



Ekonomická
fakulta
Faculty
of Economics

Jihočeská univerzita
v Českých Budějovicích
University of South Bohemia
in České Budějovice

Jihočeská univerzita v Českých Budějovicích

Ekonomická fakulta

Katedra aplikované matematiky a informatiky

Bakalářská práce

Přímé bankovníctví

Vypracovala: Nela Vanická

Vedoucí práce: PhDr. Marek Šulista, Ph.D.

České Budějovice 2014

JIHOČESKÁ UNIVERZITA V ČESKÝCH BUDĚJOVICÍCH

Fakulta ekonomická

Akademický rok: 2012/2013

ZADÁNÍ BAKALÁŘSKÉ PRÁCE

(PROJEKTU, UMĚLECKÉHO DÍLA, UMĚLECKÉHO VÝKONU)

Jméno a příjmení: **Nela VANICKÁ**
Osobní číslo: **E11170**
Studijní program: **B6208 Ekonomika a management**
Studijní obor: **Účetnictví a finanční řízení podniku**
Název tématu: **Přímé bankovníctví**
Zadávající katedra: **Katedra aplikované matematiky a informatiky**

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

Na základě vědního pokroku a stále se zlepšujících moderních technologií se v poslední době dostávají v bankovníctví do popředí služby, které nám umožňují snadnější, rychlejší a pohodlnější komunikaci s bankou, úsporu na poplatcích za bankovní služby apod. Cílem práce je porovnání služeb poskytovaných bankami na našem trhu a srovnání poplatků za ně účtovaných. Dále zjištění, jaké služby přímého bankovníctví jsou veřejností využívány nejvíce.

Metodický postup:

1. Úvod.
2. Charakteristika nabízených bankovních služeb.
3. Porovnání poplatků za zprostředkování platebního styku několika vybraných bank.
4. Přímé bankovníctví a jeho možnosti.
5. Hlavní ukazatele ovlivňující výběr banky.
6. Průzkum trhu týkající se využitelnosti nabízených produktů.
7. Shrnutí a závěr.

Rozsah grafických prací:

Rozsah pracovní zprávy: **40 - 50 stran**

Forma zpracování bakalářské práce: **tištěná**

Seznam odborné literatury:

1. Kalabis, Z. *Základy bankovníctví - Bankovní obchody, služby, operace a rizika*. BizBooks, 2012, 168 s. ISBN 978-80-265-0001-8.
2. Nehybová, M. *Bankovní služby nejen pro podnikatele*. Brno, 1999, 149 s. ISBN 80-902645-4-9.
3. Polidar, V. *Management bank a bankovních obchodů*. 2. vyd. Praha: Ekopress, 2004. 450 s.
4. Palouček, S. a kol. *Bankovníctví*. Praha: C.H.Beck, 2006, 718 s. ISBN 80-7179-462-7.
5. E-bankovníctví: více klientů, bank a služeb. *Časopis Bankovníctví*, 2001, č. 4.
6. Komunikujte s bankou elektronicky. *PC Magazín*, 2001. č. 4.
7. Internetové stránky bank.
8. Články z novin.

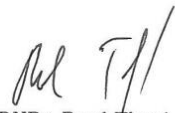
Vedoucí bakalářské práce: **PhDr. Marek Šulista, Ph.D.**
Katedra jazyků

Datum zadání bakalářské práce: **2. ledna 2013**

Termín odevzdání bakalářské práce: **30. dubna 2014**


doc. Ing. Ladislav Rolínek, Ph.D.
děkan

JIHOČESKÁ UNIVERZITA
V ČESKÝCH BUDĚJOVICÍCH
EKONOMICKÁ FAKULTA
Studentská 13 (1)
370 05 České Budějovice


prof. RNDr. Pavel Tlustý, CSc.
vedoucí katedry

V Českých Budějovicích dne 19. března 2014

Prohlašuji, že svoji bakalářskou práci jsem vypracovala samostatně pouze s použitím pramenů a literatury uvedených v seznamu citované literatury.

Prohlašuji, že v souladu s § 47 zákona č. 111/1998 Sb. v platném znění souhlasím se zveřejněním své bakalářské práce, a to - v nezkrácené podobě/v úpravě vzniklé vypuštěním vyznačených částí archivovaných Ekonomickou fakultou - elektronickou cestou ve veřejně přístupné části databáze STAG provozované Jihočeskou univerzitou v Českých Budějovicích na jejích internetových stránkách, a to se zachováním mého autorského práva k odevzdanému textu této kvalifikační práce. Souhlasím dále s tím, aby toutéž elektronickou cestou byly v souladu s uvedeným ustanovením zákona č. 111/1998 Sb. zveřejněny posudky školitele a oponentů práce i záznam o průběhu a výsledku obhajoby kvalifikační práce. Rovněž souhlasím s porovnáním textu mé kvalifikační práce s databází kvalifikačních prací These.cz provozovanou Národním registrem vysokoškolských kvalifikačních prací a systémem na odhalování plagiátů.

datum

.....
podpis

Poděkování

Na tomto místě bych ráda poděkovala vedoucímu mé bakalářské práce PhDr. Marku Šulistovi, Ph.D za odborné vedení, rady a připomínky. Dále bych chtěla poděkovat rodině a přátelům za podporu a trpělivost po celou dobu studia.

Obsah

1. Úvod.....	8
2. Literární přehled.....	9
2.1 Bankovní systém České republiky	9
2.2 Banka	9
2.3 Organizace bezhotovostního platebního styku.....	10
2.4 Bankovní produkt.....	10
2.5 Elektronický platební styk	11
2.5.1. Přímé bankovníctví	11
2.5.2 Vymezení platebních produktů	12
2.5.3 Distribuční kanály	13
2.6 Charakteristika nabízených bankovních služeb	14
2.6.1 Služby elektronického bankovníctví	14
2.6.2 Možnosti služeb v rámci elektronického bankovníctví.....	15
2.7 Bankovní převody	19
2.7.1 Příkaz k úhradě.....	19
2.7.2 Příkaz k inkasu	20
3. Metodika	22
4. Praktická část	27
4.1 Charakteristika vybraných bank a nabídka jejich produktů.....	27
4.1.1 Československá obchodní banka, a. s. (ČSOB)	27
4.1.2 Komerční banka, a. s. (KB).....	29
4.1.3 Česká spořitelna, a. s. (ČS)	30
4.1.4 UniCredit Bank Czech Republic, a. s.....	32
4.1.5 GE Money Bank, a. s. (GE)	33
4.2 Porovnání služeb nabízených bankami	34

4.3 Poplatky bank za zprostředkování platebních transakcí	35
4.4. Dotazníkové šetření.....	37
4.4.1 Kritéria při výběru banky	38
4.4.2 Průzkum trhu týkající se využitelnosti nabízených produktů přímého bankovníctví.....	43
4.4.3 Testování hypotéz testem dobré shody (chí-kvadrát)	51
5. Závěr	55
Summary	57
Použitá literatura	58
Internetové zdroje.....	59
Seznam obrázků, tabulek a grafů	

1. Úvod

V dnešní uchvátané době lidé šetří svůj čas, kde mohou, a to i při hospodaření se svými peněžními prostředky. V tomto ohledu jim velice napomáhá nepřetržitý rozvoj technologií a stále větší dostupnost internetového připojení, které jim umožňuje mít své finance neustále pod kontrolou.

S tím úzce souvisí fakt, že veřejnost stále více využívá bezhotovostního platebního styku, ke kterému je zapotřebí mít zřízený běžný účet v bance. Toho jsou si vědomy i banky, a proto stále rozšiřují nabídku služeb přímého bankovníctví, jejichž prostřednictvím má klient své peníze pod dohledem 24 hodin denně, 7 dní v týdnu.

Teoretická část bakalářské práce z počátku stručně pojednává o bankovním systému České republiky, o bankách a bankovních produktech. Dále se blíže zaměřuje na bezhotovostní platební styk a pojmy spojené s přímým bankovníctvím. V závěru literárního přehledu jsou specifikovány služby elektronického bankovníctví a druhy bankovních převodů, včetně jejich náležitostí.

V praktické části jsem se rozhodla zjistit, podle kterých kritérií si lidé vybírají banku, které svěří své úspory. Zda využívají možností, které nám přímé bankovníctví nabízí, a zda mají povědomí o možnostech elektronické komunikace s bankou. Dále jsem se rozhodla provést průzkum nabízených služeb v rámci přímého bankovníctví u několika vybraných bank a porovnat poplatky, které si tyto banky účtují za transakce provedené na pobočkách a transakce provedené přes elektronické bankovníctví.

Mezi vybrané banky patří Československá obchodní banka, Komerční banka, Česká spořitelna, UniCredit Bank Czech Republic a GE Money Bank.

2. Literární přehled

2.1 Bankovní systém České republiky

Bankovní systém v České republice je založen na principu dvoustupňového univerzálního bankovníctví s existencí určitých specializovaných bank. (Revenda, Mandel, Kodera, Musílek, Dvořák, Brada, 2000)

Dvoustupňový systém je založen na institucionálním oddělení makroekonomické funkce, kterou zabezpečuje centrální banka, a mikroekonomické funkce, která je doménou sítě komerčních bank. Hlavním cílem centrální banky je obvykle zabezpečování měnové stability, komerční banky naopak provádějí svou činnost za účelem zisku. (Revenda, Mandel, Kodera, Musílek, Dvořák, Brada, 2000)

Univerzálním bankovníctvím se rozumí, že banky mohou poskytovat celou škálu bankovních produktů, to znamená jak klasické produkty komerčního bankovníctví, tak i produkty investičního bankovníctví. Univerzální bankovní systém nevylučuje určitou specializaci některých bank, ať už na základě jejich vlastního rozhodnutí či na základě zvláštní právní úpravy. (Revenda, Mandel, Kodera, Musílek, Dvořák, Brada, 2000)

Za základní složku českého bankovního systému lze považovat univerzální banky, za specializované banky lze považovat stavební spořitelny. Kromě stavebních spořitelen, jejichž specializace vychází přímo ze zákona o stavebním spoření, jsou i další specializované banky, které se záměrně omezují pouze na určitý druh bankovní činnosti. Sem patří Českomoravská záruční a rozvojová banka, Česká exportní banka a Konsolidační banka. (Revenda, Mandel, Kodera, Musílek, Dvořák, Brada, 2000)

2.2 Banka

Obchodní banka bývá charakterizována jako druh finančního zprostředkovatele, jehož hlavní činností je zprostředkovat pohyb finančních prostředků mezi jednotlivými ekonomickými subjekty. Toto zprostředkování je založeno na přijímání vkladů bankami a z těchto vkladů banky na vlastní účet poskytují úvěry. (Dvořák, 1999)

Polidar (1999) charakterizuje banku stejným způsobem a dodává, že jde o nakupování vkladů, přičemž se podnik dostává do pozice dlužníka a vznikají mu peněžní závazky, což je podstatnou vlastností, které z něho činí banku.

Funkce bank jsou v bankovní teorii obvykle členěny do čtyř oblastí: nabídka přístupu k platebnímu a zúčtovacímu mechanismu; alokace zdrojů (přeměna úspor v investice); řízení rizika; zpracovávání informací a monitorování dlužníků. (Polouček, 2006)

Dvořák (1999) uvádí, že banky plní celou řadu různých funkcí, přičemž za standardní základní funkce banky považuje tři následující:

- finanční zprostředkování
- emise bezhotovostních peněz
- provádění bezhotovostního platebního styku

2.3 Organizace bezhotovostního platebního styku

Bezhotovostní platební styk se podle Dvořáka (1999) zprostředkuje pomocí převodů na běžných účtech klientů vedených u bank. Z hlediska organizace rozlišuje dva segmenty plateb:

- **vnitrobankovní platební systémy** - platba probíhá mezi plátcem a příjemcem, přičemž jsou oba klienty stejné banky, takže platba neopouští danou banku. Vnitrobankovní platební styk je již plně automatizován, tudíž je rychlý, spolehlivý a má relativně nízké náklady.
- **mezibankovní platební systémy** - představují platby, kde plátce a příjemce jsou klienty různých bank. Tyto systémy mohou být založeny na různých principech.

2.4 Bankovní produkt

„Bankovním produktem je nákup vkladu, prodej půjčky, založení účtu na žádost komitenta. Produktem je nákup nebo prodej cenného papíru atd.“ (Polidar, 1999, p. 17)

Dvořák (1999) uvádí společné rysy bankovních produktů, za které lze považovat nemateriální (nehmotný) charakter, dualismus, vzájemnou propojenost a podmíněnost.

