

Výzkumná sonda procesu schvalování hypotečních úvěrů a jako součást procesu zdokonalení služeb

Veronika Čechmánková, DiS

Bakalářská práce
2009



Univerzita Tomáše Bati ve Zlíně
Fakulta managementu a ekonomiky

ZADÁNÍ BAKALÁŘSKÉ PRÁCE

(PROJEKTU, UMĚLECKÉHO DÍLA, UMĚLECKÉHO VÝKONU)

Jméno a příjmení: **Veronika ČECHMÁNKOVÁ**
Studijní program: **B 6208 Ekonomika a management**
Studijní obor: **Marketing**

Téma práce: **Výzkumná sonda procesu schvalování hypotečních úvěrů a jako součást procesu zdokonalení služeb**

Zásady pro vypracování:

1. Prostudujte literaturu k danému tématu.
2. Na základě prostudované literatury definujte obecné úvěrové produkty s důrazem na hypotéky.
3. Proveďte výzkumnou sondu stávajícího systému poskytování a čerpání hypotečních úvěrů u Raiffeisenbank a. s.
4. Zhodnoťte výsledky provedené analýzy.
5. Navrhněte doporučení na zlepšení stávajícího systému poskytování hypotečních úvěrů.

Rozsah práce:

Rozsah příloh:

Forma zpracování bakalářské práce: **tištěná**

Seznam odborné literatury:

[1] BARTOŠEK, K., FELSBERGOVÁ, D., JAROŠ, P. Bankovníctví v České republice. 1. vyd. Praha: Serifa, 1995. 330 s.

[2] TORRES, M., BERNARDO, I., CIGÁNKOVÁ, S. Marketing bankovních služeb. 2. vyd. Praha: Serifa, 1998. 215 s.

[3] KRÁL, M. Bankovníctví I. 1. vyd. Zlín: 2004. ISBN 80-7318-251-3.

[4] LANDOROVÁ, A., ČECHLOVSKÁ, Š., JÁČOVÁ, H., DUBOVÁ, M. Obchodní bankovníctví. 2. vyd. Liberec: 2007. ISBN 978-80-7372-191-6.

[5] ŠIMÍKOVÁ, I. Finance a bankovníctví. 1. vyd. Liberec: 2004, ISBN 80-7083-898-1.

Vedoucí bakalářské práce: **Ing. Michaela Bubeníková
EXT.**

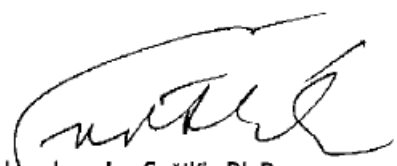
Datum zadání bakalářské práce: **24. února 2009**

Termín odevzdání bakalářské práce: **28. dubna 2009**

Ve Zlíně dne 23. března 2009


PaedDr. Josef Rydlo
23.03.2009, děkanka




doc. Ing. Jaroslav Světlík, Ph.D.
23.03.2009, vedoucí katedry

ABSTRAKT

Práce bude obsahovat popis úvěrů banky se zaměřením na hypoteční úvěry. Bude popsán celkový proces schvalování a čerpání hypotečních úvěrů, povinnosti jednotlivých útvarů při zpracování HÚ v Raiffeisenbank. Z dotazníkového šetření bude zjištěno, zda jsou zákazníci spokojeni s rychlostí schvalování HÚ, s jednáním pracovníků banky, a zda by danou banku doporučili svým známým. Z odpovědí respondentů na jednotlivé otázky se pokusím vytvořit návrh na zlepšení stávajícího procesu a zdokonalení služeb.

Klíčová slova: banka, hypoteční úvěr, klient, marketingový výzkum, komunikace.

ABSTRACT

The work will include a description of Bank loans, with a focus on mortgage loans. It will describe the overall approval process and use of mortgage credit obligations of individual departments in processing HÚ the Raiffeisenbank. From questionnaire survey to determine whether customers are satisfied with the speed the approval of HU, with activities of banks, and whether the bank would recommend to your friends. The answers of respondents to each question I will try to create a proposal for improvements to the existing process and improvement of services.

Keywords: Bank, mortgage loan, customer, marketing research, communications.

Děkuji vedoucí mé bakalářské práce, paní Ing. Michaele Bubeníkové a konzultantovi doc. Ing. Jaroslavu Světlíkovi, Ph.D., za velmi užitečnou metodickou pomoc, kterou mi poskytli při zpracování mé bakalářské práce.

OBSAH

ÚVOD	8
I TEORETICKÁ ČÁST	10
1 BANKA	11
1.1 TYPY BANKOVNÍCH OBCHODŮ.....	11
1.2 TYPY BANKOVNÍCH PRODUKTŮ	11
2 HYPOTEČNÍ ÚVĚR	12
2.1 DEFINICE HYPOTEČNÍHO ÚVĚRU	12
2.2 HYPOTEČNÍ ZÁSTAVNÍ LISTY	12
2.3 DRUHY HYPOTEČNÍCH ÚVĚRŮ	13
3 PRŮBĚH POSKYTNUTÍ A ČERPÁNÍ ÚVĚRU	15
3.1 ŽÁDOST O POSKYTNUTÍ ÚVĚRU	15
3.2 ÚSTNÍ JEDNÁNÍ.....	15
3.3 PÍSEMNÁ ŽÁDOST O ÚVĚR.....	15
3.4 PROZKOUMÁNÍ ŽÁDOSTI.....	16
3.5 ZAJIŠTĚNÍ ÚVĚRU	16
3.6 ČERPÁNÍ ÚVĚRU	17
3.7 SPLÁCENÍ ÚVĚRU.....	17
3.8 CENA ÚVĚRU	18
3.9 UZAVŘENÍ ÚVĚROVÉ SMLOUVY, POSKYTNUTÍ ÚVĚRU A SLEDOVÁNÍ PRŮBĚHU SPLÁCENÍ.....	19
3.10 MOŽNOSTI PŘEDČASNÉHO SPLÁCENÍ	21
4 SHRNUTÍ VÝHOD A NEVÝHOD HYPOTEČNÍCH ÚVĚRŮ:	22
5 ZÁKAZNÍK (KLIENT)	23
5.1 SEGMENTACE KLIENTŮ	23
5.1.1 Proměnné segmentace	23
5.1.2 Výhody segmentace.....	24
6 KOMUNIKAČNÍ STRATEGIE	26
6.1 VNĚJŠÍ KOMUNIKACE.....	26
6.2 VNITŘNÍ KOMUNIKACE	26
7 MARKETINGOVÝ VÝZKUM	28
7.1 DEFINICE MARKETINGOVÉHO VÝZKUMU.....	28
7.2 CHARAKTERIZACE OTEVŘENÝCH A UZAVŘENÝCH OTÁZEK POUŽÍVANÝCH PŘI DOTAZNÍKOVÉM ŠETŘENÍ.....	28
7.2.1 Otevřené otázky.....	28
7.2.2 Otázky uzavřené	29
II ANALYTICKÁ ČÁST	30
8 RAIFFEISENBANK A. S.	31

8.1	ZÁKLADNÍ INFORMACE O RAIFFEISENBANK A.S.	31
8.2	BANKOVNÍ PRODUKTY.....	32
9	HYPOTEČNÍ ÚVĚRY V RAIFFEISENBANK A.S.....	34
9.1	DRUHY HYPOTEČNÍCH ÚVĚRŮ	34
9.2	TYPY HYPOTEČNÍCH ÚVĚRŮ	34
9.3	ÚČEL ÚVĚRU	36
9.4	VÝŠE HYPOTEČNÍHO ÚVĚRU A ÚVĚROVÁ ANGAŽOVANOST	36
9.5	ŽADATEL, SPOLUŽADATEL.....	37
9.6	ŽÁDOST O HYPOTEČNÍ ÚVĚR.....	38
10	DOPAD FINANČNÍ KRIZE NA RAIFFEISENBANK A.S.....	40
10.1	JAK KRIZE VZNIKLA	40
10.2	SOUČASNÝ STAV FINANČNÍ KRIZE.....	40
10.3	STAV RAIFFEISENBANK A. S. V ČR	41
11	POVINOSTI JEDNOTLIVÝCH ÚTVARŮ PŘI ZPRACOVÁNÍ HŮ	43
11.1	HYPOTEČNÍ CENTRUM	43
11.1.1	Hypoteční poradce.....	43
11.1.2	Administrativní pracovník hypotečního centra	44
11.2	ODDĚLENÍ OCEŇOVÁNÍ NEMOVITOSTÍ	44
11.3	ODDĚLENÍ SCHVALOVÁNÍ HYPOTÉK	44
11.4	SPRÁVA HYPOTEČNÍCH ÚVĚRŮ	44
11.5	ODDĚLENÍ ČERPÁNÍ HYPOTÉK.....	44
11.6	VYMÁHÁNÍ POHLEDÁVEK.....	45
11.7	PRODUKTOVÝ TÝM.....	45
12	KOMUNIKAČNÍ STRATEGIE V RAIFFEISENBANK.....	46
13	VYHODNOCENÍ DOTAZNÍKOVÉHO ŠETŘENÍ.....	48
14	NÁVRH NA ZLEPŠENÍ STÁVAJÍCÍHO PROCESU SCHVALOVÁNÍ HŮ, ZDOKONALENÍ SLUŽEB.....	58
14.1	KOMUNIKACE MEZI HYPOTEČNÍM PORADCEM A KLIENTEM.....	58
14.2	RYCHLOST SCHVÁLENÍ HŮ.....	59
14.3	FORMA KOMUNIKACE MEZI KLIENTEM A BANKOU	60
	ZÁVĚR	61
	RESUME	63
	SEZNAM POUŽITÉ LITERATURY	65
	SEZNAM POUŽITÝCH SYMBOLŮ A ZKRATEK	66
	SEZNAM OBRÁZKŮ	67
	SEZNAM GRAFŮ	68
	SEZNAM PŘÍLOH.....	69

ÚVOD

Hypotéka, rovnají se velké vypůjčené peníze. Splácení na „nepředstavitelně“ dlouhou část života. Významné ztráty, když se „něco“ stane a nebude možné dluh uhradit. Hypotéka je ale také veliká možnost. Možnost získat něco nákladného a brzy. Třeba vlastní dům, na který bychom si jinak dokázali našetřit, možná až na stará kolena. Proto je v poslední době hypoteční úvěr běžnou věcí. Většina mladých lidí, pokud nezdědí nemovitost po svých prarodičích či rodičích, je nucena jít do banky a vzít si hypoteční úvěr na pořízení bytu či domu. Ovšem nyní, kdy se u nás projevuje dopad finanční krize, se počet schvalovaných hypotečních úvěrů prudce snížil. Banky začaly zpříšňovat kritéria pro poskytnutí úvěru a lidé začali více šetřit. Mají strach ze ztráty zaměstnání.

I v průběhu roku 2009 lze očekávat, že úrokové sazby budou klesat jen pomalu (navzdory očekávanému snižování sazeb ČNB) a přístup klientů k úvěrům zůstane omezený. Banky budou nadále zpříšňovat kritéria pro poskytování úvěrů, a to také proto, že vývoj loňského roku se bezesporu promítne do útlumu ekonomické aktivity, snížení růstu české ekonomiky a zvýšení nezaměstnanosti.

Cílem mé bakalářské práce je vysvětlit pojem hypoteční úvěr, teoreticky popsat proces schvalování hypotečních úvěrů a vytvořit návrh na zlepšení služeb.

Teoretická část práce je rozdělena na několik oddílů, ve kterých popisují banku a bankovní produkty se zaměřením na hypoteční úvěry. Dále se zabývám průběhem poskytnutí a čerpání hypotečních úvěrů, další oddíl popisuje zákazníka, jak je pro banku důležitý, segmentaci zákazníka a komunikační strategii. Poslední oddíl je věnován marketingovému výzkumu se zaměřením na dotazníkové šetření.

V analytické části stručně charakterizují společnost Raiffeisenbank, ve které pracuji, popisují jednotlivé druhy hypotečních úvěrů, které banka nabízí a jak se projevila finanční krize na počtu podepsaných hypotečních úvěrů. V dalších kapitolách se zabývám jednotlivými odděleními banky, které jsou součástí celého procesu schvalování a čerpání hypotečních úvěrů, a jejich činností. Z dotazníkového šetření zjišťuji, jak jsou zákazníci spokojeni s procesem schvalování hypotečních úvěrů jak z hlediska časového, tak i morálního. Z jednotlivých odpovědí respondentů vytvářím návrh na zlepšení služeb.

V závěru své práce formuluji závěry, získané na základě provedeného dotazníkového šetření a uvádím návrhy na zlepšení služeb, kterými doporučuji proces schvalování a čerpání hypotečních úvěrů doplnit.

I. TEORETICKÁ ČÁST

1 BANKA

Obchodní banky jsou podniky specializované na obchodování s penězi a na poskytování služeb spojených s úschovou a pohybem peněžních fondů mezi různými ekonomickými subjekty. Zvláštnosti jejich podnikání spočívají jednak v předmětu podnikání, jímž jsou peníze, jednak ve způsobu podnikání s nimi, jehož obecnou charakteristikou je obchod s dluhy.

1.1 Typy bankovních obchodů

Podle druhu výnosů, kterých banka docílí, se rozlišují následující typy obchodů.

- Obchody na základě úrokových rozdílů – **aktivní a pasivní úvěrové obchody**, při nichž banka využívá úrokovou marži (přijímání depozit, poskytování úvěrů).
 - Obchody se službami – nazývané rovněž **bilančně neutrální obchody**. Jsou to především služby platebního styku, investiční poradenství, nákup a prodej cenných papírů, devizové obchody a poradenství v nejširším slova smyslu. Banka za ně nepřijímá úroky, ale různé druhy poplatků.
 - Vlastní obchody – banky provádějí **obchody na vlastní účet**. Jde o nákup a prodej cenných papírů, devizové obchody, obchody se vzácnými kovy, emisní obchody. Tyto obchody se odrážejí v bilanci a banky při nich dosahují obchodního zisku.
- [1]

1.2 Typy bankovních produktů

- **Finančně úvěrové** bankovní produkty – umožňují klientům získat od banky finanční prostředky. Do této skupiny patří všechny druhy bankovních úvěrů.
- **Depozitní (vkladové)** bankovní produkty – pro klienty představují možnosti finančního investování, uložení svých volných peněžních prostředků.
- **Platebně zúčtovací** bankovní produkty – klientům umožňují platební a zúčtovací styk prostřednictvím banky. Mezi ně patří především využití nástrojů platebního styku, jako jsou platební karty, šeky, dokumentární akreditivy. [2]

2 HYPOTEČNÍ ÚVĚR

2.1 Definice hypotečního úvěru

Hypoteční úvěr je dlouhodobý úvěr poskytovaný k pořízení nemovitosti či financování výstavby. Je zajištěn zápisem zástavního práva na nemovitost do katastru nemovitostí. Po dobu trvání hypotečního úvěru majitel nemovitosti nemůže s nemovitostí bez souhlasu banky nijak nakládat, nesmí ji ani použít jako jinou zástavu.

Hypoteční úvěry jsou jistěny zástavním právem k nemovitostem tzv. hypotékami. Hypotéky jsou vystavovány dlužníkem nebo třetí osobou, ručící za dlužníka, ve prospěch úvěrující banky. Jde o závazek dlužníka nebo jeho ručitele, který dává bance právo uspokojit své pohledávky za dlužníkem, v případě jejich řádného a včasného nesplnění, ze zastavené nemovitosti.

Maximální výše hypotečního úvěru závisí:

- na ceně nemovitosti, od níž se odvozuje,
- na platební schopnosti klienta,
- na prokazatelné výši investičního záměru.

