucí pracovníci velkých a úspěšných podniků si myslí, že je to určitý způsob boje, bitvy o získání převahy, v níž mohou zvítězit jen ti nejdominantnější. Dle Michaela Portera jde o naprosto chybný způsob myšlení. Klíčem k úspěchu však není být nejlepší, ale usilovat o to být jedinečný. Cílem není přemoci soupeře, ale vytvořit jedinečnou hodnotu.¹

Mají-li podnikatelé pocit, že jim konkurence začíná dýchat na krk, musí ji začít bezpodmínečně řešit. A jestliže mají jejich firmy prosperovat, musí nalézt svou „konkurenční výhodu“. Konkurenční výhodou se rozumí vytváření mimořádné hodnoty. „Máte-li skutečnou konkurenční výhodu, znamená to, že ve srovnání se soupeři dosahujete nižších nákladů, účtujete si vyšší ceny, popřípadě děláte obojí.“² Můžeme tedy říci, že jsou toto hlavní a jediné způsoby, jak jedna firma může být výkonnější než firma druhá. Jestliže strategie má mít nějaký reálný význam, měla by mít přímou vazbu na finanční výkonnost vaší firmy.

2.1 Typologie konkurence

Během několika posledních let vývoje tržního prostředí vznikla velká spousta druhů a typů konkurence. Je to však logické, protože s rozvojem vědy, techniky a informatiky přinášejí vědci či spisovatelé nové poznatky o konkurenci.³ Konkurence je rozdělena a vymezena podle typů v kapitole 2.1.1. V bankovníctví je konkurence rychle

¹ PORTER, M. *Jasně a srozumitelně. O konkurenci a strategii*. Havlíčkův Brod, 2012, s. 25.

² PORTER, M. *Jasně a srozumitelně. O konkurenci a strategii*. Havlíčkův Brod, 2012, s. 67.

³ ČICHOVSKÝ, L. *Marketing konkurenceschopnosti*. Praha, 2002, s. 162.

probíhající proces soutěžení komerčních bank a ostatních nebankovních institucí. Účastníci konkurence na bankovním trhu jsou komerční banky, hypoteční banky, úvěrová družstva, stavební spořitelny a různé fondy.⁴

2.1.1 Typy konkurence podle počtu prodejců a stupně diferenciace výrobků

Ryzí monopol – vzniká-li čistý monopol, prodává jedna firma daný produkt. Tento monopol vzniká pouze tehdy, jestliže vlastní licenci či patent, nebo díky regulačnímu opatření vlády. Vstup na trh ostatních firem je velice těžký převážně kvůli vysokým nákladům nebo kvůli velmi nákladné nebo náročné technologii výroby.

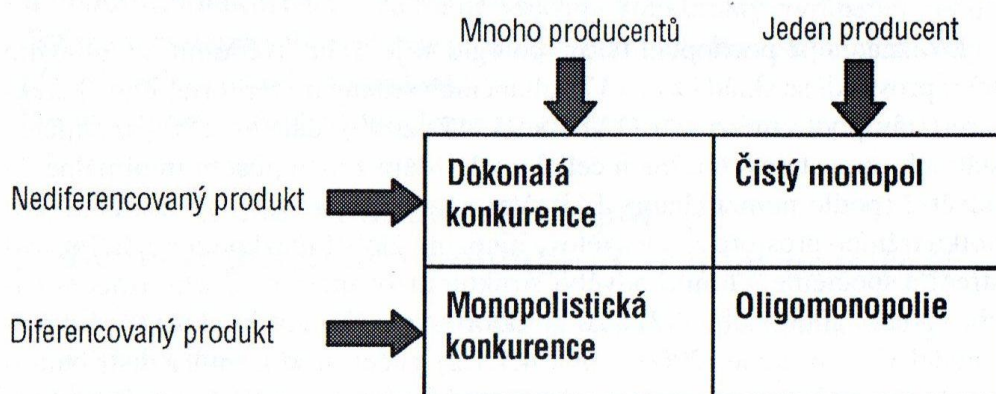
Oligopol – vzniká za existence jediného výrobce (firmy) na trhu, výrobek firmy se stává jediným takovým na trhu (je rozlišitelný). Produkty se od sebe mohou lišit velikostí, barvou či doprovodnými službami. Další firmy mají velmi těžký vstup do tohoto odvětví.

Monopolistická konkurence – je definována tím, že existuje velké množství výrobců, vyrábějí stejný druh výrobků stejně kvalitních za stejně vysokou cenu. Prodejci mají možnost ovlivnit cenu.

Dokonalá konkurence – je pouze teoretický model trhu. Jedná se o ideální stav trhu, ke kterému však nikdy nelze dospět. Platí zde rovné podmínky pro všechny účastníky, mnoho kupujících a prodávajících, firmy maximalizují zisk a spotřebitelé maximalizují užitek. Jediným příkladem dokonalé konkurence v reálném světě je zemědělský průmysl.

⁴ KAFTAN, M. *New English in Economics*. Prague, 2010, s. 26.

Obr. č. 1 Konkurenční typologie podle počtu producentů a diverzifikace produktu v tržním prostředí⁵



V bankovníctví můžeme za monopol považovat Českou národní banku, která je jako jediná dle zákona o České národní bance oprávněna emitovat hotovostní oběživo. Dle domácích i zahraničních studií můžeme český bankovní trh, kde se nacházejí komerční banky považovat monopolistickou konkurenci (velké množství bankovních domů, boj o klienty).⁶

2.2 Konkurence v bankovním sektoru v České republice

Konkurence často donutí bankovní domy k tomu, aby zvyšovaly svůj zájem o klienty, a to hlavně v oblasti rozšiřování a zdokonalování bankovních služeb a poplatkové politiky. Nově vstupující banky svými nejnovějšími nabídkami konkurují stávajícím bankovním domům a brání jim uměle navyšovat ceny nabízených produktů, neboť jakékoli výrazné vybočení z obvyklých cen může způsobit bance ztrátu klientů a oslabit postavení banky na trhu.⁷

Trh neovlivňují přímé administrativní zásahy státu. Neexistují vlivy zvýhodňující jednotlivé účastníky trhu (např. udělené výsady, opatření daňového charakteru). Všichni účastníci trhu mají stejný přístup na trh a neexistuje banka či skupina bank, která by vnutila své podmínky ostatním. Důležité informace týkající se úvěrů, úroků, cenných papírů a informace o hospodaření bank jsou dostupné všem.

⁵ ČICHOVSKÝ, L. *Marketing konkurenceschopnosti*. Praha, 2002, s. 166.

⁶ TOMŠÍK, V. *Banky nejsou zlé, vydělávat musejí* [online]. Praha : ČNB, 2013 [cit. 2013-10-05]. Dostupné z WWW: <http://www.cnb.cz/cs/verejnost/pro_media/clanky_rozhovory/media_2013/cl_13_130408_tomsik_hn.html>.

⁷ POLIDAR, V. *Management bank a bankovních obchodů*. Praha, 1995, s. 423.

Jestliže není některá z podmínek splněna, je bankovní trh považován za trh nedokonalý. V konkrétních podmínkách celkového vývoje a současnému stavu ekonomiky jsme svědky různých opatření směřujících ke zdokonalení bankovní soutěže. Tato opatření platí u jednotlivých ekonomik, ale také mají nadnárodní charakter.

Konkurence v bankovním sektoru je oproti jiným odvětvím ekonomiky na silnější úrovni, což je dáno zvláštnostmi bankovního obchodu, jeho osobním charakterem. Konkurovat si mohou jak produkty jedné banky, tak produkty úplně odlišných institucí (např. dlouhodobé úspory a kapitálové pojištění).⁸

Český bankovní trh je příkladem tzv. monopolistické konkurence, kde se individuální nabídky jednotlivých bankovních domů od sebe vzájemně liší tím, že mají například stanovené odlišné ceny, ale na trhu nejsou převládajícími. Skutečností však je, že banky v dnešní době na českém trhu dosahují zisku, který je vyšší, než je v naší ekonomice běžné. Jak takové chování ovlivní ekonomiku? V případě, že zisk přetrvá, přiláká to nové subjekty, konkurence se zvýší, poptávka klientů po službách bude cenově elastičtější a zisky se začnou rapidně snižovat. V této situaci se český bankovní trh právě nachází, nadprůměrná rentabilita vlastního kapitálu vzbuzuje zájem nových subjektů, které postupně vstupují na trh. Neměli bychom se tedy snažit předběhnout chování konkurence pomocí zásahů státu do cenové tvorby a nechme trh fungovat. Výsledek se brzy dostaví.⁹

2.2.1 Úrovně bankovní konkurence

Komerční banky se tradičně dělí na univerzální a specializované.

Univerzální banky s úvěrovými operacemi realizují i operace depozitní včetně operací platebního styku.

Specializované banky se zaměřují jen na určitý okruh operací na finančních trzích. Některé se orientují jen na depozitní operace a nazýváme je bankami depozitními (např. Spořitelny), jiné především na operace úvěrové, které jsou v odborné literatuře nazývány bankami obchodními. Banky, které se zaměřují na operace s cennými papíry, se nazývají investiční.

⁸ PEŠEK, A. *Konkurence v peněžnictví*. Praha, 1999, s. 55.

⁹ TOMŠÍK, V. *Banky nejsou zlé, vydělávat musejí - Česká národní banka* [online]. Praha : ČNB, 2013 [cit. 2013-10-31] Dostupné z<WWW: http://www.cnb.cz/cs/verejnost/pro_media/clanky_rozhovory/media_2013/cl_13_130408_tomsik_hn.html>

Univerzální banky dominovaly v roce 1837 ve Švýcarsku, Německu a Rakousku. Dominování specializovaných bank bylo typické pro Velkou Británii, Francii, USA, Itálii a Japonsko.

Avšak v posledních několika letech se v podmínkách bankovní konkurence, globalizace finančních trhů a jejich internacionalizace ve většině států víc a víc projevují tendence ke specializaci bankovních činností. Odlišnosti univerzálních a specializovaných bank se stávají více sporné a nejasné. Univerzální banka je více chráněná před komerčním rizikem než specializovaná, protože může do větší hloubky reagovat na změnu prosperity, a tím může být více konkurenceschopná.¹⁰

2.2.2 Bankovní konkurence – podle rozsahu konkurenčního působení

V České republice můžeme rozdělit bankovní konkurenci podle rozsahu konkurenčního působení, které se odvíjí od počtu fungujících poboček a bankomatů do dvou skupin. V první skupině jsou zařazeny velké bankovní instituce, jako například Česká spořitelna a. s., Československá obchodní banka a. s., UniCredit bank a. s., Komerční banka a. s. Do druhé skupiny můžeme zařadit nově vznikající banky nebo bankovní domy s nižším počtem poboček a bankomatů v České republice.

Tab. č. 1 Počty poboček a vlastních bankomatů jednotlivých bankovních domů¹¹

Parametr	Česká spořitelna	Komerční banka	ČSOB	UniCredit Bank	Equa Bank	Fio banka
Počet poboček	659	399	323	99	16	70
Počet vlastních bankomatů	1 466	713	914	840	0	125

¹⁰ PAVELKA, František; BARDOVÁ, Dagmar; OPLTOVÁ, Radka. *Úvěrové obchody*. Praha, 2002, s. 35.

¹¹ Vlastní zpracování autora podle interních podkladů jednotlivých bankovních institucí

2.2.3 Bankovní konkurence – podle počtu prodejců a stupně diferenciace výrobků

Na českém bankovním trhu rozdělujeme bankovní konkurenci také podle počtu zaměstnanců, kteří pracují jako prodejci v zaměstnaneckém poměru, nebo OSVČ. A to buď ve velkých bankovních institucích, nebo v nově vstupujících bankách na český bankovní trh. Dále se konkurence může členit dle diferenciace produktů, a to tak, že velké bankovní domy mohou klientům nabídnout veškerou nabídku bankovních produktů, (účet, hypotéka, pojištění, úvěry, penzijní připojištění, stavební spoření, investice), zatímco menší bankovní domy mají svou nabídkou omezenou (účet, úvěry, hypotéka).

Tab. č. 2 Jednotlivé bankovní instituce a jejich počty zaměstnanců¹²

Banka	Počet zaměstnanců
Česká spořitelna	10 760
Komerční banka	8 758
Československá obchodní banka	6 347
UniCredit bank	2 350
Fio banka	1 236
Equa bank	956

Tab. č. 3 Banky a jejich produkty¹³

Produkty	Česká spořitelna	Komerční banka	ČSOB	UniCredit bank	Fio banka	Equa bank
Běžný účet	✓	✓	✓	✓	✓	✓
Hypotéční úvěr	✓	✓	✓	✓	✓	✓
Pojištění	✓	✓	✓	✓	✗	✗
Spoření	✓	✓	✓	✓	✓	✓
Úvěry	✓	✓	✓	✓	✓	✓
Penzijní	✓	✓	✓	✓	✗	✗
Stavební	✓	✓	✓	✓	✗	✗
Investice	✓	✓	✓	✓	✓	✗

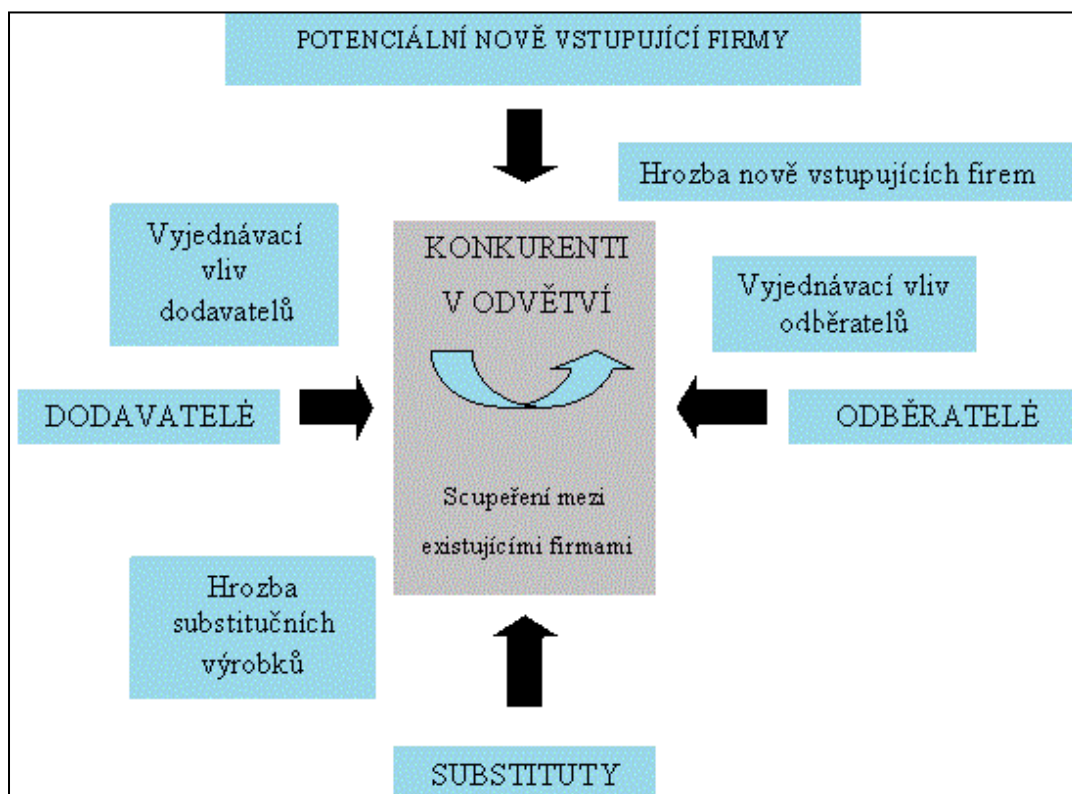
¹² Vlastní zpracování autora podle interních podkladů jednotlivých bankovních institucí

¹³ Vlastní zpracování autora podle interních podkladů jednotlivých bankovních institucí

2.3 Porterova analýza pěti konkurenčních sil¹⁴

Porterova analýza pěti konkurenčních sil znázorňuje náročnost konkurence v odvětví a přitažlivost. Tyto dva aspekty se společně přitahují. V jakémkoliv odvětví na trhu lze vysledovat pět sil na sebe vzájemně působících, kterou jsou propojeny různými vazbami. Tyto Porterovy síly znázorňují budoucí podíl na trhu a potenciální zisk podniku. Každé odvětví nemá stejný konečný výsledek hospodaření, podobně jako jsou na tom rozdíly v působení konkurenčních sil.¹⁵

Obr. č. 2 Konkurenční strategie – podle Michaela Portera¹⁶



Podle Michaela Portera existuje pět konkurenčních sil:

- a) ohrožení ze strany nově vstupujících firem
- b) intenzita soupeření mezi stávajícími konkurenty
- c) tlak ze strany náhradních výrobků neboli substitutů
- d) vyjednávací vliv odběratelů

¹⁴ PORTER, M. E.: *Konkurenční strategie*. Praha, 1994, s. 45.

¹⁵ PORTER, M. E.: *Konkurenční strategie*. Praha, 1994 s. 47.

¹⁶ *Konkurenční strategie* [online] 2013 [cit. 2013-04-28]. Dostupné z WWW: <<http://www.scribte.com/limba/ceha-slovaca/Konkurren-strategie2026212323.php>>

e) vyjednávací vliv dodavatelů

Následně budou vysvětleny jednotlivé konkurenční hrozby:

2.3.1 Ohrožení ze strany nově vstupujících firem

Každá nově vstupující firma do stejného odvětví se snaží získat co nejvyšší podíl na trhu a tak i nejvyšší zisk. To však vede ke zvyšování nákladů anebo ke snižování cen výrobků a taky i ztrácení zisku. Hrozbou vstupu nových firem do odvětví závisí na překážkách vstupu.