Z nemateriálního charakteru vyplývá, že nejsou skladovatelné, jsou abstraktní a nejsou patentovatelné. (Dvořák, 1999)

Podstatou dualismu je spojení hodnotové a věcné stránky produktu. Toto rozdělení bankovních produktů je důležité zejména pro interní nákladové kalkulace. (Dvořák, 1999)

„Banky obchodují a soutěží se svými jednotlivými produkty, tzn. nákupem termínových vkladů, vkladů na požádání, vedením běžného účtu, prováděním platebního styku, prodejem krátkodobých půjček atd.“ (Polidar, 1999, p. 54)

2.5 Elektronický platební styk

Futuristé kdysi předpověděli zánik bankovních poboček, tato predikce se doposud ukázala jako špatná. „*New technology doesn't tend to substitute for branch banking but to complement it*“, ¹ říká Charles Calomiris, profesor na Columbia University's business school. Ovšem také připouští, že nastávající generace, které vyrůstají na posílání SMS zpráv na mobilních telefonech, mohou nakonec změnit tento historický vzor. (Baldwin, 2011)

2.5.1. Přímé bankovníctví

Za zásadní výhodu služeb přímého bankovníctví v bankovním platebním styku Kalabis a Soldánová (2012) považují zadávání příkazů k úhradě, příkazů k inkasu nebo zjišťování aktuálního stavu na svém účtu dvacet čtyři hodin denně. Časové úspory nejsou jedinou výhodou elektronického platebního styku, velkým přínosem jsou též nižší bankovní poplatky za zprostředkování platebního styku.

Všechny služby poskytované bankou v rámci přímého bankovníctví jsou uskutečňovány výhradně na smluvním základě. Při podpisu smlouvy na pobočce jsou klientovi sděleny všechny „počítačové kódy“ a hesla nutná pro využívání příslušných služeb. (Kalabis, and Soldánová, 2012)

¹Nové technologie nemají nahrazovat bankovní pobočky, ale mají je doplňovat.

2.5.2 Vymezení platebních produktů

Za platební produkty elektronického bankovníctví lze považovat veškeré produkty banky, při kterých je kontakt klienta s bankou či použití daného produktu prováděno elektronickou formou. (Máče, 2006)

Při vymezení platebních produktů elektronického bankovníctví je možné vycházet ze zákona o platebním styku, který vytyčuje dvě varianty elektronických platebních prostředků (Máče, 2006):

- **elektronický platební prostředek**, Máče (2006) a Polouček (2006) se shodují na jeho použití, které je podmíněno identifikací osobním identifikačním číslem či jiným způsobem. Máče (2006) dále dodává, že se jedná o produkty představující starší formu elektronického placení, jehož typickým představitelem prostředku vzdáleného přístupu k účtu je platební karta.
- **elektronický peněžní prostředek**, Máče (2006) a Polouček (2006) jej popisují jako platební prostředek, který uchovává peněžní hodnotu v elektronické podobě a který je přijímán jako platební prostředek i jinými osobami než jeho vydavatelem. „Klasickým představitelem elektronických peněžních prostředků může být např. elektronická peněženka, která funguje jako předplacená karta nabitá příslušnou peněžní částkou.“ (Polouček, 2006, p. 179). Schlossberger, Hozák (2005) souhlasí a dodávají, že za peněžní hodnotu jsou považovány vlastní peněžní prostředky na účtu klienta nebo úvěr poskytnutý vydavatelem.

Polouček (2006) charakterizuje **elektronické peníze** jako peněžní hodnotu uchovávanou na elektronickém peněžním prostředku. Schlossberger, Hozák (2005) doplňují, že se nejedná pouze o elektronickou evidenci, ale jde také o elektronické peníze v podobě elektronických bodů či impulzů, které jsou skutečně na elektronickém peněžním prostředku uloženy a které při provádění transakcí efektivně na tento platební prostředek přibývají nebo ubývají podle povahy transakce.

2.5.3 Distribuční kanály

S rozvojem elektronického platebního styku se zákonitě vyvíjejí i nové distribuční kanály. Mezi tradiční kanály patří banky, obchody a bankomaty. Novými kanály jsou internet, mobilní komunikace a digitální televize.

Nové distribuční kanály přinášejí výhody všem zúčastněným stranám: klientům, obchodníkům i bankám. Výhody Juřík (2001) definuje takto:

výhody pro klienta:

- pohodlí
- nonstop služby
- nízké ceny
- možnost srovnání
- zábava
- jednoduchost
- dostupnost

výhody pro obchodníka:

- nový trh
- nižší prodejní náklady
- jednoduchost
- dostupnost

výhody pro banku:

- nový obchodní kanál
- růst obrátu
- nízké provozní náklady

2.6 Charakteristika nabízených bankovních služeb

2.6.1 Služby elektronického bankovníctví

Kalabis a Soldánová (2012) popisují jednotlivé služby následovně:

Telefonní bankovníctví (phonebanking) – telefonní centrum je pracoviště banky, se kterým mohou klienti komunikovat pomocí telefonního přístroje, a to jak pomocí pevné linky, tak i mobilního telefonu. S telefonním centrem lze komunikovat dvěma způsoby, a to buď pomocí tlačítek telefonu „s hlasovým počítačem“, který klienta navádí, co a jak má udělat, nebo s „živým“ operátorem (telefonním bankéřem).

Internetové bankovníctví (internetbanking) - pomocí internetového bankovníctví lze jednoduše provádět bankovní operace (transakce) on-line a zaručuje tak nepřetržitý „přístup“ do banky. Všechny své účty (které si pro tuto službu vybere) klient může obsluhovat z libovolného počítače dvacet čtyři hodin denně. Schlossberger, Hozák (2005) dodávají, že internetbanking je v podstatě aplikace umožňující přímé propojení počítače klienta s elektronickým systémem banky prostřednictvím zabezpečených webových serverů.

Výhoda oproti homebankingu spočívá v tom, že klient je po uzavření smlouvy o poskytování této služby schopen se okamžitě přihlásit do systému a ten využívat. U homebankingu musí dojít nejdříve k instalaci aplikace na klientově PC a teprve poté lze využívat elektronické bankovní služby. Internetové bankovníctví je doporučováno k využití spíše privátní klientele (fyzickým osobám), kdežto homebanking je vhodný pro právnické osoby nebo podnikatele s širšími bankovními aktivitami. (Schlossberger, Hozák, 2005)

Homebanking - je služba umožňující komunikaci mezi klientem a bankou prostřednictvím propojení osobního počítače klienta, který je vybavený speciálním softwarem bank, přes modem s počítačem banky. Výhodu představuje možnost provázání homebankingu s jiným programem klienta, např. s aplikací „Účtárna“. Naopak značnou nevýhodou je fakt, že homebanking je často vázán na jeden konkrétní počítač s nainstalovanou bankovní aplikací. Schlossberger, Hozák (2005) zdůrazňují, že jednotlivé systémy homebankingu nabízejí různý rozsah i druhy služeb a produktů. Avšak každý systém by měl zajišťovat špičkovou bezpečnost přenosu dat, což bývá zabezpečeno kombinací různých šifrovacích algoritmů.

GSM banking („mobil banking“) - je moderním způsobem komunikace klienta s bankou a to prostřednictvím klientova mobilního telefonu a technologie SIM Toolkit. Klient zadá speciální PIN, který umožňuje zašifrování SMS zpráv po celou dobu přenosu. Zadání příkazu k úhradě a jeho autorizace mezi pracovníky společnosti je možná, ale komplikovaná a závisí na technických možnostech jednotlivých bank.

PDA banking - je nyní nejmodernější službou přímého bankovníctví. Klient zadává platební příkazy prostřednictvím kapesního PDA počítače napojeného na internet.

Java banking - komunikace s bankou probíhá prostřednictvím mobilního telefonu, do kterého je nahrána JAVA aplikace, která komunikuje s bankou v on-line režimu. Java banking se hodně podobá internet bankingu s tou výhodou, že klient může mít mobilní telefon stále u sebe a jednotlivé bankovní operace jsou díky grafickému zobrazení telefonu přehlednější než u GSM bankingu.

Smart banking - jde o bankovní aplikaci vytvořenou speciálně pro smartphony.

Schlossberger, Hozák (2005) do služeb elektronického bankovníctví řadí ještě **samoobslužné zóny** - jsou založeny na možnosti poskytovat klientovi základní hotovostní a bezhotovostní služby. Pracoviště je vybaveno několika technickými zařízeními, např.:

- bankomat
- výpisový terminál
- transakční terminál
- směnářský automat
- informační terminál apod.

2.6.2 Možnosti služeb v rámci elektronického bankovníctví

Fax:

- příkazy k úhradě a k inkasu v tuzemském platebním styku
- příkazy k úhradě v zahraničním platebním styku
- ovládání termínovaných a spořicíh účtů
- ovládání trvalých a inkasních příkazů

Telefon:

- příkazy k úhradě a k inkasu v tuzemském platebním styku
- převody mezi účty klienta
- ovládání termínovaných a vkladových účtů
- informace o zůstatku na účtu
- informace o podání příkazu
- informace o pohybech na účtu
- ovládání termínovaných a spořicíh účtů
- hotline k platebním kartám a komunikačním programům

GSM banking:

- příkazy k úhradě a k inkasu v tuzemském platebním styku
- převody mezi účty klienta
- informace o podání příkazu
- kurzovní lístek
- úrokové sazby
- ovládání termínovaných a vkladových účtů
- posílání SMS zpráv při změně účtu

WAP banking:

- příkazy k úhradě a k inkasu v tuzemském platebním styku
- příkazy k úhradě v zahraničním platebním styku
- informace o podání příkazu
- kurzovní lístek
- úrokové sazby
- ovládání termínovaných a vkladových účtů

Kompatibilní média - diskety s textovými soubory:

- příkazy k úhradě a k inkasu v tuzemském platebním styku
- zúčtování položek na účtech klientovi z banky
- výpisy k účtům

BBS stanice:

- příkazy k úhradě a k inkasu v tuzemském platebním styku
- poskytování seznamu zúčtovaných položek na účtu
- poskytování výpisů z účtu

Komunikační programy:

- příkazy k úhradě a k inkasu v tuzemském platebním styku
- výpisy z účtů
- zůstatky na účtech

Vyspělé komunikační programy:

- příkazy k úhradě a k inkasu v tuzemském platebním styku
- příkazy k úhradě v zahraničním platebním styku
- výpisy z účtů
- zůstatky na účtech
- avíza k tuzemským platbám
- kurzovní lístek banky
- textové informace klientům z banky

Nejvyspělejší komunikační programy:

- příkazy k úhradě a k inkasu v tuzemském platebním styku
- příkazy k úhradě v zahraničním platebním styku
- trvalé příkazy k úhradě a k inkasu
- výpisy z účtů

- zůstatky na účtech
- avíza k tuzemským platbám
- avíza k zahraničním platbám
- kurzovní lístek banky
- kurzovní lístek ČNB
- textové informace klientům banky
- ovládání termínovaných vkladů
- ovládání vkladových účtů s výpovědní lhůtou

Internet:

- příkazy k úhradě a k inkasu v tuzemském platebním styku
- příkazy k úhradě v zahraničním platebním styku
- trvalé příkazy k úhradě a k inkasu
- výpisy z účtů
- historie pohybu na účtech za zvolené období
- zůstatky na účtech, možnost odeslání i SMS zprávou klientovi dle jeho volby
- avíza k tuzemským platbám
- avíza k zahraničním platbám
- avíza k nezpracovaným tuzemským platbám
- kurzovní lístek ČNB
- textové informace klientům z banky
- ovládání termínovaných vkladů
- ovládání vkladových účtů s výpovědní lhůtou
- ovládání SIPO

Doplňkové možnosti internetu:

- odkazy na jiné služby a produkty banky
- prezentace produktů nejen elektronického bankovníctví
- příručky a návody k produktům
- odpovědi na časté dotazy
- sazebník

- odkazová tlačítka na obchodních portálech
- reklamní nabídky
- komunikace mezi klientem a bankovním úředníkem prostřednictvím zpráv

(Máče, 2006, p. 160 - 164)

2.7 Bankovní převody

Často jsou bankovní převody označovány jako hladké platby, které již patří k nejrozšířenějším platebním instrumentům tuzemského i zahraničního platebního styku. Převody se rozdělují na příkazy k úhradě a příkazy k inkasu podle toho, od koho vychází příkaz k provedení platby. (Dvořák, 1999)

2.7.1 Příkaz k úhradě

Příkaz k úhradě je jednoduchý a rychlý platební nástroj. Jde o příkaz majitele účtu banky, která k tíži jeho účtu provede určitou platbu ve prospěch účtu třetí osoby. Příkazy k úhradě lze banky předávat buď na předepsaných bankovních formulářích, nebo elektronicky dálkovým přenosem dat. (Dvořák, 1999)

Dvořák (1999) rozděluje platební příkazy:

- **podle počtu plateb na jednom platebním příkazu**
 1. jednotlivé příkazy - kde je příkaz k provedení jediné platby
 2. hromadné příkazy - obsahují příkaz k provedení více než jedné platby, jednotlivé platby se mohou lišit účtem příjemce, konstantním symbolem atd., avšak pro banku jsou hromadné příkazy výhodnější, jelikož nemusí opakovaně zadávat údaje o plátcích
- **podle toho, kolikrát má být platba provedena**
 1. jednorázové příkazy - platba je provedena pouze jedenkrát
 2. trvalé příkazy - jedná se o opakované provádění plateb. Efektivní jak pro banku, tak i pro klienta, protože je zanesen do zúčtovacího systému banky a následně prováděn automaticky.