Minimální výši úvěru stanovují jednotlivé banky různě, s přihlédnutím k souhrnu podmínek, za nichž je úvěr poskytován. To se týká i úrokových sazeb, kde se podmínky u jednotlivých bank liší a mění se podle ekonomické situace, případně i podle pokynů centrální banky nebo jiných autorit, např. vládních.

Hypoteční úvěry v ČR poskytují banky, které mají v bankovní licenci uvedeno právo emitovat hypoteční zástavní listy. Tato banka se pak nazývá hypoteční bankou.

2.2 Hypoteční zástavní listy

Hypoteční zástavní listy jsou zvláštní druh dluhopisů, z jejichž prodeje banky financují poskytování hypotečních úvěrů. I přes svoji nižší úrokovou míru ve srovnání s jinými druhy dluhopisů jsou na kapitálovém trhu velice žádanou investicí. V České republice k jejich oblibě přispívá i například skutečnost, že výnosy z hypotečních zástavních listů jsou osvobozeny od zdanění. Majiteli hypotečního zástavního listu (HZL) však nevzniká

žádné právo na nemovitost, na kterou má banka zástavní právo. Majiteli HZL vzniká právo pouze na výnos z cenného papíru. [3]



Obr. 1. Rodina při stěhování do nového domu

2.3 Druhy hypotečních úvěrů

Z hlediska času:

- krátkodobé úvěry: doba splatnosti do jednoho roku
- střednědobé úvěry: se splatností od jednoho roku do čtyř let
- dlouhodobé úvěry: se splatností od pěti let a výš.

Krátkodobé a střednědobé hypoteční úvěry, i když jsou v menšině, jsou využívány zejména při opravách a rekonstrukcích již existujících nemovitostí. Rozhodující většinou představují hypoteční úvěry dlouhodobé, se splatností delší jak čtyři roky. Nejvýhodnější jsou při tom hypoteční úvěry s dobou splatnosti mezi 10 až 20 lety. Vyplývá to ze vztahů mezi velikostí splátky a velikostí úroků a dobou splatnosti.

Z hlediska úvěrovaného objektu se hypoteční úvěry dělí na dvě velké skupiny:

- hypoteční úvěry poskytované na bytové účely
- hypoteční úvěry poskytované na účely nebytové

Tyto dva druhy hypotečních úvěrů se od sebe obvykle liší podmínkami, za kterých jsou poskytovány. Hypoteční úvěry poskytované na investice do bydlení, tedy na bytové účely, jsou většinou poskytovány za příznivějších úvěrových a úrokových podmínek, než úvěry na

účely nebytové. V řadě zemí (včetně České republiky) jsou dokonce podporovány státem nebo jím pověřenými institucemi.

Oba druhy hypotečních úvěrů se pak ještě rozlišují podle toho, zda jsou využívány pro uspokojení individuálních potřeb dlužníka anebo pro podnikání na:

- hypoteční úvěry nepodnikatelské a
- hypoteční úvěry podnikatelské.

I zde obvykle dochází k diferenciaci podmínek, za kterých jsou hypoteční úvěry poskytovány. Vyplývá to mj. z toho, že hypoteční úvěry podnikatelského charakteru jsou pro hypoteční banku rizikovější než hypoteční úvěry charakteru nepodnikatelského. [1]

3 PRŮBĚH POSKYTNUTÍ A ČERPÁNÍ ÚVĚRU

Poskytnutí a čerpání úvěru představuje celý proces vzájemně na sebe navazujících činností, který si lze ve zkratce představit takto:

- ústní předjednání
- písemná žádost o úvěr
- prověření úvěru
- povolení úvěru
- přijetí úvěru
- poskytnutí úvěru
- sledování úvěru

Všechny aktivity banky při provádění úvěrových obchodů musí směřovat k zajištění **návratnosti** úvěru a jejich **výnosnosti**.

3.1 Žádost o poskytnutí úvěru

Aby klient mohl získat od banky úvěr, musí se obrátit s odpovídající žádostí na příslušnou banku. Žádost o úvěr, jak ústní, tak písemná, tvoří základ pro prověření úvěruhodnosti a úvěruschopnosti příjemce úvěru, uzavření smlouvy o úvěru, uzavření smluv o zajištění úvěru.

3.2 Ústní jednání

Předmětem ústního jednání je především projednání výše úvěru, druhu, účelu, předpokládané splatnosti úvěru, nabízených a požadovaných záruk úvěru.

3.3 Písemná žádost o úvěr

Písemná žádost o poskytnutí úvěru obvykle obsahuje: údaje o klientovi, požadovaný druh úvěru, částku a měnu úvěru, dobu splatnosti, způsob splácení, způsob zajištění, účel použití, podnikatelský záměr, údaje o finanční situaci klienta, údaje o čerpaných úvěrech a obchodních spojeních k jiným bankám.

3.4 Prozkoumání žádosti

Banka prozkoumává žádost o poskytnutí úvěru z hlediska:

- **Úvěruschopnosti klienta**, tj. schopnosti klienta uzavírat právoplatné úvěrové obchody, právně účinným způsobem se tedy vůči bance zavázat. Úvěruschopnost u fyzických osob a právnických osob závisí na různých právních podmínkách. Např. u fyzických osob vzniká s plnoletostí. U právnických osob souvisí především se samotným vznikem právnické osoby a oprávněností stanovených pracovníků firmy a jejímu zastupování k uzavírání smluv.
- **Úvěruhodnosti klienta**, tj. schopnosti klienta dostávat závazkům z úvěrového vztahu. Uhradit úroky a splátky úvěru dle podmínek sjednaných v úvěrové smlouvě.

Banky používají pro posouzení žádostí o úvěr různá kritéria hodnocení. Některé banky mají zpracovány vlastní ratingové systémy, tj. přiřazují klienty do různých kategorií, charakterizujících jejich bonitu, a tím úvěruhodnost. Rovněž použití ukazatelů pro posouzení finanční pozice klienta se může u bank lišit.

3.5 Zajištění úvěru

Smyslem zajištění úvěru požadovaného bankami je zamezit ztrátám v případě platební neschopnosti klienta. Zajištění úvěru umožňuje bankám uplatnit nároky vůči dlužníkovi nebo třetí osobě a dosáhnout náhradu úvěrové nebo úrokové pohledávky.

Při posuzování zajištění úvěru musí banky vycházet z následujících zásad:

- Soudní vymahatelnost práva banky k předmětu zajištění, garantované adekvátní právní dokumentací k předmětu zajištění.
- Objektivní ocenění předmětu zajištění - posouzení vhodnosti druhu zajištění, odborné ocenění hodnoty přijatého zajištění, odborné ocenění pravosti předmětu zástavy, stanovení likvidační hodnoty, odhadnutí nákladů spojených s realizací zajištění v případě nuceného prodeje.
- Likvidita zajištění – závisí na tom, jak snadno lze předmět zajištění realizovat, tj. zpeněžit.

- Stabilita hodnoty předmětu zajištění – např. u akcií může být velmi proměnlivá.
- Možnost kontroly prostřednictvím řádné dokumentace a bezpečného uložení předmětu zajištění. [1]

3.6 Čerpání úvěru

V případě, že banka schválí žádost o poskytnutí úvěru, přichází na řadu jeho čerpání. Standardně podmínkou čerpání je, aby bylo zapsáno zástavní právo ve prospěch banky v katastru nemovitostí. To někdy může být problém, protože na některých katastrálních úřadech trvá zápis až 3 měsíce. Některé banky proto nabízejí předběžné čerpání části již na základě podání návrhu na zápis do katastru nemovitostí.

Čerpání může být jednorázové nebo postupné, které je typické většinou pro financování výstavby či rekonstrukce nemovitosti. Doba od přidělení úvěru do jeho vyčerpání je omezena, limity bývají stanoveny v rozpětí půl roku až roku a půl. [1], [4]

3.7 Splácení úvěru

Banky sjednávají s klientem při uzavírání úvěrové smlouvy způsob splácení úvěru. Naskýtají se různé možnosti, závislé především na druhu úvěru a jeho účelovém použití. Zejména v případech, kdy jsou úvěry spláceny výnosem z investic financovaných úvěrem, se splátky mohou přizpůsobit nárůstu výnosů. Dalším faktorem může být například průběh provozního cyklu či zohlednění sezónních výkyvů v určitých odvětvích apod. Způsob splácení a termíny splátek, jakož i způsob a termíny úhrady úroků, musí být uvedeny v úvěrové smlouvě.

Úvěr může být splacen: **jednorázovou splátkou**, nebo **v několika splátkách**, a to buď pravidelných, nebo nepravidelných.

Z hlediska úroku a splátky rozlišujeme:

- **Běžné splácení** – splátky úvěru a úroky jsou hrazeny na samostatné účty. Částka splátky úvěru je pevně stanovena, je obvykle v přibližně stejné výši rozdělena na celou dobu splácení. Úrok se účtuje na základě zůstatku úvěru v účtovacím období.

- **Anuitní splácení** – ve splátce je zahrnut současně úrok i úmor úvěru, přičemž celková splátka je stále ve stejné výši a úhrada je prováděna na jeden účet. V průběhu času se ve splátce zvyšuje úmor (splátka úvěru). [1]

3.8 Cena úvěru

Cena, kterou platíme za úvěr, se skládá ze zaplacených úroků spočítaných z úrokové sazby, a z poplatků. Aby se daly porovnat úroky zaplacené za dva různé úvěry s různými dobami splatnosti, je lepší vyjádřit zaplacené úroky pomocí efektivní úrokové sazby, za kterou banka poskytuje úvěr.

Úroková sazba stanovená bankou neplatí po celou dobu splácení úvěru. Sjednává se na určité, pevně stanovené období, na tzv. dobu fixace. Nejčastější délka bývá 5 let, ale začínají se prosazovat i kratší doby fixace (1 nebo 2 roky) nebo naopak delší (až 30 let). Po uplynutí této doby banka stanovuje novou úrokovou sazbu podle aktuální situace na trhu. Se změnou úrokové sazby dochází i ke změně výše anuitních splátek.

Banky pro stanovení úrokové sazby vycházejí z určitého pásma úrokových sazeb. Jeho hraniční hodnoty závisí na aktuálním vývoji na finančním trhu a obchodní strategii banky. *Jaká bude výše sazby v konkrétním případě, záleží na následujících faktorech:*

- **Doba splatnosti úvěru.** S délkou splatnosti sazba většinou roste.
- **Délka fixace úrokové sazby.** S délkou fixace sazba roste, pokud se neočekává pokles sazeb v budoucnosti.
- **Hodnota zastavené nemovitosti k výši úvěru.** Vyšší úvěr vzhledem k hodnotě zastavené nemovitosti je dražší. To platí zejména pro úvěry nad 70% odhadní ceny nemovitosti.
- **Bonita žadatelů.** Vyšší doložené příjmy žadatelů vzhledem k výdajům na obživu a vyšší předpokládaných splátek úvěru banky oceňují nižší úrokovou sazbou.
- **Počet osob v závazku.** Více spoludlužníků znamená pro banku nižší riziko nesplacení úvěru, a tak je cena úvěru nižší.
- **Cena úvěru** se také liší mezi bankami.
- V neposlední řadě také na **ceně peněz**, za kterou banka peníze nakupuje na trhu.

Banky ve svých nabídkách často uvádějí lákavé výše úrokových sazeb, ale často se slůvkem „od“ a platící jen na dobu jednoho roku. Na druhou stranu některé banky přišly s produkty s garantovanou sazbou pro všechny, kteří splňují požadavky na přidělení úvěru. [4]

3.9 Uzavření úvěrové smlouvy, poskytnutí úvěru a sledování průběhu splácení

Na základně provedených analýz úvěruschopnosti a úvěruhodnosti klienta, posouzení záruk, zvážení způsobu splácení úvěru a stanovení ceny úvěru vypracují pracovníci banky **návrh na poskytnutí úvěru**, který je překládán k posouzení **úvěrovému výboru** nebo **úvěrové komisi** příslušného rozhodovacího místa (např. pobočka nebo centrála). V bankách jsou přitom přísně stanoveny pravomoci pro rozhodnutí o poskytnutí úvěru, především v závislosti na výši poskytovaného úvěru.

V případě, že se banka rozhodne poskytnout klientovi úvěr, musí – ve smyslu Obchodního zákoníku – **uzavřít s klientem úvěrovou smlouvu**.

Úvěrová smlouva musí obsahovat:

- závazek banky poskytnout klientovi úvěr v určité výši,
- závazek dlužníka poskytnuté peněžní prostředky splatit a zaplatit úroky ve sjednaných termínech (splátkový plán),
- úrokovou sazbu, za níž je úvěr poskytován,
- účel, na nějž je úvěr poskytován,
- podmínky čerpání úvěru,
- sankční podmínky pro případ neplnění podmínek poskytnutí úvěru,
- číslo účtu, na který je úvěr poskytnut,
- zajištění úvěru.

Banka provádí ve stanovených termínech kontrolu plnění úvěrových podmínek, při níž se soustřeďuje především na:

- schopnost klienta dostát svým peněžním závazkům, tj. zda splátky úvěrů a úroků jsou realizovány ve stanovených termínech,
- účelové použití úvěru,
- celkovou finanční situaci klienta na základě předložených účetních a statistických výkazů, případně dalších vyžádaných podkladů a hlášení,
- plnění dalších podmínek stanovených bankou při poskytnutí úvěru.

O provedené kontrole banka vypracuje hodnocení plnění úvěrové smlouvy. V případě, že provedená kontrola prokáže nedostatky, přistoupí banka dle závažnosti nedostatku k opatření k nápravě. V závažných případech banka může přistoupit k sankčním opatřením, tj. zvýšení úroku z poskytnutého úvěru, případně může požadovat okamžité jednorázové splacení úvěru.

Nastane-li eventualita, kdy se začínají objevovat varovné signály, že by mohla být návratnost úvěru ohrožena, hovoříme o tzv. problémových úvěrech – jde o úvěry, u nichž klient není schopen jednat plně v souladu s úvěrovými podmínkami nebo kde bance hrozí možnost částečné nebo úplné ztráty.

Nastane-li tato situace, banka musí v každém případě neprodleně zhodnotit vyhlídky návratnosti úvěru, pravděpodobnost vzniku ztrát a posoudit možná opatření k jejich zamezení. *Banka zvažuje pravděpodobnost splacení úvěru v těchto situacích:*

- pokračování úvěru,
- zmrazení úvěru,
- okamžité splacení úvěru,
- restrukturalizace dluhu,
- odložení úroků.

Neexistuje jednoznačný recept na postup bank u problémových úvěrů a opatření bank vždy vycházejí z konkrétní situace klienta, zejména z příčin neplnění sjednaných podmínek. Banka musí postupovat vždy tak, aby v maximální míře zmenšila možné ztráty.

V některých případech se však úvěr stává normální cestou nenávratný. Potom banky musí přistoupit k realizaci záruk, soudnímu vymáhání dluhu, někdy až k vyhlášení konkursního

řízení a podobným metodám používaným v případech, kdy se klient stává zcela nesolventní. [3], [5], [6]

3.10 Možnosti předčasného splácení

Bez sankcí ze strany banky lze hypoteční úvěr částečně nebo úplně splatit vždy po uplynutí doby, po kterou je stanovena fixní úroková sazba. Při mimořádné splátce úvěru mimo tento termín si banka účtuje jako sankci určité procento z této splátky v závislosti na čase zbývajícím do konce fixní doby. Setkáme se však i s možností provést částečné splátky během fixního úrokového období najednou až do výše 25 % původního úvěru. [4]

4 SHRUTÍ VÝHOD A NEVÝHOD HYPOTEČNÍCH ÚVĚRŮ:

Výhody:

- nízké úrokové sazby v porovnání s jinými druhy úvěrů,
- státní úroková dotace pro úvěry určené na financování vzniku nové bytové jednotky a pro žadatele do 36 let na pořízení starší nemovitosti,
- možnost snížení daňového základu o zaplacené úroky z hypotečního úvěru až do výše 300 000 Kč ročně,
- možnost získání velkého objemu cizích zdrojů za výhodných podmínek,
- rychlost jeho získání v porovnání s úvěrem ze stavebního spoření (vyřízení žádosti trvá maximálně 1 měsíc),
- rozložení splátek na dlouhou dobu a tím pádem nízká splátka.

