



BANKOVNÍ SLUŽBY

Kvantitativní výzkum

Červen 2006 / Vybrané závěry z exkluzivního výzkumu pro MF ČR / STEM/MARK, a.s.



Hlavní zjištění

Lidé chtějí:

✓ více informací

- **sazebník součástí smlouvy** (92 %)
- **informace o změnách v sazebníku banky** (pro 63 % kritérium výběru)
- **informace o nakládání s osobními údaji** (52 % neví nic, ale chtějí vědět)

✓ srovnatelné informace

- **jednoznačný výběr** (84 % chce jednoduché srovnání poplatků všech bank)

✓ ovlivnit formu a obsah výpisů

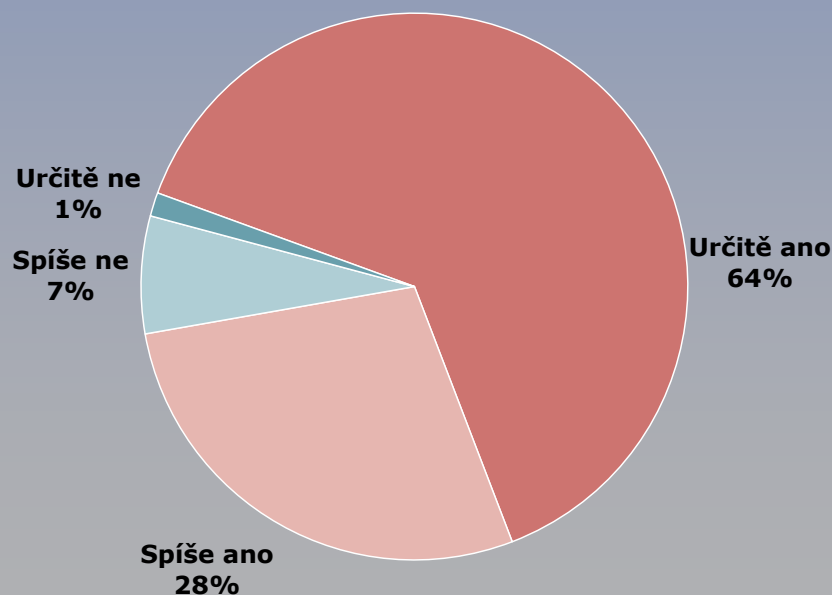
- **odmítnout reklamu ve výpisech** (84 % ano)
- **existuje zájem klientů o výpisy pouze elektronicky** (>50% uživatelů internetu)



Ceník jako součást smlouvy při zakládání účtu

Ceník bankovních operací jako součást smlouvy při zakládání nového účtu v bance

ZÁKLAD: Respondenti, kteří vlastní účet nebo si jej plánují založit, n=742



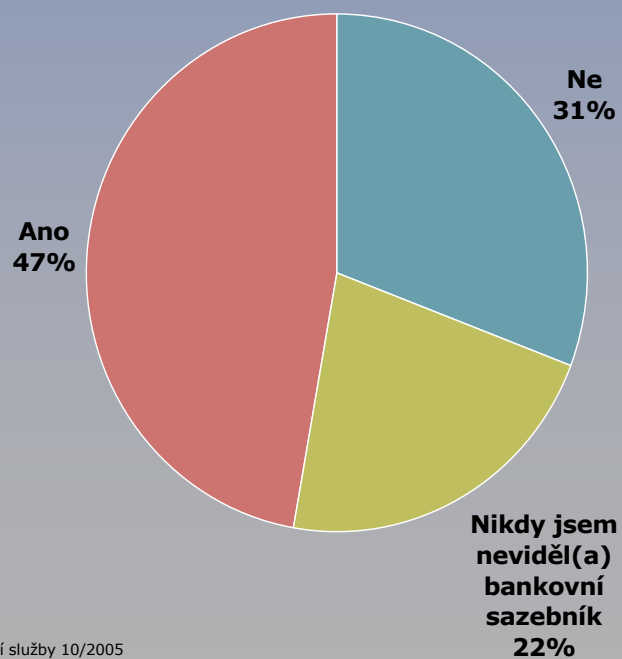
- **92 %** respondentů se přiklání ke skutečnosti, že ceník bankovních operací by měl být automaticky součástí smlouvy při zakládání nového účtu v bance.



Orientace v sazebníku banky

Orientace v sazebníku banky u které je veden účet

ZÁKLAD: Respondenti, kteří vlastní účet, n=715



- Pouze necelá polovina vlastníků účtů se orientuje v sazebníku své banky.
- 22 % respondentů říká, že nikdy sazebník banky nevidělo.