Dvořák (1999) dále uvádí náležitosti platebního příkazu k úhradě:

- **Povinné údaje**

1. Bankovní spojení plátce - tím se rozumí číslo běžného účtu a identifikační kód banky.
2. Bankovní spojení příjemce - které představuje číslo běžného účtu příjemce a identifikační kód banky příjemce.
3. Částku - která má být vyplacena ve prospěch účtu příjemce.
4. Označení měny - ve které má být placeno. Pokud není měna uvedena, platí se v tuzemské měně.
5. Konstantní symbol - označuje charakter platby.
6. Podpis výstavce příkazu - v případě elektronické formy příkazu je podpis nahrazen sjednaným kódem
7. Datum vystavení příkazu

U trvalého příkazu se navíc uvádí údaje o **tom, kdy má být platba provedena, platnost trvalého příkazu** (k určitému termínu nebo do odvolání) a **charakter převodu** (převod trvale stanovené částky, celého zůstatku účtu, částky ve výši limitu nebo částky přesahující limit).

- **Nepovinné údaje**

8. Datum splatnosti - den, kdy mají být prostředky odepsány z účtu plátce. Pokud není den splatnosti na příkazu uveden, banka je povinna odepsat prostředky z účtu plátce nejpozději druhý pracovní den po dni převzetí příkazu.
9. Variabilní symbol - slouží k identifikaci platby pro příjemce.
10. Specifický symbol - slouží bankám pro zpracování platby.
11. Doplňující údaje - které může klient uvádět pouze po dohodě s bankou.

2.7.2 Příkaz k inkasu

Příkaz k inkasu je platební nástroj, který nevychází z podnětu plátce, ale z podnětu příjemce platby. Placení prostřednictvím inkasa lze využít pouze v taxativně vymezených případech, kdy:

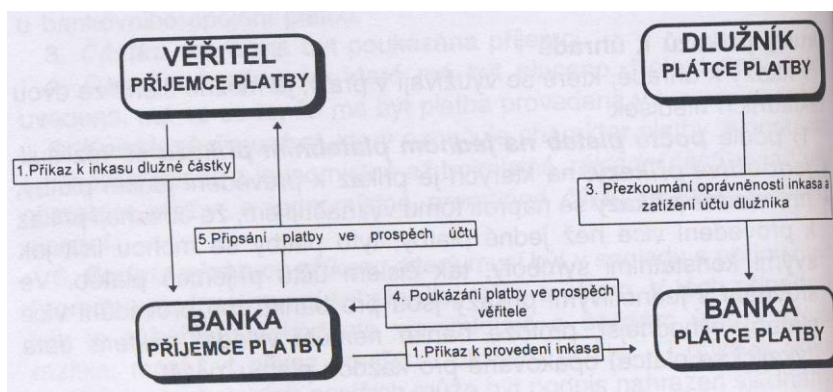
- byl tento způsob dohodnut mezi plátcem, příjemcem platby a bankou plátce
- je stanoven právními předpisy

- vyplývá z pravomocného a vykonatelného rozhodnutí soudu
- je k tomu banka vedoucí účet oprávněna na základě předchozí smlouvy s klientem

V ostatních případech banka inkasní způsob platby neprovede. Náležitosti, způsob předání a druhy inkasních příkazů jsou stejné jako u příkazů k úhradě. (Dvořák, 1999)

Na obrázku 1 je zobrazen princip příkazu k inkasu.

Obrázek 1: Princip příkazu k inkasu



Zdroj: (Dvořák, 1999)

3. Metodika

Cílem práce je porovnání služeb poskytovaných bankami na našem trhu a srovnání poplatků za ně účtovaných. Nabídka služeb jednotlivých bank byla zjištěna z internetových stránek a ucelena do tabulkového přehledu. Údaje o výši poplatků byly zjištěny z aktuálně platných sazebníků (k 1.4.2014) vybraných bank, které jsou dostupné na jejich webových stránkách.

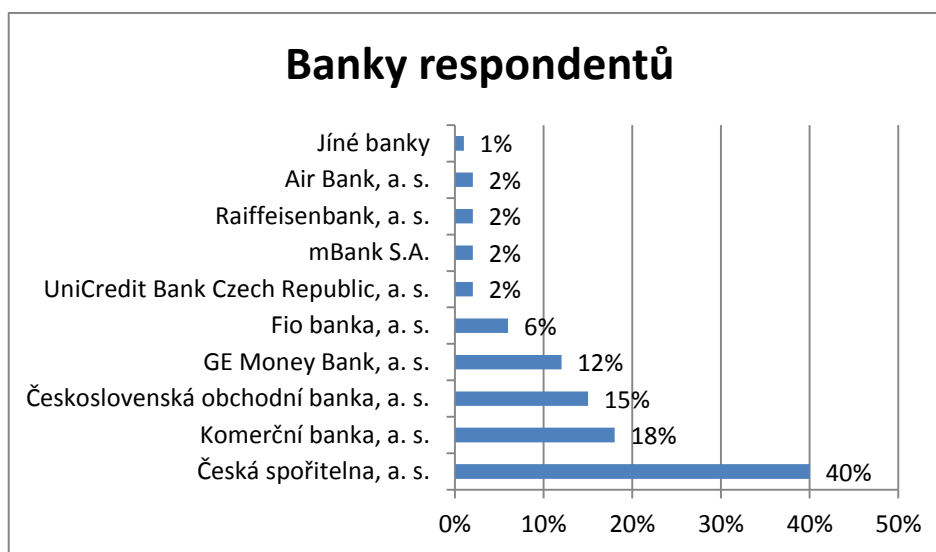
Banky byly vybrány na základě provedeného průzkumu 100 nejvýznamnějších firem v ČR, jehož výsledky, tabulka 1, byly zveřejněny v letním vydání magazínu CZECH TOP 100 FORUM. Firmy byly řazeny dle tržeb za rok 2012. Dále byly brány v potaz banky, u kterých mají lidé zřízené účty, tyto informace byly zjištěny pomocí dotazníkového šetření, graf 1.

Tabulka 1: Top banky

FINANČNÍ INSTITUTE	
Firma	2012
BANKY – výnosy v tis. Kč	
1. Československá obchodní banka, a. s.	35 015 000
2. Komerční banka, a.s.	32 689 000
3. Česká spořitelna, a.s.	26 292 000
4. UniCredit Bank Czech Republic, a.s.	10 188 000
5. Raiffeisenbank a.s.	9 987 757

Zdroj:(Chvála, 2013)

Graf 1: Banky respondentů



Zdroj: vlastní šetření

Na základě těchto dvou průzkumů byly vybrány vždy první čtyři banky, jejichž služby a poplatky za jejich zprostředkování budou následně porovnávány. Těmito bankami tedy jsou: Československá obchodní banka, Komerční banka, Česká spořitelna, UniCredit Bank Czech Republic a GE Money Bank.

Dalším cílem této práce je zjištění, podle kterých kritérií si veřejnost vybírá banku, ve které si zřídí účet, a které služby přímého bankovníctví jsou veřejností využívány nejvíce. Tyto skutečnosti jsou zjišťovány na základě dotazníkového šetření.

Dotazník

Dotazník se většinou řadí do tzv. subjektivních metod. Subjektivnost je dána tím, že respondent může různým způsobem ovlivňovat své výpovědi. Dotazník je v podstatě psaná metoda řízeného rozhovoru, na který se vyžadují písemné odpovědi. Je to časově nenáročná forma získávání informací. Výhodou je možnost získání velkého počtu odpovědí během krátké doby, protože dotazník může vyplňovat více respondentů zároveň. Při této metodě mají dotazovaní dostatek času na rozmyšlení odpovědi a nemusí odpovídat hned jako u rozhovoru, tím pádem se nedostávají pod tlak okamžité odpovědi. (Kohoutek, 2011)

Dotazníkové šetření probíhalo od 15. 3. 2014 do 26. 3. 2014 prostřednictvím webové stránky vyplnto.cz. Dotazník byl dále šířen v elektronické podobě na sociálních sítích a rozesíláním e-mailů.

Nakonec byly stanoveny dvě hypotézy, které budou vyhodnocovány pomocí statistické metody, testu dobré shody, neboli chí-kvadrátu, pomocí kontingenčních tabulek.

Hypotéza 1: starší lidé využívají samoobslužné zóny více než mladší spoluobčané

Hypotéza 2: starší spoluobčané hledí na dostupnost poboček při výběru banky více než mladší lidé

Test dobré shody (chí-kvadrát) pomocí kontingenčních tabulek

Podle Hustopeckého (1990) základem pro test dobré shody je sestavení tabulek s rozdělením četností, které obsahují absolutní četnosti a obvykle také relativní četnosti výskytu. Na základě výsledků výběrového třídění souboru lze usuzovat o celé struktuře souboru podle uvažované proměnné. K rozpoznání závislosti mezi proměnnými nestačí jednorozměrné třídění. Nejčastěji se používá prozkoumání párových závislostí, kde je východiskem třídění 2. stupně, které směřuje k vytvoření kontingenční tabulky.

Kontingenční tabulka obsahuje kombinační četnosti n_{rs} , n_r , n_s a celkový počet četností n . Pro četnosti platí:

$$n_r = \sum_{s=1}^S n_{rs}, n_s = \sum_{r=1}^R n_{rs}, \quad n = \sum_{r=1}^R \sum_{s=1}^S n_{rs} \quad (1.1)$$

R - řádky pro jednotlivé řádkové proměnné

S - sloupce pro jednotlivé sloupcové proměnné

n - celkový počet četností

n_r - řádková četnost

n_s - sloupcová četnost

n_{rs} - četnost r -tého řádku a s -tého sloupce

Dále je účelné doplnit relativní četnosti řádkové n_{rs}/n_r , sloupcové n_{rs}/n_s , popřípadě i buňkové n_{rs}/n . Porovnáním empirických četností n_{rs} a teoretických četností n'_{rs} lze získat úvahy o souvislosti mezi řádkovou a sloupcovou proměnnou. Teoretické četnosti získáme:

$$n'_{rs} = n_r n_s / n \quad (1.2)$$

Pro shrnutí rozdílu mezi empirickými a teoretickými četnostmi je výpočet kritéria χ^2

$$V = \sum_{r=1}^R \sum_{s=1}^S \frac{(n_{rs} - n'_{rs})^2}{n'_{rs}} \quad (1.3)$$

které má při nezávislosti obou proměnných přibližně rozdělení χ^2 s $\nu = (R - 1)(S - 1)$ stupni volnosti. Vysoká hodnota kritéria V svědčí zřejmě proti hypotéze o nezávislosti řádkové a sloupcové proměnné, takže ji na hladině významnosti α zamítneme, jestliže V překročí kritickou hodnotu $\chi^2_{(1-\alpha)}(R-1, S-1)$.

Pokud se řádková a sloupcová závislost proměnné prokáže, zkoumání nekončí. Výsledky se obvykle interpretují určením buněk, v nichž je skutečné obsazení v největším rozporu s předpokladem nezávislosti. Tato skutečnost se odhalí sestavením znaménkového schématu, které spočívá v opakování následujícího algoritmu pro všechny buňky. Sestaví se čtyřpolní tabulka, kde se uvažují tyto buňky:

- právě zkoumaná buňka s četností n_{rs}
- zbytek r -tého řádku s četností $n_r - n_{rs}$
- zbytek s -tého sloupce s četností $n_s - n_{rs}$
- celý dosud neuvažovaný zbytek $n - n_r - n_s + n_{rs}$

Podle (1.2) se určí odpovídající teoretické četnosti a dosadí se do vzorce (1.3). Dostaneme hodnotu kritéria χ^2 pro znaménkové schéma, kterou označíme V_{rs} .

Odlišnost mezi teoretickou a empirickou četností v každé buňce se vyjádří schematicky počtem znamének, a to kladných pro $n_{rs} > n'_{rs}$ nebo záporných pro $n_{rs} < n'_{rs}$. Hranice určující počet znamének se obvykle stanoví jako kvantily rozdělení χ^2 s 1 stupněm volnosti.

$$\chi^2_{0,95}(1) = 3,84, \quad \chi^2_{0,99}(1) = 6,63, \quad \chi^2_{0,999}(1) = 10,83$$

Do buněk kontingenční tabulky pak lze připsovat symboly:

+ + + nebo - - - při $V_{rs} > 10,83$

+ + nebo - - při $6,63 < V_{rs} < 10,83$

+ nebo - při $3,84 < V_{rs} < 6,63$

. při $V_{rs} < 3,84$

4. Praktická část

V praktické části jsou nejdříve charakterizovány vybrané banky, je zde uvedena i nabídka produktů přímého bankovníctví a služby v rámci internetového bankovníctví. Následuje shrnutí možností elektronického bankovníctví jednotlivých bank a porovnání poplatků, které si banky účtují za provedení transakcí jak na pobočkách, tak prostřednictvím přímého bankovníctví. Poté následuje rozbor dotazníkového šetření a řešení hypotéz statistickou metodou dobré shody.