Nevýhody:

- hypotečním úvěrem se zadlužujeme na velmi dlouhou dobu,
- po dobu splácení nejsou podmínky fixní a může tak dojít ke zvýšení úrokové sazby, a tím i k nárůstu splátek (úrokové riziko) nebo ke změně státní finanční podpory,
- sankce v případě předčasného splacení v průběhu doby, během které platí fixní podmínky úvěru,
- úvěr většinou nepokryje celou cenu nemovitosti. A pokud ano, jen za cenu vyšší úrokové sazby,
- vklad zástavního práva může trvat až 3 měsíce (závisí na příslušném katastrálním úřadě),
- riziko zabavení nemovitosti v případě nesplacení úvěru. [7]

5 ZÁKAZNÍK (KLIENT)

Předvídání a uspokojování potřeb klientů a zajištění uspokojivých zisků jsou hlavní zásady, kterými se řídí činnost komerčních bank. Klienti jsou ve skutečnosti centrem aktivity instituce, důvodem její existence. Společnost existuje proto, aby uspokojovala jejich potřeby a vytvářela přitom zisk.

5.1 Segmentace klientů

Jestliže je cílem organizace uspokojovat (současné a potenciální) klienty, potom chce-li vyvinout marketingovou strategii, musí o nich vědět všechno.

Znamená to vědět přesně:

- kdo jsou (jejich vlastnosti, potřeby),
- jak k nim přistupovat (jak je získat a uspokojit).

Segmentace je účinný způsob, jak vytvářet homogennější skupiny zákazníků.

Proces segmentace prochází čtyřmi etapami:

- volba proměnných segmentace,
- popis a analýza každého ze segmentů,
- výběr jednoho nebo více cílových segmentů,
- příprava marketingového mixu.

Existují různé proměnné segmentace. V některých případech je možné použít více než jednu proměnnou k definování segmentu, který máme v plánu získat.

5.1.1 Proměnné segmentace

- **Geografický typ** (kontinent, země, město, podnebí, profil)

Tento typ proměnné nám pomůže rozdělit trh na různé geografické jednotky, jako například země, klima, profil atd., takže nabízené produkty či služby mohou být přizpůsobeny každé ze skupin osob, definovaných těmito geografickými jednotkami.

- **Demografický typ** (věk, pohlaví, postavení, životní cyklus rodiny, zaměstnání, příjem, vzdělání, etnický původ, vyznání, národnost)

Tyto proměnné nám pomohou rozdělit trh podle demografických proměnných, jako je pohlaví, věk atd. Měří se nejsnadněji a jsou to zároveň ty proměnné, které nejvíce ovlivňují preference spotřebitelů.

- **Psychografický typ** (sociální třída, životní styl, osobnost)

Tyto proměnné je obtížnější kvantifikovat. Umožňují nám seskupovat nebo rozdělovat jednotlivce podle jejich psychografického profilu, společenské třídy a osobnosti. I když je kvantifikace obtížná, jsou důležité pro charakteristiku skupin a pro přizpůsobení produktu danému segmentu.

- **Behaviorální typ** – týkající se chování (žádoucí zisk, klasifikace spotřebitele, podle příležitosti, věrnost značce, rozsah vědomí, postoj)

Jak již názvy napovídají, tyto proměnné se pokoušejí změnit anebo předvídat chování jednotlivce v určitých situacích, jako například věrnost značce anebo jeho postoj v konkrétní situaci.

Každý segmentu trhu by měl vyhovovat nejméně třem uvedeným charakteristikám. Měl by být měřitelný, dostupný a mít minimální velikost.

5.1.2 Výhody segmentace

- Organizace ví o trhu a jeho trendech víc.
- Organizace si může vybrat segmenty, které ji nejvíce zajímají. Tato volba předpokládá, že byla posouzena velikost a potenciál růstu segmentů, byla zvážena jejich atraktivita, společnost provede analýzu (identifikací srovnatelných výhod) a byly definovány její cíle.
- Zdroje instituce se mohou soustředit na ty segmenty, které apriorně nabízejí nejvyšší návratnost investic.
- Produkty a služby mohou být vytvářeny, modifikovány a eliminovány jako dynamická reakci na potřeby, očekávání a postoje klientů.
- Ceny jsou přizpůsobeny kupní síle a životnímu stylu klientů.

- Reklama může být zaměřena tak, aby při nejnižších možných nákladech měla co největší dopad.
- Je možné dosáhnout optimální stav distribuce, kdy produkt je doručen na určené místo v takovém čase a takovým způsobem, jak to klient požaduje.
- Je možné podstatně zlepšit kvalitu služeb.
- Klient může dostat to, co si nejvíc přeje. [8]

6 KOMUNIKAČNÍ STRATEGIE

Komunikace je dorozumění, zprostředkování a výměna zpráv a informací. Znamená to tedy styk lidí mezi sebou. Jakýkoliv druh reakce na obdržené sdělení je zpětná vazba.

6.1 Vnější komunikace

Přenos informací mezi organizací a jejím okolím se nazývá vnější komunikace. Prostřednictvím vnější komunikace společnost vstupuje ve známost na trhu a propaguje své produkty. Vnější komunikace důležitým způsobem ovlivňuje rozhodování klienta a odlišuje jednu organizaci od druhé.

Cíle vnější komunikace

Ať již pro přenos informací o společnosti na trh použijeme jakékoli cesty, konečným cílem komunikace bude vždy ovlivnit chování příjemce, přesvědčit ho, aby jednal tak, jak je to pro danou společnost příznivé.

Zásady vnější komunikace

Hlavní zásady efektivní komunikace jsou předem definovat a charakterizovat cílový segment komunikace, plán marketingu musí být v souladu se strategickým posláním a image společnosti a komunikace musí být založena na pravdivých informacích o produktu či organizaci.

Úrovně vnější komunikace

- **Centrální** – sestávající z orgánů, jejichž úkolem v organizaci je tvořit a provádět komunikační politiku a řídit její rozpočet. Obvykle je pod jejich kontrolou inzerce, styk s veřejností, podpora prodeje a přímý marketing.
- **Místní** – sestávající z poboček organizace.

6.2 Vnitřní komunikace

Horizontální a vertikální přenos informací uvnitř společnosti je vnitřní komunikace. Cílem komunikace je zahrnout celou strukturu organizace do naplňování jejích cílů.

Hlavní zásady úspěšné komunikace:

- **Předchozí znalost příjemce** – měli bychom si zjistit, s kým komunikujeme. Komunikování je podstatně jiné podle toho, zda komunikujeme s nadřízeným nebo s podřízeným, s blízkým spolupracovníkem či s kolegou z jiného oddělení.
- **Jasně, závažné a věrohodné poselství** – příjemce musí znát svou přesnou úlohu v procesu, použitý jazyk musí být takový, aby mu příjemce snadno porozuměl, informace musí mít pro příjemce přidanou hodnotu a musí být výstižná.
- **Přesvědčivé a motivující poselství** – poselství musí být strukturováno tak, aby přilákalo zájem a ovlivnilo chování příjemců.
- **Správné načasování** – vnitřní komunikace musí předcházet komunikaci vnější. Často se však setkáváme s tím, že tomu tak není. Nezřídka se bohužel stává, že v okamžiku zahájení reklamní kampaně nejsou pobočky vůbec informovány, nebo jsou informovány jen částečně.

Používané prostředky

Při vnitřní komunikaci se užívá řady prostředků. Zpravidla se dává přednost osobním kontaktům nebo písemným informacím. V současné době se rozvíjí elektronická pošta (E-mail).

Pokud jde o vnitřní komunikaci v organizacích, jejímž cílem je posílit vazbu mezi společnostmi a jejichmi zaměstnanci a přimět zaměstnance k tomu, aby se lépe ztotožnili s cíli organizace, můžeme sem zařadit periodické tiskoviny, pracovní a společenská setkání a oslavy.

7 MARKETINGOVÝ VÝZKUM

7.1 Definice marketingového výzkumu

V dnešní době mít informace, znamená mít moc. Aby však informace skutečně představovaly moc, musejí mít určité vlastnosti, tj. musejí být: spolehlivé, důležité, strategické, včasné, úplné, konzistentní (spojité).

Marketingový výzkum je proces, v němž se provádí sběr, analýza a zpracování všeho, co může sloužit jako informace, a to organizovaným a systematickým způsobem.

Zdroje a prostředky získávání informací bezpodmínečně určují jejich spolehlivost a kvalitu. Ve většině případů představují pro každou společnost významný zdroj podkladů pro další strategické rozhodování.

Existují různé způsoby sběru informací, například prostřednictvím:

existujících statistik, experimentů, pozorování, dotazníků, rozhovorů, pošty, telefonu, osobních kontaktů, soutěží a slosování.

Poté, co byl proveden sběr informací, je nutné provést jejich systematickou analýzu:

vytvořením seznamů, vytvořením diagramů, vytvořením grafů a databází.

K usnadnění analýzy proměnných bychom měli používat tyto postupy:

výpočet procent, stanovení korelací, výpočet průměrů, atd. [8]

7.2 charakterizace otevřených a uzavřených otázek používaných při dotazníkovém šetření

7.2.1 Otevřené otázky

Jsou to otázky, ve kterých má respondent volnost. Záleží na něm, kterým směrem zaměří svou odpověď. Tyto otázky nám umožní teoreticky podstatně širší poznání jevu. Nevýhodou těchto otázek je jejich zpracování pomocí výpočetní techniky.

Příklady otevřených otázek:

1. Jaký je Váš názor na dnešní politiku?
2. Napište, co Vás jako první napadne, když se řekne slovo "Mýdlo".

3. Dokončete prosím větu: Při výběru spotřebičů, kladu důraz na ...

7.2.2 Otázky uzavřené

Pro rychlé zpracování a možnost překódování otázek je účelné vyjádřit otázku tak, aby možnost odpovědí byly předem dány, tedy aby respondent vybíral odpověď z předem omezeného počtu variant. Je samozřejmé, že takovou formou otázek je vypovídací schopnost koncentrována do striktně vymezeného prostoru.

Otázky uzavřené členíme:

1. alternativní

Mezi alternativní otázky patří ty dotazy, na které respondent zná jednoznačnou odpověď ano nebo ne. Jsou to normální otázky. V některých případech, kdy by respondent pociťoval napětí, využíváme neutrální otázky s možností odpovědí ano, ne, jinak.

2. selektivní

Selektivní otázky rozdělujeme na normální otázky (ohraničené a neohraničené) a speciální otázky. Speciální otázky mají charakter úkolu. Rozhodnutí o volbě variant odpovědi je respondentem chápáno jako hra, při které řeší úkol. Rozlišujeme:

- **dialogové otázky** – respondentovi je předložen rozhovor dvou nebo více osob, které vyslovují odlišný názor na daný problém, a on se má rozhodnout, ke které osobě se přiklání.
- **škály** – zde umísťuje respondent svou odpověď do určitého intervalu nebo na určitý bod v kontinuu, které je charakterizováno buď graficky nebo slovní formulací nebo číselnými hranicemi.
- **baterie** – představuje spojení několika dotazů, u nichž mohou nastat stejné varianty odpovědí. [9]

Příklady uzavřených otázek:

1. Jaké je Vaše pohlaví? Muž Žena
2. Jaké ve Vaše nejvyšší skutečné vzdělání? Základní Vyučen Střední Vysoké
3. Jste spokojen s vedením své firmy? Ano Ne

II. ANALYTICKÁ ČÁST

8 RAIFFEISENBANK A. S.



Obr. 2. Logo firmy

8.1 Základní informace o Raiffeisenbank a.s.

Raiffeisenbank a.s. (RBCZ) poskytuje od roku 1993 v České republice široké spektrum bankovních služeb soukromé i podnikové klientele. V roce 2006 zahájila spojování s eBankou, integrační proces obě banky dokončily v létě roku 2008.

Raiffeisenbank obsluhuje klienty v síti více než 100 poboček a klientských center, poskytuje rovněž služby specializovaných hypotečních center, osobních a firemních poradců. Společný zisk obou bank loni do konce září dosáhl 1,1 miliardy korun, což představuje meziroční růst o více než 40 procent. Úspěšnou integraci a pokračující dynamický růst banky potvrdila celá řada ocenění. V domácí nejvíce prestižní anketě MasterCard Banka roku byla Raiffeisenbank v roce 2008 vyhlášena nejlepší bankou v České republice. Účet eKonto získal cenu Účet roku 2008. Banka patří mezi nejrychleji rostoucí domácí banky a výčet ocenění doplňuje třetí místo pro hypotéky.



Obr. 3. Ohodnocení banky

Majoritním akcionářem obou bank je s 51 procenty rakouská finanční instituce Raiffeisen International Bank Holding AG. Na 17 trzích střední a východní Evropy obsluhuje Raiffeisen International více než 14,6 milionů klientů na 3100 obchodních místech. Od

roku 2005 jsou akcie skupiny kótovány na vídeňské burze. Majoritním vlastníkem Raiffeisen International je se dvěma třetinami RZB Group, zbývající část se volně obchoduje.

Raiffeisen International obdržela v červenci 2008 od časopisu Euromoney počtvrté v řadě cenu „Nejlepší banka ve střední a východní Evropě“, síťové banky navíc získaly ocenění pro nejlepší banky v šesti zemích regionu. Raiffeisenbank a.s. od samého počátku aktivně nabízí služby s důrazem na zohlednění specifických potřeb klientů v různých regionech. Vedle svých ryze obchodních aktivit se banka angažuje v souladu se 140letou tradicí jména Raiffeisen rovněž v řadě veřejně prospěšných aktivit, zahrnujících např. oblast kultury, vzdělávání či charitativní projekty. Emblémem a tradiční ochrannou známkou skupiny Raiffeisen je zvláštní architektonický prvek: dvě zkřížené koňské hlavy (tzv. Giebelkreuz). Giebelkreuz, který již po staletí zdobí štíty mnoha budov v Evropě, je symbolem ochrany rodin shromážděných pod společnou střechou před zlem a životním ohrožením.



Obr. 4. Centrála banky v Praze

8.2 Bankovní produkty

V oblasti osobních financí banka nabízí:

- běžný účet – eKonto
- úvěrové produkty – osobní půjčky, úvěry zajištěné nemovitostí, povolené debety.
- kreditní karty – alianční platební karty, partnerské kreditní karty, pojištění ke kartám.
- hypotéky

- zhodnocování úspor – podílové fondy, spořicí účty, termínovaný vklad, depozitní směnka, životní pojištění, penzijní připojištění, stavební spoření, hypoteční zástavní listy, atd.
- nadstandardní služby – prémiové bankovníctví, privátní bankovníctví.



Obr. 5. Běžný účet banky

V oblasti firemních financí banka nabízí:

- podnikatelské, firemní účty,
- úvěry a financování – podnikatelská rychlá půjčka, podnikatelský kontokorent, podnikatelská hypopůjčka, Leasing,
- investice a depozita – spořicí účty, depozitní směnky, podílové fondy, termínované vklady,
- přímé bankovníctví,
- platební styk,
- spojení osobních a firemních financí.