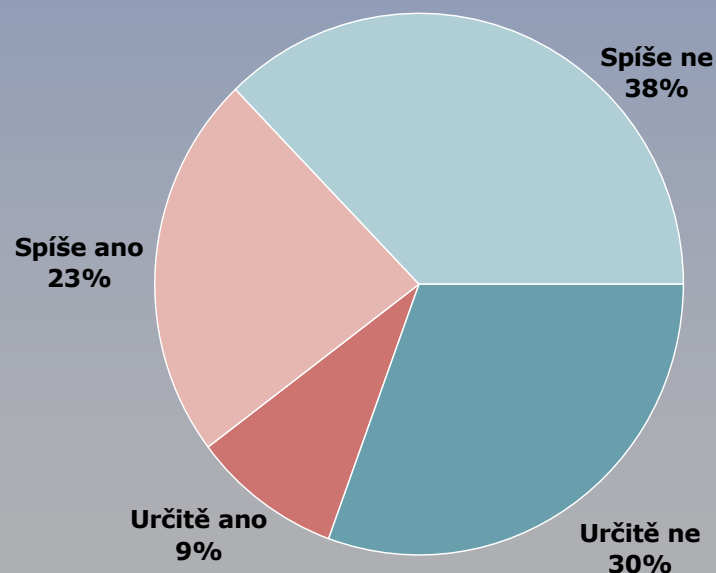
ZDROJ: STEM/MARK, Bankovní služby 10/2005



Dostatek informací o změnách v bankovním sazebníku

Dostatek informací o změnách v bankovním sazebníku konkrétní banky

ZÁKLAD: Respondenti, kteří vlastní účet nebo si jej plánují založit, n=742



ZDROJ: STEM/MARK, Bankovní služby 10/2005

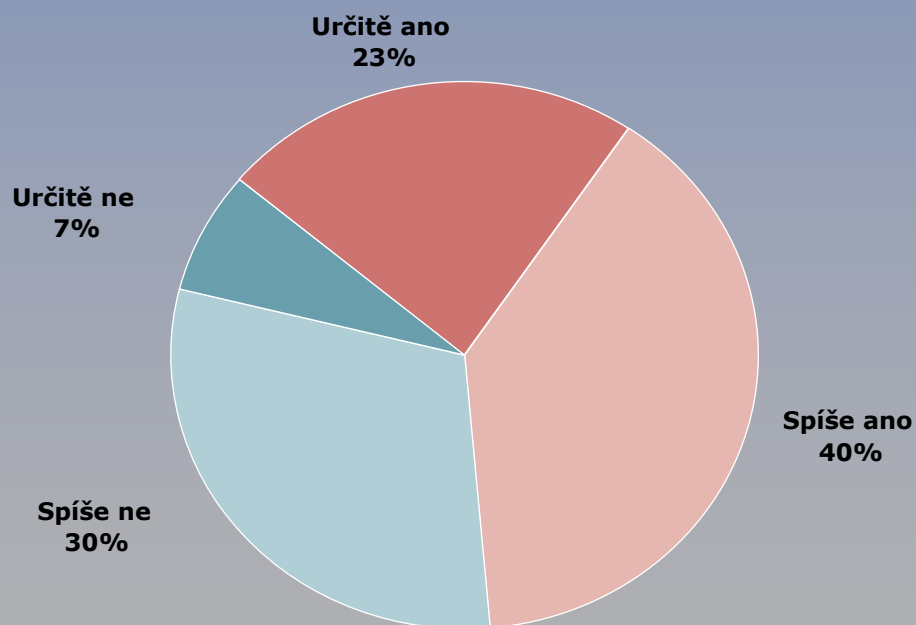
- Informovanost o změnách v bankovním sazebníku konkrétní banky je podle respondentů nízká.
- Pouze necelá třetina respondentů se domnívá, že je alespoň částečně informována o změnách v bankovním sazebníku své banky.