Podle Michaela Portera existuje šest zdrojů překážek vstupu:

Úspory z rozsahu. Jedná se o snížení ceny výrobku v závislosti na zvyšování celkového objemu produkce za určitý časový okamžik. Tyto úspory odrazují nové prodejce tím, že je nutí, aby buď vstoupili na trh s velkým podílem výroby a riskovali tak mohutnou reakci ze strany již působících firem, anebo malým rozsahem výroby a získali tak znevýhodnění co se týče ceny. Obě dvě možnosti jsou pro firmy velice nepříjemné.

Diferenciace produktu. Je založena na znalosti a tradici značky, která může tvořit značnou překážku při vstupu nových firem do odvětví. Diferenciace nutí nově vstupující firmy k vynaložení velmi vysokých nákladů na překonání existující loajality zákazníků.

Kapitálová náročnost. Velmi vysoké prvotní náklady na rozvoj společnosti, které jsou spojeny s výzkumem, vývojem, nákupem materiálu, reklamou a možnostmi pokrytí ztráty z podnikání, které mohou při podnikání nastat.

Přechodové náklady. Do těchto nákladů patří náklady jednorázové. Vynakládá je především kupující, který se rozhodl vyměnit dodavatele. Jsou to například náklady na přeškolení zaměstnanců, či na nákup dalšího zařízení.

Přístup k distribučním kanálům. Mezi distribuční kanály řadíme velkoobchody a maloobchody. Při vstupu se nový konkurent musí silně prosadit a přesvědčit, že jeho produkty jsou lepší, než od stávajících distributorů.

Nákladové znevýhodnění nezávislé na rozsahu. Již vzniklé a zavedené společnosti jsou často zvýhodněny v nákladech, kterých nemohou dosáhnout nově vstupující společnosti, nehledě na jejich velikost a dosažené úspory z rozsahu.

Další velmi důležitou překážkou může být vládní politika. Vláda může kontrolovat či dokonce zakázat vstup nových firem do odvětví. Například při udělování licencí či omezením přístupu k surovinám.

2.3.2 Intenzita soupeření mezi stávajícími konkurenty

Soupeření mezi stávajícími konkurenty je velmi důležité při získávání výhodného postavení mezi konkurenty. Používají se přitom různé metody. Patří sem: lepší servis zákazníkům, cenová a necenová konkurence, delší záruky zákazníkům apod. Soupeření přichází v době, kdy jeden z konkurentů začne pociťovat tlak, anebo cítí příležitost k vylepšení své pozice na trhu. Ve většině případů se v odvětví jednotlivé konkurenční kroky projeví tím, že soupeřící partneři na to zareagují anebo se pokusí alespoň o kompenzaci. Buď se tato snaha projeví jako dobrá volba, anebo povede ještě k horšímu postavení firmy v celém odvětví.

2.3.3 Tlak ze strany náhradních výrobků

Každá firma ve svém odvětví soutěží s jinou firmou stejného odvětví, která vyrábí tzv. substituty. Tyto výrobky ovlivňují výnosy v odvětví tím, že udávají cenové limity, které jednotlivé firmy za výrobky účtují. Čím nižší je cena, tím lépe se nabídnutý substitut prodává. Rozpoznávání substitutů vede k vyhledávání levnějších produktů, které plní stejnou funkci, jako produkt daného odvětví.

2.3.4 Vyjednávací vliv odběratelů

Soupeření mezi odběrateli spočívá v tom, že se snaží o zvyšování kvality nebo zlepšování služeb, či snižování cen a staví tak konkurenci proti sobě. To vše je na úkor zisku. Každá skupina odběratelů tvoří určitou skupinu. Jestliže je odběratel nejlépe informován o prodeji na trhu, reálných cenách a dodavatelských nákladech, je v nejlepší pozici, na rozdíl od odběratelů neinformovaných.

2.3.5 Vyjednávací vliv dodavatelů

Dodavatelé mají rovněž nežádoucí vliv na ziskovost v odvětví. Mohou snižovat například kvalitu dodávaného zboží, nebo zvyšovat ceny dodávaných produktů. Na vliv dodavatele mohou působit různé podmínky, jako jsou například koncentrovaná nabídka, méně substitutů apod. Dodavateli mohou být jak fyzické osoby, tak i firmy. Významný vliv představují pracovníci se specializovanými znalostmi.

Vláda může působit na všech pěti konkurenčních silách, může působit v roli dodavatele i odběratele. Může stanovovat pravidla a pomocí svých nástrojů může také ovlivňovat i substituty.

Uvedené vlivy znázorňují strukturu odvětví. Jejich popis také můžeme nazývat „strukturální analýzou“. Její význam tkví v tom, že se můžeme na konkurenci zaměřit ze širšího hlediska.¹⁷

Trendem posledních let jsou nově vzniklé nízkonákladové banky, které se zaměřují na klienty, kteří hledají například nulové poplatky za vedení osobních účtů, nebo získání výhodného úroku při zhodnocení finančních prostředků. Tyto banky jsou ve většině případů dceřinými společnostmi velkých zahraničních bank, které disponují obrovským kapitálem.

2.4 Konkurenční strategie

V boji proti ostatním společnostem a získáváním konkurenčních výhod mohou kromě Porterovy analýzy pěti konkurenčních sil působit také další konkurenční strategie. Michael Porter charakterizoval tři obecné strategické přístupy.¹⁸

2.4.1 Strategie prvenství v celkových nákladech

U této strategie si podnik musí stanovit mnoho zásad. Například že se stane neznámějším výrobcem s nízkými náklady. Prodávaný výrobek je srovnatelný s jinými výrobky na trhu, ale i při dosažení prvenství celkových nákladů, nesmí firma zapomenout na diferenciaci. Zákazník musí výrobek vidět jako přijatelný, jinak bude muset prodejce snížit cenu daleko pod cenu konkurenčních výrobků. Podle této strategie se musí firma stát firmou s opravdu nejnižšími náklady, jinak v konkurenčním boji neobstojí.

Aby se firma stala nejlepší v prvenství v celkových nákladech, musí zavést jedno oddělení, které bude striktně kontrolovat přímé a nepřímé náklady, režijní náklady a dále náklady na management, a co nejvíce se snažit tyto náklady snižovat. Dále také snižovat ostatní náklady, na prodej, služby, reklamu, vědu, výzkum a vývoj.

K dosažení tohoto cíle je důležité být specifický nebo originální. Či mít nějaké zvýhodnění co se týče ostatních. Například: výhodný přístup k surovinám či vysoký

¹⁷ PORTER, M. E.: *Konkurenční strategie*. Praha, 1994. s. 25-32.

¹⁸ PORTER, M. E. *Competitive strategy: techniques for analyzing industries and competitors : with a new introduction*. 1st Free Press ed. New York, 1998, s. 7.

relevantní podíl. Při dosahování těchto cílů mohou nastat i různé komplikace, které mohou souviset s nedostatkem kapitálu nebo se ztrátou tržního podílu. Noví konkurenti mají výhodu v tom, že budou již dopředu informováni o technologickém vývoji, a zaměří se na modernější technologie, mohou výrobky i napodobovat. Právě z důvodu přílišného sledování nákladu ve firmě, musí firma na změny trhu včasné reagovat podle potřeb zákazníků.

2.4.2 Strategie diference

Hlavním úkolem této strategie být výjimečný. Podstatou pro podnik je zvolení jedné či více vlastností výrobku či služeb, které zákazník považuje za nejdůležitější v odvětví. Nejčastěji to bývají vlastnosti, které jsou odlišné od vlastností výrobků a služeb konkurujících prodejců. Jedná se o vlastnosti produktu, použité technologie, zákaznický servis, design, image značky apod. Nejlepší možnou variantou je, aby se prodejce odlišoval hned v několika vlastnostech. Za tuto výjimečnost podniku je odměna vyšší cenou výrobku či služby. Důležité je však sledovat, aby cenová odměna za výjimečnost byla vyšší než její náklady.

Snahou o diferenciaci znemožňujeme dosažení prvenství v celkových nákladech. Firma, která se snaží odlišit, musí vynakládat více finančních prostředků na výzkum a vývoj, nebo musí používat dražší vstupy. Mnozí kupující pak za diferenciaci produktu či služby nezaplatí vyšší cenu. Mezi další hrozby patří napodobování ze strany konkurentů. Tuto strategii může používat více firem, pokud se každá soustředí na jiné vlastnosti výrobků či služeb.

2.4.3 Strategie soustředění pozornosti

Tato strategie si klade jako svůj hlavní cíl co nejúčinněji a nejefektivněji sloužit zákazníkům, zaměřit se na konkrétní skupinu odběratelů a na určitý segment trhu. Největší konkurenční výhodou je získání svých cílových segmentů. „Nákladová fokální strategie tak využívá rozdílů v chování nákladů u některých segmentů, diferenciací fokální strategie vychází ze speciálních potřeb zákazníků v některých segmentech.“¹⁹

Tím, že se podnik zaměří pouze na daný segment a věnuje se mu naplno, získá tak svoji konkurenční výhodu. S touto strategií jsou spojena značná rizika, a to zmenšením rozdílů ve výrobcích či službách vybraným segmentem a také i celým trhem.

¹⁹ PORTER, M. E.: *Konkurenční strategie*. Praha, 1994. s. 43.

Daná společnost nemusí sledovat pouze jeden přístup, ale většinou je nutné zaměřit se právě na jeden cíl, jelikož jednotlivé strategie vyžadují různé prostředky a dovednosti, různé organizační uspořádání, či různé kontrolní předpisy.

Na závěr bakalářská práce shrnuje, že není možnost vybírat si mezi těmito třemi strategiemi. Ve všech případech však jde o to, být co nejlevnější a nejlepší.

2.4.4 Další konkurenční strategie

Podle literatury H. Mefferta můžeme rozlišit další dvě možnosti chování v konkurenčním prostředí. A to na aktivní a pasivní chování. Při aktivním přístupu je důležité aktivně reagovat na chování konkurence, kdy podnik při reakci na konkurenci volí jednu z následujících strategií. (kooperační, konfliktní, úhybnou či strategii přizpůsobení) Naopak při přístupu pasivním podnik v podstatě na konkurenci nijak nereaguje, nemá vůči konkurenci žádné dlouhodobé strategie a nevyvíjí žádné aktivity. Tento postup využívají spíše společnosti s největším podílem na trhu.²⁰

²⁰ MEFFERT, H.: *Marketing management*. Praha, 1996. s.

3 Bankovní trh v ČR

Základy bankovníctví jsou nám známé již ze středověké Itálie. Odtud i slovo banka pochází. Italsky „il banco“ znamená stůl, a představuje místo, kde byly prováděny operace s penězi. Tyto obchody se často prováděly na trzích a později se činnosti bankéřů přemístily do kamenných obchodů a začaly se pomalu objevovat i nástroje peněžního trhu (úpis, nárok na vydání příslušné sumy, atd.).²¹

Bankovní instituce upravuje zákon o bankách č. 21/1992 Sb. „Bankami se pro účely tohoto zákona rozumějí akciové společnosti se sídlem v České republice, které přijímají vklady od veřejnosti, a poskytují úvěry, a které k výkonu činností mají bankovní licenci. (§ 4). Ustanovení obchodního zákoníku o akciové společnosti se pro ně nepoužívají, pokud tento zákon stanoví jinak.“²²

„Ve většině zemí mají banky stále významné postavení. I když vliv bankovního sektoru na ekonomiku, její efektivnost, na alokaci kapitálu, hospodářský růst a řadu dalších ekonomických faktorů je dlouhá léta předmětem intenzivního výzkumu, názory ekonomické teorie ani praxe na místo bank v ekonomickém systému nejsou zdaleka jednotné.“²³

3.1 Charakteristika bankovního trhu v ČR

Banky neboli finanční instituce jsou subjekty, které mohou vytvářet různé finanční operace, obchodují s penězi a zprostředkovávají pohyb finančních zdrojů účastníků trhu. Jsou poměrně velmi striktně regulované. Jedním z charakteristických rysů vývoje bank je jejich značný rozvoj, globalizace a univerzalizace.²⁴

V českých zemích v roce 1938 bylo okolo 120 bank a bankovních domů, kde měla specifické postavení Živnobanka. Později, v období okupace se počet bankovních domů převážně snížil. Centralizační a monopolizační tendence byly završeny v roce 1950 a v tomto roce vzniká Státní banka československá. Kolem devadesátých let začal počet bank stoupat, a ke konci roku 1991 už jich bylo kolem třiceti. O pět let později bylo v bankovní soustavě ČR téměř 60 bankovních domů, včetně zahraničních bank.

²¹ HARTLOVÁ, V. a kol. *Bankovníctví pro střední školy a veřejnost*. Praha, 2004, s. 9.

²² *Zákon o bankách* [online]. 1992 [cit. 2013-04-28]. Dostupné z WWW: <<http://zakony.centrum.cz/zakon-o-bankach/cast-1>>

²³ STANISLAV POLOUČEK A KOL. *Bankovníctví*. Praha, 2006, s. 14.

²⁴ POLOUČEK, S. a kol. *Peníze, banky, finanční trhy*. Praha, 2009, s. 267.

Od roku 1996 dochází ke stálému poklesu bankovních institucí v České republice. V roce 2003 a 2004 jsme měli okolo 35 bankovních domů. V roce 2013 je na Českém bankovním trhu okolo 46 bankovních domů.²⁵

„Bankovní sektor zahrnuje ve všech zemích kromě domácích bank také zahraniční banky a pobočky zahraničních bank, stejně jako banky velké i banky malé. Charakter bankovního sektoru je dán pochopitelně především velkými bankami, ve většině zemí dochází v posledních letech k další koncentraci.“²⁶ Vysoká koncentrace se nachází také na českém bankovním trhu, kde dominují 4 největší bankovní domy dle zprávy o činnosti prvního pololetí roku 2012 a dle rozvahy a výsledku hospodaření je první největší bankou Česká spořitelna a. s., následuje Komerční banka a. s., další je Československá obchodní banka a. s., a Unicredit Bank a. s.²⁷ Dalšími jsou spořitelny, které se spíše věnují spoření úspor obyvatelstva, a také budování sítí poboček. Hlavní rozdíl mezi bankou a spořitelnou je to, že spořitelna neboli záložna se dříve spíše zaměřovala na pravidelné ukládání malých částek. Spořitelny poskytovaly běžnou formu pravidelného spoření a velký rozsah bezpečnosti vkladů. Koncem 19. Století se malé spořitelny začaly spojovat a postupně nabízet i jiné, bankovní služby. V současné době můžeme říci, že se rozdíl mezi obchodní bankou a spořitelnou dnes udržuje pouze jako tradice v bankovníctví.²⁸

Dále na český bankovní trh vstupují nové nízkonákladové banky. V roce 2011 vstoupily na trh tři bankovní instituce: Zuno bank a. s., Equa bank a. s. a koncem listopadu tohoto roku i Air bank a. s. Celkem se těmto třem bankám podařilo svou nabídkou nalákat již okolo 90 000 klientů. Air Bank a Equa bank mají nyní přibližně po deseti tisících klientech, Zuno má již sedmdesát tisíc klientů. Tyto banky bývají řazeny mezi tzv. nízkonákladové banky a chtějí získat klienty tradičních bank.²⁹

²⁵ *Seznam bank* [online]. 2013 [cit. 2013-06-12]. Dostupné z: <http://www.banky.cz/prehled-bank>

²⁶ POLOUČEK, S. a kol. *Peníze, banky, finanční trhy*. Praha, 2009. s. 275-276.

²⁷ Interní materiály jednotlivých bank

²⁸ ŽÁK M. a kol. *Velký ekonomický slovník*. Praha, 2002, s. 727.

²⁹ KAMILA, O. *Srovnání nízkonákladových bank* [online] 2013 [cit. 2013-06-12] Dostupné z < <http://finexpert.e15.cz/srovnani-nizkonakladovych-bank> >

3.2 Banky působící v České republice

Na českém trhu působí několik bankovních domů. Centrální bankou a ústřední bankou České republiky je Česká Národní banka. Česká národní banka pracuje jako nezávislá instituce, která pečuje o cenovou stabilitu, dohlíží na finanční systém, podporuje jeho vyvážený rozvoj, zajišťuje oběh peněz a plynulý platební styk.³⁰ Mezi komerční banky řadíme několik významných bankovních domů, jako jsou například Komerční banka a. s., Československá obchodní banka a. s., Česká spořitelna a. s., Unicredit bank a. s. a dále několik drobných bank či nově vstupujících bank na trh.

Tab. č. 4 Počty klientů, poboček, bankomatů ve vybraných bankovních institucích³¹

Parametr	Česká spořitelna	Komerční banka	ČSOB	UniCredit Bank	Equa bank	Fio banka
Počet klientů	529 738	1 587 000	3 054 000	280 000	50 000	250 000
Počet poboček	659	399	323	99	16	70
Počet vlastních bankomatů	1 466	713	914	840	0	125

Ve výše uvedené tabulce jsou uvedeny počty klientů, počty poboček, počet vlastních bankomatů ve vybraných bankovních domech. Práce bude bankovní domy dělit na největší banky v ČR a nově vzniklé.