4.1 Charakteristika vybraných bank a nabídka jejich produktů

4.1.1 Československá obchodní banka, a. s. (ČSOB)²

Banka poskytuje služby všem klientským segmentům, tj. fyzickým osobám, malým a středním podnikům, korporátním a institucionálním klientům. Banka působí v ČR v retailovém bankovníctví pod základními obchodními značkami - ČSOB, Era a Poštovní spořitelna. Zákazníci jsou obsluhováni prostřednictvím poboček ČSOB, Era Finančních center a na obchodních místech České pošty (Poštovní spořitelna) a jsou na nich nabízeny i produkty a služby celé skupiny ČSOB.

Obrázek 3: Logo ČSOB



Obrázek 2: Logo Era



Obrázek 4: Logo Poštovní spořitelna



Zdroj: <http://www.csob.cz/cz/Csob/O-CSOB/Profil-CSOB/Stranky/default.aspx>

²Více informací o bance na www.csob.cz/cz/Csob/O-CSOB/Profil-CSOB/Stranky/default.aspx

Počet klientů, poboček a bankomatů za rok 2012 je uveden v tabulce 2.

Tabulka 2: ČSOB v číslech

ČSOB v číslech	v roce 2012
Klienti (tis.)	3 054
Uživatelé internetového bankovníctví (tis.)	1 379
Pobočky ČSOB	249
Era Finanční centra	73
Poštovní spořitelna - obchodní místa České pošty	Cca 3 200
Bankomaty ³	914

Zdroj: <http://www.csob.cz/cz/Csob/O-CSOB/Profil-CSOB/Stranky/default.aspx>

V rámci elektronického bankovníctví ČSOB nabízí lidem tyto služby⁴:

- InternetBanking 24
- SmartBanking
- Digitální peněženka MasterCard Mobile
- Linka 24
- Mobil 24
- Info 24
- Komfortní vyúčtování

Služby nabízené prostřednictvím InternetBanking 24:

- informace o účtu
- běžné platební operace
- informace o podílových fondech a investicích
- informace o penzijním připojištění
- správa úvěrových produktů
- žádosti o úvěrové produkty

³Klienti si navíc mohou vybírat hotovost i na pokladnách v obchodech Albert a COOP a na čerpacích stanicích ČEPRO EuroOil prostřednictvím služby CashBack

⁴Podrobný popis služeb na www.csob.cz/cz/Lide/Elektronicke-bankovnictvi/Stranky/default.aspx

- informace o hypotéce
- zasílání informačních SMS a e-mailů
- dobíjet kredit předplacených SIM karet mobilních operátorů
- služby pro platební karty

4.1.2 Komerční banka, a. s. (KB)⁵

Komerční banka je mateřskou společností Skupiny KB a dále je součástí mezinárodní skupiny Société Générale. Řadí se mezi přední bankovní instituce v ČR a v regionu střední a východní Evropy. Nabízí širokou škálu služeb v oblasti retailového, podnikového a investičního bankovníctví a to prostřednictvím sítě poboček KB, přímého bankovníctví a vlastní distribuční sítě.

Obrázek 5: Logo KB

NA PARTNERSTVÍ ZÁLEŽÍ



Zdroj: <http://www.kb.cz>

V tabulce 3 jsou uvedeny údaje o počtu poboček, bankomatů a klientů za rok 2012, přičemž více než dvě třetiny klientů využívaly alespoň jeden kanál přímého bankovníctví.

Tabulka 3: KB v číslech

KB a skupina KB v číslech	v roce 2012
Klienti (tis.)	1 600
Pobočky KB	399
Bankomaty	702

Zdroj: vlastní šetření

⁵Více informací o bance na www.kb.cz/cs/o-bance/o-nas/zakladni-informace.shtml

KB nabízí lidem prostřednictvím přímého bankovníctví následující služby⁶:

- MojeBanka
- Expresní linka Plus
- Mobilní banka 2
- MojePlatba
- Multicash

Služba MojeBanka klientovi umožní využívat služeb jako:

- získávání aktuálních informací o účtech a transakcích
- přístup k elektronickým výpisům k účtům a platebním kartám
- snadné provádění plateb a dalších operací
- sjednání spotřebitelských úvěrů nebo kreditní karty on-line
- investice do podílových fondů
- objednat si další služby KB

4.1.3 Česká spořitelna, a. s. (ČS)⁷

Česká spořitelna je moderní bankou, která se orientuje na drobné klienty, malé a střední firmy a na města a obce. Nezastupitelnou roli hraje při financování velkých korporací a v poskytování služeb v oblasti finančních trhů. Česká spořitelna je největší bankou na trhu s více než 5 miliony klientů a dále patří mezi významné obchodníky s cennými papíry.

Obrázek 6: Logo ČS



Zdroj: <http://www.csas.cz/banka/nav/osobni-finance-d00013163>

⁶ Bližší informace o jednotlivých službách na <http://www.mojebanka.cz/cs/index.shtml>

⁷ Bližší informace na www.csas.cz/banka/nav/o-nas/profil-ceske-sporitelny-d00014413

Tabulka 4 udává počet klientů, poboček, bankomatů a platbomatů. Údaje byly sestaveny k 30. 9. 2013.

Tabulka 4: ČS v číslech

Česká spořitelna v číslech	k 30. 9. 2013
Klienti (tis.)	5 296
Klienti přímého bankovníctví (tis.)	1 552
Pobočky	651
Bankomaty a platbomaty	1 509

Zdroj: <http://www.csas.cz/banka/nav/o-nas/profil-ceske-sporitelny-d00014413>

Prostřednictvím přímého bankovníctví ČS nabízí⁸:

- SERVIS 24 - Internetbanking
- SERVIS 24 Mobilní banka
- SERVIS 24 Telebanking
- Mobito

Skrze internetové bankovníctví v ČS lze provádět:

- provádění plateb, sledování pohybů na účtech, elektronické výpisy za posledních 24 měsíců
- sjednat si půjčku, kontokorent, platební kartu nebo pojištění
- dobýt předplacené karty mobilních operátorů
- změnit si limity pro platby kartou na internetu a pro výběry hotovosti v bankomatu
- přijímat a platit faktury, pojistné a složenky elektronicky díky e-faktuře

⁸Jednotlivé služby jsou blíže popsány na www.csas.cz/banka/nav/osobni-finance/prime-bankovnictvi-d00019473

4.1.4 UniCredit Bank Czech Republic, a. s.⁹

UniCredit Bank Czech Republic je silná a výkonná evropská banka s dominantním postavením ve střední a východní Evropě. Své služby a produkty zprostředkovává jak privátním klientům, tak i podnikatelům. Nabízí komplexní, spolehlivé a precizní produkty a služby. Vztah banka - klient je založený na vzájemné důvěře a diskrétnosti.

Obrázek 7: Logo UniCredit Bank



Zdroj: <http://www.unicreditbank.cz/web/uvod>

Jak je na tom UniCredit Bank s počtem klientů, poboček a bankomatů, je patrné z následující tabulky 5.

Tabulka 5: UniCredit Bank v číslech

UniCredit Bank v číslech	za rok 2013
Klienti (tis.)	400
Pobočky a obchodní místa	145
Bankomaty	206

Zdroj: vlastní šetření

Přímé bankovníctví v UniCredit Bank¹⁰:

- Online Banking
- Online Card
- Smart Banking
- Mobito - peníze v mobilu
- Telebanking

⁹Další informace o bance naleznete na www.unicreditbank.cz/web/o-bance

¹⁰Služby jsou podrobně popsány na www.unicreditbank.cz/web/obcane/online-sluzby

Služby prostřednictvím Online Banking:

- přehled a historie účtů, debetních a kreditních karet a cenných papírů
- výpisy z účtů a další dokumenty
- tuzemský a zahraniční platební styk
- zadání, změna a zrušení trvalých příkazů a termínovaných vkladů
- nastavení splátky kreditní karty
- dobíjení předplacených SIM karet mobilních operátorů
- nastavení zasílání SMS a e-mail informací
- online žádosti o další bankovní produkty

4.1.5 GE Money Bank, a. s. (GE)¹¹

GE Money Bank je universální bankou, která orientuje své služby na občany, malé a střední podniky. Disponuje jednou z nejširších sítí poboček a bankomatů v ČR a jako první vybavila celou bankomatovou síť čipovou technologií. Její výhodou je, že je součástí jedné z největších a nejsilnějších společností na světě GE.

Obrázek 8: Logo GE



Zdroj: <https://www.gemoney.cz/lide>

Počet klientů, poboček a bankomatů za rok 2013 je uveden v tabulce 6.

Tabulka 6: GE Money v číslech

GE Money Bank v číslech	za rok 2013
Klienti (tis.)	téměř 1 000
Pobočky	255
Bankomaty	přes 700

Zdroj: vlastní šetření

¹¹Podrobná charakteristika banky na www.gemoney.cz/o-nas/ge-money

Přímé bankovníctví v GE Money Bank¹²:

- Internet Banka
- Internet Banka v mobilu
- Mobito
- Mobil Banka
- Telefon Banka

V rámci Internet Banky GE nabízí služby:

- GE Money Manager - který podává přehled o pohybech na účtu, lze si s jeho pomocí naplánovat svůj osobní rozpočet a třídit jednotlivé příjmy a výdaje podle kategorií
- eVýpis
- PayU - platební metoda, která umožňuje on-line platby za zboží a služby pomocí Internet Banky

4.2 Porovnání služeb nabízených bankami

Porovnání služeb přímého bankovníctví nabízených bankami je shrnuto v tabulce 7. Banky nabízejí většinou obsahově stejné služby, které se liší názvem, který si každá banka stanovuje sama, aby se odlišila od ostatních. Jsou zde i služby, které nabízejí pouze některé banky např. Mobito, Smart banking nebo Digitální peněženka.

X - banka nabízí tuto službu

— - banka tuto službu nenabízí

¹²Podrobné informace o jednotlivých službách na www.gemoney.cz/lide/prime-bankovnictvi

Tabulka 7: Srovnání služeb nabízených bankami

	ČSOB	ČS	KB	UniCredit Bank	GE
Internet banking	X	X	X	X	X
Telefonní bankovníctví	X	X	X	X	X
Mobil banking	X	X	X	–	X
Mobito	–	X	–	X	X
SMART banking	X	–	–	X	–
Digitální peněženka MasterCard Mobile	X	–	–	–	–

Zdroj: vlastní šetření

4.3 Poplatky bank za zprostředkování platebních transakcí

V následující tabulce 8 je vidět nejen rozdíl poplatků různých bank za zprostředkování transakce, ale také rozdíl cen podle toho, zda transakci provedeme na pobočce, nebo přes elektronické bankovníctví. Na konci tabulky je i srovnání poplatků za výběr hotovosti na pokladnách bank, z bankomatů dané společnosti a z bankomatů společnosti jiné. Tabulka 8 je aplikovaná na běžné účty bez zvýhodnění, nezahrnuje tedy např. studentské konto, expres konto atd.

Tabulka 8: Porovnání cen za zprostředkování platebních příkazů

	ČSOB	ČS	KB	UniCredit	GE
Standardní platební příkaz					
pobočka	50 Kč	15 Kč	39 Kč	45 Kč	50 Kč
přímé bankovníctví	3 Kč	2 Kč	6 Kč	6 Kč	6 Kč
Zřízení trvalého příkazu, inkasa					
pobočka	40 Kč	0 Kč	39 Kč	40 Kč	49 Kč
přímé bankovníctví	0 Kč	0 Kč	0 Kč	0 Kč	0 Kč
Uskutečnění trvalého příkazu					
pobočka	6 Kč	5 Kč	6 Kč	6 Kč / 3 Kč *	8 Kč
přímé bankovníctví	3 Kč	5 Kč	6 Kč	6 Kč / 3 Kč *	8 Kč
Uskutečnění inkasa					
pobočka	6 Kč	5 Kč	6 Kč	6 Kč / 3 Kč *	8 Kč
přímé bankovníctví	6 Kč	5 Kč	6 Kč	6 Kč / 3 Kč *	8 Kč
Výběr v hotovosti					
pobočka	60 Kč	65 Kč	60 Kč	55 Kč	60 Kč
bankomat dané banky	6 Kč	6 Kč	9 Kč **	5 Kč	15 Kč
bankomat jiné banky	35 Kč	40 Kč	39 Kč **	30 Kč	40 Kč

Zdroj: vlastní šetření

* do jiné banky / v rámci banky

** za každou platbu u obchodníka provedenou během jednoho kalendářního měsíce bude klientovi na účet vrácena částka odpovídající jednomu zaúčtovanému poplatku za výběr z bankomatu KB

Z tabulky 8 je patrné, že provádění transakcí nás ve většině případů vyjde draž na pobočce než přes přímé bankovníctví, v ostatních případech jsou poplatky ve stejné výši.

