



Masarykova univerzita
Ekonomicko-správní fakulta

Bankovníctví II
Distanční studijní opora

Božena Petrjánošová

Brno 2005



Socrates
Grundtvig

Tento projekt byl realizován za finanční podpory Evropské unie v rámci programu SOCRATES - Grundtvig.

Za obsah produktu odpovídá výlučně autor, produkt nereprezentuje názory Evropské komise a Evropská komise neodpovídá za použití informací, jež jsou obsahem produktu.

This project was realized with financial support of European Union in terms of program SOCRATES - Grundtvig.

Author is exclusively responsible for content of product, product does not represent opinions of European Union and European Commission is not responsible for any uses of informations, which are content of product.

Recenzoval: doc. Ing. Viktória Čejková, PhD.

Bankovníctví II

Vydala Masarykova univerzita

Ekonomicko-správní fakulta

Vydání první

Brno 2005

© Božena Petrjánošová, 2005

ISBN 80-210-3523-4

Identifikace modulu

Znak

- KFBAII

Název

- Bankovnictví II

Určení

- pro kombinované bakalářské studium a celoživotní vzdělávání

Garant/Autor

- Doc. Ing. Božena Petrjánošová, CSc.

Cíl

Vymezení cíle

Jsme potěšeni, že jste si zvolili studium předmětu Bankovnictví II. Tím jste si zároveň zvolili rozšíření vašich poznatků o bance. Poznatky, které jste získali v předmětu Mikroekonomie, Makroekonomie, Finanční trhy a Bankovnictví I tvoří jistě solidní základnu vašich ekonomických vědomostí. Cílem předmětu Bankovnictví II je pak jejich prohloubení. Na rozdíl od Bankovnictví I, kde byly probírány zejména dílčí produkty a služby z oblasti aktivních, pasivních a bilančně neutrálních operací banky, cílem Bankovnictví II je zvládnutí bankovní problematiky na úrovni banky jako celku. Od pohledu bankovního klienta, který jste si osvojili v Bankovnictví I a který znamenal získání poznatků spíše na úrovni obchodního místa banky, se dostáváte k pohledu pracovníka ústředí banky, který se dívá na banku jako podnikatelský subjekt z aspektu jeho řízení, promyšlených vazeb na klienta, získání a udržení pozice v tržním prostředí a potřeby kvalitního informačního systému a kontroly.

Tyto poznatky vám poslouží k lepšímu pochopení banky, její ekonomiky a specifík bankovního podnikání. Banku vám představí ve zcela jiném světle a zároveň umožní pochopit problematiku navazujících specializovanějších předmětů, zejména předmětu Bankovní management, Bankovní regulace a dohled, Marketing v peněžnictví a Účetnictví bank.

Dovednosti a znalosti získané po studiu textů

Po prostudování textů budete obohaceni o znalosti, které vám zatím chyběly, konkrétně:

- od znalostí jednotlivých bankovních produktů a služeb se dostanete k pochopení mechanismu fungování banky v celé jeho složitosti,
- získáte podrobné znalosti o nových trendech a radikálních změnách probíhajících v současném bankovnictví, které zcela mění charakter bankovního podnikání, nutí banky přistupovat ke své podnikatelské funkci zodpovědněji, s kvalitním informačním systémem, s důrazem na klienta v ostrém konkurenčním boji a s nezbytností dokonalejšího systému kontroly,
- pochopíte specifika, cíle a rizika bankovního podnikání, podstatu a význam bankovní regulace a dohledu nad bankami, problémy zisku, rentability, solventnosti a likvidity banky a složitosti organizační struktury banky,
- zjistíte, jak je v bance důležité promyšleně budovat vztah banky a klienta, seznámíte se s etikou bankovního podnikání, dozvíte se o chování banky v tržním prostředí, o podstatě a principech bankovního marketingu, o distribuční politice a distribučních kanálech i o tvorbě cen bankovních produktů,
- pochopíte podstatu, význam a vývoj informačního systému banky, informační potřeby managementu banky, podstatu a význam manažerského informačního systému,



- získáte základní poznatky z oblasti kontrolního systému a auditu banky.



Časový plán

Časová náročnost

Při časové náročnosti vycházíme z našeho odhadu, který si jistě přizpůsobíte vašim individuálním schopnostem. V případě výraznější neschopnosti časový plán dodržet je nutné požádat lektora o konzultaci

Časovou náročnost Vám představujeme v této struktuře:

- | | |
|--|------------------|
| ■ prezenční část | 6 hod. + zkouška |
| ■ samostudium | 27 hod. |
| ■ korespondenční úkoly, kontrolní otázky | 13 hod. |
| ■ interakce s lektorem neprezenční | 2 hod. |
| ■ interakce s lektorem prezenční | 2 hod. |

Celkový studijní čas

- 50 hod.

Harmonogram

Prezenční část:

- nejlépe 3 x 2 hodiny, úvodní přednáška na začátku semestru, potom podle rozvrhu.

Interakce s lektorem:

- podle potřeby a dohody

Samostudium:

Říjen

- 1. týden - seznámení se s předmětem a se systémem práce, prolistování učebnice
- 2. týden - samostudium - 5 hodin /zvládnutí 1. kapitoly/
- 3. týden - zpracování 1. korespondenčního úkolu POTu uvedeného v 1. kapitole - 4 hodiny
- 4. týden - samostudium - 4 hodiny /zvládnutí 2. kapitoly/
- práce s otázkami k zamyšlení a s autokorekčním cvičením v 1. a 2. kapitole - 2. a 4. týden - každý týden 1 hodinu, celkem 2 hodiny

Listopad

- 1. týden - samostudium - 4 hodiny /zvládnutí 3. kapitoly/
- 2. týden - samostudium - 5 hodin /zvládnutí 4. kapitoly/
- 3. týden - zpracování korespondenčního úkolu POTu uvedeného ve 4. kapitole - 4 hodiny,
- 4. týden - samostudium - 4 hodiny /zvládnutí 5. kapitoly/
- práce s otázkami k zamyšlení a s autokorekčním cvičením ve 3. až 5. kapitole, každý týden /1., 2. a 4./ 1 hodinu, celkem 3 hodiny

Prosinec

- 1. týden - samostudium - opakování - 5 hodin

Zkušební období

- zkouška formou písemného testu /více termínů/

Způsob studia



- Povinná literatura:
 - KOLEKTIV AUTORŮ. *Finanční řízení bank*.
Praha: Bankovní institut, a. s., 1997.
 - zákon o bankách č. 21/1992 ve znění pozdějších úprav a předpisů
 - www stránky komerčních bank a ČNB.
- Doporučená literatura:
 - KOLEKTIV AUTORŮ. *Organizace řízení banky*.
Praha: Bankovní institut, a. s., 1997.
 - SARDI, A. *Vnitřní bankovní audit*.
Praha: HZ Praha, spol. s. r. o., 1996.
 - KOLEKTIV AUTORŮ. *Marketing bankovních služeb*.
Praha: Bankovní institut, a. s., 1995.

Na příslušnou povinnou a doporučenou literaturu bude odkazováno ve způsobu studia u jednotlivých kapitol.

Návod práce se studijními texty

Pro samostudium, zpracování korespondečních otázek /POTů/, jakož i k procvičení otázek uvedených na webu potřebujete přístup k PC, který je připojený na internet, včetně využívání e-mailové pošty pro komunikaci s pedagogem. Jako softwarové vybavení vám postačí Windows 95,98 nebo 2000. Individuální konzultace zařazené do harmonogramu výuky se budou uskutečňovat e-mailem, výjimečně osobně. Stejným způsobem vám bude zajištěna distribuce potřebných informací ke zpracování POTů, jejich zaslání pedagogovi prostřednictvím e-mailové pošty a následné oznámení výsledků /jejich vyhodnocení/ studentům.

Předkládaná studijní opora je rozvržena do pěti kapitol. Každá z nich tvoří jeden logický celek, podrobněji strukturovaný dle dílčích okruhů uváděné problematiky. Předkládané kapitoly jsou uspořádány podle určité logiky, proto je nutno dodržet jejich nastudování tak, jak je uvedeno v harmonogramu.

Poněvadž jde o poměrně obtížnou problematiku, doporučujeme každou kapitolu nejdříve prostudovat zběžně, procvičit ji pomocí otázek uvedených na webu, zamyslet se nad otázkami uvedenými na konci každé kapitoly, následně prostudovat část z povinné literatury, pokud je k dané kapitole stanovena, příp. pročíst si stanovenou část z doporučené literatury.

Případné nejasnosti by měl student konzultovat s lektorem.



Obsah

Stručný obsah

Kapitola 1

Banka jako podnikatelský subjekt

Specifika bankovního podnikání, cíle a rizika bankovního podnikání, zisk a rentabilita banky, bankovní regulace a dohled nad bankami, organizační struktura banky.

Kapitola 2

Banka a klient

Základní skupiny bankovních klientů, klient a etika bankovního podnikání, smluvní vztah mezi bankou a klientem, bankovní tajemství a povinnost mlčenlivosti, pojištění pohledávek z vkladů klienta, nové přístupy banky ke klientovi, management kvality služeb.

Kapitola 3

Banka v tržním prostředí

Tržní chování banky, zvláštnosti bankovních produktů a služeb, distribuční kanály a distribuční politika, tvorba cen bankovních produktů.

Kapitola 4

Informační systém banky

Vývoj informačních systémů bank, podstata a význam informačního systému banky, účetnictví jako základ informačního systému, vývoj a zavádění manažerských informačních systémů, unifikace a formalizace informačního systému bank a ČNB.

Kapitola 5

Kontrolní systém a audit banky

Kontrolní systém ze strany ČNB, vnější audit bankovních činností, kontrolní funkce dozorčí rady banky, vnitřní kontrola banky, postavení a úloha vnitřního auditu v bance.

Úplný obsah

1. Banka jako podnikatelský subjekt	13
1.1 Specifika bankovního podnikání	15
1.2 Cíle bankovního podnikání	17
1.3 Rizika bankovního podnikání	18
1.4 Zisk a rentabilita bankovního podnikání	21
1.5 Bankovní regulace a dohled nad bankami	23
1.6 Organizační struktura banky	24
2. Banka a klient	27
2.1 Základní skupiny bankovních klientů	29
2.2 Klient a etika bankovního podnikání	30
2.3 Smluvní vztah mezi bankou a klientem	30
2.4 Bankovní tajemství a povinnost mlčenlivosti	31
2.5 Pojištění pohledávky z vkladů klienta	32
2.6 Nové přístupy banky ke klientovi	34
2.7 Management kvality služeb	36
3. Banka v tržním prostředí	41
3.1 Tržní chování banky	42
3.2 Zvláštnosti bankovních produktů a služeb	46
3.3 Distribuční kanály a distribuční politika v bankovníctví	48
3.4 Tvorba cen bankovních produktů	51
4. Informační systém banky	57
4.1 Vývoj informačních systémů bank	59
4.2 Podstata a význam informačního systému banky	59
4.3 Účetnictví jako základ informačního systému banky	61
4.4 Informační potřeby managementu banky	62
4.5 Vývoj a zavedení manažerských informačních systémů	63
4.6 Informační povinnost bank	64
4.7 Unifikace a formalizace informačního systému bank a ČNB	64
5. Kontrolní systém a audit banky	69
5.1 Kontrola banky ze strany ČNB	71
5.2 Vnější audit bankovních činností	71
5.3 Kontrolní funkce dozorcí rady banky	75
5.4 Vnitřní kontrola banky	76
5.5 Postavení a úlohy vnitřního auditu v bance	77

Úvod

Banky jsou významnými podnikatelskými subjekty se základním zaměřením na finanční služby. Sahrávají důležitou roli zprostředkovatele mezi nabídkou dočasně volných peněz a poptávkou po nich na finančním trhu. Převážnou část jejich zdrojů tvoří cizí zdroje, jsou tedy více než jiní vystaveni riziku likvidity, ale i tržnímu riziku, zejména riziku ztráty z pohybu cen na finančním trhu. Jsou velkými podnikatelskými jednotkami s rozsáhou sítí obchodních míst, což je činí poněkud těžkopádnými. Zároveň jsou zatíženy značnými provozními náklady.

V posledním období jsou vystaveny značné konkurenci ze strany nebankovních subjektů, což je nutí více přemýšlet nad zaměřením svých činností - dostávají se pořád víc za hranice klasického bankovního podnikání, vytváří dceřiné a přidružené společnosti v oblasti nebankovních finančních služeb, snaží se zvýšit efektivitu a rentabilitu svého podnikání. Přesto, že jsou ekonomicky silné, část z nich permanentně zaniká v důsledku nezvládnutí rizik bankovního podnikání.

Každý z nás se s nějakou bankou pravidelně setkává v pozici jejího klienta. Každý z nás má základní přehled o bankou nabízených produktech a službách. Ale málokdo pronikl do zákulisí, mohl se podívat na mechanismus bankovního podnikání, na její organizační strukturu, její specifika. Navíc banky podléhají rostoucí regulaci a dohledu ze strany centrální banky. Jaké jsou k tomu důvody? Neztrácí tím svou suverenitu? Jsou regulace a dohled nezbytné pro bankovní podnikání? Jsou banky dostatečně rentabilní? Jsou schopny zvládnout neustále rostoucí tržní rizika? Jistě jste si tyto otázky už položili.

V poslední době se klient dostává výrazněji do pozornosti banky, banka si hledá k němu nové přístupy, vznikají modernější a pro klienta pohodlnější distribuční kanály. Proč banka k tomu přistupuje, je to pro ni výhodnější, nebo je pod tlakem konkurence ze strany ostatních bank? Proč se některé banky výrazněji zaměřují právě na určitý typ klientely? Je pro banku potřebné dodržovat etiku bankovního podnikání?

S rostoucím objemem bankovních činností se zvyšuje význam bankovního informačního systému a kontroly. Položili jste si už někdy otázku, jak je možné evidenčně zvládnout statisíce bankovních operací denně? Jak banka může jménem klienta v průběhu několika sekund zaplatit i do nejvzdálenějších částí světa? Nedochozí ke zpronevěrám peněz, dodržují se všechna stanovená pravidla ?

Každý z nás ví, že banka podléhá dohledu ze strany ČNB a kontrole ze strany vnějšího auditora. Jsou však schopni provést kontrolu důsledně? Jaké má v bance postavení vnitřní kontrola a jaký je rozdíl mezi vnitřní kontrolou a vnitřním auditem, který si v bankách buduje své pozice? A co dozorčí rada banky? Kde je její místo v kontrolním systému banky?

Na tyto i další otázky dostanete odpověď pečlivým prostudováním předkládané studijní opory.

Autorka

- **Specifika bankovního podnikání**
- **Cíle bankovního podnikání**
- **Rizika bankovního podnikání**
- **Zisk a rentabilita bankovního podnikání**
- **Bankovní regulace a dohled nad bankami**
- **Organizační struktura banky**

1

Banka jako podnikatelský subjekt



Cíl kapitoly

Banka jako podnikatelský subjekt má svá specifika. Přemýšleli jste nad tím, jaká? Jaké typy bank najdeme v bankovní soustavě, jaké činnosti může banka vykonávat, kdo jí uděluje licenci, jaké jsou cíle bankovního podnikání, s jakými riziky se ve svých činnostech setkává, jaká je rentabilita jejího podnikání, jaká je její organizační struktura a s tím spojené kompetence, kdo vykonává a v jakých oblastech regulaci a dohled nad ní? Na všechny tyto otázky najdete odpověď v této kapitole. Proto se jistě s chutí pustíte do jejího studia.

V této kapitole se seznámíte s bankou jako podnikatelským subjektem ve všech nejdůležitějších rovinách. Nejdříve (v části 1.1) zjistíte, jaká jsou specifika bankovního podnikání, v části 1.2 si nastudujete cíle a v části 1.3 rizika bankovního podnikání. Důležitá je zejména část 1.3, poněvadž jsou zde obsažena všechna základní finanční rizika, s krátkou definicí a s jejich vlivem na výsledek hospodaření banky. V části 1.4 získáte základní informace o výsledku hospodaření banky, přičemž se zaměříte zejména na ukazatele bankovní rentability ROE a ROA. Část 1.5 vám poskytne základní poznatky o bankovní regulaci a dohledu nad bankami, poslední část 1.6 se zabývá organizační strukturou banky.

Po prostudování této kapitoly budete znát specifika bankovního podnikání, osvojíte si cíle a rizika bankovního podnikání, porozumíte pojmům zisk a rentabilita bankovního podnikání a jakým způsobem se zjišťují, pochopíte proč a jakým způsobem se provádí bankovní regulace a dohled nad bankami, poznáte organizační strukturu banky. Získáte tím poznatky pro další kapitoly této studijní opory.



Časová zátěž

Prostudování této kapitoly pro vás představuje časovou zátěž maximálně 5 hodin (dle harmonogramu ve 2. týdnu v říjnu). Práce s otázkami k zamyšlení a autokorekční cvičení uvedené na webu vám zabere asi hodinu práce v témže týdnu. V dalším týdnu (ve 3. týdnu v říjnu) se budete zabývat vypracováním POTu (práce v rozsahu asi 4 hodiny), který pošlete elektronickou poštou lektorovi do konce října.

Pokud budete mít při jeho zpracování těžkosti, měli byste se obrátit se svými dotazy na lektora.



Způsob studia

K zvládnutí učiva je potřebné postupně procházet jednotlivé části kapitoly, promýšlet je a souběžně s tím se zamýšlet nad otázkami uvedenými na konci kapitoly jako Otázky k zamyšlení. Otázky uvedené k této kapitole na webu jako Autokorekční cvičení vám poslouží k lepšímu pochopení a zapamatování daných problémů.

Budete potřebovat přístup na internetové stránky komerčních bank a ČNB a přístup do informačního systému ESF MU.

K této kapitole je povinností prostudovat zákon o bankách ve všech jeho oblastech, které se týkají kapitoly 1 - např. v oblasti bankovních činností, možností a způsobů regulace ze strany ČNB apod. Důvodem je podrobnější seznámení se s postavením banky jako podnikatelského subjektu v přesné legislativní podobě.

Dále doporučujeme vstoupit na webové stránky ČNB a prohlédnout si souhrnné údaje o komerčních bankách v oblasti bilanční částky, základní struktury bilance a dosahovaného zisku a rentability. Jistě to obohatí vaše poznatky získané z této kapitoly o praktickou dimenzi.

Banky patří k nejvýznamnějším finančním zprostředkovatelům na finančním trhu. Podstata bankovního podnikání se dá s jistou dávkou zjednodušení definovat jako obchodování s cizími zdroji, které banka získává od různých ekonomických subjektů (domácností, podniků, soukromých a veřejných institucí). Cizí zdroje tvoří přibližně 90 až 97 % bankovních pasiv. Při získávání cizích zdrojů se banka ve vztahu ke svým klientům dostává do dlužnického postavení, při použití zdrojů formou úvěrů se dostává do pozice věřitele. Kromě toho banky poskytují celou řadu vysoce specializovaných finančních služeb.

1.1 Specifika bankovního podnikání

Ve vyspělých tržních ekonomikách se setkáváme s různými typy bank, které ukazuje následující schéma.

Typy bank

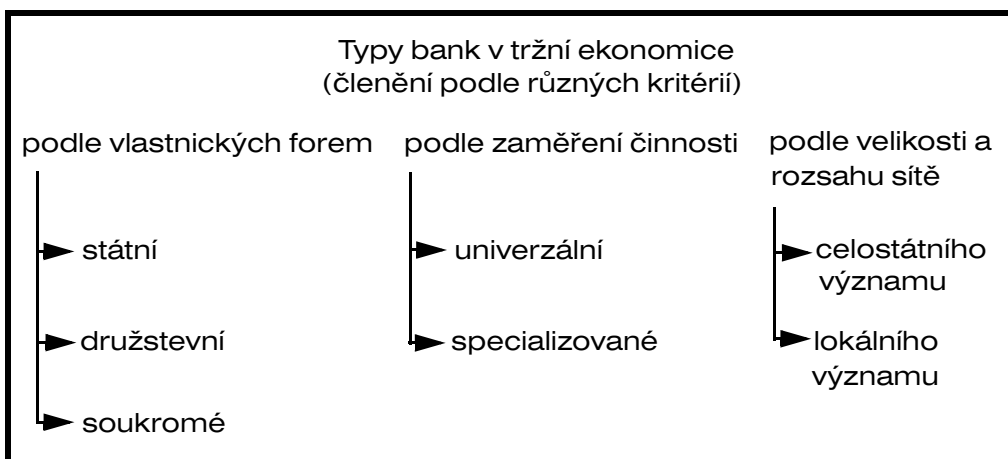


Schéma č. 1: Typy bank v tržní ekonomice.

Pramen: vlastní schéma.

V České republice vymezuje postavení bank zákon o bankách (č. 21/1992 ve znění pozdějších úprav a předpisů).

Definice banky:

"Bankami se rozumějí právnické osoby se sídlem v České republice, založené jako akciová společnost, které přijímají vklady od veřejnosti a poskytují úvěry a které k výkonu těchto činností mají bankovní licenci." (§1)

Kromě přijímání vkladů od veřejnosti a poskytování úvěrů banka může podle zákona o bankách vykonávat ještě další činnosti, které jsou taxativně vymezeny tímto zákonem (v §1) takto:

- investování do cenných papírů na vlastní účet,
- finanční pronájem (finanční leasing),
- platební styk a zúčtování,
- vydávání a správa platebních prostředků, např. platebních karet a cestovních šeků,
- poskytování záruk,
- otvírání akreditivů,
- obstarávání inkasa,
- poskytování investičních služeb,
- vydávání hypotečních zástavních listů,
- finanční makléřství,
- výkon funkce deponitáře,
- směnárenská činnost (nákup devizových prostředků),
- poskytování bankovních informací,
- obchodování na vlastní účet nebo na účet klienta s devizovými hodnotami a se zlatem,



Bankovní činnosti podle zákona o bankách

1. Banka jako podnikatelský subjekt

- pronájem bezpečnostních schránek,
- činnosti, které přímo souvisejí s výše vyjmenovanými činnostmi banky.

Udělení bankovní licence:

Banka vzniká na základě povolení působit jako banka uděleného Českou národní bankou po vyžádání stanoviska Ministerstva financí ČR na dobu neurčitou, které není převoditelné na jinou osobu. Povolení působit jako banka může obsahovat vymezení rozsahu povolené činnosti a stanovení podmínek, které musí banka splnit před zahájením kterékoliv povolené činnosti, popřípadě je dodržovat při výkonu kterékoliv povolené činnosti. Přijímání vkladů a poskytování úvěrů patří k povinným činnostem bank, z ostatních zákonem stanovených činností si banka může volit.

Podle druhu výnosů, které banka docílí, lze všechny zákonem uvedené bankovní činnosti rozdělit na tři základní bloky

Bankovní činnosti podle druhu výnosu

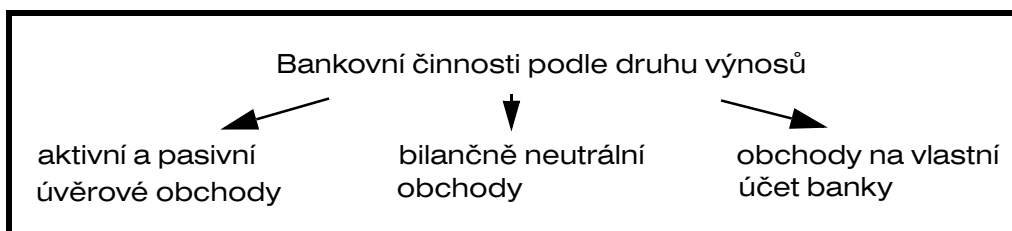


Schéma č. 2: Bankovní činnosti podle druhů výnosů.

Pramen: vlastní schéma.

Blíže vysvětlení:

- Při aktivních a pasivních úvěrových obchodech (tj. přijímání vkladů a poskytování úvěrů) banka využívá úrokovou marži.
- Při bilančně neutrálních obchodech (tj. při platebním styku, investičním poradenství, nákupu a prodeji cenných papírů na účet klienta a při poradenství v nejbližším slova smyslu) banka získává výnos z poplatků.
- Při obchodech na vlastní účet (tj. nákupu a prodeji cenných papírů, devizových obchodech, obchodech s vzácnými kovy a emisních obchodech) banka získává neúrokové výnosy.

Aktivní a pasivní úvěrové obchody a obchody banky na vlastní účet se odrážejí v bankovní bilanci jako její aktiva a pasiva.

Pasiva banky

Pasiva banky představují zdroje, tj. závazky a vlastní zdroje obchodní banky.

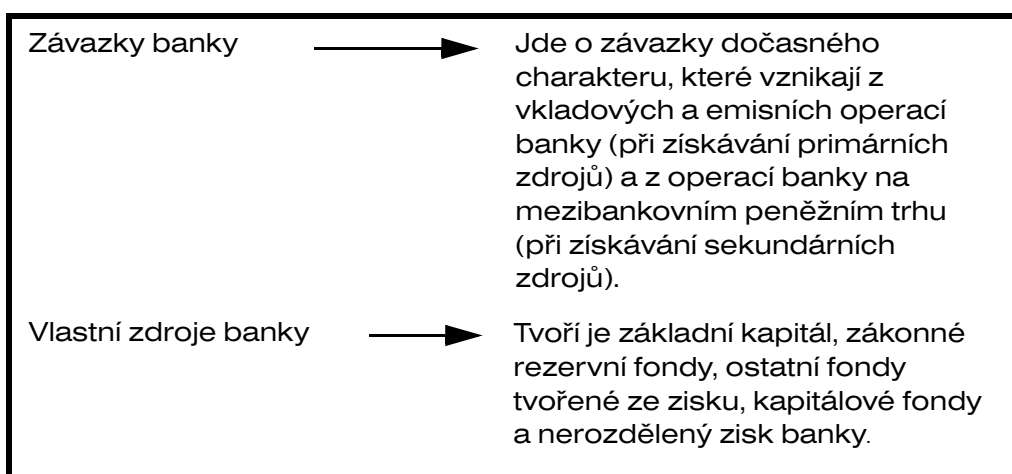


Schéma č. 3: Základní struktura pasiv.

Pramen: vlastní schéma.

Poznámky:

- V bankovní praxi se častěji setkáváme s pojmenováním vlastních zdrojů jako vlastní kapitál banky.
- Někdy se setkáváme s rozdělením závazků banky na dočasné a trvalé. Za trvalé závazky se považují závazky vůči subjektům, které do banky vložily peníze v podobě majetkových podílů, což se rovná základnímu kapitálu banky.
- Rezervy, tvořené z nákladů, nepatří k vlastním zdrojům banky. I když v bance působí obdobně jako vlastní zdroje, považují se za cizí zdroje zvláštního charakteru.

Aktiva banky představují její majetek (včetně pohledávek), jmenovitě:

- **pokladní hodnoty - hotovost nezbytnou pro výkon bankovních činností a vlastní potřebu banky,**
- **vklady u jiných bank včetně centrální banky - zdroje banky umístěné u jiných bank,**
- **úvěry jiným bankám včetně centrální banky - úvěry poskytnuté bankám v rámci aktivních úvěrových obchodů,**
- **cenné papíry v obchodní zásobě - bankou nakoupené v rámci obchodů na vlastní účet,**
- **investiční cenné papíry a trvalé majetkové účasti - získané v rámci investování banky do cenných papírů,**
- **úvěry klientům (nebankovním subjektům) - úvěry poskytnuté klientům v rámci aktivních úvěrových obchodů,**
- **vlastní majetek banky - investiční a neinvestiční majetek banky nezbytný k zajištění provozu banky.**

Aktiva banky

Struktura bankovní bilance, zejména převaha dočasných závazků banky vůči subjektům, které jí svěřily své zdroje a nízké procento vlastních zdrojů determinuje principy řízení banky.



Zájmem akcionářů, kteří vložili do banky kapitál, je, aby banka dosahovala maximální míru zisku a zvyšovala tržní hodnotu banky. Na druhé straně stojí klient, zastoupený centrální bankou jako regulátorem, jehož cílem je zejména stabilita, likvidita a solventnost banky. Umění řídit banku pak znamená uspokojit na jedné straně akcionáře, požadující co největší rentabilitu vložených prostředků a zároveň splnit požadavky centrální banky vyžadující stabilitu a bezpečnost bankovního podnikání.

1.2 Cíle bankovního podnikání

Jako nejčastější cíl bankovního podnikání se uvádí dosažení zisku, což je i předpoklad zajištění stabilní pozice banky na trhu.

Bance by nemělo jít o maximalizaci zisku v daném okamžiku (v krátkém období). Výše dosaženého zisku by měla respektovat dlouhodobější perspektivu banky a její trvalou konkurenční schopnost.

Maximalizace zisku banky

Další formulace cílů bankovního podnikání:

- Setkáváme se i s jinými formulacemi cílů bankovního podnikání, např. s cílem dosažení maximální tržní hodnoty banky nebo s cílem dosažení a udržení výrazné pozice na trhu bankovních aktivit, které však nejsou ničím jiným než nepřímo formulovaným cílem dosažení maximálního zisku.
- Vedle cíle dosažení maximálního zisku však vždycky nalezneme cíl bankovní stability, jistoty pro klienta a vlastníka banky.

