

Technická univerzita v Liberci

Fakulta textilní

DIPLOMOVÁ PRÁCE

Banka a klient

1995

Jana Štancíková

Technická univerzita

Fakulta textilní

ÚLOHA DIPLOMOVÉ PRÁCE

Obor: Ekonomika a řízení spotřebního průmyslu

Banka a klient

Jana Štancíková

UNIVERZITNÍ KNIHOVNA
TECHNICKÉ UNIVERZITY V LIBERCI



3146075207

Vedoucí práce: Prof. PhDr. Jiří Špinar, CSc. katedra obecné ekonomie

Konzultant: Ing. Dagmar Bittnerová marketingové oddělení KB a.s.

Počet stran: 53

Počet příloh: 2

Datum odevzdání: 26.5.1995

VYSOKÁ ŠKOLA STROJNÍ A TEXTILNÍ V LIBERCI

Fakulta textilní

Katedra obecné ekonomie

Školní rok: 1994/95

ZADÁNÍ DIPLOMOVÉ PRÁCE

pro Janu Š t a n c í k o v o u

obor 31-15-8 Ekonomika a řízení spotřebního průmyslu

Vedoucí katedry Vám ve smyslu zákona č. 172/1990 Sb. o vysokých školách určuje tuto diplomovou práci:

Název tématu:

Banka a klient

Zásady pro vypracování:

- zaměřte se na vývoj našeho peněžnictví,
- služby, které poskytují peněžní ústavy a uspokojování klienta,
- zhodnoťte získané poznatky a data.

V 9/95 T

KDE/EKR

55 s., 2 s. příl.

Bankovníctví

Ústavy peněžní

Peněžnictví

Anotace

Označení diplomové práce: 565

Řešitel: Jana Štancíková

Banka a klient

Práce je rozdělena na několik částí. V první části se zabývám vývojem bankovníctví v posledním desetiletí. Další část ukazuje rozsah nabízených produktů a v třetí části se zaměřuji na průzkum spokojenosti klientů a jejich postojem vůči bance. Poslední část je zaměřena na vyhodnocení získaných dat.

Místopřísežné prohlášení

Místopřísežně prohlašuji, že jsem diplomovou práci vypracovala samostatně s použitím literatury pod vedením vedoucího a konzultanta.

V Liberci dne 26. května 1995

Poděkování

Děkuji Prof. Ing. PhDr. Jiřímu Špinarovi, CSc. a Ing. Dagmar Bittnerové za odborné vedení a pomoc při vypracování diplomové práce.

Seznam použitých zkratek

AGB	Agrobanka
EAGB	Ekoagrobanka
ČNB	Česká národní banka
ČS	Česká spořitelna
ČSOB	Československá obchodní banka
IPB	Investiční a poštovní banka
KB	Komerční banka
PB	Podnikatelská banka
PGB	Pragobanka
UNB	Universal banka
a.s.	akciová společnost
s.r.o.	společnost s ručením omezeným
v.o.s.	veřejná obchodní společnost
atd.	a tak dále
Kč	koruna česká
mil.	milion
r.	rok
resp.	respektive
tzv.	tak zvaný

Obsah:

1. Úvod	6
2. Vývoj našeho peněžnictví v desetiletém období 1984 - 1994	8
3. Organizační struktura obchodních bank	13
3.1. Základní organizační útvary bank	15
4. Bankovní produkty a aktivity	16
5. Charakteristika města Liberce	18
5.1. Seznam poboček bank působících na území města Liberce:	20
6. Teoretický základ	22
6.1. Marketingový výzkum	22
6.1.1. Definování problému a výzkumných cílů	23
6.1.2. Sestavování plánu výzkumu	23
6.1.3. Sběr informací	26
6.1.4. Analyzování informací	27
6.1.5. Prezentace výsledků	27
7. Průzkum	28
7.1.2. Předmět průzkumu	29
7.1.3. Cíle průzkumu	29
7.1.4. Lokalizace průzkumu	29
7.2. Zpracování výsledků průzkumu	31
7.3. Určení potenciačního klienta	50
7.4. Zhodnocení průzkumu	52
8. Závěr	53
Použitá literatura	54

1.Úvod

Při vyslovení slova banka se mnohým z nás vybaví slova jako úvěr, peníze, bohatství. Každé z těchto slov právem náleží k danému pojmu.

Jak peníze tak i banka prošly dlouholetým vývojem. Dnes peníze vystupují v podobě mincí nebo bankovek plnící několik funkcí. Funkci uchovatele hodnoty, prostředek směny, zúčtovací jednotky. V jakém množství a v jaké podobě je vhodné je mítí rozhoduje centrální nebo-li cedulová banka, mající za úkol uchovávat zlaté a devizové rezervy, emitovat nové peníze do oběhu, celkově pečovat o měnu. Aby své úkoly mohla dobře plnit používá k tomu nástrojů jak přímých tak i nepřímých. Mezi ně patří diskontní politika, operace na volném trhu a změny norem povinných rezerv. To vše se více či méně odráží v chování obchodních bank, které jsou napojeny na centrální banku. Jejich hlavním úkolem je přijímání vkladů, poskytování úvěrů, investiční, zprostředkovatelské a zúčtovací operace. Tyto operace pak dále členíme na aktivní, pasivní, indiferentní.

BANKA

Aktivní operace

- úvěr na krátkodobé potřeby podnikatelským subjektům
- dlouhodobé úvěry podnikatelským subjektům
- bankovní financování podnikatelských subjektů
- spotřební úvěry - bankovní financování státu
- úvěry jiným bankám
- vklady u centrální cedulové banky

Pasivní operace

- vklady klientely
- vklady a úvěry od jiných bank

Indiferentní operace

- zprostředkování plateb
- akreditivy
- inkasní operace
- obchod s devizami a valutami
- obchod s cennými papíry
- úschovné operace
- emisní a zakladatelské operace

- obslužné operace
- leasing

Kolik bude obchodních bank v dané zemi závisí na působení mnoha objektivních ekonomických faktorů. Mezi něž patří rozsah úvěrového fondu země, stupeň ekonomicko-sociálního rozvoje země, stupeň náročnosti vedení úvěrové agendy, členitost bankovních operací, územní velikost země, podíl přímých forem úvěrových vztahů mezi hospodařícími jednotkami, koncentrace a centralizace bankovníctví, podmínky respektování objektivních ekonomických zákonitostí vykazovat jistou míru rentability, podmínky soutěživosti. I když jednotlivé obchodní banky poskytují relativně stejnou škálu produktů, dochází zde k výběru ze strany klienta. Proč si danou banku zvolil? Jaké jsou nejdůležitější kritéria výběru? To se pokusila řešit tato diplomová práce.

2. Vývoj našeho peněžnictví v desetiletém období 1984 - 1994

Historie naší země se nemalou částí podílela na historickém vývoji našeho bankovníctví. Banka jako představitelka ekonomické moci státu odráží úroveň a sílu hospodářství.

Nebudu zde popisovat celý vývoj, ale zaměřím se na poslední desetiletí, ve kterém došlo k nejradikálnějším změnám vyvolaných listopadovou revolucí r. 1989.

Před tímto datem můžeme naše bankovníctví zařadit do sféry národního hospodářství. Ale za obor, který nesehrával tak důležitou roli jak tomu bývá v jiných zemích. Bankovníctví se nacházelo v okrajovém postavení. Řízený socialismus tak potlačil úlohu a funkci peněz. Poskytování úvěrů pak bylo záležitostí více politickou než odbornou. Jedno z řešení se hledalo v tzv. přestavbě socialismu.

Tehdy u nás působily pět lépe řečeno šest specializovaných peněžních ústavů. Největší z nich byla Státní banka Československá, která plnila mnoho funkcí najednou. Měla výhradní právo vydávat bankovky, stanovení zásad oběhu zákonných peněz a ochranu měny, určování směnného kurzu koruny a cen zlata v operacích se zahraničím, přijímání vkladů na účty, poskytování úvěrů, organizaci i vlastní provádění platebního styku i zúčtování pro socialistické organizace, regulaci a kontrolu mzdového vývoje, financování a kontrolu investiční výstavby, zabezpečení pokladního plnění státního rozpočtu federace i republik, správu měnových rezerv, nákup zlata a deviz i celkový výkon státního devizového monopolu, přijímání i poskytování úvěrů a záruk ve styku s devizovými cizozemci, případnou další činnost podle pokynu vlády. Vláda určovala činnost centrální banky, ta pak určovala vše výše uvedené pro jiné peněžní ústavy.

Druhou bankou na území státu byla Česká státní a Slovenská státní spořitelna. Každá z nich působila ve své republice. Třetí v pořadí byla Živnobanka, která se stáhla do ústraní a prováděla především směnárenskou činnost. Široké známosti dosáhla vedením tuzexových účtů. Československá obchodní banka naproti tomu zajišťovala styk se zahraničím a úvěrovala podniky zahraničního obchodu. Poslední bankou v této řadě působící na území republiky byla Investiční banka, sloužící pro financování dlouhodobých investičních plánů.

Vraťme se o krok nazpět, kdy v 70. letech se začal pocítovat nedostatek peněžních prostředků a kdy lidé více ukládali než spotřebovávali. Tehdy se začala rozvíjet skrytá inflace.

K velkému zvratu došlo 1.1.1990, kdy se Státní banka Československá rozdělila. Vznikla Československá národní banka a Komerční banka, která dnes působí jako univerzální peněžní ústav, Investiční banka. Cedulová nebo-li banka bank si ponechala funkci vydávání a stahování peněz z oběhu, celkovou péči o kvalitu měny již citované v úvodu.

Banky působící před r. 1990 zůstaly. Byly zprivatizovány a staly se akciovými společnostmi. Dle zákona o bankovníctví se postupně začala vytvářet civilizovaná bankovní soustava, vznikl kapitálový trh včetně burzy cenných papírů. Začal působit soukromý sektor. V počátcích se banky potýkaly s nedostatkem odborných pracovníků, zkušeností, provozních budov. Klíčovým úkolem se stala snaha o celkovou stabilizaci ekonomiky s nízkou inflací. V průběhu let 1991 - 1992 se výkonnost ekonomiky několikrát snížila. Narůstal problém rozdělení republiky. Od 1.1.1993 existují dva samostatné státy Český a Slovenský, dvě samostatné měny.

Na pomoc drobnému a střednímu podnikání byla v lednu roku 1992 založena Českomoravská záruční a rozvojová banka. V únoru rok předtím Konsolidační banka Praha, která převzala dlouhodobé nesplacené úvěry podniků na oběžné prostředky a tím vlastně došlo k částečnému vyčištění úvěrů Komerční banky.

V březnu roku 1993 a pak 7.10.1994 došlo k dalšímu zpřísnění povoleního řízení při vzniku nových bank. Bankovní rada ČNB rozhodla o zvýšení minimální výše základního kapitálu z 300 na 500 mil. Kč., základní jmění složit v hotovosti a uložit na jejich účtu.

V průběhu několika málo let jsme byli svědky vzniku nových bank, které si hledají své jméno, ale i k jejich pádu. Proto se začalo uvažovat o pojištění vkladů. Dnes již je tento zákon v platnosti.

K 1.2.1995 na našem území působí 57 peněžních ústavů. Dělíme je dle kapitálové účasti na obchodní banky s českou majetkovou účastí, banky se stoprocentní zahraniční

majetkovou účastí, specializované banky a dceřinné společnosti zahraničních bank. Většina těchto ústavů působí jako univerzální banka s devizovým nebo bez devizového povolení.

Seznam bank působících v ČR k 1.2.1995

Název banky, zahájení činnosti

Česká národní banka a.s. 1.1.1990

Komerční banka a.s. 1.1.1990

Českoslov. obch. banka a. s. 1.1.1965

Živnostenská banka a.s. 1860

Agrobanka a. s. 1.7.1990

Česká spořitelna a.s. 1.1.1969

Banka Bohemia a.s. 1.2.1991 zastavena činnost

Bankovní dům Skala a.s. 13.12.1990

Pragobanka a.s. 1.10.1990

Kreditní a průmyslová banka a.s. 1.4.1991 zastavena činnost

Ekoagrobanka a.s. 1.11.1990

Société Générale - Komerční banka a.s. 15.4.1991

Kreditní banka a.s. 1.1.1991

Českomoravská hypoteční banka a.s. 10.1.1991

Banka Haná a.s. 11.1.1991

AB Banka a.s. 1.4.1991 zastavena činnost

Zemská banka a.s. 1.1.1991

Interbanka a.s. 1.2.1991

Citibank a.s. 20.6.1991

Creditanstalt a.s. 1.4.1991

Bank Austria a.s. 1.1.1992

Evrobanka a.s. 1.10.1991

Konsolidační banka s.p.ú. 25.2.1991

Union Banka a.s. 15.11.1991

Internationale Nederlanden Bank N.V. 1.9.1993

Realitbanka a.s. 1.1.1991

COOP-Banka a.s. 24.2.1992

Bayerische Veriensebank AG 1.7.1992

HYPO-BANK a.s. 26.2.1992

BNP-Dresdner Bank a.s. 12.5.1992

Česká Banka a.s. 18.2.1992

Českom. záruč. a rozvojová banka 1.3.1992

Girocredit Banka a.s. 1.2.1993

Moravia Banka a.s. 2.7.1991

Plzeňská Banka a.s. 1.10.1993

Credit Lyonnais Bank Praha a.s. 12.11.1992

Investiční a poštovní banka a.s. 1.1.1990

První slezská banka a.s. 12.1.1993

ABN Amro Bank N.V. 6.5.1993

Raiffeisenbank a.s.

