

Nový typ spotřebitelského úvěru a jeho uvedení na trh

Tomáš Malota

Bakalářská práce
2007



Univerzita Tomáše Bati ve Zlíně
Fakulta managementu a ekonomiky

Univerzita Tomáše Bati ve Zlíně
Fakulta managementu a ekonomiky
Vyšší odborná škola ekonomická
akademický rok: 2006/2007

ZADÁNÍ BAKALÁŘSKÉ PRÁCE

(PROJEKTU, UMĚLECKÉHO DÍLA, UMĚLECKÉHO VÝKONU)

Jméno a příjmení: **Tomáš MALOTA**
Studijní program: **B 6208 Ekonomika a management**
Studijní obor: **Marketing**

Téma práce: **Nový typ spotřebitelského úvěru a jeho uvedení na trh**

Zásady pro vypracování:

1. Určete aktuální pozici firmy na trhu.
2. Zjistěte výhodnost a použití baremů.
3. Analyzujte problémy.
4. Provedte marketingový výzkum pro nový typ spotřebitelského úvěru.

Rozsah práce:

Rozsah příloh:

Forma zpracování bakalářské práce: **tištěná**

Seznam odborné literatury:

[1] VYSEKALOVÁ, Jitka, Mikeš, Jiří. Reklama: jak dělat reklamu. Praha: Grada, 2003. 121 s. ISBN 8024705575.

[2] GERARD, J. Tellis ; [z amerického originálu přeložila Lidmila Janečková ... [et al.]]. Reklama a podpora prodeje. 1. vyd. Praha: Grada, 2000. 602 s. ISBN 8071699977.

[3] DOMBROVSKÁ, Petra. Reklama z hlediska soukromého a veřejného práva. Olomouc: Univerzita Palackého. Právnická fakulta, 2006. 97 s.

[4] HECZKOVÁ, Miroslava. Marketing: distanční studijní opora. 1. vyd., Karviná: Slezská univerzita v Opavě, Obch. podnik. fak. v Karviné, 2004. ISBN 8072482394.

[5] SYNEK, Miloslav a kolektiv. Manažerská ekonomika. 3. přeprac. a aktual. vyd. Praha: Grada Publishing, 2003. 466 s. ISBN 802470515X.

Vedoucí bakalářské práce:

Ing. Michal Klumpner
EXT.

Datum zadání bakalářské práce:

6. října 2006

Termín odevzdání bakalářské práce:

8. prosince 2006

Ve Zlíně dne 3. listopadu 2006


Ing. Alena Dořková
v zast. děkan




Ing. Ivana Londová
v zast. ředitel ústavu

ABSTRAKT

Analýza aktuálních úvěrových produktů ve firmě CETELEM ČR, a.s., hodnocení jejich postavení na českém trhu, hodnocení jejich efektivnosti, analýza konkurence na českém trhu a následné doporučení na nový typ spotřebitelského úvěru. Marketingový výzkum, postoj studenta k úvěrovým produktům. Jsou uvedeny nové možnosti firmy, jak rozšířit svůj vliv na českém trhu. Analýza konkurence na trhu s úvěrovými kartami a následné doporučení karty pro studenty. Návrh na propagaci, reklama.

Klíčová slova:

reklama, spotřebitelský úvěr, RPSN, úvěrová karta, úroková sazba, prodej na splátky, pojištění, marketingový výzkum, osobní půjčka, úvěrový rámec, disponibilní částka, barem, měsíční splátka, ručitel

ABSTRACT

Analyse of actual credit products of The CETELEM ČR company, evaluation their status in the Czech market, evaluation their effectiveness, analysis of competition in the Czech market and resulting recommendation a new type of consumer lending. Marketing research, attitude of a student to consumer lendings. There are possibilities the company, how to spread their impression in the Czech market, which is coming out. Analysis of competition in the Czech market with credit cards and resulting recommendation the card to students. Project of propagation, advertisement.

Keywords:

An advertisement, a consumer lending, annual percentage rate expense, a credit card, a percentage rat, an instalement selling, insurance, a marketing research, a personal loan, a credit restrictions, a disponsible portmon, a type of a consumer lending, a monthly payment, a guarantee

Poděkování, motto

Tímto bych chtěl poděkovat především organizaci CETELEM ČR, a.s., která mi umožnila mít praxi v jejich pobočce v Tesco Zlín. Přijala mě do společnosti a obeznámila s její funkční strukturou, cílovými trhy, budoucími plány a know-how.

Více adresně děkuji panu ing. Michalovi Klumpnerovi, který tohle vše umožnil. Dále slečně Evě Barinkové, která mi pomáhala se zpracováváním práce a stará se o fungování pobočky ve Zlíně.

Motto

"Myšlení je nejtěžší práce, jaká existuje. To je pravděpodobně důvod, proč tak málo lidí myslí."

Henry Ford

OBSAH

OBSAH	6
ÚVOD.....	9
I TEORETICKÁ ČÁST	10
1 SPOTŘEBITELSKÉ ÚVĚRY.....	11
1.1 BANKOVNÍ SPOTŘEBITELSKÉ ÚVĚRY.....	11
1.2 NEBANKOVNÍ SPOTŘEBITELSKÉ ÚVĚRY (PRODEJ NA SPLÁTKY)	12
1.3 POSTUP, KDY SMLOUVA SJEDNÁVAJÍCÍ SPOTŘEBITELSKÝ ÚVĚR	13
2 CO UDÁVÁ RPSN (ROČNÍ PROCENTNÍ SAZBA NÁKLADŮ).....	14
2.1 VÝPOČET RPSN	15
3 PRINCIP SPLÁTKOVÉHO PRODEJE.....	16
3.1 SPLÁTKOVÁ SPOLEČNOST	16
3.2 VŠE, CO POTŘEBUJETE PŘI ŽÁDOSTI O ÚVĚR	17
4 DRUHY ÚVĚRŮ	19
4.1 PODLE ÚČELOVOSTI	19
4.2 PODLE TYPU VÝPLATY	19
4.3 PODLE ZAJIŠTĚNÍ.....	19
4.4 PODLE DOBY SPLATNOSTI	19
4.5 PODLE ZPŮSOBU ČERPÁNÍ	19
4.6 PODLE METODY SPLÁCENÍ	20
5 ÚVĚROVÉ KARTY.....	21
5.1 KDE SE MŮŽOU ZÍSKAT.....	21
5.2 VÝŠE ÚVĚROVÉHO RÁMCE.....	21
6 POJIŠTĚNÍ.....	22
7 MARKETINGOVÝ VÝZKUM	23
7.1 ČLENĚNÍ MARKETINGOVÉHO VÝZKUMU.....	23
7.2 ČLENĚNÍ METOD MARKETINGOVÉHO VÝZKUMU.....	24
7.3 ZDROJE ÚDAJŮ	25
7.4 KVANTITATIVNÍ VÝZKUM	25
7.4.1 METODY POZOROVÁNÍ.....	25
7.4.2 METODY ŠETŘENÍ	26
7.4.3 METODY EXPERIMENTÁLNÍ.....	27
7.5 KVALITATIVNÍ VÝZKUM	28

7.5.1	INDIVIDUÁLNÍ HLOUBKOVÉ ROZHOVORY	29
7.5.2	SKUPINOVÉ ROZHOVORY	29
7.5.3	PROJEKČNÍ TECHNIKY	30
II	PRAKTICKÁ ČÁST	32
8	SPOLEČNOST CETELEM ČR, A.S.	33
8.1	POSTAVENÍ NA TRHU:	34
8.2	PŘEHLED ÚVĚROVÝCH PRODUKTŮ SPOLEČNOSTI CETELEM ČR, A.S.	35
8.3	AKTUÁLNÍ PRODUKTY V MÍSTĚ PRODEJE NA SPLÁTKY	36
8.3.1	ÚVĚR 10 X 10 %	37
8.3.2	KLASICKÝ ÚVĚR	38
8.3.3	ÚVĚR DESET A PŮL	38
9	ÚVĚRY PRO STUDENTY – ANALÝZA TRHU	39
9.1	ČESKÁ SPOŘITELNA	40
9.2	KOMERČNÍ BANKA	40
9.3	SPARKASSE MÜHLVIERTEL - WEST BANKA	41
10	ÚVĚROVÉ KARTY – ANALÝZA TRHU	43
11	MARKETINGOVÝ VÝZKUM:	45
11.1	SHRNUTÍ MARKETINGOVÉHO VÝZKUMU	55
11.2	CÍL KOMUNIKAČNÍCH AKTIVIT	56
12	SPOTŘEBITELSKÝ ÚVĚR PRO STUDENTY	58
12.1	CO POTŘEBUJE STUDENT K ŽÁDOSTI O ÚVĚR?	59
12.2	RUČITEL	60
12.3	KDE ŽÁDAT O ÚVĚR	60
12.4	ŽÁDOST KLIENTA O ÚVĚR:	61
12.5	JAK MŮŽE STUDENT SPLÁCET?	62
12.6	CO MUSÍ NAHLÁSIT BĚHEM SPLÁCENÍ ÚVĚRU:	62
13	KARTA FULL OPTION STUDENT	64
14	POJIŠTĚNÍ	74
15	ZAVÁDĚCÍ KAMPAŇ	78
15.1	ÚVOD, PŘEDSTAVENÍ PRODUKTU	78
15.2	ZADÁNÍ	78
15.3	ANALÝZA STÁVAJÍCÍHO STAVU, VÝSLEDEK PRŮZKUMU	79
15.4	ČEHO CHCEME DOSÁHNOUT? DEFINOVÁNÍ CÍLŮ	79
15.5	KOHO CHCEME OSLOVIT? CÍLOVÁ SKUPINA.	80

15.6 JAK? FORMY KOMUNIKACE, TAKTIKA	81
15.7 KDE? KOMUNIKAČNÍ TRASY	82
15.8 KDY? TIMING	83
ZÁVĚR.....	85
SEZNAM POUŽITÉ LITERATURY	88
SEZNAM POUŽITÝCH SYMBOLŮ A ZKRATEK	90
SEZNAM OBRÁZKŮ	91
SEZNAM TABULEK.....	92
SEZNAM PŘÍLOH.....	94

ÚVOD

Předmětem této práce je vytvoření nového typu spotřebitelského úvěru a jeho uvedení na trh firmou CETELEM ČR, a.s. Důkladně jsou analyzovány možnosti poskytnutí úvěru studentům. Návazně na spotřebitelský úvěr pro studenty jsem zanalyzoval všechny možnosti poskytnutí také úvěrové karty studentům se všemi jejími výhodami a omezeními.

Pro získání potřebných informací, týkající se tematiky spotřebitelského úvěru, jsem nastudoval potřebnou odbornou literaturu, která se dotýká daného problému. Touto tematikou se zabývám v první části, kde jsou uvedeny všechny důležité pojmy, se kterými se můžeme v úvěrovém prostředí setkat a která jsou pravidelně používána. Pro bližší přiblížení nám pomůže detailní popis marketingového výzkumu. Zároveň je zde zahrnuta problematika bankovního a nebankovního spotřebitelského úvěru a k čemu nám vůbec slouží splátkový prodej a jaké jsou jeho výhody a nevýhody.

Ve druhé části, se zabývám detailním popisem společnosti, jeho portfolia a umístění na trhu. Jakou mají aktuální pozici vzhledem k ostatním úvěrovým společnostem. Velmi důležitou roli hrají aktuální úvěrové produkty, které detailně rozebírám, analyzuji jejich výhody a nevýhody a stručně popisuji daný produkt jak je prezentován klientům. Dále se věnuji úvěru pro studenty, analyzuji současnou situaci na českém trhu, zjišťuji si, které firmy úvěr nabízejí a za jakých podmínek ho studentům poskytují.

V další části Vás seznámím s úvěrovými kartami na českém trhu a jejich podmínkami. Pro potřeby zjištění atraktivnosti úvěru pro studenty jsem potřeboval zanalyzovat poptávku po nabízeném produktu, což je úvěr pro studenty. Vypracoval jsem marketingový průzkum – dotazník, z jehož výsledky Vás blíže seznámím. Na základě dotazníku jsem poté navrhl úvěr pro studenty, kde analyzuji kompletní popis nového typu spotřebitelského úvěru a jeho detailní rozbor, jeho výhody a nevýhody. V návaznosti na spotřebitelský úvěr jsem navrhl úvěrovou kartu pro studenty se všemi jejími podstatnými parametry. Jedním z největších problémů bylo pojištění. Podrobně Vás seznámím s jeho problematikou a předložím návrh řešení i se všemi soukromými pojištěními.

V závěrečné části bych navrhl způsob reklamy, jak bych oslovoval novou klientelu a jakými prostředky bych se k nim dostal. Společnost CETELEM ČR, a.s. se specializuje na úvěry pro širokou veřejnost, jak na živnostníky tak i pro zaměstnance a důchodce, tudíž úvěr pro studenty bude nejen pro ně, ale i pro celou veřejnost úplnou novinkou.

I. TEORETICKÁ ČÁST

1 SPOTŘEBITELSKÉ ÚVĚRY

Spotřebitelské úvěry jsou určeny na nákup spotřebního zboží, zaplacení služeb a nákladů osobní spotřeby. Lze s nimi financovat také modernizaci bytu nebo např. zaplatit své závazky vůči jiným osobám.