9 HYPOTEČNÍ ÚVĚRY V RAIFFEISENBANK A.S.

Hypoteční úvěr je úvěr, jehož splacení včetně příslušenství je zajištěno zástavním právem k nemovitosti i rozestavěné, když pohledávka z úvěru nepřevyšuje dvojnásobek zástavní hodnoty zastavené nemovitosti. Úvěr se považuje za hypoteční úvěr dnem vzniku právních účinků zástavního práva. První účinky zástavního práva vznikají zpětně ke dni podání návrhu na vklad zástavního práva do katastru nemovitostí.

9.1 Druhy hypotečních úvěrů

Banka poskytuje základní typy hypotečních úvěrů zajištěných zástavním právem k nemovitosti:

- **účelový hypoteční úvěr** – tzv. klasický – na investice do nemovitosti určené k bydlení, individuální rekreací či k pronájmu
 - tzv. spotřebitelský – na investice do bydlení
- **neúčelový hypoteční úvěr** (tzv. americká hypotéka – spotřebitelský úvěr)

9.2 Typy hypotečních úvěrů

KLASIK

Hypotéku Klasik je možné využít na pořízení nemovitosti k bydlení i jako investici do nemovitosti určené k pronájmu. Hypotéku Klasik žádejte také v případě potřeby financování družstevního bytu či nemovitosti určené k individuální rekreaci.

KLASIK PLUS

Hypotéka Klasik Plus je zcela novým typem hypotečního úvěru, který Vám pomůže financovat takové záměry, kdy není možné dočasně použít pořízovanou nemovitost k zajištění hypotečního úvěru.

HYPOTÉKA NARUBY

Hypotéku naruby Vám doporučujeme v případě, že si chcete pořídit nemovitost k bydlení či individuální rekreaci, ale dosud jste si konkrétní nemovitost nevybrali. S hypotékou naruby máte jistotu celého finančního krytí.

PROFIT

Pokud disponujete prostředky, které chcete investovat do komerčních nemovitostí, ale k zakoupení celé nemovitosti Vám úspory zcela nestačí, pak je právě pro Vás řešením hypotéka Profit. Na splácení hypotéky můžete navíc použít i budoucí příjmy z nájemného (tzn. nájem, který teprve vznikne). Tyto příjmy se k Vaším běžným příjmům přičítají již v okamžiku, kdy o hypotéku žádáte a podstatně tak zvyšují Vaše šance na získání hypotéky.

MINIMAX

Ke zjednodušení Vašeho finančního hospodaření. Lze jí splatit spotřebitelské úvěry, půjčky od fyzických osob, kontokorentní úvěry, úvěry z kreditních karet, hypotéky a další splátkové finanční instrumenty.

AMERICKÁ HYPOTÉKA UNIVERZÁL

Tyto prostředky můžete použít k financování libovolného záměru. Hypotéku je vhodné využít v případech, kdy Vám nestačí finance poskytované v rámci klasického spotřebitelského úvěru. Americká hypotéka Univerzál Vám totiž umožní půjčit si vyšší částku, a díky tomu, že je zajištěna nemovitostí, získáte nižší úrokovou sazbu, podobnou těm u klasických hypotečních úvěrů.

VARIABILNÍ HYPOTÉKA

Chcete mít na svém účtu v bance pohotovou rezervu peněz na nepředvídané výdaje, snížit svou úrokovou zátěž z hypotéky, konsolidovat své stávající závazky u jiných bank či chcete mít možnost ovlivnit splácení hypotečního úvěru dle své okamžité finanční situace? Variabilní hypotéka Vám umožní libovolně čerpat, snižovat vyčerpanou částku vklady na účet, čerpat opakovaně, odložit splátku apod.

EQUI HYPOTÉKA BEZ DOKLÁDÁNÍ PŘÍJMŮ

Hypotéka EQUI je určena žadatelům, kteří nemohou nebo nechtějí doložit svůj příjem standardně požadovaným způsobem a chtějí si koupit nemovitost k bydlení či jako investici k pronájmu nebo získat volné finanční prostředky.

9.3 Účel úvěru

Jednotlivé typy účelů klasických hypoték:

- koupě nemovitosti
- vypořádání majetkových poměrů
- výstavba
- rekonstrukce
- refinancování úvěru či půjčky na výše uvedený účel
- kombinace výše uvedených účelů

Jednotlivé typy účelů spotřebitelských úvěrů (hypoték):

- úhrada za převod členských práv (tj. finanční vyrovnání s dosavadním uživatelem družstevního bytu formou odstupného na základě písemné smlouvy)
- úhrada členského podílu
- refinancování úvěru či půjčky na výše uvedený účel

Varianta Dva v jednom

V případech definovaných pro jednotlivé produkty v produktových listech lze ve smlouvě na účelový úvěr sjednat stanoveného procenta z limitu úvěru neúčelově. V takových případech se úvěrová smlouva eviduje jako účelová. Potvrzení o úrocích vydávané klientovi k takovým úvěrům obsahuje zvlášť úroky z účelové a zvlášť z neúčelové části úvěru.

9.4 Výše hypotečního úvěru a úvěrová angažovanost

Hypoteční úvěry v Raiffeisenbank se standardně poskytují v rozmezí limitů: 300.000,- Kč až 30.000.000,- Kč (reálně je horní hranice omezena ekvivalentem 1 mil. EUR).

Pokud je žadatelem stávající klient RBCZ, kterému již byl poskytnut HÚ nebo má u RBCZ jiný produkt po dobu minimálně šesti měsíců, je akceptovatelná minimální výše úvěru 150.000,- Kč.

Podle pravidel ČNB nesmí limit úvěrové angažovanosti vůči jednomu klientovi nebo jedné ekonomicky spjaté skupině osob přesáhnout 25 % kapitálu banky. U hypoték pro fyzické osoby platí v RBCZ následující pravidla:

- Maximální počet hypotečních úvěrů poskytnutých jednomu klientovi je 5
- Stejnému klientovi lze v průběhu 12 měsíců poskytnout nanejvýš 3 hypotéky
- Jednomu klientovi lze poskytnout nanejvýš 3 hypotéky EQUI/FLEXI
- Stejnému klientovi lze v průběhu 12 měsíců poskytnout nanejvýš 2 hypotéky EQUI/FLEXI
- Jednomu klientovi lze poskytnout nanejvýš 1 hypotéku EQUI/FLEXI Super/Speciál
- Maximální objem účelových hypoték poskytnutých jednomu klientovi (nesplacená jistina plus nevyčerpaný limit) je 55.000.000,- Kč
- Maximální objem neúčelových hypoték poskytnutých jednomu klientovi (nesplacená jistina plus nevyčerpaný limit) je 30.000.000,- Kč

9.5 Žadatel, spolužadatel

Obecná pravidla pro žadatele

Minimální věk ke dni podání žádosti je 18 let. Platí, že pokud jsou všichni žadatelé k datu podpisu žádosti o úvěr mladší než 21 let, musí spolu s nimi žádat o úvěr rodiče alespoň jednoho z žadatelů.

Maximální věk v roce splatnosti úvěru je 70 let.

Manželé, kteří nemají zúžené společné jmění manželů, musí vždy o úvěr žádat společně. Pokud manželé mají zúžené SJM, dokládají pravomocný rozsudek nebo notářský zápis, ze kterého musí vyplývat, že objekt úvěru je/bude ve výhradním vlastnictví žadatele a to včetně závazků k němu. Současně musí být doloženo, jak budou vypořádány závazky související se zúžením SJM (souhlas druhého z manželů s uhrazením ze společných příjmů, úhrada z prostředků, které nejsou v SJM).

Hlavní žadatel

Hlavním žadatelem o hypoteční úvěr může být pouze jedna osoba. Hlavní žadatel je pro účely posouzení úvěru definován jako žadatel s nejvyšším příjmem ze všech osob žádajících o úvěr.

Hlavním žadatelem může být:

- občan ČR (bez ohledu na místo trvalého pobytu) nebo cizinec, který má za manžela/manželku občana ČR (jen pokud je financovaná nemovitost ve vlastnictví obou manželů)
- občan státu EU s povolením k přechodnému pobytu delšímu než 3 měsíce, k dlouhodobému nebo trvalému pobytu
- občan z neelejského státu EU s povolením k trvalému pobytu v ČR nebo osoba – cizinec z neelejského státu EU, který má dle § 17 devizového zákona právo nabývat nemovitosti na území ČR.
- fyzická osoba cizinec – vlastník nemovitosti na území ČR – jen pro HÚ k financování této nemovitosti. U těchto žadatelů nejsou předepsány zvláštní požadavky na dozajištění.

Spolužadatelé, vedlejší žadatelé

Ostatní osoby žádající o HÚ se označují jako spolužadatelé (maximální počet spolužadatelů je 3 osoby). Pro spolužadatele platí stejná kritéria hodnocení a verifikací jako pro hlavního žadatele, vyjma verifikace příjmu, pokud příjem nedokládá.

Vedlejším žadatelem je označen žadatel, který neprokazuje příjmy ani výdaje pro propočet ratingu. Zároveň nemusí vedlejší žadatel splňovat věkové limity a není zahrnován do standardního počtu žadatelů.

9.6 Žádost o hypoteční úvěr

Zájemci o HÚ bance předkládají Žádost o hypoteční úvěr na formuláři banky. Aktuální formuláře jsou vystaveny na webových stránkách banky. Všichni žadatelé jsou povinni žádost vlastnoručně podepsat. Ve vybraných případech banka požaduje úřední ověření podpisu žadatele.

Současně s žádostí klient předkládá dokumenty, potřebné k posouzení žádosti a přípravu smluvních dokumentů. Dokumenty lze předložit v českém nebo slovenském a anglickém jazyce. Dokumenty v jiných jazycích (pokud nejde o formuláře RB) musí být předloženy v úředním překladu. Pokud klient předkládá více dokumentů stejného druhu (např. výpisy z účtu), postačuje překlad jednoho z nich.

V případě, že se klient nechává při vyřizování úvěru zastupovat na základě plné moci, musí tato být přiložena ke smluvním dokumentům.

10 DOPAD FINANČNÍ KRIZE NA RAIFFEISENBANK A.S.

10.1 Jak krize vznikla

V průběhu r. 2007 došlo v USA ke krizi v sektoru ‚substandardních‘ hypoték, tj. hypoték pro klienty, jejichž rizikový profil nesplňoval kritéria amerických finančních ústavů, zabývajících se refinancováním hypoték poskytnutých bankami. Část klientů se substandardními hypotékami přestala své hypotéky splácet a v důsledku toho zkrachovalo několik hypotéčních úvěrových institucí, které tyto hypotéky poskytovaly. Uvedený vývoj poté vedl k propadu cen nemovitostí.

V letošním roce tyto nesplácené hypotéky způsobily problémy řadě dalších finančních institucí. Tyto pády finančních institucí zvedly v USA a posléze v mnoha dalších zemích vlnu nedůvěry mezi bankami. Banky se bojí rizika protistrany, a proto si přestaly vzájemně zapůjčovat volné peněžní prostředky. Na světovém peněžním trhu tak vznikl nedostatek volných peněžních prostředků neboli likvidity a prudce stouply sazby mezibankovního trhu.

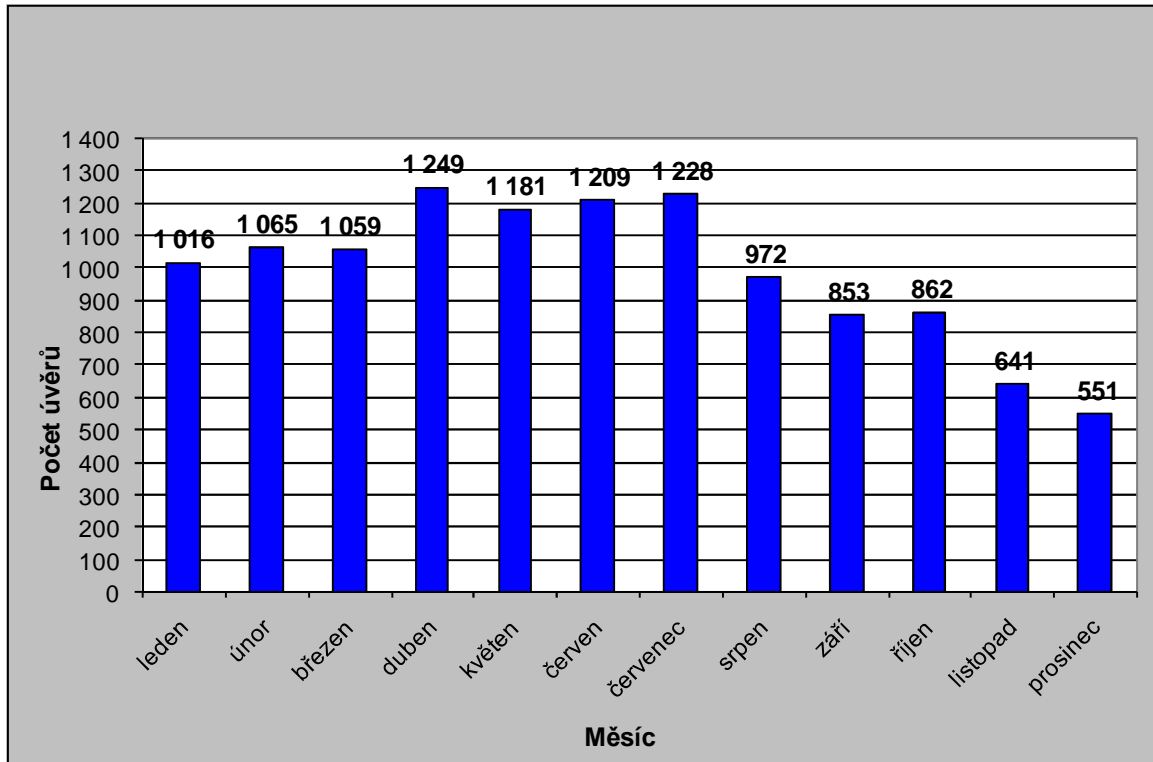
10.2 Současný stav finanční krize

Krize likvidity vedla v průběhu září a října k tomu, že banky v Evropě si mezi sebou prakticky přestaly půjčovat. Mnohé se proto dostaly do potíží s okamžitou platební schopností. Zároveň je likvidita velmi drahá. Na uvedený stav reagovaly centrální banky dodáváním likvidity na mezibankovní trh a snížením svých úrokových sazeb o půl procentního bodu. Když se ani těmito opatřeními nepodařilo likviditní krizi zastavit a obnovit důvěru mezi bankami, rozhodly se vlády evropských i dalších zemí garantovat půjčky na mezibankovním trhu. Zároveň se evropské i jiné vlády rozhodly kapitálově posílit a zčásti nebo v případě nutnosti zcela převzít ty banky, které nejsou schopny své problémy ani s vládními zárukami za úvěry a s přístupem k likviditě od centrálních bank vyřešit samy.

Tato nejnovější opatření, jak se zdá, splnila svůj účel – sazby mezibankovního trhu začaly v průběhu listopadu a prosince ve světě klesat. Zároveň se vlády začaly zaručovat za vklady v bankách a zvyšovat rozsah pojištění vkladů, aby zabránily panice mezi vkladateli.