Velkomoravská banka a.s. 3.11.1992

Podnikatelská banka a.s. 18.12.1992

První městská banka a.s. (bývalá Royal banka) 1.9.1993

IC banka a.s. 12.4.1994

Commerzbank AG 1.2.1992

Universal banka a.s. 15.2.1993

Všeobecná uvěrová banka a.s. 14.1.1993

Oesterreichische Volksbanken AG, Wien 1.1.1994

Deutsche Bank AG, Frankfurt/Main

Foresbank a.s. 7.9.1993

Waldviertler Sparkasse von 1842, Waidhofen an der Thaya 1.5.1994

AR stavební spořitelna 7.9.1993

Českomoravská stavební spořitelna 8.9.1993

Stavební spořitelna Wüstenrot 11.11.1993

Všeobecná stavební spořitelna a.s. 16.12.1993

ČS - stavební spořitelna a.s. 1.7.1994

HYPO stavební spořitelna a.s. 1993

Česká národní banka 1.1.1993

3. Organizační struktura obchodních bank

Většina bank působících na území naší republiky má formu akciových společností, vystupujících jako samostatné právnické osoby.

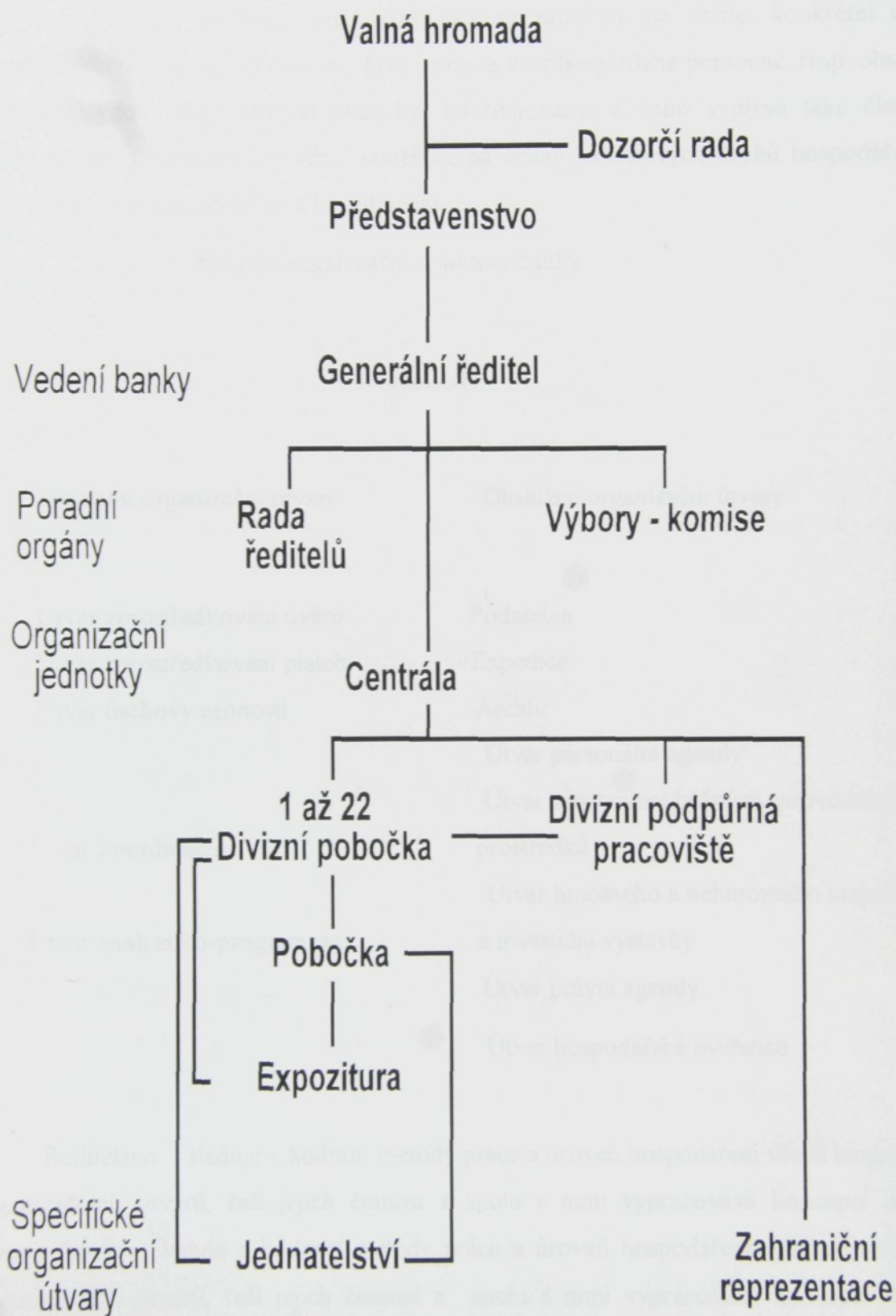
Jejich nejvyšším řídicím orgánem je valná hromada akcionářů, která se schází zpravidla jednou za rok. Valná hromada akcionářů řídí banku jen formálně.

Schvaluje obvykle rozhodnutí skupiny největších akcionářů kontrolující činnost banky, výroční zprávu o činnosti banky, volí radu ředitelů, která řídí banku bezprostředně mezi zasedáními valné hromady. Rada ředitelů má několik poradních orgánů - výborů, kteří dávají návrhy a doporučení k řešení konkrétních otázek v jednotlivých oblastech činnosti banky.

Při řízení poboček převládá divizionální typ organizace před funkcionalizmem. Bankovní pobočky disponují různou mírou samostatnosti. Řídí se jednotnou bankovní politikou. Podle míry samostatnosti rozlišujeme:

- bankovní pobočné závody,
- samostatné bankovní pobočky,
- sběrná a inkasní místa /střediska/
- depozitní místa a pokladny,
- výplatní místa a střediska,
- agentury,
- expozitory,
- jednatelství,
- reprezentace a zastupitelstva.

Příkladem je organizační schéma Komerční banky a.s.



3.1. Základní organizační útvary bank

Každý podnik i jiná organizace se zaměřuje na určité, konkrétní druhy hospodářských nebo jiných operací. Tyto operace vyvolávají různé pomocné, resp. obslužné operace. Výkon všech operací musí být koordinovaný. Z toho vyplývá také členitost organizačních útvarů na speciální, zaměřené na řešení jednotlivých druhů hospodářských nebo jiných operací, obslužné a koordinační.

Schéma organizační struktury banky

Ředitelství

Speciální organizační útvary

- Útvar zprostředkování úvěru
- Útvar zprostředkování plateb
- Útvar úschovy cenností

Útvar koordinační

Útvar analyticko-programový

Obslužné organizační útvary

- Podatelna
- Expedice
- Archív
- Útvar personální agendy
- Útvar zásobování běžných provozních prostředků
- Útvar hmotného a nehmotného majetku a investiční výstavby
- Útvar právní agendy
- Útvar hospodářské evidence

Ředitelství - sleduje a hodnotí metody práce a úroveň hospodaření všech bankovních organizačních útvarů, řeší jejich činnost a spolu s nimi vypracovává koncepci dalšího rozvoje banky. Sleduje a hodnotí metody práce a úroveň hospodaření všech bankovních organizačních útvarů, řeší jejich činnost a spolu s nimi vypracovává koncepci dalšího rozvoje banky.

4. Bankovní produkty a aktivity

Každá z bank se snaží o co nejširší škálu poskytovaných produktů a přiblížit je co nejbližše klientovi.

Bankovní produkty lze rozčlenit na několik skupin:

1. skupina Vklady

a) vkladové účty na viděnou v Kč - běžný účet v Kč, kontokorentní účet, bankokonto, sporožiro, N-konto, vkladní knížky bez výpovědi b) vkladové účty termínované v Kč - od 1 do 12 měsíců, od 1 do 4 roků, nad 4 roky c) spořicí vklady v Kč - vkladní knížky, spořicí účty od 1 do 12 měsíců, od 1 do 4 roků, nad 4 roky d) účelové spoření v Kč - stavební spoření, spoření na vzdělání, spoření na důchod e) vkladové certifikáty v Kč - od 1 do 12 měsíců f) vkladové účty na viděnou v CM, běžný účet v CM, vkladové účty termínované v CM - do 1 měsíce, na 3 měsíce, na 6 měsíců, na 9 měsíců, na 12 měsíců, na 1 - 4 roky

2. skupina Úvěry

h) úvěry krátkodobé, střednědobé, dlouhodobé v Kč i) půjčky obyvatelstvu v Kč - na nákup nemovitosti, na nákup zboží pro domácnost, hotovostní j) úvěry v CM - krátkodobé, střednědobé, dlouhodobé k) ostatní úvěrové produkty - úvěry eskontní v Kč, úvěry hypotekární v Kč, bankovní záruky v Kč, bankovní linky v Kč, úvěry eskontní v CM, úvěry hypotekární v CM, bankovní záruky v CM, bankovní linky v CM, exportní odběratelské úvěry v CM

3. skupina Platební operace

l) hotovostní platební operace v Kč - příjem a výdej hotovosti v Kč, přímý výběr - bankomat, proplácení klientského šeku jiných bank v hotovosti, inkaso zaručených šeků jiných bank m) bezhotovostní platební operace v Kč - dokumentární akreditiv - export, dokumentární akreditiv - import, dokumentární inkaso - export, dokumentární inkaso - import, hladké platby vyšlo, hladké platby došlo n) hotovostní platební operace v CM - příjem a výdej hotovosti v CM, nákup CM, prodej CM soukromým osobám, prodej CM na služební cesty, proplácení šeků, inkaso šeků, EC šeky a EC záruční karty o) bezhotovostní

operace v CM - dokumentární akreditiv - export, dokumentární akreditiv - import, hladké platby vyšlo, hladké platby došlo p) vybrané operace v CM - kurzové obchody, obce

4. skupina Jiné služby

q) investiční bankovníctví, finanční poradenství, obchodování s cennými papíry r) mezinárodní bankovníctví, zahraniční nabídková a poptávková služba, bankovní informace o klientech s) pronájem nočního trezoru, úschovné schránky t) vydávání šeků ke korunovým účtům, šeky klientské šeky bankovní, šeky Eurocheque /EC/, šeky cestovní u) vydávání šeků v CM, šeky bankovní, šeky Eurocheque /EC/ v) vydávání platebních karet - domácí a zahraniční platební karty

Vysvětlivky k nejčastěji používaným pojmům v bankovníctví:

akreditiv - příkaz banky druhé bance, aby vyplatila pověřenému ve lhůtě platnosti příkazu určitou částku. Banka vystavuje akreditiv na vrub prostředků příkazce nebo z poskytnutého akreditivního úvěru. Akreditiv bývá určen jen pro zúčtování s jedním dodavatelem a má omezenou dobu platnosti

bonita - v obchodním styku úvěruschopnost daného subjektu

depozitum - vklad v peněžním ústavu

dluhopis - cenný papír, s nímž je spojeno právo majitele požadovat splacení dlužní částky v nominálních hodnotách a vyplacení výnosů z něj k určitému datu od emitenta

lombard - obecně znamená poskytnutí krátkodobého úvěru zajištěného zástavou snadno prodejných movitých hodnot, především ukládacích cenných papírů

obligace - dluhopis

šek - cenný papír, obsahující bezpodmínečný písemný platební příkaz peněžnímu ústavu zaplatit z konta výstavce šeku doručiteli šeku (případně přímo osobě, v šeku uvedené) uvedenou částku

5. Charakteristika města Liberce

Město Liberec a jeho nejbližší okolí se rozprostírá v kotlině lemované na severovýchodě Jizerskými horami na jihozápadě Ještědsko-kozákovským hřbetem s nejvyšším vrcholem Ještěd. První písemná zmínka o Liberci jako malé osadě je z r. 1352. Roku 1577 jej císař Rudolf II. povýšil na město, v němž se začalo rozvíjet soukenictví. Dnes je město Liberec politickým, kulturním a průmyslovým centrem na severu Čech, kde žije přes sto tisíc obyvatel. Tradiční místo zde zaujímá průmysl a obchod spojující se s jmény jako Byservis, Skloexport. Velkého rozkvětu po r. 1989 dosáhl bankovní sektor, sektor obchodu a služeb. Na základě živnostenského zákona vzniklo mnoho malých a středních firem.