1.1 Bankovní spotřebitelské úvěry

Spotřebitelské úvěry jsou určeny fyzickým osobám starším 18 let, kteří jsou občany České republiky. Některé instituce poskytují úvěr také cizincům, ti však musejí mít alespoň trvalý pobyt v ČR. Pro hladké vyřízení úvěru je potřeba předložit dva platné doklady totožnosti a doložit potvrzení o příjmu za poslední 3 měsíce, v případě podnikatelů daňová přiznání za poslední 2 roky. U některých bank bývá nutnou podmínkou zřízení běžného účtu, pokud ho žadatel v dané bance ještě nemá. Vyřizování žádosti, pokud jsme předložili všechny patřičné dokumenty, trvá v průměru dva až tři dny. Zda banka skutečně úvěr přidělí a v jaké výši, závisí kromě příjmů i na údajích týkajících se našich výdajů a rodinných poměrů. Banky nabízejí tyto úvěry jako účelové nebo neúčelové. Pokud banka poskytuje peněžní prostředky na konkrétní účel, potom bude vyžadovat doklad, že jste prostředky na tento účel skutečně použili. V některých případech tyto situace banka řeší bezhotovostním převodem přímo na účet dodavatele zboží. U neúčelových úvěrů peníze dostanete na ruku a banka nekontroluje, jak jste tyto prostředky využili. Není to ale zpravidla zadarmo, což se projeví ve vyšší úrokové sazbě zhruba o jeden až dva procentní body. Minimální výše úvěru bývá limitována částkou od 20 do 50 tisíc. Maximální hranici u neúčelových úvěrů tvoří zpravidla částka 150 tisíc. U vyšších úvěrů je vyžadováno zajištění ručitelem. Délka splatnosti spotřebitelských úvěrů je různá. V nabídce bank lze nalézt úvěry krátkodobé (do 1 roku), střednědobé (do 4 let), ale i dlouhodobé (do 10 let). Spotřebitelské úvěry jsou charakteristické pravidelnými, zpravidla měsíčními splátkami. Úrokové sazby z těchto úvěrů jsou vyšší ve srovnání s hypotečními úvěry nebo řádnými úvěry ze stavebního spoření. V současné době se roční úrokové sazby pohybují zhruba od 8 % do 16 %. Jenže to nejsou jediné náklady spojené s úvěrem. Banky si účtují totiž poplatky za vyřízení i vedení úvěru. Díky nim se výsledná roční procentní nákladová sazba (RPSN) pohybuje zhruba o 4 procentní body výše. Při potřebě nižšího úvěru bývá výhodnější využít tzv. kontokorentního úvěru. Ten je vázán na běžný bankovní účet žadatele. Výhodou jsou nízké poplatky, kdy se zpravidla platí jen za jeho zřízení a tento poplatek se již při dalším využití

tohoto úvěru neúčtuje. Nevýhodou je omezená doba čerpání maximálně do jednoho roku a nízký úvěrový rámec, který bývá maximálně do výše dvojnásobku měsíčního příjmu, který přichází pravidelně na účet. [16]

Hlavní výhody spotřebitelských úvěrů:

- rychlý zdroj finančních prostředků
- není většinou nutno dokládat účel použití

Nevýhody spotřebitelských úvěrů:

- vyšší úrokové sazby a vysoké poplatky vzhledem k výši úvěru
- většinou krátká doba splatnosti.

1.2 Nebankovní spotřebitelské úvěry (prodej na splátky)

V běžném životě se spíš než s pojmem nebankovní spotřebitelský úvěr setkáme s prodejem na splátky. Výhody tohoto typu úvěru spočívají v možnosti sjednat ho přímo v obchodě, který spolupracuje s některou z úvěrových společností a v rychlosti jeho vyřízení, zpravidla do jednoho maximálně dvou pracovních dnů. K podání žádosti stačí potvrzení o příjmu (u nižších úvěrů není nutné) a doložení totožnosti. Záleží i na společnosti, která splátkový prodej poskytuje. U vyšších úvěrů je třeba navíc předložit například výpis z účtu s určitým zůstatkem. Pokud je žádost vyřízena kladně, zaplatí nakupující v obchodě první splátku (tzv. akontaci) obvykle ve výši od 10 % do 30 % z ceny nakupovaného zboží. V ojedinělých případech se nemusí první přímá platba platit. Předčasné splacení je možné a není obvykle zatíženo sankčním poplatkem. [10]

Vyšší úrokové sazby jsou kompenzovány menší administrativou spojenou se žádostí o úvěr a větší pružností. Od 1. ledna 2002 vstoupil v platnost zákon o spotřebitelském úvěru, který byl přijat s cílem objektivního a srozumitelného informování spotřebitelů o veškerých důležitých podmínkách úvěru, aby tak chránil před nekalými praktikami institucí. Zákon ukládá povinnost úvěrovým institucím ve smlouvě o spotřebitelském úvěru udat roční procentní sazbu z úvěru a celkovou částku, kterou klient zaplatí. Zákon také dává spotřebiteli možnost splatit spotřebitelský úvěr předčasně s právem slevy na původně sjednaných úrocích. Přesto splátkové společnosti stále udávají ve svých nabídkách měsíční úrokové sazby nebo jen výši splátek a údaj o průměrné roční nákladové sazbě je uveden kurzívou a na okraji.

Výhody nebankovních spotřebitelských úvěrů:

- rychlý zdroj finančních prostředků někdy s doručením až do domu
- není většinou nutno dokládat účel použití.

Nevýhody nebankovních spotřebitelských úvěrů:

- velmi drahý zdroj peněz, roční úrokové sazby dosahující někdy astronomických 50 a více procent,
- krátká doba splatnosti.

1.3 Postup, kdy smlouva sjednávající spotřebitelský úvěr nesplňuje náležitosti stanovené zákonem

V případě, že smlouva sjednávající spotřebitelský úvěr nebude splňovat určité náležitosti stanovené zákonem č. 321/2001 Sb. a spotřebitel se rozhodne tuto skutečnost uplatnit u věřitele, bude spotřebitelský úvěr nadále považován za úvěr úročný diskontní sazbou České národní banky (platnou v době uzavření smlouvy). Diskontní sazba České národní banky bývá obvykle ze všech úrokových sazeb z úvěrů nejnižší. Vedle toho se stanou neplatnými ujednání o jiných platbách spotřebitelského úvěru. Toto ustanovení zákona představuje pro věřitele určitou formu postihu, na druhé straně dává spotřebiteli možnost těžit určitou finanční výhodu v důsledku pochybení věřitele (až na výjimky bývá úroková sazba úvěru vyšší než diskontní sazba ČNB, to znamená že v praxi dochází ke snížení úvěrových splátek). Dále může za nedodržení podmínek stanovených zákonem o spotřebitelském úvěru Česká obchodní inspekce uložit pokutu až do výše 1 mil Kč (za opakované porušení povinností v průběhu jednoho roku ode dne poslední kontroly lze uložit pokutu až do výše 2 mil Kč). [18]

2 CO UDÁVÁ RPSN (ROČNÍ PROCENTNÍ SAZBA NÁKLADŮ)

Umožňuje posoudit výhodnost spotřebitelského úvěru. Povinnost informovat spotřebitele o výši tohoto ekonomického ukazatele ukládá zákon o spotřebitelském úvěru.

Povinnost uvádět RPSN se nevztahuje na tyto druhy úvěru:

- na spotřebitelský úvěr založený na nájemní smlouvě, která po uplynutí určité doby nezaručuje převod vlastnického práva
- na spotřebitelský úvěr na koupi, výstavbu, opravu nebo údržbu nemovitosti
- na půjčku poskytnutou bez úroku nebo jakékoliv úplaty
- na spotřebitelský úvěr poskytnutý na průběžné poskytování služeb
- na spotřebitelský úvěr nižší než 5 000 Kč a vyšší než 800 000 Kč
- na spotřebitelský úvěr, jehož splatnost nepřesahuje 3 měsíce nebo je splatný nejvýše ve čtyřech splátkách ve lhůtě nepřesahující 12 měsíců.

Výpočet RPSN zohledňuje nejen platbu jistiny a úroků, ale i platby některých dalších nákladů na spotřebitelský úvěr, který ukládá zákon o spotřebitelském úvěru (zákon ovšem nestanoví tyto platby taxativně).

Příklady plateb, které se zahrnují do výpočtu RPSN:

- poplatky vážící se k uzavření smlouvy
- poplatky vážící se k posouzení žádosti o úvěr
- poplatky za přijetí platby spotřebitelského úvěru
- poplatky za převod peněžních prostředků a poplatky za vedení účtu, pokud jsou nepřiměřeně vysoké a spotřebitel nemá možnost volby způsobu placení
- platby za pojištění či záruku, pokud se bude jednat o pojištění nebo záruku, která má věřiteli zajistit splacení úvěru v případě smrti spotřebitele, jeho invalidity, pracovní neschopnosti či nezaměstnanosti

- odkupní cena předmětu leasingu (kupní cena hrazená leasingovým nájemcem leasingovému pronajímateli, po jejíž úhradě se nájemce stává vlastníkem předmětu leasingu).

RPSN není totožná s roční úrokovou mírou, vzorec pro její výpočet je odlišný. Zavedením RPSN byla rovněž sledována jednotnost. RPSN jsou všichni poskytovatelé úvěrů povinni uvádět na roční bázi, zatímco úroková sazba může být vypočítána na bázi měsíční či týdenní, což znesnadňuje orientaci spotřebitelů. [10]

2.1 Výpočet RPSN

$$\sum_{i=1}^m \frac{A_i}{(1+r)^{t_i}} = \sum_{j=1}^n \frac{B_j}{(1+r)^{s_j}},$$

kde

- m je počet poskytnutých půjček,
- A_i je výše i -té poskytnuté půjčky,
- t_i je doba (v letech a zlomcích roku ode dne 1. půjčky), kdy byla i -tá půjčka poskytnuta,
- n je počet plateb,
- B_j je výše j -té platby (splátky, poplatku atd.),
- s_j doba (v letech a zlomcích roku ode dne 1. půjčky), kdy byl j -tý poplatek zaplacen.

Z této rovnice se r zpravidla počítá numericky pomocí počítače (např. metodou půlení intervalu) neboť analytické řešení je obvykle příliš složité. [18]

3 PRINCIP SPLÁTKOVÉHO PRODEJE

Předmět, který si vyberete u konkrétní splátkové společnosti, zakoupí sama společnost u dodavatele. Na základě kupní smlouvy, ve které je uvedeno splácení předmětu v pravidelných splátkách Vám splátková společnost předmět obratem odprodá. Před převzetím zaplatíte první navýšenou splátku. Po převzetí (podpisu všech doložených dokumentů, jimiž jsou souhlas se zpracováním Vašich osobních údajů a žádosti klienta o spotřebitelský úvěr) jej budete pravidelně splácet. [14]

Výhody splátkového prodeje

- umožňuje pořízení zboží v kterémkoli okamžiku i když na ně v současné době nemáte
- minimální doba splácení není limitována ze zákona, jak tomu je u finančního leasingu
- splátkové společnosti nabízejí i možnost pořídit si zboží bez ručitele (ručení je zajištěno samotným financovaným předmětem)
- další výhodou je možnost fixních splátek po celou dobu splácení
- můžete si dát část z pořizovací ceny předmětu do nákladů
- můžete si tímto způsobem dovolit kvalitní a drahé zboží, aniž by to výrazně zatížilo váš rodinný rozpočet

3.1 Splátková společnost

Až si budete vybírat splátkovou společnost, měli byste se nejenom zajímat jaké podmínky poskytuje, ale měly by vás zajímat údaje o její minulosti (statistické údaje můžete získat na internetové adrese Asociace leasingových společností www.clfa.cz).

Pro vybrání té pravé splátkové společnosti není od věci zjistit si o ní nejdříve pár informací, které by mohly ovlivnit Vaše rozhodování:

- jaké má zázemí, tj. kdo za ní stojí
- jaký měla objem obchodů za minulé období

- jakou má aktuální nabídku služeb
- jaké podmínky poskytuje a naopak požaduje
- jaké výhody je vám schopna nabídnout
- jakou má nabídku zboží
- jak rozsáhlou má síť prodejen

Výhody, které stojí za zvážení:

- úvěr poskytnutý bez ručitele
- možnost volby délky splácení úvěru, měsíční a první navýšené splátky
- pohodlné a jednoduché vyřízení úvěru do pár minut
- možnost odkladu splátek
- nulová akontace (první navýšená splátka)
- možnost pojištění předmětu individuální pojistkou

3.2 Vše, co potřebujete při žádosti o úvěr

Před samotným podpisem smlouvy po vás splátková společnost bude požadovat splnění několika podmínek. Mezi ty základní bezesporu patří:

- občan České republiky
- starší 18 let
- Občanský průkaz
- Doklad o příjmu (nesmí být starší jednoho měsíce)
 - potvrzení o výši příjmů (u zaměstnance)
 - výměr důchodu (u důchodce)
 - živnostenský list spolu s daňovým přiznáním za poslední zdaňovací období (u podnikatele)

- Doklad pro ověření adresy (stačí jeden z následujících a nesmí být starší dvou měsíců):
 - výpis z bankovního účtu
 - bankovní karta (platná)
 - výpis transakcí bankovní karty
 - doklad o zaplacení SIPO
 - vyúčtování za telefon, plyn, elektřinu, nájem, apod.

Obliba splátkového prodeje v posledních letech neustále stoupá. Výčet toho, co všechno lze pořídit na splátky, je velice dlouhý. Auto, motorka, stroje a zařízení, bílá technika, spotřební elektronika. To je pouze malý zlomek ze široké nabídky produktů, které lze u některé ze splátkových společností pořídit. Při podpisu smlouvy o splátkovém prodeji si můžete zvolit způsob splácení, který Vám bude nejvíce vyhovovat. Učinit tak můžete poštovními poukázkami (složenkami), jednorázovým či trvalým příkazem k úhradě, popř. inkasem z Vašeho běžného účtu.

4 DRUHY ÚVĚRŮ

Spotřebitelské úvěry můžeme rozdělit do široké škály kategorií podle různých hledisek jako například podle účelovosti, podle typu výplaty, podle zajištění, podle doby splatnosti, podle způsobu čerpání nebo podle metody splácení. [5]

4.1 Podle účelovosti

Úvěry účelové, které jsou poskytnuty přímo na konkrétní předem stanovený účel např. na nákup spotřebního zboží nebo automobilu a na bezúčelové (neúčelové) úvěry, kde záleží na klientovi, na co poskytnutý úvěr použije. Cenou za nesdělení účelu je vyšší úroková sazba.

4.2 Podle typu výplaty

Úvěry hotovostní, kde poskytnuté finanční prostředky jsou vyplaceny v hotovosti a na bezhotovostní, kde jsou peníze zaslány klientovi na jeho bankovní účet.

4.3 Podle zajištění

Úvěry zajištěné, kde banka vyžaduje jištění věcí movitou (např. automobilem) či nemovitou (např. pozemkem či domem) a na nezajištěné úvěry, které společnosti poskytují pouze svým prvotřídním klientům.

4.4 Podle doby splatnosti

Úvěry krátkodobé, střednědobé a dlouhodobé, kde krátkodobé úvěry jsou poskytnuty nejvýše do jednoho roku, střednědobé úvěry na jeden až čtyři roky a dlouhodobé úvěry na dobu delší než čtyři roky.