Jiné cíle bankovního podnikání

1. Banka jako podnikatelský subjekt

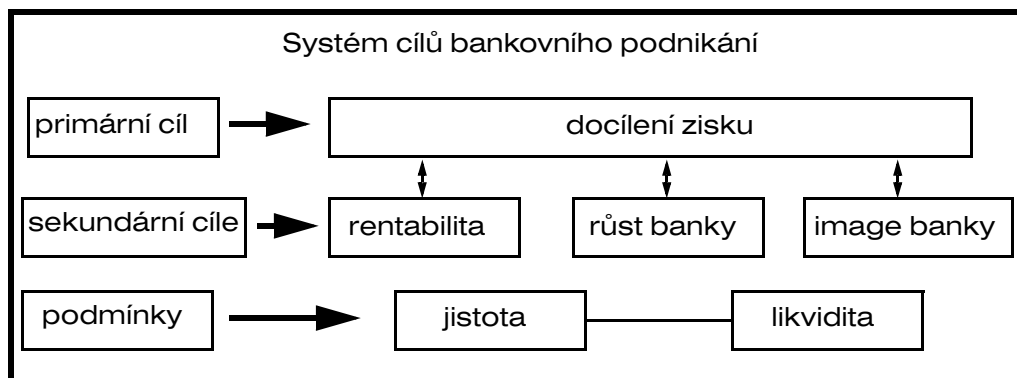


Schéma č. 4: Systém cílů bankovního podnikání.

Pramen: Management aktiv a pasív v bankách, NBS - IBV, Bankovní akademie Frankfurt am Mein, Bratislava 1994, str. 19.

Bližší vysvětlení:

Primární cíl (dosažení zisku) je nezbytné uvést do souladu se sekundárními cíli (rentabilitou, růstem banky a jejím dobrým jménem). Nezbytnými podmínkami dosažení uvedených cílů je jistota a likvidita banky. Mezi cílem zisku a jistoty (stability) musí banka hledat kompromis.



Příklad

Banka se rozhoduje, zda bude mít ve své bilanci likvidní aktiva, přinášející vyšší jistotu a likviditu, ale menší výnos a zisk ve výši 10% nebo 20% bilanční sumy. Pokud se rozhodne pro 10%, dosáhne vyššího zisku, pokud pro 20%, dosáhne nižšího zisku, ale vyšší stability.

Ve schématu č. 3 uvedené cíle platí zejména pro soukromé banky, které jsou výrazně tržně orientované. U menších bank lokálního významu, příp. družstevních bank, mohou do popředí vystupovat i jiné cíle, např. podpora rozvoje určitých oblastí, aktivit, zájmů členů družstva apod. U státních bank může jít i o neziskové činnosti prospěšné pro celou společnost.

1.3 Rizika bankovního podnikání

Činnost každé banky je spojena s určitými riziky. Část z nich vyplývá z ekonomického prostředí, ve kterém banky působí, druhá část je dána konkrétními specifiky činnosti příslušné banky.

Ekonomická prostředí a rizika bankovního podnikání

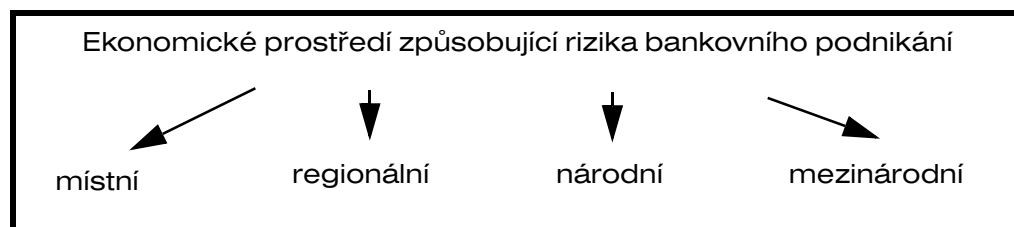


Schéma č. 5: Ekonomické prostředí způsobující rizika bankovního podnikání.

Pramen: vlastní schéma.

Bližší vysvětlení:

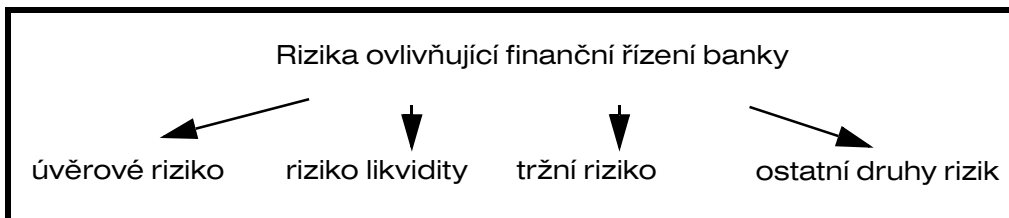
Politické prostředí

Banka vždy působí v konkrétním ekonomickém prostředí, které podléhá změnám, přičemž banka má malou nebo dokonce žádnou kontrolu nad jeho vývojem. Na činnost banky má navíc vliv politické prostředí, ve kterém banka působí.

Management banky musí brát v úvahu rizika politického a ekonomického prostředí, bankovního odvětví a specifická rizika konkrétní banky.

Riziko, které banka podstupuje, se nejdříve jeví jako riziko obchodní, postupně se transformuje na riziko výkonnosti a nakonec se projeví jako riziko finanční.

I když všechna uvedená rizika na banku jistý vliv mají, v našem dalším výkladu se zaměříme pouze na ta rizika, která bezprostředně ovlivňují finanční řízení banky. Jejich základní přehled ukazuje schéma č. 6.



Rizika ovlivňující finanční řízení banky

Schéma č. 6: Rizika ovlivňující finanční řízení banky.

Pramen: Kol. autorů: Bankovníctvo v Slovenskej republike, NBS - IBV, Bratislava 2000, str. 133.

Úvěrové riziko

Úvěrové riziko

Je riziko, že protistrana úvěrového vztahu nedostojí svým závazkům, nedodrží dohodnuté podmínky úvěrové transakce a bance tím vznikne ztráta.

Obsahuje riziko:

- předčasného splacení úvěrové jistiny,
- opožděného splacení úvěrové jistiny nebo úroku,
- nesplacení úvěrové jistiny nebo úroku úvěrovým dlužníkem.

Příčiny vzniku úvěrového rizika mohou být interní (např. nesprávná rozhodnutí banky o alokaci zdrojů do nekvalitních aktiv a nezvládnutí úvěrového procesu ze strany banky) nebo externí (nezávislá na rozhodnutí banky, např. negativní vývojové trendy v ekonomice, politice apod.).



Vliv úvěrového rizika na ekonomiku banky:

- Nezvládnutí úvěrového rizika má vliv na zisk banky, který se snižuje v důsledku tvorby opravných položek, tvorby rezerv a snížení úrokového příjmu banky.
- Úvěrové riziko úzce souvisí s likviditou, protože:
 - místo toho, aby se z nelikvidního aktiva stalo aktivum likvidní, zůstává v bilanci pořád nelikvidní položka,
 - úrokové platby za chybějící zdroje odčerpávají likviditu banky,
 - zdroje použité v úvěrovém vztahu se v důsledku nesplacení úroků nezhodnocují,
 - nevrací se úvěrová jistina, což způsobuje napětí v hotovostním toku banky.
- Těsný vztah existuje mezi úvěrovým rizikem a rizikem pohybu úrokové sazby. Při změně úrokových sazeb v neprospěch dlužníka se úvěrové riziko zvyšuje.

Všimněte si:

v oblasti úvěrových operací banky je nezbytné řídit a sledovat nejenom riziko konkrétních úvěrů, ale i riziko celého úvěrového portfolia. Čím je struktura úvěrového portfolia diverzifikovanější, tím je úvěrové riziko banky menší. Vysoká koncentrace na jednoho klienta, příp. vzájemně ekonomicky propojenou skupinu klientů, na jedno hospodářské odvětví nebo region, úvěrové riziko banky vždy podstatně zvyšuje.

Riziko úvěrového portfolia

Při zahraničních úvěrech může být úvěrové riziko ovlivněno i rizikem státu, pokud je partnerem banky buď vláda příslušného státu (hovoříme o absolutním riziku státu) nebo podnikatelský subjekt etablovaný v tomto státě (hovoříme o všeobecném riziku státu).

1. Banka jako podnikatelský subjekt

Riziko likvidity

Riziko likvidity

Je riziko, že banka nebude mít dostatek volných finančních prostředků k pokrytí svých závazků, případně tak může učinit pouze pomocí nouzových opatření nebo za cenu o hodně vyšší než obvykle. Nedostatek likvidity navíc znemožňuje bance realizovat nové transakce.



Riziko likvidity obsahuje i riziko neschopnosti banky splnit požadavky ČNB na povinné minimální rezervy.

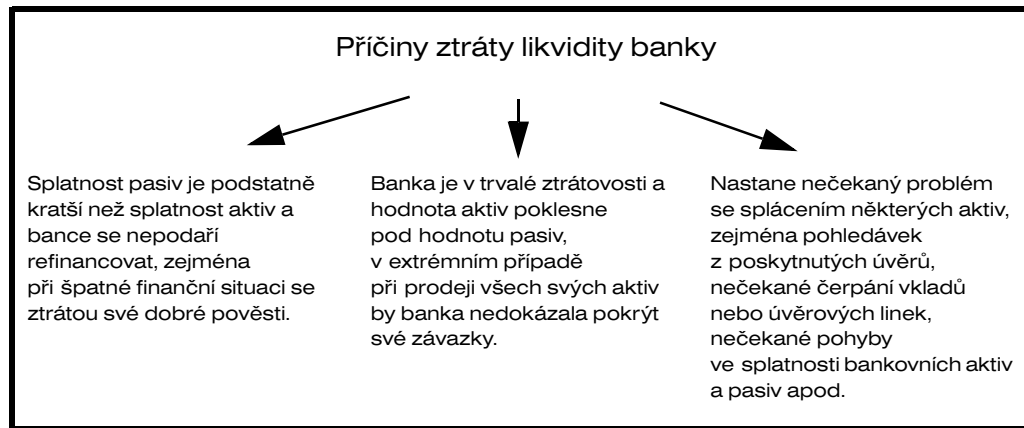


Schéma č. 7: Příčiny ztráty likvidity banky.

Pramen: vlastní schéma.

Přechodný nedostatek likvidních prostředků

Řízení likvidity a řešení přechodného nedostatku likvidních prostředků:

- V případě přechodného nedostatku likvidních prostředků si je banka může doplnit na mezibankovním peněžním trhu.
- Banka si řídí likviditu zejména prostřednictvím struktury své bilance. Na straně aktiv si vytváří portfolio, které je schopno zajistit dostatek likvidních prostředků, případně jí umožní okamžitě směnit aktiva na likvidní peníze. Na straně pasiv má k dispozici nástroje, pomocí kterých může v případě potřeby okamžitě získat likvidní prostředky.

Trvalé udržení likvidity banky patří k základním podmínkám bankovní činnosti.

Likvidita a solventnost banky

Likvidita a solventnost banky:

S likviditou je úzce spojena solventnost banky. Ztrátové hospodaření banky a vznik trvalého peněžního deficitu v důsledku chybně řízených úvěrových a vkladových obchodů mohou ve svých důsledcích vést k insolvenčnímu úpadku banky. Čím více pak má banka kapitálu v poměru k rizikově váženým aktivům, tím více ztrát dokáže unést. Proto ČNB svým opatřením stanovuje minimální výši tohoto podílu v podobě kapitálové přiměřenosti.

Tržní riziko a jeho struktura

Tržní riziko

Je souhrnným pojmem pro úrokové, kursové, akciové a další rizika, která jsou spojena s pohybem tržních cen. Je to riziko změny portfolia bankovních aktiv nebo pasiv v důsledku změny tržních podmínek.

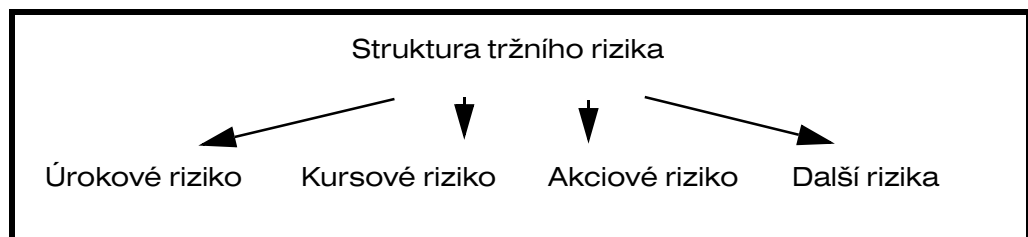


Schéma č. 8: Struktura tržního rizika.

Pramen: vlastní schéma.

Úrokové riziko

Spočívá v negativním vlivu změny úrokových sazeb na náklady a výnosy banky, a tím na její ziskovost. Dotýká se dlužníků i věřitelů banky. V důsledku změny úrokových sazeb dochází navíc ke změně tržní hodnoty bankovních aktiv.

Banky se snaží omezit úrokové riziko vhodnými úvěrovými technikami, účelnou strukturou aktiv a pasiv, novými úrokovými podmínkami a produkty.

Kursově riziko

V případě, že množství aktiv a pasiv v každé jednotlivé cizí měně je různé, vzniká riziko poklesu ziskovosti, případně dosažení ztráty, a to v důsledku pohybu kursů cizích měn .

U úvěrů a dalších aktiv kursově riziko spočívá v znehodnocení dané měny, u vkladů a dalších pasiv v jejím zhodnocení. Růst vlastních devizových operací bank a větší volatilita kursů cizích měn způsobují výrazné zvýšení kursového rizika.

Akciově riziko

Je riziko držení akcií v rozvaze banky s možností poklesu jejich tržní ceny. Platí, že akcie jsou jedním z nejnebezpečnějších druhů aktiv, což je dáno tím, že pohyby cen akcií mohou být velmi prudké.

Banky se zpravidla chrání tím, že nedrží ve svém portfoliu větší podíl těchto akcií a zaměřují se zejména na dluhopisy solidních emitentů.

Ostatní rizika

Mohou být nejrůznějšího druhu. Jsou to:

- inflační riziko, které má vliv na všechny položky bilance, sama banka ho však nemůže ovlivnit,
- regulačně-právní riziko, které vyplývá z možných právních a regulatorních změn ovlivňujících bankovní podnikání,
- provozní riziko, které představuje ztráty způsobené nesprávným řízením banky, selháním počítačových systémů, vysokými provozními náklady apod.,
- další rizika, např. riziko změny cen nemovitostí, riziko podvodů a krádeží, konkurenční riziko apod.

Pro banku je důležité posuzovat rizika komplexně, umět je identifikovat, změřit, zvolit správnou strategii jejich řízení a dokázat zvážit míru jejich závažnosti.



1.4 Zisk a rentabilita bankovního podnikání

Hlavním motivem bankovního podnikání je zisk a rentabilita. Jejich míra vyjadřuje efektivnost podnikatelské činnosti banky, úroveň bankovního managementu a úspěšnost podnikatelských rozhodnutí. I když zde hovoříme o zisku, banka může dosáhnout i ztrátu. Zisk a ztráta jsou dvě možné formy hospodářského výsledku banky.

Zisk banky

Patří k ukazatelům, které jsou v centru pozornosti při hodnocení úspěšnosti banky. Z pohledu akcionářů znamená míru zhodnocení jejich investic, z pohledu věřitelů je důkazem důvěryhodnosti banky. Pro banku samotnou představuje rozhodující zdroj krytí předpokládaných ztrát z aktivních obchodů banky a nejlevnější zdroj jejího ekonomického růstu.

Tvorbu zisku výrazně ovlivňuje kvalita finančních rozhodnutí banky a kvalita řízení existujících a potenciálních rizik, která se odrazí ve výši rozdílu mezi výnosy a náklady banky. Při jejich nedostatečné kvalitě může být rozdíl mezi výnosy a náklady záporný, banka pak dosáhne ztrátu.

Hospodářský
výsledek banky

Zisk banky



1. Banka jako podnikatelský subjekt

Zisková marže Efektivnost bankovních obchodů je vyjádřena zejména v ziskové marži. Další výnosy banka získává z devizových operací a z obchodů s cennými papíry, které provádí pro klienty nebo na vlastní účet.

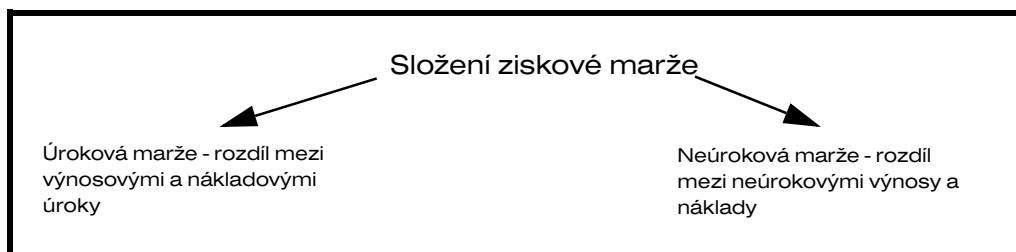


Schéma č. 9: Složení ziskové marže.
Pramen: vlastní schéma.

Konečnou výši hospodářského výsledku banky podstatně ovlivňuje tvorba a případné použití opravných položek a rezerv a jeho zdanění formou daní z příjmu.

Rentabilita bankovního podnikání

Poměrové ukazatele hospodářského výsledku

Absolutní výše dosaženého hospodářského výsledku (zisku nebo ztráty) má omezenou vypovídací schopnost, především pokud jde o srovnání s jinými bankami nebo analýzu činitelů, které daný hospodářský výsledek banky ovlivnily. Banka si proto vypočítává poměrové ukazatele hospodářského výsledku, zejména ukazatel ROE a ROA.

Ukazatel ROE

- **Ukazatel ROE (Return on Equity):**
- Znamená rentabilitu, návratnost vlastního kapitálu (vlastního jmění) banky. Vyjadřuje čistý zisk banky (zisk po zdanění) měřený ve vztahu k množství vlastního kapitálu banky. Vypočítá se jako:

$$\text{ROE} = \frac{\text{čistý zisk}}{\text{vlastní kapitál}} \times 100$$

Ukazatel ROA

- **Ukazatel ROA (Return on Assets):**
- Znamená rentabilitu, návratnost aktiv. Vyjadřuje čistý zisk banky (zisk po zdanění) měřený ve vztahu k celkovému objemu bankovních aktiv. Vypočítá se jako:

$$\text{ROA} = \frac{\text{čistý zisk}}{\text{celková aktiva banky}} \times 100$$



Příklad:

Banka dosáhla zisk po zdanění 150 mil. Kč. Její vlastní kapitál činil 600 mil. Kč a celková aktiva banky 30 mld Kč. Vypočítejte ROE a ROA.

Výpočet ROE: $150 \text{ mil} / 600 \text{ mil} \times 100 = 25 \%$

Výpočet ROA: $150 \text{ mil} / 30 \text{ mld} \times 100 = 0,5\%$



Kromě uvedených ukazatelů banka používá ještě některé další, např. poměr čistého zisku na výnosová aktiva, poměr čistého zisku na jednoho pracovníka apod.

Analýza hospodářského výsledku (zisku nebo ztráty) tvoří podstatnou součást ekonomické analýzy banky.

1.5 Bankovní regulace a dohled nad bankami

V oblasti bankovního podnikání se uplatňuje regulace a dohled nad bankami.

Jejich nezbytnost se zdůvodňuje těmito argumenty:

- bankovní činnost se zásadně liší od jiných ekonomických činností,
- aktiva a pasiva banky mají jinou strukturu v porovnání se strukturou aktiv a pasiv nebankovních podnikatelských subjektů,
- klienti banky nejsou většinou schopni sami sledovat ekonomickou a finanční situaci své banky,
- bankovní regulace umožňuje regulovat množství peněz v oběhu.

Bankovní regulace

Definice bankovní regulace:

Bankovní regulace znamená stanovení pravidel pro činnost bank.

Důvody k bankovní regulaci a dohledu

Pravidla pro činnost bank

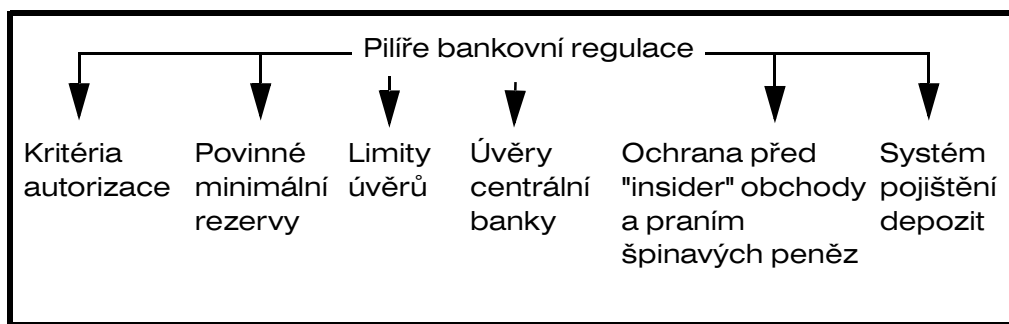


Schéma č. 10: Pilíře bankovní regulace.

Pramen: vlastní schéma.

Bližší vysvětlení:

- Kritéria autorizace znamenají podmínky pro vstup banky do bankovního podnikání a podmínky pro provádění bankovních činností.
- Povinné minimální rezervy znamenají povinnost vytváření rezerv u centrální banky.
- Limity úvěrů znamenají stanovení maximální výše úvěrů, které centrální banka poskytne ostatním bankám (relativní limity) a maximální výši úvěrů, které mohou banky poskytnout svým klientům (absolutní limity).
- Úvěry od centrální banky znamenají nastavení úvěrového mechanismu pro běžné krátkodobé úvěrování bank centrální bankou (při menších výkyvech v likviditě) a mechanismus záchrany banky (za situace, kdy již není možné získat chybějící prostředky na mezibankovním trhu).
- Pravidla ochrany před "insider" obchody a praním špinavých peněz znamenají vytvoření určité bariéry a ochrany banky před nelegálními praktikami.
- Systém pojištění depozit znamená ochranu bankovního klienta - vkladatele v případě bankovního úpadku.

V ČR provádí bankovní regulaci Česká národní banka. Některá pravidla jsou vymezena v zákoně o bankách, jiná jsou stanovena právními předpisy České národní banky. Systém pojištění depozit je upraven přímo v zákoně o bankách.

Bankovní dohled

Definice bankovního dohledu:

Bankovní dohled znamená kontrolu dodržování stanovených pravidel a vyvozování důsledků při jejich nedodržování



1. Banka jako podnikatelský subjekt

Obsah a způsoby bankovního dohledu

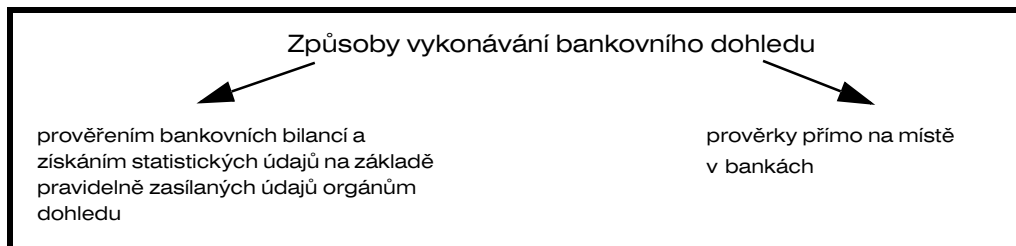


Schéma č. 11: Způsoby vykonávání bankovního dohledu.

Pramen: vlastní schéma.

Prověrky přímo na místě jsou nákladnější, na jejich základě je však možné získat detailní přehled o aktivitách příslušné banky.

I když ve světě vykonávají bankovní dohled různé instituce - centrální banky, vládní instituce, ministerstva a státní instituce, V ČR je jím pověřena výlučně Česká národní banka.

1.6 Organizační struktura banky

Prvky organizační struktury banky

Organizační struktura banky je součástí systému jejího řízení. Je podmíněna optimálním organizačním uspořádáním, které je nezbytné pro zabezpečení činností a chodu banky.

Pracovní místo

Pracovní místo:

Je základním prvkem organizační struktury banky, které představuje soubor práv, zodpovědností a povinností vytvořených pro zajištění celé agendy nebo její části. Agenda přitom činí věcně a logicky uzavřený soubor činností, které jsou zahrnuty do stejné oblasti funkce banky, vykonávané většinou v jednom organizačním útvaru.

Organizační jednotky:

Tvoří seskupení pracovníků, které je organizačně, administrativně a materiálně vybaveno tak, aby mohlo samostatně plnit ty úkoly, které jsou její funkční náplní.

Organizační jednotky

Organizačními jednotkami banky jsou:

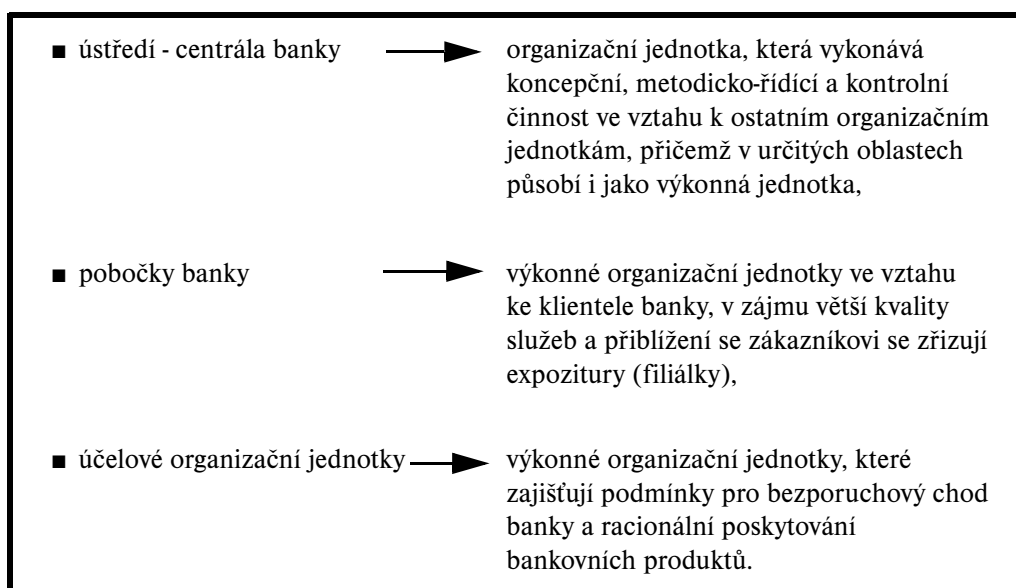


Schéma č. 12: Organizační jednotky banky.

Pramen: vlastní schéma.

Ústředí banky může zřídit hlavní pobočky, které za ostatní pobočky v regionu mohou vykonávat činnosti, které se v bance ještě nevykonávaly, nebo jejichž provádění všemi pobočkami banky by bylo neracionální a neefektivní. Hlavní pobočka banky však netvoří zvláštní stupeň řídicí struktury, vůči ostatním pobočkám nemá rozhodovací pravomoci.

Organizační jednotky se člení na organizační útvary, seskupení pracovníků zajišťujících jednotlivé agendy popřípadě jejich soubor



Organizační útvary

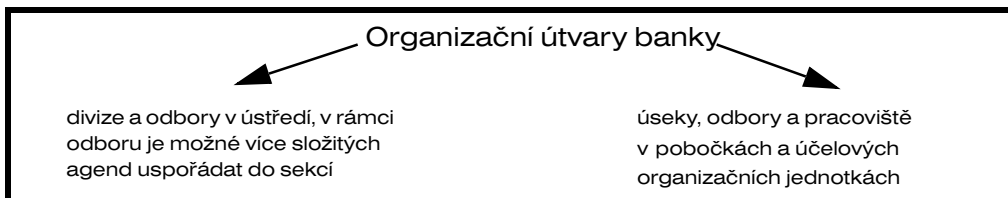


Schéma č. 13: Organizační útvary banky.

Pramen: vlastní schéma.

I když se jednotlivé organizační jednotky a útvary nazývají v jednotlivých bankách různě, uvedená struktura je vlastní každé bance.

V zájmu zvýšení operativnosti při zajišťování bankovních nebo specifických agend a úloh si banka zřizuje stálé pracovní kolektivy nebo specifické organizační útvary ve formě výboru, pracovní nebo odborné komise, popřípadě projektového týmu.

V posledním období se v bankách posiluje postavení pobočky a expozitury, zejména jejich zodpovědnost za své hospodaření.

Shrnutí kapitoly



Banky patří k nejvýznamnějším zprostředkovatelům na finančním trhu. Definice banky je uvedena v zákoně o bankách a podle ní je banka právnická osoba se sídlem v ČR založená jako akciová společnost, která přijímá vklady a poskytuje úvěry a která má k výkonu těchto činností bankovní licenci. Kromě toho může vykonávat další finanční činnosti uvedené v tomto zákoně.

Jako nejčastější cíl bankovního podnikání se uvádí dosažení zisku, setkáváme se však i s cílem dosažení maximální tržní hodnoty banky nebo s cílem dosažení a udržení významné pozice na trhu apod. Kromě toho se vždy uvádí cíl bankovní stability, jistoty pro klienta a vlastníka banky.