Vliv změny podmínek na volbu banky

Vliv změny podmínek na volbu banky

ZÁKLAD: Respondenti, kteří vlastní účet nebo si jej plánují založit, n=742



ZDROJ: STEM/MARK, Bankovní služby 10/2005

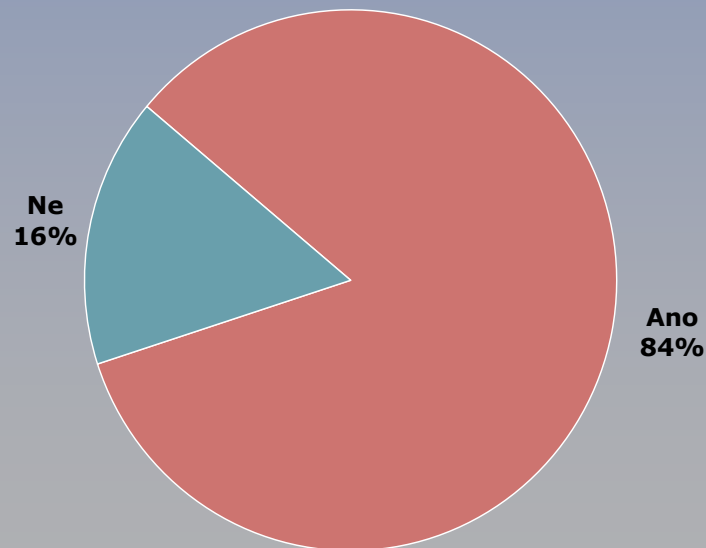
- **Téměř 2/3 respondentů uvedly, že to, jak často určitá banka v minulosti měnila své ceny, by mohlo být faktorem ovlivňujícím rozhodnutí, u které banky si účet zřídí.**
- **Lidé, kteří se zajímají o problematiku bankovních služeb, deklarují větší vliv změny poplatků bankovních služeb na rozhodnutí, u které banky si otevřít účet.**



Možnost jednoduše srovnat bankovní poplatky

"Uvítal(a) byste možnost srovnat si jednoduše bankovní poplatky všech bank?"

ZÁKLAD: Respondenti, kteří vlastní účet nebo si jej plánují založit, n=742



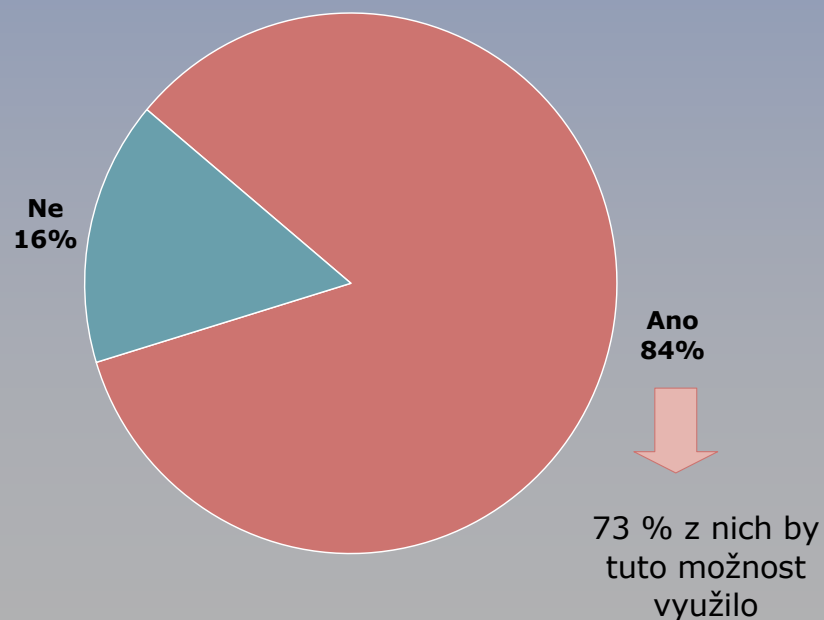
- **Plných 84 % respondentů by uvítalo možnost srovnat jednoduše bankovní poplatky všech bank.**



Reklamní letáky k výpisům z účtu

"Měl by mít klient možnost odmítnout přikládání reklamních letáků k výpisům?"

ZÁKLAD: Respondenti, kteří vlastní účet nebo si jej plánují založit, n=742



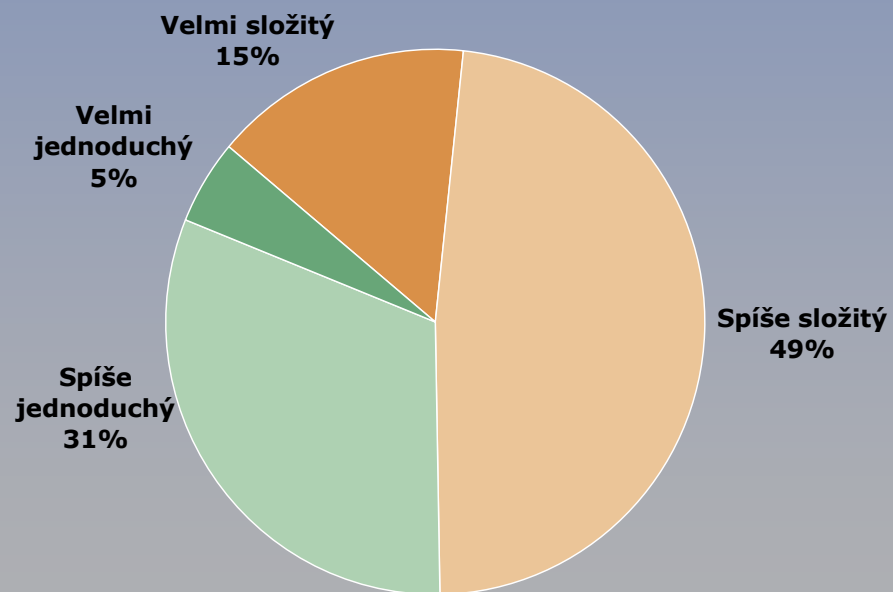
- **84 % respondentů se domnívá, že klient by měl mít možnost odmítnout přikládání reklamních letáků k výpisům z účtu.**
- **Přikládání reklamy do výpisů by odmítlo 73 % z těch, kteří možnost odmítnutí požadují (to odpovídá 61 % všech respondentů).**