4.5 Podle způsobu čerpání

Úvěry jednorázové, postupně vyplácené, kontokorentní a revolvingové. Jednorázové úvěry jsou vyplaceny jednorázově, najednou. Postupné jsou vypláceny postupně, v pravidelných splátkách. Kontokorentní úvěry poskytuje banka klientovi, který má u ní veden běžný účet tím, že mu umožní z tohoto účtu čerpat do mínusu. Revolvingové úvěry jsou poskytovány

formou úvěrového rámce na běžném účtu klienta. Výše tohoto rámce je obvykle stanovena dle čistého příjmu klienta.

4.6 Podle metody splácení

Úvěry, kde se jistina i úrok zaplatí jednorázově, dále na úvěry, kde se jistina zaplatí jednorázově a úrok v pravidelných splátkách a na úvěry, kde se jistina i úrok splácí postupně. Ty se dále dělí na úvěry, kde se splácí anuitně a nebo rovnoměrně. Anuitní splácení je splácení konstantními splátkami. Každá anuitní splátka úvěru v sobě zahrnuje dvě složky, a to splátku jistiny (úmor) a úrok. Zjednodušeně řečeno první složka znamená částku, o kterou se sníží dluh a druhá složka je platba bance za půjčení finančních prostředků. Poměr těchto dvou složek se v anuitě v průběhu splácení mění. Zpočátku tvoří úrok významnou část celkové splátky, pak se postupně neustále snižuje. V rovnoměrném splácení jsou splátky různé, splátka se skládá z konstantní splátky jistiny a z úroku, který vznikl za dané období.

5 ÚVĚROVÉ KARTY

Úvěrové karty jsou založeny na principu revolvingu. Jsou "nabyty" na určitou finanční částku a majitel takovéto karty s ní může nakupovat či čerpat hotovost. Vše, ale pouze do výše úvěrového rámce. Vyrovnávat úvěrový rámec se pak musí každý měsíc, a to splátkou, jejíž výše je limitována pouze stanoveným minimem. Ovšem zaplacením vyšší splátky se zkracuje doba splácení a zároveň se tak snižuje i úročený dluh. Nebudete-li úvěrovou kartu používat, k ničemu se jejím vlastněním nezavazujete. Neplatíte žádné poplatky nebo splátky. Vedení karty je zdarma. [15]

5.1 Kde se můžou získat

Úvěrovou kartu dostane každý klient splátkové společnosti, pakliže po určitou dobu pravidelně splácí. Některé karty si je možné založit ihned u obchodních partnerů splátkové společnosti, tj. přímo na prodejně. Je to ale podmíněno nákupem zboží či služeb.

5.2 Výše úvěrového rámce

Jedná se o maximální limit čerpané částky, který lze při bezproblémovém splácení zvýšit. Splátkové společnosti jej nabízejí zhruba od 10.000 Kč do 60.000 Kč. Výše částky se může u různých společností měnit. Výši zůstatku na kartě si majitel může zkontrolovat prostřednictvím webových stránek dané splátkové společnosti. Každý si tedy může sám hlídat, jak vysokou částku má možnost dále čerpat. Určité % z čerpané částky je třeba každý měsíc hradit.

6 POJIŠTĚNÍ

Koupí zboží na splátky se klient splátkové společnosti zavazuje, že bude splácet čerpaný úvěr. Časem ale mohou být pravidelné splátky ohroženy nečekanými nepříjemnostmi a dlužník nemusí mít finance na splácení. Pro tuto situaci nabízejí splátkové společnosti pojištění. Tím zaručují svým klientům, že při vzniku pojistné události za ně bude čerpaný úvěr splácet pojišťovna. Vybrat si můžete ze dvou druhů možností pojištění proti:

- dlouhodobé pracovní neschopnosti, trvalé invaliditě, smrti
- dlouhodobé pracovní neschopnosti, trvalé invaliditě, smrti + navíc nezaměstnanosti

Cena za pojištění je stanovena procentuelně z výše úvěrového rámce a je započtena do měsíčních splátek. Lze využít pouze nabízené pojištění od splátkové společnosti, u které si úvěrovou kartu zařizujete.

7 MARKETINGOVÝ VÝZKUM

Marketingový výzkum spočívá ve specifikaci, analýze a shromažďování informací, které umožňují porozumět trhu, na kterém pracujeme, pomáhá nám identifikovat problémy spojené s podnikáním na tomto trhu a identifikovat příležitosti, které se na něm pro podnikání vyskytují nebo mohou vyskytnout nebo nám pomáhá směry marketingové činnosti a hodnotit její výsledky. Patří k důležitějším činnostem marketingu. Je to věda interdisciplinární, protože podobně jako ostatní samostatné vědní disciplíny, by tato nebyla schopná pracovat s velkým množstvím informací a dívat se na ně z mnoha různých úhlů - proto využívá poznatků nejen ekonomických, ale i matematických, psychologických a sociologických. [12]

7.1 Členění marketingového výzkumu

Výzkum trhu lze rozčlenit do mnoha kategorií, uvedme si však ty nejčastější. Patří k nim :

- a) Výzkum trhu – zabývá se zkoumáním trhu samotného, jeho umístěním, charakteristikou, analýzou a prognózováním vývoje
- b) Výrobní výzkum – zaměřuje se na spotřebitele, na jejich spokojenost s výrobky, službami, jak existujícími, tak nově vnikajícími
- c) Výzkum propagace – snaha o nalezení nejvhodnějšího propagačního média, hodnocení účinnosti propagace

V souladu s účelem výzkumu, zkoumanými otázkami a použitými metodami se může v průběhu marketingového výzkumu uskutečňovat výzkum monitorovací, explorační, deskriptivní nebo kauzální.

- monitorovací výzkum – spočívá v permanentním shromažďování a analýze informací s cílem zajistit stálou informovanost o situaci na trhu
- explorační výzkum – používá se za situace, kdy o problému, který má být zkoumán, není dostatek informací, jeho účelem je tedy správně marketingový problém pojmenovat
- deskriptivní výzkum – má za cíl poskytnout přesný obraz o některých aspektech tržního prostředí v určitém období, přesně popsat všechny jevy a procesy, které jsou relevantní pro rozhodování

- kauzální výzkum – zaměřuje se na zkoumání příčin určitých problémů

7.2 Členění metod marketingového výzkumu

Marketingové metody lze členit podle mnoha hledisek a v literatuře se často i liší, ale lze vypořádat několik základních typů:

a) průzkum od stolu

Víme, že informace již existují (mluvíme o tzv. sekundárních údajích), tyto informace již byly zjištěny a zpracovány pro jiný účel. Jde o sekundární statistickou analýzu faktorů, kterou označujeme jako průzkum od stolu (desk research). Důležitou výhodou využívání sekundárních údajů je úspora času, nižší náklady a snadnější dostupnost informací. K nevýhodám patří především rychlé zastarávání informací, jejich nepřesnost, neobjektivnost, neúplnost. Při studiu informací shromážděných při výzkumu od stolu je velkým problémem také jejich pravdivostní hodnota - je vhodné každý pramen několikanásobně prověřovat.

b) výzkum v terénu

Pokud žádané informace nejsou k dispozici, pak je nutné je nově pořídit, a to na základě “styku s trhem” - mluvíme pak o výzkumu v terénu (field research). Touto oblastí se marketingový výzkum zabývá především, je tedy zdrojem primárních údajů. Sekundární údaje neposkytují dostatečné množství informací, a proto se informace musí získávat touto cestou. Výzkum v terénu je v porovnání s výzkumem od stolu nákladnější a časově náročnější - často si jej proto podniky nechávají dělat na objednávku ve speciálních agenturách, které se tímto výzkumem zabývají jako svou hlavní činností. Vzhledem k finanční a časové náročnosti bývá vhodné stanovit si dobrý plán výzkumu, který by měl obsahovat zvolené metody výzkumu, způsob kontaktu s nositeli informací a volbu vzorku nositelů.

7.3 Zdroje údajů

Interní zdroje

Nacházejí se přímo v podniku, jde mimo jiné o přehledy na tržbách, údaje účetní evidence, rozborů hospodářské činnosti podniku, atd. Tyto informace jsou nejlevnější a nejdostupnější.

Externí zdroje (sekundární zdroje)

Jsou typické zejména pro země s rozvinutou tržní ekonomikou; patří mezi ně hlavně statistické ročenky a přehledy vydávané vládou. Dalším zdrojem jsou odborné časopisy a publikace, noviny.

7.4 Kvantitativní výzkum

Je prováděn s cílem postihnout dostatečně velký a reprezentativní vzorek jednotek. Používají se takové postupy jako například standardizace otázek, výběr vzorku, statistické postupy zpracování dat. V kvantitativním výzkumu se používají tyto metody:

- a) Metody pozorování
- b) Metody šetření
- c) Metody experimentální

7.4.1 Metody pozorování

Pozorování je metoda sběru informací spočívající v záměrném, cílevědomém a plánovitém sledování smyslově vnímatelných skutečností, aniž by pozorovatel do pozorovaných skutečností nějak zasahoval.

Ke zvýšení účinnosti a spolehlivosti pozorování může pozorovatel používat různé technické pomůcky a přístroje (např. kamera, magnetofon, psychogalvanometry, atd.).

Rozlišujeme několik typů pozorování. Rozdělujeme je podle stupně standardizace na pozorování nestandardizované, standardizované a polostandardizované. Mezi další druhy členění pozorování patří pozorování skryté, zjevné, experimentální a zúčastněné.

Pomocí pozorování sledujeme jevy dynamické i statické, nejsou však vhodné pro sledování sporadických jevů. Jednou z nevýhod této metody je skutečnost, že nám nemůže poskytnout informace o názoru zákazníků a motivech jejich chování. Navíc interpretace

údajů může být obtížná a samotné pozorování může být náročné jak časově, tak i finančně. Z těchto důvodů se pozorování obvykle používá jako metoda hlavně ve spojení s ostatními metodami výzkumu.

7.4.2 Metody šetření

Touto metodou získáváme informace od zkoumaného objektu dotazováním, tedy pomocí záměrně kladených otázek. Mezi klady šetření patří skutečnost, že můžeme získat mnoho informací o respondentovi najednou. Informace se mohou týkat rozsahu a hloubky znalostí, jeho názorů, postojů, zájmů, preferencí, věku, příjmu, povolání, atd. a navíc je možné tuto metodu aplikovat na podniky všech odvětví, všech vrstev a zájmových skupin obyvatel. Zdrojem informací je tedy výpověď šetřeného subjektu na základě položené otázky - informace tedy nejsou získávány z přirozené sociální interakce.

Šetření můžeme členit například na:

- a) Šetření vyčerpávající - zde se získávají informace od všech jednotek tzv. základního souboru - tzn., že soubor musí být relativně malý (a musíme v něm znát všechny prvky, například všechny nakupující).
- b) Šetření výběrové - tímto šetřením informace získáváme jen od části jednotek základního souboru, od jednotek, které byly vybrány. Smyslem je to, že z tohoto výběru odhadujeme hodnoty celého základního souboru, zcela přirozeně však musíme počítat s jistou výběrovou chybou. Vyčerpávající šetření je tedy přesnější, ale výběrové přináší výhody v podobě časové i finanční úspory, navíc toto šetření může být důkladnější a intenzivnější. Výběr je buďto náhodný, pravděpodobnostní nebo záměrný.

Převážně se používají tyto tři metody šetření:

- a) Písemné dotazování
- b) Osobní dotazování
- c) Telefonické dotazování

Písemné dotazování

Písemné dotazování patří k relativně často používané technice dotazování. Tato forma dotazování je předkládána respondentovi v podobě dotazníku.

Osobní dotazování

Osobním dotazováním myslíme rozhovor mezi tazatelem a dotazovaným na živo. Přináší bezprostřední a nejcennější poznatky pro průzkum, protože navazuje přímý kontakt. Rozhovor není speciální technikou marketingového výzkumu, ale má široké uplatnění v mnoha vědách - umožňuje získat spolehlivou a kvalitní informaci. Rozhovorem můžeme zjistit pouze jednu dimenzi sociálních jevů, a to stav vědomí - názory, mínění o určitém problému. Nemůžeme se tedy dobrat objektivních údajů. Některé ze záporů mohou být odstraněny dobrým výkonem tazatelů (vzhled, chování, kvalita práce). Tazatel však nesmí ovlivňovat dotazovaného, nesmí dávat najevo svůj názor (ať souhlas či nesouhlas) a zároveň musí působit sympaticky a motivovat respondenta ke spolupráci.

Telefonické dotazování

V hodně telefonizovaných zemích je tento typ nejefektivnější technikou sběru informací. Umožňuje snadno a rychle kontaktovat široce rozptýlený výběr, kdykoliv opakovat dotaz (výskyt nejasností, nezastižení respondenta). Informace jsou získávány hospodárně. Odpověď je okamžitou reakcí na aktuální událost. Rozhovor může být zaznamenán pro pozdější použití a můžeme uskutečnit rozhovor i s osobami, které jinak nemají čas

Výběr je však omezen pouze na účastníky telefonní sítě a nelze využívat názorných prostředků nebo získat údaje přímým pozorováním. Rozhovor musí být krátký, aby nenudil a zbytečně nezdržoval.

7.4.3 Metody experimentální

Experimentální metody jsou metody zaměřené na studium vztahů mezi dvěma nebo i více proměnnými za kontrolovaných podmínek. Při experimentu tedy pracujeme se dvěma výzkumnými skupinami, z nichž jedna je experimentální a druhá kontrolní. Podstatou experimentu je to, že v kontrolovaných podmínkách zavádíme působení nějaké nezávisle proměnné a sledujeme jaké efekty/změny v závisle proměnných vyvolává. Pro co nejpřesnější údaje srovnáváme experimentální skupinu s kontrolní skupinou, ve které proces probíhá "normálně" (bez působení nezávisle proměnné). Při tom je třeba, aby si obě skupiny byly maximálně podobné ve všech znacích, které jsou z hlediska experimentu podstatné. Experiment je metoda určitě zajímavá, ale podle mého názoru i velice náročná - každý jev, který chceme zkoumat je složitě strukturovaný, spojený s celou řadou dalších

jevů; navíc je velmi náročné přesné dodržení nutných podmínek. Je třeba klást velký důraz na prostředí, v němž experiment probíhá - z tohoto hlediska rozlišujeme faktory endogenní, které jsou vázány na testující subjekty a faktory exogenní, které vytvářejí prostředí, v němž experiment probíhá. Do prostředí zpravidla záměrně zasahujeme - upravujeme vnější podmínky, znáhodňujeme pokusný subjekt.