Činnost každé banky je spojena s určitými riziky, část z nich vyplývá z ekonomického prostředí, část je dána specifiky činnosti příslušné banky. Při řízení banky se největší pozornost věnuje úvěrovému riziku, riziku likvidity, tržnímu riziku. Není však možné opomenout ani další rizika, např. inflační riziko, regulačně-právní riziko, provozní riziko.

Rizika je důležité posuzovat komplexně, umět je identifikovat, měřit, zvolit správnou strategii řízení a správně zvážit míru jejich závažnosti.

Hlavním motivem bankovního podnikání je zpravidla zisk a rentabilita. Banka sleduje absolutní výši výsledku hospodaření, z důvodu větší vypovídací schopnosti však sleduje i ukazatele rentability, zejména ROE a ROA.

Charakter bankovního podnikání vyžaduje regulaci a dohled. V ČR je provádí ČNB stanovením regulačních pravidel, a to jejich kontrolou formou výkazů a hlášení, ale i prověrkou přímo na místě.



Otázky k zamyšlení

1. Zamyslete se nad tím, v čem je komerční banka stejná jako každý jiný podnikatelský subjekt a v čem je jiná?
2. V jakých oblastech řízení ČNB omezuje komerční banku? Myslíte, že je to v souladu s principy tržní ekonomiky? Jaký je důvod použití regulačních pravidel vůči komerční bance?
3. Zamyslete se nad tím, která bankou podstupovaná rizika mají největší význam? Platí to stejně ve světě jako v prostředí transformujících se ekonomik?
4. Banky jsou velké podnikatelské jednotky s rozsáhlou sítí obchodních míst. Jak podle vašeho názoru působí /kladně i záporně/ na ekonomiku banky tato síť?
5. Proč podle vašeho názoru se riziko pohybu úrokové sazby, kursové riziko a akciové riziko dává pod společný název tržní riziko? Jak působí na banku? Má ho banka plně pod kontrolou?
6. Vstupte na webové stránky ČNB a pokuste se zjistit, jak se vyvíjí ziskovost a rentabilita celého bankovního sektoru.



POT

Vstupte na internetové stránky vámi vybrané banky. Pokud jste zaměstnání v bance, zvolte banku vlastní. Na základě informací z výroční zprávy zpracujte tyto úkoly:

- zjistíte výsledek hospodaření banky v absolutní výši za běžné a předcházející účetní období,
- vypočítejte ukazatele ROE a ROA,
- zjistíte základní strukturu strany aktiv a pasiv rozvahy,
- zjistíte výši opravných položek a rezerv vytvořených bankou do nákladů,
- pokud je uvedena, posuďte organizační strukturu banky,
- pokud je uvedena, všimněte si strategie banky,
- pokud z informací vyplynou některá specifika vybrané banky, uveďte je,
- zhodnoťte kvalitu řízení rizik vybrané banky.

Práci na POTu proveďte 3. týden v říjnu a pošlete na e-mailovou adresu lektora. Případné otázky a problémy při zpracování POTu Vám pomůže vyřešit lektor.

- **Základní skupiny bankovních klientů**
- **Klient a etika bankovního podnikání**
- **Smluvní vztah mezi bankou a klientem**
- **Bankovní tajemství a povinnost mlčenlivosti**
- **Pojištění pohledávky z vkladů klienta**
- **Nové přístupy banky ke klientovi**
- **Management kvality služeb**

2.

Banka a klient



Cíl kapitoly

Klient a jeho specifické potřeby se dostávají do centra pozornosti banky. Na jaké základní skupiny banka klienty člení? Na jakém základě je budován vztah banky a klienta? Je potřebná právní úprava vztahu? Platí stále ještě v bankách bankovní tajemství a jsou zaměstnanci banky vázáni mlčenlivostí? Jaká právní norma to upravuje? Je klient vystaven riziku ztráty vkladu nebo platí systém pojištění vkladů? Má kvalita systému pojištění vkladů vliv na reakce klienta při ekonomických potížích banky? Dostává se do popředí kromě zvýšeného zájmu o klienta i zaměření na kvalitu služeb? Přijaly naše banky etické normy v oblasti bankovního podnikání? Zjištění odpovědí na tyto otázky je cílem této kapitoly. Proto se hned pusťte do studia.

V této kapitole se seznámíte se vztahem banky a klienta. V části 2.1 zjistíte, jaké jsou základní skupiny bankovních klientů, v části 2.2 jsou pro vás připraveny základní etické principy bankovního podnikání. Část 2.3 je věnována smluvnímu vztahu mezi bankou a klientem, část 2.4 bankovnímu tajemství a povinnosti mlčenlivosti a část 2.5 systému pojištění vkladů. V části 2.6 se seznámíte s podstatou nového přístupu ke klientům a naučíte se zásadám pro udržení klienta. V části 2.7 zjistíte, že i když je zaměření banky na kvalitu služeb jednoznačné, není ji jednoduché měřit a v praxi se můžeme setkat s různými dimenzemi kvality služeb.

Po prostudování této kapitoly získáte poznatky, které vám vytvoří potřebný základ pro studium specializované studijní opory z marketingu v peněžnictví.



Časová zátěž

Prostudování této kapitoly pro vás představuje časovou zátěž maximálně 4 hodiny (dle harmonogramu ve 4. týdnu v říjnu). Práce s otázkami k zamyšlení a autokorekční cvičení uvedené na webu vám zabere asi hodinu práce v témže týdnu.



Způsob studia

K zvládnutí učiva je potřebné postupně procházet jednotlivé části kapitoly, promýšlet je a souběžně s tím se zamýšlet nad otázkami uvedenými na konci kapitoly jako Otázky k zamyšlení. Otázky uvedené k této kapitole na webu jako Autokorekční cvičení vám poslouží k lepšímu pochopení a zapamatování daných problémů.

Budete potřebovat přístup na internetové stránky komerčních bank a aktuální znění zákona o bankách.

K této kapitole je povinností prostudovat zákon o bankách ve všech jeho oblastech, které se týkají kapitoly 2, zejména v oblasti pojištění vkladů, bankovního tajemství a mlčenlivosti, čím se prohloubí vaše poznatky získané v této studijní opoře o přesné legislativní znění. Doporučujeme vstoupit na webové stránky komerčních bank a prohlédnout si podmínky vztahu banky a klienta u jednotlivých produktů a služeb. Tím se seznámíte s různými konkrétními přístupy banky ke klientům.

Vývoj v bankovníctví v poslední době ukázal, že vítězí ty banky, které se orientují na klienta!!

Klient jako klíčový prvek bankovní strategie

Klient a jeho specifické potřeby se dostávají do centra pozornosti. Klient se stává klíčovým prvkem v bankovní strategii a orientace na klienta je jedním z nových trendů v bankovním podnikání. Místo tradiční formy držení odstupu od klienta se prosazuje tendence považovat klienta za partnera a spojence.

Posiluje se samostatné rozhodování pracovníků, kteří pracují s klienty, a prosazuje se způsob, kdy se kolem klienta vytvoří tým pracovníků, kteří ho komplexně, na jednom místě obslouží.



2.1 Základní skupiny bankovních klientů

V bankovním podnikání se setkáváme s různými klienty, které můžeme rozdělit do čtyř základních klientských skupin.

Uvedené členění základních skupin klientů není úplné, banka je může členit ještě podle dalších kritérií segmentace.

Skupiny bankovních klientů

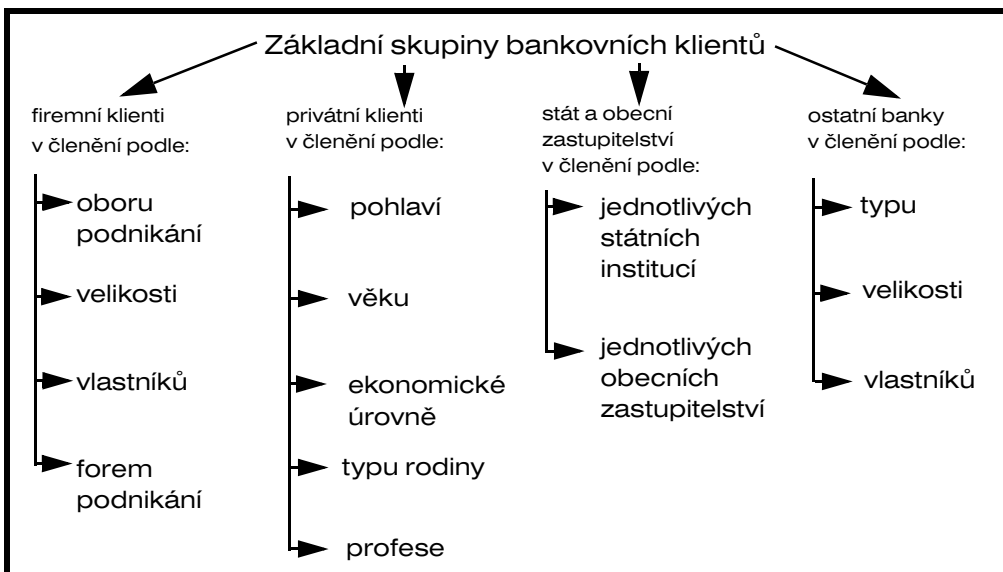


Schéma č.1 4: Základní skupiny bankovních klientů.

Pramen: vlastní schéma.

Klient se může dostat ve vztahu k bance do dvojího postavení - postavení vkladatele, který svěruje bance své peníze, a postavení dlužníka, který si od banky půjčuje. Banka na to reaguje specifickými přístupy ke klientům v těchto pozicích.

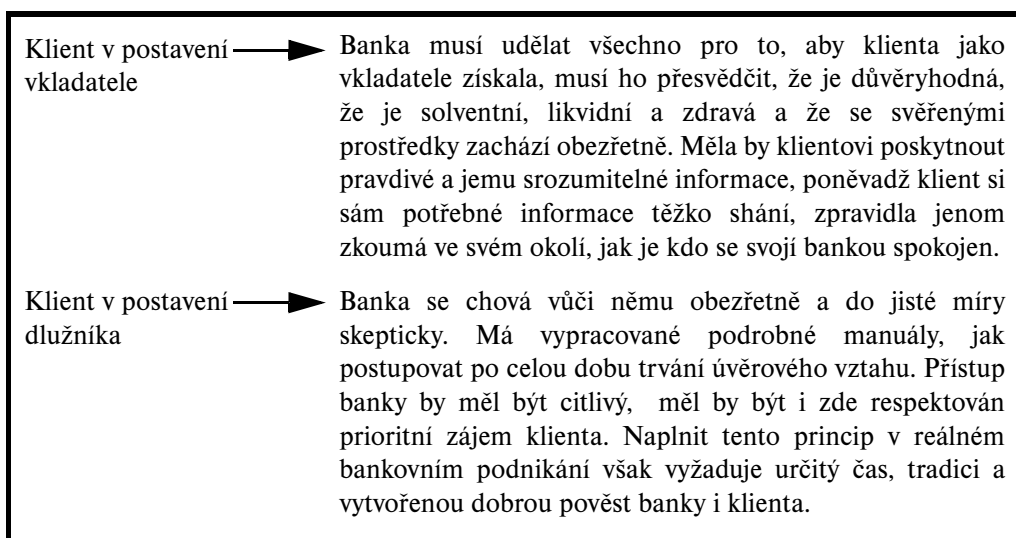


Schéma č. 15: Klient v postavení vkladatele a dlužníka.

Pramen: vlastní schéma.



Vazba banky a klienta

V poslední době se v důsledku radikálních změn v technologii bankovních produktů, v důsledku automatizace, elektronizace a nových komunikačních možností stává velkým nebezpečím ztráta vazby banky ke klientovi.

Klasický přístup zákazníka do banky prostřednictvím přepážky bankovní pobočky a přímý "face to face" kontakt s bankovním personálem se s postupující komputizací a novými komunikačními možnostmi nahrazuje tlakem na přístup klienta zpravidla po dobu 24 hodin denně, 7 dní v týdnu - ale ne přes přepážku, nýbrž přes obrazovku personálního počítače, tlačítkovou klávesnici telefonu či přes video-terminál. Cílem banky však musí být i zde udržení vazby ke svému klientovi.

2.2 Klient a etika bankovního podnikání

Etické normy

Podstata bankovního podnikání spočívá zejména v práci s penězi klientů, tedy s jím svěřenými prostředky, proto by v bankovníctví více než kde jinde měly být přísně dodržovány etické normy.

Banky by měly důsledně ochraňovat zájmy svých klientů a co nejefektivněji zhodnocovat jím svěřené prostředky.

V České republice vydala Bankovní asociace již v roce 1993 Kodex bankovní etiky, který obsahuje základní pravidla etického jednání. Jejich dodržování je podmínkou členství bank v této asociaci.

Etické principy bankovního podnikání

Základní etické principy bankovního podnikání:

- respektovat přísnou důvěrnost ve věcech svých klientů,
- dodržovat všechna příslušná pravidla - zákony, nařízení, vyhlášky a opatření ČNB, pravidla obezřetného podnikání,
- uplatňovat stejný přístup a pravidla chování vůči všem svým klientům, neposkytovat některým z nich neoprávněné výhody,
- pravdivě informovat klienty o všech údajích, které jsou zapsány v obchodním rejstříku, o akcionářské struktuře, o kapitálové priměřenosti, o hospodaření banky a směrech svého podnikání, o svých obchodech, produktech a službách (zejména o jejich obchodních podmínkách),
- vyžadovat od svých zaměstnanců profesionální přístup a kompetentnost, korektnost, nestrannost, vstřícnost, přísnou mlčenlivost, vyhýbání se střetům zájmů, nepřijímání a nevyžadování finanční či věcné výhody.

Etické chování bank

Zásady vzájemného etického chování bank (podle Lér, L.: Regulace činnosti bank, SERAFINA, Praha 1997, str. 125):

- soutěžit na základě vysoké profesionální úrovně a kvality služeb,
- navzájem se o sobě veřejně nevyjadřovat,
- nehazardovat zaváděním nepřiměřeně vysokých depozitních úroků a nepřiměřeně nízkých úvěrových úroků,
- navzájem si na základě nezdůvodněných výhod nepřebírat pracovníky a bedlivě zkoumat, proč se u jedné banky hlásí pracovník z jiné banky a zda v této souvislosti nedochází k jevům, které by škodily dobré pověsti bankovníctví.

2.3 Smluvní vztah mezi bankou a klientem

Služby klientům banky poskytují na smluvním základě (pokud jsou známy smluvní strany vztahu). Poněvadž jedna smluvní strana - banka - je vždy známá, jde o druhou smluvní stranu - klienta.

Podle stávajícího zákona o bankách (zákon č. 21/1992 Sb. ve znění pozdějších úprav a předpisů) je banka povinna požadovat prokázání totožnosti klienta u každého obchodu, jehož hodnota převyšuje 100 000,- Kč a při pronájmu bezpečnostních schránek (§ 37).

Poskytnutí služeb se zachováním anonymity klienta může banka odmítnout (§ 37). Za zachování anonymity klienta se považuje dnes například i situace v oblasti úvěrů, kdy klient není schopen prokázat svoji bonitu, nemá čím zajistit požadovaný úvěr, není schopen prokázat ekonomickou efektivnost předloženého podnikatelského záměru. V oblasti vkladů banky jednoznačně směřovaly k úplnému odmítnutí služeb v případě anonymních vkladů (dnes jsou již zrušeny).

Anonymita klienta

K odmítnutí návrhu klienta na službu banka může dospět nejen z důvodu, že klient neprokáže řádně svoji totožnost. Důvody mohou spočívat i v povaze navrhovaného obchodu nebo v samotné osobě klienta.

Smluvní základ bankou poskytovaných služeb znamená princip rovnosti účastníků smluvního vztahu a právo účastníka na nepřijetí návrhu smlouvy.

Smluvní základ bankovních služeb

Smluvní vztah při pasivních obchodech



Banky zde zpravidla nabízejí určité typové smlouvy, na které mají nastavenou smluvní dokumentaci a informačně-technologický systém. Jen zřídka se uzavírají nestandardní smlouvy, protože z technologických příčin by vznikaly problémy s výpočtem úročení vkladů, připsáváním úroků k jistině, splatností apod. Návrh na nestandardní podmínky je tedy bankou odmítnut, podobně jako v případě klienta, se kterým banka nemá dobré zkušenosti s plněním smluvních podmínek.

Smluvní vztah při aktivních obchodech



Banka zde rozhodně nevyhoví všem klientům (na rozdíl od pasivních obchodů). Poskytnutí úvěru nebo bankovní záruku bude vázat na posouzení podnikatelského záměru, osoby dlužníka, jeho hospodářské situace, kvality zajištění apod. Každá smlouva sestavená v této oblasti bude mít prvky individuálního posouzení a nastavení podmínek.

Schéma č. 16: Smluvní vztahy banky a klienta při pasivních a aktivních obchodech.

Pramen: vlastní schéma.

2.4 Bankovní tajemství a povinnost mlčenlivosti

Na všechny obchody, peněžní služby bank, včetně stavů na účtech a stavu depozit, se váže bankovní tajemství (§38 zákona o bankách).

Zprávu o všech záležitostech, které jsou předmětem bankovního tajemství, je banka povinna podat osobám pověřeným výkonem bankovního dohledu, při trestním oznámení nebo při plnění oznamovací povinnosti.

Bankovní tajemství

Se souhlasem klienta však lze podat zprávu o záležitostech týkajících se jeho osoby, i když jsou předmětem bankovního tajemství, komukoli. Je to zejména v případě podnikatelů, pokud jsou informace určeny pro jeho obchodní partnery nebo jiné banky.



Bez souhlasu klienta může banka podat informace, které jsou předmětem bankovního tajemství, jen na písemné vyžádání (§ 38 zákona o bankách):

- soudu - pro účely občanského soudního řízení,
- orgánu činnému v trestním řízení - za podmínek, které stanoví zvláštní zákon,
- správci daně - za podmínek podle zákona o správě daní a poplatků,
- Ministerstvu financí a Komisi pro cenné papíry - při výkonu zákonem stanoveného dozoru,

- Ministerstvu financí - za podmínek, které stanoví zvláštní zákon (Zákon č. 61/1996 Sb. o některých opatřeních proti legalizaci výnosů z trestné činnosti a o změně a doplnění souvisejících zákonů),
- orgánům sociálního zabezpečení - ve věci řízení o pojistném na sociální zabezpečení a příspěvku na státní politiku zaměstnanosti, které klient dluží,
- orgánům sociálního zabezpečení nebo okresním úřadům - ve věci řízení přeplatku na dávkách sociálního zabezpečení a státní podpory, který je klient povinen vrátit,
- zdravotním pojišťovnám - ve věci řízení o pojistném na veřejné zdravotní pojištění, které klient dluží,
- soudnímu exekutorovi pověřenému provedením exekuce,
- úřadu práce - ve věci řízení o vrácení finančních prostředků poskytnutých klientovi ze státního rozpočtu apod.

V případě, že se klient dostane do prodlení s peněžitým plněním bance na dobu delší než 60 dnů nebo poruší své povinnosti vůči bance sjednané ve smlouvě nebo stanovené zákonem, omezuje se povinnost banky zachovat bankovní tajemství tak, že banka může informovat jiné banky, třetí osoby nebo veřejnost o porušení smlouvy klientem (přičemž smí uvést jen název klienta a označení porušené povinnosti). Klient sice může předejít uplatnění tohoto práva banky tím, že do 30 dní od porušení svých povinností vůči bance uzavře s bankou dohodu o nápravě, ale banka není povinna tuto dohodu respektovat.

Dodržování bankovního tajemství platí i v oblasti vztahu banky k jiným bankám, §38a zákona o bankách však ustanovuje, že:

- banky se mohou vzájemně informovat o bankovním spojení, identifikačních údajích o majitelích účtů a o záležitostech, které vypovídají o bonitě a důvěryhodnosti jejich klientů, a to i prostřednictvím právnické osoby, která není bankou,
- banka je povinna k získaným údajům o klientech jiné banky přistupovat tak, jako by šlo o údaje o jejich vlastních klientech.



Klient má právo seznámit se s informacemi, které jsou o něm vedeny v příslušné databázi.

Česká národní banka má právo vytvářet z údajů získaných o klientech komerčních bank (v rozsahu stanoveném zákonem o bankách) informační databázi, ke které mají přístup banky, pobočky zahraničních bank, příp. další osoby podle zvláštního zákona za podmínek stanovených vyhláškou ČNB bez toho, že by se to považovalo za porušení bankovního tajemství.

Informační databáze
o klientech
komerčních bank

Povinnost
mlčenlivosti

Vedle bankovního tajemství upravuje zákon o bankách i povinnost mlčenlivosti (§ 39 zákona o bankách) ve služebních věcech dotýkajících se zájmů banky a jejích klientů. Tato povinnost vzniká ze zákona, na základě právních skutečností, které vedou ke vzniku zaměstnaneckého poměru v bance nebo v ČNB. Váže se i na členy dozorčí rady a osoby provádějící bankovní dohled. Povinnost zachovávat mlčenlivost trvá i po skončení pracovně-právního vztahu nebo jiného obdobného vztahu.

2.5 Pojištění pohledávky z vkladů klienta

Systém pojištění
vkladů

Ve vztahu banka-klient má důležitou úlohu systém pojištění vkladů, který plní zejména tyto funkce:

- zabránit útoku na banku (při závažnějších problémech banky),
- ochránit vklady klientů (při nesolventnosti banky).

V České republice je systém pojištění vkladů upraven zákonem o bankách (ve své třinácté části), kterým se zřizuje Fond pojištění vkladů (je právnickou osobou a zapisuje se do obchodního rejstříku).

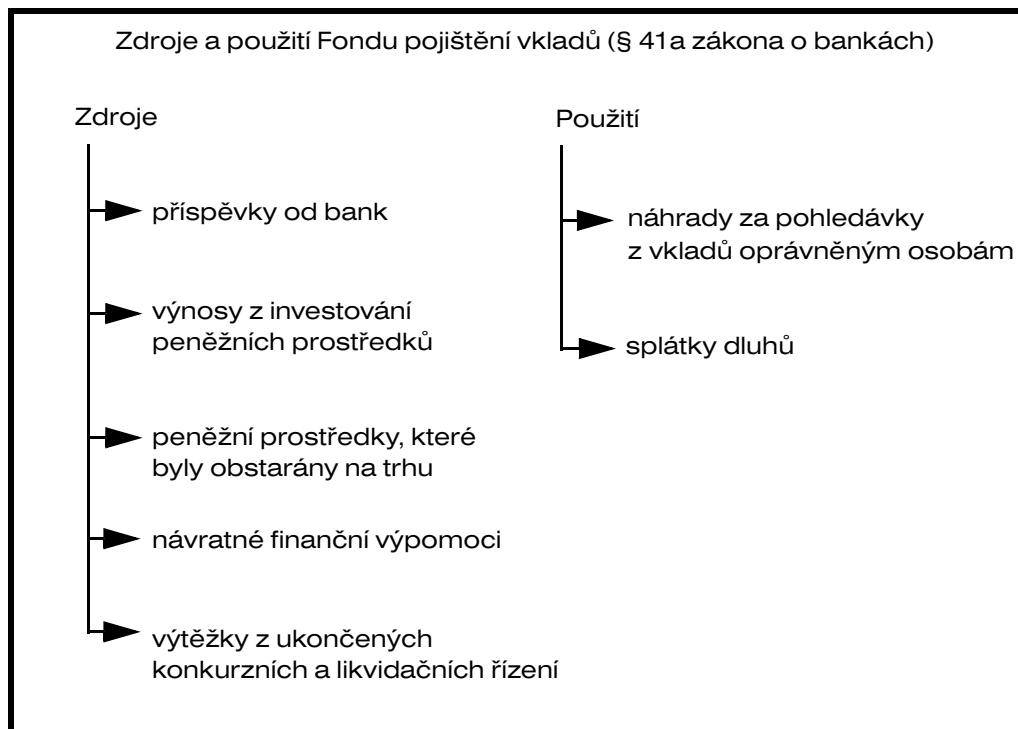


Schéma č. 17: Zdroje a použití Fondu pojištění vkladů.

Pramen: vlastní schéma.

Fond pojištění vkladů může investovat peněžní prostředky pouze zabezpečeným způsobem v souladu se svým statutem.

Které pohledávky z vkladů jsou pojištěny?

Pojištěny jsou veškeré pohledávky z vkladů včetně úroků vedené při splnění požadavků na identifikaci klienta v české měně nebo v cizí měně, evidovaných jako kreditní zůstatek na účtech či vkladních knížkách nebo potvrzených vkladovým certifikátem, vkladním listem či jiným obdobným dokumentem (§ 41c zákona o bankách).

Systém pojištění pohledávek z vkladů se nevztahuje na směnky a jiné cenné papíry!

Příspěvky do Fondu pojištění vkladů jsou stanoveny zákonem o bankách (§ 41c).

V současném období je to u:

- všech bank kromě stavebních spořitelen 0,1 % z průměru pojištěných pohledávek z vkladů za předchozí rok, včetně úroků,
- stavebních spořitelen 0,05 % z průměru objemu pojištěných pohledávek z vkladů za předchozí rok, včetně úroků.

Poznámka:

Systém pojištění pohledávek z vkladů je dán příslušnou legislativou, u nás zejména zákonem o bankách, během doby se zpravidla mění, zejména ve směru zvyšování pojištěné pohledávky.

Jaká je výše náhrady oprávněné osobě?

Náhrada oprávněné osobě se poskytuje ve výši 90% z částky, kterou dostaneme sečtením všech pojištěných pohledávek z vkladů oprávněné osoby u banky, včetně jejich podílů na účtech vedených pro dva a více spolujemajitelů, nejvýše však částka 25 000 EUR pro jednu oprávněnou osobu u jedné banky. Náhrada se vyplácí vždy v české měně (§ 41 e zákona o bankách).

Rozsah pojištění vkladů



Příspěvky do Fondu pojištění vkladů

Náhrada oprávněné osobě z fondu pojištění vkladů



Příklad

Klient měl u banky, která ztratila schopnost plnit své závazky vůči klientům, uloženo:

- na termínovém vkladu vkladní knížky - 325 000,- Kč (včetně úroků)
- na běžném účtu vedeném na vlastní jméno - 123 000,- Kč (včetně úroků)
- na běžném účtu vedeném na dva majitele (jeho podíl byl 50%), zůstatek účtu - 252 000,- Kč.

Kolik bude klientovi uhrazeno z Fondu pojištění vkladů?

Řešení:

- celkový závazek banky vůči klientovi = 325 000 + 123 000 + 126 000 = 574 000
- klientovi bude vyplaceno 90%, tj. $574\,000 \times 0,9 = 516\,600$ Kč
- bude mu vyplacena celá suma, tj. 516 600 Kč, poněvadž je to méně než 25 000 EUR.

2.6 Nové přístupy banky ke klientovi

Nový přístup ke klientovi

Poskytování bankovních služeb v tradičním pojetí čelí stále většímu tlaku ze strany nebankovních subjektů, které se snaží poskytovat finanční služby a produkty novou formou a na nových místech, jež jsou tradičním bankám často vzdálená.

Pro udržení stávajících klientů a získání dalších je proto pro banky nezbytný nový přístup ke klientům.

Podstata nového přístupu ke klientům:

- významnější nabídka nových nebo inovovaných služeb a produktů přizpůsobených konkrétním podmínkám spolu s využíváním moderních distribučních kanálů,
- pomoc při rozhodování klienta formou finančního poradenství,
- zaměření na kvalitu pracovníků, kteří přicházejí do styku s klienty apod.



Zásady pro udržení klienta

V minulosti se banky snažily získat klienty konkurenčních bank, různými studiemi se však prokázalo, že tento způsob je mimořádně nákladný. Proto se v poslední době klade důraz zejména na strategii udržení klientů, vhodnou formu komunikace mezi bankou a klientem, výběr a školení vhodných pracovníků a analýzu stížností klienta.