Kulturní a sportovní vyžití zde najdou jak mladší, tak i starší generace po celý rok. Historické památky jako je objekt muzea, zámku, radnice, kostela dotvářejí dominantu města.

Aby se nám město ještě lépe přiblížilo uvedeme několik statistických dat.

Počet obyvatel k 1.1.1994 101 018 obyvatel.

51,9% tvoří ženy a 48,1% muži. V produktivním věku se nachází 61 200 obyvatel.

Složení obyvatelstva podle dokončeného vzdělání

bez vzdělání	1%
základní	30%
učňovské	28%
střední odborné	5%
vysokoškolské	9%

Sociální složení

dělníci	39,6%
---------	-------

zaměstnanci	52,7%
členové družstva	3,2%
samostatně činí	3,1%
ostatní	1,4%

Nezaměstnanost k 31.12.1994 byla 2%. Větší nezaměstnanost je u žen. Z profesního hlediska u pracovníků se základním vzděláním.

Struktura podnikatelských subjektů

průmysl	13%
zeměděl. lesnict.	2%
ostatní	3%
zdrav. školství	3%
služby	15%
doprava. spoje	2%
obchod. pohost.	33%
stavebnictví	11%

Struktura fyzických podnikatelských subjektů

zemědělství lesnictví	8%	ostatní	1%
stavebnictví	17%	průmysl	18%
zdravotnictví školství	4%	služby	17%
doprava spoje	4%	obchod pohost.	31%

Struktura právnických subjektů podle forem

příspěv. organ.	2%	veř. obch. spo.	12%
družstva	5%	akciová spol.	4%
rozpočt. organ.	2%	společn. s r. o.	75%

Struktura mezd podle odvětví (v Kč na osobu a měsíc) v ČR za rok 1994

nemovitosti apod.	7 000,-	peněžnictví a pojišťovnictví	10 600,-
cestovní kanceláře	8 000,-	pohostinství a ubytování	5 400,-
obchod, opr. mot vozidel	5 700,-	stavebnictví	6 600,-
výr. a rozvod el. plynu a vody	6 700,-	zpracovatelský průmysl	5 500,-
dobývání surovin	7 300,-		

5.1. Seznam poboček bank působících na území města Liberce:

Jméno banky, zahájení činnosti na území Liberce

Komerční banka a.s. 1.1.1990

Agrobanka a.s. 1991

Banka Bohemia a.s. 1992 v likvidaci

Česká banka a.s. listopad 1993

Česká spořitelna a.s. 1958

Československá obchodní banka a.s. 1965

Ekoagrobanka a.s. 1992

Evrobanka a.s. 1994

Hypo- Bank CZ a.s. 1992

Investiční a poštovní banka a.s. 1990 IB, 1993 PB

Kreditní banka a.s. 1994

Pragobanka a.s. 1992

Podnikatelská banka a.s. leden 1994

První městská banka a.s. chystá se otevřít

Plzeňská banka a.s. 1.11.1994

AR stavební spořitelna a.s. srpen 1993

Českomoravská stavební spořitelna a.s. červen 1994

ČS - stavební spořitelna a.s. 1.6.1994

Všeobecná stavební spořitelna a.s. 16.12.1993

Stavební spořitelna Wüstenrot a.s. 1.11.1993

Hypo - stavební spořitelna 1.4.1994

Živnobanka chystá se otevřít od poloviny června 1995

Česká národní banka 1.1.1993

6. Teoretický základ

6.1. Marketingový výzkum

"Dobře řídit firmu , znamená dobře řídit její budoucnost, pro dobré řízení její budoucnosti je třeba mít dobré informace."

Marion Harper

Marketingová informace je kritickým prvkem ovlivňujícím efektivnost marketingu. Proto stále větší počet firem podniká kroky ke zdokonalení svých marketingových informačních systémů.

Dobře navržený informační systém o trhu zahrnuje čtyři subsystémy:

1. vnitřní informační systém
2. marketingový zpravodajský systém
3. marketingový výzkum
4. podpůrný systém marketingového rozhodování

Marketingový výzkum je systematické určování, sběr, analýza a vyhodnocování informací a závěrů odpovídajících určité marketingové situaci, před kterou společnost stojí.

Marketingový výzkum může být uskutečňován několika způsoby:

- a) zadání marketingového výzkumu firmě
- b) zadání marketingového výzkumu vlastnímu marketingovému oddělení

Rozhodnutí , zda se bude marketingový výzkum provádět, závisí i na těchto třech kritériích:

- firma si není jista svým marketingovým rozhodnutím a potřebuje další specifické informace

- firma je připravena po marketingovém výzkumu změnit své rozhodnutí, marketingovou strategii či taktiku

- firma si musí být vědoma, že náklady vydané na marketingový výzkum musí být přiměřené a nesmí přesáhnout potencionální výnos.

Marketingový výzkum se skládá z pěti základních kroků:

- | | |
|-----------------------------|----------------------------|
| 1. definování plánu výzkumu | 2. sestavení plánu výzkumu |
| 3. shromáždění informací | 4. analýza informací |
| 5. závěry a doporučení | |

6.1.1. Definování problému a výzkumných cílů

Je to první a důležitý krok. Vyžaduje schodu manažera marketingu a výzkumníka proto, aby stanovili postupy výzkumu a zabezpečili žádané informace.

Typy výzkumných projektů mají : a) badatelský charakter b) popisný charakter c) kauzální charakter

Obecně řečeno, pozorování a skupinově orientované dotazování se hodí pro badatelský výzkum, průzkum je vhodný pro popisný výzkum a experimentování je vhodné pro výzkum příčin.

6.1.2. Sestavování plánu výzkumu

Druhý krok vyžaduje sestavení efektivního plánu pro shromažďování potřebných informací.

Tabulka č. 1 Plán výzkumu

Zdroje informací	Sekundární informace	Primární informace		
Výzkumné přístupy	Pozorování	Zájmové skupiny	Průzkum	Pokus
Metody výzkumu	Dotazník	Technická zařízení		
Plán výběru	Výběrová jednotka	Velikost souboru	Postup výběru	
Metody kontaktování	Telefonem	Poštou	Osobní kontakt	

Informační zdroje

Při plánu výzkumu se využívají primární i sekundární informace. Sekundárními informacemi nazýváme takové, které již byly shromážděny pro nějaký jiný účel a jsou nadále k dispozici.

Primární informace jsou naopak ty, které musí být teprve shromážděny pro specifický výzkumný účel. Sekundární informace jsou: interní zdroje, státní publikace, periodika a knihy, komerční údaje.

Sekundární data mají výhodu v rychlosti získávání a v nízkých nákladech na jejich pořízení.

Primární údaje jsou naopak aktuálnější, přesnější, úplnější, spolehlivější a mají celkově větší vypovídací schopnost. Při jejich získávání používáme čtyři základní přístupy: pozorování, skupinově orientované dotazování, průzkum, experimentování.

Výzkum pozorováním: Aktuální informace mohou být získávány na základě pozorování relevantních aktérů v relevantním prostředí.

Výzkum skupinově orientovaným dotazováním: Dotazovaná skupina lidí zahrnuje celkem šest až deset osob, které stráví několik hodin se zkušeným marketingovým výzkumníkem - dotazovatelem, který s nimi prodiskutuje řešený problém a musí mít znalosti z oblasti skupinového chování a postojů. Dotazovatel má za úkol povzbuzovat volnou a ničím neomezenou diskusi a tak odhalit hluboké pocity a myšlenky. Dotazovatel má současně za úkol orientovat diskusi určitým směrem vzhledem k potřebám řešeného problému. Proto má také toto skupinové dotazování přídomek orientované. Celá diskuse je odpovídajícím způsobem zaznamenána.

Výzkum průzkumem: Výzkum průzkumem je určitý kompromis mezi výzkumem pozorováním a mezi skupinově orientovaným dotazováním na straně jedné a mezi experimentálním výzkumem na straně druhé. Firmy uskutečňují výzkum proto, aby se více dozvěděly o lidských znalostech, o jejich názorech, preferencích, uspokojení atd. a aby tyto veličiny změřily u obyvatelstva.

Experimentální výzkum: Vědecky nejhodnotnějším experimentální výzkum. Experimentální výzkum vyžaduje především výběr vhodných skupin subjektů, jejich zkoumání pomocí různých postupů, poznání nerelevantních vlivů a ověřování, zda pozorované reakce na různé podněty jsou statisticky významné. Nerelevantní, respektive vedlejší vlivy musí být eliminovány, nebo musí být jejich vliv kontrolován, aby bylo možné kvantifikovat zkoumané kauzální závislosti. Smyslem experimentálního výzkumu je odhalit kauzální vztahy mezi příčinou a jejím důsledkem při vyloučení jiných vlivů působících na velikost sledovaných důsledků.

Nástroje výzkumu

Při sběru primárních informací lze použít dva základní nástroje, a to dotazník a technické zařízení.

Dotazník: Dotazník je nejužívanější nástroj při sběru primárních informací. Obsahuje řadu otázek, na něž mají respondenti odpovídat. Dotazník je velice pružný nástroj, který nabízí široké spektrum možností. Musí být však pečlivě sestaven a otestován, aby se zbavil nedostatků před uplatněním v širokém měřítku.

Technické prostředky: Jejich použití při marketingovém výzkumu je řídké. Slouží k měření intenzity zájmu respondenta nebo jeho emocí.

Plán výběru

Plán výběru respondentů musí obsahovat tři rozhodnutí:

1. **Výběrová jednotka** dává odpověď na otázku: Kdo má být pozorován? Marketingový výzkum musí především říci, která cílová část obyvatelstva se má stát výběrovým souborem. Výběrová jednotka by měla být jednoznačně definována.

2. **Velikost výběrového souboru** dává odpověď na otázku: Kolik lidí by mělo být pozorováno? Je známe, že čím větší výběrový soubor tím jsou výsledky pozorování spolehlivější. Není však nutné do výběrového souboru zahrnout velkou cílovou populaci nebo její podstatnou část proto, aby se dosáhlo spolehlivých výsledků. Výběrové soubory, které obsahují méně než 1% obyvatelstva, skýtají vysokou spolehlivost za předpokladu důvěryhodného postupu při sestavování výběrového souboru.

3. **Vytváření výběrového souboru** odpovídají na otázku: Jak měli být respondenti vybíráni? Postup výběru respondentů musí zaručit určitou spolehlivost sledovaných charakteristik u respondentů. Je možné použít pravděpodobnostní nebo nepravděpodobnostní výběrový soubor. Někteří marketingoví výzkumníci jsou přesvědčeni, že nepravděpodobnostní výběrové soubory mohou být někdy velmi užitečné i přesto, že nelze stanovit, jaké chyby se výzkumník při tvorbě výběrového souboru dopouští.

4. **Metody kontaktování** odpovídají na otázku: Jakým způsobem má být subjekt kontaktován? Nejčastěji se používá poštovní styk, telefonní styk nebo osobní kontakt. Ale je možné použít i jiných metod, spojení pomocí tisku, počítačových sítí atd.

6.1.3. Sběr informací

Tato fáze výzkumu je nejnákladnější a navíc je možné se při ní dopustit snadno chyb. V případě pozorovacích studií se vyskytují čtyři hlavní problémy. Někteří respondenti nejsou doma a musí být kontaktováni znova, nebo nahrazeni jinými respondenty. Jiní zase

odmítnou spolupráci. Někteří poskytnou předpojaté či nepoctivé odpovědi. A někteří budou přechodně zaujatí, nebo neochotni pravdivě odpovídat.

6.1.4. Analyzování informací

Jakmile byly potřebné údaje zjištěny a shromážděny. Nastává krok nazývaný analýza. Zde pracovníci zjišťují potřebné statistické veličiny vyjadřující četnosti výskytu, střední hodnoty, míry závislosti mezi proměnnými. Slouží jako podklad pro rozhodnutí managementu o řešení problému, který byl předmětem šetření.

6.1.5. Prezentace výsledků

Celkovou úspěšnost výzkumu záleží také na tom, jak jsou výsledky (managementu podniku) interpretovány. Předložení nepodstatných , nepřesných a zmatených informací, stejně jako údajů, které vedení očekává, nebo těch, které nemají přímý vztah k řešení, může vést k nesprávným rozhodnutím s dalekosáhlými důsledky.

7. Průzkum

7.1.1. Metoda průzkumu

Metodou, kterou jsem řešila zadaný problém, byl zvolen průzkum. Touto metodou nejlépe zjistíme postoje, v našem případě klienta vůči bance.