Typy experimentů:

- a) Experiment laboratorní - je prováděn ve zvláště organizovaném (umělém) prostředí. Důležitá je skutečnost, že pozorovaný ví, že jde o experiment - chová se tedy nepřírozeně a je třeba znát, do jaké míry jsou reakce subjektu přirozené. Vystává otázka tzv. externí validity výsledků experimentu, tj. je-li možné tyto výsledky promítnout do reality. Externí validita se týká aplikovatelnosti výsledků experimentu na situace, které existují mimo situaci experimentální. Interní validita se týká schopnosti experimentu nezkresleně vyjadřovat zkoumané vztahy, tedy schopnost zajistit, aby mimo testovaných veličin neexistovaly žádné jiné možné příčiny pozorovaných výsledků. Při správném laboratorním experimentu lze získané výsledky přičíst výhradně působení testovaných prvků, protože působení ostatních faktorů je kontrolováno či eliminováno.
- b) Experiment terénní – uskutečňuje se v reálném prostředí. Působení testovaných prvků, kterým jsou testující vystaveni (výrobky, ceny, inzeráty,....), se projevuje jako za normálních okolností. Terénní experiment má vysokou úroveň externí validity, avšak nízkou úroveň validity interní - tedy je zřejmé, že možnosti kontroly působení vedlejších faktorů jsou značně omezeny.

7.5 Kvalitativní výzkum

Snaží se zjistit důvody chování lidí, jejich příčiny a motivy. Je hlubším poznáním a obvykle slouží jako doplněk kvantitativních poznatků. Využívá se také při vstupu do nové problematiky, v níž se potřebujeme nejprve zorientovat nebo dostat nové nápady.

Každý spotřebitel má určité představy, jaké zboží nebo služby by potřeboval. Z představ vznikají potřeby a posléze poptávka. Z pohnutek a příčin, které mají za následek i představy, vychází kvalitativní výzkum (někdy také motivační). Má za cíl zjistit, proč spotřebitelé žádají, to co žádají a ne něco jiného. Na základě objevených příčin je pak

možné působit například na koupi zboží. Zjišťují se postoje lidí, spotřebitelů k určitým druhům zboží, jejich značky, působivosti propagace, apod. Kvalitativní výzkum používá různé techniky, kterými proniká do podvědomí spotřebitelů, aby bylo možné zjistit ty skutečnosti, kterých si lidé mnohdy ani nejsou vědomi. Kvalitativní výzkum používá poznatky zejména z psychologie, sociologie a sociální psychologie. Psychologie se zabývá převážně jedincem, sociologie spíše skupinovým jednáním a chováním, studuje chování sociálně aktivních jedinců v rámci skupiny lidí. Sociální psychologie je kombinací obou uvedených. Motivační výzkum používá tyto metody:

- Individuální hloubkové rozhovory
- Skupinové rozhovory
- Projekční techniky

7.5.1 Individuální hloubkové rozhovory

Při individuálním hloubkovém rozhovoru je cílem odhalit často hluboce zakořeněné příčiny určitých názorů nebo určitého chování, které si respondent sám často vůbec neuvědomuje. Rozhovor probíhá tak, že se volně a otevřeně diskutuje o různých tématech. Poskytované informace nejsou samy o sobě tak důležité jako to, jak dotazovaný reaguje. Někdy je kladen větší důraz na to, co respondent zamlčuje, než to, o čem mluví. Vzhledem k tomu, že tento druh rozhovoru není standardizován, spolehlivost výsledků závisí především na kvalitě tazatele, který by měl být nejlépe psychologem. Úspěch tedy závisí na uvolněném a sympatickém vztahu mezi tazatelem a dotazovaným, na schopnosti tazatele sondovat zajímavé a pravdivé odpovědi a v neposlední řadě též na schopnosti tazatele usměrňovat diskusi k sondovanému námětu. Hloubkový rozhovor obvykle trvá 1-2 hodiny a může být se souhlasem respondenta zaznamenáván, aby mohl být později detailně analyzován a interpretován. Rozlišujeme dva typy hloubkových rozhovorů:

- a) Volný rozhovor (neřízený) - konverzaci se ponechává v jistých mezích maximálně volný průběh
- b) Cílený rozhovor (řízený) - existuje seznam témat, která mají být prodiskutována, pořadí a průběh projednávání jednotlivých témat je však na tazateli

7.5.2 Skupinové rozhovory

Skupinový rozhovor je řízený rozhovor skupiny vybraných osob (obvykle 5-9), ve kterém dochází ke konfrontaci různých názorů a jejich modifikacím. Jde o sledování procesu

společenského působení na individuální rozhodování, na formování individuálních názorů. Každý účastník je vystaven názorům ostatních členů skupiny a své názory předkládá jejich pozornosti. Při aplikaci skupinového rozhovoru je třeba, aby docházelo k vzájemnému se ovlivňování členů skupiny, moderátor je usměrňuje, aby diskutovali mezi sebou, ne s ním. Skupina musí být homogenní kvůli podobnostem ve vnímání. Moderátor musí umět rychle navázat kontakt se skupinou, usměrňovat diskusi, přejít k novému tématu, aby udržoval plynulý tok diskuse. Oproti individuálnímu rozhovoru je skupinový rozhovor podnětnější z hlediska vytváření nových myšlenek. Je přímo možné pozorovat proces společenského působení na individuální rozhodování, poskytuje obraz o vývoji názorů, jejich vzniku, obměnách a intenzitě a bývá mnohem spontánnější a otevřenější než rozhovor individuální.

7.5.3 Projekční techniky

Projekční techniky (někdy také projektivní testy) se používají zejména při individuálních neřízených rozhovorech. Při jejich aplikaci se respondentovi předkládá mnohoznačný podnět, který má interpretovat. Způsob, jak to udělá, odhaluje část jeho osobnosti. Tato metoda se používá, když se předpokládá, že respondent nebude ochoten či schopen reagovat na přímé otázky (například o příčinách určitého chování a postojů). Použití projekčních technik bývá jednoduché, nesnadné je však připravit tyto techniky pro specifickou situaci, stejně jako pak interpretovat jejich výsledky do platných závěrů.

Mezi projekční techniky patří zejména test slovní asociace, kde jsou respondentovi říkána předem vybraná neutrální slova a dotazovaný musí na každé slovo co nejrychleji odpovídat prvním slovem, které ho napadne. Dalšími technikami jsou např. test dokončování vět, test dokončování příběhů, test doplňování obrázků, test interpretace obrázků, technika třetí osoby a hraní rolí. Další podobných technik může být celá řada, musí však být vždy formulovány tak, aby představovaly praktickou pomoc při vyvozování závěrů.

Použití kvalitativních metod má i významná omezení:

Je zde malý počet respondentů, proto výsledky nemusí být reprezentativní z hlediska základního souboru a nedají se tedy zobecnit jako platné pro celý základní soubor. Výsledky bývají typicky víceznačné a závisí na analytikovi, jak bude výroky respondentů interpretovat. Kvalitativní metody nemohou nahradit terénní výzkumy, které jsou prováděny zpravidla ve větším rozsahu. Jejich použití by se mělo omezovat na získání hlubšího pohledu na názory a postoje spotřebitelů, který by pak sloužil jako podklad pro

další výzkum. Kvalitativní metody se tedy používají především při exploračních výzkumech či při výzkumech motivací.

Je zřejmé, že oba druhy výzkumů vyžadují jiný přístup, podávají nám různé informace, jednou jsou využívanější první, jindy druhé. Výběr metody sběru informací závisí na tom, k čemu mají informace sloužit, kolik jich má být a jaká má být jejich kvalita, jaký vyžadujeme stupeň přesnosti; důležitý je též charakter zkoumaných skutečností, na kterých závisí zejména dostupnost informací o těchto faktech.

II. PRAKTICKÁ ČÁST

8 SPOLEČNOST CETELEM ČR, A.S.

Společnost CETELEM ČR, a.s. patří mezi největší nebankovní společnosti, zabývající se poskytováním úvěrových služeb spotřebitelům. Naše společnost vznikla 23. října 1996 a svou obchodní činnost zahájila v červnu 1997.

Poskytuje úvěrové služby ve spolupráci s obchodními partnery přímo v místech prodeje (nákupy na splátky), dále nabízí úvěrové karty, které slouží jako hotovostní rezerva, a účelové i neúčelové osobní půjčky pro financování nákladnějších projektů. [15]

Ve své činnosti se opírá o více než 50leté zkušenosti její mateřské společnosti, francouzské banky Cetelem S.A. Cetelem je od roku 1999 součástí BNP Paribas, která je se svými 100 000 zaměstnanci a zastoupením v 85 zemích světa jednou z největších světových finančních skupin.

Činnost v České republice zahájili financováním nákupů na splátky. V červnu roku 1997 poskytli první spotřebitelský úvěr. Stali se tak první společností na českém trhu nabízející úvěry přímo v místě prodeje. Dalším významným mezníkem v historii bylo zahájení vydávání úvěrových karet AURA koncem roku 1998. Karty AURA fungují na principu revolvingového úvěru. Pro klienty se karty AURA staly „úvěrem do kapsy“, finanční rezervou, kterou mohou v případě potřeby jednoduše a rychle využít.

V září 2000 rozšířili nabídku úvěrových produktů a zahájili poskytování Osobních půjček Cetelem. Osobní půjčky umožňují splnění náročnějších přání klientů, jako jsou přestavby domu nebo bytu, nákup vybavení nebo automobilu.

Jako první nebankovní instituce na českém trhu se v roce 2002 stali členem asociace MasterCard International a v říjnu 2003 začali vydávat karty Aura MasterCard Electronic. Pro klienty se tak rozšířily možnosti využití úvěrové karty, lze s ní platit v celé síti platebních terminálů MasterCard Electronic a vybírat hotovost v bankomatech. V květnu 2004 rozšířili svou nabídku pro trh automobilů o nové produkty Autoúvěr a Motoúvěr. Tyto úvěry umožňují financování nákupu nových nebo ojetých automobilů a motocyklů přímo v místě prodeje.

O rok později, v květnu 2005, na trh uvedli ON-LINE půjčku Cetelem, osobní půjčku, o kterou mohou klienti požádat přes internet. V srpnu 2005 začali vydávat novou kartu Aura

MasterCard, která je mezinárodní a klienti ji tedy mohou používat nejen v ČR, ale i v zahraničí. Tato karta navíc přináší zvýšení bezpečnosti při platbách, oprávněnost transakce je ověřována prostřednictvím zadání PIN na pokladním terminálu.

8.1 Postavení na trhu:

Tab.1.Statistika produktů nabízených členskými společnostmi ČLFA za 1. čtvrtletí 2006 [11]

Pořadí členských společností asociace v objemu spotřebitelských úvěrů poskytnutých v 1. čtvrtletí 2006 (v mil. Kč)		
1.	GE Money Multiservis, a.s.	2 274
2.	CETELEM ČR, a.s.	1 883
3.	HOME CREDIT a.s.	1 269
4.	ESSOX, s.r.o.	625
5.	GE Money Auto, a.s.	597
6.	CCB Finance, a.s.	400
7.	ČSOB Leasing, a.s.	152
8.	Cofidis s.r.o.	133
9.	ŠkoFIN s.r.o.	131
10.	GMAC, a.s.	85
11.	ČP Leasing, a.s.	58

8.2 Přehled úvěrových produktů společnosti CETELEM ČR, a.s.

Úvěrová karta Aura (10 000 Kč - 60 000 Kč) [15]

- jedna z nejrozšířenějších úvěrových karet v ČR
- peněžní rezerva, jejímž prostřednictvím je možno nakupovat i jednoduše získat peněžní prostředky
- vydání karty je zdarma
- úroková sazba činí 1,78 % měsíčně, úrok se počítá pouze z aktuálně dlužné částky
- přístup k úvěrovému účtu je zdarma 24 hodin denně 7 dní v týdnu

Spotřebitelský úvěr v prodejnách (3 000 Kč - 500 000 Kč)

- okamžité vyřízení smlouvy přímo v prodejně
- výhodné úrokové sazby
- možnost volby výše přímé platby i měsíční splátky
- poskytnutí úvěru bez ručitele
- minimální administrativa

Autoúvěr a Motoúvěr (až 1 000 000 Kč)

- úvěr pro financování nových i ojetých automobilů a motocyklů
- rychlé vyřízení úvěru přímo v prodejně
- volitelná délka splácení
- vozidlo se stává ihned majetkem klienta
- havarijní pojištění povinné až při úvěru nad 300 000 Kč

Osobní půjčka (20 000 Kč - 1 000 000 Kč)

- účelová i bezúčelová půjčka
- půjčku lze vyřídit poštou a telefonicky
- poskytnutí půjčky bez ručitele
- možnost volby z celé řady úvěrových produktů

ON-LINE půjčka (20 000 Kč - 1 000 000 Kč)

- účelová i bezúčelová půjčka
- o půjčku lze zažádat přímo na internetových stránkách www.cetelem.cz
- poskytnutí půjčky bez ručitele
- možnost zvolit výši splátky a délku splácení

8.3 Aktuální produkty v místě prodeje na splátky

V hypermarketu Tesco, ve kterém mám svoji praxi, se skládá nabídka úvěrových produktů z několika úvěrů. Pro příklad uvedu nejdůležitější a které jsou aktuálně zákazníci preferovány. Nabídka úvěrů se každým měsícem mění, záleží na domluvě mezi společností CETELEM ČR, a.s. a hypermarketem Tesco. I když je Tesco partnerem CETELEM ČR, a.s. má hlavní pozici při vyjednávání o nabízených typech úvěru. Největší poptávka klientů je po úvěrech bez navýšení, ale momentálně nemáme v nabídce ani jeden. S blížícími se Vánočními svátky se ovšem dá očekávat jejich zařazení do nabídky.

8.3.1 Úvěr 10 x 10 %

Obr.1. Úvěr 10x10% [15]

KLASICKÝ SPOTŘEBITELSKÝ ÚVĚR, který přitahuje svou jednoduchostí, výhodností a stává se oblíbeným jak u prodejce, tak u klienta.