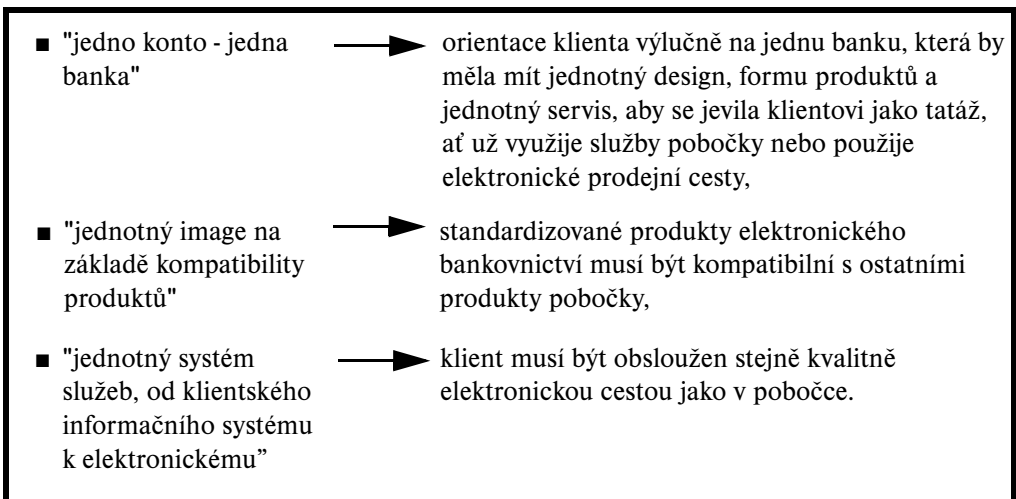
Zásady pro udržení klienta:

- pravidelná a tvořivá komunikace s klientem - buď osobní nebo po telefonu, komunikace způsobem, který klienta přinutí zpozornět a reagovat,
- záruka kvality služeb - získání certifikátu kvality na poskytované služby, tj. pozitivní signál ve vztahu ke klientele a tlak na zodpovědnost vlastních zaměstnanců,
- odměna za časté využívání služeb - poskytování zvláštních premií nejlepším klientům banky, zvláště těm, kteří hodně kupují produkty nebo často využívají služby banky, vázání vybraných produktů na nejlepší klientelu, poskytování dáreků apod.,
- zvláštní služby - služby aranžované tak, aby je určité segmenty klientů pocítovaly jako služby osobní nebo zcela individuální,
- výchova klientů - výuka a výcvik klientů, lepší informovanost klientů,
- partnerství - vědomé vytváření partnerského vztahu s klientem bez ohledu na to, jestli mu banka chce prodat svůj produkt nebo ne,
- rozhovory s odcházejícími klienty - využití informací odcházejících klientů zejména z oblastí jejich negativních zkušeností a poznatků a snaha je znovu získat,
- neobvyklé znovuzískání - schopnost vyřešit problémy klienta a chyby firmy, šikovným jednáním banka může překonat jakoukoliv nespokojenost klienta vůči ní.

Elektronický prostředník

Elektronické prodejní cesty modifikují vztah klienta a bankovního pracovníka. Mezi klienta a banku vstupuje elektronický prostředník, čímž se klient stává anonymnějším, což se může projevit ve ztrátě vazby banky k němu.

Aby tomu banka zabránila, měla by dodržovat následující tři zásady:



Elektronické prodejní cesty a udržení klienta

Schéma č. 18: Zásady banky při elektronických prodejních cestách.

Pramen: vlastní schéma.

Jaká je podstata a obsah klientského informačního systému?

Klientský informační systém je systém určený pro klienta. Aby splnil svoji úlohu, musí vyhovovat určitým kritériím.

Klientský informační systém

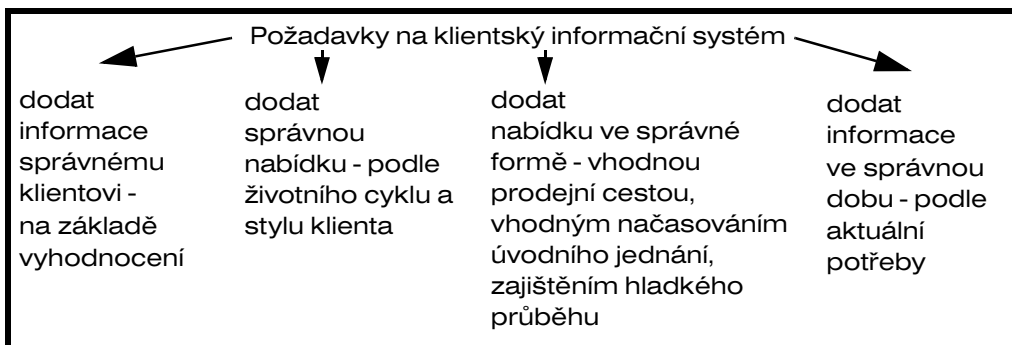


Schéma č. 19: Požadavky na klientský informační systém.

Pramen: vlastní schéma.

Klientský informační systém pracuje ve třech krocích:

- sběr informací o klientovi a jeho typu podle již uskutečněných transakcí klienta,
- zjištění přání, které klient v momentální situaci má nebo by mohl mít,
- reakce na aktuální potřeby klienta, tj. podání informace, nabídka produktu, zajištění transakce.

Klientský informační systém v oblasti přístupu ke klientům by měl být věrným obrazem klasické dobré péče o klienta. Měl by být spojnicí a nadstavbou všech přístupových cest a plnit tak integrační funkci.

Rostoucí význam pracovníků první linie:

Nedílnou a mimořádně důležitou součástí kvalitního prodeje bankovních produktů a služeb je adekvátně vybraný a vyškolený personál pracovníků první linie, pracovníků, kteří přicházejí bezprostředně do styku s klientem banky. Značný důraz se klade zejména na prevenci konfliktů a řešení stížností klientů.

Pracovníci první linie

Jednání
s nespokojeným
klientem

V případě složitých situací se doporučuje pracovníkům banky držet se těchto čtyř zásad:

- naučit se jednat s rozčarovaným klientem,
- usilovat o získání verbální a neverbální zpětné vazby od klienta a reagovat na ni odpovídajícím způsobem,
- vyhýbat se negativnímu hodnocení chování klienta a při poskytování instrukcí, informací a rad být zdvořilý,
- vytvořit příjemné, stimulační pracovní prostředí, být asertivní.

Banka by měla patřičnou dávku pozornosti věnovat stížnostem klientů. Při jejich řešení by měla navodit atmosféru důvěry a projevit pochopení, objektivně prozkoumat situaci a záležitost vyřídit rychle a jasně.



Výraznější orientace banky na klienta si kromě jiného vyžaduje důraznější zaměření na trh, na kulturu poskytovaných služeb orientovanou pozitivně vůči klientům a na jejich celkovou kvalitu. V souvislosti s tím vzniká nový pojem - management kvality. Jeho cílem je úplná spokojenost zákazníků.

2.7 Management kvality služeb

Kontakt banky s klientem se stále více anonymizuje, klesá loajalita klienta k bance. Navíc sortiment nabídky a obchodní podmínky jednotlivých bank jsou přibližně stejné, proto klientovi nepřijde zatěžko banku změnit. Na udržení klienta musí banka vynakládat stále větší úsilí, zejména v oblasti kvality služeb.

Kvalita služeb

Vymezení pojmu "kvalita poskytovaných služeb":

Existují různé způsoby vymezení pojmu "kvalita poskytovaných služeb, například:

- | | | |
|--|---|--|
| ■ pojetí zaměřené na klienta | → | kvalitu určuje zákazník svým hodnocením - kvalita služby je zaměřena na uspokojování individuálních požadavků klienta, |
| ■ pojetí orientované na produkt | → | kvalitu určuje výkon - kvalitu lze měřit charakteristikami výkonu, |
| ■ pojetí orientované na "výrobní proces" | → | kvalitu určuje dodržování stanovených standardů, příp. specifikací, |
| ■ pojetí orientované na cenovou kvalitu | → | kvalitu určuje dosažení určitých cenových relací, |
| ■ absolutní pojetí | → | kvalita je popisována superlativy jako něco zcela mimořádného a poznatelného pouze empiricky. |

Schéma č. 20: Způsoby vymezení pojmu "kvalita poskytovaných služeb".

Pramen: Schuster, L.: Management kvality v bankovníctví - 1. část, Finance a úvěr 7/1996, str. 421.

Dimenze kvality
služeb

Jaké jsou dimenze kvality služeb?

Vzhledem k rozdílnému pojetí pojmu kvality služeb a ke specifiku bankovních služeb lze rozlišit čtyři dimenze kvality:

- | | | |
|-------------------------------|---|--|
| ■ kvalita poradenských služeb | → | rada v zájmu klienta, objektivnost rady, poskytování rad mimo úřední hodiny, intenzita poradenství, |
| ■ kvalita postupu | → | strategie bezchybného postupu, dodržování termínů, krátký termín vyřízení, optimalizace vztahů na styčných místech, |
| ■ kvalita produktu | → | sortiment a podmínky podle potřeby klienta, podklady srozumitelné pro klienta, přehledné a srozumitelné formuláře, dodatečný prospěch pro klienta, |
| ■ kvalita služeb | → | úřední hodiny, vlídnost pracovníků, krátká doba čekání, rychlé odstranění chyb, okamžité vyřízení reklamaci klienta. |

Schéma č. 21: Dimenze kvality služeb.

Pramen: vlastní schéma.

Management kvality se nemůže týkat jen určitých úseků obchodní činnosti banky a nesmí být pouze jednorázovou akcí. Musí být chápán jako koncepce přijatá celou bankou a všemi jejími pracovníky.

Model řízení kvality služeb

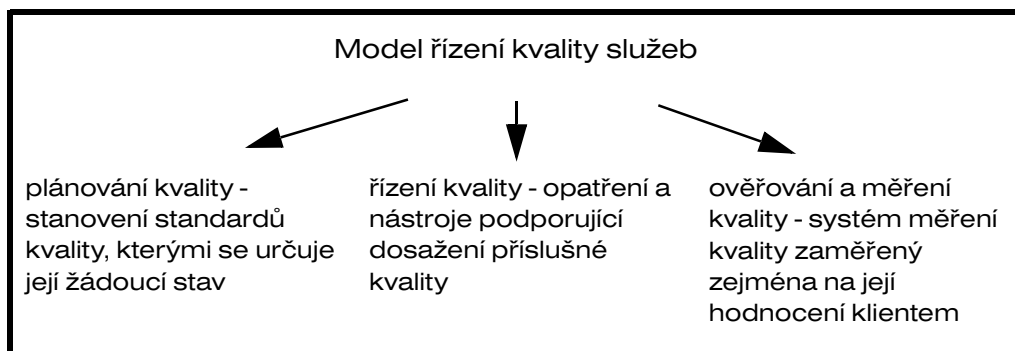


Schéma č. 22: Model řízení kvality služeb.
Pramen: vlastní schéma.

Jaké jsou metody měření kvality služeb?

V bankovní praxi se používá více metod měření (hodnocení) kvality služeb, například:

Metody měření kvality služeb

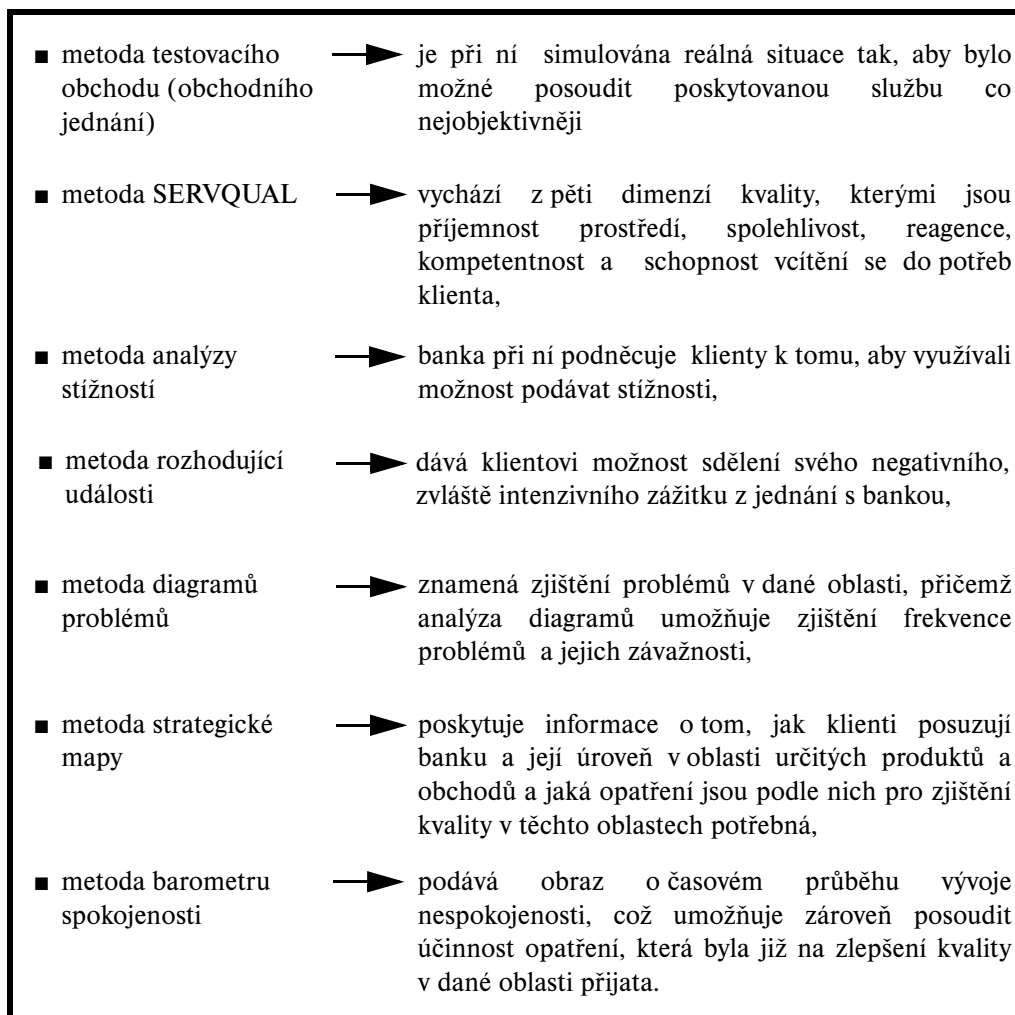


Schéma č. 23: Metody měření kvality služeb.
Pramen: vlastní schéma.

Hodnocení managementu kvality a ekonomika banky:

Pokud hodnotíme management kvality služeb vzhledem k ekonomice banky, jistě najdeme klady a zápory tohoto postupu.

K záporům patří možná nechuť pracovníků k opatřením na zvýšení kvality, která často pramení z obavy, že výraznější standardizace a hlubší kontrola povedou k větší monotónnosti práce a k většímu omezení pro individuální přístup k práci. Řešením je účast pracovníků na stanovení standardů výkonů, které realizují a kvalitnější motivační systémy, které nabízejí finanční vyrovnání v případě většího pracovního vyčerpání, odměny a prémie za kvalitnější služby.

Kladem je skutečnost, že management kvality může výrazným způsobem přispět ke zvyšování kvality služeb poskytovaných bankou, a to na všech úrovních a v každé situaci. Důsledkem by měla být rostoucí spokojenost klientů a vyšší ziskovost banky.



Shrnutí kapitoly

Klient a jeho specifické potřeby se dostávají do centra pozornosti. Klient se stává klíčovým prvkem v bankovní strategii a orientace na klienta je jedním z nových trendů v bankovním podnikání. V bankovní praxi se setkáváme s různými klienty, které můžeme rozdělit do čtyř základních skupin - firemní klienti, privátní klienti, stát a obecní zastupitelství a ostatní banky.

Klient se ve vztahu k bance může dostat do pozice vkladatele nebo dlužníka. Banka na to reaguje specifickými přístupy ke klientům v těchto pozicích. Ve vztahu ke klientům by banka měla důsledně ochraňovat jejich zájmy, dodržovat bankovní tajemství, mlčenlivost a základní etické principy bankovního podnikání.

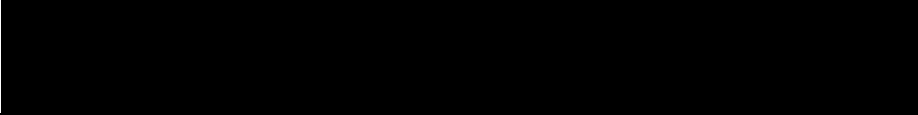
Služby klientům jsou bankou poskytovány na smluvním základě. Při pasivních obchodech banky zpravidla nabízejí určité typové smlouvy, při aktivních obchodech má každá smlouva zpravidla prvky individuálního posouzení. V oblasti pasivních operací ve vztahu banka - klient sehrává důležitou úlohu pojištění vkladů, které má při závažnějších problémech zabránit útoku na banku a ochránit vklady klientů při nelikviditě banky. V ČR je systém pojištění vkladů upraven zákonem o bankách.

Zvyšující se konkurence ze strany bankovních i nebankovních subjektů nutí banky k novému přístupu ke klientům a k zvýšenému úsilí v oblasti udržení klienta. Důsledkem je snaha o větší kvalitu poskytovaných služeb. V praxi se můžeme setkat s různými způsoby vymezení pojmu kvalita poskytovaných služeb, s různými dimenzemi kvality služeb a s různými metodami měření kvality služeb.



Otázky k zamyšlení

1. Zamyslete se nad tím, proč se banka v posledním období výrazněji zaměřuje na klienta?
2. Proč se podle vašeho názoru smluvní vztah banky a klienta na straně aktivních a pasivních obchodů formuje odlišně?
3. Proč je důležitá kvalita pojištění vkladů? Na co má v ekonomice banky vliv? Jak působí na klienta a v jakých oblastech jeho uvažování?
4. Vztah banky a klienta byl vždycky v popředí zájmu banky. V čem se projevuje podle vašeho názoru odlišný přístup a proč?
5. Proč je těžko měřitelná kvalita bankovních služeb? Máte nějaký vlastní nápad na způsob měření jejich kvality?
6. Nastudujte si část zákona o bankách věnovanou pojištění vkladů. Čím je podle vás zajištěna kvalita pojištění?

- 
7. Zamyslete se nad tím, v čem je komerční banka stejná jako každý jiný podnikatelský subjekt a v čem je jiná?
 8. V jakých oblastech řízení ČNB komerční banku omezuje? Myslíte, že je to v souladu s principy tržní ekonomiky? Jaký je důvod použití regulačních pravidel vůči komerční bance?
 9. Zamyslete se nad tím, která bankou podstupovaná rizika mají největší význam? Platí to stejně ve světě jako v prostředí transformujících se ekonomik?
 10. Banky jsou velké podnikatelské jednotky s rozsáhlou sítí obchodních míst. Jak podle vašeho názoru působí /kladně i záporně/ na ekonomiku banky tato síť?
 11. Proč podle vašeho názoru se riziko pohybu úrokové sazby, kursové riziko a akciové riziko dává pod společný název tržní riziko? Jak působí na banku? Má ho banka plně pod kontrolou?
 12. Vstupte na webové stránky ČNB a pokuste se zjistit, jak se vyvíjí ziskovost a rentabilita celého bankovního sektoru.

- Tržní chování banky
- Zvláštnosti bankovních produktů a služeb
- Distribuční kanály a distribuční politika v bankovníctví
- Tvorba cen bankovních produktů

3.

Banka v tržním prostředí



Cíl kapitoly

Se zvýšenou konkurencí roste potřeba banky udržet se na trhu, nutí ji důsledněji pracovat s trhy a promyšleněji využívat marketing. Postupuje banka stejně jako jiné podnikatelské subjekty, nebo je její marketing jiný? Jsou marketingové koncepce využívané bankou pořád stejné, nebo se během vývoje postupně mění? Jaké jsou proměnné marketingového mixu banky? Mají bankovní produkty a služby proti jiným nějaké zvláštnosti? Jaké jsou distribuční kanály a distribuční politika v bankovníctví? Jakým způsobem se tvoří ceny bankovních produktů? Odpovědi na tyto otázky najdete v naší kapitole.

Cílem kapitoly je poukázat na postavení banky v tržním prostředí. V části 3.1 se dozvíte, jaká je definice marketingu, jak se vyvíjely marketingové koncepce a jaké jsou proměnné marketingového mixu. Část 3.2 poukazuje na zvláštnosti bankovních produktů a služeb a následně na specifika bankovního marketingu. Hlavní distribuční kanály a jejich charakteristiku najdete v části 3.3 a v části 3.4 se seznámíte se systémem tvorby bankovních produktů.

Po prostudování kapitoly získáte podrobné znalosti o chování banky v tržním prostředí, což jistě využijete pro zhodnocení banky při svém výběru banky, ale i v navazujících předmětech studia zaměřených na marketing v peněžnictví a bankovní management.

Hodně štěstí při studiu této kapitoly!



Časová zátěž

Prostudování této kapitoly pro vás představuje časovou zátěž maximálně 4 hodiny (dle harmonogramu v 1. týdnu v listopadu). Práce s otázkami k zamyšlení a autokorekční cvičení uvedené na webu vám zabere asi hodinu práce v témže týdnu.



Způsob studia

K zvládnutí učiva je potřebné postupně procházet jednotlivé části kapitoly, promýšlet je a souběžně s tím se zamýšlet nad otázkami uvedenými na konci kapitoly jako Otázky k zamyšlení. Otázky uvedené k této kapitole na webu jako Autokorekční cvičení vám poslouží k lepšímu pochopení a zapamatování daných problémů.

Při autokorekčním cvičení a při otázkách k zamyšlení budete potřebovat přístup na internetové stránky komerčních bank a přístup do informačního systému ESF MU.

K této kapitole doporučujeme podle zájmu projít vybrané kapitoly, které souvisí s problematikou kapitoly 3 z doporučené literatury Marketing bankovních služeb. Zároveň doporučujeme vstoupit na webové stránky komerčních bank a zjistit, jakou formu marketingu banka provádí na těchto webových stránkách. Obohatí to váš pohled na banku z pozice jejího vztahu ke klientům.

Tržní prostředí, zejména rostoucí konkurence ze strany bank i nebankovních subjektů nutí banku důsledně pracovat s trhy, využívat marketing. Marketing je lidská činnost vykonávaná ve vztahu k trhu, je to práce s trhy sledující realizaci potenciální směny, s cílem uspokojit lidské potřeby a požadavky.

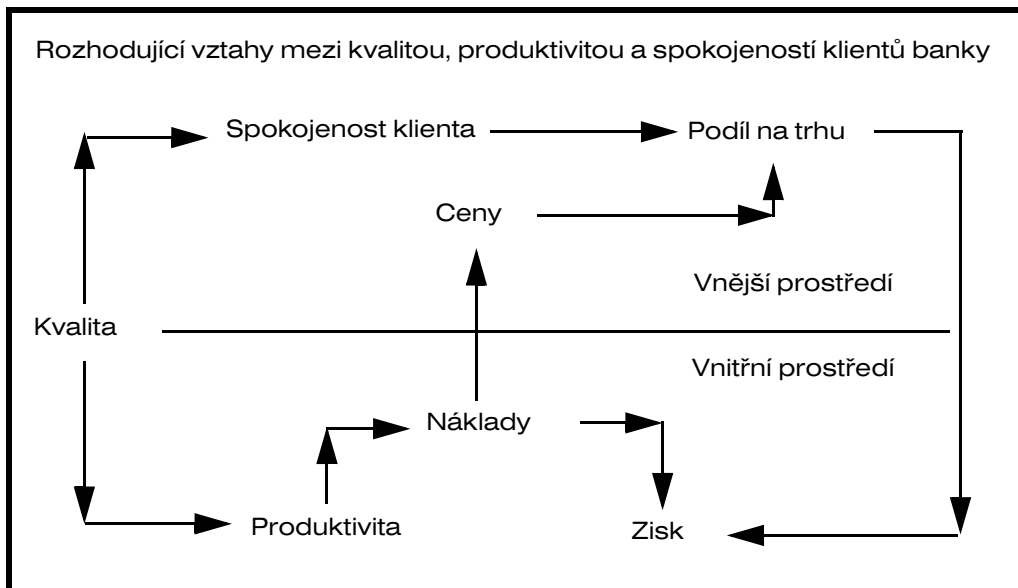
3.1 Tržní chování banky

Marketing

Řízení banky, podobně jako řízení podnikatelských subjektů vůbec, obsahuje marketing, což znamená "chovat se tržně".

Definice marketingu:

Je to systém opatření zaměřený na vytvoření, udržení a rozvoj trhu. V konečném důsledku je za ním spokojenost klienta banky, kterou je nezbytné chápat ve vztahu ke kvalitě a produktivitě.



Vztahy mezi kvalitou, produktivitou a spokojeností klientů

Schéma č. 24: Rozhodující vztahy mezi kvalitou, produktivitou a spokojeností klientů banky.

Pramen: vlastní schéma.

Marketing prošel svým historickým vývojem. Vývoj ekonomiky směřuje k většímu důrazu na marketing, o čemž hovoří následující schéma.

Historický vývoj marketingu



Schéma č.25: Vývoj marketingu.

Pramen: vlastní schéma.

Novým trendem v prodejní činnosti bank je aktivní přístup ke klientům. Základní zásadou je soustředit se na prvním místě na uspokojování potřeb klientely a až na druhém místě sledovat zisk banky.

Aktivní přístup ke klientům

3. Banka v tržním prostředí

Pro marketing je důležité respektovat vnější prostředí podnikatelského subjektu, v našem případě banky (prostředí, ve kterém působí), analyzovat trh a segmentovat ho, analyzovat konkurenci na bankovním trhu.

Definice marketingového mixu:

Marketingový mix

Marketingový mix jsou ovlivnitelné proměnné, které firma kombinuje za účelem uspokojení cílového trhu.

Obsahem marketingového mixu byly původně čtyři proměnné (čtyři P), v dnešní době jsou doplněny o další tři proměnné (další tři P).

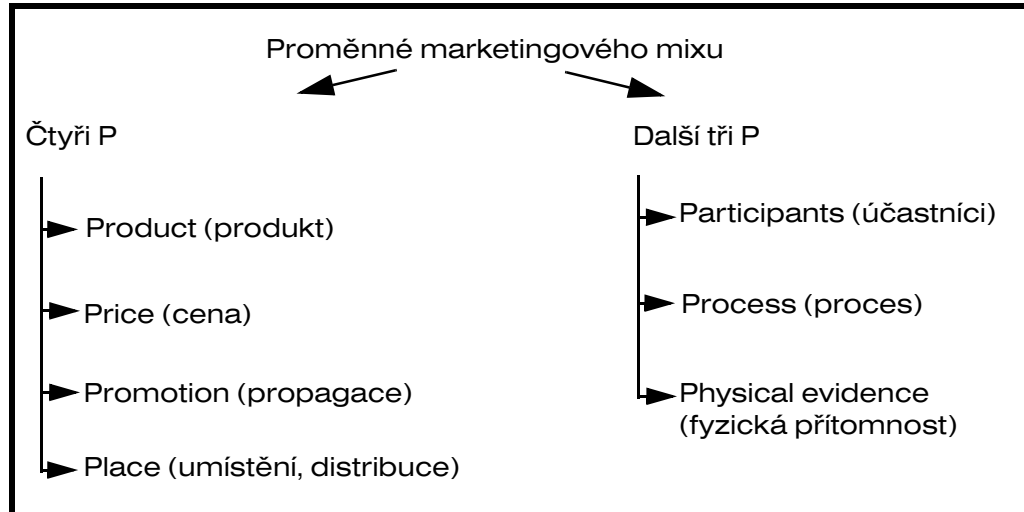


Schéma č. 26: Proměnné marketingového mixu.

Pramen: Torres, M., Bernardo, I., Cigánková, S.: Marketing bankovních služeb, Bankovní institut, a. s., Praha 1995, str. 85.

Bližší vysvětlení:

■ Product (produkt)	→	Co nabízíme? Produkty a služby, které procházejí různými etapami životního cyklu, tj. rodí se, rostou, dosahují zralosti a umírají. Je sporné, zda se jedná o nejdůležitější proměnnou mixu. Nabízejí-li dvě společnosti totožný produkt, nebude to asi rozlišující prvek na trhu. Použije se v tom případě některá z dalších proměnných (cena, marketingová komunikace či distribuce).	Produkt
■ Price (cena)	→	Co klient zaplatí? Je to "hodnota", kterou je někdo ochoten dát výměnou. Cena je jediným prvkem marketingového mixu, který produkuje příjmy, ostatní produkují náklady.	Cena
■ Promotion (propagace)	→	Jaká je propagace? Definujeme ji jako jakoukoliv placenou formu neosobní prezentace a podpory zboží, myšlenek či služeb. Je jedním z hlavních nástrojů, které se užívají k přesvědčování kupujících a veřejnosti. Tato proměnná odpovídá za to, že výrobek učiníme známým na současném nebo potenciálním trhu. Nemá smysl mít dobrý produkt s dobrou cenou, pokud o něm trh neví. Tato proměnná ovšem musí být užívána promyšleně, neboť vytváří image produktu, ale i banky samé. Přitom se řeší pět hlavních rozhodnutí, známých jako pět M: <ul data-bbox="549 1061 1190 1256" style="list-style-type: none">■ Mission (poslání) - jaké jsou cíle propagace?■ Money (peníze) - kolik můžeme investovat?■ Message (sdělení) - jaké sdělení by mělo být předáno?■ Media (médiá) - jaké sdělovací prostředky by měly být použity?■ Measurement (měření) - jak by se měly hodnotit?	Propagace
■ Place (umístění distribuce)	→	Jak a kam dodáváme? Úkolem této proměnné je dopravit produkt či službu z místa, kde byly vyrobeny, k jejich spotřebitelům. Volba distribučních cest bezprostředně ovlivňuje veškerá marketingová rozhodnutí. Způsob a čas distribuce se výrazně liší v závislosti na vlastnostech produktu a na nezbytných zprostředkovatelích. Podle počtu úrovní distribuční cesty a počtu zprostředkovatelů se dělí marketingová distribuční cesta na přímou (jestliže dodavatel a uživatel jednají spolu přímo, bez prostředníka) a nepřímou (jestliže se mezi nimi objevuje mezičlánek). Zejména v sektoru služeb je nezbytné pečlivě volit vhodné distribuční cesty.	Distribuce

Účastníci	■ Participants (účastníci)	→ Kdo nabízí produkty a služby? Čím dál, tím více se prosazuje skutečnost, že organizace nefungují jen díky budovám a počítačovým systémům, ale díky kvalitě lidských zdrojů. Zejména v bankách má pro úspěch jakékoli strategie či obchodní politiky zásadní důležitost proměnná zaměstnanci. Služba svou povahou obvykle vyžaduje fyzickou přítomnost dvou osob (výjimkou je např. bankomat). Ovšem předcházet musel okamžik, kdy si klient otevřel účet - tady museli být dva lidé. Proto společnosti své lidské zdroje pečlivě zaškolují.
Proces	■ Process (proces)	→ Jaké jsou postupy? Postupy jsou dnes velmi důležité, zejména pokud jde o standardizaci. Společnosti se stále více starají o to, aby tatáž záležitost byla vyřizována vždy stejným způsobem, bez ohledu na to, kde a kým. Proto je nutné stanovit pravidla postupů a lidé musí být přinuceni s těmito pravidly se ztotožnit a dodržovat je.
Fyzická přítomnost	■ Physical evidence (fyz. přítomnost)	→ Jak na sebe upozornit? Dnes se všechny společnosti zajímají o tvorbu svého image a image svých produktů. Všechny mají starost o to, aby byla jejich přítomnost evidentní. Vytvářejí proto symboly pro identifikaci svých produktů a sebe samých. Jedná se hlavně o loga, barvy a sídla společností, pro vytvoření přitažlivějšího prostředí a image. V posledních letech je tato změna patrná zejména u bank: jsou lehce dostupné, s nápaditějšími interiéry, lepším osvětlením a někde dokonce v pozadí hraje hudba. Dá se říci, že exteriéry i interiéry bank jsou obalem produktů a služeb, které nabízejí.