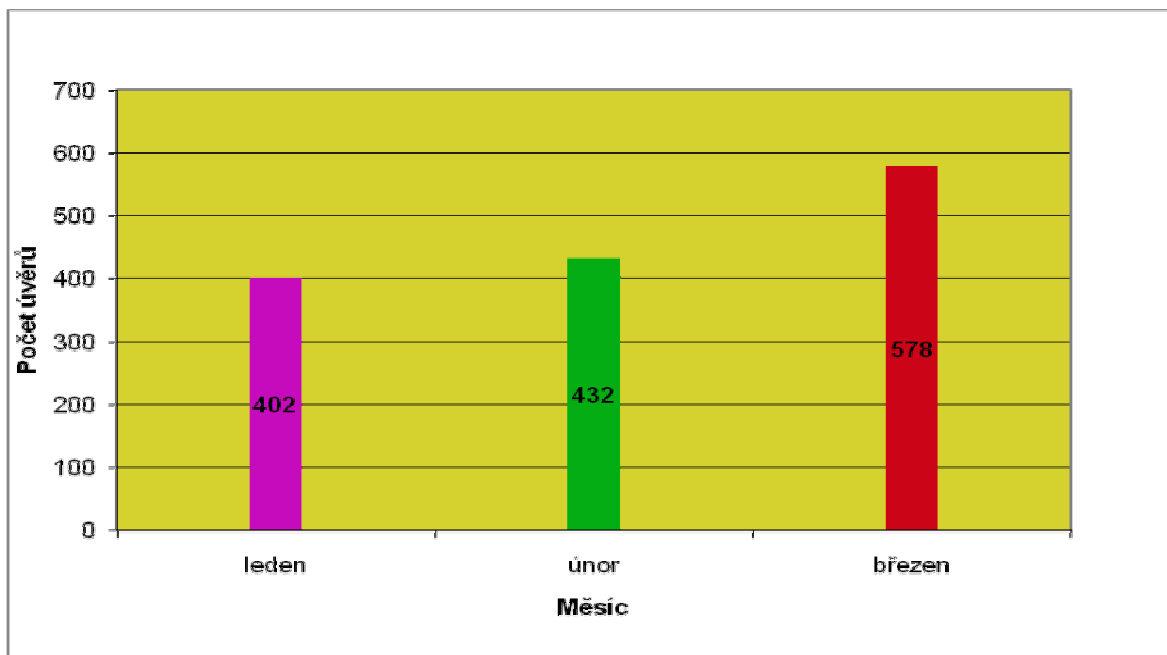
10.3 Stav Raiffeisenbank a. s. v ČR

Graf 12. Počet podepsaných hypotečních úvěrů v roce 2008



Zdroj: interní zdroj banky

Graf 13. Počet podepsaných hypotečních úvěrů v r. 2009



Zdroj: interní zdroj banky

Finanční krize se promítla v počtu podepsaných hypotečních úvěrů i v Raiffeisenbank a.s. Z výše uvedených grafických vyjádření je možné vyčíst, že v lednu v r. 2008 bylo schváleno 1 016 hypotečních úvěrů, ovšem v lednu r. 2009 bylo schváleno pouze 402 hypotečních úvěrů. Je to z toho důvodu, že banka musela zpřísnit podmínky pro poskytování úvěrů. V r. 2008 se poskytovaly hypotéky až do 100 % výše hodnoty zastavované nemovitosti. To znamená, že více lidí mělo možnost získat hypoteční úvěr, i když někteří z nich poté neměli dost finančních prostředků na jeho splácení. V r. 2009 se tato hranice snížila a bylo možné poskytnout hypotéku maximálně do výše 75 % zastavované nemovitosti. Postupně se ovšem počet podepsaných úvěrů mírně zvyšoval a banka začala umožňovat hypoteční úvěr až do výše 85 % ceny nemovitosti. Tento stav zatím stále trvá.

Počet podepsaných úvěrů v r. 2009 klesl nejen proto, že hodně lidí nesplňovalo podmínky pro získání hypotečních úvěrů, ale ti, kterým by banka ráda úvěr nabídla, raději vyčkávají a nechávají si rezervu finančních prostředků. Nevědí, co finanční krize ještě přinese a také mají strach z možné ztráty zaměstnání.

11 POVINOSTI JEDNOTLIVÝCH ÚTVARŮ PŘI ZPRACOVÁNÍ HŮ

11.1 Hypoteční centrum

11.1.1 Hypoteční poradce

- Hypoteční poradce informuje zájemce o podmínkách hypotečního úvěru, vydává tiskopisy formulářů a žádosti, připravuje pro zájemce o úvěr orientační propočty splátek a popřípadě i o předpokládané roční procentní sazbě nákladů.
- Přebírá a kontroluje žádosti o úvěr, včetně veškerých náležitostí.
- Spolupracuje s obchodními zástupci banky při předávání podkladů k obchodním případům.
- Typuje podklady o úvěr do interní aplikace a elektronicky požaduje posouzení úvěru schvalovatelem.
- Předkládá elektronicky požadavky na provedení supervize (odhad ceny nemovitosti) a na provedení předepsaných verifikací odhadů, zajišťuje podpis smluvních dokumentů včetně ověření totožnosti klientů.
- Přebírá od klientů podklady k čerpání úvěru, kontroluje věcnou a formální správnost převzatých originálních dokumentů, za kterou zodpovídá a překládá je ke schválení centralizovanému oddělení.
- Kontroluje doklady, kterými klient dokládá účelovost čerpání u zálohového čerpání.
- Přebírá od klientů žádosti o změny podmínek smluv, v případě, že je správcem úvěru zpracovává požadavky na změnu smlouvy a předkládá je k odsouhlasení schvalovateli.
- Zajišťuje součinnost banky při výzvě katastru nemovitostí k nápravě při zápisu vkladu zástavy nemovitosti do KN.

11.1.2 Administrativní pracovník hypotečního centra

- Zajišťuje na základě žádosti hypotečního poradce otevření běžného účtu klienta podle zásad platné směrnice.
- Informuje povinně správce úvěrové složky o změnách hlášených klientem (adresy, jména, apod.) včetně změny nebo zrušení trvalého příkazu.
- Administruje fyzickou dokumentaci, skenuje dokumenty do optického archívu, zajišťuje zaslání dokumentace do centrální kartotéky.

11.2 Oddělení Oceňování nemovitostí

Zajišťuje na základě elektronických požadavků předaných prostřednictvím interní aplikace supervize (ocenění) nemovitostí určených do zástavy, popřípadě verifikaci odhadů.

11.3 Oddělení Schvalování hypoték

- Na základě předaných požadavků poboček posuzuje schválení úvěru dle schvalovacích pravomocí.
- Projednává s hypotečním poradcem požadavky na doplnění podkladů, změny podmínek čerpání, změny požadovaného zajištění.
- Zpracovává smluvní dokumentaci do podpisu úvěrové smlouvy včetně případných zástavních smluv.
- Rozhoduje o návrzích na změnu podmínek úvěru ovlivňujících riziko úvěru.

11.4 Správa hypotečních úvěrů

- Administruje portfolio poskytnutých hypotečních úvěrů
- Zajišťuje servis pro klienty a hypoteční centra
- Provádí změny v systému a ve smluvní dokumentaci na základě požadavků klienta.

11.5 Oddělení čerpání hypoték

- Provádí kontrolu plnění podmínek čerpání úvěrů na základě požadavků a dokladů zaslaných z hypotečních center.

- V případě schválení čerpání, zadávají pokyn k automatickému převodu prostředků. Pokud se neprovede z nějakého důvodu automatický převod a je nutný ruční zásah do systému, je zde uplatňován „**system čtyř očí**“.

11.6 Vymáhání pohledávek

Zajišťuje vymáhání delikventních pohledávek podle platného postupu.

11.7 Produktový tým

- Řídí procesy hypotečních úvěrů v bance.
- Přípravuje interní postupy týkající se procesu.
- Poskytuje konzultace a informace pobočkám a ostatním útvarům.

12 KOMUNIKAČNÍ STRATEGIE V RAIFFEISENBANK

RB má své Desatero pro jednání s klienty, kterými by se měli zaměstnanci banky řídit.

1. POZDRAV

- navažte oční kontakt
- klienta vždy pozdravte standardním pozdravem „Dobrý den“ a představte se „ Jan Novák, Váš Bankéř (Hypoteční poradce,...)“
- pokud se jedná o první schůzku s klientem, je vhodné předat vizitku s kontakty

2. ÚSMĚV

- tvařte se příjemně, usmívejte se

3. ZAHÁJENÍ DIALOGU

- oslovte klienta jako první dotazem na jeho přání
(„Jak Vám mohu pomoci?“; „Co pro Vás mohu udělat?“; „Co si přejete?“...)

4. OSLOVENÍ

- pokud znáte klienta, oslovujte ho vždy jménem, případně titulem či funkcí (pane Nováku, pane doktore, pane řediteli)

5. KOMUNIKACE

- snažte se poznat klientovy potřeby, ptejte se na ně (individuální přístup)
- důkladně vysvětlete produkt a přesvědčte se, že Vás klient pochopil (shrnutí hlavních bodů)
- na stížnosti a výtky nereagujte podrážděně, klienta uklidněte, chovejte se slušně, buďte ochotní, trpěliví

6. PŘÍSTUP

- pokud je to možné, zajistěte pohodlí klienta (příjemné prostředí, stejná úroveň, tj. oba sedí nebo oba stojí, nabídněte občerstvení)
- neseďte zády ke klientovi (ani se k němu neotáčejte zády)

7. POZORNOST

- klient má vždy přednost, nepřerušujte jednání s ním, věnujte se pouze jednomu klientovi

8. NÁZORNOST

- poskytněte klientovi přesné a úplné informace nabídněte propagační materiály

9. ROZLOUČENÍ

- poděkujte za návštěvu, popřejte klientovi např. „Hezký den“, „Úspěšný den“
„Příjemný víkend, svátky,...“
- připomeňte klientovi, že pokud bude cokoli potřebovat, je možné se obrátit přímo na vás nebo naši klientskou linku s nepřetržitým provozem.

10. POZDRAV

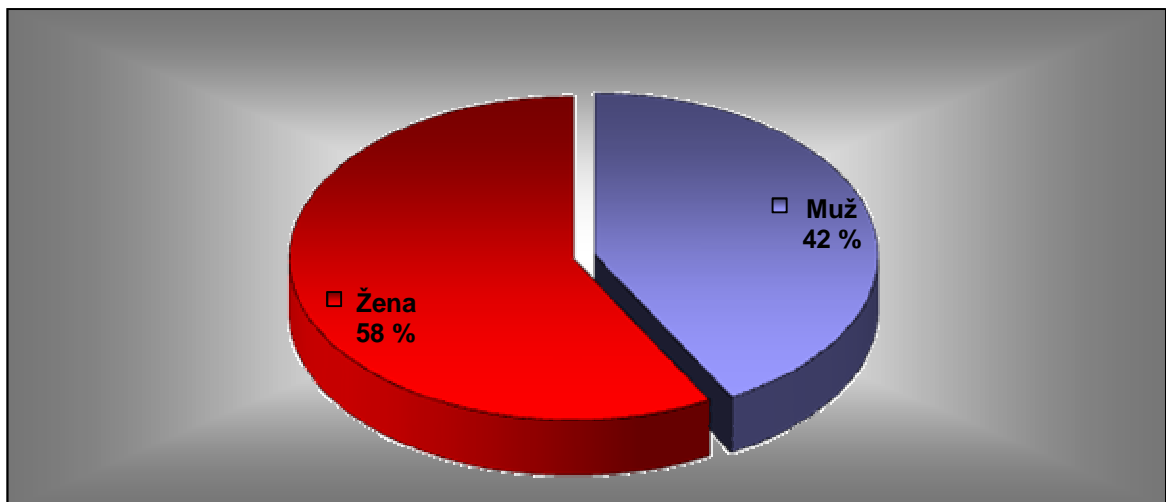
- s klientem se vždy rozlučte.

13 VYHODNOCENÍ DOTAZNÍKOVÉHO ŠETŘENÍ

Bylo osloveno asi 350 respondentů, z nichž 100 respondentů mělo hypoteční úvěr. Někteří z nich byli osloveni přímo u poboček bank, některým byl dotazník zaslán elektronicky. Dále jsem dotazníky rozdala na jednotlivá oddělení v rámci banky a svým známým. 100 respondentů, kteří měli hypotéku, odpovídali na 21 otázek. První čtyři otázky byly demografické, kdy jsem chtěla zjistit pohlaví, věk, vzdělání a rodinný stav respondentů. Ostatní otázky se týkaly schvalování hypotečních úvěrů.

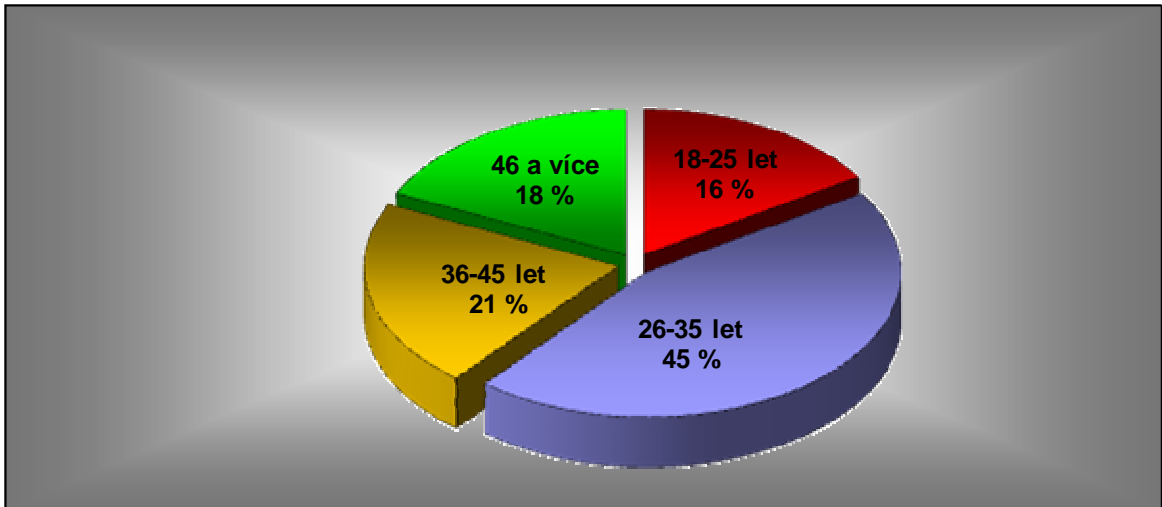
Z celkového počtu respondentů odpovídalo 58 % žen.

Graf 1. Procentuální vyjádření pohlaví respondentů



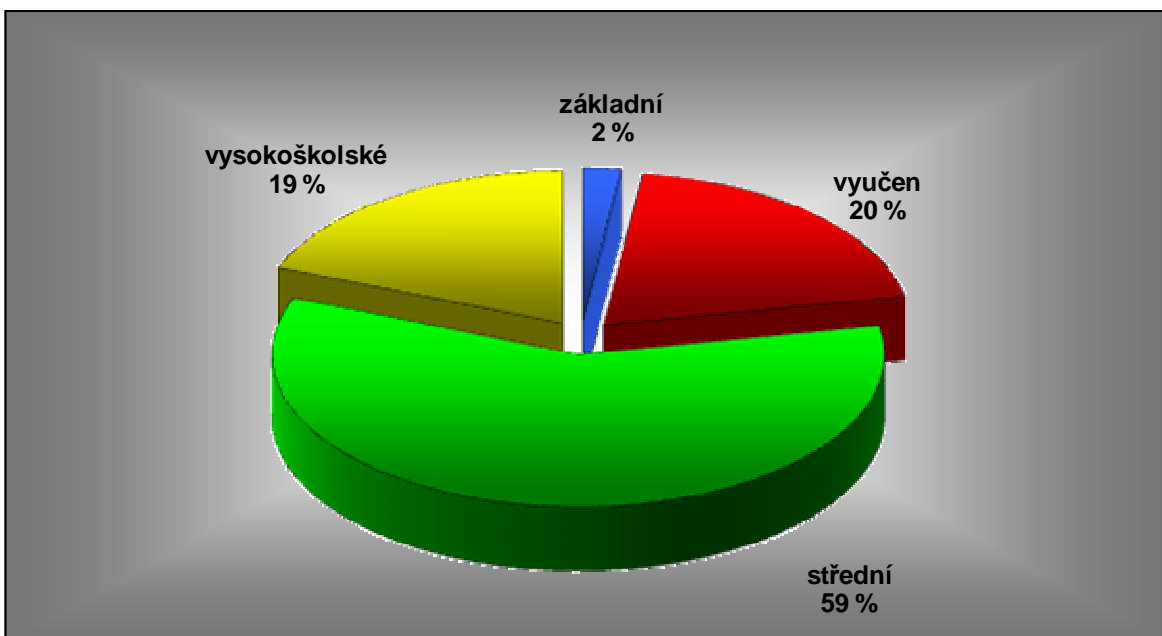
Zdroj: vlastní

Nejvíce 45 % respondentů bylo ve věkovém rozmezí 26-35 let. 21 % bylo ve věku 36-45 let, 18 % mělo 46 a více let a 16 % bylo mezi 18-25 rokem.