Jako nástroj výzkumu jsem použila dotazník, který byl vyhotoven ve dvou variantách. První byl určen pro fyzické osoby a obsahoval celkem devět otázek. Druhý byl určen pro právnické osoby a fyzické osoby - podnikatele. O rozsahu deseti otázek. Stěžejní otázky odpovídající na daný problém byly v obou případech shodné. Na začátek se zařadily otázky týkající se řešeného problému, na konec osobní údaje, na které respondenti neradi odpovídají. Celkově byl dotazník sestaven tak, aby jeho vyplňování bylo snadné, přehledné a rychlé. Zcela náhodným výběrem byl vytvořen výběrový soubor. Výběrovou jednotku tvořili všichni, kdo se nacházeli v inkriminovanou dobu v lokalizaci výzkumu. Jedinou omezující podmínkou bylo nutné být klientem některého bankovního ústavu v Liberci. Velikost výběrového souboru je 105 respondentů. Při předpokládaném poměru nižším než 2:98 se dostáváme k pravděpodobné výběrové odchylce o velikosti 2,3%.

Tabulka č. 2

Pravděpodobný podíl znaku $p:(1 - p)$						
Velikost	2:98	5:95	10:90	20:80	35:65	50:50
25	5,6	8,7	12	16	19,1	20
50	4	6,2	8,5	11,4	13,5	14,2
75	3,2	5	6,9	9,2	11	11,5
100	2,3	4,4	6	8	9,5	10
150	2,3	3,6	4,9	6,6	7,8	8,2
200	2	3,1	4,3	5,7	6,8	7,1
250	1,8	2,7	3,8	5	6	6,3
300	1,6	2,5	3,5	4,6	5,5	5,8
400	1,4	2,2	3	4	4,8	5
500	1,3	2	2,7	3,6	4,3	4,5
600	1,1	1,8	2,5	3,3	3,9	4,1
800	0,98	1,5	2,1	2,8	3,3	3,5

1 000	0,9	1,4	1,9	2,5	3,1	3,2
1 200	0,81	1,3	1,7	2,3	2,8	2,9
1 500	0,73	1,1	1,6	2,1	2,5	2,6
2 000	0,61	0,96	1,3	1,8	2,1	2,2
2 500	0,56	0,87	1,2	1,6	1,9	2
3 000	0,51	0,79	1,1	1,4	1,7	1,8
4 000	0,44	0,69	0,95	1,3	1,5	1,6

Kontakt s respondentem byl navázán osobním rozhovorem. Při kterém mu byl předložen dotazník. Zcela na jeho vůli bylo, zda jej bude vyplňovat sám nebo prostřednictvím tazatele. Otázky v dotazníku byly testovány na souboru patnácti respondentů.

7.1.2. Předmět průzkumu

Předmětem šetření byly bankovní produkty a jejich poskytování.

7.1.3. Cíle průzkumu

1. Cílem průzkumu bylo zjistit jaké bankovní produkty jsou nejčastěji využívány ze strany klienta
2. Cílem průzkumu bylo zjistit na co je kladen největší důraz při výběru banky
3. Cílem průzkumu bylo zjistit postoje klientů vůči bance z hlediska spokojenosti a nespokojenosti.

7.1.4. Lokalizace průzkumu

Průzkum byl prováděn ve městě Liberec.

1. v prostoru budovy peněžního ústavu Investiční banky, České spořitelny, Československé obchodní banky, Ekoagrobanky, Agrobanky, České spořitelny, Evrobanky (kde po dobu mého pobytu nepřišel žádný klient)

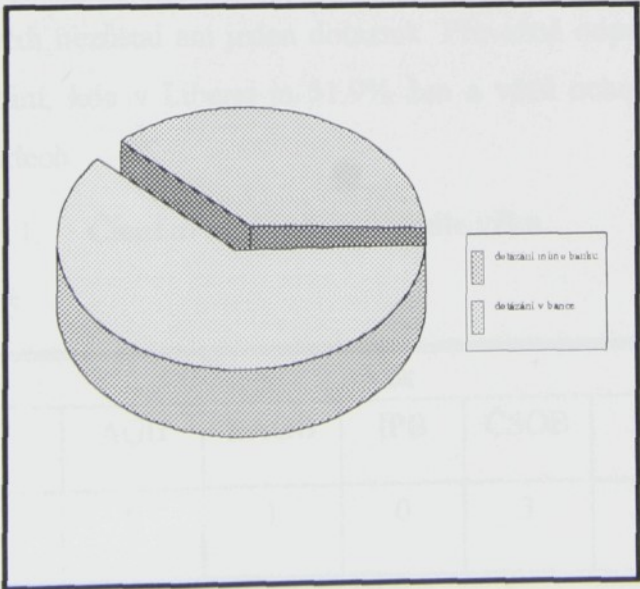
2. osobní kontakt s těmi, kteří jsou klienty některé z poboček libereckých bank, získání byli klienti České spořitelny, Komerční banky, Universální banky, Podnikatelské banky, Pragobanky, Československé obchodní banky

Tabulka č. 3 Členění respondentů

Název banky	Počet respondentů	z toho dotázání v bance	Práv. osob. a fyz. osob. pod.	Fyzická osoba
ČS	30	21	4	26
KB	22	5	10	12
IB	8	8	5	3
UNB	1	0	1	0
PB	2	0	2	0
PGB	1	0	1	0
ČSOB	23	19	13	10
EAGB	10	10	4	6
AGB	8	5	7	1
Celkem	105	68	47	58

Tabulka nám ukazuje kolik respondentů odpovědělo na daný dotazník a kolik z nich bylo dotazováno přímo v prostorách banky. Z celkového počtu dotazovaných 65% respondentů odpovídalo v prostorách banky. 45% respondentů bylo právníckými subjekty.

Graf č. 1



7.2. Zpracování výsledků průzkumu

Ankety se zúčastnilo celkem 105 respondentů, kteří byli rozděleni do dvou skupin. První skupinu tvořili respondenti označení jako právnická osoba a fyzická osoba podnikatel, o celkovém počtu 47. Druhá skupina byla tvořena fyzickými osobami, jichž bylo 58.

Respondenti odpovídali raději při osobním kontaktu mimo banku, než v prostorách bank, kde mnoho z nich spěchalo. Raději odpovídali na čtený dotazník, než když jej drželi v ruce a měli ho písemně vyplnit. Výhoda čtení dotazníku respondentům spočívala v lepším dovysvětlení neporozuměné otázky. Dotazník vyhotovený ve dvou variantách se lišil v šesti otázkách z devíti a desíti položených.

Nejdříve se budeme věnovat vyhodnocení dotazníku pro fyzické osoby.

Otázka č. 7.1. Členění respondentů podle pohlaví

Tabulka č. 4

Pohlaví								
	ČS	AGB	EAGB	IPB	ČSOB	KB	Celkem	% vyjádření
muž	12	0	0	2	5	4	23	40%
žena	14	1	6	1	5	8	35	60%

Bez odpovědi nezůstal ani jeden dotazník. Převážně odpovídaly ženy, což odpovídá statistickému sčítání, kde v Liberci je 51,9% žen a větší ochota žen věnovat se procesu vyřizování na úřadech.

Otázka č. 6.1. Členění respondentů podle věku

Tabulka č. 5

Věk								
	ČS	AGB	EAGB	IPB	ČSOB	KB	Celkem	% vyjádření
18 - 24 let	7	0	1	0	3	4	15	26%

25 - 30 let	7	0	2	2	4	1	16	28%
31 - 50 let	10	1	5	1	3	7	24	41%
51 - 60 let	0	0	1	0	0	0	1	2%
61 a více let	2	0	0	0	0	0	2	3%
Bez odpovědi	0	0	0	0	0	0	0	0%

Rozvrstvení respondentů do jednotlivých skupin je rovnoměrné. Nejčastěji odpovídali z věkové skupiny 31 - 50 let. Tato věková skupina tvoří nejpočetnější skupinu i při statistickém sčítání obyvatelstva.

Otázka č. 8.1. Členění respondentů podle vzdělání

Tabulka č. 6

Vzdělání								
	ČS	AGB	EAGB	IPB	ČSOB	KB	Celkem	% vyjádření
Základní	4	0	1	0	0	1	6	10%
Střední	15	0	5	1	6	7	34	59%
Vysokoš kolské	7	1	0	2	4	4	18	31%
Bez odpovědi	0	0	0	0	0	0	0	0%

Největší počet respondentů bylo středního vzdělání a nejméně vzdělání základního. Je to způsobeno i tím, že do skupiny středního vzdělání lze zařadit vzdělání úplné střední odborné s maturitou, gymnázium. To také odpovídá demografickým údajům. Svou roli zde hraje i snaha po vyšším vzdělání či odborných kurzech, které vedou k větším možnostem uplatnění se na trhu práce.

Otázka č. 9.1. Členění respondentů podle zaměstnání

Tabulka č. 7

Zaměstnání								
	ČS	AGB	EAGB	IPB	ČSOB	KB	Celkem	% vyjádření
Ve službách	10	0	0	1	1	6	18	32%
V průmyslu	5	1	3	0	1	0	10	17%
V zemědělství	1	0	0	0	0	1	2	3%
Státní služba	3	0	0	0	2	1	6	10%
Jiná	7	0	3	2	6	4	22	38%
Bez odpovědi	0	0	0	0	0	0	0	0%

Nejčastěji jsou respondenti zaměstnání v oblasti označené jako jiná 38%. Je to způsobeno i tím, že respondenti mohou pracovat ve firmách zabývajících se ve své činnosti několika obory vzájemně se prolínající a jejich zařazení není jednoznačné. Hned po ni ve službách 32% respondentů. Statistické údaje o liberecku uvádějí jako nejpočetnější skupinu lidí zaměstnanu ve službách 33% .

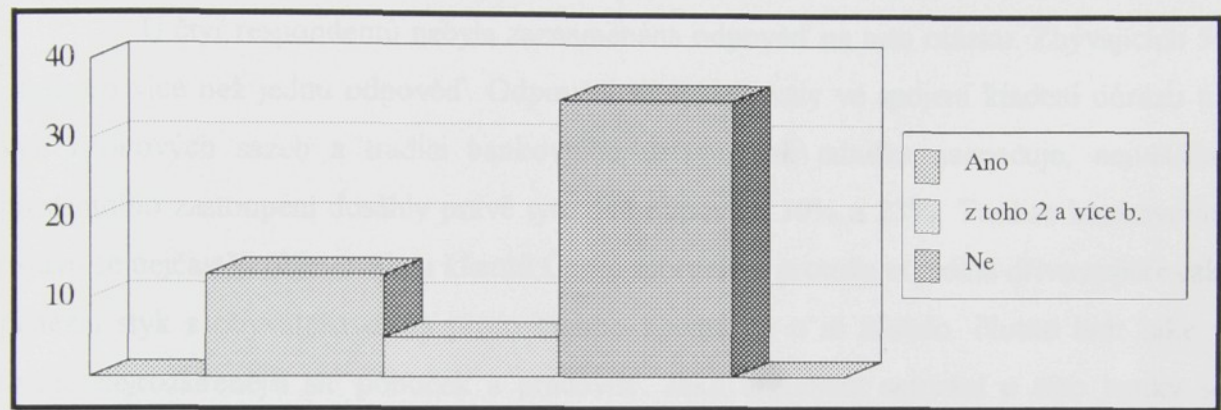
Otázka číslo 5.1. Jste klientem i jiné banky?

Tabulka č. 8

Jste klientem i jiné banky								
	ČS	AGB	EAGB	IPB	ČSOB	KB	Celkem	% vyjádření
Ano	8	1	2	3	5	4	13	40%
z toho 2 a více bank	2	0	0	2	0	1	5	9%
Ne	18	0	4	0	5	8	35	60%

Jak nám tabulka ukazuje, 40% klientů jsou klienty jedné a více bank. Za povšimnutí stojí údaj 9%. Ten nám naznačuje, že klienti nesoustřeďují své aktivity pouze na jediný bankovní ústav, ale vytvářejí si větší portfólio, které je spojeno s menším rizikem. Neexistuje zde tzv. věrnost jednomu bankovnímu ústavu, jak tomu bývá u některých výrobků, kde existuje věrnost značce.