3.2.1 Největší banky v ČR

Největší bankou, dle počtu klientů i podle kapitálu, je *Česká spořitelna a. s.* V České republice je bankou s největším počtem klientů 529 738 a je charakteristická svou nejrozsáhlejší sítí poboček 659, ale také bankomatů 1 466, po celé České republice. Je dcerou rakouské Erste Bank. Velkou výhodou této banky je její dlouhodobá tradice, která sahá až do roku 1825, kdy zahájila činnost Spořitelna česká. Jak je již zmíněno, tak Česká spořitelna je od roku 2000 členem Erste Group, jedním z nejlepších poskytovatelů finančních služeb ve střední a východní Evropě. Toto spojení přineslo mnoho výhod pro společnost. Hlavní výhodou bylo posílení rentability a ziskovosti celé finanční skupiny. Tato banka je orientovaná na drobné klienty, malé a

³⁰ Česká národní banka - Česká národní banka [online]. 2003-2013 [cit. 2013-06-12]. Dostupné z WWW:< <http://www.cnb.cz/cs/index.html>>

³¹ Vlastní zpracování autora

střední firmy a také na města a obce. Česká spořitelna patří mezi významné obchodníky s cennými papíry na kapitálovém trhu.³² Česká spořitelna se podle soutěže Zlatá koruna 2013, vyzdvihla v oblasti podnikatelských úvěrů na první místo se svým úvěrem Investiční úvěr 5 PLUS.

Druhým členem čtyř největších bank v ČR je *Československá obchodní banka, a. s.* Tato banka byla založena již v roce 1964 státem. Po privatizaci v roce 1999 se jejím vlastníkem stala KBC Bank z Belgie. V retailovém bankovníctví působí instituce pod dvěma obchodními značkami – Československá obchodní banka a. s. a Poštovní spořitelna, která využívá pro své působení velkou síť Českou poštu. Z produktové nabídky je zřejmé, že ČSOB se orientuje spíše na podnikatele a movitější klienty. Poštovní spořitelna zase na běžné retailové klienty. Samozřejmě v nabídce obou bank, lze najít mnoho produktů pro obě dvě skupiny klientů.³³ Nejlepší produktem této banky je aktuálně podnikatelský úvěr ČSOB Leasing – Program AGRO 2013.

Další největší bankou je *Komerční banka a. s.* Je součástí mezinárodní retailové bankovní skupiny Sociétés Générale, která je z hlediska tržní kapitalizace šestá největší bankovní skupina v eurozóně. Provozuje stavební spořitelnu Modrá pyramida. Je významná svým rozsáhlým počtem poboček, okolo 400 poboček, po celé České republice a nabízí téměř dokonalou dostupnost pro klienty, kteří preferují osobní kontakt. Komerční banka je univerzální banka, která nabízí širokou škálu služeb v oblasti retailového, podnikového a investičního bankovníctví.³⁴ Komerční banka získala nejlepší umístění v soutěži Zlatá Koruna pro rok 2013 v kategorii hypoték a úvěrů.

Poslední z největších vybraných českých bank je *Unicredit bank a. s.* Je velmi silnou společností se zázemím ve střední a východní Evropě. Na českém trhu působí již od roku 2005.³⁵ Specializuje se na konsolidaci úvěrů a zhodnocení vkladů klientů.

³² *Česká spořitelna - Profil a přehled produktů* [online]. 2013 [cit. 2013-06-14]. Dostupné z: <http://www.banky.cz/ceska-sporitelna>

³³ *Československá obchodní banka - Profil a přehled produktů* [online]. 2013 [cit. 2013-06-14]. Dostupné z: <http://www.banky.cz/csob>

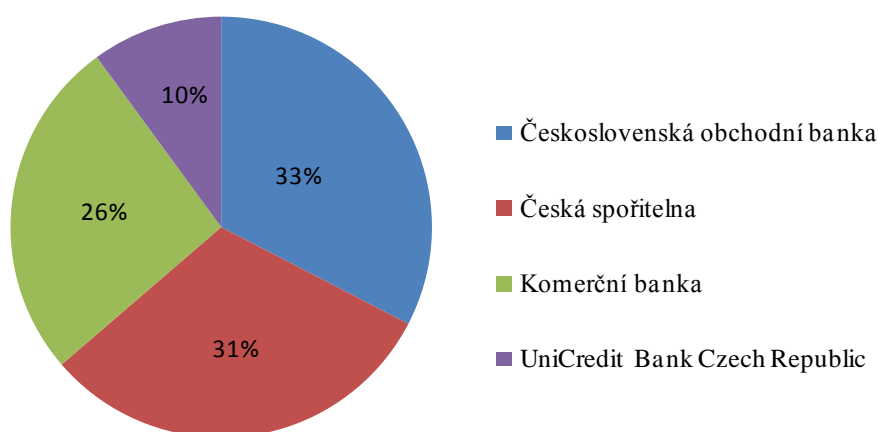
³⁴ *Komerční banka - Profil a přehled produktů* [online]. 2013 [cit. 2013-06-14]. Dostupné z: <http://www.banky.cz/komerčni-banka>

³⁵ *UniCredit bank - Profil a přehled produktů* [online]. 2013 [cit. 2013-06-14]. Dostupné z: <http://www.banky.cz/unicredit-bank>

Získala ocenění druhého místa v soutěži Zlatá Koruna 2013 v hypotéčních úvěrech a to s Hypotékou FLEXI.³⁶

Největší bankou podle bilanční sumy je Československá obchodní banka, a. s. 936 593 000 000,- Kč. Následující bankou je Česká spořitelna a. s. 892 598 000 000,- Kč, poté je Komerční banka a. s. 754 810 000 000,- Kč a poslední nejmenší bankou je UniCredit Bank Czech Republic 288 744 000 000,- Kč.

Graf č. 1 Rozdělení bank podle bilanční sumy, velikostně (dle metodiky ČNB) je od roku 2012 následující:³⁷



Důležitým příjmem bankovních domů jsou samozřejmě bankovní poplatky, například platby za výběry z bankomatů, zpracování trvalých příkazů, nebo připsání výplaty na klientův účet, avšak nejsou příjmem jediným. Dalším velkým příjmem výše uvedených bankovních domů jsou úroky z poskytnutých úvěrů. Konkrétně hypotéční úvěry, spotřební úvěry, hotovostní úvěry a kreditní úvěry.

³⁶ MICHAL, B. *Zlatá Koruna vybrala nejlepší bankovní produkty tohoto roku* [online]. 2013 [cit. 2013-06-12] Dostupné z <<http://www.finparada.cz/1470-Zlata-koruna-2013.aspx?ID=1470>>

³⁷ MFÓRUM [online]. 2013 [cit. 2013-06-15]. Dostupné z: <<http://www.mbank.cz/forum/read.html?f=1&cat=21&i=228314&t=214254>>

Tab. č. 5 Základní informace o vybraných bankách srovnány dle bilanční sumy od největší³⁸

Bankovní domy	Kód banky	Bilanční suma (mil. Kč)	Depozita (mil. Kč)	Úvěry (mil. Kč)	Čistý zisk (mil. Kč)	Bankovní licence
Česká spořitelna	800	958 178	496 178	691 551	8 144	ano
ČSOB	300	943 284	626 400	490 000	6 911	ano
Komerční banka	100	795 808	606 859	457 551	6 310	ano
UniCredit bank	2700	316 264	186 859	189 836	1 400	ano
Raiffeisen bank	5500	190 056	-	144 275	1 238	ano
Ge Money bank	600	137 090	98 635	93 467	1 608	ano
ING	3500	128 426	19 183	92 579	457	ne
Air bank	3030	47 202	44 003	17 005	-15	ano
Fio bank	2010	22 004	20 240	6 745	45	ano
Citi bank	2600	17 349	6 592	4 866	458	ne
Zuno bank	2310	14 663	14 544	-	-28	ne
Equa bank	6100	13 157	10 533	8 368	-224	ano
mBank	6210	2 251	11 651	-	137	ne

3.2.2 Nově vzniklé banky

Vstup nových bank na trh je dobrou zprávou pro klienty, protože v boji o klienty, budou muset velké banky snižovat ceny. Skupina „velkých bank“ si sice uchovává hlavní postavení na trhu, ale její podíl na celkových vkladech a úvěrech se postupně snižuje. Výrazně posiluje i role středních a malých bank (jak ve firemním, tak retailovém segmentu). Ještě před vstupem do EU se zastoupení velkých bank na trhu úvěrů a depozit podílelo více než 70 %, v roce 2013 se dle ČNB podíl velkých bank snížil na 60 %.³⁹

Mezi nově vzniklé banky řadíme například Equa bank a. s., Air bank a. s., Zuno bank a. s., Fio banka a. s.

Equa bank a. s. vstoupila na český trh v červenci roku 2011 po převzetí Banco Popolare Česká republika, a. s., společností Equa Group Limited. Equa Group Limited je ve vlastnictví fondů, kterým poskytuje poradenství britská společnost Anacap Financial Partners LLP. Se svojí nabídkovou strategií se Equa staví na velmi

³⁸ *Informace o bankách - Finparáda* [online]. 2013 [cit. 2013-06-15]. Dostupné z: <http://www.finparada.cz/BankyPojistovny_Parametry.aspx?T=B>

³⁹ MICHAL, M. *Studie se zaměřila na konkurenceschopnost českých bank* [online]. 2013 [cit. 2013-06-16] Dostupné z <<http://www.finparada.cz/1470-Zlata-koruna-2013.aspx?ID=1470>>

jednoduchých a srozumitelných produktech, bez skrytých poplatků a se snadnou dostupností všem. Tyto produkty mají často s vedením zdarma. V současné době mají Equa bank po celé České republice přibližně 12 poboček. Banka komunikuje s klienty pomocí internetu či mobilních telefonů.⁴⁰

Další silnou konkurenci představuje Fio banka a. s. Je novou českou bankou, s ryze českým subjektem, s českými majiteli, a s téměř sedmdesáti pobočkami v celé České republice. Nabízí svým klientům produkty osobních i firemních financí. Fio banka byla vyhlášena nejdynamičtější bankou roku 2012 v respektované ocenění Banka roku.⁴¹

Poslední bankou, která vstoupila na český bankovní trh je Sberbank CZ a. s., která zde působí od února roku 2013. Sberbank je ruská obchodní banka, která chce působit v oblasti firemního, ale i osobního bankovníctví. Hlavním cílem této banky je být důvěryhodným bankovním poradcem, chtějí nabízet co nejvýhodnější nabídky podle individuálních potřeb klientů.

Tyto nově vzniklé banky se snaží nalákat nové klienty zejména na zhodnocení finančních prostředků na spořicíh účtech a na otevřených podílových fondech. Hlavním cílem těchto bank je získat co nejvíce nových klientů a tudíž i finančních prostředků, které klienti uloží na depozita, aby mohly nabízet úvěrové produkty a tím zvýšily svůj zisk. Nově vzniklé banky se od velkých bankovních domů liší především v rozsahu služeb, pobočkovou sítí a komunikačními kanály, které využívají.

3.3 Segmentace klientů bank

Na segmentaci trhu se můžeme dívat z mnoha pohledů, nejprve jako na strategii, nebo jako na procesy. Z pohledu strategie sledujeme segmentaci trhu jako určitý stupeň rozčlenění zákazníků z hlediska jejich vztahu k danému odvětví výrobku. Strategii můžeme také rozumět cílený marketing. Kdežto procesem nacházíme určitou možnost nalézt nový segment trhu.⁴²

„Firma identifikuje tržní segmenty, v nichž hodlá podnikat a konkurovat, a stanovuje měřítko cílových zákazníků. Klienti představují pro každou firmu zdroj obrátů

⁴⁰ *Equa bank - Pár slov o Equa bank* [online]. 2013 [cit. 2013-06-17]. Dostupné z: <<http://www.equabank.cz/o-nas/>>

⁴¹ *O společnosti, informace* [online]. 2013 [cit. 2013-06-17]. Dostupné z: <<http://www.fio.cz/o-nas/fio-banka/o-fio>>

⁴² KOUDELKA, J. *Segmentujeme spotřební trhy*. Praha, 2005, s. 15.

a tak úsilí zaměřené na poznání a uspokojení potřeb klientů se v konečném důsledku promítá do finanční výkonnosti firmy. Stanovení systému hodnotových výhod pro cílové klienty je základem pro tvorbu měřítek v oblasti klientských segmentů.“⁴³

„Segmentace klientů přitom není jednorázovou záležitostí, ale pro poskytování bankovních služeb má význam neustálé sledování výboje a změn jednotlivých charakteristik. Tomu musí být pochopitelně podřízena i organizační struktura banky, včetně odpovědnosti za úroveň a rozsah služeb pro určitý specifický segment trhu, za náklady pro daný segment. Taková politika vyžaduje i odpovídající technologii, nemusí se však odrazit ve velkých změnách v počtu poboček.“⁴⁴

3.3.1 Segmentace bank na českém trhu

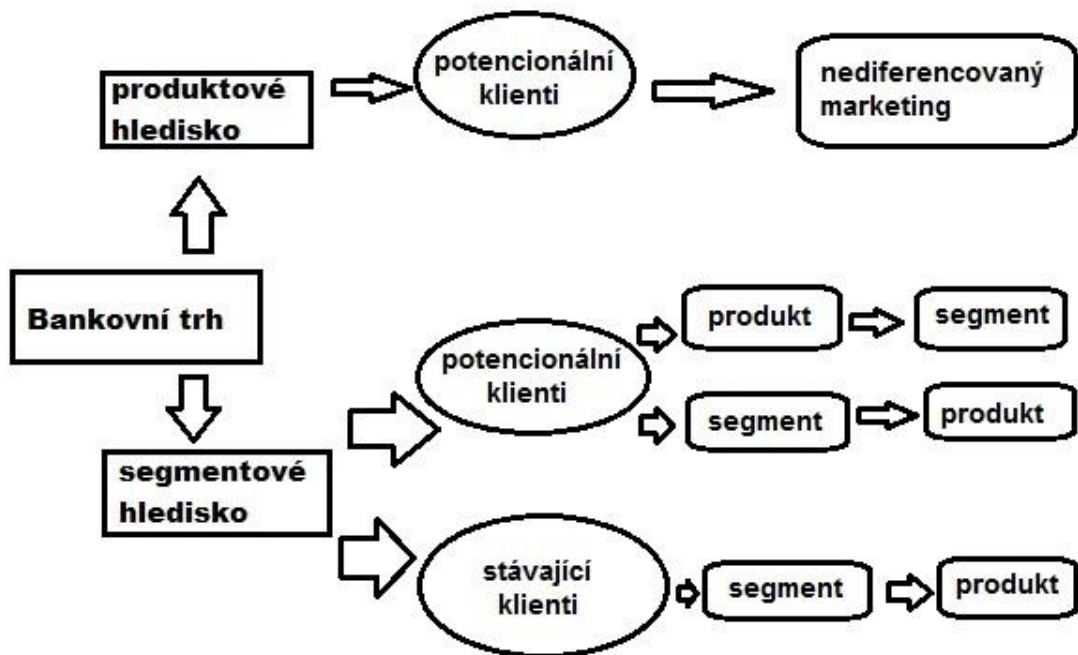
Stejně jako všichni podnikatelé, tak i banky využívají řadu konceptů, jak segmentovat své klienty. Existuje několik druhů přístupů. Intuitivní přístupy banky využívají zejména v regionálních marketingových střediscích, v marketingových odděleních oblastních poboček. Systematické přístupy obsahují formálně propracovanější metody, na rozdíl od intuitivních přístupů, jsou bankami také používané. Dále máme metodu deduktivní, kde konkurence sleduje webové stránky dalšího bankovního domu a rozdělí klienty podle určitých kritérií, jako je tomu u konkurence. Často využívaná metoda je metoda induktivní – „a priori“ segmentace. Pracovníci marketingu se stanoví určitou proměnnou, a na základě jí, se pokusí vytvořit skupinu klientů (určitý segment). Běžnou proměnnou bývá výše zůstatku na běžném účtu klienta, nebo jeho obrát, či věková skupina. Například je to výše zůstatku na běžném účtu klienta od deseti, do dvaceti tisíc korun a je pro ně zhotoveno portfolio vybraných produktů. Metoda induktivní – „post hoc“ segmentace, kdy si banka vybere skupinu lidí, pro ní velmi dobře známých klientů (určitého produktu) a snaží se této skupině klientů navrhnout další produkty, nebo se je snaží donutit do produktu jiného (nebo skupiny produktů).

V bankovníctví v poslední době bývá často vyskytovaná segmentace ve spojitosti s tzv. „produktovým“ a „segmentovým“ hlediskem. Obrázek se pokusí objasnit tuto formu segmentace.

⁴³ KAŠPAROVSKÁ, V. a kol. *Řízení obchodních bank*. Praha, 2006, s. 17.

⁴⁴ STANISLAV POLOUČEK A KOL. *Bankovníctví*. Praha, 2006, s. 116.

Obr. č. 3 Segmentace klientů bankovních domů⁴⁵



Obrázek znázorňuje dvě hlediska segmentace. Produktové hledisko, zde jde o nabídku široké škály produktů, které určitá banka nabízí pro celý trh. Tento druh segmentace byl na trhu uplatňován v desátých letech, kdy to ČR byly uváděny první bankovní produkty pro rozsáhlou veřejnost.

Dnes používaná metoda segmentace se nazývá segmentové hledisko. Zde mohou vzniknout dvě situace:

- a) banka připraví produkt, který dále nabízí do určitého, předem stanoveného segmentu, a s možnou další drobnou úpravou pro daného klienta
- b) banka vybere určitý druh klientů, a až poté je vytvořen bankovní produkt (v současné době nejvíce využíváno, protože produkty již na trhu jsou, pouze se hledá segment klientů, který je bude využívat). S touto metodou segmentace vznikly dvě bankovní pozice. Produktový manažer (produktový specialista),

⁴⁵ Vlastní zpracování

který se věnuje konkrétním produktům a segmentový manažer (segmentový specialista), který se věnuje danému svěřenému segmentu klientů.⁴⁶

V okamžiku, kdy chce banka oslovit určitý segment dosavadních klientů s novou nabídkou produktů, může si banka zaplatit poradenskou firmu či marketingovou agenturu a ta zpracuje analýzu segmentu plus vytvoří nabídku produktového portfolia, anebo banka provede segmentaci sama, vlastními zdroji.