Za standardní platební příkaz zaplatíme nejméně u ČS a to jak na pobočce tak i elektronickou formou. Nejvyšší poplatek na pobočce si účtuje ČSOB a GE, elektronicky zaplatíme nejvíce u KB, GE a UniCredit.

Zřízení trvalého příkazu či inkasa přes přímé bankovníctví je u všech vybraných bank bez poplatku. Ovšem pokud jej budeme chtít zadat na pobočce, tak to bude bez poplatku pouze u ČS, nejvíce si účtuje GE.

Uskutečnění příkazů vychází cenově podobně, banky si většinou účtují stejné ceny jak u provedení inkasa, tak trvalého příkazu a nezáleží, zda byl proveden na pobočce či pomocí přímého bankovníctví. Výjimku tvoří ČSOB, která má poplatek za provedení trvalého příkazu elektronickou formou levnější než ostatní její příkazy. Další výjimkou je KB, která rozlišuje, zda byl příkaz uskutečněn v rámci banky, nebo do banky jiné, kdy je provedení transakce zpoplatněno vyšší částkou. Nejvíce zaplatíme opět u GE.

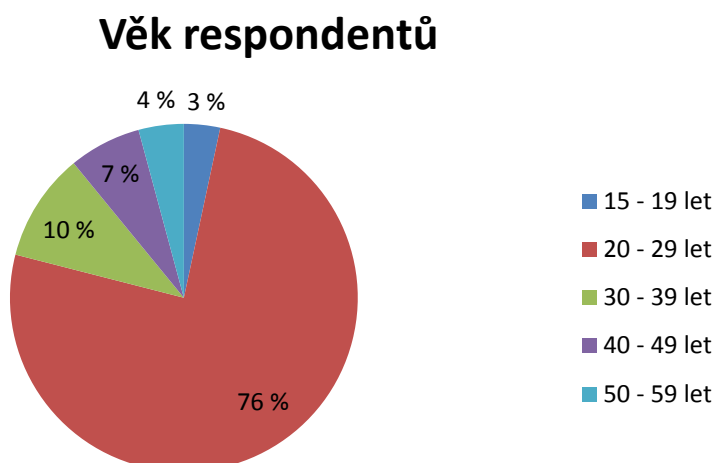
Výběr v hotovosti na pobočce vyjde nejlevněji u UniCreditu a nejdraž u ČS, která byla doposud nejlevnější. Nejdražší je ČS i při výběru z bankomatu jiné banky, kdy si účtuje shodnou částku s GE, nejnižší poplatek si účtuje UniCredit. V rámci dané banky je výběr opět nejlevnější u UniCreditu a nejdražší u GE. Ovšem je nutno dodat, že u KB lze mít výběry z vlastních bankomatů zdarma, pokud bude platební karta používána nejen na výběry z bankomatů, ale i na platby v obchodech.

4.4. Dotazníkové šetření

V této části se nachází vyhodnocení dotazníkového šetření, které bylo zpracováno do jednotlivých tabulek a grafů. Na konci kapitoly se nachází ověření již v metodické části stanovených hypotéz, které se testují testem dobré shody pomocí kontingenčních tabulek.

Během dotazníkového šetření odpovědělo celkem 119 respondentů, z nichž bylo 76 % žen a 24 % mužů. Nejvíce bylo dotazovaných ve věku 15 - 29 let a to 76 %, zbylých 24 % tvoří lidé ve věku 30 let a více, graf 2.

Graf 2: Věk respondentů



Zdroj: vlastní šetření

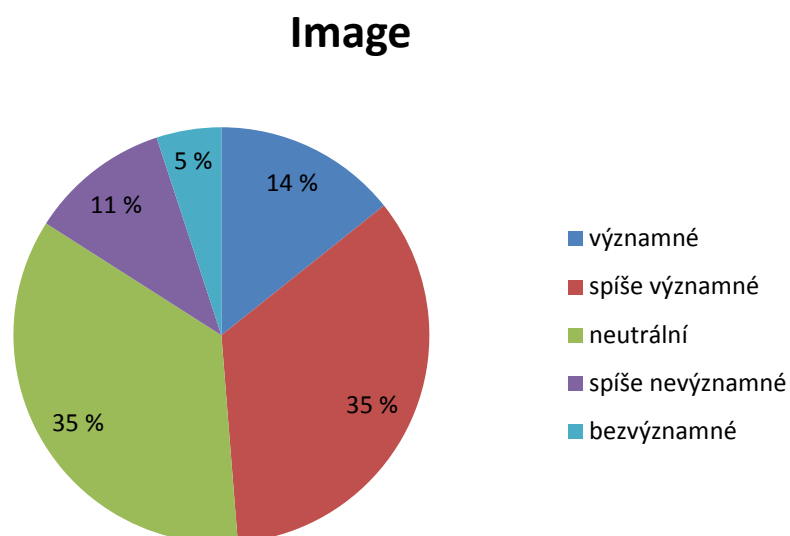
Nevyrovnané hodnoty pohlaví a věku nemají zásadní vliv na celkové výsledky šetření. Dle dílčích rozborů byla zjištěna maximálně 10 % kolísavost, ať už mezi muži a ženami, nebo mezi respondenty do 29 let a respondenty nad 30 let.

4.4.1 Kritéria při výběru banky

Pomocí dotazníkového šetření bylo zjištěno, jak významná jsou pro veřejnost při výběru banky jednotlivá kritéria, jako je image firmy, výše poplatků, zúročení, dostupnost bankomatů a poboček, vliv známých a rodiny a také jednání banky s klienty.

Z grafu 3 je patrné, že postoj zákazníků k image firmy je neutrální až spíše významný. Jen pro 5 % dotazovaných je image firmy bezvýznamná.

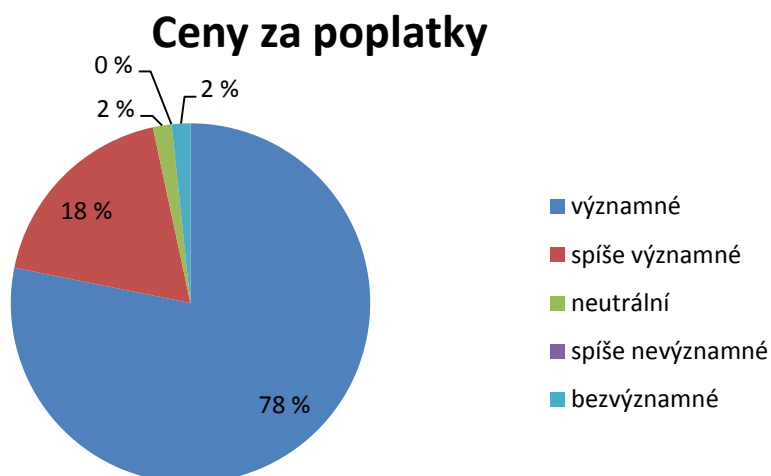
Graf 3: Image



Zdroj: vlastní šetření

Ceny účtované bankami za poplatky klientům jsou velice důležitým faktorem pro výběr banky a to až pro 78 % lidí, jak je patrné z grafu 4.

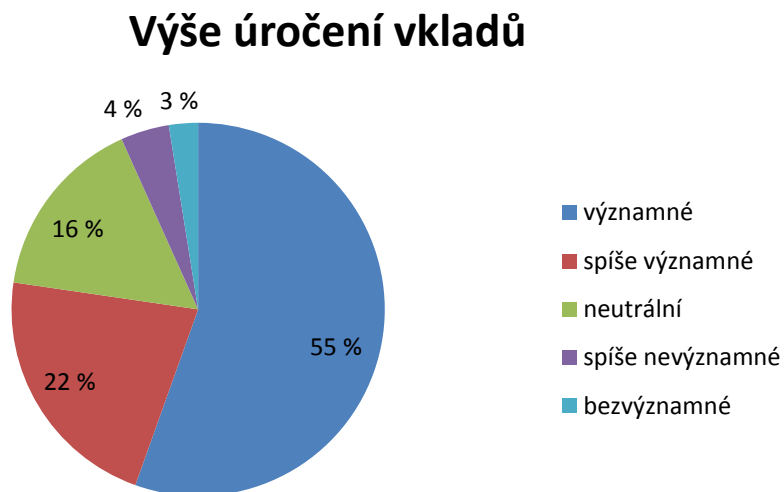
Graf 4: Ceny za poplatky



Zdroj: vlastní šetření

Naopak výše úročení vkladů je významná už jen pro 55 % dotazovaných, dále je z grafu 5 zřejmé, že 3 % dotazovaných tento faktor považují za bezvýznamný.

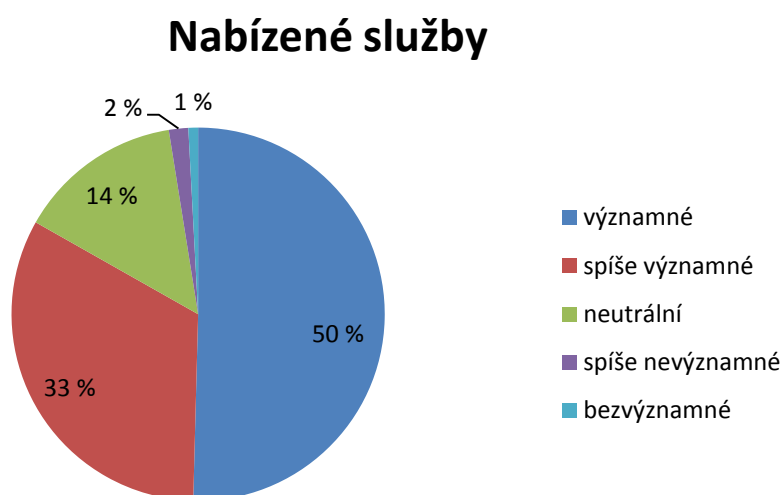
Graf 5: Výše úročení vkladů



Zdroj: vlastní šetření

Graf 6 vykazuje, že pro 50 % lidí je významným faktorem při výběru banky nabídka jejích služeb.

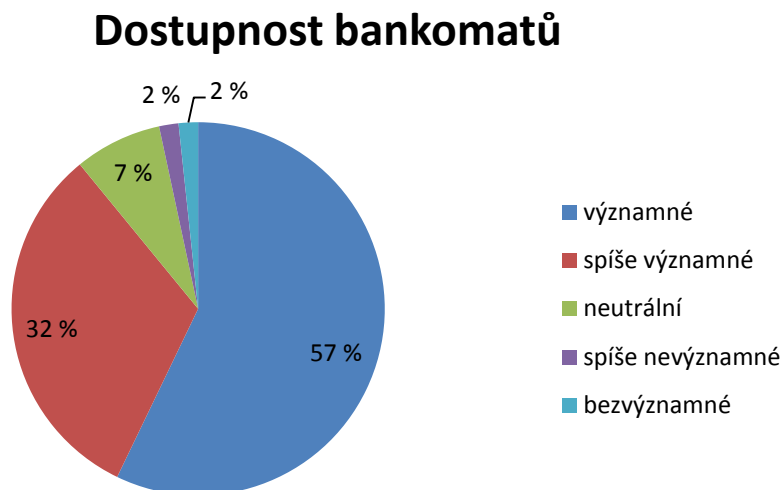
Graf 6: Nabízené služby



Zdroj: vlastní šetření

Dostupnost sítě bankomatů je pro potenciální klienty bank též významná a to pro 57 %, jak je vidět v grafu 7.

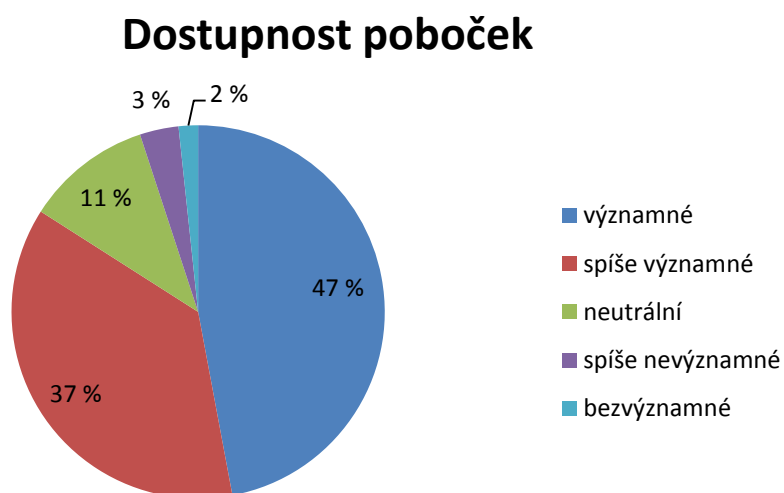
Graf 7: Dostupnost bankomatů



Zdroj: vlastní šetření

Zato dostupnost poboček je významná už jen pro 47 % respondentů, graf 8.