Graf č. 2



Otázka č. 2 .1. **Při rozhodování kladu důraz**

Tabulka č. 9

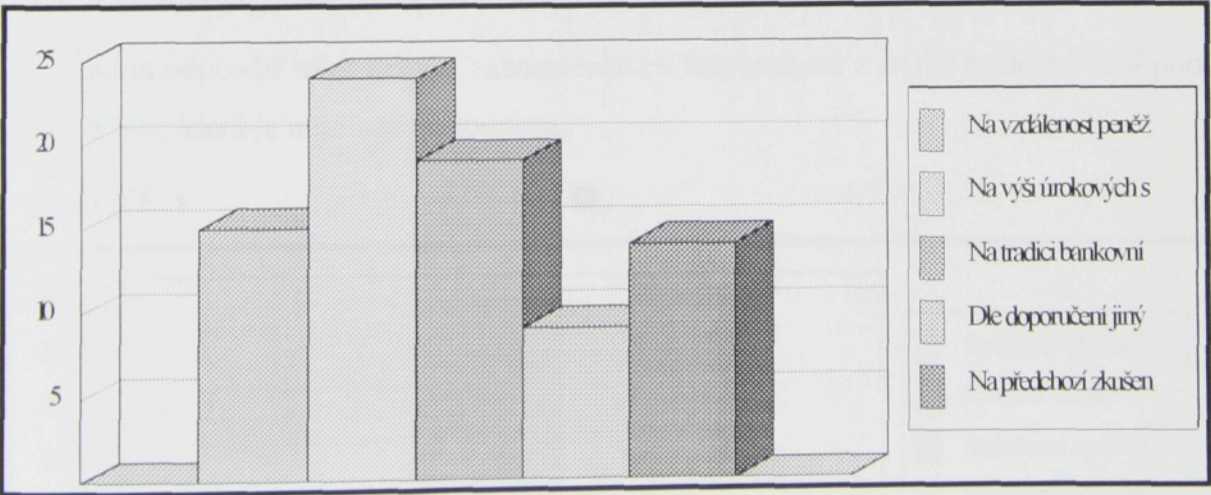
Kladu důraz								
	ČS	AGB	EAGB	IPB	ČSOB	KB	Celkem	% vyjádření
Na vzdálenost peněžního ústavu od bydliště	6	0	4	0	0	5	15	19%
Na výši úrokových sazeb	7	1	3	3	3	7	24	30%
Na tradici bankovníh o ústavu	12	0	1	2	3	2	19	23%
Dle doporučení jiných	5	0	0	0	1	3	9	11%

Na předchozí zkušenosti s bankovním ústavem	4	0	2	1	5	2	14	17%
Celkem	34	1	10	5	12	19	81	
% vyjádření	42%	1%	12%	7%	15%	23%		100%
Bez odpovědi	2	0	0	0	0	2	4	

U čtyř respondentů nebyla zaznamenána odpověď na tuto otázku. Zbývajících 54 zaškrtnlo více než jednu odpověď. Odpovědi se vyskytovaly ve spojení kladení důrazu na výši úrokových sazeb a tradici bankovního ústavu. Jak tabulka naznačuje, největšího procentního zastoupení dosáhly právě tyto dvě odpovědi 30% a 23%. Tradice bankovního ústavu se nejčastěji objevovala u klientů České spořitelny, protože ta jediná dříve zajišťovala peněžní styk s obyvatelstvem a proto mnoho klientů už u ní zůstalo. Nutno brát také v úvahu nejrozšířenější síť poboček a pracovišť. Jako argument setrvání u této banky se nejčastěji vyskytl argument konzervatismu.

Největší procentní podíl odpovědi nese ČS a.s. 42%.

Graf č. 3



Otázka č. 3.1. Na bance oceňuji

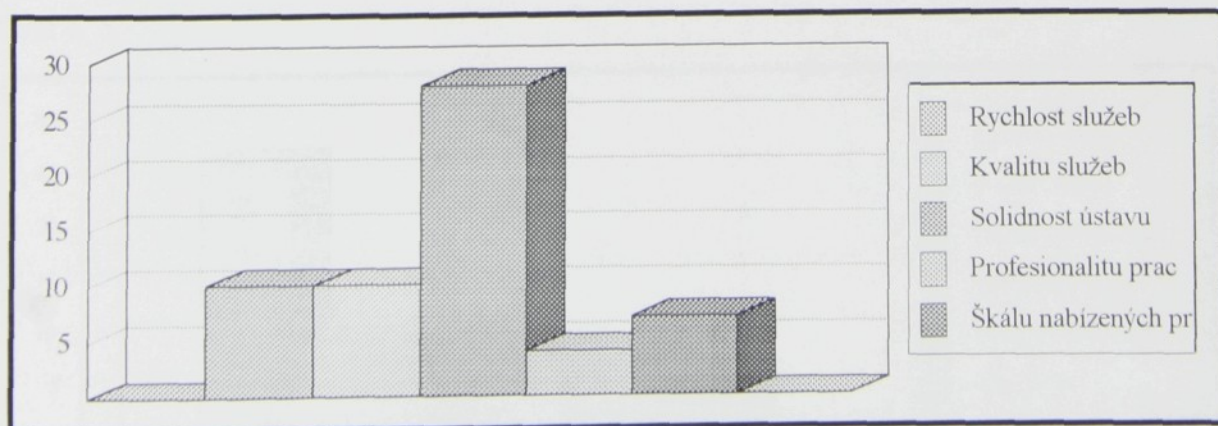
Tabulka č. 10

Na bance oceňuji								
	ČS	AGB	EAGB	IPB	ČSOB	KB	Celkem	% vyjádření
Rychlost služeb	3	0	2	1	2	2	10	13%
Kvalitu služeb	4	0	1	1	3	1	10	13%
Solidnost ústavu	12	0	3	3	6	4	28	37%
Vystupování pracovníků	5	0	1	0	4	6	16	21%
Profesionalitu pracovníků	0	0	2	0	0	2	4	6%
Škálu nabízených produktů	6	0	0	0	0	1	7	10%
Celkem	30	0	9	5	15	16	75	
% vyjádření	40%	0%	12%	7%	20%	21%		100%
Bez odpovědi	3	0	2	0	0	1	6	

Bez odpovědi zůstalo 6 dotazníků. Je to důsledek určitého druhu postoje. Nejméně oceňují profesionalitu pracovníků, je to způsobeno tím, že bankovní systém se prudce rozvíjí, ale získat kvalitní pracovníky je náročný a zdlouhavý proces. Naopak solidnost ústavu je ceněna nejvíce 37% u všech bank.

Žádná odpověď však nebyla zaznamenána u respondenta z AGB. I zde největší podíl nese ČS a.s., která je nejsilněji zastoupena.

Graf č. 4



Otázka číslo 4.1. U ústavu postrádám

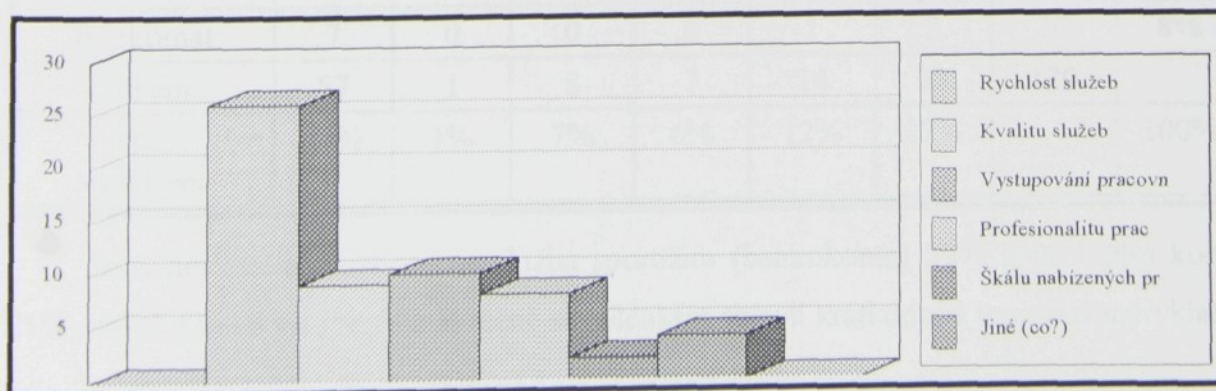
Tabulka č. 11

Postrádám								
	ČS	AGB	EAGB	IPB	ČSOB	KB	Celkem	% vyjádřen
Rychlost služeb	19	0	0	0	2	5	26	44%
Kvalitu služeb	5	0	1	0	0	3	9	15%
Vystupování pracovníků	0	0	1	1	0	1	10	17%
Profesionalitu pracovníků	7	0	0	0	0	1	8	14%
Škálu nabízených produktů	1	0	1	0	0	0	2	3%
Jiné (co?)	0	0	1	0	1	1	4	7%
Celkem	39	0	4	1	3	12	59	
% vyjádření	66%	0%	7%	2%	5%	20%		100%
Bez odpovědi	1	0	2	2	7	3	15	

Bez odpovědi 15 dotazníků . Je to největší počet nezodpovězení na danou otázku. Pravděpodobně jsou klienti spokojeni a nemají další připomínky, tento postoj zaujali převážně klienti malých bank. Jak nám tabulka ukazuje, nejvíce klientů postrádá rychlost služeb 44% a vystupování pracovníků 17%. Nejméně negativních odpovědí bylo na škálu nabízených produktů. Jako odpověď na otázku jiné, se objevily odpovědi : lepší prostory u EAGB a.s., homebanking a stabilitnost úrokových služeb u KB a.s. , u ČSOB a.s. to bylo lepší jednání s klientem.

Tabulka nám naznačuje, že zde největší podíl na odpovědích nese ČS a.s. a KB a.s.

Graf č. 5



Otázka č. 1.1. **Využívám těchto služeb**

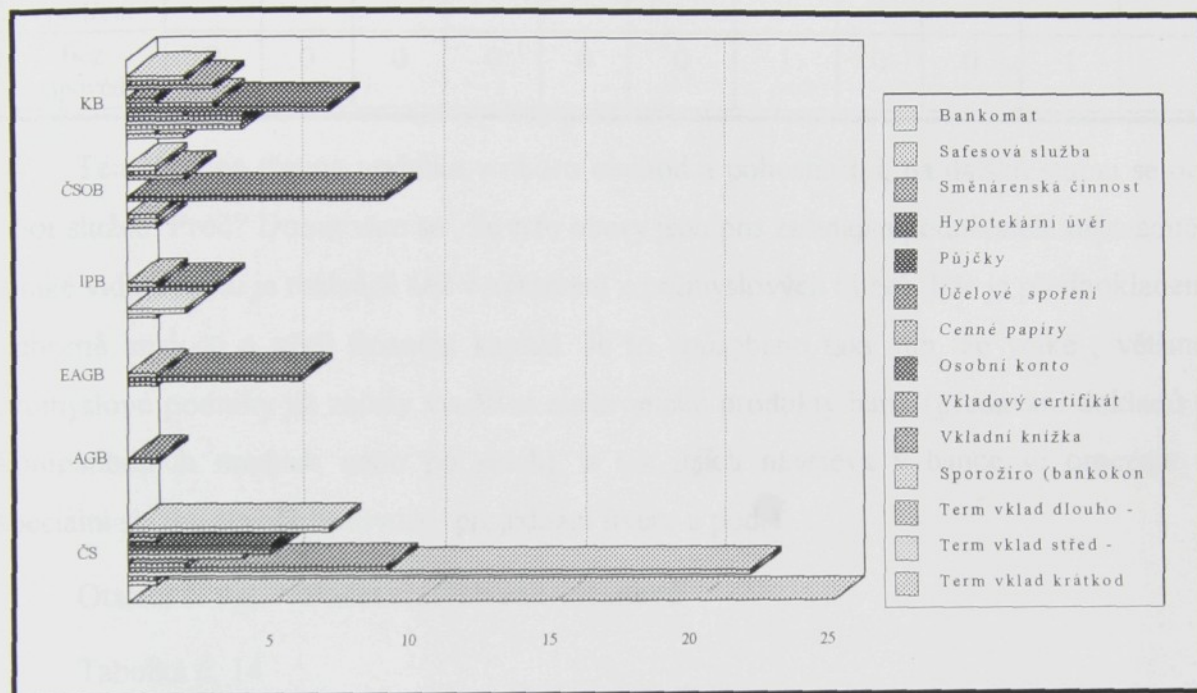
Tabulka č. 12

Služby								
	ČS	AGB	EAGB	IPB	ČSOB	KB	Celkem	% vyjádření
Termínovaný vklad - krátkodobý (do 1 roku)	0	0	0	1	1	1CM 1	4	3%
Termínovaný vklad - střednědobý (2 - 3 roky)	1	0	0	2	0	1	4	3%
Termínovaný vklad - dlouhodobý (4 roky a více)	1	0	0	0	1	4	6	5%
Sporožiro (bankokonto)	22	0	0	0	0	4	26	22%
Vkladní knížka	9	0	0	0	0	4	13	11%
Vkladový certifikát	2	0	1	0	0	2	5	4%
Osobní konto	0	0	6	3	9	1CM 6	25	21%
Cenné papíry	4	0	1	1	0	3	9	8%
Účelové spoření	5	1	0	0	0	1	7	6%
Půjčky	5	0	0	0	0	0	5	4%
Hypotekární úvěr	0	0	0	0	0	0	0	0%
Směnářenská činnost	1	0	0	0	2	3	6	5%
Safesová služba	0	0	0	0	0	0	0	0%
Bankomat	7	0	0	0	1	2	10	8%
Celkem	57	1	8	7	14	33	120	
% vyjádření	47%	1%	7%	6%	12%	27%		100%

Jako nejčastěji využívaná je služba sporožira (bankokonta) 22% a osobního konta 21%, vkladní knížky 11%. V cizí měně se jedenkrát objevil krátkodobý termínovaný vklad

(do 1 roku) a osobní konto u KB a.s. Velice málo je využívána služba safesová a hypoteční úvěr. Do běžného života se zapojilo užívání bankokarty, která začíná mít své pevné místo. Využití služeb u KB je poměrně rovnoměrné. Nejvíce nerovnoměrně, jak ukázal průzkum, jsou využívány služby u ČS a.s., kde je využívána převážně služba spořicí.