Schéma č. 27: Obsah proměnných marketingového mixu.

Pramen: vlastní schéma.

Marketingové mixy nejsou stejné, protože proměnné se přizpůsobují podle rozpočtu zvoleného pro konkrétní vlastnosti produktu či služby, příp. podle vlastností společností či trhu.

3.2 Zvláštnosti bankovních produktů a služeb

Marketing v oblasti bankovníctví je hledáním optimálního zisku, k čemuž podstatně přispívá získání informací o trhu a klientovi. Marketingový průzkum a analýzy mají nezastupitelné místo při výběru správných rozhodnutí nejen v oblasti tvorby cen nových produktů a služeb, ale i v oblasti rozvoje obchodní sítě, úrokové politiky, podpory prodeje a zefektivnění služeb.



Marketing bank má své zvláštnosti plynoucí z faktu, že banky prodávají a kupují peníze a poskytují služby s tím spojené. Při prodeji peněz se chovají obezřetně, hodnotí riziko a zajišťují se proti němu. Od klienta žádají odměnu za prodej peněz a tomu odpovídající riziko.

Je nezbytné uvědomit si rozdíly mezi produkty a službami bank i jiných subjektů, poněvadž tyto následně ovlivňují jejich marketing.



Rozdíly mezi produkty a službami bank a jiných subjektů

Schéma č. 28: Vlastnosti produktů a služeb.

Pramen: Torres, M., Bernardo, I., Cigánková, S.: Marketing bankovních služeb, Bankovní institut, a. s., Praha 1995, str. 94.

Pro bankovní činnost a klientelu je typické, že:

- "surovinou" jsou peníze,
- klientela bank je rozsáhlá a příslušné kvality,

Bankovní marketing je kombinací marketingu nákupu, průmyslu a marketingu spotřebních předmětů. Podobně jako marketing nákupu se i marketing bank zaměřuje na nákup zdrojů od "dodavatelů kapitálu", jako marketing průmyslových podniků zpracovává cílový trh, na kterém se hromadí a distribuuje kapitál a jako marketing spotřebních produktů řídí svůj produktový mix, který se váže k občanům, podnikatelským subjektům a ostatním subjektům.

Typické znaky bankovního marketingu:

- je zaměřen na výzkum své "suroviny" (peněz), nejenom na jejich jednoduchou distribuci,
- banka nemůže plně ovládat svůj zisk, protože nakupuje peníze na trhu vždy v určitých podmínkách, které jsou variabilní,
- produkty banky jsou úzce spojeny s rozvojem její distribuční sítě, obchodní sítě banky, poboček a expozitur, které se nejen stále více přibližují ke klientovi, ale jsou schopny nabídnout celý produktový mix všem kategoriím klientů,
- v bance jsou úzce spojeny funkce řízení, výroby a obchodu,
- náklady spojené s prodejem se prolínají s administrativními náklady - pracovník na přepážce prodává bankovní produkty, poskytuje služby a zároveň provádí administrativní práce,
- klasický marketing je syntetickou aktivitou, marketing bank je založený na analytické činnosti,

Bankovní marketing



Znaky bankovního marketingu

3. Banka v tržním prostředí

- svou podstatou je marketing optimistický, sleduje dosažení zisku, zatímco u banky existují o hodně větší rizika, tvrdší konkurence, očekávané bankroty, což vnáší i do jejího marketingu určité pesimistické črty.



Příklad

Banka podniká zejména s cizími zdroji, které tvoří zpravidla více než 90 procent bankovních pasiv. Pokud banka není schopna získat cizí zdroje v dostatečné výši a kvalitě, nemůže být úspěšnou bankou. Proto se bankovní marketing zaměřuje nejenom na výstupy, tj. na produkty na straně aktiv, ale i na vstupy /získání cizích zdrojů/ na straně pasiv.

Zisk banky je tvořen rozdílem mezi výnosy a náklady banky, zejména výnosy z úroků a náklady na úroky. Marketing se zaměřuje na získání i použití zdrojů, jeho cílem je však zdroje nejenom získat a použít, ale snažit se ovlivnit i jejich cenu.

Naše banka získává na trhu krátkodobé zdroje v průměru za 1% a dlouhodobé zdroje v průměru za 2,5%. Má banka možnost ovlivnit cenu těchto zdrojů?

Řešení

Banka může cenu ovlivnit minimálně, poněvadž cena je dána trhem a působí na ni i ceny zdrojů u konkurenčních bank. U velkých objemů však může způsobit zvýšení zisku i několik desetín. Možnost částečného ovlivnění ceny zvyšuje dobré jméno banky a kvalita jejího marketingu.

Zdroje informací bank o klientech

Banky na rozdíl od jiných podnikatelských subjektů mají početné zdroje informací o klientech, které vyplývají z jejich činností.

Rozvoj bezhotovostního platebního styku vede k rozvoji databázového marketingu, informace slouží bankám k posuzování klientů z hlediska:

- produktů banky (bankovních operací),
- kontaktů (jména a adresy),
- návštěv poboček banky (pohyb klientů).

Databáze údajů o klientech se pak stává obchodním nástrojem, který slouží na:

- zasilání zpráv klientům,
- ulehčení obchodního jednání a vztahů klientů s bankou,
- hodnocení a charakteristiku vývoje klientů,
- hodnocení a kontrolu obchodní činnosti (určitého typu produktu, aby banka věděla, jestli ho má držet i nadále v nabídce, rozšířit nebo posílit), apod.

Pokud je instituce schopná poznat své klienty, může efektivněji uplatňovat marketingové koncepce.

3.3 Distribuční kanály a distribuční politika v bankovníctví

Distribuční kanály

Otázka co nejvhodnějších distribučních kanálů patří k základním otázkám bankovního marketingu.

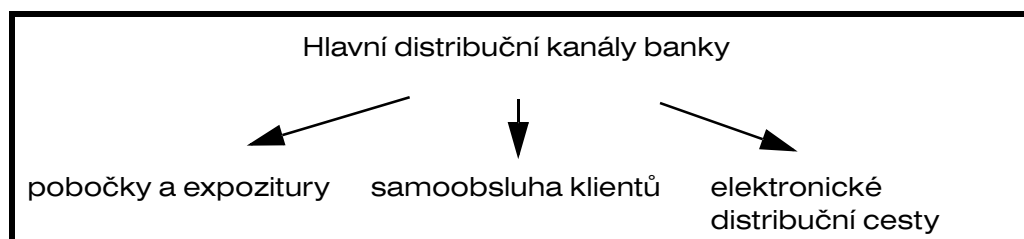


Schéma č. 29: Hlavní distribuční kanály banky.

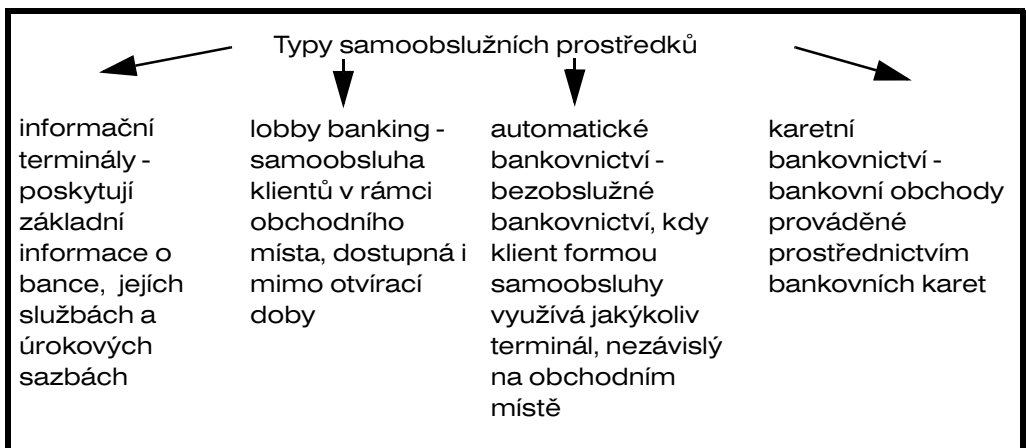
Pramen: vlastní schéma.

Bližší vysvětlení:

■ Pobočky a expozitory banky	→	Byly v minulosti jedinou možností zpřístupnění bankovních služeb široké veřejnosti. I když zůstávají primárním distribučním kanálem, s rozvojem moderních technologií nastupují další distribuční cesty. Klasická obchodní síť se dostává pod značný tlak zejména z důvodu nevyhovující otevírací doby a nedostatečné provozní kapacity, ale i z důvodu vysokých fixních nákladů banky (tyto náklady zpravidla představují rozhodující část provozních nákladů banky).
■ Samoobsluha klientů	→	Znamená vyloučení obslužného lidského faktoru. Lidský faktor je postupně z rutinních bankovních operací vytlačován a nahrazován nejmodernějšími samoobslužnými prostředky, které jsou klientům k dispozici 24 hodin denně.
■ Elektronické distribuční cesty	→	Znamenají skutečný převrat v bankovních službách. Klient je spojen se svou bankou přes telekomunikační média a z domova či kanceláře využívá služby přímého bankovníctví.

Schéma č. 30: Charakteristika distribučních kanálů banky.

Pramen: vlastní schéma.

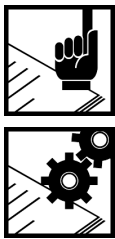


Samoobslužní prostředky

Schéma č. 31: Typy samoobslužných prostředků.

Pramen: vlastní schéma.

Použití různých forem samoobslužního bankovníctví je pro banku efektivní zejména z aspektu nižších provozních nákladů a nepřetržitého poskytování služeb klientovi. Nebezpečí však spočívá ve stále menším kontaktu s klientem.



Příklad

Klient (fyzická osoba) má vedený účet u Banky X a Banky Y. Vzhledem k rostoucím poplatkům se rozhodl, že účet u jedné banky zruší. Kromě jiných faktorů zvažuje možnosti distribuční sítě u obou bank, které jsou následující:

Banka X:

- pobočka v blízkosti bydliště klienta dostupná v pracovní době,
- široká síť bankomatů a možnost využití bankomatů jiných bank, se kterými má Banka X uzavřenu smlouvu,

3. Banka v tržním prostředí

- absence samoobslužních míst,
- méně rozvinuté elektronické bankovníctví.

Banka Y:

- pobočka v blízkosti bydliště klienta dostupná v pracovní době,
- široká síť bankomatů a možnosti využití bankomatů jiných bank, se kterými má Banka Y uzavřenu smlouvu,
- samoobslužní místo přístupné 24 hodin denně v blízkosti bydliště klienta,
- rozvinuté elektronické bankovníctví.

Řešení:

Klient /fyzická/ osoba se rozhodne pro Banku Y v případě, že jde o "moderního" klienta, který v plné míře využívá elektronické bankovníctví. Zároveň je tu i možnost přístupu do samoobslužního místa. Pokud by šlo o "konzervativního" klienta, který lpí na klasickém přístupu do banky prostřednictvím jejího obchodního místa, mohl by zvolit i Banku X, pokud by další faktory hodnocení banky byly pro tuto banku příznivější.

Elektronické distribuční cesty

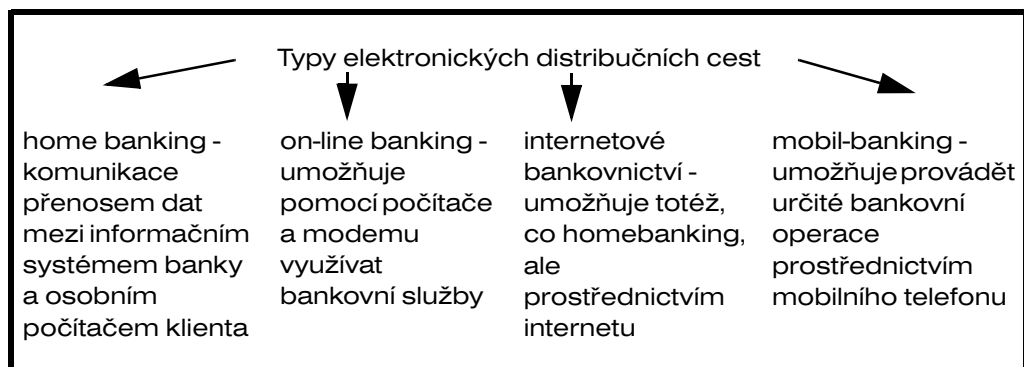


Schéma č. 32: Typy elektronických distribučních cest.

Pramen: vlastní schéma.

Změny v chápání základních funkcí prodejních míst banky

Rozvoj elektronického bankovníctví přináší změny v chápání základních funkcí prodejních míst banky. Zásadním způsobem ovlivňuje distribuci, zejména formu nabídky produktů a přístupu ke klientele, přináší však změny i v technicko-organizačním zabezpečení. Vlastní klasická prodejní místa se budou postupně měnit z transakčních a zpracovatelských míst v místa pro poradenství.



Způsob distribuce

Současné pojetí distribučních sítí banky:

V současné době je způsob distribuce jedním z rozhodujících nástrojů konkurenčního boje o klienta. Je významnou součástí klientem vnímané hodnoty a užítku poskytované služby.

Proto je důležitá:

- **dostupnost bank** - banky musí být tam, kde jsou klienti (geografické pokrytí nebo přechod na nové distribuční technologie) a pracovní doba musí vyhovovat potřebám klientů (více pružnosti a přizpůsobení potřebám klientů v pobočkách, využívání samoobslužního bankovníctví apod.),
- **automatizace běžných operací** - banky se snaží běžné, rutinní operace co nejvíce automatizovat a zjednodušit přístup klientů k nim,
- **segmentace** - vytvoření exkluzivních cest pro určité segmenty pro banku nejvýznamnějších klientů,
- **kvalita lidských zdrojů** - zvýšení kvality služby ze strany zaměstnanců banky, která se odráží v marketingovém postoji, ve službě klientovi a ve zvyšování kultury prodeje.

Jakákoliv marketingová strategie týkající se distribuce musí být založena na správném určení cílových segmentů, tj. na správném klientském zaměření, na správném odhadu jejich potřeb a očekávání. Současně se musí vzít v úvahu i jejich ekonomická úroveň, která ovlivňuje postavení

klienta v bance a analyzovat vybraný segment (či segmenty) např. podle toho kde žijí a pracují, jaký je typ jejich spotřeby apod.

Strategické plánování distribučních cest podstatně ovlivňují vnitřní i vnější proměnné.

K vnitřním proměnným patří:

- typ produktů a služeb - banka musí vzít v úvahu komplexnost, životní cyklus a jejich povahu,
- positioning (postavení banky na trhu) - banka musí zvážit, na jakých trzích chce působit a na jakou klientelu se chce orientovat,
- finanční zdroje - banka by neměla zapomínat na zvažování výnosnosti každé strategie či rozhodnutí, i v marketingové oblasti,
- lidské zdroje - banka musí posoudit jejich kvantitu, kvalitu a rozdělení, co podstatně ovlivňuje racionalizaci distribuční sítě banky.

Vnitřní proměnné

K vnějším proměnným patří:

- konkurence - banka by měla zjistit, jakým distribučním cestám dávají přednost konkurenční banky a jak jsou přitom úspěšné,
- trh - banka musí posoudit velikost trhu, jeho přitažlivost, hlavní trendy a umístění,
- právní rámec - banka musí vycházet z rámce legislativní úpravy, zejména zákona o bankách.

Vnější proměnné

Výběr distribučních cest závisí na mnoha faktorech. Využívají se i poznatky o preferencích klientů a výsledky práce s marketingovými informacemi, jako je průběžná segmentace a retenční modelování spolu se sledováním a řízením ziskovosti. Distribuční systém je možné vnímat jako efektivní pouze tehdy, pokud dokáže uspokojit potřeby klientů a zároveň je obsloužit způsobem, který je i pro banku výhodný z aspektu jejich nákladů.



3.4 Tvorba cen bankovních produktů

Bankovní produkty můžeme zařadit do sféry služeb nemateriální povahy. I když se mohou navzájem výrazně odlišovat, jejich společnými rysy jsou nemateriální (nehmotný) charakter, dualismus a vzájemná propojenost a podmíněnost.

Vlastnosti bankovních produktů

■ Nemateriální charakter bankovních produktů:

Způsobuje, že nejsou skladovatelné, není tedy možné předzásobení a pouze u některých lze oddělit "vyhotovení" daného produktu od jeho distribuce. Důsledkem je denní reakce banky na poptávku klientů, což způsobuje značné nároky na udržování kapacitních možností banky a projevuje se v relativně vysokém podílu fixních nákladů. Navíc jsou neviditelné, proto je potřebná kvalitní reklama a poradenská činnost, pomocí níž banka své produkty představí, vysvětlí jejich přednosti a možnosti využití. Nelze je ani patentově chránit, jsou rychle konkurencí napodobitelné a žádná banka se tedy nemůže spoléhat na dlouhodobější výhody z toho, že by některý produkt nabízela pouze ona.

■ Dualismus - spojení hodnotové a věcné stránky bankovních produktů:

Pro většinu peněžních činností je charakteristický tzv. dualismus, tj. spojení hodnotové a věcné stránky. Hodnotová stránka bankovního produktu je dána jeho finančním objemem (např. objemem úvěru, vkladu, bankovního převodu), měříme ji v peněžních jednotkách. Věcná stránka je výsledkem působení personálních, technických a materiálních faktorů, vyjadřujeme ji počtem jednotlivých produktů (např. počtem úvěrových případů, vkladů, bankovních převodů).

Rozdělení na hodnotovou a věcnou stránku produktu je významné zejména pro interní nákladové kalkulace. Zatímco náklady hodnotové složky jsou závislé na výši peněžní částky daného produktu, náklady spojené s jeho věcnou stránkou jsou většinou na výši peněžní částky nezávislé (např. náklady na zpracování úvěru jsou shodné, ať už se jedná o úvěr ve větším či menším objemu).



3. Banka v tržním prostředí

■ Vzájemná propojenost a podmíněnost bankovních produktů:

Jejich vzájemná propojenost a podmíněnost vyplývá z vlastní podstaty některých produktů, kdy jeden produkt často nemůže fungovat bez druhého produktu (např. propojenost platebního styku a vedení běžných účtů klientů). Může však docházet i k vědomému propojování některých produktů s cílem nabídnout klientovi lepší služby.



Vzájemnou propojenost a podmíněnost je nezbytné zohlednit zejména při tvorbě struktury nabízených produktů - např. v oblasti běžných účtů bez nabídky platebních karet a šekových knížek přes jejich relativně dobré úročení nelze dosáhnout dobrých výsledků. Podobně při tvorbě cen bankovních produktů - pokud existuje těsné propojení, banka může nabízet základní produkt velmi levně s cílem přilákat klienta, který pak využívá automaticky ostatní navazující produkty za ceny, které bance pokryjí ztráty z levného hlavního produktu.

■ Cena bankovních produktů:

Je výsledkem cenové politiky banky, kam můžeme zahrnout veškerá rozhodnutí banky týkající se ceny stávajících i nově zaváděných produktů. Vyjadřuje se v měně země, v níž se bankovní produkty prodávají. Může se vyskytovat v řadě různých forem, jejichž přesné vymezení je vzhledem k nejednotnému označování a vzájemnému prolínání obtížné provést.

Ceny bankovních produktů

Přesto lze za základní druhy cen bankovních produktů považovat:

- úroky - cena za půjčení peněz,
- provize a prémie - cena za poskytnutí služby klientovi, při níž banka bere na sebe určité riziko (např. záruční provize při poskytnutí bankovní záruky, prémie za prodej opce apod.),
- přímé poplatky - cena za poskytnutí služby klientovi, s kterou jsou spojeny určité náklady, nejsou však spojeny s převzetím rizika (např. poplatky za vedení účtu, za zprostředkování prodeje cenného papíru apod.),
- nepřímé poplatky - cena za poskytnutí určité služby klientovi, bez přebírání určité míry rizika, nejsou však vyjádřeny jako samostatné poplatky, ale jsou skryty v jiné ceně (např. připsání peněz na účet klienta s pozdější valutou oproti dnu, kdy banka peníze získala).

Stanovení vhodné ceny:

Banka je připravena stanovit cenu, pokud má k dispozici tzv. "tři C":

- customer 's demand schedule (funkci poptávky klienta),
- cost funkcion (nákladovou funkci),
- competitor 's prices (ceny konkurence).

Vhodná cena bude ležet někde mezi tou, která je příliš nízká na to, aby přinesla zisk, a tou, která je příliš vysoká na to, aby vyvolala jakoukoliv poptávku.

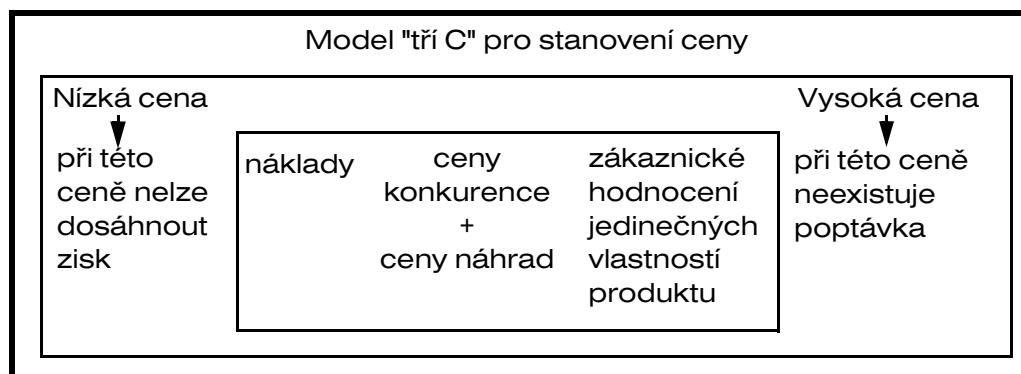


Schéma č. 33: Model "tří C" pro stanovení ceny.

Pramen: Torres, M., Bernardo, I., Cigánková, S.: Marketing bankovních služeb, Bankovní institut, a. s., Praha 1995, str. 129.

Pro stanovení výsledné ceny bankovního produktu (služby) je třeba stanovit bázi, ke které se bude cena vztahovat. V úvahu přicházejí následující možnosti (mohou se i kombinovat):

- | | | |
|---|---|--|
| ■ hodnotový objem | → | cena je zde stanovena jako cena za hodnotovou jednotku, např. za jednu korunu, celková cena je potom dána součinem jednotkové ceny a hodnotového objemu daného produktu (hodnotovým objemem může být např. skutečně čerpaný úvěr, sjednaná částka úvěrového příslibu, částka, za kterou se banka zaručila a obrat za určité období), |
| ■ jednotlivý produkt, resp. činnost banky | → | cena je zde stanovena paušálně na jednotkový dílčí produkt, resp. činnost banky, výsledná cena je potom dána součinem jednotkové ceny a počtem těchto jednotkových produktů skutečně využívaných klientem (např. poplatek za provedení platebního příkazu, za výběr hotovosti v bankomatu apod.), |
| ■ hodnotový výsledek | → | cena je zde stanovena jako funkce dosaženého výsledku sjednaného obchodu (např. cena stanovena procentem z docíleného zisku z prodeje cenných papírů), |
| ■ čas | → | cena je zde stanovena jako cena za časovou jednotku, výsledná cena je potom dána součinem jednotkové ceny a délkou časového období, po které byl daný produkt, příp. služba využívána. |

Schéma č. 34: Cenová báze.

Pramen: vlastní schéma.

Poznámka:

Na konečný výběr ceny mají vliv i jiné než ekonomické faktory. Jsou to zejména psychologické faktory - klienti často považují cenu za indikátor kvality.

Cenová politika a cenová strategie:

■ Definice cenové politiky:

Cenová politika je generální vodící čára, směrnice, která je založena na pochopení cenových cílů, vnějších a vnitřních proudech ovlivňujících rozhodování, stanovení ceny produktu. Je založena na efektivním využití cenových strategií a taktik.

Cenová politika

■ Definice cenové strategie:

Cenová strategie je kostra, na základě které stanovujeme cenové rozpětí, plánujeme taktiku cenové pružnosti v určitém časovém horizontu na základě předpokládaných cenových relací produktu.

Cenová strategie

Plánování ceny je systematický rozhodovací proces, sloužící ke stanovení cenových politik, strategií, taktik a cílů.

Cenové cíle bankovního marketingu

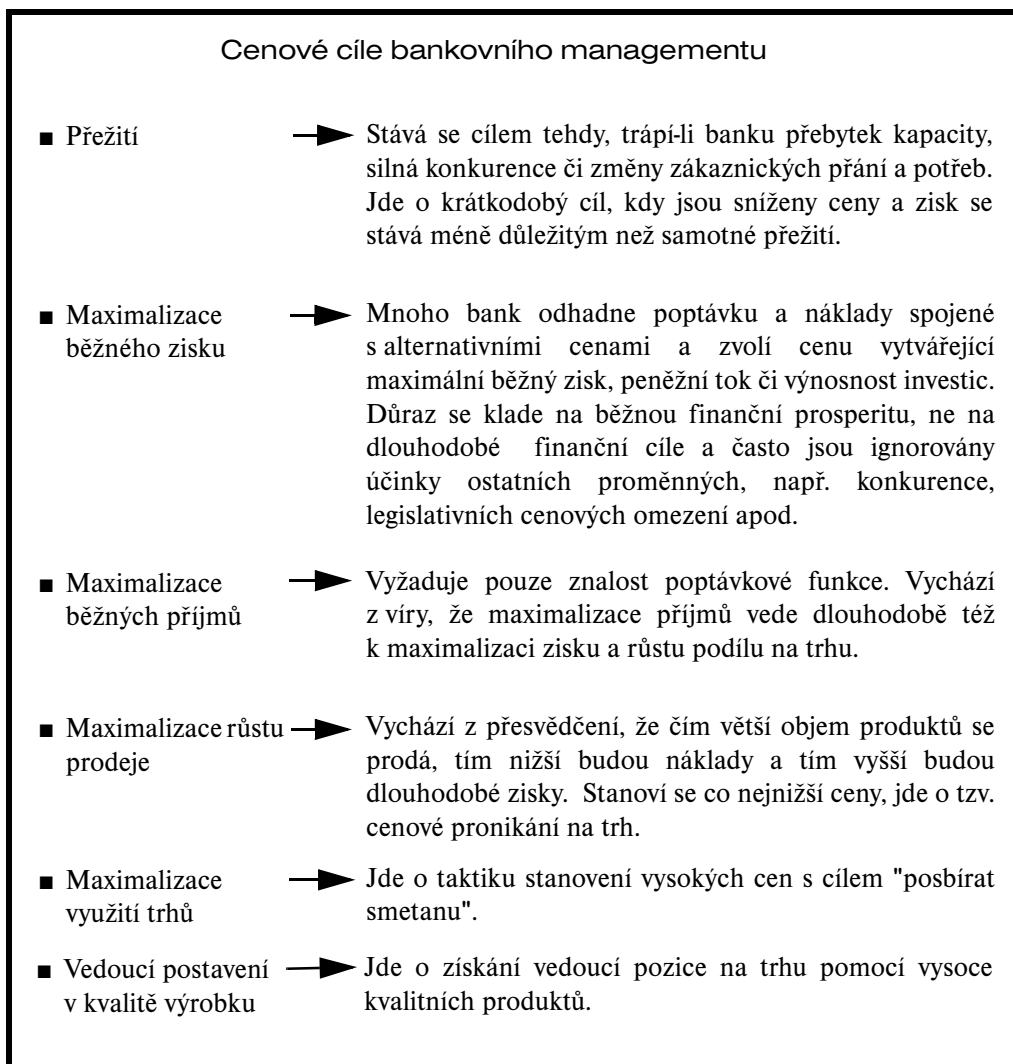


Schéma č. 35: Cenové cíle bankovního managementu.

Pramen: Torres, M., Bernardo, I., Cigánková, S.: Marketing bankovních služeb, Bankovní institut, a.s., Praha 1995, str. 124.