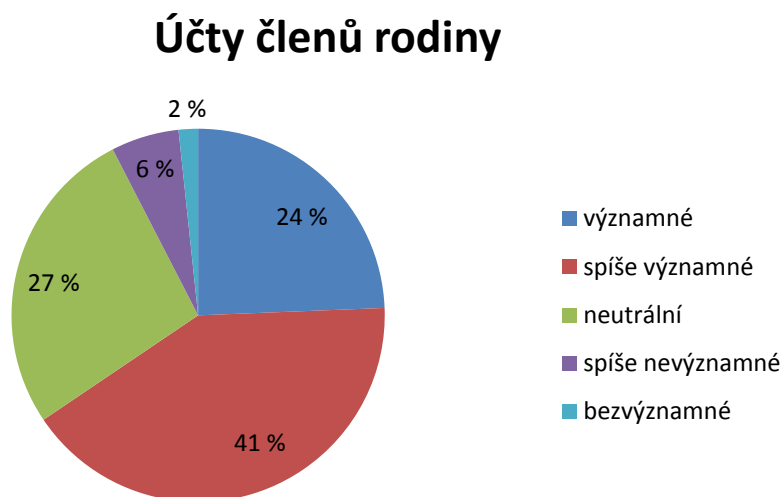
Graf 8: Dostupnost poboček



Zdroj: vlastní šetření

Za spíše významný faktor považuje 41 % dotazovaných kritérium, u které banky má jí účet členové rodiny, jak je patrné z grafu 9.

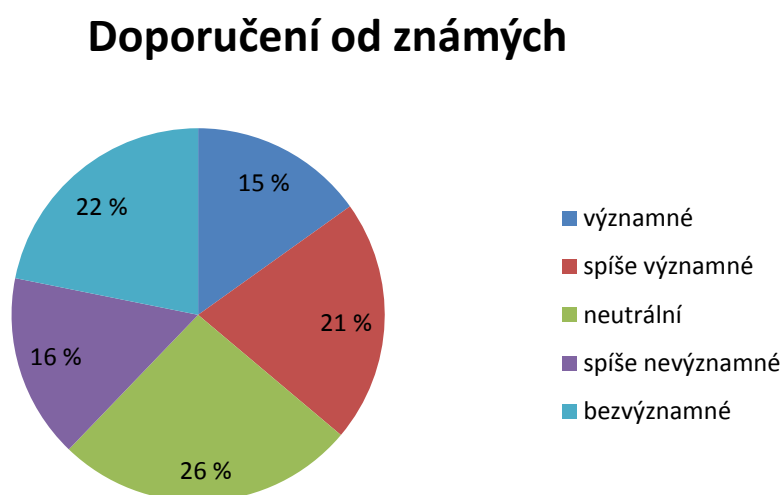
Graf 9: Účty členů rodiny



Zdroj: vlastní šetření

Z grafu 10 vyplývá skutečnost, že doporučení od známých má vyrovnané hodnoty významnosti mezi dotazovanými.

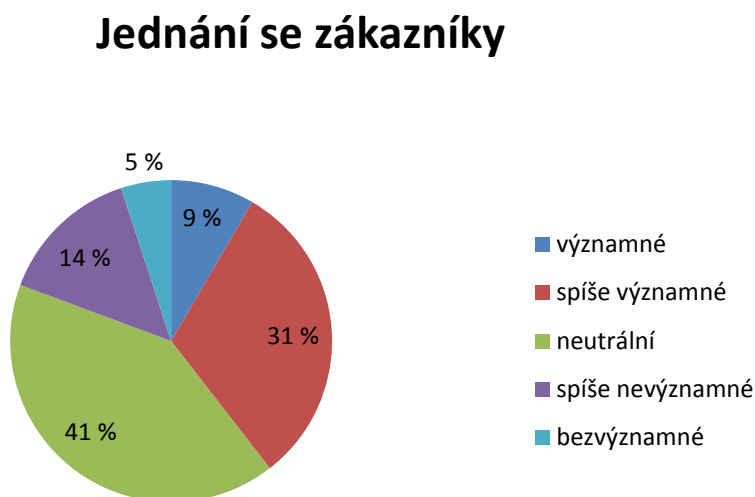
Graf 10: Doporučení od známých



Zdroj: vlastní šetření

K jednání banky se zákazníci zaujímají respondenti neutrální až spíše významný postoj. Jak je čitelné z grafu, 11, 41 % respondentů má neutrální postoj a pro 31 % respondentů je tento faktor spíše významný.

Graf 11: Jednání se zákazníky



Zdroj: vlastní šetření

Z výše uvedených grafů je patrné, že lidé při výběru banky hledí nejvíce na ceny za poplatky, které jim bude banka účtovat. Dalším důležitým kritériem je dostupnost bankomatů, zúročení jejich vkladů a služby, které jim může banka nabídnout. Naopak nejmeně zohledňují doporučení od známých.

4.4.2 Průzkum trhu týkající se využitelnosti nabízených produktů přímého bankovníctví

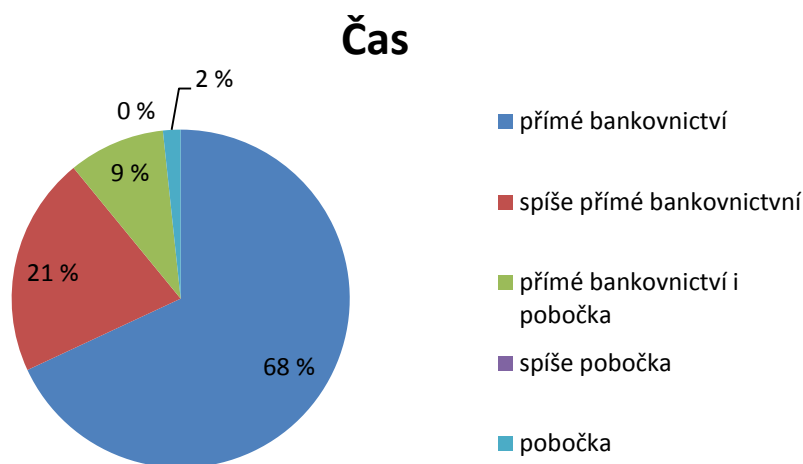
Tato kapitola poskytuje přehled o využívání služeb přímého bankovníctví veřejností. Nejprve bylo zjištěno, zda lidé upřednostňují komunikaci s bankou na pobočce nebo elektronicky. Zda znají pojmy týkající se přímého bankovníctví. Jaké formy elektronického bankovníctví využívají a jak často. A nakonec jaké služby internetového bankovníctví využívají a jak často. Výsledné údaje byly zjištěny pomocí dotazníkového šetření, kde z počátku odpovídali všichni dotazovaní, později byli vyřazeni respondenti, kteří nemají založený běžný účet u banky a ti, kteří nepoužívají přímé bankovníctví.

Kdy lidé raději zajdou na pobočku a kdy použijí přímé bankovníctví?

Začátek dotazníku byl zaměřen na zjištění, v kterých případech jdou lidé raději na pobočku a kdy využijí raději přímého bankovníctví. Rozhodovali se v případech úspory času, rychlosti vyřízení, dostupnosti, možnosti získání informací, provádění plateb a v neposlední řadě uzavírání smluv.

Prvním hlediskem byl čas, kdy 68 % respondentů upřednostňuje komunikaci s bankou přes přímé bankovníctví, jen 2 % si raději zajdou na pobočku. Graf 12.

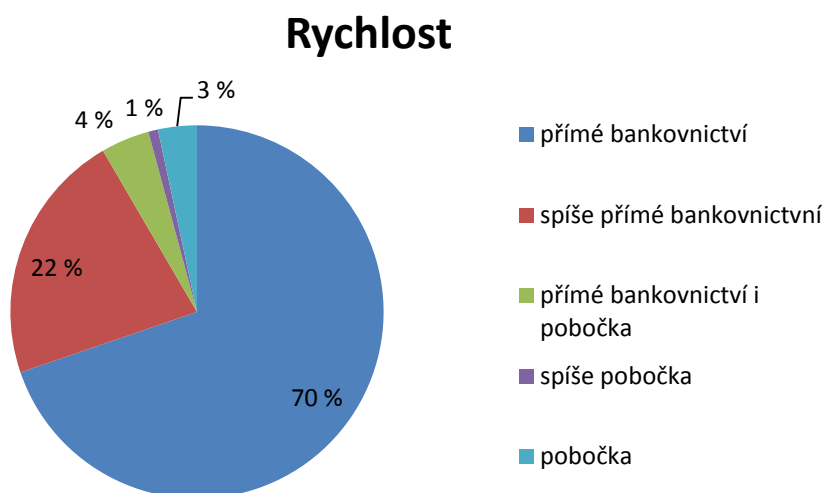
Graf 12: Hledisko času



Zdroj: vlastní šetření

Z hlediska rychlosti opět převažuje přímé bankovníctví a to v počtu 70 % dotázaných, 3 % raději navštíví banku osobně. Graf 13.

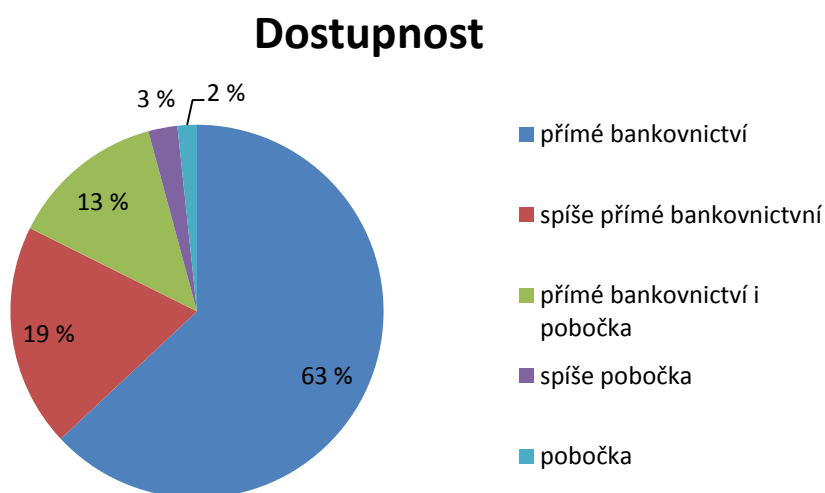
Graf 13: Hledisko rychlosti



Zdroj: vlastní šetření

Z hlediska dostupnosti, graf 14, využívá přímé bankovníctví 63 % respondentů, 2 % využívají pouze pobočku a 3 % využívají spíše pobočku.

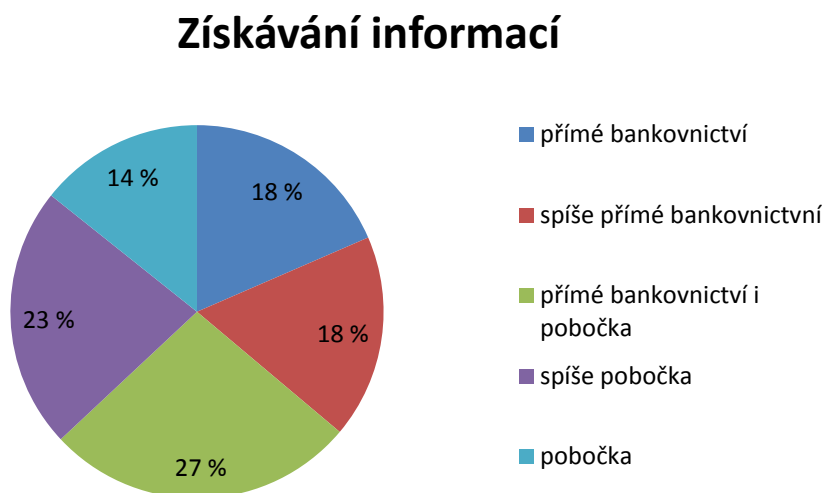
Graf 14: Hledisko dostupnosti



Zdroj: vlastní šetření

Pokud se podíváme na hledisko získávání informací, graf 15, zde jsou hodnoty vyrovnané. Dá se říci, že polovina respondentů raději získává informace na pobočce a druhá polovina na internetu.

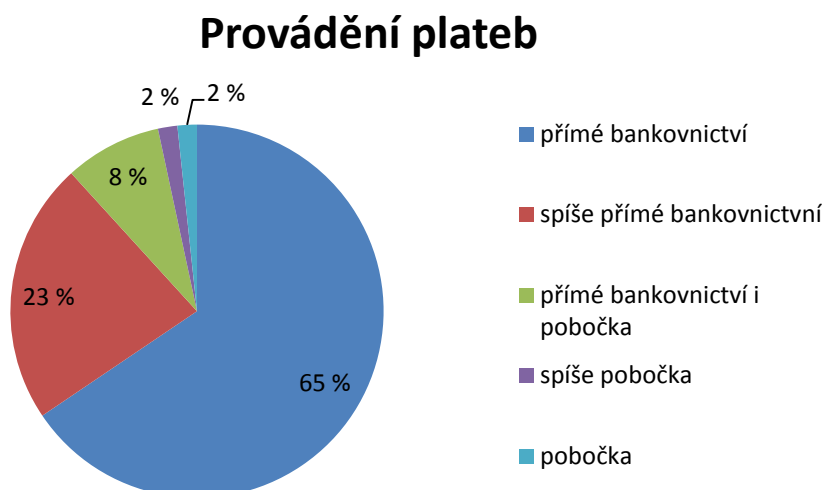
Graf 15: Hledisko získávání informací



Zdroj: vlastní šetření

Platby lidé provádějí raději na internetu, graf 16, 65 % upřednostňuje pouze přímé bankovníctví.