3.3.2 Segmentace jednotlivých bankovních domů v ČR

„Česká spořitelna je největší retailovou bankou v České republice a má také nejdelší historii. Přesto si uvědomila, jak málo své zákazníky vlastně zná. Projekt segmentace zákazníků založený na softwaru od společnosti SAS. Institute jí přinesl znalosti, jaké potřebuje přenést do oblasti marketingu typu one-to-one, tj. přímo k zákazníkovi.“⁴⁷

Česká spořitelna a. s. segmentuje svých 5 milionů klientů takto:

Klientské segmenty v sestupném pořadí, podle toho, jaký mají pro banku význam:

1. Investoři: vysoce hodnotní (bonitní) klienti.
2. Držitelé půjček: klienti s půjčkami, klienti generující vysoký příjem, nebo držitelé hypoték.
3. Solventní klienti: vysoké příjmy nebo vysoká vyváženost.
4. Dlužníci: obzvláště negativní čistá nevyváženost.
5. Mládež a studenti: mladší než 18 let a studenti.
6. Penzisté: klienti starší než 60 let nebo klienti s penzí jako zdrojem příjmů.
7. Nezabezpečení: nízká vyváženost a vlastnictví produktů typu půjček.
8. Transaktoři: vygenerují v průměru čtyři transakce za měsíc.
9. Klienti pobočky: nejsou zákazníky mateřské banky.
10. Vkladatelé: ostatní.⁴⁸

⁴⁶ Koudelka, J. *Segmentujeme spořební trhy*. Praha, 2005, s. 22.

⁴⁷ Interní informace České spořitelny a. s.

⁴⁸ Interní informace České spořitelny a. s.

Komerční banka a. s.

Komerční banka rozděluje své klienty následovně:

1. Lidé
 - Občané,
 - Mládež a studenti,
 - Děti,
 - Privátní bankovníctví,
 - Služby pro cizince.
2. Firmy
 - s obrátem pod 60 milionů korun
 - s obrátem nad 60 milionů korun
3. Veřejná správa

Československá obchodní banka a. s.

Tato bankovní instituce segmentuje své klienty podobně jako Komerční banka a. s., podrobnější dělení má zaměřené už na produkty, které nabízí těmto klientům. Členění je následovné:

1. Lidé – bydlení, spoření a investování, půjčky a úvěry, účty a platby, elektronické bankovníctví, platební karty, pojištění
2. Firmy – podnikatelé, malé a střední podniky, bytová družstva a společenství vlastníků jednotek, municipality a neziskové organizace, korporace a instituce

UniCredit bank a. s.

UniCredit bank má zcela odlišnou segmentaci klientů, své klienty člení:

1. Občané
2. Svobodná povolání
3. Podnikatelé a menší firmy (s ročním obrátem do 50 milionů Kč)
4. Firmy a veřejný sektor (s ročním obrátem nad 50 milionů Kč)
5. Private banking (nad 10 milionů Kč)

Equa Bank a. s.

Tato bankovní instituce své klienty dělí na dvě velké skupiny, a to na:

1. Osobní klienty – běžný účet, spoření, hypotéky, půjčky, RePůjčky
2. Firemní klienty – běžný účet, úvěry, depozita

Fio banka a. s.

Fio banka se zaměřuje pouze na retailové klienty. Segmentuje pouze podle produktů. A to na:

- Běžné účty,
- Spoření,
- Úvěry,
- Platební styk,
- Platební karty,
- Internetbanking,
- Smartbanking,
- API bankovníctví.

Obecně banky chápou studenty jako potencionální klienty, kteří budou vydělávat více peněz a v bance zůstanou i po studiu. Banka je vidí jako klienty starší 15 let. Většinou je to tak, že klienti určité banky, se kterou jsou spokojeni, přivedou bance své děti, tak, že je chtějí naučit hospodařit s penězi a tak jim nechají zřídit běžný bankovní účet.⁴⁹

Dle segmentace jednotlivých bank bakalářská práce stanovuje, že segment student mají pouze velké bankovní instituce. Konkrétně Česká spořitelna a. s., Komerční banka a. s. a Československá obchodní banka a. s. nazývají segment, který je zaměřen na studenty Mládež a studenti. Nízkonákladové banky Equa bank a. s. a Fio banka a. s. se nezaměřují přímo na studentský segment. Nabízí všem klientům stejné podmínky na nabídku produktů veřejnosti.

⁴⁹ Interní informace jednotlivých bankovních institucí

4 Charakteristika studentských bankovních produktů ve vybraných bankách

Velmi významným segmentem pro většinu bankovních domů jsou studenti. Hlavním cílem bude zhodnotit konkurenci na trhu studentských bankovních produktů v porovnání jednotlivých skupin (účet, úvěry, kreditní karty). Pojištění pro studenty není předmětem analýzy.

Jestliže si rodiče založí účet pro svého potomka, jak v dětském či pozdějším věku, účet roste spolu s dítětem. Hned když dítě ukončí základní školu, banka mu automaticky převede dětský účet na studentský, který s ním bude fungovat až do promoce. Pro mladistvé, kteří se nedostanou na vysokou školu nebo nechtějí dále studovat, mají banky „účet pro mladé“. Tyto účty jsou totožné se studentskými, avšak nezahrnují tolik výhod, které se vztahují na mladého člověka – studenta.⁵⁰ Studentské produkty budou představeny u šesti vybraných bank s pobočkami v Příbrami.

4.1 Analýza parametrů studentských účtů

Studentské účty jsou určeny pro studenty jak na základních, středních, vyšších či vysokých školách a jsou nabízeny téměř každým bankovním domem v České republice z důvodu potencionální budoucí bonity budoucí vzdělané generace.

Studentské účty většinou obsahují běžný osobní účet, který v sobě zahrnuje další produkty a služby, jako je např. internetové bankovníctví, mobilní bankovníctví, platební karta apod. Nabídky dalších komerčních bank se od sebe odchyľují pouze bankovními poplatky či úrokovou sazbou.

Praktická část bakalářské práce charakterizuje studentské účty u vybraných bank. Tyto banky byly vybrány proto, že mají sídla poboček v Příbrami.

4.1.1 Osobní účet České spořitelny II pro mladé FRESH

Studentský účet je určen pro děti a studenty až do 30 let zdarma. Povinností každého studenta od 21 let je dokládat potvrzení o studiu do České spořitelny každý půl rok studia.⁵¹

Výhody:

- Každoroční příspěvek 200,- Kč na ISIC kartu

⁵⁰ JANDA, J. *Josef. Spořit nebo investovat?* Praha, 2011, s. 35.

⁵¹ Interní materiály České spořitelny a. s.

- Student získá mezinárodní platební kartu se spoustou slev ve vybraných obchodech-Visa Classic Partner

Tab. č. 6 Základní parametry k Osobnímu účtu České spořitelny II pro mladé FRESH⁵²

Zřízení účtu/zrušení účtu	Zdarma/ zdarma
Vedení účtu	Zdarma
Věk	Od 15 – 30 let
Minimální vklad	100,- Kč
Výběr z vlastního/cizího bankomatu	0,- Kč / 40,- Kč
Úročení (% p.a.)	0,01
Příkaz k úhradě přes telefon	17,- Kč
Položka trvalého příkazu/ inkasa	7,- Kč / 7,- Kč

4.1.2 Studentské konto Plus Československé obchodní banky a. s.

Tento studentský účet je sestaven na míru mladým ve věku 15-30 let. Všechny služby jsou v rámci konta zdarma. Konto si mohou založit také absolventi. Potvrzení o studiu stačí doložit jen jednou ve 21 letech.

Výhody:

- Neomezený počet e-mailových zpráv o pohybech na běžném účtu
- Zdarma všechny příchozí a odchozí platby v rámci celé České republiky

Tab. č. 7 Základní parametry ke Studentskému kontu Plus od Československé obchodní banky a. s.⁵³

Zřízení účtu/zrušení účtu	Zdarma/ zdarma
Vedení účtu	Zdarma
Věk	Od 15 – 28 let
Minimální vklad	200,- Kč
Výběr z vlastního/cizího bankomatu	0,- Kč / 30,- Kč
Úročení (% p.a.)	0,01
Příkaz k úhradě přes telefon	15,- Kč
Položka trvalého příkazu/ inkasa	6,- Kč / 6,- Kč

⁵² Vlastní zpracování autora podle interních podkladů jednotlivých bankovních institucí

⁵³ Vlastní zpracování autora podle interních podkladů jednotlivých bankovních institucí

4.1.3 Konto G2.2 Komerční banky a. s.

Tento studentský účet je určen právě mladým lidem od 15-19 let, nebo studentům od 20-30 let, pouze pokud jsou studenty denního studia, nebo absolventům VŠ, pokud předloží doklad o úspěšném absolvování VŠ. Vedení účtu je do 25 let zdarma, od 26 let za poplatek 68 Kč měsíčně.

Výhody:

- Zdarma student dostane mezinárodní debetní Embosovanou kartu s cestovním pojištěním
- Zdarma založení trvalých příkazů a povolení inkasa do 3 měsíců od otevření nového účtu

Tab. č. 8 Základní parametry ke Kontu G2.2 od Komerční banky a. s.⁵⁴

Zřízení účtu/zrušení účtu	Zdarma/ zdarma
Vedení účtu/ od 26 let	Zdarma/ 68,- Kč
Věk	Od 15 – 30 let
Minimální vklad	0,- Kč
Výběr z vlastního/cizího bankomatu	5,- Kč / 35,- Kč
Úročení (% p.a.)	0
Příkaz k úhradě přes telefon	14,- Kč
Položka trvalého příkazu/ inkasa	6,- Kč / 6,- Kč

Pozn: výběry z bankomatu jsou za 5,- Kč =tento poplatek je vrácen každý měsíc, pokud držitel debetní či kreditní karty zaplatí u obchodníka

4.1.4 Cool konto pro mladé UniCredit bank a. s.

Tento účet jako jediný, nevyžaduje potvrzení o studiu, jeho vedení je zdarma a je pro studenty ve věku od 15-26 let.

Výhody:

- Zaslání 10 SMS měsíčně o zůstatku, pohybech na účtu
- Možnost získání Studentské půjčky za zvýhodněných podmínek

⁵⁴ Vlastní zpracování autora podle interních podkladů jednotlivých bankovních institucí

Tab. č. 9 Základní parametry ke Cool kontu pro mladé od UniCredit bank a. s.⁵⁵

Zřízení účtu/zrušení účtu	Zdarma/ zdarma
Vedení účtu	19,- Kč
Věk	-
Minimální vklad	-
Výběr z vlastního/cizího bankomatu	0,- Kč / 30,- Kč
Úročení (% p.a.)	-
Příkaz k úhradě přes telefon	12,- Kč
Položka trvalého příkazu/ inkasa	6,- Kč / 6,- Kč

4.1.1 Běžný účet od Equa bank a. s.

Jedná se o běžný účet, který můžeme charakterizovat dvěma slovy – férovost a srozumitelnost. Zákazníci totiž za běžné služby vůbec neplatí. Platí jen za zpoplatněné služby.

Výhody:

- Klienti za běžné služby neplatí, jsou zcela zdarma
- Výběr z jakéhokoliv bankomatu v ČR zcela zdarma

Tab. č. 10 Základní parametry Běžného účtu od Equa bank a. s.⁵⁶

Zřízení účtu/zrušení účtu	Zdarma/ zdarma
Vedení účtu	0,- s měsíčním příjmem 10 000,-Kč/ 99,-
Věk	-
Minimální vklad	-
Výběr z vlastního/cizího bankomatu	0,- Kč / 0,- Kč
Úročení (% p.a.)	0,01
Příkaz k úhradě přes telefon	0,- Kč
Položka trvalého příkazu/ inkasa	0,- Kč / 0,- Kč

4.1.2 Fio osobní účet

Fio banka nabízí pro své klienty běžný účet bez poplatků za základní bankovní služby, stejně jako Equa bank a. s. Lze založit elektronicky přes internet, účet je zřízen okamžitě. Minimální částka, která se musí na účet vložit je 101,- Kč.

⁵⁵ Vlastní zpracování autora podle interních podkladů jednotlivých bankovních institucí

⁵⁶ Vlastní zpracování autora podle interních podkladů jednotlivých bankovních institucí

Výhody:

- Dvě platební karty zdarma
- Elektronický platební styk zdarma

Tab. č. 11 Základní parametry k Fio osobnímu účtu⁵⁷

Zřízení účtu/zrušení účtu	Zdarma/ zdarma
Vedení účtu	0,- Kč
Věk	Od 15 let
Minimální vklad	101,- Kč
Výběr z vlastního/cizího bankomatu	6,- Kč / 30,- Kč
Úročení (% p.a.)	0,4 – 1,00
Příkaz k úhradě přes telefon	0,- Kč
Položka trvalého příkazu/ inkasa	0,- Kč / 0,- Kč

Equa bank a. s. a Fio banka a. s. nenabízí přímo běžný účet pro studenty. Nabízí všem klientům stejné podmínky při založení běžného účtu. Téměř všechny bankovní domy nabízí produkty pro studenty zcela zdarma.⁵⁸

Tab. č. 12 Výčet jednotlivých parametrů jednotlivých studentských účtů velkých bank⁵⁹

Banka	Název účtu	Vklad v měně účtu	Výběr z bankomatu v zahraničí	Příkaz k úhradě v rámci banky (internet)	Příkaz k úhradě do jiné banky (internet)	Příchozí platby (položky) z jiné banky	Inkaso
Česká spořitelna	Osobní účet ČS Student	0,- Kč	Bankomaty Erste Group: 6 Kč, ostatní bankomaty: 100	2,- Kč	2 + 2 Kč (clearing ČNB)	5 + 2 Kč (clearing ČNB)	5,- Kč
ČSOB	ČSOB Studentské konto	6,- Kč	80Kč + 0,5 %	0,- Kč	0,- Kč	0 Kč	6,- Kč
Komerční Banka	G2.2	0,-Kč	1 %, min. 100 Kč	4,- Kč	6,- Kč	2,- Kč	6,- Kč
UniCredit Bank	Cool konto pro mladé	15,-Kč	100Kč + 0,5 % z částky	2,- Kč	4,- Kč	0 Kč	3 /6,- Kč
Fio banka	Fio běžný účet bez poplatků	30,-Kč	80Kč + 0,5 %	0,- Kč	0,- Kč	0,- Kč	0,- Kč
Equa bank	Běžný účet	29,-Kč	9,- Kč	0,- Kč	0,- Kč	0,- Kč	0,- Kč

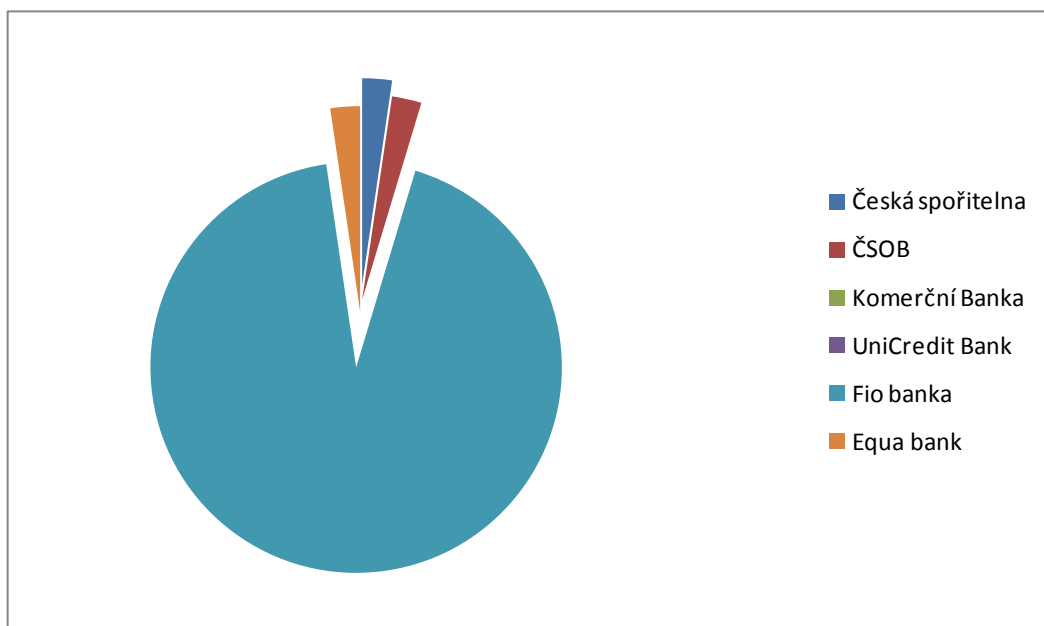
Pozn.: více o jednotlivých produktech najdete v příloze č. 1

⁵⁷ Vlastní zpracování autora podle interních podkladů jednotlivých bankovních institucí

⁵⁸ *Účty pro mladé* [online]. 2013 [cit. 2013-10-30]. Dostupné z: <<http://www.mesec.cz/bankovni-ucty/ucty-pro-mlade/>>

⁵⁹ Vlastní zpracování autora podle informací jednotlivých bank

Graf č. 2 Jednotlivé banky v porovnání úročení (p. a %) na běžném účtu ⁶⁰



Tab. č. 13 Úročení na běžných účtech jednotlivých bankovních domů ⁶¹

Česká spořitelna	0,01 %
ČSOB	0,01 %
Komerční Banka	0,00 %
UniCredit Bank	0,00 %
Fio banka	0,40 – 1,00%
Equa bank	0,01 %

Graf ukazuje, že Fio banka a. s. nabízí svým klientům nejvyšší úročení účtu a to až 1 % měsíčně. Nízkonákladové bankovní domy a velké bankovní instituce se od sebe odlišují v nabídkách běžných bankovních účtů tím, že velké bankovní domy sice nabízejí klientům drobné poplatky, ale pořídíme u nich vše v jedné instituci. Zatímco malé, nově vzniklé banky nabízejí nejvýhodnější nabídky, ale neposkytují klientům další běžné produkty, jako jsou například penzijní pojištění či stavební spoření. Všeobecně nízkonákladové banky, svým klientům neúčtují poplatky za vedení účtů. Naopak velké banky nabízejí klientům jistotu a zázemí silné banky.