VÝHODY:

- přímá platba pouze 10 % z ceny
- Navýšení pouze 10 % z ceny zboží
- Splácení 10 měsíců

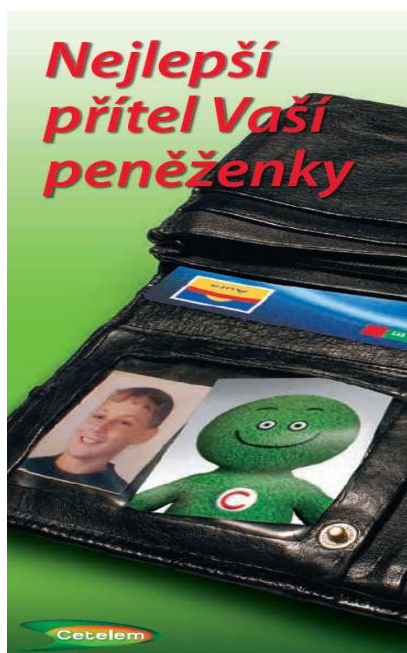
Zákazník zaplatí 10 % z ceny zboží ihned a následně splácí 10 měsíčních splátek ve výši 10 % z ceny.

Tab.2.Úvěr 10x10%

VÝŠE ÚVĚRU	3 000 Kč – 80 000 Kč
PŘÍMÁ PLATBA	1/10 z ceny zboží
POČET SPLÁTEK	10
VÝŠE MĚSÍČNÍ SPLÁTKY	1/10 z ceny zboží
POJIŠTĚNÍ ÚVĚRU	2,99 % a 6,99 %
CENA ZBOŽÍ (nákup listopad 2006)	10 000 Kč
PŘÍMÁ PLATBA (1/10 z ceny zboží)	1 000 Kč
VÝŠE ÚVĚRU (cena zboží – přímá platba)	9 000 Kč
POČET MĚSÍČNÍCH SPLÁTEK	10
MĚSÍČNÍ SPLÁTKA (bez pojištění) – k 15. 12. 2006	1 000 Kč
FINANCOVANÁ ČÁSTKA PRODEJCI (výše úvěru)	9 000 Kč
Roční procentní sazba nákladů	26,27

Zdroj vlastní.

8.3.2 Klasický úvěr



Výhody:

- Nákup zboží v případě, že nemůžete platit v hotovosti
- Výše splátek a délka splácení je přizpůsobena klientovi
- Možnost koupě i dražšího výrobku
- Minimální přímá platba od 0%

Tento produkt je určen všem obchodním partnerům. A to bez rozdílu společnosti, kde je nabízený, v jakém obchodě.

Obr.2. Klasický úvěr[15]

Tab.3. Klasický úvěr

VÝŠE ÚVĚRU	3 000 – 80 000 Kč
PŘÍMÁ PLATBA	min 0 % z ceny zboží
POČET SPLÁTEK	5 – 36
POJIŠTĚNÍ ÚVĚRU	2.99 % a 6.99 %
CENA ZBOŽÍ	12 400 Kč
PŘÍMÁ PLATBA (min 10% z ceny zboží)	1 400 Kč
VÝŠE ÚVĚRU (cena zboží – přímá platba)	11 000 Kč
POČET MĚSÍČNÍCH SPLÁTEK	12
MĚSÍČNÍ SPLÁTKA (bez pojištění)	1 085Kč
FINANCOVANÁ ČÁSTKA PRODEJCI (výše úvěru)	11 000 Kč
Roční procentní sazba nákladů*	

Zdroj vlastní.

8.3.3 Úvěr deset a půl

DESET a PŮL

To jsou splátky

a tady je úrok

Zaplatíte pouze 5 % ceny ihned a 10 měsíčních splátek ve výši 10 %.

Cena zboží	Přímá platba	10 měsíčních splátek
10 000 Kč	500 Kč	1 000 Kč

RPSN při splácení k 15. dni v měsíci bez případného pojištění činí 11,93 %.

DESET a PŮL
Opravdu jednoduché počty

cetelem

Obr.3. Úvěr 10 a půl [15]

KLASICKÝ SPOTŘEBITELSKÝ ÚVĚR, který přitahuje svou jednoduchostí, výhodností a stává se oblíbeným jak u prodejce, tak u klienta.

VÝHODY

- Zvýšení obrátu prodejce
- Nekomplikovanost
- Navýšení pouze 5 % z ceny zboží
- Krátkodobé splácení

Zákazník zaplatí na prodejně 5 % z ceny zboží a následně 10 měsíců splácí 10 % z ceny.

Tab.4. Úvěr 10 a půl

VÝŠE ÚVĚRU	3 000 Kč – 80 000 Kč
PŘÍMÁ PLATBA	5 % z ceny zboží
POČET SPLÁTEK	10
VÝŠE MĚSÍČNÍ SPLÁTKY	10 % z ceny zboží
POJIŠTĚNÍ ÚVĚRU	2,99 % a 6,99 %
CENA ZBOŽÍ	10 000 Kč
PŘÍMÁ PLATBA (5 % z ceny zboží)	500 Kč
VÝŠE ÚVĚRU (cena zboží – přímá platba)	9 500 Kč
POČET MĚSÍČNÍCH SPLÁTEK	10
MĚSÍČNÍ SPLÁTKA (bez pojištění)	1 000 Kč
FINANCOVANÁ ČÁSTKA PRODEJCI (výše úvěru)	9 500 Kč
Roční procentní sazba nákladů*	11,93

Zdroj vlastní.

9 ÚVĚRY PRO STUDENTY – ANALÝZA TRHU

Zařazení kontokorentních úvěrů k „balíčku služeb“ studentských účtů je již standard. Řada studentů může již využívat stejné služby jako jejich rodiče. Ale jak je to s půjčováním peněz na delší dobu? V současné době speciální úvěry pro studenty nabízejí na našem trhu pouze tři banky: Česká spořitelna, Komerční banka a Sprakasse Mühlviertel – Wese banka.

9.1 Česká spořitelna

U České spořitelny je získání úvěru pro studenty vázáno na vlastnictví studentského účtu Student+. Úvěr může získat student alespoň druhého ročníku vyšší odborné školy nebo vysoké školy v denním studiu.

Vzhledem k tomu, že Česká spořitelna předpokládá, že se plně věnujete studiu, a tudíž nemáte žádné příjmy, je zde nutný spoludlužnický závazek rodiče nebo třetí osoby při výši úvěru do 100 000 Kč a ručitelský závazek nebo zástavní právo k nemovitosti u úvěrů vyšších než 100 000 Kč. Výše úvěru je minimálně 15 000 Kč a maximálně 300 000 Kč.

Příjemné je, že se jedná o neúčelový úvěr, takže půjčené peníze můžete použít na cokoliv. Úroková sazba je fixní (tzn. pevná) po celou dobu splatnosti úvěru a v současné době činí 8,9 %. Příjemné jistě je, že můžete mít i snížené splátky po dobu studia.

Délka splácení úvěru je od 1 roku do 10 let. Pokud budete mít peníze navíc, můžete vložit mimořádnou splátku nebo úvěr předčasně splatit celý. Za zpracování žádosti u tohoto úvěru si Česká spořitelna neúčtuje žádný poplatek. [21]

9.2 Komerční banka

Komerční banka je druhou bankou, která v rámci konta Gaudeamus poskytuje úvěry pro studenty. Úvěr Gaudeamus je určen pro studenty vyšších odborných škol a vysokých škol v České republice nebo v zahraničí. Opět se jedná o neúčelový úvěr, proto jej můžete použít na cokoliv.

Komerční banka vám půjčí od 50 000 Kč do 150 000 Kč. Horní hranice se ještě zvyšuje, pokud student může začít splácet hned po poskytnutí úvěru - na 500 000 Kč.

Peníze můžete získat jednorázově nebo je můžete čerpat postupně. V případě, že se rozhodnete pro postupné čerpání, musí být vždy čerpáno minimálně 20 000 Kč. Úvěr musíte splatit nejpozději do 10 let, přičemž je možné během studia platit pouze úroky z vyčerpaného úvěru.

Vzhledem k tomu, že se opět předpokládá, že nejste výdělečně činní, je nutné zajištění úvěru například ručením rodičů nebo stavebním spořením u VSS KB.

Úvěr lze předčasně splatit, a to bez jakýchkoli sankcí. Úroková sazba se odvíjí od výše úvěru a také od doby splácení úvěru - v současné době od 7,58 % do 11,86 %. Podobně jako u České spořitelny i u Komerční banky je tato úroková sazba fixní.

Poplatek za žádost si Komerční banka neúčtuje, ale každý měsíc musíte zaplatit poplatek za vedení úvěrového účtu ve výši 50 Kč. [20]

9.3 Sparkasse Mühlviertel - West banka

SMWB patří také do skupiny bank, které nabízejí úvěry pro studenty. Na rozdíl od předchozích dvou bank, u kterých jste mohli použít půjčené peníze na cokoli (jednalo se o tzv. bezúčelový úvěr), u SMWB můžete půjčené peníze použít jen na studijní náklady při studiu na vysoké škole, postgraduálním studiu či vyšší odborné škole, a to v České republice i v zahraničí.

Podmínkou k získání úvěru je vedení K-KONTA, rodiče žadatele musí být klienti SMWB banky, student předloží potvrzení o studiu nebo stipendiu a kopii maturitního vysvědčení. Zároveň věk studenta při přijetí ke studiu nesmí překročit 25 let.

Student může získat úvěr ve výši od 50 000 Kč do 300 000 Kč. Pokud si půjčíte do 100 000 Kč, zaplatíte poplatek ve výši 1 000 Kč, v případě vypůjčení si vyšší částky (max. 300 000 Kč) student zaplatí 1 500 Kč.

Úroková sazba se v současné době pohybuje okolo 10 % a závisí na objemu půjčených peněz. Splatnost je do 10 let a čerpání úvěru probíhá podle platby školného.

Zajištění úvěru při půjčené částce do 100 000 Kč je ručitelským prohlášením a směnkou rodičů. Pokud si chcete půjčit více než 100 000 Kč, banka požaduje zajištění úvěru nemovitostí.[22]

Odložené nebo případně snížené splátky během studia u této banky nezískáte. Úvěr lze splatit i dříve, ale klient si musí písemně předem požádat. [22]

Tab.5.Nabídka studentských úvěrů

Studentský úvěr					
	Výše úvěru	Poplatek za žádost	Poplatek za vedení úvěrového účtu	Splatnost úvěru (v letech)	Úroková sazba
Česká spořitelna	15 000 - 300 000 Kč	zdarma	zdarma	1 až 10	8,90%
Komerční banka	50 000- 500 000 Kč	zdarma	50 Kč/měsíc	1 až 10	7,58 % - 11,86 %
SMWB	50 000 - 300 000 Kč	do 100 000 Kč - 1 000 Kč do 300 000 Kč - 1 500 Kč	zdarma	1 až 10	10 %

Zdroj:<http://www.mesec.cz/clanky/studenti-a-pujcky-u-bank/>

10 ÚVĚROVÉ KARTY – ANALÝZA TRHU

Úvěrová karta funguje na principu revolvingového úvěru. Je to dlouhodobý, opakovatelný a obnovitelný úvěr. Držitel revolvingového úvěru má k dispozici finanční prostředky ve výši dohodnutého úvěrového rámce. Každým nákupem se snižuje disponibilní zůstatek, který ještě může zákazník ze svého úvěrového rámce použít. Každou splátkou se naopak prostředky na nákup dalšího zboží na úvěr zvyšují.

Úvěrová karta má tedy tu výhodu, že je využitelná kdykoliv a způsobem, který si zákazník zvolí. Vedle nákupu zboží nebo služeb některé úvěrové karty totiž nabízejí také výběr hotovosti (dokonce i v zahraničí) a tím svému držiteli zaručují stálou finanční rezervu.

Na našem trhu je zatím nízký počet úvěrových karet. V budoucnu ale jistě přibudou. S úvěrovou kartou nemusíte jen nakupovat zboží u obchodníků, ale máte i jiné možnosti. Podívejme se blíže alespoň na některé z úvěrových karet a jejich možnosti: [19]

AURA karta

- výběr hotovosti u Volksbank za poplatek 50 Kč
- převod na účet, který trvá maximálně 3 dny a je bezplatný
- platba u všech obchodních partnerů za zboží a služby
- placení u Vodafone za prováděné služby
- nakupování na internetu
- peněžní rezerva, jejímž prostřednictvím je možno nakupovat i jednoduše získat peněžní prostředky
- vydání karty je zdarma
- úroková sazba činí 1,78 % měsíčně, úrok se počítá pouze z aktuálně dlužné částky
- přístup k úvěrovému účtu je zdarma 24 hodin denně 7 dní v týdnu

O.K. karta

- platba u všech obchodních partnerů za zboží a služby
- získání hotovosti v bankomatech a pobočkách GE Money Bank
- nakupování na Internetu a další on-line služby

YES karta

- platba u všech obchodních partnerů za zboží a služby
- čerpat úvěr můžete najednou i po částech dle Vašich potřeb
- máte možnost nakupovat nejenom v prodejnách ČR, ale i v zahraničí, kde přijímají karty Maestro
- placení u Vodafone za prováděné služby

Tab.6.Srovnání úvěrových karet.

Karta	Úroková sazba (p.m.)	Poplatek za uzavření	Poplatek za výpis
AURA	1,78 %	0 Kč	25 Kč
O.K.	1,89 %	1,50 % z rámce	40 Kč
YES	2,22 %	0 Kč	27 Kč

Zdroj vlastní.

11 MARKETINGOVÝ VÝZKUM:

Potřeboval jsem si zjistit jak je vnímána nejen společnost, ale i celé odvětví u respondentů, jimiž byli pro můj výzkum studenti. Celkový počet respondentů bylo 448.