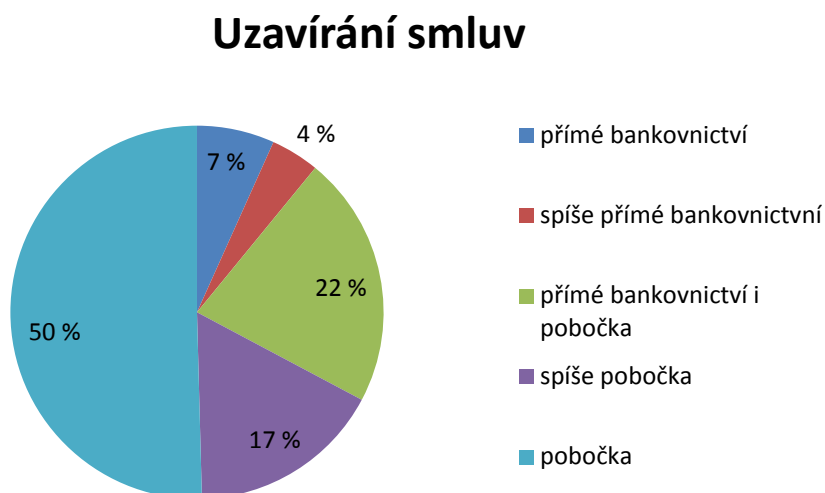
Graf 16: Hledisko provádění plateb



Zdroj: vlastní šetření

Uzavírání smluv 50 % respondentů provádí raději přímo na pobočkách, graf 17.

Graf 17: Hledisko uzavírání smluv



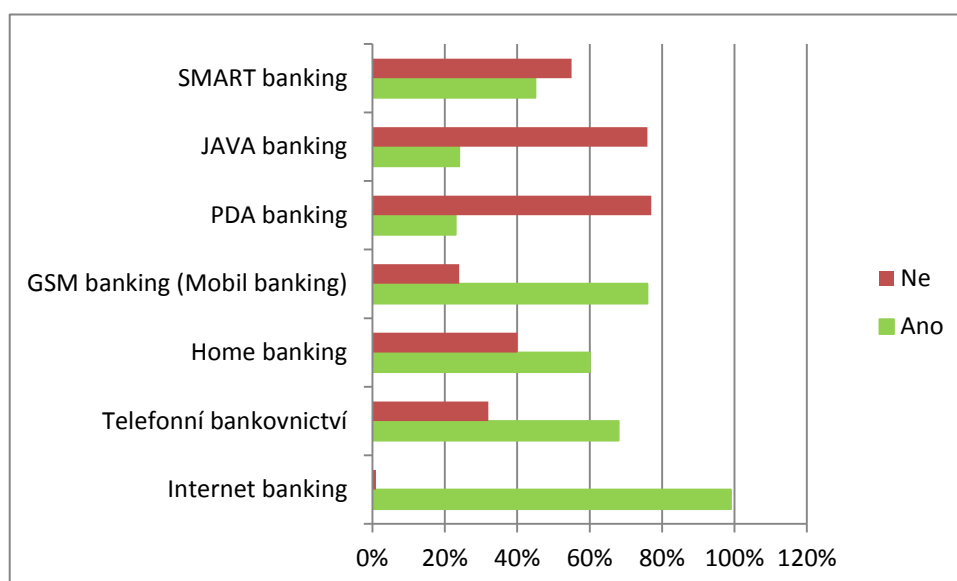
Zdroj: vlastní šetření

Z výše provedeného šetření je patrné, že veřejnost preferuje komunikaci s bankou prostřednictvím přímého bankovníctví, kromě získávání informací, které získávají jak na pobočkách, tak i na internetu. Převážně na pobočkách uzavírají smlouvy.

Vědí lidé, co znamenají jednotlivé pojmy týkající se přímého bankovníctví?

Dále byl proveden průzkum znalosti pojmů souvisejících s přímým bankovníctvím, protože jen těžko budou lidé využívat bankami nabízené formy přímého bankovníctví, když nevědí, co znamenají, jaké mají výhody a v jakých případech jich mohou využít. Zde byli osloveni všichni respondenti bez ohledu na to, zda využívají, nebo nevyužívají přímé komunikace s bankou. Výsledky jsou zobrazeny v grafu 18.

Graf 18: Znalost pojmů přímého bankovníctví



Zdroj: vlastní šetření

Z grafu 18 vyplývá, že v zásadních pojmech jako je internet banking, telefonní bankovníctví, homebanking a mobil banking vždy více než polovina dotazovaných ví, co daný pojem znamená. U ostatních pojmů je znalost méně než 50 %.

Jaké formy přímého bankovníctví a jak často je lidé využívají

V této části odpovídali již pouze respondenti, kteří mají zřízený běžný účet a využívají přímé bankovníctví, to je celkem 103 respondentů, z nichž je 77 % žen a 23 % mužů. Ti, kteří nevyužívají přímé bankovníctví, byli dotázáni, zda by jej využívali, pokud by jim bylo řádně vysvětleno, jak mají s danou aplikací pracovat. Pozitivně reagovalo 7 respondentů z 10.

Všechny údaje v tabulce 9 jsou počítány z celkového počtu dotazovaných, kterých je v této části 103. Je patrné, že veřejnost využívá nejvíce internetové bankovníctví a samoobslužné zóny, nejméně je využíván PDA banking a JAVA banking. Přičemž internetové bankovníctví se nejvíce využívá minimálně jednou týdně a samoobslužné zóny se používají nejčastěji minimálně jednou měsíčně.

Tabulka 9: Přehled využívání služeb přímého bankovníctví

Služba	Využívá	denně	≥ 1x týdně	≥ 1x měsíčně	≥ 1x ročně
Internetové bankovníctví	99 %	11 %	46 %	40 %	2 %
Telefonní bankovníctví	10 %	0 %	1 %	3 %	6 %
Homebanking	6 %	0 %	3 %	1 %	2 %
GSM banking	8 %	2 %	0 %	4 %	2 %
PDA banking	3 %	0 %	1 %	1 %	1 %
JAVA banking	3 %	1 %	0 %	1 %	1 %
SMART banking	12 %	3 %	2 %	4 %	3 %
Samoobslužné zóny	90 %	2 %	37 %	38 %	13 %

Zdroj: vlastní šetření

Důležitost a využívání služeb internetového bankovníctví

I v této části odpovídali pouze respondenti, kteří mají zřízený běžný účet a využívají přímé bankovníctví, to je celkem 103 respondentů, z nichž je 77 % žen a 23 % mužů.

Tabulka 10 ukazuje přehled důležitosti jednotlivých služeb internetového bankovníctví pro dotazované. Zákazníci vyžadují zejména informace o svých účtech, možnost zadávání trvalých a ostatních příkazů. Polovina z dotazovaných by se naprosto obešla bez možnosti dobíjení kreditu předplacených SIM karet.

Tabulka 10: Přehled důležitosti služeb internetového bankovníctví

Služby	Důležité	Spíše důležité	Neutrální	Spíše nepotřebné	Nepotřebné
Informace o účtu	74 %	19 %	6 %	1 %	0 %
Trvalé příkazy	60 %	18 %	14 %	5 %	3 %
Inkaso	30 %	24 %	27 %	9 %	10 %
Ostatní příkazy	38 %	27 %	26 %	7 %	2 %
Zasílání informačních SMS a e-mailů	17 %	19 %	33 %	16 %	15 %
Dobíjení kreditu	10 %	7 %	18 %	15 %	50 %

Zdroj: vlastní šetření

Přehled využívání služeb internetového bankovníctví je znázorněn v tabulce 11. Informace o účtu dotazovaní využívají nejčastěji ≥ 1 x týdně, všechny další služby využívají nejčastěji ≥ 1 x měsíčně.

Tabulka 11: Přehled využívání služeb internetového bankovníctví

Služby	Využívá	denně	≥ 1 x týdně	≥ 1 x měsíčně	≥ 1 x ročně
Informace o účtu	98 %	12 %	43 %	39 %	4 %
Trvalé příkazy	77 %	2 %	6 %	58 %	11 %
Inkaso	49 %	1 %	2 %	34 %	12 %
Ostatní příkazy	84 %	5 %	10 %	49 %	20 %
Zasílání informačních SMS a e-mailů	64 %	4 %	16 %	29 %	16 %
Dobíjení kreditu	24 %	0 %	1 %	14 %	9 %

Zdroj: vlastní šetření

4.4.3 Testování hypotéz testem dobré shody (chí-kvadrát)

V této části se testují již zadané hypotézy. Jsou testovány statistickou metodou dobré shody, neboli chí-kvadrátu, pomocí kontingenčních tabulek.

Hypotéza 1: starší lidé využívají samoobslužné zóny více než mladší spoluobčané

Vychází z dotazníkové otázky, kde byli respondenti dotazováni, zda využívají samoobslužné zóny, či nikoliv.

Hypotéza 2: starší spoluobčané hledí na dostupnost poboček při výběru banky více než mladší lidé

Vychází z dotazníkového šetření, kde respondenti odpovídali na otázku, jak významným kritériem při výběru banky je pro ně dostupnost poboček.

Ověřování hypotézy 1

V tabulce 12 jsou uvedeny empirické hodnoty zjištěné z dotazníkového šetření.

Tabulka 12: Empirické hodnoty využívání samoobslužných zón

Věk	Využívají	Nevyužívají	Celkem
30 let a více	11	14	25
do 29 let	40	54	94
Celkem	51	68	119

Zdroj: vlastní šetření

V tabulce 13 jsou zjištěné empirické hodnoty převedeny na hodnoty teoretické.

Tabulka 13: Teoretické hodnoty využívání samoobslužných zón

Věk	Využívají	Nevyužívají	Celkem
30 let a více	10,71	14,29	25
do 29 let	40,29	53,71	94
Celkem	51	68	119

Zdroj: vlastní šetření

Tabulka 14 ukazuje, jakým podílem přispívají jednotlivé buňky do kritéria V, což bylo spočteno na základě zjištěných empirických a teoretických hodnot.

Tabulka 14: Příspěvek buněk do kritéria V

Věk	Využívají	Nevyužívají	Celkem
30 let a více	0,0076	0,0057	0,0133
do 29 let	0,0020	0,0015	0,0035
Celkem	0,0096	0,0072	0,0169

Zdroj: vlastní šetření

Kritická hodnota volnosti je $\chi^2_{0,095}(1) = 3,84$. Výsledek $V = 0,0169$ není významný, závislost mezi věkem a užíváním samoobslužných zón není na zvolené hladině významnosti $\alpha = 0,05$ prokázána.

Ověřování hypotézy 2

Tabulka 15 obsahuje empirické hodnoty významnosti dostupnosti poboček při výběru banky. Tyto hodnoty byly zjištěny v dotazníkovém šetření.

Tabulka 15: Empirické hodnoty dostupnosti poboček

Věk	Významné	Spíše významné	Neutrální	Spíše nevýznamné	Nevýznamné	Celkem
30 let a více	10	10	2	3	0	25
do 29 let	19	39	30	4	2	94
Celkem	29	49	32	7	2	119

Zdroj: vlastní šetření

V tabulce 16 jsou výše uvedené empirické hodnoty převedené na hodnoty teoretické.

Tabulka 16: Teoretické hodnoty dostupnosti poboček

Věk	Významné	Spíše významné	Neutrální	Spíše nevýznamné	Nevýznamné	Celkem
30 let a více	6,09	10,29	6,72	1,47	0,42	25
do 29 let	22,91	38,71	25,28	5,53	1,58	94
Celkem	29	49	32	7	2	119

Zdroj: vlastní šetření

Z tabulky 17 jsou zřejmé příspěvky jednotlivých buněk do kritéria V, které byly spočteny na základě zjištěných empirických a teoretických hodnot.

Tabulka 17: Příspěvek buněk do kritéria V

Věk	Významné	Spíše významné	Neutrální	Spíše nevýznamné	Nevýznamné	Celkem
30 let a více	2,51	0,01	3,32	1,59	0,42	7,84
do 29 let	0,67	0,00	0,88	0,42	0,11	2,09
Celkem	3,17	0,01	4,20	2,01	0,53	9,93

Zdroj: vlastní šetření

Kritická hodnota volnosti je $\chi^2_{0,095}(4) = 9,49$. Výsledek $V = 9,93$ je významný, závislost mezi věkem a dostupností poboček jako kritéria při výběru banky je na zvolené hladině významnosti $\alpha = 0,05$ prokázána. Tudíž je potřeba sestavit znaménkové schéma.