Graf 2. Procentuální vyjádření věkové kategorie respondentů

Zdroj: vlastní

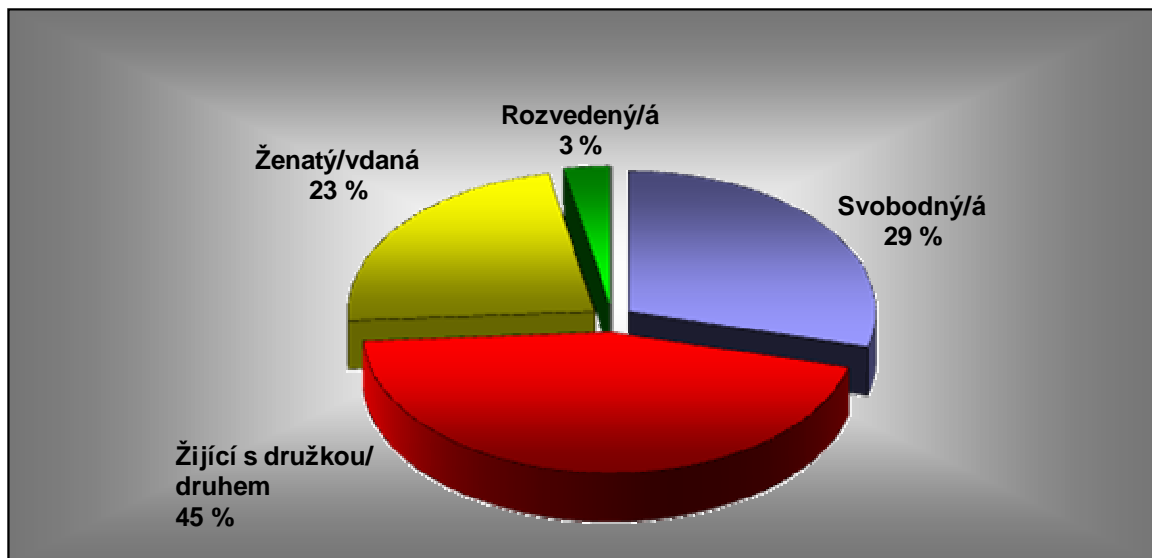
Nejvíce dotazovaných mělo střední vzdělání 59 %, 20 % bylo vyučených, 19 % respondentů mělo vysokoškolské vzdělání a 2 % mělo pouze základní vzdělání.

Graf 3. Procentuální vyjádření dosaženého nejvyššího vzdělání respondentů

Zdroj: vlastní

45 % žijí s družkou nebo s druhem ve společné domácnosti, 29 % dotazovaných bylo svobodných, 23 % bylo vdaných/ženatých a 3 % byli rozvedení.

Graf 4. Procentuální vyjádření rodinného stavu respondentů

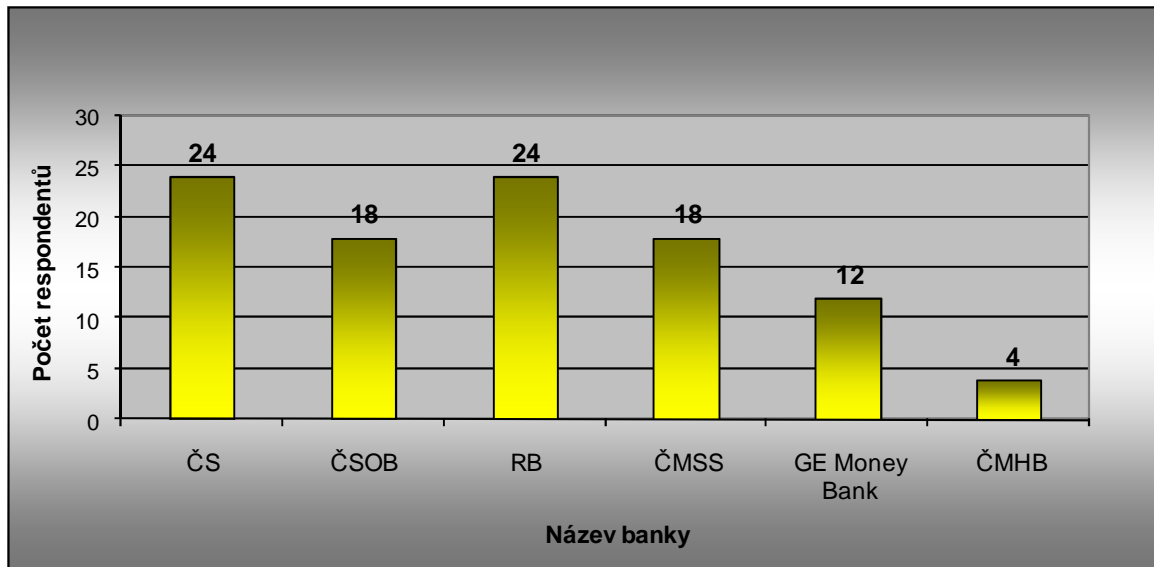


Zdroj: vlastní

Otázka č. 5: U jaké banky máte hypoteční úvěr?

Z otázky č. 5 jsem zjistila, v které bance mají lidé hypoteční úvěr. Nejvíce, 24 respondentů má svůj HÚ v České spořitelně a v Raiffeisenbank. 18 lidí má úvěr v ČSOB a ČMSS. Dále z dotazníku vyplynulo, že 12 lidí má HÚ v GE Money Bank a 4 v ČMHB.

Graf 5. U jaké banky mají respondenti HÚ

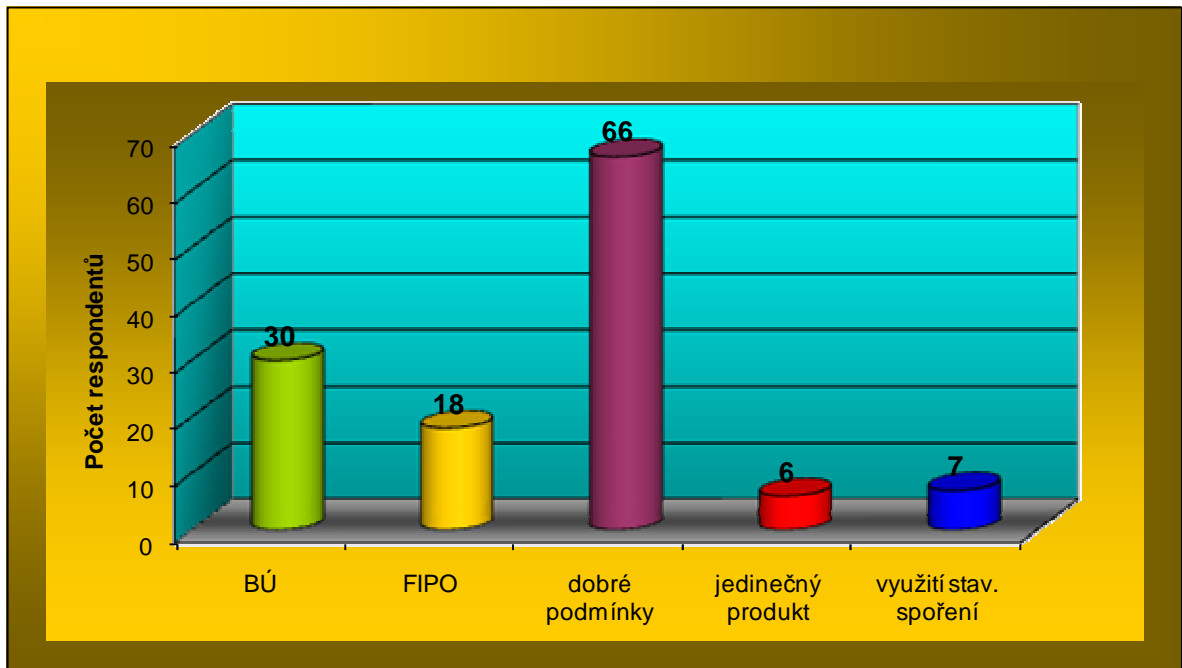


Zdroj: vlastní

Otázka č. 6: Proč jste si zvolil HÚ právě u téhle banky?

66 dotázaných odpovědělo, z důvodu dobrých podmínek. V době, kdy uvažovali o hypotečním úvěru, jim daná banka nabízela nejnižší úrok, možnost předčasného splacení a realizování mimořádných splátek bez poplatku. 30 respondentů si vzalo HÚ právě u této banky, protože tam má založený BÚ. Mají tedy už nějakou zkušenost s bankou, a jelikož byli již klienty banky, předpokládali bezproblémové vyřízení HÚ. 18 lidí odpovědělo, že jim danou banku poradil jejich finanční poradce. 7 lidí kvůli využití stavebního spoření a 6 odpovědělo, že jim banka nabídla jedinečný produkt, který ostatní v té době nenabízely.

Graf 6. Proč si respondenti zvolili HÚ právě u dané banky?



Zdroj: vlastní

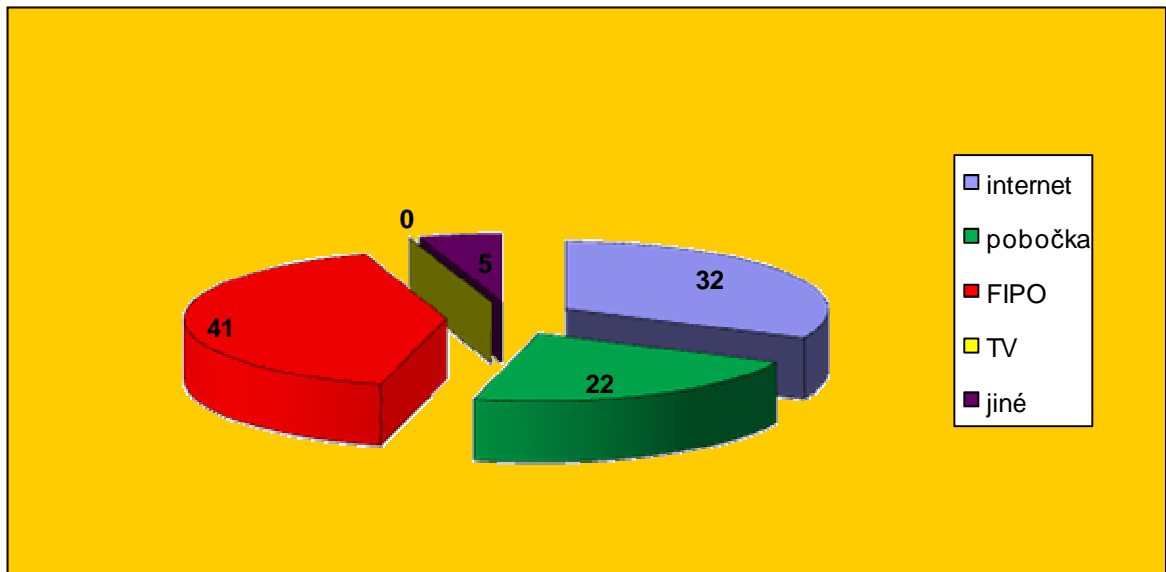
Otázka č. 7: V případě poskytnutí lepších podmínek, byl byste ochoten přejít ke konkurenci?

Většina, konkrétně 84 % dotazovaných by byla ochotna přejít ke konkurenci, pokud by ji nabídla pro ně výhodnější podmínky. 16 % respondentů by nebyli ochotni přejít ke konkurenci. Jako důvod uvedli velkou administrativu spojenou s přechodem ke konkurenci, časovou náročnost a také minimální odlišnosti mezi jednotlivými nabídkami různých bank.

Otázka č. 8: Z jakého zdroje jste čerpal informace o HÚ banky?

Většina respondentů 41 % čerpala informace o HÚ banky převážně od svého finančního poradce. Dále také využívala internet. 32 % čerpalo informace výhradně z internetu, 22 % lidí si šlo pro informace přímo na klientská centra bank a 5 % respondentů čerpalo z jiných zdrojů. Jako příklad uvedli různé propagační materiály, letáky, doporučení svých známých a rodinných příslušníků. Nikdo z dotázaných nezjišťoval informace o HÚ z televize.

Graf 7. Procentuální vyjádření respondentů, z kterého zdroje čerpali informace o HÚ



Zdroj: vlastní

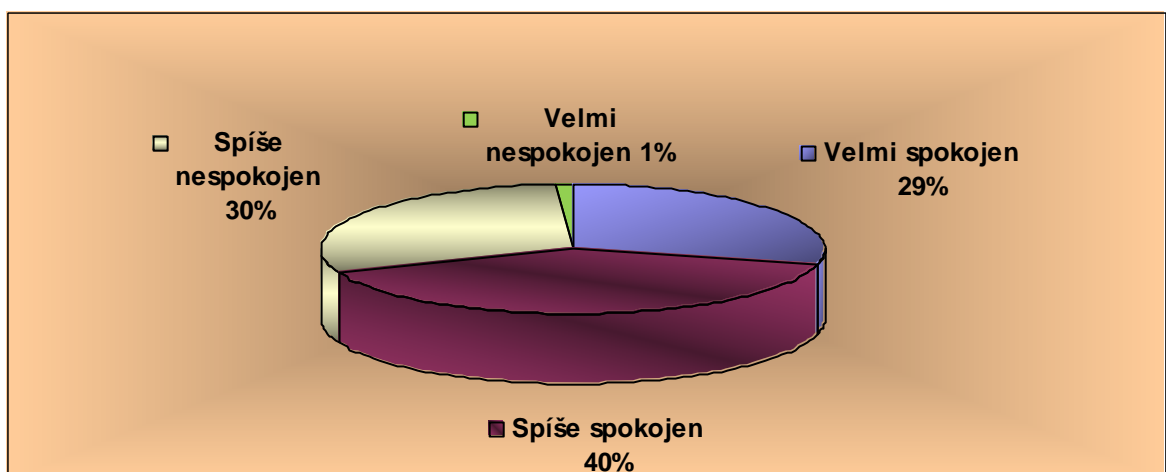
Otázka č. 9: Jaký typ HÚ máte?

Z otázky číslo 9 jsem zjistila, že jednoznačně 100 % respondentů má účelový HÚ.

Otázka č. 10: Jak jste byl spokojen s rychlostí schválení HÚ?

40 % z dotázaných bylo spíše spokojeno s rychlostí schválení HÚ, 30 % bylo spíše nespokojeno, 29 % bylo velmi spokojeno a 1 % z celkového počtu respondentů bylo velmi nespokojeno s rychlostí schválení HÚ.