Graf č. 6



U skupiny, kterou tvoří právnické osoby a fyzické osoby - podnikatelé, bylo dosaženo těchto výsledků.

Otázka č. 8.2. Obor podnikání

Tabulka č. 13

Obor podnikání											
	PGB	PB	UNB	IPB	ČS	EAGB	ČSOB	KB	AGB	Celkem	% vyjádření
Obchod, pohost.	1	1	1	1	3	1	4	3	1	16	31%
Doprava, spoje	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0%
Služby	0	1	0	1	0	2	2	4	3	13	25%
Zdravot., školství	0	0	0	0	1	0	1	1	0	3	6%

Zeměděl., lesnictví	0	0	0	1	0	1	0	0	2	4	8%
Průmysl	0	0	0	2	0	0	2	1	0	5	10%
Stavebnictví	0	0	0	0	0	0	0	1	1	2	4%
Ostatní	0	0	1	0	0	1	5	0	0	7	14%
Celkem	1	2	2	5	4	5	15	10	7	51	
% vyjádření	2%	4%	4%	10%	8%	10%	29%	19%	14%		100%
Bez odpovědi	0	0	0	0	0	0	1	0	0	1	

Téměř jedna třetina podniká v oboru obchod a pohostinství, na dalším stupni se ocitl obor služeb. Proč? Domnívám se, že tyto obory jsou pro začínající podnikatele nejsnadnější a také vidina zisku je reálnější než v některém z průmyslových oborů, kde je předpokladem odborné znalosti a větší finanční kapitál. Je to způsobeno také tím, že velké, většinou průmyslové podniky již začaly využívat elektronické produkty bank (předávání dokladů na kompatibilních médiích nebo po sítích), a tak jejich návštěva v bance se omezuje na speciální služby (výběr hotovosti, projednání úvěru a pod.).

Otázka č. 9.2. Počet stálých zaměstnanců

Tabulka č. 14

Zaměstnanci											
	PGB	PB	UNB	IPB	ČS	EAGB	ČSOB	KB	AGB	Celkem	% vyjádření
1	0	1	0	2	1	1	1	3	4	11	23%
2 - 9	1	1	0	1	1	0	5	3	2	14	30%
10 - 24	0	0	1	1	0	1	4	0	0	7	15%
25 - 49	0	0	0	0	0	0	1	0	0	1	2%
50 - 99	0	0	0	0	0	0	1	1	1	3	6%
100 - 199	0	0	0	2	0	0	1	1	0	4	9%
200 - 499	0	0	0	0	0	0	0	2	0	2	4%
500 a více	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0%
Bez odpovědi	0	0	0	1	1	2	1	0	0	5	11%
Celkem	1	2	1	5	3	4	14	10	7	47	
% vyjádření	2%	4%	2%	11%	6%	9%	30%	21%	15%		100%

Většina firem má 2 - 9 zaměstnanců (30%). Po ní následuje jeden zaměstnanec, kterým je sama fyzická osoba podnikající. Tyto dvě skupiny tvoří, jak naznačuje tabulka, více než polovinu všech odpovědí.

Otázka č. 10.2. Obrat Vaší firmy

Tabulka č. 15

Obrat Vaší firmy											
	PGB	PB	UNB	IPB	ČS	EAGB	ČSOB	KB	AGB	Celkem	% vyjádření
do 1 mil.	0	1	0	0	2	3	2	2	2	12	26%
1 000 001 - 5 mil.	0	1	0	0	0	0	2	0	2	5	11%
2 000 001 - 5 mil.	0	0	0	1	0	0	2	1	0	4	9%
5 000 001 - 20 mil.	1	0	1	1	2	0	2	4	2	13	28%
20 000 001 - 50 mil.	0	0	0	0	0	0	1	1	0	2	4%
50 000 001 - 100 mil.	0	0	0	1	0	0	1	0	1	3	6,5%
100 000 001 - 200 mil.	0	0	0	0	0	0	1	1	0	2	4,5%
200 000 001 a více	0	0	0	0	0	0	2	1	0	3	6,5%
Bez odpovědi	0	0	0	1	0	1	1	0	0	3	6,5%
Celkem	1	2	1	4	4	4	14	10	7	47	
% vyjádření	2%	4,5%	2%	8,5%	8,5%	8,5%	30%	21%	15%		100%

Většina firem dosahuje ročního obrátu 5 - 20 mil. Kč, což odpovídá měsíčnímu obrátu 417 000 - 1 667 000 Kč. U obrátu do 1 mil. Kč je to 83 000 Kč. Obrátu do 20 mil. Kč odpovídá malá firma o 2 - 9 zaměstnancích, jak také vyplynulo z předchozí odpovědi.

Otázka č. 7.2. Typ organizace

Tabulka č. 16

Typ organizace											
	PGB	PB	UNB	IPB	ČS	EAGB	ČSOB	KB	AGB	Celkem	% vyjádření
s.r.o.	0	0	1	3	1	1	11	4	1	22	47%
a.s.	0	0	0	1	0	0	0	2	1	4	8,5%
v.o.s.	0	2	0	0	0	1	1	0	0	4	8,5%
fyzická osoba - podnikatel	1	0	0	1	3	1	1	4	5	16	34%
jiná	0	0	0	0	0	1	0	0	0	1	1%
bez odpovědi	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0%
Celkem	1	2	1	5	4	4	13	10	7	47	
% vyjádření	2%	4%	2%	11%	8,5%	8,5%	28%	21%	15%		100%

47% všech organizací bylo typu s.r.o., o 11% méně bylo typu fyzická osoba - podnikatel.

Poměr odpovídá celkovému počtu zaregistrovaných organizací v obchodním rejstříku, kde v okrese Liberec s.r.o. zaujímají 75%.

Otázka č.3.2. Na bance oceňuji

Tabulka č. 17

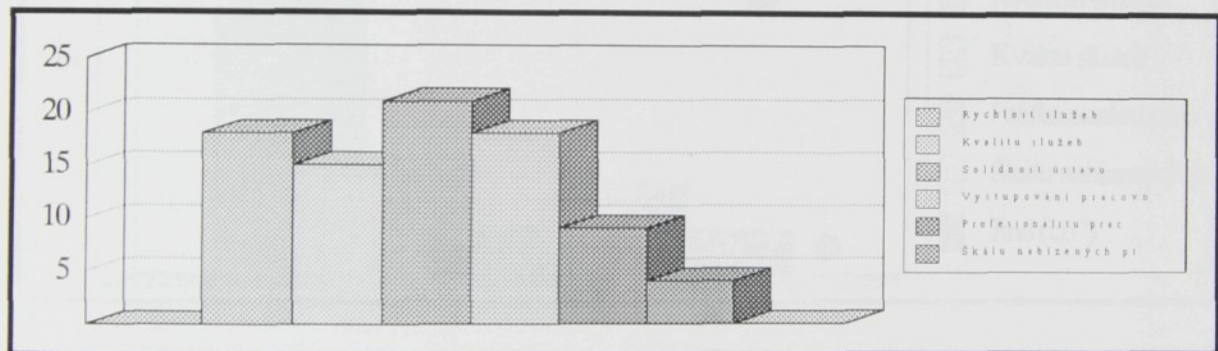
Oceňuji											
	PGB	PB	UNB	IPB	ČS	EAGB	ČSOB	KB	AGB	Celkem	% vyjádření
Rychlost služeb	0	2	1	2	0	2	5	3	3	18	21%
Kvalitu služeb	0	1	1	3	0	1	0	2	0	15	18%
Solidnost ústavu	0	1	1	3	1	2	5	5	3	21	25%
Vystupování pracovníků	1	2	1	2	1	1	4	3	3	18	21%

Profesionalitu pracovníků	0	1	1	1	0	1	5	0	0	9	10%
Škálu nabízených produktů	0	0	0	0	0	1	1	2	0	4	5%
Celkem	1	7	5	11	2	8	27	15	9	85	
% vyjádření	1%	8%	6%	13%	2%	9%	32%	18%	11%		100%
Bez odpovědi	0	0	0	0	2	1	1	2	1	7	

U 7 respondentů nebyla nalezena odpověď. Ti co na danou otázku odpovídali, uváděli většinou více než jednu odpověď. Nejvíce je oceňována solidnost ústavu. Stejný počet odpovědí 21% byl u rychlosti služeb a u vystupování pracovníků.

Největší procentní podíl jsme zaznamenali u respondentů z ČSOB a.s., pak následuje KB a.s. a IPB a.s.

Graf č. 7



Otázka č. 4.2. Na bance postrádám

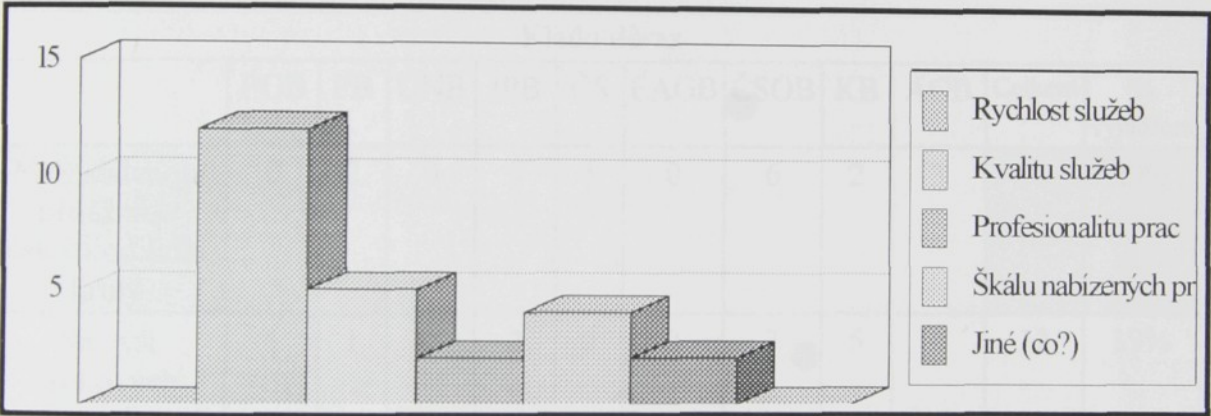
Tabulka č. 18

Postrádám											
	PGB	PB	UNB	IPB	ČS	EAGB	ČSOB	KB	AGB	Celkem	% vyjádření
Rychlost služeb	0	0	0	0	4	0	4	3	1	12	40%
Kvalitu služeb	0	0	0	0	2	0	2	0	1	5	16,5%
Vystupování pracovníků	0	0	0	1	2	0	0	2	0	5	16,5%
Profesionalitu pracovníků	0	0	0	0	1	0	1	0	0	2	7%

Škálu nabízených produktů	1	0	0	0	0	0	2	1	0	4	13%
Jiné (co?)	0	0	0	0	1	0	1	0	0	2	7%
Celkem	1	0	0	1	10	0	10	6	2	30	
% vyjádření	3,5%	0%	0%	3,5%	33%	0%	33%	20%	7%		100%
Bez odpovědi	0	2	1	4	0	4	4	6	6	27	

27 dotazníků bez odpovědi , to představuje 57% respondentů. Zbývající uvedli převážně jednu odpověď. Nejvíce postrádají klienti rychlost, ne s kterou jsou obslouženi u přepážky, ale s kterou je prováděn jejich platební styk. Na otázku jiné, byla uvedena pracovní doba u ČS a.s. a u ČSOB a.s. vysoké sankce. I zde největší % zastoupení nese ČSOB a.s. a stejným podílem ČS a.s.

Graf č. 8



Otázka č. 5.2. **Jste klientem i jiné banky?**

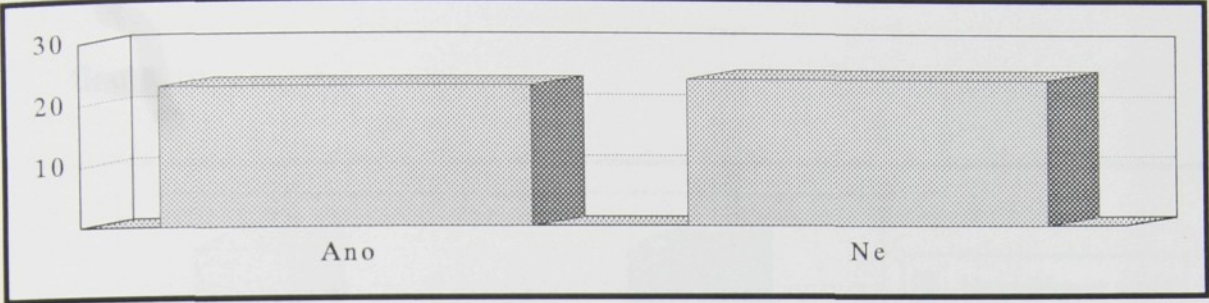
Tabulka č. 19

Jste											
	PGB	PB	UNB	IPB	ČS	EAGB	ČSOB	KB	AGB	Celkem	% vyjádření
Ano	0	1	1	3	1	2	6	5	4	23	49%
Ne	1	1	0	2	3	2	7	5	3	24	51%

Těsně jsou odpovědi Ano i Ne . Účtování mezi bankami přes zúčtovací centrum ČNB, která přináší zpoždění plateb minimálně o 4 dny, podnikatelé řeší tím, že mají otevřen účet nejen v bance, kterou považují za svoji domácí, hlavní banku, ale ještě v bance , která

je domácí bankou jejich nejpočetnějších obchodních partnerů. To vysvětluje vysoké procento subjektů, které jsou klienty více než jedné banky.