V bankovní praxi se často stává, že banka nabízí své klientele "balíky" služeb, u nichž se společně jedná o úroky, provize, časové rámce apod., tedy různé typy cen, což znamená, že zájmy banky a zákazníka se mohou pružně přizpůsobit. Tím se bankovníctví liší od jiných aktivit.

Smišená cenová strategie

Pokud banka nabízí celou řadu produktů, které se nacházejí v různých stádiích jejich životního cyklu, může definovat smíšenou cenovou strategii, tj. prodávat některé produkty levněji než druhé. Jsou produkty, které při dosažení zralosti vyžadují malé investice a vykazují dobrou ziskovou marži, takže jejich cena může být snížena, pokud má banka pocit, že je v této oblasti konkurenceschopná.



Ceny a konkurence

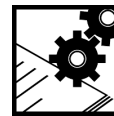
Ceny bankovních produktů a konkurence:

Ceny bankovních produktů jsou často ovlivňovány konkurencí bank, která někdy vede ke zničení jejich marží, pokud se konkurence odehrává v oblasti stejných produktů. Konkurence se často projevuje ve snížení cen pouze u některých produktů, zatímco konkurenční banka snižuje ceny jiných produktů. Trvalé snížení nebo zvýšení cen všech produktů není možné, poněvadž vede ke zničení marží nebo ke ztrátě trhu.

Příklad

Banka pro tvorbu cen bankovních produktů používá svou cenovou politiku a cenovou strategii. Uvedeme zde některé případy tvorby cen, ve kterých se odráží její záměry:

- banka uvádí na trh nový produkt - získané zdroje plus další náklady jsou nižší než stanovená cena,
- banka uvádí produkt jako součást nabízeného balíčku produktů - cena je součástí celkového poplatku za balíček produktů /v rámci něho může mít i nulovou hodnotu poplatku/,
- banka nabízí vedení běžného účtu zdarma, pokud se klient rozhodne pro bezúročné uložení svých prostředků na běžném účtu,
- banka nabízí produkt jako doplňující bankovní službu k produktu, který je základní bankovní službou, doplňující bankovní službu nabízí s nulovým poplatkem, poplatek za základní bankovní službu je však o to vyšší,
- banka poskytuje produkt, který poskytují i jiné banky, cena tohoto produktu je z konkurenčních důvodů nižší než náklady s ním spojené.



Shrnutí kapitoly

Řízení bank obsahuje marketing, což znamená "chovat se tržně". Marketing prošel svým historickým vývojem, přičemž se pořád víc přizpůsoboval potřebám klienta. Marketing se realizuje formou marketingového mixu, který obsahuje více proměnných, jejichž kombinaci je nezbytné důkladně zvážit.

Bankovní produkty a služby mají svůj zvláštní charakter - jsou nehmotné, nemají barvy, nemají chuť, nemůžeme je skladovat, jsou nedělitelné, nemají tvar ani obal a zpravidla nabízejí uspokojení v průběhu určitého období. Důsledkem toho jsou specifika bankovního marketingu, který je kombinací marketingu nákupu, průmyslu a spotřebních předmětů.

Otázka co nejhodnějších distribučních kanálů a distribuční politiky je podstatnou součástí bankovního marketingu. Kromě klasických se v posledním období vyvinuly různé typy elektronických distribučních cest, což podstatně mění bankovní podnikání.

Pokud jde o tvorbu cen bankovních produktů, tato je opět poznačena jejich nehmotným charakterem a dualismem, t.j. spojením hodnotové a věcné stránky bankovních produktů. Ceny jsou výsledkem cenové politiky, která bere v úvahu i otázky konkurence, zavádění nových produktů a různé cenové strategie.



Otázky k zamyšlení

1. Co znamená podle vašeho názoru pro banku chovat se tržně? Proč se na to v poslední době klade takový důraz?
2. Zamyslete se nad tím, jestli je marketing součástí řízení banky, nebo ho najdeme pouze na straně prodeje bankovních produktů a služeb?
3. Myslíte, že každá banka kombinuje proměnné marketingového mixu stejně? V čem je význam marketingového mixu?
4. Jak charakter a specifické vlastnosti bankovních produktů a služeb mohou podle vás ovlivnit způsob marketingu?
5. K čemu slouží podle vašeho názoru cenové strategie a cenové politiky banky?
6. Vstupte na webové stránky vybrané komerční banky a pokuste se zjistit, jak banka realizuje jejich prostřednictvím marketingu? Jaké má podle vás tento způsob marketingu výhody a nevýhody?



- **Vývoj informačních systémů bank**
- **Podstata a význam informačního systému banky**
- **Informační potřeby managementu banky**
- **Vývoj a zavedení manažerských informačních systémů**
- **Informační povinnost bank**
- **Unifikace a formalizace informačního systému bank a ČNB**

4.

Informační systém banky



Cíl kapitoly

Informační systém banky představuje nezbytnou podmínku pro její fungování, pro poskytování bankovních služeb a prodej bankovních produktů, pro vedení účetnictví, řízení a plánování. Už jste se někdy zamýšleli nad jeho významem? Umíte si představit, co je jeho konkrétní náplní? Jaký má význam pro management banky? Jakou má banka informační povinnost ve vztahu k veřejnosti? Odpověď na tyto i jiné otázky najdete v této kapitole

Cílem této kapitoly je podrobněji vás seznámit s problematikou informačního systému banky. V části 4.1 se dozvíte o vývoji informačních systémů, které byly podmíněny zejména vývojem výpočetní techniky, v části 4.2 se pokusíte pochopit podstatu a význam informačního systému banky a nezbytnost jeho napojení na některé vnější informační systémy. Část 4.3 vám přiblíží účetnictví, které tvoří základ informačního systému banky. V části 4.4 a 4.5 se dozvíte o informačních potřebách managementu banky a o vývoji a zavedení manažerských informačních systémů. Část 4.6 a 4.7 je věnována informační povinnosti bank a unifikaci a formalizaci informačního systému bank podle pravidel ČNB.

Po prostudování kapitoly získáte podrobné poznatky o informačním systému banky, které budou pro vás jistě dobrým základem pro studium navazujícího předmětu Bankovní management.

Vaše námaha bude odměněna získáním všech těchto poznatků. S chutí se dejte do práce.



Časová zátěž

Prostudování této kapitoly pro vás představuje časovou zátěž maximálně 5 hodin (dle harmonogramu ve 2. týdnu v listopadu). Práce s otázkami k zamyšlení a autokorekční cvičení uvedené na webu vám zabere asi hodinu práce v témže týdnu. V dalším týdnu (ve 3. týdnu v listopadu) se budete zabývat vypracováním POTu (práce v rozsahu asi 4 hodiny), který pošlete elektronickou poštou lektorovi do konce listopadu.

Pokud budete mít při jeho zpracování těžkosti, měli byste se obrátit se svými dotazy na lektora.



Způsob studia

K zvládnutí učiva je potřebné postupně procházet jednotlivé části kapitoly, promýšlet je a souběžně s tím se zamýšlet nad otázkami uvedenými na konci kapitoly jako Otázky k zamyšlení. Otázky uvedené k této kapitole na webu jako Autokorekční cvičení vám poslouží k lepšímu pochopení a zapamatování daných problémů.

Budete potřebovat přístup na internetové stránky komerčních bank, ČNB a přístup do informačního systému ESF-MU.

K této kapitole je povinností prostudovat kapitolu 4 Řízení ziskovosti - manažerské účetnictví a kapitolu 7 Řízení ziskovosti - manažerský informační systém z učebnice Finanční řízení bank. Problematika je zde podrobněji rozpracována a vzhledem k její významnosti a další vývoj tímto směrem v bankách je prospěšné, abyste z ní získali obsažené poznatky.

Dále doporučujeme vstoupit na webové stránky komerčních bank a zjistit rozsah informací uveřejňovaných na těchto stránkách. Jistě vám to pomůže v orientaci v přístupných informacích o bankách a následně v hodnocení, které si jako klient banky na základě nich můžete učinit

Rozvoj bankovního systému a bankovních služeb, ale i řízení činností banky v tržních podmínkách vyžadují přesné a pohotové informace, které mohou zajistit pouze výkonnější technické a programové prostředky a vytvoření kvalitního informačního systému banky.

Informační systém banky je zároveň nezbytnou podmínkou provádění bankovních činností.

4.1 Vývoj informačních systémů bank

Už v 50. letech se v bankách ukázala potřeba výraznějšího nasazení výpočetní techniky, zejména v důsledku růstu počtu účtů a účetních položek. Trvalé příkazy a zúčtování úroků se staly masovým problémem nejenom ve velkých, ale také v malých bankách. K tomu se přidal nedostatek kvalifikovaných zaměstnanců. Na podporu byly nasazeny mechanické účtovací automaty, neustále se zvyšovalo použití strojů na děrné štítky.

Začátkem 60. let se začíná používat magnetická páska a výrazněji se využívá možností počítačů, které vstupují do své "třetí" generace. Operační systémy, které se v průběhu let postupně vyvíjely, se stávají výkonnostní charakteristikou počítačů. Otevírá se prostor pro integrační způsob zpracování. Vznikají první speciální zařízení pro bankovníctví. Roste význam softwaru.

Postupné kroky vývoje informačních systémů bank:

- Původní systém zpracování informačních dat v bankách probíhal prostřednictvím centrálního výpočetního střediska, vybaveného počítači s potřebnou kapacitou.
- Obchodní síť banky byla zpočátku vybavena pouze technikou pro zadávání vstupů do centrálního výpočetního střediska.
- Změna nastala s příchodem personálních počítačů (PC), vystupujících jako inteligentní "pracovní stanice" a jako potřebné médium vyvíjejícího se elektronického bankovníctví.
- Změny v aplikačních programech, uskutečněné v 90. letech, umožnily podporu přepážkové oblasti a spojení pracovních míst pomocí sítí.
- Docházelo k postupnému srůstání informačních a komunikačních technik. Informační technika 90. let umožnila budování manažerských informačních systémů a dalších potřebných systémů.
- Trend k nasazení velkých počítačů však nebyl přerušen, přestože se PC na ně stále více tlačily. Současnost ukázala, že centrální velké počítače zatím zůstanou páteří bankovního zpracování dat.

Banky by měly budovat své informační systémy co nejefektivněji, bez toho, že by snad proces jejich vývoje ignorovaly.

Historie informačních systémů bank



Efektivnost budování informačních systémů

4.2 Podstata a význam informačního systému banky

Základní cíle informačního systému banky:

- v plné míře automatizovat všechny významné operace banky,
- v co největší míře vyloučit manuální zpracování,
- racionalizovat tok údajů a zefektivnit management všech obchodních aktivit banky a celkového bankovního managementu.

Informační systém plní v bance tyto úkoly:

- zajišťuje automatizované zpracování bankovních činností,
- umožňuje integrovaný přístup k jednotlivým produktům, nástrojům, transakcím, klientům a vstupům, dává potřebné informace pro řízení a kontrolu všech operací banky na různých úrovních,
- technicky umožňuje vedení účetní evidence banky, poskytuje potřebné informace pro vlastníky banky, potenciální investory, klienty a odbornou veřejnost,

Cíle informačního systému banky

Úkoly informačního systému banky

4. Informační systém banky

- tvoří databázi pro výkaznictví požadované centrální bankou v rámci bankovního dohledu, pro daňové potřeby a daňovou kontrolu, pro ministerstvo financí a požadované statistiky,
- poskytuje nezbytné informace pro bankovní management, umožňuje vybudování moderního manažerského informačního systému,
- zajišťuje potřebnou komunikaci s bankovním zúčtovacím centrem v oblasti domácího bezhotovostního platebního styku a propojení se systémem SWIFT v rámci zahraničního bezhotovostního platebního styku, potřebné komunikační propojení pro operace s cennými papíry a devizové operace banky,
- zajišťuje zpracování údajů v reálném čase,
- zajišťuje propojení centrály banky s jejími pobočkami a expoziturami, pro jednotlivá bankovní místa vytváří specializovanou informační základnu a zároveň zajišťuje tvorbu a kvalitní fungování centrální databáze.

Propojení
informačního
systému banky
s jinými systémy

Pro banku je nezbytné napojení jejího vnitřního informačního systému na některé vnější informační systémy. Jisté možnosti v tomto směru ukazuje následující schéma:

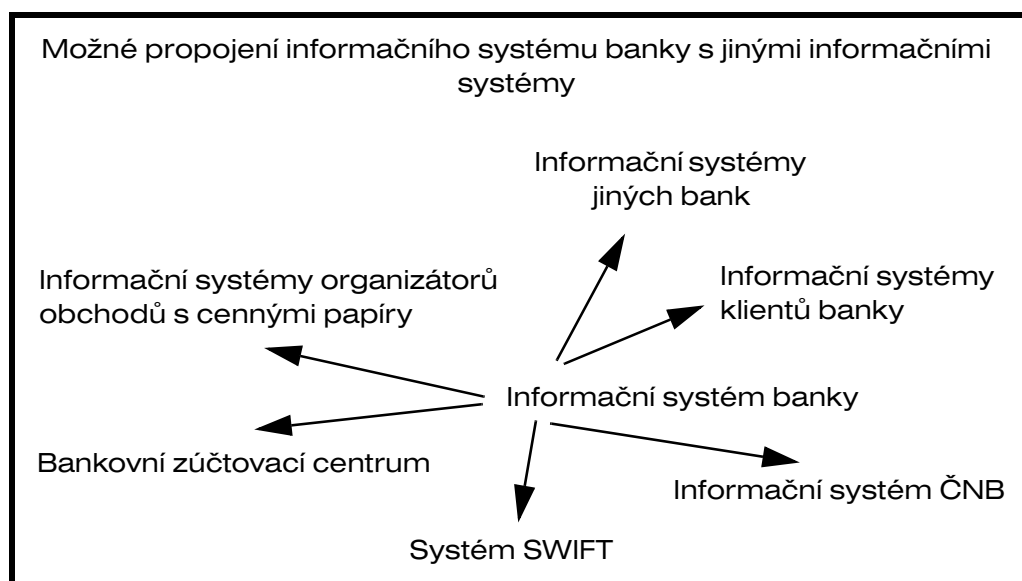


Schéma č. 36: Možné propojení informačního systému banky s jinými informačními systémy. Pramen: vlastní schéma.

Výběr vhodného
informačního
systému

Výběr vhodného informačního systému je pro každou banku těžkým a náročným úkolem. Výsledkem musí být náležitě výkonný systém, vysoce kvalitní po stránce hardwaru, ale zejména softwaru, schopný dalšího rozvoje, který bude brát v úvahu specifika banky, podpoří existující, ale i nové bankovní produkty a aktivity, zkvalitní služby klientům, řízení a konkurenční schopnost banky.



Příklad

Banka, která do transformující se ekonomiky přešla z přechodného systému, přičemž objem jejích činností se podstatně zvýšil a začala poskytovat i mnoho nových produktů, byla nucena přebudovat svůj původní informační systém. Na trhu našla více nabídek, pro které byly typické tyto znaky:

- první nabídka byla koupit systém na našem trhu, který byl konstruován na univerzální bankovnictví, přičemž naše banka měla výrazné rysy zaměření na malého klienta,
- druhá nabídka byla koupit systém na našem trhu, který byl konstruován na banku s výrazným retailovým zaměřením,
- třetí nabídka byla koupit systém na zahraničním trhu, který byl konstruován na banku s výrazným retailovým zaměřením.

Jak se banka rozhodla?

Řešení

Pokud by cenové a jiné podmínky uvedených nabídek byly na poměrně stejné úrovni, banka by se asi rozhodla pro druhou nabídku, i když i v tomto případě by si jistě musela koupenný systém přizpůsobit na své konkrétní činnosti.

Vztah mezi strategickým řízením bankovních činností a informačními procesy ukazuje následující schéma.

Strategické řízení a informační procesy

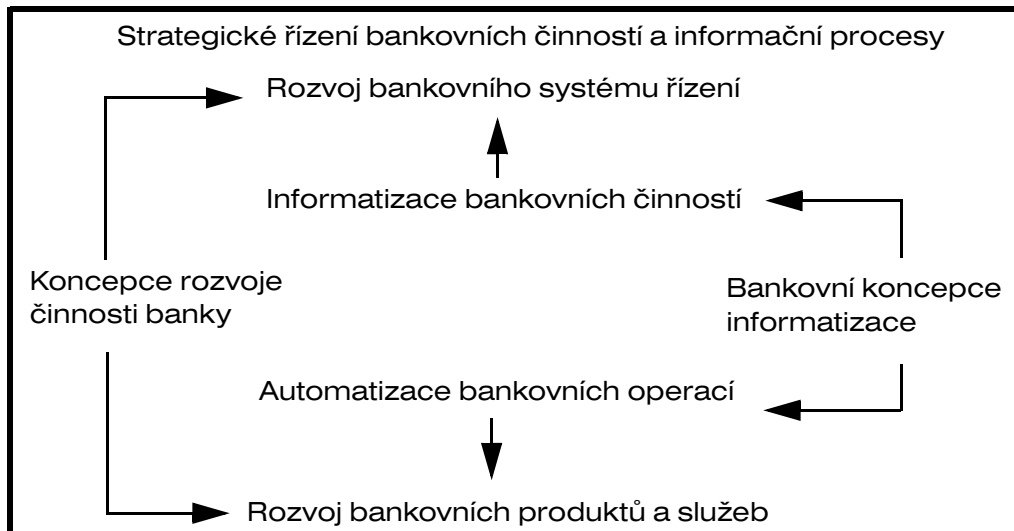


Schéma č. 37: Strategické řízení bankovních činností a informační procesy.

Pramen: vlastní schéma.

4.3 Účetnictví jako základ informačního systému banky

Účetnictví bank tvoří základ jejich informačního systému. Je to proces zápisu, klasifikace, sumarizování, vykazování a výkladu finančních údajů banky.

Účetnictví bank

Jeho cílem je poskytovat informace o:

- finanční situaci a hospodářském výsledku,
- úspěšnosti bankovního managementu,
- zajišťování dlouhodobé stability,
- výkonnosti banky,
- schopnosti dlouhodobé likvidity.

Účetní informace jsou určeny pro interní a externí uživatele.

Interními uživateli jsou zejména:

- vedoucí pracovníci banky - potřebují informace pro řízení, plánování, rozhodování, kontrolu a předvídaní ekonomického vývoje,
- zaměstnanci banky - potřebují informace pro posouzení stability banky a její schopnosti vyplácet mzdy.

Uživatelé informací z účetnictví bank

Externími uživateli jsou zejména:

- vlastníci - sledují svůj ekonomický prospěch, tj. výnosnost prostředků, které vložili do bankovního podnikání,
- věřitelé - zajímají je informace vhodné k posouzení bezpečnosti svých do banky vložených prostředků, případně k posouzení návratnosti úvěrů poskytnutých bance,
- potenciaální investoři - potřebují informace pro rozhodnutí, zda mají do banky investovat své prostředky,
- vláda a její orgány - potřebují informace týkající se řízení finanční a daňové politiky státu, pro daňovou kontrolu, pro státní statistiku apod.

4. Informační systém banky

Funkce účetnictví

Účetnictví plní tyto funkce:

- informační - poskytuje potřebné informace pro interní a externí uživatele,
- registrační - vede soustavné zápisy o podnikových jevech,
- důkazní - poskytuje důkazní prostředky při sporech,
- daňovou - je základem pro vyměření daňových povinností,
- řídicí - jeho prostřednictvím vedoucí manažeři skládají účty vlastníkům,
- vnitropodnikovou - poskytuje informace pro bankovní rozhodovací procesy.

Účetnictví bank je systém založený na rigorózních metodických principech a obecně uznávaných zásadách, směřujících k tomu, aby podávalo věrný obraz skutečnosti.

4.4 Informační potřeby managementu banky

Nejnovější trendy vývoje bankovníctví si vyžadují novou kvalitu řízení banky podloženou tomu odpovídající kvalitou informačního systému banky.

Vlastnosti informací
pro management
banky

Vlastnosti Informace pro potřeby bankovního managementu by měly být:

- přehledné a jasné, uvedené v logické struktuře, doplněné krátkým a výstižným výtahem obsahujícím shrnutí, závěry a doporučení,
- přiměřené dané potřebě,
- spolehlivé, tedy správné, přesné a úplné,
- srovnatelné, tedy s možností srovnávat své informace s odpovídajícími informacemi buď z jiného období nebo z jiné banky,
- poskytnuté včas, aby umožnily příslušná rozhodnutí, opoždění informací často způsobuje rozsáhlé ztráty.



Informace poskytované managementu banky jsou často v rozporu s jejich potřebami. Řada některých důležitých informací dokonce úplně chybí, což spočívá v pouhém intuitivním přístupu k procesu shromažďování informací a v poměrně přehnané pozornosti k administrativní funkci bankovního informačního systému.

Zdroje informací
pro management

Management by měl vyhledávat všechny dostupné, často i neformální zdroje informací. Počítačové systémy jsou sice pro banky důležité, ba nepostradatelné, nejsou však zdaleka jediným zdrojem informací. Hlášení, telefonáty, návštěvy, porady, rozhovory se zaměstnanci, prostá pozorování, to všechno je potřebné v co nejvyšší míře využívat.

Na první pohled se zdá, že pro management banky jsou potřebné zejména finanční informace operativního charakteru.

Stejně důležité jsou však i nefinanční informace nebo informace zaměřené na budoucnost.

Informace důležité
pro management

Informace důležité pro management banky:

- informace o vývoji trhu, případně jeho prognózy, segmentace trhu, analýza objemu a povahy dílčích trhů,
- analýzy domácí měny i měn cizích, nezbytné pro posouzení inflačního vývoje, případně rizika pohybu devizových kursů,
- makroekonomický vývoj, důležitý pro posouzení ekonomického prostředí, ve kterém banka působí a podstatně ovlivňuje podmínky pro její jednotlivé produkty,
- technologický vývoj významný pro posouzení technického způsobu realizace některých produktů,
- demografické analýzy, často velmi důležité pro potřeby vývoje bankovních produktů,
- změny zákonných norem, nařízení úřadů, centrální banky apod., které podstatným způsobem ovlivňují rozhodnutí bankovního managementu v nejrůznějších oblastech.

Poznámka:

Banky přijímají pro informační oblast specializované zaměstnance, tzv. informační manažery. Jejich úlohou je zajistit za rozumnou cenu informace, které běžní pracovníci banky i pracovníci managementu ke své činnosti potřebují, včetně strategických informací a informačního plánování.

4.5 Vývoj a zavedení manažerských informačních systémů

Vývoj systému manažerských informací je složitá záležitost a proces jeho automatizace trvá u mnohých bank celá léta. Nejdříve se sestaví projekt, ve kterém můžeme rozlišit několik po sobě logicky následujících etap, což ukazuje následující schéma.

System
manažerských
informací

Etapy projektu
automatizace



Schéma č. 38: Etapy projektu automatizace.

Pramen: Kol. autorů: Organizace finančního řízení, Bankovní institut, a.s., Praha 1997, str. 68.

Uvedené schéma znázorňuje etapy projektu automatizace, po formální stránce stejné jako při zavádění informačního systému banky. Liší se však v konkrétním obsahu a náplni jednotlivých etap.

Definice manažerského informačního systému:

Je to informační systém poskytující vedoucím pracovníkům komplexní informace nezbytné pro rozhodování a řízení na všech řídicích úrovních, schopný integrovat data a informace z dílčích informačních systémů používaných v bance.

Manažerský
informační systém

Úspěšně vytvořený a zavedený manažerský informační systém má poskytovat informace pro plánování na nejvyšší úrovni, rozhodovací proces a pro řízení rutinních operací.

Informace poskytované manažerským informačním systémem:

- o celkovém stavu banky a jejím postavení na trhu,
- o finančních rizicích banky ve vztahu k jejímu kapitálu,
- o ziskovosti za banku jako celek, ale i ve struktuře jednotlivých obchodních míst, klientů a produktů,
- o složení aktiv a pasiv,
- o podrozvahových pozicích banky a jejich tržních hodnotách,
- o vztahu příjmů a výdajů k bilančním parametrům,
- pro alokaci nákladů a výnosů,
- pro alokaci kapitálu,
- pro oceňování vnitřních zdrojů apod.

Typy informací



Příklad

Banka si stanovila cíl v budoucnu sledovat nejenom ziskovost a rentabilitu celé banky, ale i jednotlivých obchodních míst, skupin klientů a produktů. K tomu jí však informace z účetnictví vedeného za banku jako celek nestačí. Jaké informace a odkud by banka musela získávat?

Řešení

Banka by v tomto směru musela rozšířit manažerský informační systém, který již začala budovat, minimálně o tyto informace:

- finanční náklady a finanční výnosy jednotlivých obchodních míst banky, skupin klientů a produktů,
- provozní náklady a výnosy, které lze přiřadit přímo k jednotlivým obchodním místům banky, skupinám klientů a produktů,
- klíče pro přiřazení ostatních provozních nákladů a výnosů.

Cíl Manažerský informační systém nenahrazuje ostatní informační systémy banky, není nezbytným předpokladem ani pro realizaci bankovních obchodů. Jeho cílem je integrovat všechny dostupné informace, třídit je podle stanovených pravidel a algoritmů, zpracovávat je a poskytovat manažerům banky jako podklad pro jejich rozhodování.

4.6 Informační povinnost bank

Zákon o bankách č. 21/1992 Sb. (ve znění pozdějších předpisů) ve svém § 11 zakotvuje informační povinnost bank.

Vymezení informační povinnosti bank

Úkony banky plynoucí z její informační povinnosti:

- ve svých provozních prostorách písemnou formou v českém jazyce informovat o podmínkách pro přijímání vkladů, poskytování úvěrů a dalších bankovních obchodů a služeb, přičemž v informaci o službách, které spočívají v převzetí peněžních prostředků od klienta, musí být výslovně uveden vztah této služby k pojištění vkladů,
- čtvrtletně zveřejňovat údaje o složení akcionářů, o své činnosti a finanční ukazatele v rozsahu a způsobem stanoveným opatřením České národní banky,
- vést agendu každé smlouvy uzavírané s klientem takovým způsobem, aby bez zbytečného odkladu byla schopna předložit příslušné doklady v ověřeném překladu do českého jazyka.



Pokud je banka oprávněna vydávat hypoteční zástavní listy, je povinna vydat obchodní podmínky pro poskytování hypotečních úvěrů podle zákona o dluhopisech, v nichž stanoví zejména postup při prodlení dlužníka se splácením úvěrů nebo úroků, za kterých je banka oprávněna požadovat předčasné splacení úvěru (§11a).

4.7 Unifikace a formalizace informačního systému bank a ČNB

Unifikace a formalizace informačního systému

Informační systém banky poskytuje údaje sloužící příslušné bance i ČNB k analýze dosahovaných ekonomických výsledků a k formulaci potřebných závěrů pro fungování každé banky, ale i celé bankovní soustavy bez větších problémů. Srovnatelnost údajů plynoucích z různých bank je zajištěna unifikací a formalizací jejich informačního systému. Banky tak sestavují výkazy, které co do obsahu, členění a formy vymezuje ČNB, přičemž jednotlivé položky každého výkazu včetně vzájemných vazeb jsou přesně popsány.

Údaje předkládané bankami

Věcný obsah informací je dán jednak vlastní potřebou banky, ale i potřebou ČNB (bankovního dohledu). Ukazatele musí být vybrány tak, aby umožnily ekonomické hodnocení banky, hodnocení práce managementu a kontrolu dodržování regulativních opatření stanovených ČNB.

V měsíčních, čtvrtletních, příp. ročních intervalech jsou předkládány údaje týkající se těchto skutečností:

- aktiv a pasiv banky,
- nákladů a výnosů banky,
- hotovostního peněžního obratu,
- bankou poskytnutých a přijatých úvěrů,
- pohledávek a vkladů klientů,
- mezibankovních korunových vkladů a úvěrů,
- úrokových nákladů a výnosů,
- cenných papírů v držení banky a dlouhodobých finančních investic,
- devizových a korunových pozic banky, devizových a korunových plateb,
- denních hlášení o devizové a korunové pozici banky,
- devizových úvěrů a vkladů,
- rozvoje peněžního sektoru,
- budoucí obchodní činnosti,
- předpokládaného vývoje úvěrů a vkladů,
- klasifikovaných úvěrů,
- dalších skutečností prokazujících splnění regulačních opatření ČNB.

Údaje výkazů se předkládají bankami automatizovaně, ve formě datových souborů odpovídajících normě ISO 9735 Elektronická výměna dat pro správu, obchod a dopravu (EDIFACT). Datové toky znázorňuje následující schéma.

Výměna dat

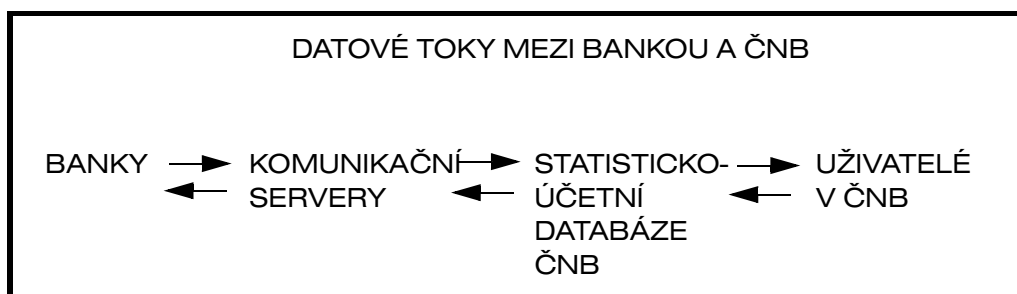


Schéma č. 39: Datové toky mezi bankou a ČNB.