Graf 8. Procentuální vyjádření spokojenosti respondentů s rychlostí schválení HÚ

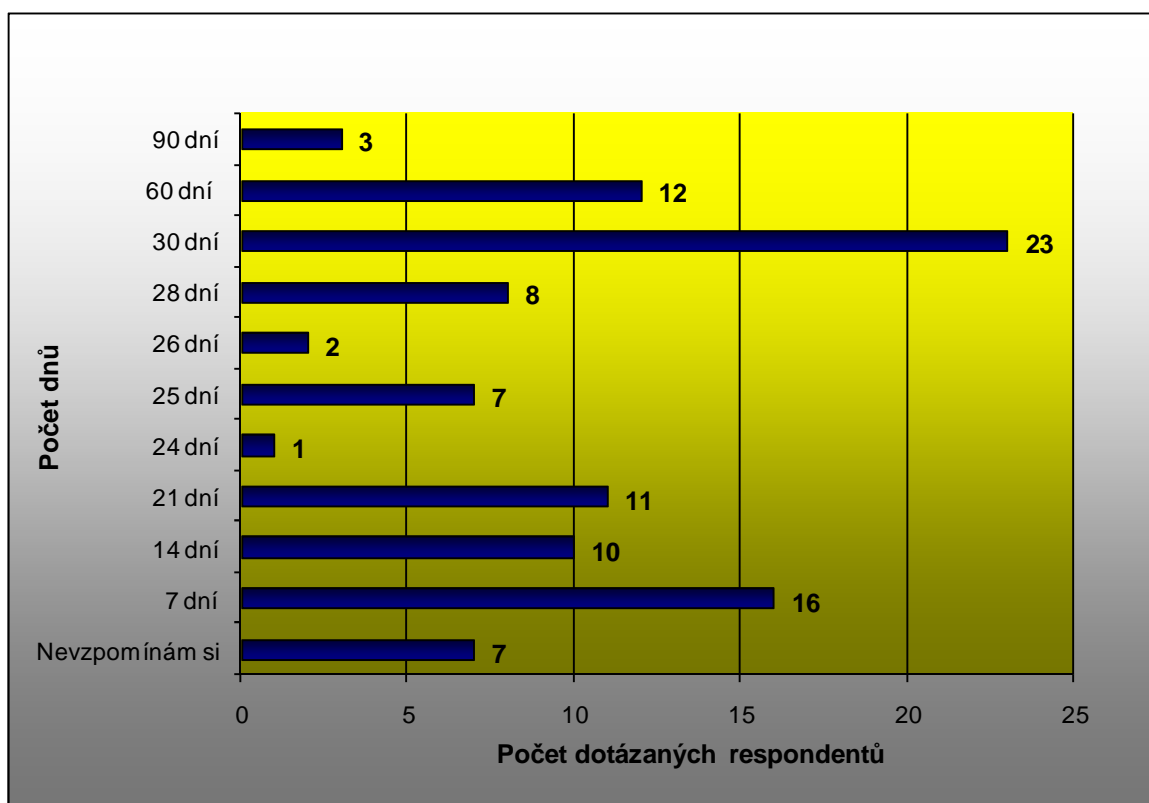


Zdroj: vlastní

Otázka č. 11: Jak dlouho Vám trvalo vyřízení HÚ?

Z grafického vyjádření můžeme vyčíst, že doba vyřízení HÚ u nejvíce respondentů trvala jeden měsíc. 16 lidí mělo HÚ vyřízen již za jeden týden, ovšem 12 dotázaných ze 100 odpovědělo dva měsíce. 7 respondentů si již nevzpomínalo, jak dlouho jim vyřízení trvalo. Z dotazníkového šetření nám vyplynulo, že průměrná doba vyřízení HÚ je kolem jednoho měsíce.

Graf 9. Doba vyřízení HÚ vyjádřena na jednotlivé respondenty



Zdroj: vlastní

Otázka č. 12: Byl jste spokojen s jednáním hypotečního poradce?

Otázka č. 13: Sdělil Vám všechny potřebné informace, které jste potřeboval?

86 % dotazovaných bylo spokojeno s jednáním hypotečního poradce, protože jim sdělil všechny potřebné informace, které byly pro schválení HÚ důležité a nezbytné. 14 % nebylo spokojeno s jednáním hypotečního poradce, protože neposkytl komplexní informace, nenabídl všechny možnosti HÚ, neměl přehled o všech možných produktech, některé informace byly sděleny až po podepsání úvěrové smlouvy.

Otázka č. 14: Kolik máte HÚ?

96 % lidí má pouze jeden hypoteční úvěr, 4 % dotazovaných má dva hypoteční úvěry.

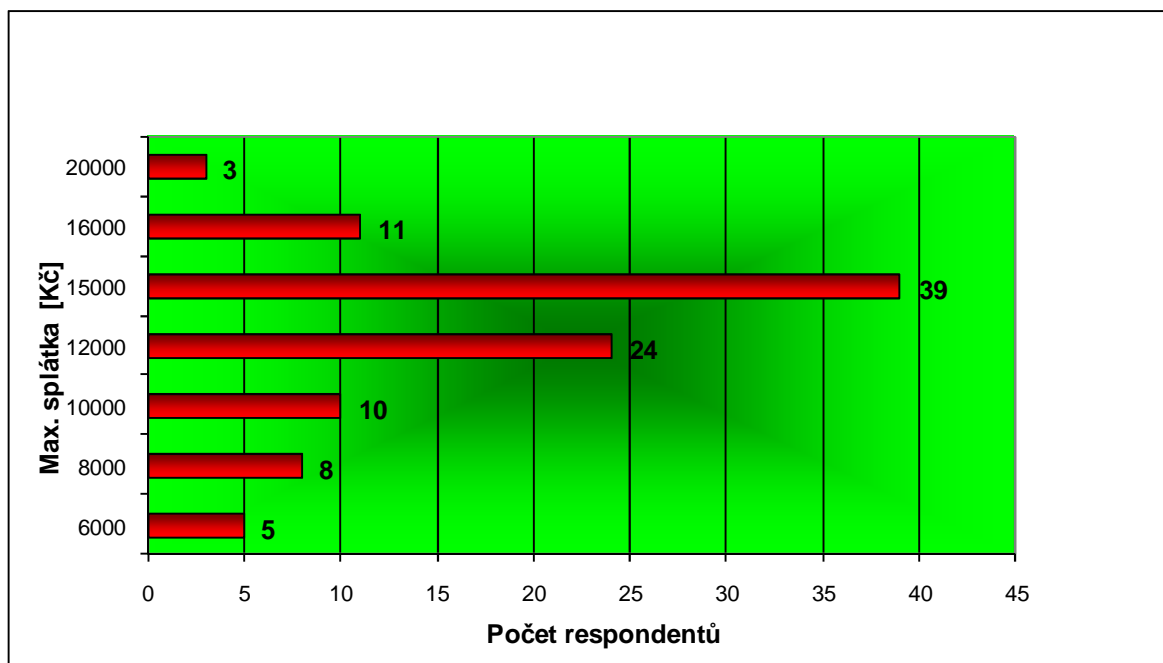
Otázka č. 15: V jaké výši Vám byl schválen HÚ?

Většina respondentů odpovídala, že jim byl schválen hypoteční úvěr ve výši 100 % hodnoty nemovitosti nebo v požadované výši, v rozmezí od 600.000,- Kč do 3.500.000,- Kč. Nejčastěji požadovali částku mezi 1M a 2M.

Otázka č. 16: Jakou maximální částku byste byl schopen měsíčně splácet za HÚ?

39 respondentů by byli schopni měsíčně splácet maximálně 15.000,- Kč za hypoteční úvěr. Maximálně 12.000,- Kč měsíčně za HÚ, by bylo schopno vynakládat 24 lidí. 11 dotázaných odpovědělo, že by byli schopni platit maximálně 16.000,- Kč. Pouze 3 respondenti z celkového počtu dotázaných by byli schopni splácet měsíčně 20.000,- Kč za HÚ.

Graf 10. Vyjádření maximální měsíční částky, kterou by byli schopni respondenti splácet za HÚ



Zdroj: vlastní

Otázka č. 17: Byl byste ochoten zaplatit určitý poplatek, za možnost nedokládání účelovosti?

45 % by bylo ochotných zaplatit poplatek za možnost, že by nemuseli pro čerpání HÚ dokládat účelovost použitých prostředků. Považují tuhle možnost za jednu z výhod, kterou by banka mohla automaticky nabízet. 55 % respondentů by nebyli ochotni zaplatit poplatek za nedokládání účelovosti. Není pro ně problém danou účelovost doložit, považují tento poplatek za zbytečný.

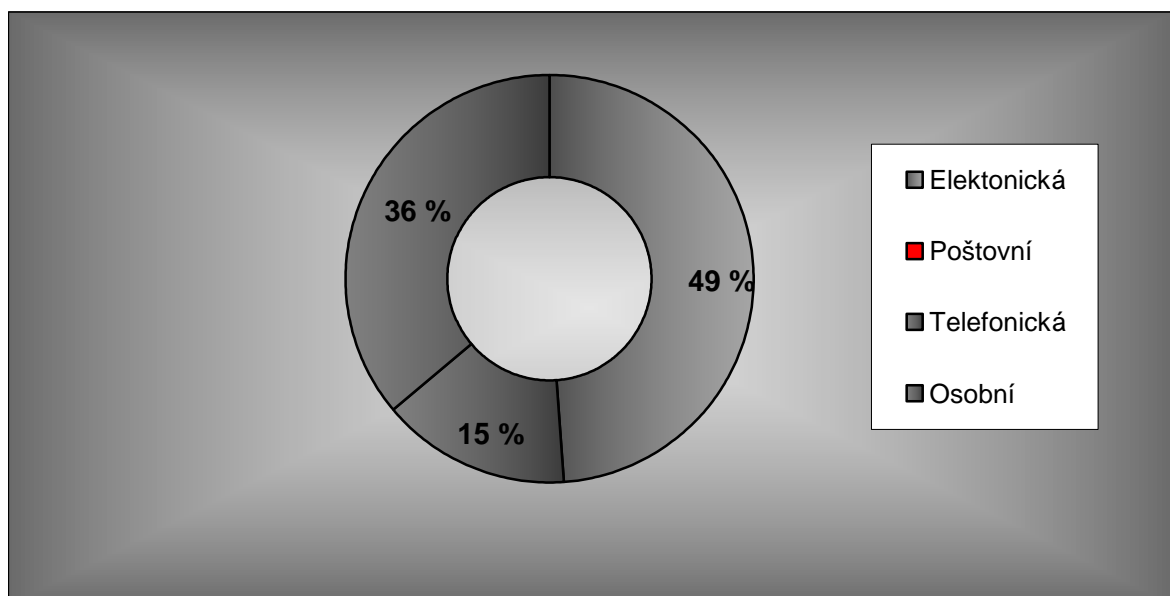
Otázka č. 18: Jste pojištěn proti neschopnosti splácet?

62 % je pojištěno proti neschopnosti splácet. V dnešní době finanční krize, kdy lidé nemají jistotu stálého zaměstnání, považují toto pojištění jako automatickou součást HÚ. 38 % není pojištěno proti neschopnosti splácet. Někteří si jsou jistí, že nemůžou přijít o své zaměstnání, tudíž považují toto pojištění za zbytečné a nechtějí vkládat své finanční prostředky do pojištění. Některým respondentům nebylo pojištění nabídnuto ze strany banky, oni sami se o něj nezajímali a nyní, pokud nemají finanční problémy, řešit nechtějí.

Otázka č. 19: Jakou formu komunikace byste preferoval při jednání s bankou?

49 % respondentů by preferovalo výhradně elektronickou komunikaci s bankou. 36 % je spíše pro osobní jednání, 15 % z dotázaných by volilo telefonickou komunikaci a překvapující bylo, že nikdo z dotázaných by nevolil poštovní komunikaci s bankou.

Graf 11. Procentuální vyjádření respondentů na preferovanou komunikaci s bankou



Zdroj: vlastní

Otázka č. 20: Byl byste ochoten zaplatit poplatek za expresní vyřízení HÚ?

56 % respondentů by byli ochotni zaplatit určitý poplatek za expresní vyřízení HÚ. Záleželo by i na výši poplatku a také na době vyřízení HÚ. Pokud by byl poplatek pro ně přijatelný a doba vyřízení značně kratší než u standardního procesu, určitě by byli ochotni poplatek zaplatit. 44 % z počtu dotazovaných by v žádném případě nebyli ochotni zaplatit poplatek za expresní vyřízení HÚ.

Otázka č. 21: Doporučil byste danou banku svým známým?

96 % lidí by doporučilo danou banku, u které mají HÚ svým známým. Pouze 4 % by v žádném případě danou banku svým známým nedoporučilo.

14 NÁVRH NA ZLEPŠENÍ STÁVAJÍCÍHO PROCESU SCHVALOVÁNÍ HÚ, ZDOKONALENÍ SLUŽEB

Z celého procesu jsem se zaměřila na 3 nejdůležitější body.

1. Komunikace mezi hypotečním poradcem a klientem
2. Rychlost schválení HÚ
3. Forma komunikace mezi klientem a bankou.

14.1 Komunikace mezi hypotečním poradcem a klientem

I když nám z dotazníkového šetření vyplynulo, že 86 % klientů bylo spokojeno s jednáním hypotečního poradce, je zde stále 14 %, kteří z nějakého důvodu spokojení nebyli.

Dle mého názoru, patří komunikace s klientem mezi nejdůležitější části celého procesu. Banka by měla vynaložit nemalé finanční prostředky na opakované školení komunikačních dovedností, kde se zaměstnanci naučí správně komunikovat se zákazníkem, jakých slov se vyvarovat, jak reagovat v nepříjemné situaci a hlavně se naučí asertivnímu chování. Dále je třeba vynakládat finanční prostředky do jazykových kurzů. Při výběru jazykových kurzů bych kladla důraz na profesionální jazykové kurzy s kvalifikovanými rodinnými mluvčími, kteří jsou schopni přenést své znalosti a zkušenosti, jak v oblasti gramatiky, tak i ve výslovnosti, na dané obchodní poradce. Tím se zlepší celkový dojem žadatelů cizích národností vůči bance.

Dále by banka měla podávat pravidelné a patřičné informace jak o svých produktech, tak o veškerých změnách, týkající se všeobecných podmínek banky. Často se stává, a také to někteří uvedli v dotazníku, že poradci nejsou dostatečně informováni o nových produktech. Poté nejsou schopni klientovi nabídnout patřičný servis a konkurenční výhodu.

Pro získání většího přehledu a zkušeností v oboru komunikace se zákazníkem bych doporučila zavést výměnné pobyty v rámci stejného oddělení různých poboček. Dle mého názoru by výměnné pobyty mohly přinést jednotlivým poradcům nové poznatky o komunikaci s žadatelem.

Poradce by měl mít tedy individuální přístup ke každému klientovi a nabídnout mu produkt a službu přesně na míru, podle jeho potřeb. Je nutné, aby klientovi aktivně naslouchal, byl

k němu zdvořilý, vždy mu poradil, vyjadřoval se jednoznačně, stručně a bez slangových a nářečních výrazů.

14.2 Rychlost schválení HÚ

Z dotazníkového šetření bylo zjištěno, že 40 % z dotázaných bylo spíše spokojeno s rychlostí schválení HÚ. 30 % bylo spíše nespokojeno, 29 % bylo velmi spokojeno a 1 % z celkového počtu respondentů bylo velmi nespokojeno s rychlostí schválení HÚ

Doba vyřízení HÚ u nejvíce respondentů trvala jeden měsíc. 16 lidí mělo HÚ vyřízen již za jeden týden, ovšem 12 dotázaných ze 100 odpovědělo, dva měsíce. 7 respondentů si již nevzpomínalo, jak dlouho jim vyřízení trvalo. Z dotazníkového šetření nám vyplynulo, že průměrná doba vyřízení HÚ je kolem jednoho měsíce.