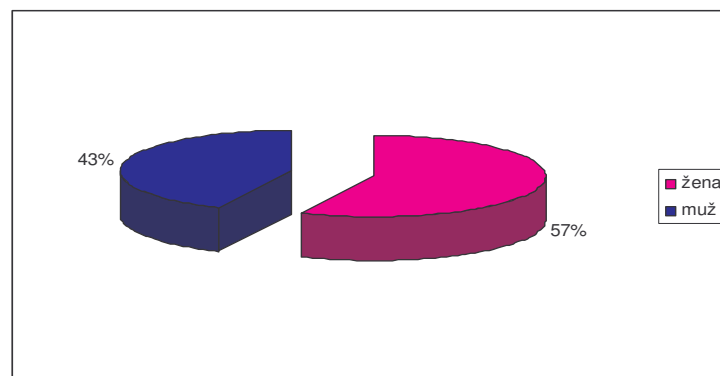
Respondenti odpovídali na otázky v dotazníku, který je v příloze P 1

1) Pohlaví:

Tab.7.Pohlaví.

muž	žena
192	256
43%	57%

Zdroj vlastní.



Obr.4.Pohlaví

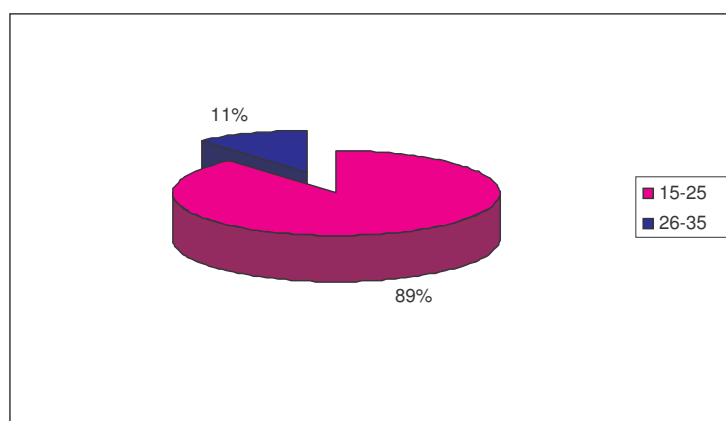
Zdroj vlastní.

2) Věk:

Tab.8.Věk.

15-25 let	26-35 let
400	48
89%	11%

Zdroj vlastní.



Obr.5.Věk

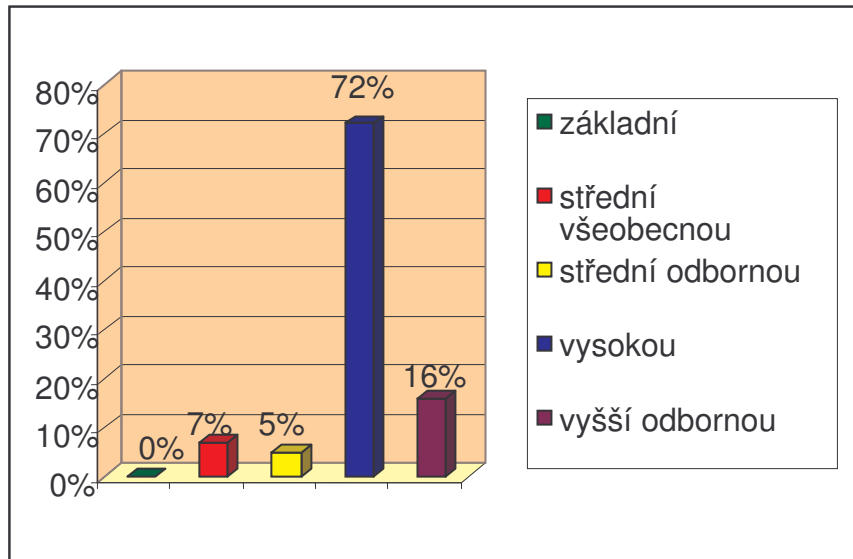
Zdroj vlastní.

3) Jakou školu studujete?

Tab.9. Vzdělání.

základní	střední všeobecnou	střední odbornou	vysokou	vyšší odbornou
0	32	24	320	72
0%	7%	5%	72%	16%

Zdroj vlastní.



Obr.6. Vzdělání.

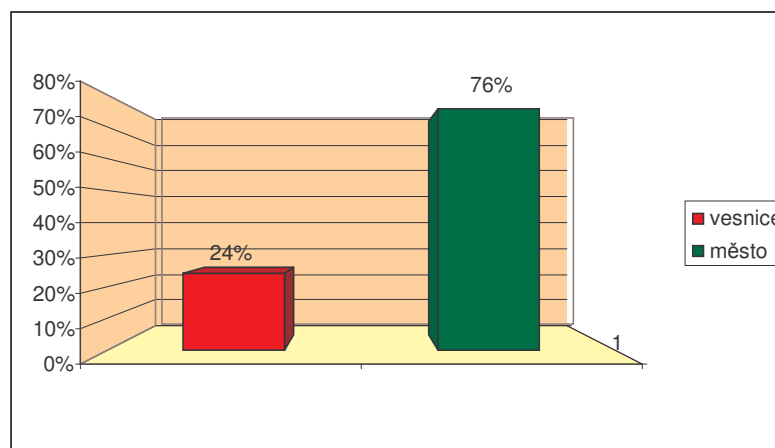
Zdroj vlastní.

4) Žijete ve městě nebo na vesnici?

Tab.10. Bydliště.

vesnice	město
52	396
24%	76%

Zdroj vlastní.



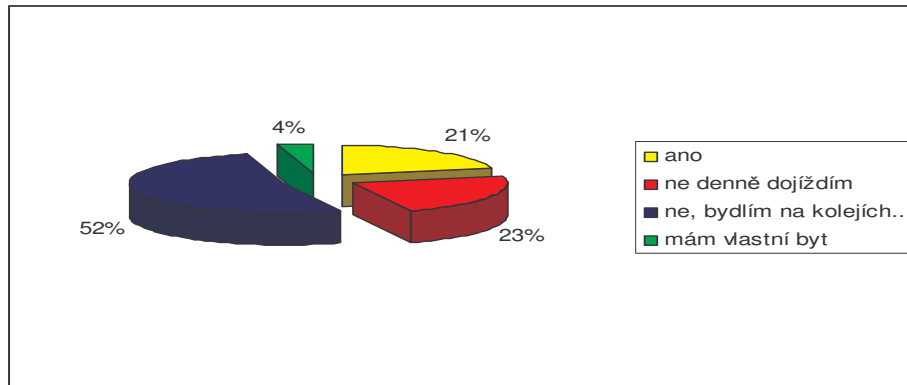
Obr.7. Bydliště.

Zdroj vlastní.

5) Studujete v místě bydliště? *Tab.11. Způsob bydlení.*

ano	ne denně dojíždím do..	ne, bydlím na kolejích..	mám vlastní byt
96	104	232	16
21%	23%	52%	4%

Zdroj vlastní.



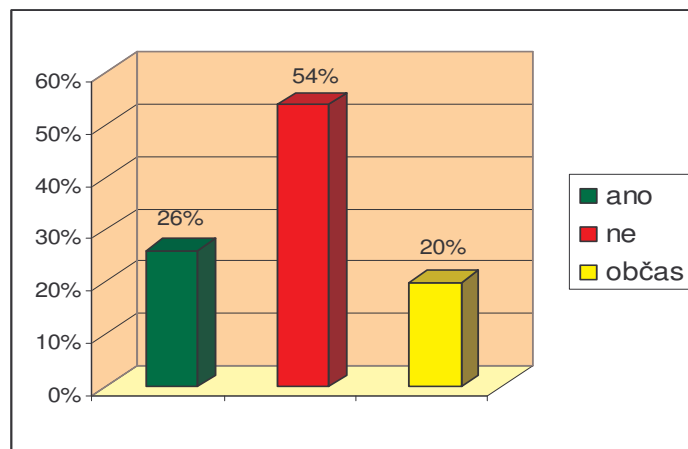
Obr.8. Způsob bydlení.

Zdroj vlastní.

6) Máte stálý příjem? *Tab.12. Stálý příjem.*

ano	ne	občas
120	240	88
26%	54%	20%

Zdroj vlastní.



Obr.9. Stálý příjem

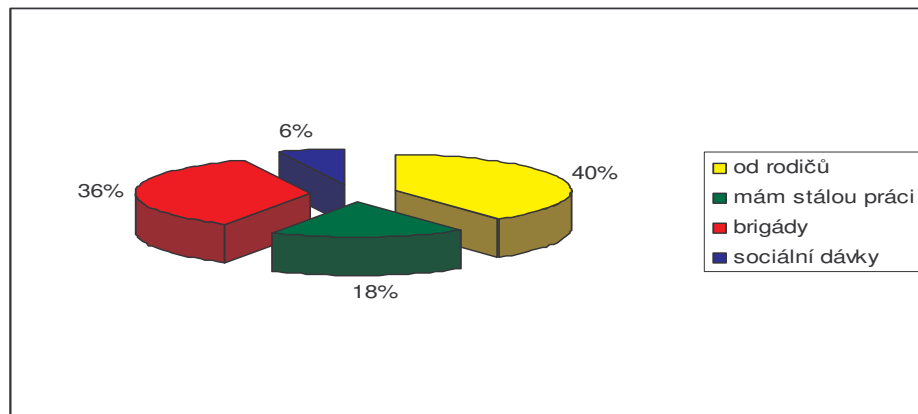
Zdroj vlastní.

7) Finanční prostředky získávám

Tab.13.Finanční prostředky

od rodičů	mám stálou práci	brigády	sociální dávky
232	104	208	32
40%	18%	36%	6%

Zdroj vlastní.



Obr.10.Finanční prostředky.

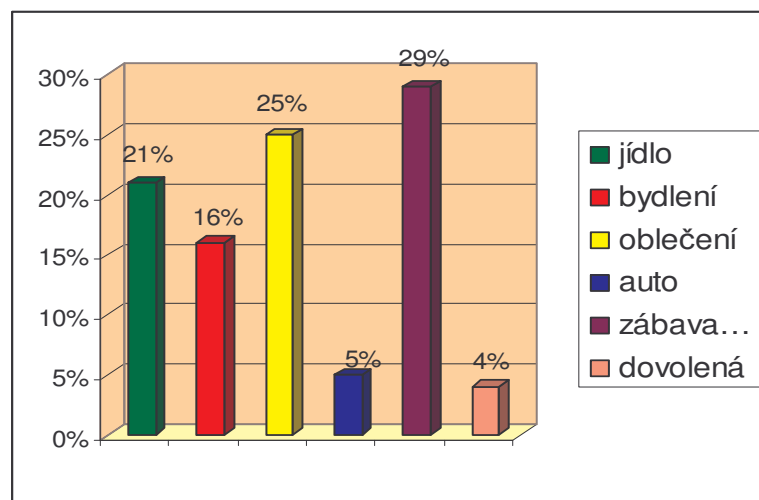
Vlastní zdroj.

8) Za co nejvíc utrácím:

Tab.14.Útrata.

jídlo	bydlení	oblečení	auto	zábava...	dovolená
168	128	192	40	224	32
21%	16%	25%	5%	29%	4%

Zdroj vlastní.



Obr.11.Útrata.

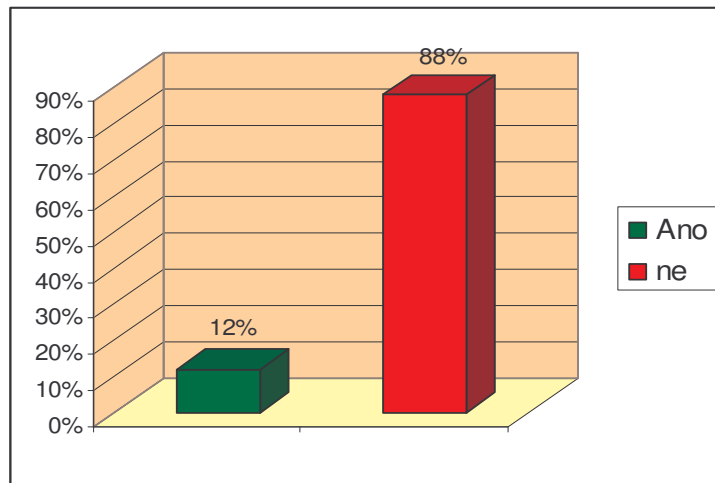
Zdroj vlastní.

9)Mám vlastní byt

Tab.15.Vlastní byt.

Ano	ne
56	392
12%	88%

Zdroj vlastní.



Obr.12.Vlastní byt.

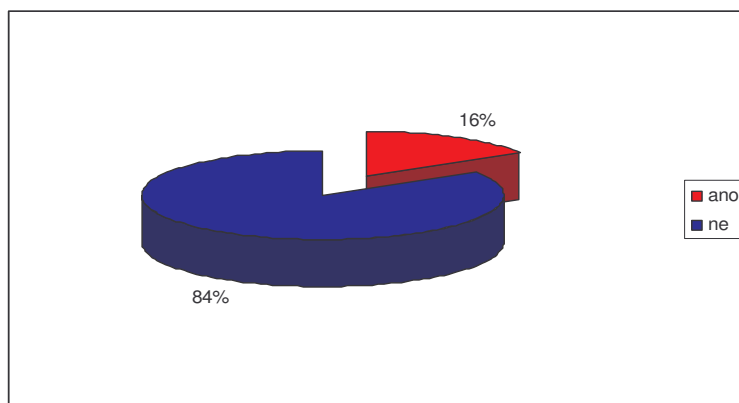
Zdroj vlastní.

10)Mám vlastní auto

Tab.16.Vlastní auto.

Ano	ne
72	376
16%	84%

Zdroj vlastní.



Obr.13.Vlastní auto.

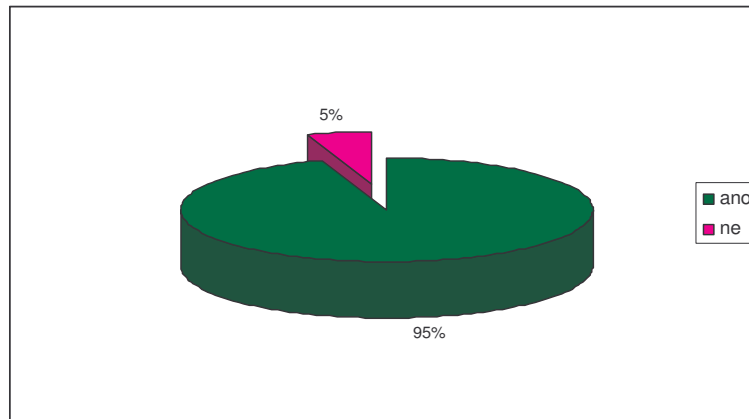
Zdroj vlastní.