Pramen: Lér, L.: Regulace činnosti bank, Bankovní institut, a.s., Praha 1997, str. 109.

Kromě povinných výkazů banky předkládají na základě zákona o ČNB a zákona o bankách zprávu o hospodaření v rozsahu a členění stanoveném ČNB.

Zpráva o hospodaření banky

Základní informace obsažené ve zprávě o hospodaření:

- údaje o akcionářích - o členech představenstva a dozorčí rady, o osobách v řídicích funkcích banky,
- způsob vedení účetní evidence - zhodnocení účetního systému a účetních postupů,
- systém řízení a informační systém - zhodnocení systému řízení banky a systému vnitřní kontroly zejména v oblastech bankovních rizik, informačního systému a automatizovaného zpracování dat,
- skutečnosti týkající se vnitřního auditu - jestli v bance existuje, jaké má postavení, cíle a úkoly, zda existuje výbor pro audit a jaká je úroveň kontrolní činnosti,
- dluhopisy ve vlastnictví banky - správnost účetní hodnoty, rezervy a opravné položky k nim,
- majetkové účasti v jiných společnostech - fakta o majetkových účastech banky,
- prověrka angažovanosti banky - posouzení rizikovitosti aktivních obchodů a stanovení nezbytné úrovně rezerv a opravných položek, uvedení velkých úvěrových angažovaností,
- finanční situace - popis finanční situace a významných položek, zhodnocení váhy a přínosu jednotlivých produktů.

Audit zprávy

Některé z údajů uvedených ve zprávě banky o hospodaření musí být ověřeny auditorem, který je povinen jednoznačně a konkrétně potvrdit správnost uvedených informací a dále uvést všechna významná zjištění a nedostatky včetně případných doporučení k jejich odstranění.

Informační povinnost bank dává informačnímu systému banky další dimenzi. Systém musí být konstruován tak, aby vyhověl i těmto požadavkům.



Shrnutí kapitoly

Potřeba výraznějšího nasazení se v bankách ukázala už v 50. letech. Původní systém prošel postupným vývojem. Banky jsou nuceny budovat své informační systémy co nejefektivněji, přičemž si nemohou dovolit ignorovat jejich vývoj.

Význam informačního systému je v bankách značný, bez něho by banka nebyla schopna provádět své činnosti. K jeho základním cílům patří: v plné míře automatizovat všechny významné operace banky a v co největší míře vyloučit manuální zpracování, racionalizovat tok údajů a zefektivnit management všech obchodních aktivit banky a bankovní management vůbec. Pro banku je nezbytné jeho napojení na některé vnější informační systémy.

Výběr informačního systému je pro každou banku těžkým a náročným úkolem, protože výsledkem musí být náležitě výkonný systém, vysoce kvalitní po stránce hardwaru, ale zejména softwaru, schopný dalšího rozvoje, který bude brát v úvahu specifika banky, podpoří existující, ale i nové bankovní aktivity, zkvalitní služby klientům, řízení a konkurenční schopnost banky.

Základ bankovního informačního procesu tvoří účetnictví, jehož cílem je poskytovat informace o finančním a hospodářském výsledku, o úspěšnosti managementu, zajištění dlouhodobé stability a likvidity a o výkonnosti banky. Pro potřeby managementu banky však tyto informace nestačí. Jsou pořád ve větší míře doplňovány informacemi z manažerského informačního systému, jehož základem je manažerské účetnictví.

V poslední době roste povinnost banky informovat veřejnost a potřeba ČNB dostávat kvalitní informace umožňující hodnotit míru bankou podstupovaného rizika a jeho potřebného pokrytí kapitálem banky.



Otázky k zamyšlení

1. Zamyslete se nad tím, proč je pro banku informační systém tak důležitý? Nebylo by ho možné nahradit něčím jiným?
2. Proč je podle vás potřebné propojení vnitřního informačního systému banky s vnějšími informačními systémy? Se kterými?
3. Proč je účetnictví považováno za základ informačního systému banky?
4. Myslíte si, že management potřebuje pro své potřeby informace, které mu informační systém banky ve své klasické podobě nemůže poskytnout v postačující míře? Pokud ano, proč?
5. Zamyslete se nad tím, jaké druhy informací byste v pozici manažerů banky požadovali? K čemu by vám měly sloužit? Odkud by je banka získávala?
6. Vstupte na internetové stránky ČNB a zjistěte, zda a v jaké míře banka stanovuje povinnost komerčním bankám zveřejňovat informace a na základě jakých právních předpisů?

POT

Vstupte na internetové stránky vámi vybrané banky. Pokud jste zaměstnání v bance, zvolte banku vlastní. Zjistěte:

- jaké informace a v jakém rozsahu banka pravidelně zveřejňuje,
- jaký je obsah a struktura těchto informací,
- k čemu mohou sloužit bankou zveřejňované informace,
- v čem jsou podle vás nedostatky těchto informací,
- jestli je možné provést analýzu banky na základě těchto informací.

Práci na POTu proveděte 3. týden v listopadu a pošlete na e-mailovou adresu lektora. Případné otázky a problémy při zpracování POTu Vám pomůže vyřešit lektor.



- **Kontrola banky ze strany ČNB**
- **Vnější audit bankovních činností**
- **Kontrolní funkce dozorčí rady banky**
- **Vnitřní kontrola banky**
- **Postavení a úlohy vnitřního auditu v bance**

5.

Kontrolní systém a audit banky



Cíl kapitoly

Činnost banky vyžaduje kontrolu, její náročnost se postupně zvyšuje. Jaký systém kontroly banka má? Je kontrolována zvenčí i vnitřním systémem kontroly? Co z toho převládá? Jakou kontrolní pozici má v bance dozorčí rada? Do jaké míry kontroluje banku ČNB a vnější auditor? Na tyto otázky naleznete odpověď v páté kapitole, pokud ji důkladně prostudujete.

Cílem této kapitoly je seznámit vás s kontrolním systémem a auditem banky. V části 5.1 naleznete odpověď na otázky z oblasti kontroly banky ze strany ČNB, v části 5.2 na otázky z oblasti kontroly prováděné vnějším auditorem. Dozvíte se zde i o spolupráci bankovního dohledu, vedení banky a auditorů. Kromě klasické vnitřní kontroly se v bankách stále ve větší míře uplatňuje vnitřní audit. O jeho službách, o rozdílech mezi vnitřním a vnějším auditem a vnitřní auditorské zprávě se dočtete v části 5.5. Část 5.5 je věnována vnitřní kontrole, postavení kontroly, cílům a podmínkám jejího efektivního fungování, jakož i hlavním zásadám vnitřní kontroly. V části 5.3 je rozpracována problematika kontrolní funkce dozorčí rady, jsou zde zmíněny úlohy a funkce dozorčí rady, její postavení v bance a její vztah k vnitřní i vnější kontrole.

Po prostudování této kapitoly získáte konkrétní poznatky z oblasti kontrolního systému a auditu banky, které vám jistě poslouží jako dobrá vědomostní základna při navazujícím předmětu Bankovní management.

Hodně trpělivosti při studiu této kapitoly!



Časová zátěž

Prostudování této kapitoly pro vás představuje časovou zátěž maximálně 4 hodiny (dle harmonogramu ve 4. týdnu v listopadu). Práce s otázkami k zamyšlení a autokorekční cvičení uvedené na webu vám zabere asi hodinu práce v témže týdnu.



Způsob studia

K zvládnutí učiva je potřebné postupně procházet jednotlivé části kapitoly, promýšlet je a souběžně s tím se zamýšlet nad otázkami uvedenými na konci kapitoly jako Otázky k zamyšlení. Otázky uvedené k této kapitole na webu jako Autokorekční cvičení vám poslouží k lepšímu pochopení a zapamatování daných problémů.

Při autokorekčním cvičení a při otázkách k zamyšlení budete potřebovat přístup na internetové stránky komerčních bank, ČNB a přístup do informačního systému ESF MU.

K této kapitole je povinností prostudovat část ze zákona o bankách věnovanou bankovnímu dohledu. Získáte tím poznatky o přesném legislativním vymezení bankovního dohledu nad bankami. Dále doporučujeme prostudovat kapitolu 4 Vnitřní audit v bankách z učebnice Organizace řízení banky a v případě většího zájmu o tuto problematiku doporučujeme pročíst odbornou publikaci Vnitřní bankovní audit. Získáte tím další poznatky, které vám doplní základní znalosti získané z této studijní opor

Činnost banky vyžaduje kontrolu, která se provádí:

- externě - ze strany ČNB a externího auditora,
- interně - formou vnitřní kontroly a vnitřního auditu banky.

5.1 Kontrola banky ze strany ČNB

Legislativní základna bankovního dohledu:

Dohled ze strany ČNB se provádí na základě zákona č. 6/1993 Sb. o České národní bance, který jí ukládá "vykonávat dohled nad prováděním bankovních činností a pečovat o bezpečné fungování a účelný rozvoj bankovního systému v České republice".

Uvedené schéma poukazuje na strukturu bankovního dohledu.

Bankovní dohled a jeho struktura

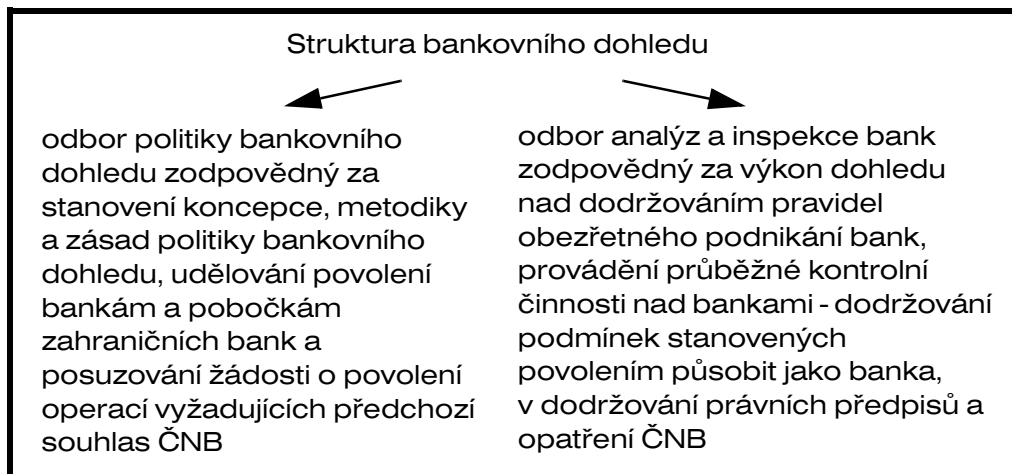


Schéma č. 40: Struktura bankovního dohledu.

Pramen: vlastní schéma.

Forma bankovního dohledu:

Dohled probíhá zejména formou různých výkazů a hlášení zasílaných bankami ve stanovených intervalech. Rozhodující součástí práce bankovního dohledu jsou však dohlídky přímo na místě.

Forma dohledu

Bankovní dohled svou soustavnou činností, posuzováním povolení působit jako banka a kontrolou dodržování pravidel obezřetného podnikání bank působí ke snižování rizik spojených s bankovními činnostmi, a to z hlediska předcházení rizikům i řešení jejich následků.

Přestože bankovní dohled má v kontrolní činnosti banky své nezastupitelné místo, těžiště kontrolní činnosti spočívá ve vnějším a vnitřním auditu a vnitřní kontrole banky. Proto se v této části budeme zabývat zejména těmito typy kontroly.

5.2 Vnější audit bankovních činností

Legislativní základna vnějšího auditu:

V souladu s obchodním zákoníkem a zákonem o účetnictví jsou banky povinny zajistit ověření své činnosti vnějším auditorem. Hlavní cíle a principy vnějšího auditu definuje zákon o auditorech a směrnice Komory auditorů.

Ověření auditorem

Základní zaměření práce vnějšího auditora ukazuje následující schéma.

5. Kontrolní systém a audit banky

Obsah práce auditora

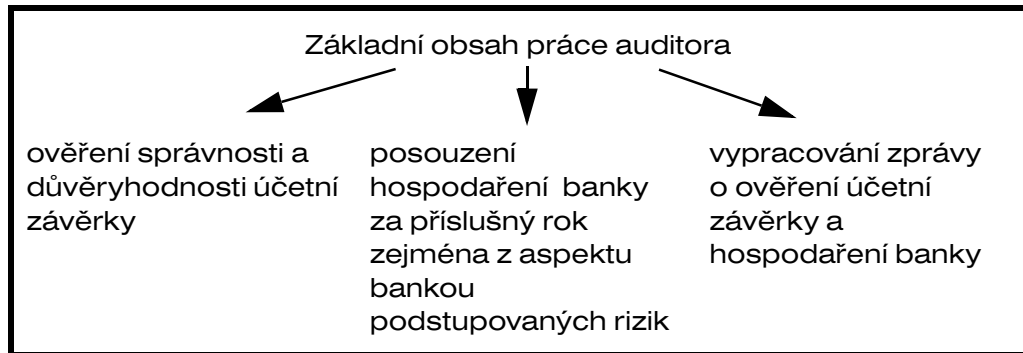


Schéma č. 41: Základní obsah práce auditora.

Pramen: vlastní schéma.

Vnějšího auditora (dále budeme uvádět pouze označení auditor) si banka vybírá sama, je ho však povinna předložit k posouzení ČNB, která je oprávněna předložený návrh odmítnout. Auditor a ČNB pak účinně spolupracují, přičemž každá strana má v této spolupráci své povinnosti.



Cíle vnějšího auditu

Auditor má vykonávat audit v souladu s příslušnými národními a mezinárodními standardy, přičemž banka a auditor se mají smluvně dohodnout na cíli, rozsahu a podmínkách auditu.

Cíle vnějšího auditu banky ukazuje následující schéma.

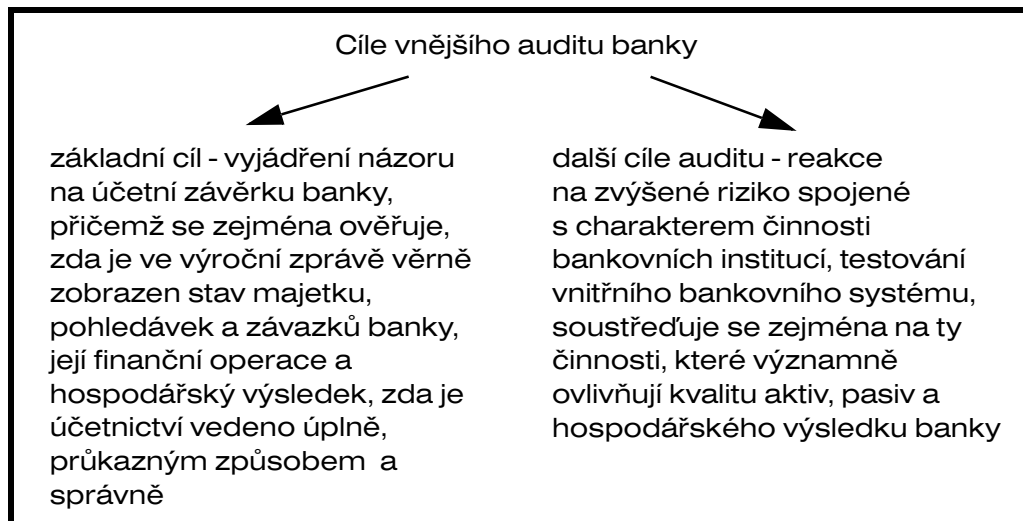


Schéma č. 42: Cíle vnějšího auditu banky.

Pramen: vlastní schéma.

Postup při auditu

Postup při vnějším auditu:

Vybírají se zpravidla ty činnosti a oblasti banky, kterým auditor věnuje zvýšenou pozornost. Je to zejména prověření:

- bezpečného zajištění pokladních hodnot, účetnictví a vnitřního kontrolního systému,
- zda při velké míře decentralizace pravomoci a rozptýlení účetních a kontrolních funkcí (v případě rozsáhlé sítě poboček a jednatelství) jsou dodržovány jednotné provozní a účetní metody.

Zvláštní pozornost je věnována mimobilančním položkám a dodržování regulativních požadavků vyhlášených bankovním dohledem.

Technika práce auditora:

Poněvadž práce auditora nemůže obsáhnout všechny bankovní operace, jsou základem auditorova ověřování testy, technika výběru vzorků a analytické kontrolní postupy.

Výsledek práce auditora:

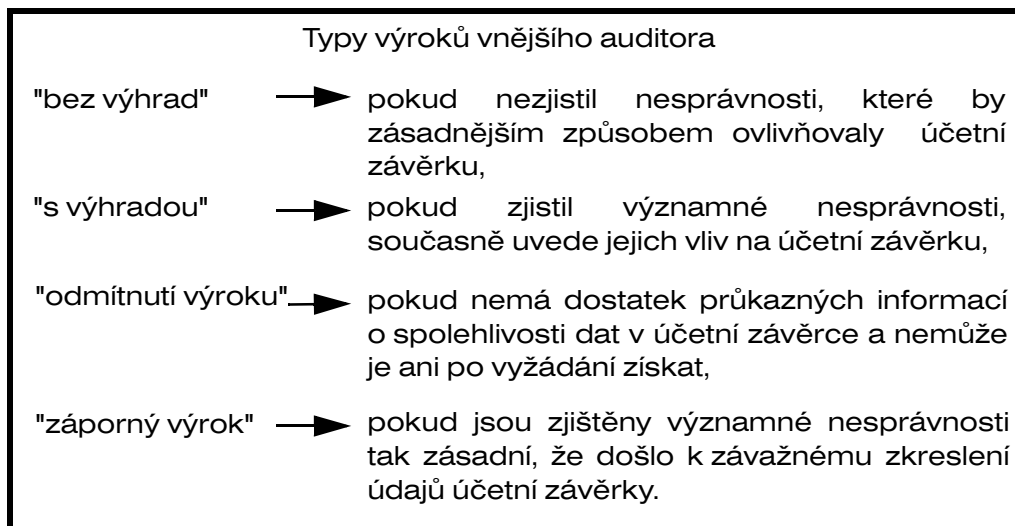
- auditorská zpráva,
- auditorský výrok.

Auditorská zpráva

Zpráva auditora je určena akcionářům, společníkům, představenstvu a předává se také bankovnímu dohledu.

Obsah auditorské zprávy:

Auditor v ní uvádí obchodní jméno účetní jednotky, období a datum účetní závěrky a výroční zprávy, předmět a účel ověření, odvolávky na uplatněné směrnice a postupy. Nejdůležitější částí auditorské zprávy je výrok auditora. Možné typy výroků uvádí následující schéma.



Auditorský výrok

Schéma č. 43: Typy výroků vnějšího auditora.

Pramen: vlastní schéma.

I když je auditor zodpovědný za objektivní ověření a vyřčení výroku o účetní závěrce, zodpovědnost za správnost vedení účetnictví a zpracování účetní závěrky spočívá na bance (zastoupené jejím statutárním orgánem).

Příklad

Banka v poslední době vykazovala větší ekonomické problémy, nezvládnutí zejména úvěrového rizika. Auditor, vzhledem na zjištěné významné nesprávnosti, ukončil svůj audit v bance vyslovením záporného výroku. Jaký bude další postup? Je možné, aby banka definitivně ukončila svou účetní závěrku a vypracovala výroční zprávu?



Řešení

Banka v případě záporného výroku auditora nemůže definitivně ukončit svou účetní závěrku. Musí na základě auditorem zjištěných nedostatků přepracovat své účetnictví tak, aby závady byly odstraněny, následně vypracovat výkazy účetní závěrky. Po prověření auditorem, který připojí svůj výrok "bez výhrad", případně svůj výrok "s výhradou" lze definitivně ukončit práce na účetní závěrce a vypracovat výroční zprávu.

Spolupráce bankovního dohledu, vedení banky a auditorů:

Bankovní dohled i auditori se při své práci setkávají s podobnými problémy, proto mohou spolupracovat a využívat navzájem své informace a zjištění, důležité pro obezřetné uskutečňování bankovních činností, řízení banky a adekvátní kontrolu.

Spolupráce bankovního dohledu, auditorů a vedení banky

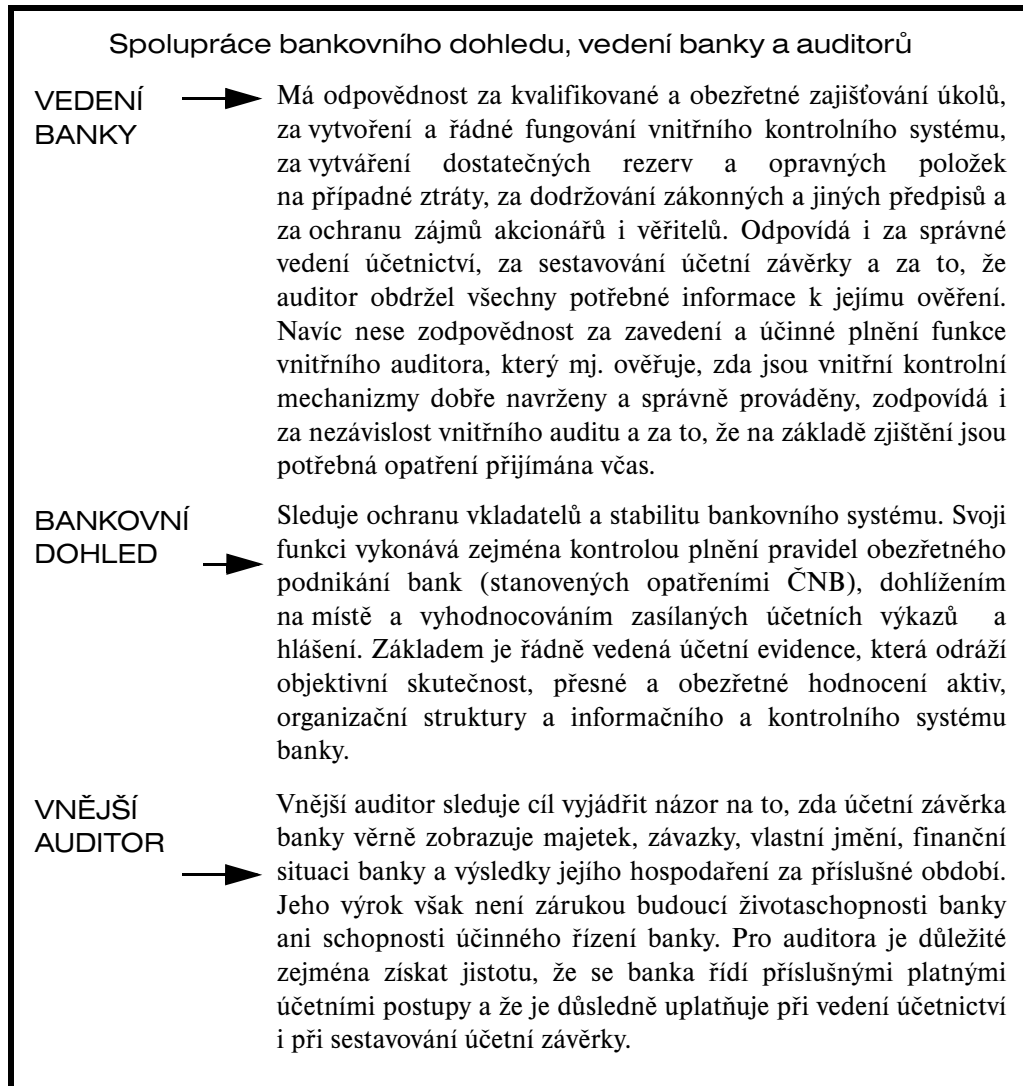


Schéma č. 44: Spolupráce bankovního dohledu, vedení banky a auditorů.
Pramen: vlastní schéma.

Vzájemný vztah mezi bankovním dohledem a vnějším auditem je dán shodnými zájmy o stejné problémové okruhy bank, i když cíle zkoumání jsou mnohdy rozdílné. Přesto je v řadě oblastí spolupráce bankovního dohledu a auditu vzájemně prospěšná a žádoucí. Auditorové zprávy jsou pro ČNB zajímavou databází o účetní závěrce, auditor na druhou stranu často přihlíží k opatřením ČNB.

Výroční zpráva

Povinnost banky vydávat výroční zprávu:

Údaje z auditem ověřené účetní závěrky banky však neslouží pouze bankovnímu dohledu, ale banka je tyto povinna zveřejňovat a vydávat výroční zprávu.

Obsah výroční zprávy:

- Základ tvoří údaje zveřejňované účetní závěrky, jméno auditora a jeho výrok, ale i údaje o důležitých skutečnostech, ke kterým došlo po uzavření účetního období, předpokládaný budoucí vývoj banky apod.
- Uspořádání a obsahové vymezení položek účetní závěrky a rozsah údajů určený ke zveřejnění stanoví příslušné opatření ministerstva financí. Údaje z účetní závěrky banka zveřejňuje vždy za běžné a minulé účetní období u jednotlivých položek aktiv a pasiv, nákladů a výnosů.

5.3 Kontrolní funkce dozorčí rady banky

Legislativní vymezení postavení dozorčí rady banky:

Zákon o bankách (v § 8) hovoří o tom, že banka musí mít statutární orgán a dozorčí radu. Základní postavení dozorčí rady banky plyne z obchodního zákoníku (§ 197 - § 201). Specifika jejího postavení musí být zakotvena ve stanovách banky.

Úlohy dozorčí rady:

- Úlohou dozorčí rady je dohlížet na výkon působnosti představenstva a na uskutečňování podnikatelské činnosti banky.
- Její členové jsou oprávněni nahlížet do všech dokladů a zápisů týkajících se činnosti banky a kontrolují, zda jsou účetní zápisy řádně vedeny v souladu s právními předpisy, stanovami a pokyny valné hromady.
- Dozorčí rada přezkoumává roční účetní závěrku a návrh na rozdělení zisku a předkládá své vyjádření valné hromadě. Jestliže to vyžadují zájmy banky, může valnou hromadu i svolat a navrhnout na ní potřebná opatření.

Složení dozorčí rady a její postavení v bance:

Dozorčí rada musí mít nejméně tři členy, dvě třetiny jejích členů volí valná hromada a jednu třetinu zaměstnanci banky. Jsou voleni na dobu určenou stanovami banky, tato však nesmí být delší než pět let. Členem dozorčí rady může být jenom fyzická osoba. Člen dozorčí rady nesmí být zároveň členem představenstva, prokuristou nebo osobou oprávněnou podle zápisu v obchodním rejstříku jednat jménem banky.

Postavení dozorčí rady

Úlohy dozorčí rady

Funkce dozorčí rady na základě mezinárodních zkušeností

- | | |
|--|--|
| kontrola a řízení bankovní strategie | → patří sem zejména plány činnosti, politika rizika, roční rozpočty a obchodní plány, stanovení cílů výkonu, sledování výkonnosti banky, odsouhlasení velkých transakcí (jako jsou kapitálové výdaje, akvizice a rušení majetku), |
| kontrola a řízení v oblasti pracovníků managementu | → patří sem zejména výběr a sledování klíčových řídicích pracovníků, v případě nutnosti i jejich výměna, kontrola odměn, zajištění oficiálního a přehledného jmenovacího procesu, sledování a řízení případných konfliktních zájmů managementu a členů představenstva, |
| kontrola a řízení v oblasti účetnictví, výkaznictví a systémů kontroly | → patří sem zejména zajištění integrity účetnictví banky a systémů finančního výkaznictví, včetně nezávislého auditu, zavedení příslušných systémů pro kontrolu a řízení finanční kontroly v souladu se zákonem, |
| kontrola v oblasti řídicích činností | → patří sem zejména sledování efektivnosti řídicích činností, které jsou základem fungování banky a sledování jejich případných změn, |
| dohled nad informačním systémem | → patří sem zejména sledování procesu poskytování a průhlednosti informací. |

Funkce dozorčí rady

Schéma č. 45: Funkce dozorčí rady na základě mezinárodních zkušeností.

Pramen: vlastní schéma.



Členové dozorčí rady mají povinnost chránit zájmy společnosti a akcionářů.

Dozorčí rada by měla mít neomezený přístup k vnitřní kontrole a vnitřnímu auditu banky, včetně práva nařídít vykonání určitých šetření ve jménu dozorčí rady v případě sledování jakéhokoli podezření z podvodu a za účelem kontroly efektivnosti vnitřní kontroly banky.

5.4 Vnitřní kontrola banky

Vnitřní kontrola

Postavení a cíle kontroly:

Vnitřní kontrola je základním ochranným prvkem před potenciálními chybami, ztrátami a nesrovnalostmi. Jejím cílem je zejména ochrana aktiv banky, kontrola přesnosti a spolehlivosti účetních údajů, podpora operativní efektivnosti a zajištění souladu s předepsanými zásadami a postupy.