Pro zrychlení procesu schválení hypotečního úvěru, je třeba ze strany banky poskytnout žadateli všechny potřebné informace již při první návštěvě. Sdělit mu veškeré podmínky pro získání úvěru a jaké dokumenty budou nezbytné pro jeho schválení. Tím se vyvarujeme zbytečným návštěvám ze strany klienta a tudíž protahování celého procesu.

Dále pro zvýšení rychlosti schválení hypotečních úvěrů, bych navrhovala zavedení elektronického oběhu všech potřebných dokumentací. Jednotlivé kooperující instituce s Raiffeisenbank a. s. v dnešní době stále využívají poštovních zásilek a osobních doručení dokumentů od žadatelů, což je velmi zdlouhavé. Při dodržení určitých bezpečnostních kritérií elektronické komunikace, mohou informační systémy jako např. internet a síťové propojení jednotlivých institucí, nahradit fyzické rozesílání dokumentace. Zavedením centrálního informačního systému by jednotlivé instituce mohli efektivně a časově nenáročně mezi sebou rozesílat i citlivé informace daných klientů při schvalování hypotečních úvěrů. Tím by odpadla fyzická návštěva klienta u jednotlivých organizací, jako je např.: katastrální úřad, pojišťovna, advokátní kancelář, realitní kancelář, stavební úřad, finanční úřad, ostatní banky, atd. Díky tomuto systému, by banka mohla získat všechny potřebné informace o klientovi v krátkém časovém úseku a také rychle vyhodnotit bonitu klienta.

Nezbytným krokem je také zdokonalení informační technologie pro přenesení potřebných dokumentů do elektronické podoby v kratším časovém intervalu. Jedná se např. o modernizaci multifunkčních tiskáren.

Díky elektronickému vyplňování všech dokumentů spojených se schvalováním a čerpáním hypotečních úvěrů, se vyvarujeme možnosti nečitelnosti některých údajů. Nyní se často stává, že jsou některá data špatně čitelná a musí se ověřovat. Tím se proces prodlužuje.

14.3 Forma komunikace mezi klientem a bankou

49 % respondentů by preferovalo výhradně elektronickou komunikaci s bankou. 36 % je spíše pro osobní jednání, 15 % z dotázaných by volilo telefonickou komunikaci a nikdo z dotázaných by nevolil poštovní formu komunikace s bankou.

Z dotazníku vyplynulo, že nejvíce respondentů by preferovalo elektronickou komunikaci. Proto bych navrhla propracovat internetové stránky Raiffeisenbank. Doplnit podrobné postupy pro usnadnění vyplňování elektronických žádostí o hypoteční úvěr a zavést interaktivní postupy k zadávání elektronických formulářů, žádostí, atd. Potencionální klient získává kompletní audiovizuální představu, jakým způsobem komunikovat s bankou.

36 % respondentů je spíše pro osobní jednání. To znamená, že stále velká část žadatelů raději zajde na pobočku pro vyřízení hypotečního úvěru. Proto navrhuji založit více poboček po ČR, k rychlejšímu vyřizování jednotlivých žádostí, nebo vytvoření menších informačních center ve velkých nákupních střediscích. Tam by také bylo možné získat kompletní informace, potřebné k získání hypotečního úvěru.

ZÁVĚR

V mé práci, výzkumná sonda procesu schvalování hypotečních úvěrů a jako součást procesu zdokonalení služeb, jsem se zaměřila na bankovní úvěry s důrazem na hypotéky. Teoreticky jsem nastínila celý proces schvalování hypotečních úvěrů, od ústního předjednání a písemné žádosti o úvěr, až po čerpání hypotečního úvěru a jeho sledování. Dále jsem se zaměřila na zákazníka, který je tím nejdůležitějším článkem pro banku. Klienti jsou ve skutečnosti centrem aktivity instituce, důvodem její existence. Společnost existuje proto, aby uspokojovala jejich potřeby a vytvářela přitom zisk. Uspokojování zákazníků je důležité zejména v dnešní době. Dnes mají velký výběr nejen produktů, ale také institucí, které nabízejí finanční produkty.

V praktické části jsem zkoumala, jak jsou zákazníci spokojeni s procesem schvalování a čerpání hypotečních úvěrů jak z hlediska časového, technického, tak i etického.

Bylo provedeno dotazníkové šetření, z kterého vyplynulo, že 40 % z dotázaných bylo spíše spokojeno s rychlostí schválení HÚ, 30 % bylo spíše nespokojeno, 29 % bylo velmi spokojeno a 1 % z celkového počtu respondentů bylo velmi nespokojeno s rychlostí schválení HÚ. Nejvíce lidí odpovědělo, že jim vyřízení HÚ trvalo cca 1 měsíc.

Pro urychlení stávajícího procesu jsem navrhla pár řešení. Jako první je důležité poskytnout žadateli o hypoteční úvěr všechny potřebné informace hned při první návštěvě. Sdělit mu podmínky získání hypotečního úvěru a jaké dokumenty je třeba donést do banky. Tím se proces určitě zrychlí. Dále je třeba zdokonalit informační technologie pro přenesení dokumentů v elektronické podobě a snažit se celý proces přenosu dokumentů zelektronizovat.

Co se týká hypotečního poradce, 86 % dotazovaných bylo spokojeno s jeho jednáním, protože jim sdělil všechny potřebné informace, které byly pro schválení HÚ důležité a nezbytné. 14 % nebylo spokojeno s jednáním hypotečního poradce, protože neposkytl komplexní informace, nenabídl všechny možnosti HÚ, neměl přehled o všech možných produktech, některé informace byly sděleny až po podepsání úvěrové smlouvy. Tito lidé by danou banku, u které mají hypoteční úvěr, určitě nedoporučili svým známým.

Proto je třeba ze strany banky stále vynakládat finanční prostředky na opakovaná školení v oblasti komunikace a jazykový kurzů. Dále je potřeba neustále informovat zaměstnance o

produktech banky a veškerých změnách. Zavést výměnné pobyty, kde si zaměstnanci od sebe navzájem předávají své zkušenosti.

Dále bylo z dotazníkového šetření zjištěno, že 49 % respondentů by preferovalo výhradně elektronickou formu komunikace s bankou. Proto bych navrhovala propracovat internetové stránky Raiffeisenbank a. s., aby žadatelé mohli bez jakéhokoli problému vyplnit elektronickou žádost o hypoteční úvěr. 36 % respondentů je spíše pro osobní jednání. To znamená, že stále velká část žadatelů, raději přijde na pobočku pro získání určitých informací. Proto by bylo třeba rozšířit pobočkovou síť po celé České republice, k rychlejšímu vyřízení jednotlivých žádostí.

RESUME

In my work, research probe the approval process and the mortgage loans as part of process improvement services, I have focused on bank loans, with an emphasis on mortgages. Theoretically, I describe the whole process of approval of mortgage loans, from an oral hearing and written request for a loan, after drawing a mortgage loan and its monitoring. I also focused on the customer, which is the most important article for the bank. Clients are in fact the center of activity institution, reason for its existence. The company exists to satisfy their needs and create the profits.

In the practical part I have researched how customers are satisfied with the process of approval and drawing of mortgage loans, both in terms of time, technical, and ethical.

Questionnaire survey was conducted from which showed that 40 % of the respondents were rather satisfied with the speed of approval of mortgage loan, 30 % were fairly unsatisfied, 29 % were very satisfied and 1 % of the total number of respondents were very unsatisfied with the speed of approval mortgage loan.

To accelerate the current process, I propose a few solutions. As a first it is important to provide an applicant for a mortgage loan all the necessary information right at the first visit. Tell him the conditions for obtaining a mortgage loan and what documents should be bring to the bank. This will certainly speed up the process. There is also a need to improve information technology for transferring documents in electronic form.

As to the mortgage advisor, 86 % of respondents were satisfied with the negotiations, because he communicated them all necessary information, which were for approval mortgage loan important and necessary. 14 % of respondents were not satisfied with the dealing of the mortgage adviser, because he did not provide the all information, did not offered all options for mortgage loan and some information has been communicated to the signing of the credit agreement. These people should not recommend this bank, in which they have a mortgage loan, to your friends.

The bank should spend money on re-training in communication and language courses. It is also a need to constantly inform employees of the Bank's products and any changes.

It was from the questionnaire survey found that 49 % of respondents prefer the specially electronic form of communication with the bank. Therefore, I proposed developed website

of Raiffeisenbank to the applicants without any problem to complete an electronic application for a mortgage loan. 36 % of respondents prefer personal form of communication. This means that many applicants prefer to come to the branch to obtain certain information. It would be necessary to extend the branch network across the Czech Republic, for faster processing of individual applications.

SEZNAM POUŽITÉ LITERATURY

- [1] PŮLPÁNOVÁ, S. *Komerční bankovníctví v ČR*, 1.vyd. Praha: Vysoká škola ekonomická, 2007. ISBN 978-80-245-1180-1.
- [2] SEKERKA, B. *Bankovníctví Díl I*. 1.vyd. Pardubice: 2003. ISBN 80-7194-592-7.
- [3] ŠIMÍKOVÁ, I. *Finance a bankovníctví*. 1.vyd. Liberec: Technická univerzita, 2004, ISBN 80-7083-898-1.
- [4] SYROVÝ, P., NOVOTNÝ, M. *Osobní a rodinné finance*. 2.vyd. Praha: Grada Publishing, 2005. ISBN 80-247-1098-6
- [5] LANDOROVÁ, A., ČECHLOVSKÁ, Š., JÁČOVÁ, H., DUBOVÁ, M. *Obchodní bankovníctví*. 2.vyd. Liberec: Technická univerzita, 2007. ISBN 978-80-7372-191-6.
- [6] Studijní materiály k projektu *Finance a my*, Zlín: OA T. Bati a VOŠE, 2008. ISBN 978-80-7318-694-4
- [7] BARTOŠEK, K., FELSBERGOVÁ, D., JAROŠ, P. *Bankovníctví v České republice*. 1.vyd. Praha: Serifa, 1995. 330 s.
- [8] TORRES, M., BERNARDO, I., CIGÁNKOVÁ, S. *Marketing bankovních služeb*. 2.vyd. Praha: Serifa, 1998. 215 s.
- [9] Materiály z přednášek z MAV
- [10] KRÁL, M. *Bankovníctví I*. 1.vyd. Zlín: Univerzita T. Bati, 2004. ISBN 80-7318-251-3.
- [11] KRÁL, M. *Bankovníctví II*. 1.vyd. Zlín: Univerzita T. Bati, 2005. ISBN 80-7318-260-2.
- [12] Interní zdroje banky

SEZNAM POUŽITÝCH SYMBOLŮ A ZKRATEK

HÚ	Hypoteční úvěr.
HZL	Hypoteční zástavní listy.
ČR	Česká republika.
RB	Raiffeisenbank
ČNB	Česká národní banka
SJM	Společné jmění manželů
EU	Evropská unie
KN	Katastr nemovitostí
ČSOB	Československá obchodní banka
ČMSS	Českomoravská stavební spořitelna
ČMHB	Českomoravská hypoteční banka
USA	United States of America

SEZNAM OBRÁZKŮ

Obr. 1. Rodina při stěhování do nového domu	12
Obr. 2. Logo firmy	29
Obr. 3. Ohodnocení banky	29
Obr. 4. Centrála banky v Praze	30
Obr. 5. Běžný účet banky	31

SEZNAM GRAFŮ

Graf 1. Procentuální vyjádření pohlaví respondentů	41
Graf 2. Procentuální vyjádření věkové kategorie respondentů	41
Graf 3. Procentuální vyjádření dosaženého nejvyššího vzdělání respondentů	42
Graf 4. Procentuální vyjádření rodinného stavu respondentů	42
Graf 5. U jaké banky mají respondenti HÚ	43
Graf 6. Proč si respondenti zvolili HÚ právě u dané banky?	44
Graf 7. Procentuální vyjádření respondentů, z kterého zdroje čerpali informace o HÚ... ..	45
Graf 8. Procentuální vyjádření spokojenosti respondentů s rychlostí schválení HÚ	45
Graf 9. Doba vyřízení HÚ vyjádřena na jednotlivé respondenty	46
Graf 10. Vyjádření maximální měsíční částky, kterou by byli schopni respondenti splácet za HÚ	47
Graf 11. Procentuální vyjádření respondentů na preferovanou komunikaci s bankou	48
Graf 12. Počet podepsaných úvěrů v roce 2008	53
Graf 13. Počet podepsaných úvěrů v roce 2009	53

SEZNAM PŘÍLOH

P I: Dotazník

P II: Žádost o poskytnutí hypotečního úvěru pro fyzické osoby

P III: Přílohy k žádosti o poskytnutí hypotečního úvěru

P IV: Žádost o čerpání hypotečního úvěru

P V: Potvrzení o výši pracovního příjmu

PŘÍLOHA P I: DOTAZNÍK

Prosím Vás o vyplnění následujícího dotazníku na téma schvalování hypotečních úvěrů a jeho odeslání na adresu veronikacechmankova@seznam.cz. Poskytnuté informace budou použity pro mou bakalářskou práci. Tento dotazník je anonymní. Předem děkuji za Vaši vstřícnost, spolupráci a čas, který věnujete vyplnění dotazníku a upřímnému zodpovězení otázek. V případě elektronického vyplnění při výběru z několika možností, označte prosím hodící se odpověď jejím zvýrazněním (ztučením). V jiných otázkách budete požádáni o vyjádření se vlastními slovy

1. Jaké je Vaše pohlaví? Muž Žena
2. Do jaké věkové kategorie patříte? 18-25 26-35 36-45 46 a více
3. Jaké je Vaše nejvyšší skutečné vzdělání? Základní Vyučen Střední
Vysoké
4. Jaký je Váš rodinný stav? Svobodný/á Žijící s družkou/druhem
Ženatý/Vdaná Rozvedený/á Vdovec/Vdova
5. U jaké banky máte hypoteční úvěr (HÚ)?
6. Proč jste si zvolil HÚ právě u téhle banky?
7. V případě poskytnutí lepších podmínek, byl byste ochoten přejít ke konkurenci?
ANO NE

Pokud ne, proč?

8. Z jakého zdroje jste čerpal informace o hypotečních úvěrech banky?

Internet Pobočka Finanční poradce TV Jiné

Pokud jiné, jaké?

9. Jaký typ HÚ máte? Účelový Neúčelový

10. Jak jste byl spokojen s rychlostí schválení HÚ?

Velmi spokojen Spíše spokojen Spíše nespokojen Velmi nespokojen

11. Jak dlouho Vám trvalo vyřízení HÚ?

12. Byl jste spokojen s jednáním hypotečního poradce? ANO NE

Proč?

13. Sděлил Vám všechny potřebné informace, které jste potřeboval? ANO NE

14. Kolik máte HÚ? 1 2 3 a více

15. V jaké výši Vám byl schválen HÚ?

16. Jakou maximální částku byste byl schopen měsíčně splácet za HÚ?

17. Byl byste ochoten zaplatit určitý poplatek, za možnost nedokládání účelovosti?

ANO NE

18. Jste pojištěn proti neschopnosti splácet? ANO NE

19. Jakou komunikaci byste preferoval při jednání s bankou?

Elektronickou Poštovní Telefonickou Osobní

20. Byl byste ochoten zaplatit poplatek za expresní vyřízení HÚ?

ANO NE

21. Doporučil byste danou banku svým známým? ANO NE

Proč?