⁶⁰ Vlastní zpracování autora podle interních podkladů jednotlivých bankovních institucí

⁶¹ Vlastní zpracování autora podle interních podkladů jednotlivých bankovních institucí

4.2 Analýza parametrů studentských úvěrů

Je všeobecně známo, že každé studium, je velmi finančně náročné. Náklady na pořízení školních pomůcek, ubytování, dojíždění a také někdy náklady na školné jsou nemalé. Každý student nemůže být rodiči podporován, a brigády často buď nejsou, nebo nestačí na pokrytí celkových výdajů. V takové chvíli se může hodit studentský úvěr nebo úvěry na studium. Ty mohou být někdy účelově zaměřené, na pokrytí nákladů souvisejících přímo se studiem, ale většinou tento důvod není podmínkou. Jde potom o klasický spotřebitelský úvěr. Banky stále rozšiřují svou nabídku služeb pro studenty. Vidí v nich totiž potenciál budoucích klientů.

4.2.1 Studentská půjčka od České spořitelny a. s.

Je hotovostní úvěr bez nutnosti prokazování účelu čerpaných prostředků. Podmínky pro jeho získání jsou: fyzická osoba starší 18-ti let s trvalým pobytem v České republice, studentům řádného denního studia na vysoké škole v ČR i v zahraničí, studentům navazujícího magisterského nebo interního doktorandského studia nebo studentům víceleté odborné školy v ČR i v zahraničí, studentům kombinovaného (dálkového) studia a studia MBA).

Výhody:

- zvýhodněná úroková sazba pevná po celou dobu splatnosti úvěru
- posouzení žádosti o úvěr je zdarma
- do částky 100 tis. Kč jsou úvěry poskytovány pouze se spoludlužnickým závazkem třetí osoby
- u studentů kombinovaného (dálkového) studia a studia MBA lze úvěr poskytnout i bez spoludlužnického závazku třetí osoby⁶²

Tab. č. 14 Základní parametry, sazby a poplatky úvěru od České spořitelny⁶³

Minimální výše úvěru (Kč)	30 000,-
Maximální výše úvěru (Kč)	300 000,-
Minimální doba splácení (měsíce)	12-120
Úroková sazba (% p.a.)	8,90
RPSN od (% p. a.)	12,09
Zpracování úvěru	zdarma
Vedení úvěru (měsíčně)	59 Kč

⁶² Česká spořitelna, *Studentská půjčka* [online]. 2013 [cit. 2013-11-01]. Dostupné z: <<http://student.finance.cz/finance-slevy/studentske-uvery/du7889-283-ceska-sporitelna-studentska-pujcka/>>

⁶³ Vlastní zpracování autora dle informací České spořitelny, a. s.

4.2.2 Kontokorent k Osobnímu účtu České spořitelny II pro mladé FRESH

Tento kontokorent je na dobu neurčitou, který umožňuje majiteli účtu čerpat prostředky na účtu až do smluvené výše úvěrového limitu. Podmínkami jsou: povinnost řádného denního studia středních škol, VOŠ a VŠ, a vedení účtu v režimu student, minimální věk 18 let, předložení potvrzení o prezenčním studiu, u zahraničních studentů povolení k trvalému pobytu.

Výhody:

- až 25 tis. Kč bez prokazování účelu čerpání prostředků
- poskytnutí kontokorentního úvěru - zdarma
- správa a vedení kontokorentního úvěru - zdarma
- opakované čerpání ⁶⁴

Tab. č. 15 Základní parametry, sazby a poplatky u kontokorentu⁶⁵

Maximální výše úvěru (Kč)	25 000
Splatnost kontokorentu	1 rok
Úroková sazba (% p. a.)	18,90
Zpracování úvěru	zdarma
Vedení úvěru (měsíčně)	zdarma

4.2.3 Povolené přečerpání Československé obchodní banky a. s. ke Studentskému účtu

Tato forma půjčky, povolené přečerpání umožní studentovi pokrýt nedostatek finančních prostředků, v době, kdy nejvíce potřebuje. Podmínky pro čerpání úvěru jsou: student ve věku 18-ti let, student denního studia VŠ/VOŠ nebo absolvent VŠ/VOŠ (diplom starý maximálně 1 rok), zřízení účet u ČSOB Studentské konto.

Výhody:

- úročena je pouze čerpaná částka (nečerpanou částku neplatíte) ⁶⁶

⁶⁴ Česká spořitelna, *Studentská půjčka* [online]. 2013 [cit. 2013-11-03]. Dostupné z: <<http://student.finance.cz/finance-slevy/studentske-uvery/du7889-286-ceska-sporitelna-kontokorent-k-osobnimu-uctu-cs-ii-fresh-uctu-/>>

⁶⁵ Vlastní zpracování autora

⁶⁶ Československá obchodní banka, *Studentské konto* [online]. 2013 [cit. 2013-11-03]. Dostupné z: <<http://student.finance.cz/finance-slevy/studentske-uvery/du7889-288-csob-povolene-precerpani-k-csob-studentskemu-kontu/>>

Tab. č. 16 Hlavní kritéria pro Povolené přečerpání ke studentskému účtu od ČSOB ⁶⁷

Maximální výše úvěru v korunách	20 000
Splatnost kontokorentu	12 měsíců
Úroková sazba v % p. a.	17,90
Zpracování úvěru	zdarma
Vedení úvěru (měsíčně)	zdarma

4.2.4 Úvěr Gaudeamus od Komerční banky a. s.

Tento úvěr může být buďto účelový, anebo bezúčelový. Student vysoké nebo vyšší odborné školy může úvěr využít na cokoliv, ostatní studenti pouze na úhradu školeného. Podmínkami jsou: občan ČR, který je studentem vysoké školy, vyšší odborné školy, střední školy v ČR nebo v zahraničí. Je výhradně pro osobní, nepodnikatelské potřeby (školné, počítač, učební pomůcky).

Výhody:

- zvýhodněná úroková sazba pevná po celou dobu splatnosti úvěru
- posouzení žádosti o úvěr je zdarma
- po dobu studia lze splácet sníženou splátkou
- do částky 100 tis. Kč jsou úvěry poskytovány pouze se spoludlužnickým závazkem třetí osoby, tj. bez ručitélského závazku či jiné formy zajištění
- u studentů kombinovaného (dálkového) studia a studia MBA lze úvěr poskytnout i bez spoludlužnického závazku třetí osoby ⁶⁸

Tab. č. 17 Hlavní měřítka, sazby a poplatky pro poskytnutí úvěru Gaudeamus ⁶⁹

Minimální výše úvěru v korunách českých	20 000
Maximální výše úvěru v korunách českých	600 000
Maximální doba splácení (měsíce)	120
Úroková sazba v % p. a.	7,05
Zpracování úvěru	zdarma
Vedení úvěru (měsíčně)	zdarma (od 1. 1.

⁶⁷ Vlastní zpracování podle informací Československé obchodní banky, a. s.

⁶⁸ *Komerční banka, Studentský úvěr* [online]. 2013 [cit. 2013-11-03]. Dostupné z: <<http://student.finance.cz/finance-slevy/studentske-uvery/du7889-284-komercni-banka-uver-gaudeamus/>>

⁶⁹ Vlastní zpracování autora podle informací Komerční banky, a. s.

4.2.5 Úvěr na notebook Apple od Komerční banky a. s.

Tento účelový úvěr je na úvěr Apple MacBook White 13“ a na další modely notebooků a iPadů 3G 64GB. Podmínky pro získání tohoto úvěru jsou velmi snadné a dosáhne na ně téměř každý student vysoké školy všech ročníků a typů studia.

Výhody:

- bez poplatků
- bez dokládání příjmů
- bez zajištění
- možnost volby ze čtyř balíčků
- možnost volby výše a počtu splátek⁷⁰

Tab. č. 18 Základní parametry, sazby a poplatky na úvěr na notebook Apple ⁷¹

Maximální výše úvěru v korunách českých	50 000
Minimální doba splácení (měsíce)	30-60
RPSN od % p. a.	15,40
Zpracování úvěru	zdarma
Vedení úvěru /měsíčně	zdarma

4.2.6 Povolený debet na kontě G2 a G2.2 od Komerční banky a. s.

Povolený debet na kontě je pro studenty, kteří potřebují dočasně přečerpat účet. Je pro studenty středních, vyšších či vysokých škol.

Výhody:

- trvale dostupná finanční rezerva
- okamžitě k dispozici pouhým výběrem z běžného účtu
- úvěr bez nutnosti zajištění
- povolený debet lze dle potřeby kombinovat s kreditní kartou pro studenty, výše celkového úvěrového limitu je vždy max. 20 000 Kč (limit debetu + limit karty) ⁷²

⁷⁰ Komerční banka, *Úvěr na notebook Apple* [online]. 2013 [cit. 2013-11-03]. Dostupné z: <<http://student.finance.cz/finance-slevy/studentske-uvery/du7889-285-komercni-banka-uver-na-notebook-apple/>>

⁷¹ Vlastní zpracování autora dle informací Komerční banky, a. s.

⁷² Komerční banka, *Povolený debet na kontě G2 a G2.2* [online]. 2013 [cit. 2013-11-03]. Dostupné z: <<http://student.finance.cz/finance-slevy/studentske-uvery/du7889-287-komercni-banka-povoleny-debet-na-konte-g2-a-g2-2/>>

Tab. č. 19 Základní údaje pro Povolený debet na kontě G2 a G2.2⁷³

Maximální výše úvěru v Kč	20 000
Splatnost kontokorentu ve dnech	30 nebo 180
Úroková sazba v % p. a.	12,00
Zpracování úvěru	zdarma
Vedení úvěru (měsíčně)	zdarma

4.2.7 Studentská půjčka od UniCredit Bank a. s.

Tato studentská půjčka je určena k financování potřeb studentů denního studia na vysokých, vyšších a jazykových školách ve věku od 18-30 let. Úvěr je účelový a je určen na financování studijních výdajů.

Výhody:

- žadatel o úvěr nemusí mít vlastní příjmy
- možnost odkladu splátek jistiny úvěru až na dobu po skončení studia⁷⁴

Tab. č. 20 Hlavní měřítko pro poskytnutí studentské půjčky od UniCredit Bank a. s.⁷⁵

Minimální výše úvěru v korunách českých	50 000,-
Maximální výše úvěru v korunách českých	150 000,-
Minimální doba splácení (měsíce)	12-120
Úroková sazba v % p. a.	10,30
Zpracování úvěru	zdarma
Vedení úvěru (měsíčně)	50 Kč

⁷³ Vlastní zpracování autora podle informací Komerční banky, a. s.

⁷⁴ UniCredit Bank, *Studentská půjčka* [online]. 2013 [cit. 2013-11-03]. Dostupné z: <<http://student.finance.cz/finance-slevy/studentske-uvery/du7889-290-unicredit-bank-studentska-pujcka/>>

⁷⁵ Vlastní zpracování autora podle informací UniCredit bank a. s.

4.2.8 Minutová půjčka na cokoliv od Equa bank a. s.

Pokud si klient zjedná půjčku od Equa bank a. s. je to pro něj velmi jednoduché, snadné a rychlé. Je to půjčka bez dodatečných podmínek splácení. Může být využita na cokoliv. Splátky si může student rozložit až na 7 let a peníze může mít již během jednoho jediného dne.

Výhody:

- Mimořádné splátky i předčasné splacení zdarma
- Peníze jsou k dispozici již za pár minut
- Bonus 1 000 Kč ke každé půjčce
- Jednoduché vyřízení pouze s jedním dokladem totožnosti

Tab. č. 21 Hlavní parametry pro poskytnutí Minutové půjčky od Equa bank a. s.⁷⁶

Minimální výše úvěru v českých korunách	30 000,-
Maximální výše úvěru v českých korunách	600 000,-
Splatnost kontokorentního úvěru v měsících	84
Úroková sazba v % p. a.	7,9
Zpracování úvěru	zdarma
Vedení úvěru (měsíčně)	zdarma

4.2.9 Kontokorentní úvěr od Fio banky a. s.

Tento typ úvěru je určený pro stávající klienty, kteří mají u Fio banky běžný účet. Kontokorent bude k účtu poskytnut až po posouzení žádosti klienta. Žádost je posuzována podle: bezproblémové aktivní historie ve Fio bance, alespoň dvouměsíčního příjmu, účtu do 50 000,- Kč bez ručitele, a úrok se počítá denně jen z čerpané částky.

Výhody:

- přečerpání až do částky 50 000,- Kč bez ručitele
- rychlé peníze na každodenní finanční problémy
- jednoduché vyřízení

⁷⁶ Vlastní zpracování autora podle informací Equa bank a. s.

Tab. č. 22 Nejdůležitější parametry pro poskytnutí kontokorentu od Fio banky a. s.⁷⁷

Minimální výše úvěru v českých korunách	5 000,-
Maximální výše úvěru v českých korunách	200 000,-
Splatnost kontokorentního úvěru ve dnech	365
Úroková sazba v % p. a.	8,3
Zpracování úvěru	zdarma
Vedení úvěru (měsíčně)	zdarma

4.3 Analýza parametrů studentských kreditních karet

Platební karty členíme na debetní a kreditní. Vezmeme-li v potaz debetní kartu, nejedná se o úvěr (pokud k účtu ke kterému je používána debetní karta není sjednán kontokorent). Debetní karta navazuje na běžný účet a čerpáme si vlastní peněžní prostředky. V opačném případě se jedná o karty kreditní, kdy čerpáme úvěr. Hlavní výhodou klienta kreditní karty je to, že nemusí dokládat příjem a z tohoto důvodu nabízejí některé banky kreditní karty také studentům.

Kreditní karta (kreditka) má úvěrový rámec, maximální výši úvěru, do kterého můžeme vybírat. Úrokové sazby u těchto karet jsou běžně vyšší než u kontokorentu a spotřebitelského úvěru. Hlavní výhodou na rozdíl od kontokorentu je, že finance jsou vedeny odděleně od účtu. Je zde stanoveno bezúročné období, do kterého je nutné úvěr splatit, jinak banka vyžaduje od klienta úroky. Obvyklé období pro splácení je kolem 40-55 dnů. To je velkou výhodou, protože v tuto dobu, vlastně využíváme peněz banky, aniž by po nás za to něco chtěla.⁷⁸ Majitel této karty je zvyhodněn tím, že nemusí dokládat příjem a proto některé banky nabízejí kreditní karty mimo jiné i studentům.

Tyto karty jsou studenty využívány velmi často. Lze z nich čerpat různé benefity, využívat toho, že kartou lze platit bez hotovosti na účtu, bezplatně využívat transakce, kdy v případě, že splátka proběhne v řádném termínu je toto používání kreditní karty bez úroku. Stále hrozí ale riziko, že pokud neuhradíme splátku ve stanoveném termínu, budeme platit velmi vysoké úroky.⁷⁹

⁷⁷ Vlastní zpracování autora podle informací od Fio banky a. s.

⁷⁸ KOCIÁNOVÁ, H. *Finanční gramotnost v kostce aneb co Vás neměl kdo naučit*. Ostrava, 2012, s. 22.

⁷⁹ TYL, T. *10 Způsobů, jak se (ne)nechat připravit o peníze*. Praha, 2013, s. 60.

4.3.1 Kreditní karta České spořitelny, a.s. Odměna⁸⁰

Tato kreditní karta České spořitelny je spojená s firmou Mastercard, karta je embosovaná a lze ji využívat bezkontaktně. Hlavní výhodou této kreditní karty je odměna. Odměna je vyplácena majiteli kreditní karty ve výši 1 % z každého nákupu, a může dosáhnout částky až 350,- měsíčně. Dále karta nabízí možnost využití programu partner a program sphere (získání slevy 30% ve vybraných obchodech). U této kreditní karty lze využít dlouhé bezúročné období ve výši 55 dnů. Cena této kreditní karty je 39,- Kč i pro studenty. Další údaje v níže uvedené tabulce.

Tab. č. 23 Kreditní karta Odměna od České spořitelny⁸¹

Cena kreditní karty odměna	39,-
Bezúročné období	Až 55 dnů
Úrok p. a.	23,9%
Minimální splátka	3,2% z čerpané částky

4.3.2 Kreditní karta Československé obchodní banky a. s. Standard⁸²

Československá obchodní banka spolupracuje se společností Mastercard a jejich kartu lze získat jako bezkontaktní a embosovanou. Úvěrový limit pro studenty je v rozmezí od 5 000,- Kč do 20 000,- Kč. Bezúročné období je 55 dnů. Výhodou této karty je pojištění zakoupeného zboží na 6 měsíců a prodloužení záruční doby o 1 rok. Poplatek za tuto kreditní kartu je nulový. Další údaje v níže uvedené tabulce.