Graf č. 9



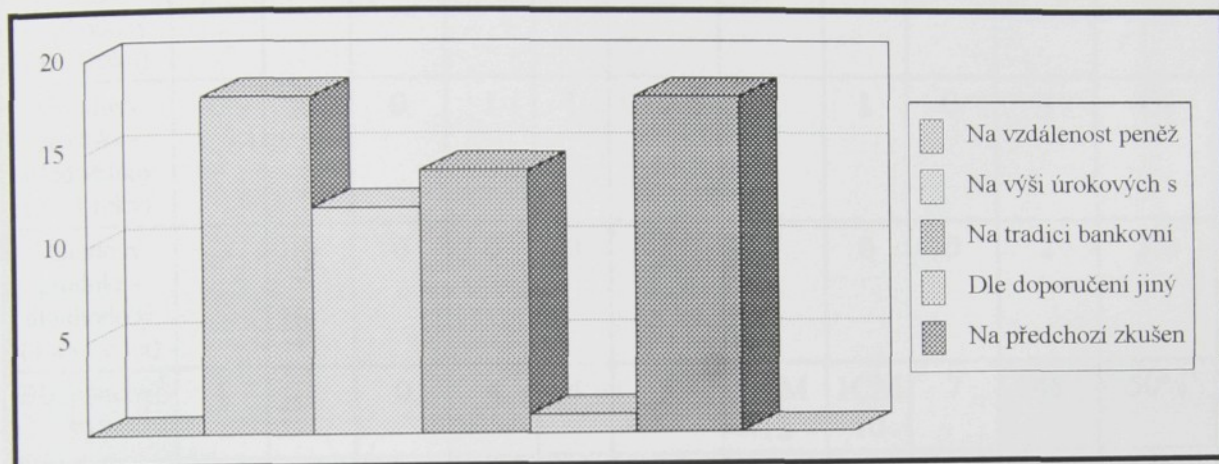
Otázka č. 2.2. Při rozhodování kladu důraz

Tabulka č. 20

Kladu důraz											
	PGB	PB	UNB	IPB	ČS	EAGB	ČSOB	KB	AGB	Celkem	% vyjádření
Na vzdálenost peněžního ústavu od sídla firmy	0	2	0	2	3	0	6	2	3	18	29%
Na výši úrokových sazeb	1	1	0	2	0	0	3	5	0	12	19%
Na tradici bankovního ústavu	0	0	0	1	2	0	6	5	0	14	22%
Dle doporučení jiných	0	0	0	0	0	0	1	0	0	1	1%
Na předchozí zkušenosti s bankovním ústavem	1	1	1	2	0	0	7	3	3	18	29%
Celkem	2	4	1	7	5	0	23	15	6	63	
% vyjádření	3%	6%	2%	11%	8%	0%	37%	23%	10%		100%
Bez odpovědi	0	0	0	1	0	0	0	1	1	3	

Tři krát bez odpovědi. Důraz je kladen především na předchozí zkušenosti s bankovním ústavem, dále pak na vzdálenost bankovního ústavu od sídla firmy což je také dosti pádný důvod. Velký váhový podíl je zaznamenán u ČSOB a.s. a KB a.s. (35% a 24%).

Graf č. 10



Otázka č. 6.2. **Jste majitelem nebo zástupcem firmy?**

Tabulka č. 21

Jste?											
	PGB	PB	UNB	IPB	ČS	EAGB	ČSOB	KB	AGB	Celkem	% vyjádření
Majitel	1	2	1	2	4	3	7	7	5	32	67%
Zástupce	0	0	0	3	0	1	7	3	2	16	33%

67% respondentů z celkového počtu byla majitelem firmy, to představuje dvě třetiny dané skupiny. Výsledky korespondují s tím, že respondenty byli zástupci malých firem, kde kontakty s bankou vyřizuje převážně majitel.

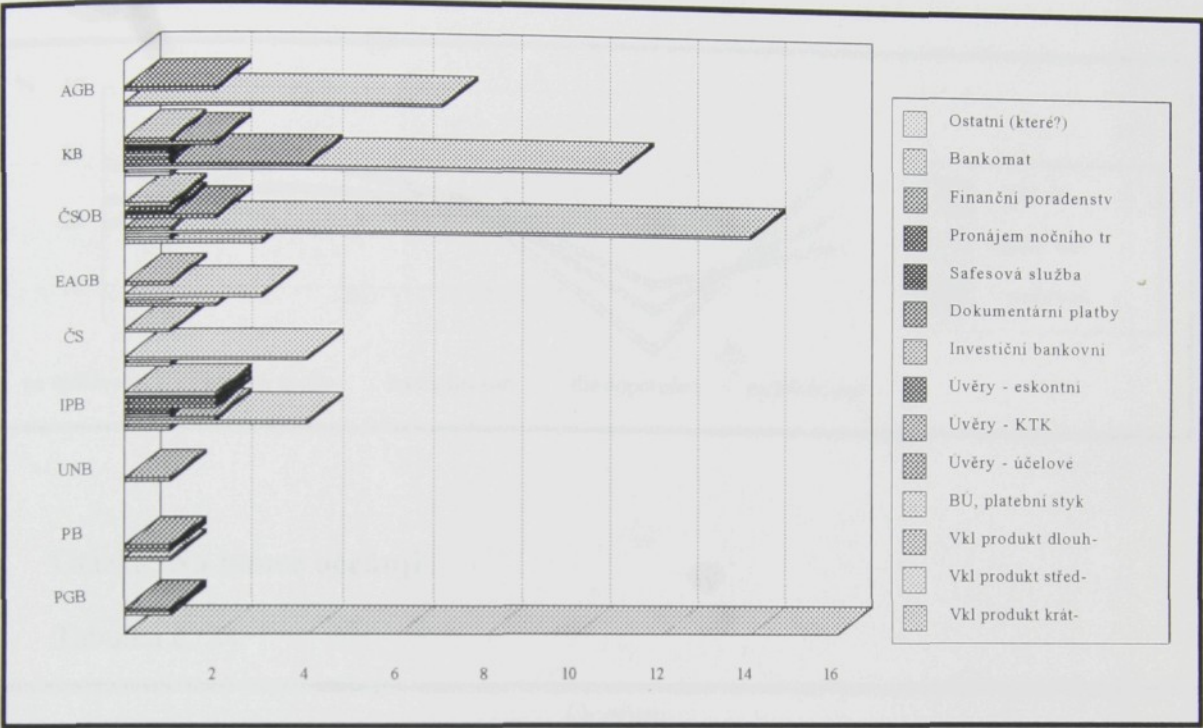
Otázka č. 1.2. Využívám těchto služeb

Tabulka č. 22

Služby											
	PGB	PB	UNB	IPB	ČS	EAGB	ČSOB	KB	AGB	Celkem	% vyjádření
Vkladový produkt - krátkodobý (do 1 roku)	0	1	0	0	0	2	3	0	0	6	7%
Vkladový produkt - střednědobý (2 - 3 roky)	0	0	0	1	1	0	1	1	0	4	4%
Vkladový produkt - dlouhodobý (4 a více let)	0	0	0	0	0	1	1	0	0	2	2%
BÚ, platební styk	1	1	0	4	4	3	2CM 12	1CM 10	7	45	50%
Úvěry - účelové	1	1	0	2	0	0	1	4	0	9	10%
Úvěry - KTK	0	0	1	1	0	0	0	1	0	3	3%
Úvěry - eskontní	0	0	0	1	0	0	0	1	0	2	2%
Investiční bankovníctví	0	0	0	0	0	1	0	1	0	2	2%
Dokumentární platby	0	0	0	2	0	0	1CM 1	1	2	7	8%
Safesová služba	0	0	0	0	0	0	1	1	0	2	2%
Pronájem nočního trezoru	0	0	0	2	0	0	0	0	0	2	2%
Finanční poradenství	0	0	0	0	0	0	0	2	0	2	2%
Bankomat	0	0	0	2	1	0	1	1	0	5	5%
Ostatní (které?)	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0%
Celkem	2	3	1	15	6	7	24	24	9	91	
% vyjádření	2%	3%	1%	17%	7%	8%	26%	26%	10%		100%

Využíván je především platební styk a běžný účet 50% . Pak následují krátkodobé bankovní produkty, účelové úvěry, dokumentární platby. Produkty v cizí měně jsou využívány i u této skupiny především u KB a.s. a u ČSOB a.s.

Graf č. 11



Souhrnně pro první i druhou skupinu respondentů

Otázka: **Při rozhodování kladu důraz**

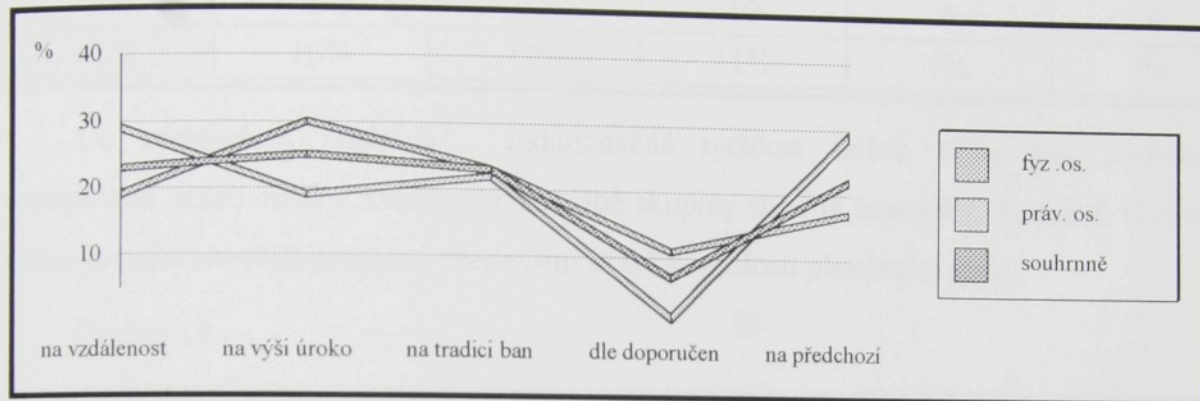
Tabulka č. 23

Důraz je kladen				
na vzdálenost peněžního ústavu od bydliště (od sídla firmy)	na výši úrokových sazeb	na tradici bankovního ústavu	dle doporučení jiných	na předchozí zkušenosti s bankovním ústavem
33	36	33	10	32
23%	25%	23%	7%	22%

Jak tabulka naznačuje, největší důraz je kladen na výši úrokových sazeb 25%. Stejně velikosti 23% dosáhly odpovědi týkající se vzdálenosti peněžního ústavu od sídla firmy a na tradici bankovního ústavu. Tyto odpovědi se vyskytly na předním místě při vyhodnocování

jednotlivých skupin. Fyzické osoby kladly důraz na výši úrokových sazeb 30% a druhá skupina na vzdálenost peněžního ústavu od sídla firmy a na předchozí zkušenosti s bankovním ústavem shodně 29%.

Graf č. 12



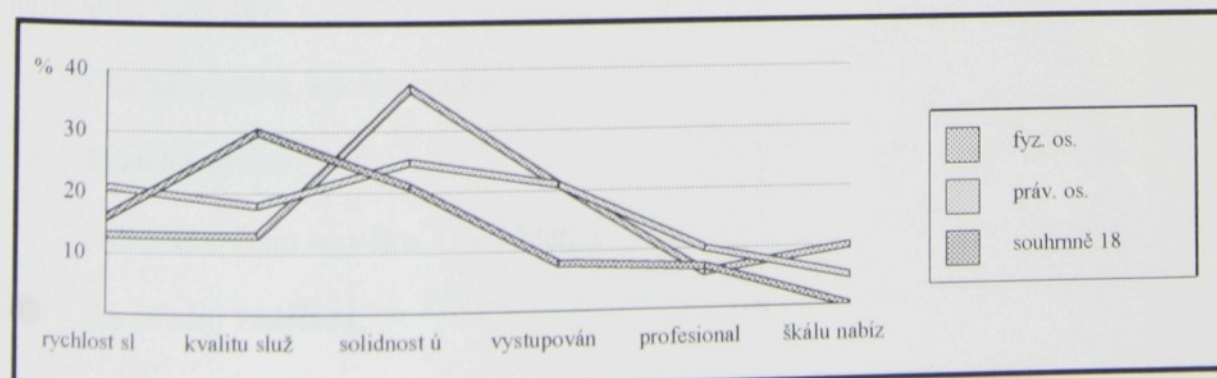
Otázka: Na bance oceňuji

Tabulka č. 24

Oceňuji					
rychlost služeb	kvalitu služeb	solidnost ústavu	vystupování pracovníků	profesionalitu pracovníků	škálu nabízených produktů
28	25	49	34	13	11
18%	16%	30%	21%	8%	7%

Souhrnně je nejvíce oceňována solidnost ústavu 30% a vystupování pracovníků 21%, to se vyskytuje ve stejném pořadí i u jednotlivých skupin.