Tabulka 18 je znaménkovým schématem pro testovanou hypotézu 2. Kritérium dostupnosti poboček, při výběru banky je významné spíše pro starší spoluobčany. Mladí lidé k tomuto kritériu zaujímají spíše neutrální postoj.

Tabulka 18: Znaménkové schéma

Věk	Významné	Spíše vý- znamné	Neutrální	Spíše nevý- znamné	Nevýznamné
30 let a více	4,20 +	0,02	5,74 -	2,14	0,54
do 29 let	4,20 -	0,02	5,74 +	2,14	0,54

Zdroj: vlastní šetření

5. Závěr

V dnešní době už mnoho lidí využívá elektronické bankovníctví, aby šetřili svým časem a nemuseli chodit na pobočky bank a čekat fronty, než na ně přijde řada. Prostřednictvím přímého bankovníctví mají přístup a přehled o svých financích kdykoliv a kdekoliv.

Cíle práce byly splněny. Prvním cílem práce bylo porovnání nabídky služeb přímého bankovníctví bankami. Bylo zjištěno, že vybrané banky nabízejí fyzickým osobám převážně stejné služby. Shodně poskytují klientům možnost využívání internetového bankovníctví, telefonního bankovníctví i mobilního bankovníctví, které nenabízí pouze UniCredit Bank. Naopak nabízí společně s ČS a GE svým klientům službu mobito. Dále UniCredit a ČSOB poskytují službu smartbanking.

Také byly porovnány poplatky účtované bankami za uskutečnění transakcí. Zde nejlépe obstála ČS, která měla poplatky vždy nejnižší, kromě výběru hotovosti. Naopak nejvíce zaplatíme u GE, která má poplatky buď shodné s jinými bankami, a nebo vyšší (vyšší jsou v 6 případech z 11 sledovaných). Lákavá nabídka je od KB, která vrací klientům na účet poplatky stržené za výběr z bankomatu v rámci banky, pokud budou platit platební kartou v obchodech (1 výběr z bankomatu KB + 1 platba platební kartou = nulový poplatek za uskutečněný výběr z bankomatu).

Druhým cílem bylo zjistit, na co lidé hledí při výběru banky. Šetření ukázalo, že nejvíce záleží na výši poplatků, které si banky účtují. Také veřejnosti záleží na síti bankomatů, které chtějí mít po ruce. Za třetí nejdůležitější kritérium považují zúročení svých vkladů. Nabídka služeb je až na čtvrtém místě, což je způsobené tím, že banky mají nabízené služby více méně stejné. Nejméně se dotazovaní nechávají ovlivnit při výběru vhodné banky radami od svých známých.

Posledním cílem bylo zjišťování, které druhy přímého bankovníctví lidé využívají nejvíce. Tento cíl byl rozdělen na více menších cílů. Nejprve bylo šetření zaměřeno na zjištění, ve kterých situacích lidé upřednostňují komunikaci s bankou prostřednictvím pobočky a kdy skrze elektronické bankovníctví. Na pobočky chodí lidé převážně kvůli uzavírání smluv, také si občas zajdou na pobočku pro informace, ale ty získávají i prostřednictvím přímého bankovníctví. Elektronické komunikace s bankou využívají hlavně kvůli úspoře času, dostupnosti a rychlosti. Dále byla práce zaměřena na to, zda lidé vůbec vědí, co znamenají jednotlivé pojmy přímého bankovníctví. Co je internet ban-

king věděli téměř všichni dotazovaní. Pojmy telefonní bankovníctví, homebanking a mobil banking znala vždy alespoň polovina respondentů. Méně než polovina dotazovaných znala pojmy SMART, PDA a JAVA banking. Veřejností je využíváno nejvíce internetové bankovníctví a to nejčastěji minimálně jednou týdně, dále samoobslužné zóny, které jsou využívány minimálně jednou měsíčně. Podle průzkumu je nejméně využíván PDA a Java banking, to je způsobeno i tím, že respondenti tyto pojmy většinou ani neznají. V rámci internetového bankovníctví jsou nejvíce požadovány informace o účtech a to nejčastěji minimálně jednou týdně. Ostatní služby, příkazy k úhradě, zasílání informačních SMS a e-mailů a dobíjení kreditu, jsou vyžadovány nejčastěji minimálně jednou měsíčně. Přičemž lidé nejméně využívají možnosti dobíjení kreditu předplacených SIM karet.

Celkové šetření ukázalo, že lidé využívají elektronické komunikace s bankou a to zejména internetového bankovníctví, kdy si nejčastěji zjišťují informace o pohybech svých finančních prostředků na účtu a provádějí příkazy k platbám.

Nakonec byly vyhodnoceny dvě hypotézy. První hypotéza, vliv věku na využívání samoobslužných zón, nebyla potvrzena. Druhá hypotéza potvrdila vliv věku na významnost dostupnosti poboček jako kritéria pro výběr banky. Starší občané toto kritérium považují za významné, mladší spoluobčané zaujímají neutrální postoj.

Summary

The bachelor thesis is focused on direct banking in the Czech Republic. The aim of the thesis is to analyse offers of bank services and fees, which the bank charge for this services. And comparison of the fees and the services among banks. The next part is using the direct banking by the public.

In the practical part of bachelor thesis are the bank fees and services compare among five banks (Československá obchodní banka, Komerční banka, Česká spořitelna, UniCredit Bank Czech Republic, GE Money Bank). Next part shows outcomes of questionnaire. In the questionnaire people answered questions about using the direct banking. Last part is evaluating two hypothesis. The first hypothesis is researching the effect of using self-service zone by the people with different age. The second hypothesis is examining the effect on the availability of branch offices for the people with different age.

It was found out, that the offers of banks services are similar. The highest fees has GE Money Bank, in the other way the lowest fees has Česká spořitelna. The public is using especially internet banking and self-service zone. The first hypothesis was not confirmed. The second hypothesis showed, for the older people is significant the availability of branch offices.

Key words

bank services and fees, direct banking, internet banking

JEL

G21 - Banks; Other Depository Institutions; Micro Finance Institutions; Mortgages

Použitá literatura

- Baldwin, W. (2011). WhoNeeds Bank Branches?. *Forbes*, 188(3), 48-49.
- Dvořák, P. (1999). *Komerční bankovníctví pro bankéře a klienty*. Praha: Linde.
- Hebák, P., &Hustopecký, J. (1990). *Průvodce moderními statistickými metodami*. Praha: SNTL nakladatelství technické literatury.
- Chvála, M.(2013). 100 nejvýznamnějších firem v ČR. *CZECH TOP 100 FORUM*, léto 2013, 4-8.
- Juřík, P. (2001). *Svět platebních a identifikačních karet*(2nd ed.). Praha: Grada-Publishing.
- Kalabis, Z.,&Soldánová, M. (2012).*Základy bankovníctví: bankovníctví obchody, služby, operace a rizika*. Brno: BizBooks.
- Máče, M. (2006). *Platební styk: klasický a elektronický*. Praha: Grada.
- Polidar, V. (1999). *Management bank a bankovních obchodů*(2nd ed.). Praha: Ekopress.
- Polouček, S. (2006). *Bankovníctví*. Praha: C. H. Beck.
- Revenda, Z., Mandel, M., Kodera, J., Musílek, P., Dvořák, P., Brada, J. (2000). *Peněžní ekonomie a bankovníctví*(3rd ed.). Praha: Management Press.
- Schlossberger, O., &Hozák, L. (2005).*Elektronické platební prostředky: bankovníctví obchody, služby, operace a rizika*. Praha: Bankovní institut vysoká škola.

Internetové zdroje

Česká spořitelna, a. s.. *Profil České spořitelny* [online]. Retrieved from <http://www.csas.cz/banka/nav/o-nas/profil-ceske-sporitelny-d00014413>

Česká spořitelna, a. s.. *Přímé bankovníctví* [online]. Retrieved from <http://www.csas.cz/banka/nav/osobni-finance/prime-bankovnictvi-d00019473>

Česká spořitelna, a. s.. *SERVIS 24 - Internetbanking* [online]. Retrieved from <http://www.csas.cz/banka/nav/osobni-finance/servis-24---internetbanking/o-produktu-d00019039>

Československá obchodní banka, a. s.. *ČSOB InternetBanking 24: Seznamte se* [online]. Retrieved from <http://www.csob.cz/cz/Lide/Elektronicke-bankovnictvi/Stranky/CSOB-InternetBanking-24.aspx>

Československá obchodní banka, a. s.. *Elektronické bankovníctví* [online]. Retrieved from <http://www.csob.cz/cz/Lide/Elektronicke-bankovnictvi/Stranky/default.aspx>

Československá obchodní banka, a. s.. *O společnosti ČSOB: Obchodní profil ČSOB* [online]. Retrieved from <http://www.csob.cz/cz/Csob/O-CSOB/Profil-CSOB/Stranky/default.aspx>

GE Money Bank, a. s.. *Internet Banka* [online]. Retrieved from <https://www.gemoney.cz/lide/prime-bankovnictvi/internet-banka>

GE Money Bank, a. s.. *O společnosti GE Money: GE Money Bank* [online]. Retrieved from <https://www.gemoney.cz/o-nas/ge-money>

GE Money Bank, a. s.. *Přímé bankovníctví* [online]. Retrieved from <http://www.gemoney.cz/lide/prime-bankovnictvi>

Kohoutek, R. *Specializační studium výchovného poradenství PedFUK* [online]. Retrieved from <http://www.ssvp.wz.cz/Texty/dotaznik.html>

Komerční banka, a. s.. *MojeBanka* [online]. Retrieved from <http://www.kb.cz/cs/lide/obcane/mojebanka.shtml>

Komerční banka, a. s.. *Přímé bankovníctví* [online]. Retrieved from <http://www.mojebanka.cz/cs/index.shtml>

Komerční banka, a. s.. *Základní informace* [online]. Retrieved from <http://www.kb.cz/cs/o-bance/o-nas/zakladni-informace.shtml>

UniCredit Bank, a. s.. *O bance: UniCredit Bank Czech Republic and Slovakia, a.s.* [online]. Retrieved from <http://www.unicreditbank.cz/web/o-bance>

UniCredit Bank, a. s.. *Online banking* [online]. Retrieved from <http://www.unicreditbank.cz/web/obcane/online-sluzby/online-banking>

UniCredit Bank, a. s.. *Online služby* [online]. Retrieved from <http://www.unicreditbank.cz/web/obcane/online-sluzby>

Seznam obrázků, tabulek a grafů

Seznam obrázků

Obrázek 1: Princip příkazu k inkasu	21
Obrázek 2: Logo Poštovní spořitelna	27
Obrázek 3: Logo Era	27
Obrázek 4: Logo ČSOB	27
Obrázek 5: Logo KB	29
Obrázek 6: Logo ČS	30
Obrázek 7: Logo UniCredit Bank	32
Obrázek 8: Logo GE	33

Seznam tabulek

Tabulka 1: Top banky	22
Tabulka 2: ČSOB v číslech	28
Tabulka 3: KB v číslech	29
Tabulka 4: ČS v číslech	31
Tabulka 5: UniCredit Bank v číslech	32
Tabulka 6: GE Money v číslech	33
Tabulka 7: Srovnání služeb nabízených bankami	35
Tabulka 8: Porovnání cen za zprostředkování platebních příkazů	36
Tabulka 9: Přehled využívání služeb přímého bankovníctví	49
Tabulka 10: Přehled důležitosti služeb internetového bankovníctví	50
Tabulka 11: Přehled využívání služeb internetového bankovníctví	50
Tabulka 12: Empirické hodnoty využívání samoobslužných zón	51
Tabulka 13: Teoretické hodnoty využívání samoobslužných zón	51

Tabulka 14: Příspěvek buněk do kritéria V	52
Tabulka 15: Empirické hodnoty dostupnosti poboček.....	52
Tabulka 16: Teoretické hodnoty dostupnosti poboček	53
Tabulka 17: Příspěvek buněk do kritéria V	53
Tabulka 18: Znaménkové schéma.....	54

Seznam grafů

Graf 1: Banky respondentů	23
Graf 2: Věk respondentů	38
Graf 3: Image	39
Graf 4: Ceny za poplatky	39
Graf 5: Výše úročení vkladů	40
Graf 6: Nabízené služby.....	40
Graf 7: Dostupnost bankomatů	41
Graf 8: Dostupnost poboček	41
Graf 9: Účty členů rodiny	42
Graf 10: Doporučení od známých	42
Graf 11: Jednání se zákazníky.....	43
Graf 12: Hledisko času.....	44
Graf 13: Hledisko rychlosti.....	45
Graf 14: Hledisko dostupnosti	45
Graf 15: Hledisko získávání informací	46
Graf 16: Hledisko provádění plateb	46
Graf 17: Hledisko uzavírání smluv	47
Graf 18: Znalost pojmů přímého bankovníctví.....	48