Proces zrušení bankovního účtu

Proces zrušení bankovního účtu je:

ZÁKLAD: Respondenti, kteří vlastní účet nebo si jej plánují založit, n=742



- **Proces zrušení bankovního účtu není podle většiny respondentů jednoduchou záležitostí.**
- **Za složitý jej považují více ti, kteří se o problematiku bankovních služeb zajímají.**
- **Pouze 5 % respondentů jej označuje za jednoduchý.**

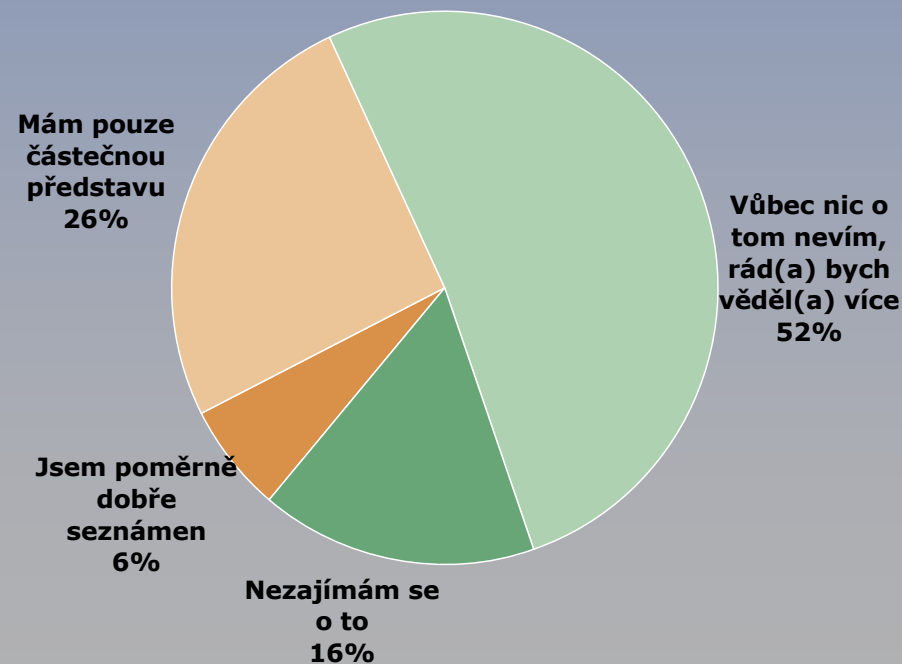
ZDROJ: STEM/MARK, Bankovní služby 10/2005



Využívání osobních informací

Přehled o využívání osobních informací bankou

ZÁKLAD: Respondenti, kteří vlastní účet nebo si jej plánují založit, n=742



ZDROJ: STEM/MARK, Bankovní služby 10/2005

- Lidé většinou nemají představu o tom, jak banka zachází s osobními informacemi, se kterými disponuje.
- Pouze 6 % respondentů je o využívání osobních informací poměrně dobře informováno.
- Více než polovina respondentů vyslovila přání, že by se o využívání osobních informací chtěla dozvědět více.



Parametry projektu

Kvantitativní výzkum provedený společností STEM/MARK, a. s.

- **osobní rozhovory "face to face" pomocí dotazníku**
- **reprezentativním vzorek* populace starší 18 let – 986 respondentů**
- **cílovou skupinu výzkumu tvoří dospělá populace vlastníci účet či zvažující si jej založit v příštích 12 měsících – celkem 742 respondentů**
- **terénní šetření proběhlo mezi 9. a 15. říjnem 2005**

**) Respondenti byli vybíráni v celé ČR v souladu se sociodemografickým složením obyvatelstva na základě kvót: pohlaví, věk, vzdělání, velikost místa bydliště a euroregiony*