Tab. č. 24 Kreditní karta Československé obchodní banky a. s. Standard⁸³

Cena kreditní karty	0,-
Bezúročné období	Až 55 dnů
Úrok p. a.	25%
Minimální splátka	5% z čerpané částky (minimálně 500,- Kč)

⁸⁰ *Kreditní karta Odměna - O produktu - Česká spořitelna* [online]. 2013 [cit. 2013-11-03]. Dostupné z: <<http://www.csas.cz/banka/nav/osobni-finance/kreditni-karta-odmena/o-produktu-d00018937>>

⁸¹ Vlastní zpracování autora

⁸² *ČSOB Kreditní karta Standard pro studenty* [online]. 2013 [cit. 2013-11-06]. Dostupné z: <<http://www.csob.cz/cz/Lide/Platebni-karty/Kreditni-karty/Stranky/Kreditni-karta-Standard-pro-studenty.aspx?redir=130801>>

⁸³ Vlastní zpracování autora podle Československé obchodní banky a. s.

4.3.3 Kreditní karta pro studenty od Komerční banky a. s.⁸⁴

Karta je určena pro majitele účtu G2. Studentům nabízí výběr mezi mezinárodní embosovanou kartou Visa elektron, Lady kartou nebo A kartou. Maximální možný limit k čerpání je u studenta vysoké školy nastaven na 20 000,- Kč. Bezúročné období je 45 dnů a poplatky za kartu jsou nulové, v případě obratu na kartě v minimální výši 1 500,- Kč měsíčně. Pokud karta není používána, je poplatek stanoven na 29,- Kč měsíčně. S touto kartou nejsou spojené žádné další výhody.

Tab. č. 25 Kreditní karta Komerční banky a. s.⁸⁵

Cena kreditní karty	29,-
Bezúročné období	Až 45 dnů
Úrok p.a.	19,9 %
Minimální splátka	1/10 čerpané částky+19,9% úrok

4.3.4 Kreditní karta UniCredit Bank a. s., Fio banka a. s. a Equa bank a. s.

UniCredit Bank a. s. a nově vzniklé banky Fio banka a. s. a Equa bank a. s. nemají v nabídce kreditní karty pro studenty. Je možné se domnívat, že hlavním důvodem, proč tomu tak není, je ten, že trh kreditních karet pro studenty je rizikový a pro banku v některých případech nemusí být ziskový.

V této kapitole byly charakterizovány jednotlivé studentské produkty, srovnání bylo nastíněno v čistém textu a pro přehlednost použito v tabulkách. V následující kapitole bude vybrán nejvýhodnější studentský bankovní produkt z každé ze skupin (účty, úvěry, kreditní karty).

⁸⁴ *Kreditní karta pro studenty - Komerční banka* [online]. 2013 [cit. 2013-11-06]. Dostupné z: <<http://www.kb.cz/cs/lide/mladez-a-studenti/kreditni-karta-pro-studenty.shtml>>

⁸⁵ Vlastní zpracování autora podle Komerční banky a. s.

5 Analýza a hodnocení konkurence na trhu studentských bankovních produktů

Tato kapitola bakalářské práce je zásadní pro tuto práci, neboť zde budou porovnány jednotlivé druhy účtů, půjček (kontokorentů) a kreditních karet pro studenty ve vybraných bankách a to pro dvě předem nadefinované situace.

Ke srovnání je vybráno šest bankovních domů, a to Česká spořitelna a. s., Československá obchodní banka a. s., Komerční banka a. s., UniCredit bank a. s., Fio banka a. s. a Equa bank a. s. Tyto bankovní domy byly zvoleny již na začátku bakalářské práce a to podle velikosti jednotlivých bank a podle sídla poboček v Příbrami z důvodu prospěšnosti studentům právě z tohoto města.

5.1 Parametry kalkulace

Kalkulace je připravena pro dvě odlišné situace:

Situace 1

Student studuje na soukromé vysoké škole v Praze. Bydlí v Příbrami.

- Celkový měsíční příjem: 6000,- od rodičů + 8000,- ostatní příjmy = **14 000,- Kč měsíčně**
- Celkové měsíční náklady = **11 750,- měsíčně**
- Cestovní náklady: 1 500,-
- Stravné: 4 500,- měsíčně
- Na stavební spoření: 800,- Kč měsíčně
- Na penzijní připojištění: 700,- Kč měsíčně
- Ubytování (kolej): 4000,- Kč platí přes internetové bankovníctví
- Paušální poplatek za telefon: 250,- Kč

Student poptává úvěr na školné. (4 850,-Kč, které musí platit každý měsíc)

- -půjčí si 150 000,- na osm let (96 měsíců), s nejvýhodnějším úrokem

Situace 2

Student studuje na státní vysoké škole v Praze. Bydlí v Praze.

- Celkový měsíční příjem: 16 000,- od rodičů = **16 000,- Kč měsíčně**

- Celkové měsíční náklady = **18 550,- měsíčně**
- Cestovní náklady: 1 000,-
- Stravné: 6000,- měsíčně
- Na stavební spoření: 800,- Kč měsíčně
- Na penzijní připojištění: 700,- Kč měsíčně
- Ubytování (nájem bytu): 5 500,- Kč platí přes internetové bankovníctví
- Paušální poplatek za telefon: 550,- Kč
- Ostatní náklady (oblečení, bary, restaurace, zábava): 4000,- Kč

Student měsíčně využívá kreditní kartu na doplnění hotovosti.

Cca 3000,- měsíčně. Hotovost pravidelně vrací každý měsíc na kreditní kartu v bezúročném období. Preferuje kreditní kartu s nejdelší časovou periodou a nejnižším úrokem.

5.2 Studentské účty

Z požadavků vyplývá, že studenti využívají tyto bankovní služby:

Situace 1

- vedení účtu
- 3× výběr z vlastního bankomatu
- 2× trvalý příkaz – stavební spoření a penzijní připojištění – dohromady 1500,- Kč
- platební karta s možností placení přes internet – 3 platby za měsíc u obchodníků (restaurace, supermarket) – do 4 500,- Kč
- 2× příchozí platba z jiné banky – 14 000,- Kč
- 3× odchozí platba do jiné banky – 6 299,- Kč

Metoda výpočtu = součet všech položek, které si banky účtují za jednotlivé operace

Tab. č. 26 Tabulka celkových měsíčních nákladů na vedení účtu u situace 1⁸⁶

Banka	Název účtu	Výpočet	Celkem měsíčně
Česká spořitelna	Osobní účet České spořitelny	$0+0+14+0+14+12=$	40,- Kč měsíčně
Komerční banka	Konto G2.2	$0+0+12+0+4+18=$	34,- Kč měsíčně
UniCredit bank	Cool konto pro mladé	$19+0+12+0+0+12=$	43,- Kč měsíčně
ČSOB	Studentské konto	$0+0+12+0+0+0=$	12,- Kč měsíčně
Equa bank	Běžný účet	$0+0+0+0+0+0=$	0,- Kč měsíčně
Fio bank	Fio osobní účet	$0+0+0+0+0+0=$	0,- Kč měsíčně

Situace 2

- vedení účtu
- 4× výběr z vlastního bankomatu
- 3× výběr z cizího bankomatu
- platební karta s možností placení přes internet – 10 plateb za měsíc u obchodníků (restaurace, bary, supermarket), dohromady 6 050,- Kč
- 1× měsíčně nákup oblečení v zahraničním e-shopu přes platební kartu – 4 000,- Kč
- 1× příchozí platba z jiné banky – 16 000,- Kč
- 3× odchozí platba do jiné banky – 7 550,- Kč

Tab. č. 27 Tabulka celkových měsíčních nákladů na vedení účtu u situace 2⁸⁷

Banka	Název účtu	Výpočet	Celkem měsíčně
Česká spořitelna	Osobní účet České spořitelny	$0+0+120+0+0+7+18=$	145,- Kč měsíčně
Komerční banka	Konto G2.2	$0+0+105+0+0+2+12=$	136,- Kč měsíčně
UniCredit bank	Cool konto pro mladé	$19+0+90+0+0+0+6=$	115,- Kč měsíčně
ČSOB	Studentské konto	$0+0+90+0+0+0+0=$	90,- Kč měsíčně
Equa bank	Běžný účet	$0+0+0+0+0+0+0=$	0,- Kč měsíčně
Fio bank	Fio osobní účet	$0+0+90+0+0+0+0=$	90,- Kč měsíčně

⁸⁶ Vlastní zpracování autora podle interních materiálů jednotlivých bankovních institucí

⁸⁷ Vlastní zpracování autora podle interních materiálů jednotlivých bankovních institucí

V situaci 1 je nejvýhodnějším běžným účtem Běžný účet od Equa bank a. s. a Fio osobní účet od Fio banky a. s. Obě tyto banky nabízejí klientům nulovou cenu za běžné služby a za měsíční vedení běžného účtu. U situace č. 2 je pro studenta nejvýhodnější využít běžný účet od Equa bank a. s. s nulovým poplatkem za vedení.

Nevýhodou malých bankovních institucí je malé množství zřízených poboček a bankomatů. Také v případě zájmu studentů o zřízení například penzijního připojištění, musí vyhledat jinou banku, která jim je schopna tento produkt poskytnout.

5.3 Studentské úvěry

Studentům, kteří mají finanční problémy, banky nabízejí několik možných variant. Česká spořitelna a. s. nabízí studentskou půjčku a kontokorent k osobnímu účtu. Československá obchodní banka a. s. navrhuje studentům řešit situaci pomocí povoleného přečerpání. Komerční banka a. s. svým studentským klientům poskytuje úvěr Gaudeamus, úvěr na notebook, či povolený debet. UniCredit bank a. s. má pro studenty připravenou studentskou půjčku. Následující tabulka ukazuje maximální výši jednotlivých úvěrů a úrokových sazeb k výše jmenovaným produktům.

Tab. č. 28 Porovnání jednotlivých úvěrů podle maximální výše úvěru a úrokové sazby⁸⁸

Banka	Název úvěru / kontokorentu	Maximální výše úvěru	Úroková sazba (% p.a.)
Česká spořitelna	Půjčka na studium pro studenty vysokých škol	300 000 Kč	8,9
Česká spořitelna	Kontokorent k Osobnímu účtu ČS Student	25 000 Kč	18,9
ČSOB	Povolené přečerpání k ČSOB Studentskému kontu Plus	20 000 Kč	17,9
Komerční banka	Úvěr Gaudeamus	600 000 Kč	7,05
Komerční banka	Úvěr na notebook Apple	50 000 Kč	12,60 (RPSN)
Komerční banka	KB povolený debet pro studenty	20 000 Kč	12
UniCredit Bank	Studentská půjčka	150 000 Kč	10,3
Fio banka	Kontokorentní úvěr od Fio banky	200 000 Kč	8,3
Equq bank	Minutová půjčka na cokoliv od Equa bank	600 000 Kč	7,9

⁸⁸ Vlastní použití autora podle informací jednotlivých bank

Z výše uvedené tabulky je patrné, že nejvýhodnější úvěr pro studenty je úvěr nabízený Komerční bankou (Gaudeamus). Druhým nejvýhodnějším úvěrem je Minutová půjčka od Equa bank a. s. až na částku 600 000,- Kč.

Pro přehlednost je uvedena další tabulka, která představuje jednotlivé druhy půjček, délku jejich splatnosti, poplatky za zpracování a vedení úvěrů.

Tab. č. 29 Porovnání splatnosti úvěrů, zpracování a vedení ⁸⁹

Banka	Název půjčky	Splatnost půjčky/konto korentu (měsíce)	Zpracování úvěru	Vedení úvěru (měsíčně)
Česká spořitelna	Studentská půjčka	12-120	Zdarma	59,00 Kč
Česká spořitelna	Kontokorent k os. Účtu	12	Zdarma	Zdarma
ČSOB	Povolené přečerpán k Studentskému účtu	12	Zdarma	Zdarma
Komerční banka	Úvěr Gaudeamus	120	Zdarma	Zdarma
Komerční banka	Úvěr na notebook Apple	30-60	Zdarma	Zdarma
Komerční banka	Povolený debet na kontě G2 a G2.2	1 až 6	Zdarma	Zdarma
UniCredit Bank	Studentská půjčka	12-120	Zdarma	50,00 Kč
Fio banka	Kontokorentní úvěr	12	Zdarma	Zdarma
Equa bank	Minutová půjčka na cokoliv	84	Zdarma	Zdarma

U všech bankovních institucí je možnost splacení kapitálu až po dokončení studia (vyjma úvěru na notebook od KB). Během studia musí ale klient platit alespoň část úroku. Krátkodobé splatnosti úvěru jsou v délce jednoho roku, dlouhodobé splatnosti až na dobu 10 let. Za vedení úvěru zaplatíme nejvíce měsíčně částku 59,- Kč u České spořitelny a u UniCredit Bank částku 50,- Kč měsíčně, což je dost finančně nevýhodné.

Úvěr požaduje jen student v situaci 1, níže přiložená tabulka provádí kalkulaci jeho nákladů na úvěr u Komerční banky a. s., která je pro něj nejvýhodnější a porovnává tuto volbu s kalkulací pro úvěr od UniCredit bank a. s., který by byl pro něj nejdražší. Analýza je provedena metodou čisté současné hodnoty nákladů na úvěr studentem vynaložený.

⁸⁹ Vlastní zpracování autora podle informací jednotlivých bank

Anuita je splátka úvěru, jejíž výše se v průběhu času nemění. Anuita se skládá ze dvou částí - splátky jistiny a úroků. Poměr mezi úroky a jistinou je nejvyšší na počátku splácení a postupně se snižuje. Pro výpočet anuity (splátky) je použita následující metodika:⁹⁰

$$S = U \cdot \frac{q^n (q - 1)}{q^n - 1}$$

S – anuitní splátka

U – půjčená částka

q = 1 + úroková míra za časovou jednotku

n – počet období (čas)

Tab. č. 30 Tabulka výpočtu úroku a úmoru úvěru *Gaudeamus*⁹¹

Rok	Měsíc	Počáteční hodnota	ÚROK	ÚMOR	Konečná hodnota
1	1	150 000 Kč	882 Kč	1 167 Kč	148 833 Kč
1	12	136 774 Kč	804 Kč	1 245 Kč	135 529 Kč
2	1	135 529 Kč	797 Kč	1 252 Kč	134 276 Kč
2	12	121 339 Kč	713 Kč	1 336 Kč	120 004 Kč
3	1	120 004 Kč	705 Kč	1 344 Kč	118 660 Kč
3	12	104 780 Kč	616 Kč	1 433 Kč	103 347 Kč
4	1	103 347 Kč	607 Kč	1 442 Kč	101 906 Kč
4	12	87 015 Kč	511 Kč	1 538 Kč	85 477 Kč
5	1	85 477 Kč	502 Kč	1 547 Kč	83 931 Kč
5	12	67 955 Kč	399 Kč	1 650 Kč	66 306 Kč
6	1	66 306 Kč	390 Kč	1 659 Kč	64 647 Kč
6	12	47 507 Kč	279 Kč	1 770 Kč	45 738 Kč
7	1	45 738 Kč	269 Kč	1 780 Kč	43 957 Kč
7	12	25 570 Kč	150 Kč	1 899 Kč	23 671 Kč
8	1	23 671 Kč	139 Kč	1 910 Kč	21 761 Kč
8	12	2 034 Kč	12 Kč	2 034 Kč	0 Kč

⁹⁰ *Anuita - Algoritmy.net* [online]. 2013 [cit. 2013-17-11]. Dostupné z: <<http://www.algoritmy.net/article/123/Anuita>>

⁹¹ Vlastní zpracování autora

VÝPOČET:

$$n = 8 \cdot 12 = 96$$

$$q = 1 + \frac{0,0705}{12} = 1,005875$$

$$S = 150000 \cdot \frac{1,005875^{96} \cdot (1,005875 - 1)}{1,005875^{96} - 1} = 2049,-Kč$$

Měsíční splátka za půjčku od Komerční banky a. s. úvěru Gaudeamus bude 2 049,- Kč.

Shrnutí:

Měsíční příjem: **14 000,- Kč**

Měsíční výdaje: 11 750,- Kč + měsíční splátka 2 049,- Kč = **13 799,- Kč**

Studentovi v situaci 1 zbývá, i s měsíční splátkou úvěru na studium, měsíčně 201,- Kč (finanční rezerva).

VÝPOČET STUDENTSKÉ PŮJČKY OD UNICREDIT BANK A. S.

VÝPOČET:

$$n = 8 \cdot 12 = 96$$

$$q = 1 + \frac{0,103}{12} = 1,008583$$

$$S = 150000 \cdot \frac{1,008583^{96} \cdot (1,008583 - 1)}{1,008583^{96} - 1} = 2300,-Kč$$

2 300,- Kč + 50,- Kč poplatek za vedení úvěru = 2 350,- měsíční splátka

Tab. č. 31 Srovnávací tabulka úvěrů⁹²

Banka	Komerční banka a. s.	UniCredit bank a. s.	Rozdíl
Název půjčky	ÚVĚR GAUDEAMUS	STUDENSKÁ PŮJČKA	
Rok	Celková výše úvěru za rok	Celková výše úvěru za rok	
1. rok	10 113 Kč	14 860 Kč	4 747 Kč
2. rok	9 059 Kč	13 484 Kč	4 425 Kč
3. rok	7 929 Kč	11 960 Kč	4 031 Kč
4. rok	6 716 Kč	10 271 Kč	3 555 Kč
5. rok	5 413 Kč	8 399 Kč	2 986 Kč
6. rok	4 018 Kč	6 323 Kč	2 305 Kč
7. rok	2 520 Kč	4 026 Kč	1 506 Kč
8. rok	914 Kč	1 479 Kč	565 Kč
Celkem	46 682 Kč	70 802 Kč	24 120 Kč

⁹² Vlastní zpracování autora

Z výše uvedené tabulky je patrné, že roční úspora úroků zaplacených v prvním roce splácení je u úvěru Gaudeamus od Komerční banky a. s. o 4 747,- Kč nižší než u Studentské půjčky od UniCredit bank a. s. Dále také z tabulky vyplývá, že celkový úrok, který zaplatí student za úvěr Gaudeamus je o 24 120,- Kč nižší než zaplatí u Studentské půjčky. Z toho jednoznačně vyplývá, jak je důležité sledovat nabídky jednotlivých bank a na základě toho, vyhodnotit nejvýhodnější variantu úvěru. Jak tabulka ukazuje, může být rozdíl zaplacených úroků značný.