11)Souhlasíte s úvěrem pro studenty?

Tab.17.Úvěr pro studenty.

ano	ne
424	24
95%	5%

Zdroj vlastní.



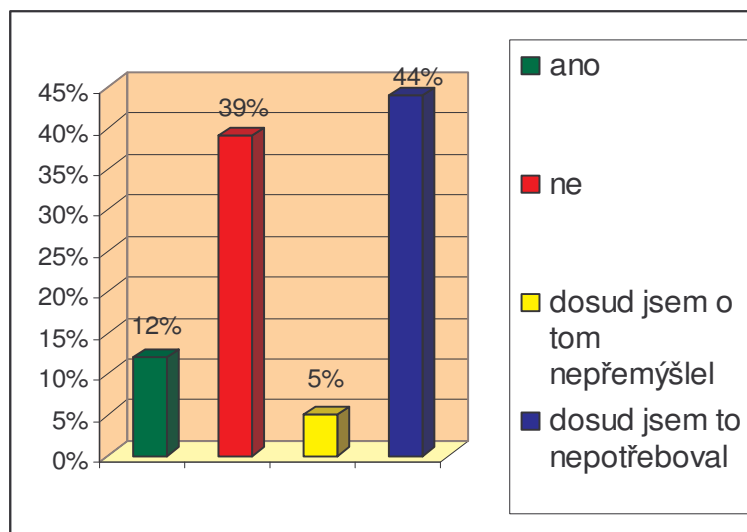
Obr.14.Úvěr pro studenty Zdroj vlastní.

12)Nakupujete na splátky?

Tab.18.Nákup na splátky.

ano	ne	dosud jsem o tom nepřemýšlel	dosud jsem to nepotřeboval
56	176	24	192
12%	39%	5%	44%

Zdroj vlastní.



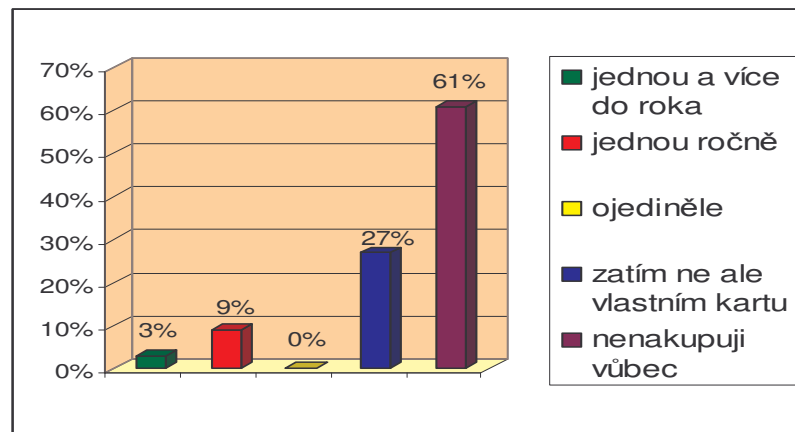
Obr.15.Nákup na splátky. Zdroj vlastní.

13) Jak často nakupujete na splátky?

Tab.19. Jak často nakupujete na splátky?

jednou a více do roka	jednou ročně	ojedinele	zatím ne ale vlastním kartu	nenakupuji vůbec
16	40	0	120	272
3%	9%	0%	27%	61%

Zdroj vlastní.



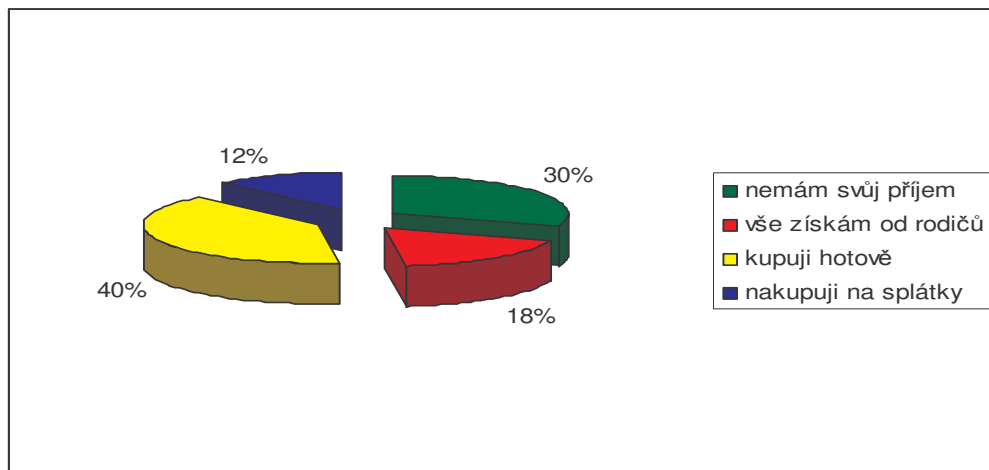
Obr.16. Jak často nakupujete na splátky? Zdroj vlastní.

14) Proč nenakupujete na splátky?

Tab.20. Proč nenakupujete na splátky?

nemám svůj příjem	vše získám od rodičů	kupuji hotově	nakupuji na splátky
136	80	176	56
30%	18%	40%	12%

Zdroj vlastní.



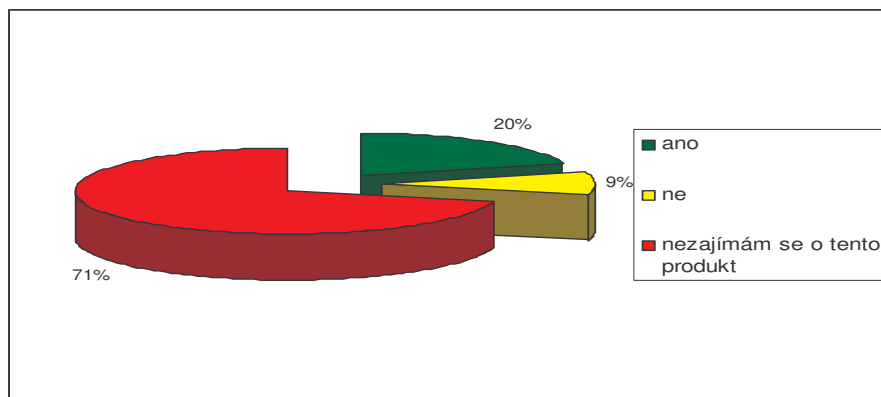
Obr.17. Proč nenakupujete na splátky? Zdroj vlastní.

15) Máte dostatek informací o úvěrech přicházejících na trh?

Tab.21. Informace o úvěrech.

ano	ne	nezajímám se o tento produkt
88	540	320
20%	9%	71%

Zdroj vlastní.



Obr.18. Informace o úvěrech.

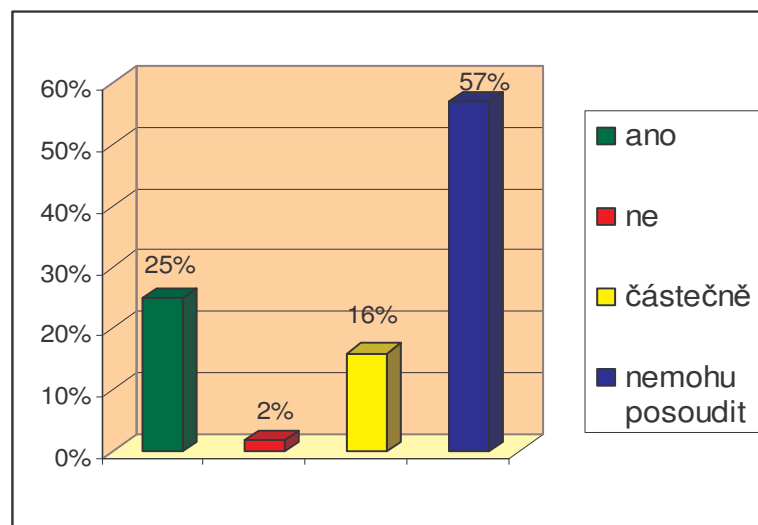
Zdroj vlastní.

16) Jste spokojeni s podmínkami splátkového prodeje?

Tab.22. Spokojenost s podmínkami.

ano	ne	částečně	nemohu posoudit
112	8	72	256
25%	2%	16%	57%

Zdroj vlastní.



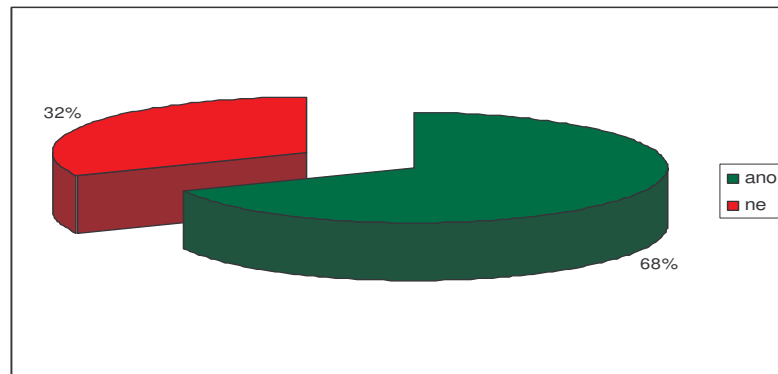
Obr.19. Spokojenost s podmínkami. Zdroj vlastní.

17) Rozhoduje při Vašem výběru nabídka úvěru bez navýšení?

Tab.23. Úvěr bez navýšení.

ano	ne
304	144
68%	32%

Zdroj vlastní.



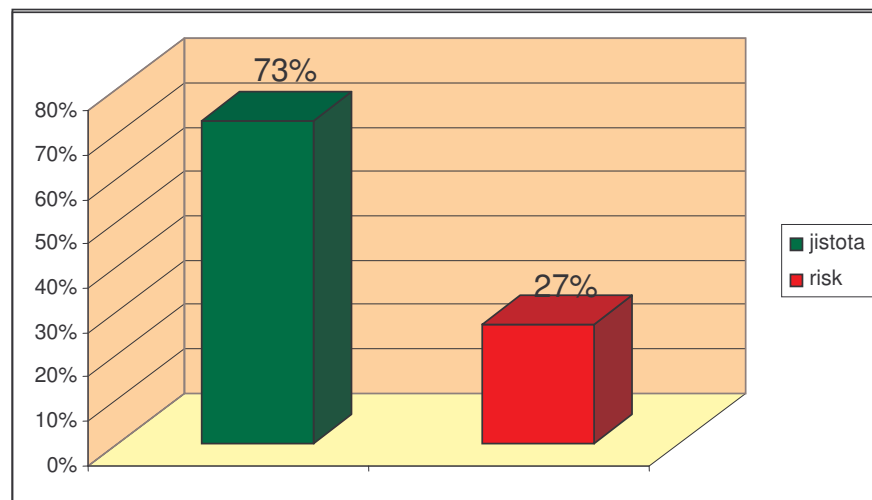
Obr.20. Úvěr bez navýšení. Zdroj vlastní.

18) Máte rádi jistotu, nebo riskujete?

Tab.24. Risk nebo jistota.

jistota	risk
328	120
73%	27%

Zdroj vlastní.



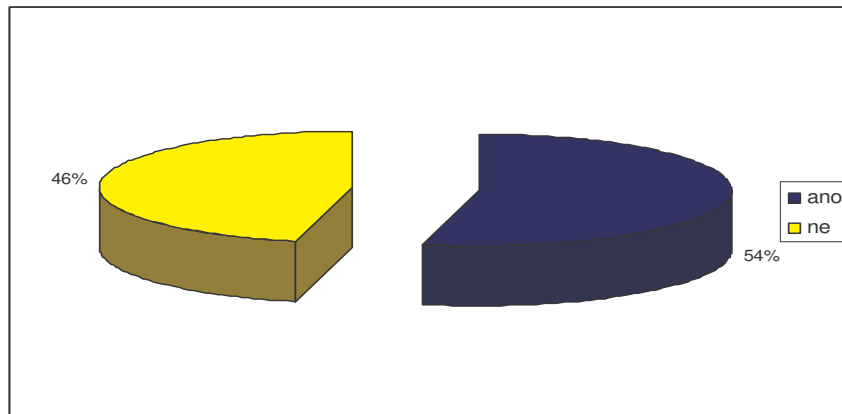
Obr.21. Risk nebo jistota. Zdroj vlastní.

19) Znáte úvěrovou společnost Cetelem ?

Tab.25.Znalost Cetelemu.

ano	ne
240	208
54%	46%

Zdroj vlastní.



Obr.22.Znalost Cetelemu.

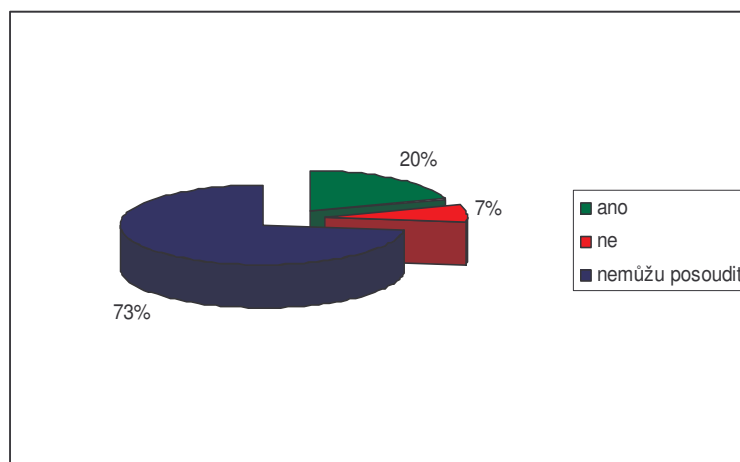
Zdroj vlastní.

20) Jste spokojeni se službami, které Cetelem nabízí ?

Tab.26.Spokojenost se službami.

ano	ne	nemůžu posoudit
88	32	328
20%	7%	73%

Zdroj vlastní.



Obr.23.Spokojenost se službami.