V zásadě platí, že kontrola musí být jedna, t.j. nemělo by docházet ke zvyšování počtu nebo duplikaci kontrol. Kontrola musí být cílená a reálná, přičemž je třeba mít stále na mysli náklady na provádění kontrol. Musí se důsledně dodržovat pravidlo, že delegování pravomocí s sebou přináší povinnosti provádět kontrolu a supervizi. Příliš velké ztráty nebo četné podvody jsou důsledkem laxnosti a toho, že lidé plně nevykonávají svou odpovědnost.

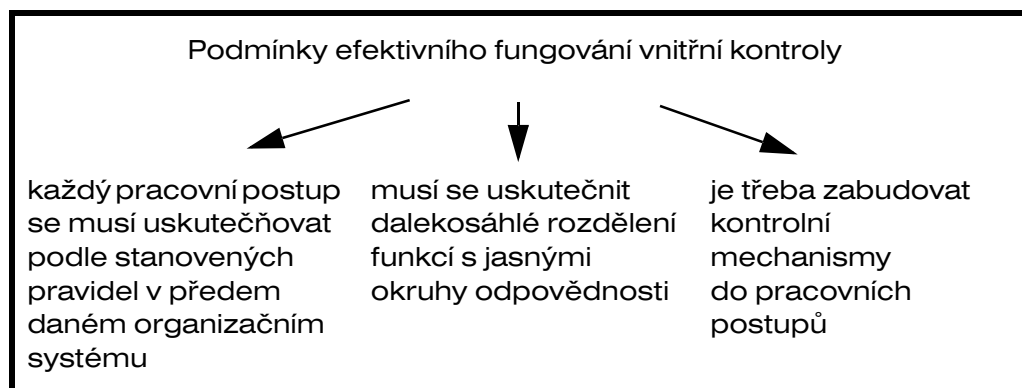


Schéma č. 46: Podmínky efektivního fungování vnitřní kontroly.

Pramen: vlastní schéma.

Všechny postupy pro zpracování bankovních transakcí, včetně platebních příkazů, zpracování šeků a poskytování úvěrů by měly obsahovat příslušné kontrolní mechanismy, včetně doporučení za účelem snížení možnosti zneužití ze strany banky a odhalení podvodů.

Hlavní zásady vnitřní kontroly	
jasně vyjádřené kontrolní cíle	→ zejména ochrana bezpečnosti operací, cenností, majetku a osob, zvyšování účinnosti a kvality služeb, zajišťování ochrany a rozšiřování spolehlivých a rychle dostupných informací, zajišťování dodržování cílů stanovených vedením banky,
příručka operačních postupů	→ potřebná vzhledem ke specifickým rysům bankovní činnosti a s tím souvisejícími riziky, ve svém obsahu přesná a úplná, k stálé dispozici uživatelům, přísně aplikovaná a pořád aktualizovaná,
přísné oddělení úkolů a supervize	→ oddělení povolení, provedení a kontroly příslušných bankovních operací, musí být odděleny a svěřeny různým osobám nebo orgánům tak, aby byly zajištěny cíle bezpečnosti a kvality operací, v zásadě by se měly provádět dva typy kontrol - kontrola vlastní operace a kontrola jejího účetního zachycení,
výběr kontrol	→ závisí na celé řadě faktorů, jako je zejména riziko a složitost operace, kompetence personálu, náklady na kontrolu, cíle kontroly, spolehlivost postupů apod.,
permanentní dokladování účtů	→ každý bankovní akt je zároveň účetním aktem, důsledkem je obrovský počet účetních zápisů a účtů, navíc existence účtů, které časem vyžadují transfer zpravidla do ztrát a používání neodůvodněných účtů, aby sloužily jako zástěrka vnitřním podvodům a zpronevěrám,
účinný vnitřní audit	→ zabezpečovaný patřičně kvalifikovaným auditorským týmem, nezávislým na managementu banky, který je jím kontrolovaný,
výkonný informační a kontrolní systém řízení	→ umožňuje pomocí kvalitních informací a systému měření výkonů odhalení určitých anomálií a zároveň umožňuje zlepšení výkonů banky, poskytuje bance účinný nástroj permanentního hledání největší účinnosti, nejlepší rentability, rychlé odhalování omylů v řízení, zavádění opravných akcí a uvědomení si změn prostředí,
kvalifikovaný personál	→ je klíčovým prvkem dobré vnitřní kontroly, všechny postupy a systémy by byly neúčinné bez personálu kvalifikovaného pro jejich realizaci.

Schéma č. 47: Hlavní zásady vnitřní kontroly.

Pramen: vlastní schéma.

5.5 Postavení a úlohy vnitřního auditu v bance

Vymezení vnitřního auditu:

Ve starším pojetí byl obsah činnosti vnitřního auditu zúžen na zkoumání a vyhodnocování vnitřní kontroly. V moderním pojetí je poradním orgánem vedení banky, který hledá

způsob, jak dosáhnout vyšší efektivity prostřednictvím neustálého zdokonalování uplatňované strategie, užívaných metod, systémů a postupů banky.

Služby vnitřního auditu

Služby poskytované vnitřním auditem:

- finanční audit,
- prevence a odhalování podvodů,
- vnitřní účetní kontrola,
- audit operací,
- audit produktivity,
- audit banky,
- audit managementu,
- audit personálního rozvoje,
- audit vnějších vztahů atd.



Hlavními žadateli a odběrateli služeb vnitřního auditu jsou řídicí orgány banky, provozní management, výbor pro audit a vnější auditoři. K službám vnitřního auditu patří analýzy, hodnocení, doporučení a informace. Vnitřní audit se stává z kontrolního orgánu součástí vedení, vnitřním poradcem a konzultantem banky, čím se vymezují nové hranice auditorské činnosti.



Příklad

Banka má vypracovány podrobné pracovní postupy, včetně systému hodnocení, schvalování a monitorování bankou poskytnutých úvěrů. Přesto bylo bankou vykázáno špatné úvěrové portfolio. Jaký bude další postup? Bude se tímto problémem dále zabývat vnitřní kontrola nebo vnitřní audit banky?

Řešení

Vnitřní kontrola banky se bude tímto problémem zabývat potud, pokud došlo k porušení stanovených pravidel a předpisů. Vnitřní audit se pak bude zabývat tímto problémem z aspektu posouzení jejich správnosti, kvality a účinnosti nastavení.

Vnitřní a vnější audit

Rozdíly mezi vnitřním a vnějším auditem:

Vnitřní audit představuje samostatnou a nezávislou činnost, při které útvar vnitřního auditu spolupracuje s útvary provádějícími vnitřní kontrolu. Vnější audit je služba poskytovaná kvalifikovanými odborníky v oboru účetnictví, jejichž cílem je vyjádřit objektivní názor na to, zda stav hospodaření banky odpovídá ekonomické a finanční situaci banky v daném okamžiku, a zda jsou výsledky hospodaření a změny v daném období v souladu s obecně přijatými účetními zásadami. Vnitřní audit zpravidla spolupracuje s vnějším auditem.

Vnitřní audit a kontrola

Vztah vnitřního auditu a vnitřní kontroly:

- Vnitřní audit je součástí vnitřní kontroly banky, vnitřní kontrola je však širším pojmem.
- Vnitřní kontrola a vnitřní audit se svými cíli neliší - jejich úkolem je působit předběžně, tj. vést osoby, které jsou předmětem dohledu, k jednání odpovídajícímu předpisům. Mají ovšem působit i následně, tj. zjišťovat příslušné odchylky.
- Vnitřní audit nenahrazuje vnitřní kontrolu, má v bance své odlišné místo a poslání.
- Vnitřní kontrola je součástí řízení banky, vnitřní audit podporuje racionální systém řízení banky.

Činnost vnitřního auditu je plánovaná, předpokládá roční a střednědobé plány.

Vnitřní auditorská zpráva

Vnitřní auditorská zpráva:

Během dvouměsíční lhůty, počítané od ukončení účetního období, je předkládána auditorská zpráva, která je výsledkem průzkumu, šetření a analýz, uskutečněných v průběhu provádění vnitřního auditu. V předepsané písemné podobě shrnuje názor auditorů na auditovanou oblast, s přihlédnutím ke stanoveným cílům, k vnitřní kontrole a k nedostatkům, které byly zjištěny a obsahuje doporučení vhodných nápravných opatření, vedoucích k odstranění zjištěných nedostatků.

Vnitřní audit klade značné nároky na přípravu auditorů. Vnitřní auditor by měl být dynamickou osobností se společenským vystupováním, se schopností naslouchat, s příslušným vzděláním a schopností vytvořit ovzduší důvěry, s přijatelným vzezřením, čestný a objektivní. Při své práci se musí řídit etickým kodexem vnitřního auditora, který vydala Bankovní asociace, a který vychází z Mezinárodního etického kodexu vnitřního auditora.



Shrnutí kapitoly

Banka je kontrolována externě - ze strany ČNB a externího auditora a interně - formou vnitřní kontroly a vnitřního auditu banky. ČNB provádí dohled zejména formou různých výkazů a hlášení zasílaných bankami ve stanovených intervalech. Rozhodující součástí dohledu jsou však dohlídky přímo na místě. Bankovní dohled svou soustavnou činností, posuzováním povolení působit jako banka a dodržováním pravidel obezřetného podnikání bank působí ke snižování rizik spojených s bankovními činnostmi, a to z hlediska předcházení rizikům i řešení jejich následků.



Vnější kontrola ze strany externího auditora je v souladu se zákonem o účetnictví a s obchodním zákoníkem. Hlavní principy a cíle vnějšího auditu definuje zákon o auditorech a směrnice Komory auditorů. Auditor tak vykonává audit v souladu s příslušnými národními i mezinárodními standardy.

Vnitřní kontrola banky je základním ochranným prvkem před chybami a ztrátami v bankovním podnikání. Jejím cílem je zejména ochrana aktiv banky, kontrola přesnosti a spolehlivosti účetních údajů, podpora efektivnosti a zajištění souladu s předepsanými zásadami a postupy. V poslední době se rozvíjí vnitřní audit, který byl zpočátku zúžen na zkoumání a vyhodnocování vnitřní kontroly, v moderním pojetí se však stal poradním orgánem vedení banky, který hledá způsob, jak dosáhnout vyšší efektivnosti v mechanismu uplatňované strategie, řízení, systémů a postupů.

Nejvyšším vnitřním kontrolním orgánem je však dozorčí rada, která představuje kontrolu vlastníka a zaměstnanců banky.

Otázky k zamyšlení

1. Je podle vás správné, že banka je kontrolována ze strany ČNB?
2. Zamyslete se nad tím, proč přes důkladnou kontrolu ze strany ČNB některé banky výrazně nedodržovaly stanovené legislativní normy a v konečném důsledku dospěly k úpadku.
3. Zamyslete se nad tím, jestli vnitřní auditor není pro banku zbytečný vzhledem k vnějšímu auditu.
4. Jak by podle vás měla spolupracovat dozorčí rada a oddělení vnitřní kontroly a auditu v bance?
5. Myslíte si, že pomocí dozorčí rady je vlastník schopný udržet kontrolu nad bankou?
6. Zamyslete se nad tím, jak by se dala zlepšit kontrola bankovního podnikání.



Shrnutí

Banky jsou specifické podnikatelské subjekty. Vykonnávají finanční operace a jsou významnými účastníky finančního trhu. Jejich činnost je natolik specifická, že účtují podle zvláštní účtové osnovy a je nad nimi vykonáván bankovní dohled. Stanovení podmínek pro jejich vznik a udělování licence je v kompetenci ČNB, která má vůči nim regulativní postavení a zároveň provádí dohled nad činností bank. Specifika bankovního podnikání se přenáší i do specifík finančního řízení, plánování, informačního a kontrolního systému banky. Ústředním tématem je klient a jeho postavení v bankovním podnikání. S ním jsou spojena specifika bankovního marketingu a problematika kvality služeb a cen bankovních produktů.

Mechanismus fungování bank, i tak dost složitý, je v posledním období modifikován nejnovějšími trendy a radikálními změnami probíhajícími v současném bankovním, které banky nutí přistupovat ke svým funkcím zodpovědněji a racionálněji.

Předmět "Bankovníctví II" si kladl za cíl představit banku ve změněném postavení, posoudit banku jako podnikatelský subjekt s podrobnějším rozbořením otázek její rentability a stability, rizik bankovního podnikání, bankovního dohledu a organizační struktury banky. Navázal na nejnovější trendy v oblasti změněného postoje ke klientovi, zaměřil se na vztah banky a klienta při bankovních produktech a službách, poukázal na systém pojištění pohledávek z vkladů a smluvní základ vztahu klienta a banky. Zaměřil se na problémy banky v tržním prostředí, podstatu a specifika bankovního marketingu, seznámil studenta s distribučními cestami bankovního podnikání a ukázal systémy tvorby cen bankovních produktů.

Významné místo zde bylo věnováno informačnímu a kontrolnímu systému banky, které souvisí s trendem kvalitnějšího řízení bankovních rizik a zvýšenému významu bankovního managementu vůbec.

Na základě zvládnutí jednotlivých kapitol strukturovaného textu student získal potřebné znalosti z oblasti bankovníctví, z pohledu ústředí banky stanovených cílů.

Od vědomostí, které měl na úrovni obchodních míst a bankou poskytovaných produktů a služeb, se dostává ke znalostem o mechanismu fungování banky. Tyto poznatky může využít při výběru banky v pozici klienta, dále pak v pracovní komunikaci s bankou z pozice zaměstnance podnikatelského subjektu ve výrobní nebo jiné sféře. Rozhodně je využije jako solidní základ při studiu dalších navazujících specializovanějších předmětů jako je Účetnictví bank, Bankovní management, Bankovní regulace a dohled.

Glosář

A

Agenda - je věcně a logicky uzavřený soubor činností, které jsou zahrnuty do stejné oblasti funkce banky, vykonávané většinou v jednom organizačním útvaru.

Aktiva banky - představují majetek banky /včetně pohledávek/.

Akciové riziko - je riziko držení akcií v rozvaze banky s možností poklesu jejich tržní ceny. Platí, že akcie jsou jedním z nejnebezpečnějších druhů aktiv, což je dáno tím, že pohyby cen akcií mohou být velmi prudké.

Analýza hospodářského výsledku - tvoří podstatnou část ekonomické analýzy banky.

Auditor - má vykonávat audit v souladu s příslušnými národními i mezinárodními standardy, přičemž banka a auditor se mají smluvně dohodnout na cíli, rozsahu a podmínkách auditu.

Auditorský výrok - může být bez výhrad, s výhradou, záporný výrok nebo auditor výrok odmítne.

B

Banky - jsou právnické osoby se sídlem v České republice, založené jako akciové společnosti, které přijímají vklady od veřejnosti a poskytují úvěry a které k výkonu těchto činností mají bankovní licenci.

Bankovní asociace - asociace vytvořená bankami pro zastupování jejich zájmů a řešení společných problémů.

Bankovní dohled - znamená kontrolu dodržování stanovených pravidel a vyvozování důsledků při jejich nedodržování.

Bankovní marketing - je kombinace marketingu nákupu, průmyslu a marketingu spotřebních předmětů.

Bankovní produkty - zařazujeme je do sféry služeb nemateriální povahy.

Bankovní regulace - znamená stanovení pravidel pro činnost bank.

Bankovní tajemství - povinnost neposkytovat informace o záležitostech týkajících se klienta banky

C

Cenová politika - je generální vodící čára, směrnice, která je založena na pochopení cenových cílů, vnějších a vnitřních proudů ovlivňujících rozhodování, stanovení ceny produktu. Je založena na efektivním využití cenových strategií a taktik.

Cenová strategie - je kostra, na základě které stanovujeme cenové rozpětí, plánujeme taktiku cenové pružnosti v určitém časovém horizontu na základě předpokládaných cenových relací produktu.

Č

ČNB - centrální banka v České republice, která vystupuje v bankovní soustavě v pozici makroekonomického peněžního centra.

D

Distribuční kanály banky - jsou to její pobočky a expozitury, samoobsluha klientů a elektronické distribuční cesty.

Dualismus - znamená spojení hodnotové a věcné stránky bankovních produktů.

Dohled nad informačním systémem - znamená sledování procesu poskytování a průhlednosti informací.

Dozorčí rada - její úlohou je dohlížet na výkon působnosti představenstva a na uskutečňování podnikatelské činnosti banky.

E

Elektronické distribuční cesty - znamenají spojení klienta se svou bankou přes telekomunikační média s možností využívat z domova či kanceláře služby přímého bankovníctví.

F

Forma bankovního dohledu - dohled probíhá zejména formou různých výkazů a hlášení zasílaných bankami ve stanovených intervalech. Rozhodující součástí práce bankovního dohledu jsou však dohlídky přímo na místě.

H

Hypotéční zástavní listy - Dluhopisy emitované bankami s licenci k hypotéčnímu bankovníctví, zdroje jimi získané slouží k poskytování hypotéčních úvěrů.

I

Inflační riziko - je riziko plynoucí ze změny hodnoty peněžní jednotky. Má vliv na všechny položky bilance, banka sama ho však nemůže ovlivnit.

Informační systém banky - je výkonný systém, vysoce kvalitní po stránce hardwaru, ale zejména softwaru, schopný dalšího rozvoje, který bere v úvahu specifika banky, podporuje existující i nové bankovní produkty a služby, zkvalitňuje služby klientům, řízení a konkurenční schopnost banky.

Insider obchody - obchody provedené na základě nezákonně získaných informací.

K

Klient v postavení věřitele /vkladatele/ - svěřuje bance své peníze.

Klient v postavení dlužníka - od banky si půjčuje.

Klientský informační systém - je systém informací určený pro klienta.

Kursově riziko - je riziko poklesu ziskovosti, případně dosažení ztráty v důsledku pohybu kursů cizích měn v případě, že množství aktiv a pasiv v každé jednotlivé cizí měně je různé.

M

Management kvality - musí být chápán jako koncepce přijatá celou bankou a všemi jejími pracovníky.

Manažerský informační systém - je informační systém poskytující vedoucím pracovníkům komplexní informace nezbytné pro rozhodování a řízení na všech řídicích úrovních, schopný integrovat data a informace z dílčích informačních systémů používaných v bance.

Marketing - je systém opatření zaměřený na vytvoření, udržení a rozvoj trhu.

Marketingový mix - jsou ovlivnitelné proměnné, které firma kombinuje za účelem uspokojení cílového trhu.

O

Organizační jednotky - tvoří seskupení pracovníků, které je organizačně, administrativně a materiálně vybaveno tak, aby mohlo samostatně plnit ty úkoly, které jsou její funkční náplní.

Organizační struktura banky - je součástí systému jejího řízení. Je podmíněna optimálním organizačním uspořádáním, které je nezbytné pro zabezpečení činností a chodu banky.

P

Pasiva banky - představují zdroje, tj. závazky a vlastní zdroje obchodní banky.

Pobočka banky - výkonná organizační jednotka ve vztahu ke klientele banky.

Plánování ceny - je systematický rozhodovací proces, sloužící ke stanovení cenových politik, strategií, taktik a cílů.

Pracovní místo - je základním prvkem organizační struktury banky, které představuje soubor práv, zodpovědností a povinností vytvořených pro zajištění celé agendy nebo její části.

Provize a prémie - cena za poskytnutí služby klientovi, při níž banka bere na sebe určité riziko.

Provozní riziko - představuje ztráty způsobené nesprávným řízením banky, selháním počítačových systémů, vysokými provozními náklady apod.

Poplatky přímé - cena za poskytnutí služby klientovi, s kterou jsou spojeny určité náklady, nejsou však spojeny s převzetím rizika.

Poplatky nepřímé - cena za poskytnutí určité služby klientovi, bez přebírání určité míry rizika, nejsou však vyjádřeny jako samostatné poplatky, ale jsou skryty v jiné ceně.

R

Riziko likvidity - je riziko, že banka nebude mít dostatek volných finančních prostředků k pokrytí svých závazků, případně tak může učinit pouze pomocí nouzových opatření nebo za hodně vyšší cenu jako obvykle. Nedostatek likvidity navíc znemožňuje bance realizovat nové transakce. Obsahuje i riziko neschopnosti banky splnit požadavky ČNB na povinné minimální rezervy.

Regulačně-právní riziko - je riziko právních a regulatorních změn ovlivňujících bankovní podnikání.

ROA - znamená rentabilitu, návratnost aktiv. Vyjadřuje čistý zisk banky /zisk po zdanění/ měřený ve vztahu k celkovému objemu bankovních aktiv.

ROE - znamená rentabilitu, návratnost vlastního kapitálu. Vyjadřuje čistý zisk banky /zisk po zdanění/ měřený ve vztahu k množství vlastního kapitálu banky.

S

Systém pojištění vkladů - je v České republice upraven zákonem o bankách, kterým se zřizuje Fond pojištění vkladů (je právnickou osobou a zapisuje se do obchodního rejstříku/. Ve vztahu banka - klient má funkci zabránit útoku na banku /při závažnějších problémech banky/ a ochránit vklady klientů / při nesolventnosti banky).

Systém SWIFT - informační systém s celosvětovou sítí umožňující přenos dat zahraničním platebním styku.

T

Tržní riziko - je souhrnný pojem pro úrokové, kursově, akciové a další rizika, která jsou spojena s pohybem tržních cen. Je to riziko změny portfolia bankovních aktiv nebo pasiv v důsledku změny tržních podmínek.

U

Účelové organizační jednotky - výkonné organizační jednotky, které zajišťují podmínky pro bezporuchový chod banky a racionální poskytování bankovních produktů.

Účetnictví bank - je proces zápisu, klasifikace, sumarizování, vykazování a výkladu finančních údajů banky. Je to systém založený na rigorózních metodických principech a obecně uznávaných zásadách, směřujících k tomu, aby podávalo věrný obraz skutečnosti.

Účetní informace - jsou určeny pro interní a externí uživatele.

Úvěrové riziko - je riziko, že protistrana úvěrového vztahu nedostojí svým závazkům, nedodrží dohodnuté podmínky úvěrové transakce a bance tím vznikne ztráta.

Úrok - cena za půjčení peněz.

Úrokové riziko - spočívá v negativním vlivu změny úrokových sazeb na náklady a výnosy banky, a tím na její ziskovost. Dotýká se dlužníků i věřitelů banky. V důsledku změny úrokových sazeb dochází navíc ke změně tržní hodnoty bankovních aktiv.

Ústředí /centrála/ banky - organizační jednotka, která vykonává koncepční, metodicko-řídící a kontrolní činnost ve vztahu k ostatním organizačním jednotkám, přičemž v určitých oblastech působí i jako výkonná jednotka.

V

Vlastní zdroje banky - tvoří je základní jmění, zákonné rezervní fondy, ostatní fondy tvořené ze zisku, kapitálové fondy a nerozdělený zisk banky.

Vnější audit bankovních činností - provádí vnější auditor s tímto hlavním zaměřením: ověření správnosti a důvěryhodnosti účetní závěrky, posouzení hospodaření banky za příslušný rok zejména z aspektu bankou podstupovaných rizik a vypracování zprávy o ověření účetní závěrky a hospodaření banky.

Vnitřní audit - je poradním orgánem vedení banky, který hledá způsob, jak dosáhnout vyšší efektivity prostřednictvím neustálého zdokonalování uplatňované strategie, užívaných metod, systémů a postupů banky.

Vnitřní kontrola - je základním ochranným prvkem před potenciálními chybami, ztrátami a nesrovnalostmi. Jejím cílem je zejména ochrana aktiv banky, kontrola přesnosti a spolehlivosti účetních údajů, podpora operativní efektivity a zajištění souladu s předepsanými zásadami a postupy.

Výroční zpráva - obsahuje údaje zveřejňované účetní závěrky, jméno auditora a jeho výrok a údaje o důležitých skutečnostech, ke kterým došlo po uzávěrce účetního období.

Z

Závazky banky - jsou dočasného charakteru a vznikají z vkladových a emisních operací banky / při získávání primárních zdrojů/ a z operací banky na mezibankovním peněžním trhu/při získávání sekundárních zdrojů/.

Zisk banky - patří k ukazatelům, které jsou v centru pozornosti při hodnocení úspěšnosti banky. Z pohledu akcionářů znamená míru zhodnocení jejich investic, z pohledu věřitelů je důkazem důvěryhodnosti banky. Pro banku samotnou znamená rozhodující zdroj krytí předpokládaných ztrát z aktivních obchodů banky a nejlevnější zdroj jejího ekonomického růstu.

Zpráva auditora - je určena akcionářům, společníkům, představenstvu a předává se také bankovnímu dohledu. Obsahuje obchodní jméno účetní jednotky, období a datum účetní závěrky a výroční zprávy, předmět a účel ověření, odvolávky na uplatněné směrnice a postupy. Její nejdůležitější částí je auditorský výrok.

Rejstřík

Jmenný

B

Bernardo, I., 44

C

Cigánková, S., 44

L

Lér, L., 30

S

Schuster, L., 36

T

Torres, M., 44

Věcný

A

aktivní obchody, 16

audit

vnější, 69, 70

vnitřní, 76

auditor, 69, 70

auditorská zpráva, 70

auditorský výrok, 71

B

bankovní

dohled, 22, 23

podnikání, 22

regulace, 22

tajemství, 31

bilančně neutrální obchody, 16

C

cena bankovních produktů, 51, 54

cenová politika, 53

cenové

cíle, 53, 54

strategie, 53

cíl

primární, 17, 18

sekundární, 17, 18

D

datové toky mezi bankou a ČNB, 65

distribuční

kanály, 48

politika, 48

dozorčí rada, 73

E

elektronické distribuční cesty, 50

etapy projektu automatizace, 63

etika bankovního podnikání, 30

F

fond pojištění vkladů, 32, 33

I

informace poskytované managementu, 61

informační

povinnost bank, 64

system, 58, 59

K

klient, 29, 30

klientský informační systém, 35

kvalita služeb, 36

M

management kvality služeb, 36, 37

manažerský informační systém, 62, 63

marketing, 42, 43, 47

marže

neúroková, 21

úroková, 21

měření kvality, 38

model

řízení kvality služeb, 37

"tří C", 52

N

nefinanční informace, 62

O

obchody na vlastní účet, 16

organizační

struktura, 23

útvary, 24

P

pasivní obchody, 16

plánování ceny, 53

pojištění pohledávky z vkladů, 32, 33

poplatky, 52

povinnost mlčenlivosti, 31

proměnné marketingového mixu, 44

provize, 52

R

rentabilita, 21

riziko

akciové, 20

inflační, 21

kurzové, 20

likvidity, 19

regulačně-právní, 21

tržní, 20

úrokové, 20

úvěrové, 18, 19

ROA, 22

ROE, 22

Ř

řízení banky, 18

S

smluvní vztah, 30, 31

struktura bankovního dohledu, 69

T

tržní chování banky, 42

tvorba cen bankovních produktů, 51

typy

elektronických distribučních cest, 50

samoobslužních prostředků, 49

U

účetnictví bank, 61
účetní informace, 61
úrok, 52
úvěry, 16

V

vklady, 16
vlastní zdroje banky, 16
vnitřní kontrola banky, 74
výroční zpráva, 72

Z

základní skupiny bankovních klientů, 29
závazky banky, 16
zisk, 21
zvláštnosti bankovních produktů a služeb, 46

Použitá literatura

- [1] KOLEKTIV AUTORŮ. *Organizace řízení banky*.
Praha: Bankovní institut, a. s., 1997. 130 str.
- [2] KOLEKTIV AUTORŮ. *Finanční řízení bank*.
Praha: Bankovní institut, a. s., 1997. 341 str. ISBN 80-902243-1-8
- [3] LÉR, L. *Regulace činnosti bank*.
Praha: Bankovní institut, a. s., 1997.
- [4] SARDI, A. *Vnitřní bankovní audit*.
Praha: HZ Praha, spol. s. r. o., 1996.
- [5] SCHUSTER, L. *Management kvality v bankovníctví - I. část*.
Finance a úvěr, 1999, č. 7, str. 421.
- [6] TORRES, M., BERNARDO, I., CIGÁNKOVÁ, S. *Marketing bankovních služeb*.
Praha: Bankovní institut, a.s., 1995.
- [7] WILSON, J. S. G. *Manažment bankových aktív a pasív*.
Bratislava: Elita, 1998.
- [8] ZUBALOVÁ, A. *Leasing a dane z príjmov v teórii a praxi*.
Bratislava: Eurounion, 1998.
- [9] Zákon o bankách č. 21/1991 ve znění pozdějších úprav a předpisů.

PATRIA .cz

Váš investiční portál

Masarykova univerzita
Ekonomicko-správní fakulta
Centrum distančního a celoživotního vzdělávání

Bankovníctví II

Distanční studijní opora

Doc. Ing. Božena Petrjánošová, CSc.

Vydala Masarykova univerzita roku 2004

Technický redaktor: Martin Vlasák
Metodická spolupráce: Ing. Robert Jahoda
Jazyková úprava CDCV: Mgr. Jana Albrechtová

1. vydání, 2004 náklad 64 výtisků

AA – 4,75 VA – 4,90 94 stran

Tisk: Tiskárna BonnyPress, Heinrichova 16, Brno 602 00

Pořadové číslo 4021/ESF-40/04-17/99

ISBN 80-210-3523-4

Tato publikace neprošla redakční ani jazykovou úpravou
v redakci vydavatele.