Je nutné si uvědomit, že podmínkou k získání úvěru Gaudeamus je zřízení běžného účtu Konta G2.2 od Komerční banky a. s. a platba splátek vždy z tohoto účtu, kdy zřízení a vedení účtu je pro studenty do 26 ti let zdarma a dalším výdajem je poplatek za provedení splátky trvalým příkazem ve výši 6,- Kč měsíčně. Založení běžného účtu není u Studentské půjčky od UniCredit bank a. s. podmínkou.

5.4 Kreditní karty pro studenty

Pro porovnání jednotlivých kreditních karet pro studenty uvádím jednoduchou tabulku, kde jsou zvolena jednotlivá kritéria a to, cena kreditní karty, kterou musí klient zaplatit, dále je to bezúročné období, pak samozřejmě úrok, který platíme za překročení částky a minimální výši splátky.

Tab. č. 32 Kreditní karty pro studenty – přehled⁹³

Banka	Cena kreditní karty měsíčně	Bezúročné období	Úrok p.a.	Minimální splátka
Česká spořitelna	39,00 Kč	Až 55 dnů	23,90%	3,2% z čerpané částky
ČSOB	Zdarma	Až 55 dnů	25,00%	5% z čerpané částky min. 500,-
Komerční banky	29,00 Kč	Až 45 dnů	19,90%	1/10 čerpané částky +19,9 % úrok
UniCredit Bank	Nenabízí kreditní kartu bez doložení příjmu			
Equa bank	Nenabízí kreditní kartu bez doložení příjmu			
Fio banka	Nenabízí kreditní kartu bez doložení příjmu			

⁹³ Vlastní zpracování autora

V následující tabulce je znázorněn výpočet měsíčních poplatků v případě nedodržení splátek v bezúročném období. Měsíční ceny kreditních karet u jednotlivých bankovních institucí jsou následující:

Tab. č. 33 Celkové vyhodnocení cen kreditních karet⁹⁴

Banka	Název karty	Roční úrok	Výpočet: Přečerpaná částka x úrok + poplatek za kartu	Celkem měsíčně
Česká spořitelna	Odměna	23,9 %	$3\,000 \times 1,99 = 59,7 + 9,-$	68,70 Kč
Československá obchodní banka	Standard	25 %	$3\,000 \times 2,08 = 62,4 + 0,-$	62,40 Kč
Komerční banka	Kreditní karta pro studenty	19,9 %	$3\,000 \times 1,65 = 49,5 + 0,-$	49,50 Kč

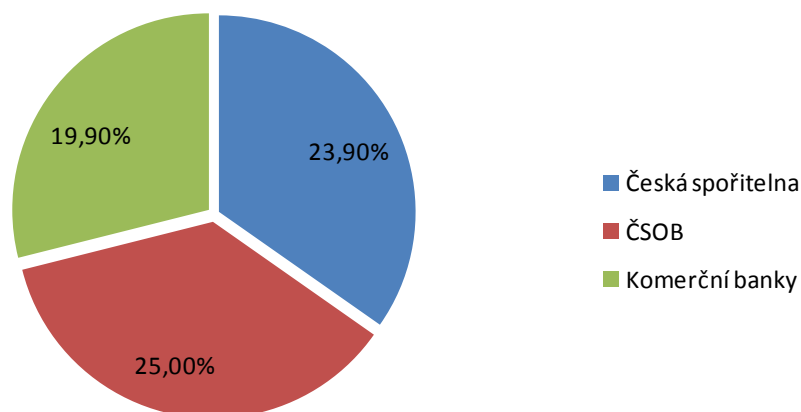
Hodnocení výhodnosti pro situaci 2. Pokud student bude splácet vždy v bezúročném období, je pro něj nejvýhodnější Kreditní karta Standard od Československé obchodní banky a. s., která nabízí v bezúročném období 55 dnů tuto kartu zdarma. Student získá k této kartě i pojištění zakoupeného zboží na 6 měsíců a prodloužení záruční doby o 1 rok. Druhá v pořadí je Kreditní karta pro studenty od Komerční banky a. s., za kterou student zaplatí částku 29,- Kč měsíčně v bezúročném období 45 dnů. Nejdražší kreditní kartu Odměna nabízí Česká spořitelna a. s., za kterou student zaplatí měsíčně 39,-Kč i když splátku uhradí v bezúročném období 55 dnů.

V případě, že student nestihne splácet v bezúročném období je pro něj nejvýhodnější Kreditní karta pro studenty od Komerční banky a. s., kdy při čerpání částky 3 000,- Kč zaplatí za tuto kreditní kartu 49,50 Kč měsíčně se započtením ročního úroku 19,9 %. Druhou nejvýhodnější je Kreditní karta Standard od Československé obchodní banky a. s., za kterou za daných podmínek klient zaplatí 62,40 Kč, s ročním úrokem 25 %. Nejméně výhodná, je i v této situaci Kreditní karta Odměna od České spořitelny a. s., za kterou student zaplatí 68,70 Kč, s úrokem 23,9 %.

⁹⁴ Vlastní zpracování autora

Graf č. 3 Porovnání jednotlivých bankovních domů podle úroku za kreditní karty⁹⁵

Porovnání úroku kreditních karet



Z grafu je patrné, že nejnižší úrok u představených kreditních karet má Komerční banka a. s. a proto se tato karta jeví pro studenty jako nejvýhodnější a nejlepší. Také 45 dní bezúročného období většinou studentům postačí k zaplacení krátkodobých poplatků.

5.5 Závěrečná analýza shrnutí bank

Na závěr této kapitoly je možné konstatovat, že nejvýhodnějším účtem pro studenty je Běžný účet od Equa Bank a. s., nejvýhodnějším úvěrem je úvěr Gaudeamus od Komerční banky a. s. a nejlepší nabízenou kreditní kartou je v případě uhrazení splátky v bezúročném období Kreditní karta Standard od Československé obchodní banky a. s. a pro případ, že k úhradě splátky v bezúročném období nedojde je nejvýhodnější Kreditní karta pro studenty od Komerční banky a. s.

Na základně těchto informací lze provést i další jednotlivé závěry:

Telefonické informace k bakalářské práci byly poskytnuty jednotlivými bankami s ochotou, na dotazy odpověděly ihned. Dle vlastních zkušeností a na základě jednání

⁹⁵ Vlastní zpracování autora

s jednotlivými bankami nelze vyhodnotit jen jednu z nich jako nejlepší. Všechny banky byly ochotny poskytnout informace a pro je bakalářská práce hodnotí kladně.

Z hlediska přístupu ke klientovi a nabízených produktů hodnotí bakalářská práce jako nejlepší Komerční banku a. s., na druhém místě Československá obchodní banka a. s.

Z hlediska cen nabízených produktů hodnotí bakalářská práce jako nejlevnější banku Equa Bank a. s. a jako druhou v pořadí Fio banka a. s. s tím, že tyto banky nenabízejí klientům široký sortiment produktů.

Byla tak potvrzena hypotéza, že nízkonákladové banky v České republice nabízejí všem klientům stejné podmínky při poskytování jednotlivých produktů a ty jsou daleko výhodnější než široká nabídka produktů bank, již existujících.

ZÁVĚR

Bakalářská práce na téma Hodnocení konkurence na trhu studentských bankovních produktů byla zaměřena na zhodnocení konkurence na českém bankovním trhu a produkty bankovních institucí.

Cílem bakalářské práce bylo představit studentské bankovní produkty v jednotlivých bankovních institucích a zhodnotit konkurenci na trhu studentských produktů. Hlavním tématem bylo zjistit, které z bankovních institucí jsou pro studenty nejvýhodnější svými produkty (účty, půjčky, kreditní karty). Dílčím cílem bylo verifikovat stanovenou hypotézu, že nízkonákladové bankovní instituce v České republice nabízejí všem klientům stejné podmínky, které jsou v jejich případě téměř nulové.

Metody zpracování bakalářské práce, které byly zvoleny, se opíraly o rozbor odborné literatury. A dále zpracováním interních informací jednotlivých bankovních institucí. Praktická část zahrnovala porovnání a vyhodnocení dat od peněžních ústavů.

Ukázalo se, že pro srovnání studentských bankovních produktů je důležité si uvědomit, v jaké ekonomické situaci se student nachází, na jaké úrovni jsou jeho příjmy, výdaje, jak zvažuje kam a za co investovat, a kam nikoliv. Toto se logicky dotýká i investování do vzdělání. Z toho vycházejí nabídky jednotlivých bank, které nabízejí širokou škálu studentských bankovních produktů a ty se v krátkém časovém období přizpůsobují novým trendům na trhu. V ekonomické krizi je pro studenty důležité sledovat jednotlivé nabídky, které jim banky poskytují a z těchto nabídek vybrat ty nejvýhodnější.

Hlavním cílem této bakalářské práce bylo analyzovat a zhodnotit nabídky bankovních institucí, konkrétně České spořitelny a.s., Komerční banky a. s., Československé obchodní banky a. s. a UniCredit Bank a. s. a dále nízkonákladových bank, Equa Bank a. s. a Fio banky a. s. Byly porovnány jednotlivé nabídky uvedených bankovních domů a vybrány nejvýhodnější produkty pro studenty, dle specifikovaných kategorií (účty, úvěry, kreditní karty). Na konkrétních příkladech byl potvrzen předpoklad, že nabídky produktů, služeb nízkonákladových bank konkrétně Equa Bank a. s. a Fio banky a. s. jsou nulové. Tímto byla potvrzena hypotéza, že nízkonákladové banky v České republice nabízejí všem klientům stejné podmínky při poskytování

jednotlivých produktů a ty jsou daleko výhodnější než široká nabídka produktů bank, již existujících.

Obecně se banky dívají na studenty jako na potencialní klienty, kteří budou využívat nabízené služby banky i po svém studiu a tímto jim přinášet větší zisky. Ve většině případů lze uvést, že rodiče jako klienti jimi zvolené banky, jsou také vzorem pro své děti a ty pak stejně jako rodiče využívají služby téže banky.

Segment Mládež a studenti na Českém trhu nabízí Česká spořitelna a. s., Komerční banka a. s. a Československá obchodní banka a. s. Oproti tomu nízkonákladové banky Equa bank a. s. a Fio banka a. s. se na studentský segment nezaměřují. Všem svým klientům nabízejí stejné podmínky pro sjednání produktů.

V příkladových situacích bylo zjištěno, že nejvýhodnějším běžným účtem s nulovým poplatkem je účet nabízený nízkonákladovou bankou Equa bank a. s. Další výhodný běžný účet nabízí Fio banka a. s. s platbami pouze za výběry z cizích bankomatů. Na třetí místo se řadí Studentské konto Plus Československé obchodní banky a. s. s poplatky pouze za výběry z cizích bankomatů a za odchozí platby.

Srovnání půjček pro studenty ukázalo, že nejvýhodnějším úvěrem na studium je úvěr Gaudeamus od Komerční banky a. s. s ročním úrokem 7,05 %. Tento byl porovnán s nejméně výhodnou Studentskou půjčkou od UniCredit bank a. s. úročenou 10,3 % ročně, a srovnáním bylo zjištěno, že rozdíl v platbě celkových úroků těchto úvěrů je 24 120,- Kč.

Srovnáním nabídek kreditních karet pro studenty byla vyhodnocena jako nejvýhodnější bezplatná Kreditní karta Standard od Československé obchodní banky a. s. s dodržením splátek v bezúročném období 55 dnů. Další nejvýhodnější Kreditní kartu pro studenty při nedodržení splátek v bezúročném období 45 dnů nabízí Komerční banka a. s. s měsíčním úrokem 19,9 %. Jako nejméně výhodná kreditní karta se jeví Kreditní karta Odměna nabízená Českou spořitelnou a. s., s měsíčním poplatkem za vedení 39,- Kč a úrokem při nedodržení bezúročného období 55 dnů ve výši 23,9 %.

Cíle bakalářské práce byly naplněny, při snaze rozdělit teoretickou a praktickou část úměrně dle metodiky, kdy jednotlivé rozdělení kapitol na sebe racionálně navazuje. Při zpracování bakalářské práce, bylo dospěno k závěru, že nejdůležitějším přínosem studentských bankovních produktů je usnadnění možnosti studia širšímu okruhu zájemců o studia a to v tom smyslu, že díky těmto bankovním produktům mohou

studovat i mladí lidé, kteří nemají dostatek finančních prostředků. Díky těmto produktům si mohou vybírat studium, jak na státních, tak i na soukromých vysokých školách, kdy zejména studium na soukromých vysokých školách je velmi finančně náročné.

Jako jeden z dalších kladů bankovních produktů pro studenty lze uvést možnost splácení půjček na studia až po ukončení samotného studia, tedy v době, kdy absolvent vysoké školy již nastoupil do zaměstnání a tuto půjčku splácí ze své pravidelné měsíční mzdy. Výhodou v pozdějším splácení půjčky je to, že případné finanční prostředky, které si student vydělá během svých studií, může použít na nákup kvalitnějších studijních pomůcek, na placení ubytování na koleji, dopravy či stravování.

Na závěr lze konstatovat, že téma této bakalářské práce bylo velmi zajímavé a přínosné i pro moji současnou životní situaci. Otázka správné volby bankovní instituce a jí nabízených produktů mě vedla k zamyšlení.

SEZNAM POUŽITÝCH ZDROJŮ

Literární zdroje

1. ČICHOVSKÝ, L. *Marketing konkurenceschopnosti*. vyd. 1. Praha : Radix spol. s. r. o., 2002. 270 s. ISBN 80-86031-35-7.
2. HARTLOVÁ, V. a kol. *Bankovníctví pro střední školy a veřejnost*. 1.vyd. Praha : Fortuna, 2004. 199 s. ISBN 80-7168-900-9.
3. JANDA, J. *Josef. Spořit nebo investovat?* 1.vyd. Praha : Grada Publishing, a. s. 2011. 165 s. ISBN 978-80-247-3670-9.
4. KAŠPAROVSKÁ, V. a kol. *Řízení obchodních bank*. 1. vyd. Praha : C. H. Beck 2006. 339 s. ISBN 80-7179-381-7.
5. KAFTAN, M. *New English in Economics* 1st Free Prague : Karolinum, 2010. 274 s. ISBN 978-802461-807-4.
6. KOCIÁNOVÁ, H. *Finanční gramotnost v kostce aneb co Vás neměl kdo naučit*. Ostrava : ANAG, 2012. 151 s. ISBN 978-80-7263-767-6.
7. KOUDELKA, J. *Segmentujeme spotřební trhy*. 1. vyd. Praha : Professional Publishing 2005. 145 s. ISBN 80-86419-76-2.
8. MEFFERT, H.: *Marketing management*. Praha : Grada Publishing 1996. 406 s. ISBN 80-7169-329-4.
9. PAVELKA, František; BARDOVÁ, Dagmar; OPLTOVÁ, Radka. *Úvěrové obchody*. Praha : Bankovní institut vysoká škola, 2002. 279 s. ISBN 80-7265- 037-8.
10. POLOUČEK, S. a kol. *Peníze, banky, finanční trhy*. 1. vyd. Praha : C. H. Beck, 2009. Str. 267. ISBN 978-80-7400-152-9.
11. PORTER, M. E. *Competitive strategy: techniques for analyzing industries and competitors : with a new introduction*. 1st Free Press ed. New York : Free Press, 1998. 396 s. ISBN 978-0-684-84148-9.
12. PORTER, M. *Jasně a srozumitelně. O konkurenci a strategii*. 1. vyd. Praha : Management Press, s. r. o., 2012. 231 s. ISBN 978-80-7261-251-2.

13. STANISLAV POLOUČEK A KOL. *Bankovníctví*. 1. vyd. Praha : C.H. Beck, 2006. 716 s. ISBN 80-7179-462-7.
14. TYL, T. *10 Způsobů, jak se (ne)nechat připravit o peníze*. 1. vyd. Praha: GRADA Publishing, a. s. 2013. 222 s. ISBN 978-80-247-4467-4.
15. ŽÁK M. a kol. *Velký ekonomický encyklopedie*. Praha : Linde, 2002. 277 s. ISBN 978-80-247-1593-3.