Graf č. 13



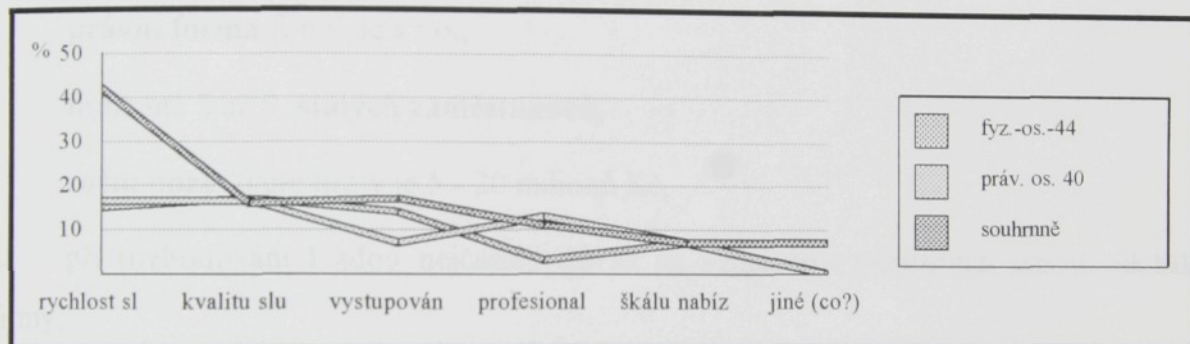
Otázka: Na bance postrádám

Tabulka č. 25

Postrádám					
rychlost služeb	kvalitu služeb	vystupování pracovníků	profesionalitu pracovníků	škálu nabízených produktů	jiné (co?)
38	14	15	10	6	6
42%	16%	17%	11%	7%	%

Co respondent postrádá? Jednoznačně rychlost služeb 42%, pak následuje vystupování pracovníků a kvalita služeb. Obě skupiny shodně naznačily, že právě rychlost služeb je nejožehavější problém, především se týká rychlosti platebního styku.

Graf č. 14



7.3. Určení potencionálního klienta

Při určování charakteristiky klienta jsem postupovala následujícím způsobem. Nalezla jsem si nejčastější odpovědi na jednotlivé otázky a na podíl banky. Ze šetření mi vyšly následující výsledky.

Charakteristika klienta banky

Fyzická osoba

Jedná se o ženu ve věku 31 - 50 let,

má střední vzdělání,

zaměstnání jiné nebo ve službách,

je klientem jedné banky,
při volbě peněžního ústavu klade **důraz** na výši úrokových sazeb,
na bance **oceňuje** solidnost ústavu,
postrádá však rychlost služeb,
nejčastěji **využívá služby** sporožira či bankokonta
a je klientkou České spořitelny a.s.

Právnícká osoba a fyzická osoba podnikatel

Obor podnikání je obchod či pohostinství,
právní forma firmy je s.r.o.,
firma má 2 až 9 **stálých zaměstnanců**,
roční obrat dané firmy je 5 - 20 milionů Kč,
při rozhodování kladou nejčastěji **důraz** na vzdálenost peněžního ústavu od sídla
firmy,
na bance **oceňují** solidnost ústavu,
naopak **postrádají** rychlost služeb,
firma je klientem jedné i více bank,
většinou se jedná o majitele firmy, kteří jednají s bankou,
nejvíce je **využívána služba** platebního styku a běžného účtu,
a je klientem Československé obchodní banky.

Potencionální klient

Provedený průzkum označil potencionálního klienta jako klienta velké banky fyzickou
nebo podnikatelský subjekt, který klade důraz při výběru své hlavní banky na výši
úrokových sazeb.

Nejvíce oceňují její solidnost. Nespokojenost se projevuje v nedostatečné rychlosti platebního styku. Nejvíce bankovních operací proběhne u vkladových účtů na viděnou v Kč.

7.4. Zhodnocení průzkumu

V průběhu průzkumu jsem se snažila dodržovat jednotlivé kroky a zásady průzkumu. Cítím však povinnost upozornit na některé nedostatky, které by mohly vést k nepřesnostem a ke zkreslení výsledku. Byly způsobeny tím, že průzkum byl omezen mými možnostmi.

1. Výběr respondentů dotazovaných v prostorách banky byl omezen pouze na klienty peněžních ústavů nacházející se v centru Liberce, pobočky nacházející se na okraji města nebyly brány v úvahu.

2. Velikost výběrového vzorku. Snažila jsem se vybrat dostatečně velký soubor, ale přesto tu existuje nebezpečí zkreslení. Až při velikosti 800 respondentů má pravděpodobnostní odchylka hodnotu menší než 1%.

3. Možnost subjektivního ovlivnění výběru respondentů. Při průzkumu jsem se pokusila oslovit všechny, kdo jsou klienty banky a nacházeli se v daný čas na daném místě. Tím by měla existovat stejná pravděpodobnost výběru. Je zde možnost, že jsem ač podvědomě, dávala přednost určitému typu respondentů. To by se mohlo odstranit větším počtem proškolených respondentů.

4. Metodu, kterou jsem si zvolila při vyhodnocování charakteristiky typického klienta banky byla zcela subjektivní. Za použití několika vyhodnocovacích metod by výsledky klienta lépe charakterizovaly.

Přesto si myslím, že daný průzkum má dostatečnou vypovídací schopnost a obsahuje cenné informace, které mohou být využity k řešení jiných marketingových úkolů.

8. Závěr literatura

Cílem této diplomové práce byla snaha formou průzkumu zmapovat trh klientů peněžních ústavů v Liberci. Zjišťovala jsem jednotlivé postoje, které vedou k výběru či setrvání u dané banky, na jakém základě se rozhodují a jakých služeb využívají.

Řešení daného problému mi ukázalo, že marketingový průzkum je náročný proces skládající se z několika fází. Při jeho zpracování je třeba jak primárních, tak i sekundárních informací. A zde jsem narazila na překážku. Získání doplňujících informací je často pouze z anglosaské literatury. Prostředí, z kterého autoři vychází, se v mnohém liší od našeho.

Výsledky průzkumu naznačují odlišné postoje jednotlivých klientů ke svým bankám.

V mnohém se však shodují. Společným znakem je snaha o spolupráci mezi oběma stranami, funkce zpětné vazby. Pokus o vytvoření otevřeného a partnerského vztahu. Znat vzájemně svoji bonitu, snažit se využít silných stránek, zkvalitňovat slabiny.

Větší banky mohou při svém boji s konkurencí a při získávání klientů vsadit na dřívější důvěru a stabilitu. Malé banky naopak na pružnost a dravost, na to, že o nich nejsou vytvořeny žádné předsudky.

Přála bych si, aby mnou získané informace napomohly pracovníkům marketingového oddělení KB a.s., kteří zadávali téma diplomové práce.

Použitá literatura

Paul A. Samuelson a Wiliam D. Noddrhaus, EKONOMIE, Svoboda Praha, 1991, 1. vydání

Philip Kotler, MARKETING MANAGEMENT, Victoria Publisching, 1992, 1. vydání v České republice

Jaroslav Světlík, MARKETING CESTA K TRHU, EKKA Zlín, 1992, 2. vydání

Ing. Lubomír Štěpáník, MALÁ EXKURZE DO BANKY, Sagit Ostrava, 1993, 2. vydání

BANKY A FINANČNÍ ORGANIZACE V ČESKÉ REPUBLICE, Public History Praha, 1993, 1. vydání

Doc. Ing. Pavol Gallo, CSc., BANKOVNÍCTVO, Ediční středisko VŠE v Bratislavě, 1992, 1. vydání

Ing. Ladislav Knap, MĚSTO LIBEREC V ČÍSLECH, Okresní statistická správa Liberec, 1994, 1. vydání

Přílohy

1 list A4 Dotazník pro fyzické osoby

1 list A4 Dotazník pro právnické osoby a fyz. osoby - podnikatel

postává se Vám do rukou dotazník, který slouží k zjištění Vaší spokojenosti se službami bank. Autor se tímto zavazuje, že informace získané z dotazníku budou sloužit pouze k výzkumným účelům (diplomová práce TU Liberec) a bude učiněno maximum, aby Vaše soukromí zůstalo nedotčeno. Bude-li se Vám přesto některá z otázek zdát příliš osobní, můžete ji vynechat, aby nedošlo ke zkreslení výsledků výzkumu. Prosím Vás o pravdivé a co nej přesnější odpovědi.

Za ochotu a vstřícný postoj děkuji.
Jana Štancíková

Využívám těchto služeb		Kč	cm
termínovaný klad	krátkodobý (do 1 roku)		
	střednědobý (2 - 3 roky)		
	dlouhodobý (4 roky a více)		
spořicí (bankovní) účet			
kladní knížka			
kladový certifikát			
osobní konto			
bankovní papíry			
celové spoření			
úvěry			
půjčková úvěr			
peněžnická činnost			
příspěvková služba			
bankomat			

Na bance oceňuji	
rychlost služeb	
kvalitu služeb	
solidnost ústavu	
vystupování pracovníků	
profesionálnost pracovníků	
škálu nabízených produktů	

U ústavu postrádám	
rychlost služeb	
kvalitu služeb	
vystupování pracovníků	
profesionálnost pracovníků	
škálu nabízených produktů	
jiné (co?)	

rozhodování kladu důraz	
vzdálenosti peněžního ústavu od bydliště	
výši úrokových sazeb	
tradici bankovního ústavu	
doporučení jiných	
předchozí zkušenosti s bankovním ústavem	

Jste klientem i jiné banky ?	
ne	
ano (jaké)	

Věk	
18 - 24	
25 - 30	
31 - 40	
41 - 50	
51 - 60	
61 a více	

Pohlaví	
muž	
žena	

Vzdělání	
základní	
střední	
vyšší odborné	

Zaměstnání	
ve službách	
v průmyslu	
v zemědělství	
státní služba	
jiná	

pani, pane

gostává se Vám do rukou dotazník, který slouží k zjištění Vaší spokojenost se službami banky. Autor se tímto zavazuje, že informace získané z dotazníku budou sloužit pouze ke výzkumným účelům (diplomová práce TU Liberec) a bude učiněno maximum, aby Vase soukromí zůstalo nedotčeno. Bude-li se Vám přesto některá z otázek zdát příliš osobní, můžete ji vynechat. Aby nedošlo ke zkreslení výsledků výzkumu, prosím Vás o pravdivé a co nejpresnější odpovědi.

Za ochotu a vstřícný postoj děkuji

Jana Štancíková

Využívám těchto služeb		Kč	cm
výkladové produkty	↑ ucelově		
	střednědobě (2 - 3 roky)		
	dlouhodobě (4 roky a více)		
př. platební styk			
úvěry	↓ krátkodobě (do 1 roku)		
	K T K		
	eskontní		
investiční bankovníctví			
dokumentární platby			
safesová služba			
pronájem nočního trezoru			
finanční poradenství			
bankomat			
ostatní (které)			

při rozhodování kladu důraz	
vzdálenosti peněžního ústavu od bydliště	
výši urokových sazeb	
tradici bankovního ústavu	
doporučení jiných	
předchozí zkušenosti s bankovním ústavem	

Na bance oceňuji	
rychlost služeb	...
kvalitu služeb	...
solidnost ústavu	...
vystupování pracovníků	...
profesionální pracovníků	...
škálu nabízených produktů	...

U ústavu postrádám	
rychlost služeb	...
kvalitu služeb	...
vystupování pracovníků	...
profesionální pracovníků	...
škálu nabízených produktů	...
jiné (co?)	...

Jste klientem i jiné banky ?	
ne	
ano (jaké)	

Jste	
majitelem firmy	...
zastupujete firmu	...

Typ organizace	
s.r.o.	...
a.s.	...
v.o.s.	...
fyzická osoba-podnikatel	...
jiná	...

Druh podnikání		Počet stálých zam.	
obchod, pohostinství	...	1	...
oprava spoje	...	2 - 9	...
služby	...	10 - 24	...
travot., školství	...	25 - 49	...
středel., lesnictví	...	50 - 99	...
úmysl	...	100 - 199	...
bankovníctví	...	200 - 499	...

Obrat Vaší firmy (v Kč)	
do 1 000 000	...
1 000 001 - 2 mil.	...
2 000 001 - 5 mil.	...
5 000 001 - 20 mil.	...
20 000 001 - 50 mil.	...
50 000 001 - 100 mil.	...
100 000 001 - 200 mil.	...