Elektronické zdroje

1. *Anuita* - *Algoritmy.net* [online]. 2013 [cit. 2013-17-11]. Dostupné z: <<http://www.algoritmy.net/article/123/Anuita>>
2. *Česká národní banka - Česká národní banka* [online] 2003-2013 [cit. 2013-06-12]. Dostupné z: <<http://www.cnb.cz/cs/index.html>>
3. *Česká spořitelna - Profil a přehled produktů* [online]. 2013 [cit. 2013-06-14]. Dostupné z: <http://www.banky.cz/ceska-sporitelna>
4. *Česká spořitelna, Studentská půjčka* [online]. 2013 [cit. 2013-11-01]. Dostupné z: <<http://student.finance.cz/finance-slevy/studentske-uvery/du7889-283-ceska-sporitelna-studentska-pujcka/>>
5. *Česká spořitelna, Studentská půjčka* [online]. 2013 [cit. 2013-11-03]. Dostupné z: <<http://student.finance.cz/finance-slevy/studentske-uvery/du7889-286-ceska-sporitelna-kontokorent-k-osobnimu-uctu-cs-ii-fresh-uctu-/>>
6. *Československá obchodní banka - Profil a přehled produktů* [online]. 2013 [cit. 2013-06-14]. Dostupné z: <http://www.banky.cz/csob>
7. *Československá obchodní banka, Studentské konto* [online]. 2013 [cit. 2013-11-03]. Dostupné z: <<http://student.finance.cz/finance-slevy/studentske-uvery/du7889-288-csob-povolene-precerpani-k-csob-studentskemu-kontu/>>
8. *ČSOB Kreditní karta Standard pro studenty* [online]. 2013 [cit. 2013-11-06]. Dostupné z: <<http://www.csob.cz/cz/Lide/Platebni-karty/Kreditni-karty/Stranky/Kreditni-karta-Standard-pro-studenty.aspx?redir=130801>>
9. *Equa bank - Pár slov o Equa bank* [online]. 2013 [cit. 2013-06-17]. Dostupné z: <<http://www.equabank.cz/o-nas/>>
10. *Informace o bankách - Finparáda* [online]. 2013 [cit. 2013-06-15]. Dostupné z: <http://www.finparada.cz/BankyPojistovny_Parametry.aspx?T=B>
11. KAMILA, O. *Srovnání nízkonákladových bank* [online] 2013 [cit. 2013-06-12] Dostupné z <<http://finexpert.e15.cz/srovnani-nizkonakladovych-bank>>

12. *Komerční banka - Profil a přehled produktů* [online]. 2013 [cit. 2013-06-14]. Dostupné z: <http://www.banky.cz/komerčni-banka>
13. *Komerční banka, Povolený debet na kontě G2 a G2.2* [online]. 2013 [cit. 2013-11-03]. Dostupné z: <http://student.finance.cz/finance-slevy/studentske-uvery/du7889-287-komerčni-banka-povoleny-debet-na-konte-g2-a-g2-2/>
14. *Komerční banka, Studentský úvěr* [online]. 2013 [cit. 2013-11-03]. Dostupné z: <http://student.finance.cz/finance-slevy/studentske-uvery/du7889-284-komerčni-banka-uver-gaudeamus/>
15. *Komerční banka, Úvěr na notebook Apple* [online]. 2013 [cit. 2013-11-03]. Dostupné z: <http://student.finance.cz/finance-slevy/studentske-uvery/du7889-285-komerčni-banka-uver-na-notebook-apple/>
16. *Konkurenční strategie* [online] 2013 [cit. 2013-04-28]. Dostupné z WWW: <http://www.scribube.com/limba/ceha-slovaca/Konkurenn-strategie2026212323.php>
17. *Kreditní karta Odměna - O produktu - Česká spořitelna* [online]. 2013 [cit. 2013-11-03]. Dostupné z: <http://www.csas.cz/banka/nav/osobni-finance/kreditni-karta-odmena/o-produktu-d00018937>
18. *Kreditní karta pro studenty - Komerční banka* [online]. 2013 [cit. 2013-11-06]. Dostupné z: <http://www.kb.cz/cs/lide/mladez-a-studenti/kreditni-karta-pro-studenty.shtml>
19. *MFÓRUM* [online]. 2013 [cit. 2013-06-15]. Dostupné z: <http://www.mbank.cz/forum/read.html?f=1&cat=21&i=228314&t=214254>
20. MICHAL, B. *Zlatá Koruna vybrala nejlepší bankovní produkty tohoto roku* [online]. 2013 [cit. 2013-06-12] Dostupné z <http://www.finparada.cz/1470-Zlata-koruna-2013.aspx?ID=1470>
21. MICHAL, M. *Studie se zaměřila na konkurenceschopnost českých bank* [online]. 2013 [cit. 2013-06-16] Dostupné z <http://www.finparada.cz/1470-Zlata-koruna-2013.aspx?ID=1470>
22. *O společnosti, informace* [online]. 2013 [cit. 2013-06-17]. Dostupné z: <http://www.fio.cz/o-nas/fio-banka/o-fio>
23. *Seznam bank* [online]. 2013 [cit. 2013-06-12]. Dostupné z: <http://www.banky.cz/prehled-bank>
24. *Studentský účet: který je pro vás nejvýhodnější?* [online]. 2013 [cit. 2013-10-30]. Dostupné z: <http://www.vysokeskoly.cz/clanek/studentske-ucty-posud-a-srovnej>

25. TOMŠÍK, V. *Banky nejsou zlé, vydělávat musejí - Česká národní banka* [online]. Praha : ČNB, 2013 [cit. 2013-10-31] Dostupné z WWW:<http://www.cnb.cz/cs/verejnost/pro_media/clanky_rozhovory/media_2013/cl_13_130408_tomsik_hn.html>
26. *Účty pro mladé* [online]. 2013 [cit. 2013-10-30]. Dostupné z: <<http://www.mesec.cz/bankovni-ucty/ucty-pro-mlade/>>
27. *UniCredit bank - Profil a přehled produktů* [online]. 2013 [cit. 2013-06-14]. Dostupné z: <http://www.banky.cz/unicredit-bank>
28. *UniCredit Bank, Studentská půjčka* [online]. 2013 [cit. 2013-11-03]. Dostupné z: <<http://student.finance.cz/finance-slevy/studentske-uvery/du7889-290-unicredit-bank-studentska-pujcka/>>
29. *Zákon o bankách* [online] 1992 [cit. 2013-04-28]. Dostupné z WWW: <http://zakony.centrum.cz/zakon-o-bankach/cast-1>

Ostatní zdroje

Poznámky z přednášek od Ing. Jiřího Duška, Ph.D

Interní zdroje jednotlivých bankovních domů

SEZNAM TABULEK, OBRÁZKŮ, GRAFŮ

Tab. č. 1 Počty poboček a vlastních bankomatů jednotlivých bankovních domů

Tab. č. 2 Jednotlivé bankovní instituce a jejich počty zaměstnanců

Tab. č. 3 Banky a jejich produkty

Tab. č. 4 Počty klientů, poboček, bankomatů ve vybraných bankovních institucích

Tab. č. 5 Základní informace o vybraných bankách srovnány dle bilanční sumy od největší

Tab. č. 6 Základní parametry k Osobnímu účtu České spořitelny II pro mladé FRESH

Tab. č. 7 Základní parametry ke Studentskému kontu Plus od Československé obchodní banky a. s.

Tab. č. 8 Základní parametry ke Kontu G2.2 od Komerční banky a. s.

Tab. č. 9 Základní parametry ke Cool kontu pro mladé od UniCredit bank a. s.

Tab. č. 10 Základní parametry Běžného účtu od Equa bank a. s.

Tab. č. 11 Základní parametry k Fio osobnímu účtu

Tab. č. 12 Výčet jednotlivých parametrů jednotlivých studentských účtů velkých bank

Tab. č. 13 Úročení na běžných účtech jednotlivých bankovních domů

Tab. č. 14 Základní parametry, sazby a poplatky úvěru od České spořitelny a. s.

- Tab. č. 15 Základní parametry, sazby a poplatky u kontokorentu
- Tab. č. 16 Hlavní kritéria pro Povolené přečerpání ke studentskému účtu od
Československé obchodní banky a. s.
- Tab. č. 17 Hlavní měřítko, sazby a poplatky pro poskytnutí úvěru Gaudeamus
- Tab. č. 18 Základní parametry, sazby a poplatky na úvěr na notebook Apple
- Tab. č. 19 Základní údaje pro Povolený debet na kontě G2 a G2.2
- Tab. č. 20 Hlavní měřítko pro poskytnutí studentské půjčky od UniCredit Bank a.s.
- Tab. č. 21 Hlavní parametry pro poskytnutí Minutové půjčky od Equa bank a. s.
- Tab. č. 22 Nejdůležitější parametry pro poskytnutí kontokorentu od Fio banky a. s.
- Tab. č. 23 Kreditní karta Odměna od České spořitelny a. s.
- Tab. č. 24 Kreditní karta Československé obchodní banky a. s. Standard
- Tab. č. 25 Kreditní karta Komerční banky a. s.
- Tab. č. 26 Tabulka celkových měsíčních nákladů na vedení účtu u situace 1
- Tab. č. 27 Tabulka celkových měsíčních nákladů na vedení účtu u situace 2
- Tab. č. 28 Porovnání jednotlivých úvěrů podle maximální výše úvěru a úrokové sazby
- Tab. č. 29 Porovnání splatnosti úvěrů, zpracování a vedení
- Tab. č. 30 Tabulka výpočtu úroku a úmoru úvěru Gaudeamu
- Tab. č. 31 Srovnávací tabulka úvěrů
- Tab. č. 32 Kreditní karty pro studenty – přehled
- Tab. č. 33 Celkové vyhodnocení cen kreditních karet

Seznam obrázků

- Obr. č. 1 Konkurenční typologie podle počtu producentů a diverzifikace produktu
v tržním prostředí
- Obr. č. 2 Konkurenční strategie – podle Michaela Portera
- Obr. č. 3 Segmentace klientů bankovních domů

Seznam grafů

Graf č. 1 Rozdělení bank podle bilanční sumy, velikostně (dle metodiky ČNB) je od roku 2012 následující

Graf č. 2 Jednotlivé banky v porovnání úročení (p. a %) na běžném účtu

Graf č. 3 Porovnání jednotlivých bankovních domů podle úroku za kreditní karty

SEZNAM PŘÍLOH

Příloha č. 1 Produktový list jednotlivých bankovních účtů pro studenty

Osobní účet české spořitelny II FRESH

Zdarma je:

- výpis z účtu - až 2 výpisy měsíčně, např. rodič i dítě, atd.
- platební karta Visa Classic s vlastním obrázkem - je možné vydat od 8 let.
- peníze stranou - podúčet, na který si odkládáte peníze, které nelze vyčerpat platební kartou. V případě potřeby si je kdykoli převedete zpět na účet.
- měsíčně 2 výběry z bankomatů České spořitelny - více než 1 400 bankomatů v celé ČR
- všechny příchozí platby - za příjem výplaty, důchodu nebo jiných příjmů nic neplatíte
- přístup k účtu 24 hodin denně prostřednictvím internetu nebo mobilu - SERVIS 24
- všechny změny PIN ke kartě
- všechny změny limitů ke kartě
- všechna odemknutí/zamknutí karty
- odměny za platby kartou - Program Partner, IBOD. Odměny ve výši několika procent připíšeme na váš účet.
- bezkontaktní nálepka - vytvořte si platební kartu z běžných věcí a můžete mít kartu stále u sebe.⁹⁶

Doplňkové služby k tomuto účtu:⁹⁷

- odchozí platby v Kč - neomezené množství jednorázových nebo trvalých plateb bez poplatků
- všechny výběry z bankomatů ČS - můžete vybírat jak často potřebujete bez poplatků
- kontokorent - rezerva na účtu, kterou můžete čerpat okamžitě, když potřebujete. Dostupný od 18 let.
- 25 informačních sms - informace o jakémkoli dění na vašem účtu.
- všechny výběry z bankomatů v zahraničí - v bankomatech Erste vybíráte zcela zdarma, v ostatních za výhodnou cenu.
- zvýhodněné zahraniční platby v EUR - zdarma 2 příchozí a zvýhodněné 2 odchozí platby v EUR.

Každá z těchto doplňkových služeb stojí měsíčně 29,-

Studentské konto Československé obchodní banky a. s.

⁹⁶ CESKASPORITELNA. *Osobní účet ČS II - O produktu* [online]. 2013 [cit. 2013-10-15]. Dostupné z: <<http://www.csas.cz/banka/nav/osobni-finance/osobni-ucet-cs-ii/o-produktu-d00022392>>

⁹⁷ Interní materiály České spořitelny a. s.

Zdarma je:

- mezinárodní embosovaná platební karta MasterCard Student s neomezeným počtem výběrů/vkladů z/do bankomatů ČSOB v ČR
- kreditní karta nebo povolené přečerpání účtu až do 20 000 Kč pro studenty VŠ/VOŠ
- zdarma všechny platby přes elektronické bankovníctví v ČR
- běžný korunový účet s měsíčním zasíláním výpisů elektronicky
- mezinárodní embosovanou platební kartu MasterCard Student
- kreditní kartu a povolené přečerpání účtu až do 20 000 Kč pro přechodný nedostatek financí (aktuální úroková sazba)
- ČSOB Elektronické bankovníctví k obsluze účtu z notebooku či mobilu
- všechny tuzemské příchozí platby a odchozí platby přes ČSOB InternetBanking 24, ČSOB SmartBanking nebo ČSOB Mobil 24)
- všechny výběry/vklady z/do bankomatů ČSOB v ČR
- neomezený počet e-mailových zpráv o pohybech na účtu a transakcích platební kartou

Po dostudování vám bude automaticky převedeno studentské konto na ČSOB Aktivní konto, jehož vedení bude na rok zdarma.⁹⁸

Konto G2.2 Komerční banky a. s.

Zdarma je:

- běžný účet v Kč a měsíční výpis zaslaný elektronicky
- embosovaná G2 karta s cestovním pojištěním a jedním výběrem zdarma z bankomatu v zahraničí měsíčně nebo platební karta v designu Lady se slevovým programem
- služby přímého bankovníctví
- internetové bankovníctví MojeBanka
- telefonní bankovníctví Expresní linka
- mobilní bankovníctví Mobilní banka 2
- všechny příchozí transakce v Kč na běžný účet v Kč (mimo odepsaná inkasa)
- zdarma založení trvalých příkazů a povolení inkasa do 3 měsíců od otevření nového účtu v Kč

Navíc od banky dostanete bonus 200 Kč za platnou ISIC kartu, kterou předložíte bankovnímu poradci při zřizování účtu. Majitelé konta G2.2 mají slevy na studium a cestování od našich partnerů. Pokud jste v Komerční bance aktivní, můžete díky konceptu Moje Odměny získávat zajímavé finanční odměny. Můžete od nás získat 333 Kč každý rok v září, pokud alespoň jednou v každém měsíci zaplatíte svojí kartou k účtu, dobijete kredit v mobilu přes bankomat KB nebo pošlete peníze prostřednictvím služby internetového bankovníctví.⁹⁹

Cool konto pro mladé Unicredit bank a.s

⁹⁸ ČSOB. *ČSOB-Studentské konto* [online]. 2013 [cit. 2013-10-15]. Dostupné z: <<http://www.csob.cz/cz/Lide/Ucty-a-platby/Stranky/CSOB-Studentske-konto.aspx>>

⁹⁹ KOMERCNI BANKA. *Konto G2.2 – studentský účet* [online]. 2013 [cit. 2013-10-15]. Dostupné z: <http://www.kb.cz/cs/lide/mladez-a-studenti/ucty-a-platby/ucty/g2-2.shtml?wt_mc=aktualni.mladez-a-studenti.uji-studenstky-ucet.titlepotreb>

Zdarma je:

- elektronickou debetní kartu Maestro nebo Visa Electron
- neomezený počet výběrů debetní kartou z bankomatů UniCredit v ČR a v zahraničí
- 1 výběr měsíčně z bankomatů ostatních provozovatelů v ČR
- internetové bankovníctví - Online Banking a Banku v mobilu - Smart Banking Mobito - peníze v mobilu
- zaslání 10 SMS zpráv (zůstatek, pohyb, kartová transakce debetní kartou)
- tuzemské trvalé příkazy, souhlasy s inkasem, SIPO - zadání, změna, zrušení (elektronicky)
- tuzemské příchozí platby
- zřízení a vedení kontokorentního úvěru

Konto PRO MLADÉ je v souladu s Obchodními podmínkami pro vedení osobních kont a kont pro klienty small business v následujícím měsíci po dovršení 27. narozenin automaticky změněno na AKTIVNÍ konto.¹⁰⁰

Běžný účet od Equa bank a. s.**Zdarma je:**

- výběry ze všech bankomatů v České republice
- vedení a otevření běžného účtu
- navíc můžete získat bonus v hodnotě 150,- Kč pokud doporučíte Equa bank svým známým
- multiměnová embosovaná bezkontaktní platební karta MasterCard
- tuzemské platby v internetovém bankovníctví
- ověření je online, to znamená, že klient při založení ani na pobočku nemusí

Fio osobní účet**Zdarma je:**

- Zřízení, vedení i zrušení účtu - zdarma
- Internetbanking - zdarma
- Smartbanking - zdarma
- Příchozí a odchozí platby v rámci ČR v CZK - zdarma
- Příchozí a odchozí platby mezi ČR a SR v EUR - zdarma
- Bezkontaktní platební karta MasterCard Debit PayPass - zdarma
- Až 5 výběrů/měsíc z cizích bankomatů v ČR díky aktivnímu používání karty - zdarma
- Trvalé příkazy, SIPO a inkaso - zdarma
- Europlatby systémem TARGET2 - max. 50 Kč
- Výběr hotovosti na pobočce (nad 1000 Kč) - zdarma
- Vklad hotovosti na pobočce – zdarma

¹⁰⁰ UNICREDITBANK. *Cool konto PRO MLADÉ* [online]. 2013 [cit. 2013-10-15]. Dostupné z: <<http://www.unicreditbank.cz/web/obcane/ucty-a-konta/konto-pro-mlade>>