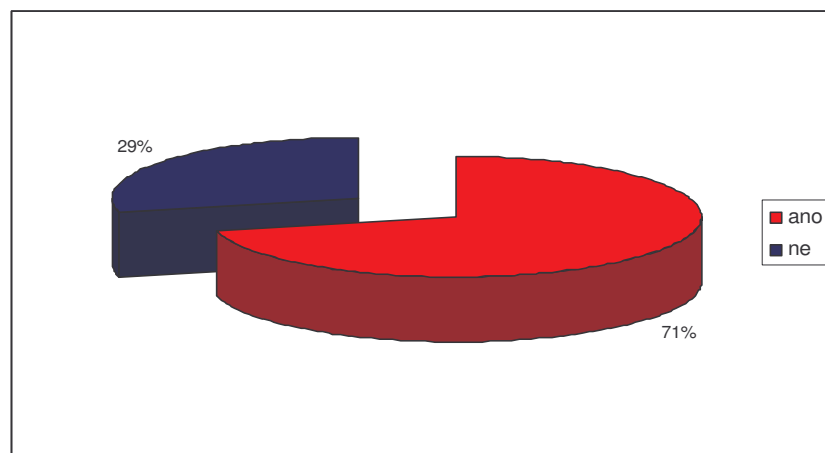
Zdroj vlastní.

21) Zabezpečil byste sebe, příp. svou rodinu proti případným rizikům spojeným s nesplácením úvěru?

Tab.27.Zabezpečení

ano	ne
320	128
71%	29%

Zdroj vlastní.



Obr.24.Zabezpečení

Zdroj vlastní.

11.1 Shrnutí marketingového výzkumu

Výzkum zájmu o produkt Úvěr pro studenty, jsem provedl na skupině 448 respondentů.

Profil dotazovaných: typický respondent měl zejména tyto znaky:

- žena, muž
- 15 až 25 let
- student VŠ
- žije ve městě nebo bydlí na kolejích
- polovina dotázaných nemá vlastní příjem
- více než polovina těch, kteří příjem mají, získává finanční prostředky z brigád, stálého zaměstnání nebo od rodičů
- nejvíc utrácí za zábavu, oblečení a jídlo

- jen nepatrný počet respondentů vlastní byt či auto
- takřka každý dotázaný souhlasí s úvěrem pro studenty
- úvěr nebo splátkový nákup však využila pouze desetina dotázaných a to maximálně jednou do roka
- na úvěr nenakupují protože nemají potřebu, jelikož vše získají od rodičů nebo nakupují hotově, případně mají obavu ze splácení (nemají vlastní příjem)
- informace o splátkovém prodeji má pouze pětina dotázaných, ostatní se o produkt nezajímají
- čtvrtina dotázaných je s principy splátkových prodejů spokojena
- dvě třetiny respondentů preferuje splácení bez navýšení
- tři čtvrtiny respondentů preferují „jistotu“ před riskováním
- společnost Cetelem zná více než polovina dotázaných, ale spokojena s touto značkou je jen pětina, ostatní neumí posoudit
- 70% dotázaných si troufá sebe a svoji rodinu ochránit před riziky z případného nesplácení úvěru

11.2 Cíl komunikačních aktivit

Průzkum potvrdil, že většina studentů je finančně zabezpečeno rodiči, jen polovina se snaží mít vlastní příjem. Výše definovaná cílová skupina (dále *student*) projevila o produkt zájem. Zřízení úvěru však brání pochyby o vlastní schopnosti úvěr splácet. Následující text je návodem, jak nastavit komunikaci úvěrových produktů pro studenty:

- úvěr využívá malá skupina studentů , tzn. zvýšit počet zájemců o úvěr Cetelem
- úvěr využije student max., jednou do roka, vyhovuje nám
- student nenakupuje z těchto důvodů:
 - o získá vše od rodičů, budeme se snažit budovat nezávislost studentů na rodičích
 - o nakupuje hotově, klademe důraz na to, že karty jsou pohodlné, rizika ztráty peněz, když máme peníze u sebe
 - o má obavu ze splácení , tady přichází v úvahu kooperace s firmami zaměstnávajícími studenty
 - o nemá vlastní příjem

- informace o splátkovém prodeji má pouze pětina dotázaných – ostatní se o produkt nezajímají, pro nás bude důležité podávat více informací, vzbudit zájem u studenta
- student preferuje splácení bez navýšení, vychází nám z toho nastavit podmínky pro splátky bez navýšení
- student preferuje „jistotu“ před riskem - produkt musí působit nerizikově
- společnost Cetelem zná více než polovina studentů, komunikace ve směru na cíl., skupinu „student“
- student si trůfá sebe a svoji rodinu ochránit před riziky z případného nesplácení úvěru. Výrazný signál, který koresponduje se zájmy Cetelem, znamená to, že student má rezervy, které nevyužívá (např. nepracuje . nemá vlastní příjem, protože pro něj není věcí prestiže a nezávislosti, je pohodlnější čerpat prostředky od rodičů...)

12 SPOTŘEBITELSKÝ ÚVĚR PRO STUDENTY



Obr.25.Credito [14]

SPOTŘEBITELSKÝ ÚVĚR, který umožňuje nákup zboží na splátky pro studenty, studující na vysoké škole, vyšší odborné škole nebo na střední škole, po dosažení věku 18 let.

Výhody:

- zvýšení obrátu prodejce
- nízká měsíční splátka
- počet měsíčních splátek 20
- nezatíží rozpočet klienta
- dobře zapamatovatelný produkt
- jednoduchý na vysvětlení
- novinka na trhu

Zákazník zaplatí 10 % z ceny zboží ihned a následně splácí 20 měsíčních splátek ve výši 1/20 z ceny. Odklad splácení na dobu tří měsíců, do kterých může úvěr doplatit.

Tab.28.Úvěr pro studenty.

PRODUKT	20 x 5%
BAREM (TLM)	666
VÝŠE ÚVĚRU	3 000 Kč – 20 000 Kč
PŘÍMÁ PLATBA	10 % z ceny zboží
POČET SPLÁTEK	20
VÝŠE MĚSÍČNÍ SPLÁTKY	1/20 z ceny zboží
POJIŠTĚNÍ ÚVĚRU	1,99 % a 3,99 %

Příklad:

CENA ZBOŽÍ	10 000 Kč
PŘÍMÁ PLATBA (10 % z ceny zboží)	1 000 Kč
VÝŠE ÚVĚRU (cena zboží – přímá platba)	9 000 Kč
POČET MĚSÍČNÍCH SPLÁTEK	20
MĚSÍČNÍ SPLÁTKA (bez pojištění)	500 Kč
FINANCOVANÁ ČÁSTKA PRODEJCI (výše úvěru)	9 000 Kč
Roční procentní sazba nákladů*	30,24

Zdroj vlastní.

12.1 Co potřebuje student k žádosti o úvěr?

- Musí být občan České republiky
- starší 18 let
- potvrzení o studiu (ze studijního oddělení potvrzeno studium na VŠ, VOŠ a nebo SŠ)
- Občanský průkaz
- Doklad o příjmu (nesmí být starší jednoho měsíce)
 - Potvrzení o brigádě (u zaměstnavatele, nebo od zprostředkující agentury)
 - Výpis z bankovního účtu
- Doklad pro ověření adresy (stačí jeden z následujících a nesmí být starší dvou měsíců):
 - výpis z bankovního účtu
 - bankovní karta (platná)
 - doklad o zaplacení SIPO (může být uvedený na rodiče)

- doklad o zaplacení telefonu

Studentův úvěr je automaticky pojištěný. Záleží na něm jaké pojištění využije. Pojištění „D“, které zahrnuje pojištění pro případ zneužití úvěrové karty v případě odcizení nebo ztráty karty, pojištění pro případ úmrtí a plné invalidity. Výše pojistného za každé pojistné období činí 1,99 % z pravidelné měsíční splátky úvěru dle úvěrové smlouvy, v rámci níž pojištěný přistoupil k pojištění v rozsahu souboru pojištění D.. Nebo má druhou možnost a tou je pojištění „S“, které zahrnuje pojištění pro případ úmrtí, plné invalidity, pracovní neschopnosti ručitele, ztráty zaměstnání ručitele, příp. zneužití úvěrové karty v případě odcizení nebo ztráty karty. Výše pojistného za každé pojistné období činí 3,99 % ze sjednané výše pravidelné měsíční úvěrové splátky dle úvěrové smlouvy, v rámci níž pojištěný přistoupil k pojištění v rozsahu souboru pojištění S.

Pojištění „S“ je rozšířené o ručitele.

12.2 Ručitel

Student má právo na ručitele. Ručitelem může být osoba s trvalým měsíčním příjmem, nemůže být na úřadu práce, v částečném invalidním, syrotčím a vdovském důchodě, bez zaměstnání a na mateřské dovolené. Ručitel se zaváže platit za studenta v případě jeho neschopnosti. Ručitel je plně zodpovědný za splácení úvěru. Pojištěním „S“ se chrání především sám ručitel. V případě zájmu studenta o ručitele, je zaveden do smlouvy a zároveň musí být u podpisu smlouvy. U ručitele se budou potřebovat doklady pro ověření bydliště a občanský průkaz. Ve webtelematice se uvede nová záložka a tou bude ručitel. Pro příklad jak bude vypadat nová celková žádost studenta o úvěr.

12.3 Kde žádat o úvěr

O úvěr žádá student ve všech prodejnách, kde je společnost CETELEM ČR, a.s. partnerem prodejce. Produkt bude zaveden do všech poboček zároveň. Prvním nákupem smí být jediné zboží z elektra, bazaru, nábytku, textilu, sportu. Nesmí být udělen úvěr na potraviny a drogerii.

12.4 Žádost klienta o úvěr:

Co všechno musí student uvádět při žádosti o úvěr. V tabulce uvedu všechny dotazy, které musí pracovník finančních služeb spracovat do databáze společnosti. Z údajů pak vyhodnotí pracovník společnosti schválení úvěru nebo jeho zamítnutí.

Tab. 29. Žádost klienta.

Typ úvěru(barem):		
Materiál:		
Cena zboží:	přímá platba:	výše úvěru:
Počet splátek:	odklad:	pojištění:
Výše splátky:	cena úvěru:	RPSN:
Financované zboží:	datum předání zboží:	
Oslovení:	Příjmení:	Jméno:
Rodné příjmení:	Rodné číslo:	
Občanský průkaz:	E.mail:	mobil klienta:
Trvalé bydliště:	PSČ:	
Město:	Od roku:	způsob bydlení:
Rodinný stav:	Počet vyživovaných dětí:	
Příjmení partnerky:	Jméno:	datum narození:
Školní zařízení:	Adresa školy:	PSČ:
Město:	ročník:	Zaměstnavatel:
Sektor:	profese:	Adresa:
PSČ:	město:	telefon:
Ručitel: ano/ne		
Příjmení:	Jméno:	datum narození:
Zaměstnavatel:	Sektor:	profese:
Adresa:	PSČ:	město:
telefon:	příjem:	
způsob splácení:složka/bank.převod	bank.účet: ano/ne	
číslo účtu:	kód banky:	účet od:
příjem klienta	příjem partnera:	výdaje:

Zdroj vlastní.

Klient musí mít doložený doklad o příjmu a ze školy potvrzené studium. Možnost ověřování u zaměstnavatele. Může nastat případ, kdy bude klient ženatý/vdaná, musíme udat i jeho partnera do smlouvy. Nebudeme ovšem chtít co místo pracoviště ani studia. Není pro nás důležitý z hlediska psaní žádosti, nepotřebujeme jeho podpis, nemusí být při sepisování žádosti. Do kolonky výdaje uvádí jen jiný spotřebitelský úvěr nebo studentskou půjčku.

12.5 Jak může student splácet?

Pro studenta jsou dvě formy splácení:

1.varianta je splacení úvěru do třech měsíců. Výše měsíčních splátek je jen v rukou studenta, jelikož nejsou přesně uvedeny, záleží jen na jeho finanční situaci. Důležité je, aby do prvního dne ve čtvrtém měsíci byla částka uhrazena. Pro studenta je výhodné doplatit, jelikož by měl úvěr bez navýšení. Je jen na studentovi jestli tuto variantu využije.

2.varianta je, že na prodejně zaplatí student 10% z ceny zboží a úvěr začne splácet až po uplynutí doby odkladu, což jsou tři měsíce. Úvěr není snížen o platbu, kterou by student zaplatil v rozmezí třech měsíců. Má přesně uvedeny měsíční splátky a ty musí dodržovat. Je možné zaplatit více splátek naráz. Samozřejmě ale zaplatí celkovou cenu úvěru, plus jeho navýšení a to i kdyby doplatil zbylých dvacetčtyři splátek například do dvou měsíců.

Klient má na výběr dvě formy splácení. První je klasicky složenkami a nebo převodem z bankovního účtu. Klient se na místě sepsání žádostí nedozví číslo účtu příjemce a ani nedostane složenky. Do 14 dnů po sepsání žádosti a po jejím pro financování dostane od společnosti CETELEM ČR, a.s. úvodní dopis ve kterém bude mít psané veškeré podrobnosti o úvěru, kdy má začít splácet, dopis bude obsahovat i všechny složenky a zároveň zde bude uvedeno číslo účtu příjemce.

12.6 Co musí nahlásit během splácení úvěru:

Změny v údajích (např. některé z následujících):

- trvalé bydliště
- zaměstnavatel
- telefonní číslo uvedené ve smlouvě

- změna jména nebo příjmení
- číslo občanského průkazu
- číslo bankovního účtu
- způsob platby

13 KARTA FULL OPTION STUDENT

Pro studenty existují jen dvě možnosti jak získat peněžní prostředky. První možnost je si peníze vydělat a to brigádami nebo druhá možnost si je půjčit od banky. Ta nabízí studentům kontokorent nebo úvěrovou kartu. Jak jsem už výše uvedl, máme v ČR tři společnosti které studentům poskytnou úvěrovou kartu. Společnost Cetelem by se mohla stát čtvrtou společností, která úvěrové karty nabídne. Karty by se studentům posílali po třech měsících jako odměnu za dobré splácení úvěru. Pracovní název karty jsem nazval Full option Student.

- Celkový úvěrový rámec 10 000 –50 000 Kč
- Měsíční úroková míra 1,48 % (ročně 17,76%)
- Splátka MINIMÁLNĚ 5% z dlužné částky revolvingových (KOMFORT) čerpání zaokrouhlených na celé desetitisíce, min.však 500 Kč
- Přímá platba od 0%
- do 3 týdnů klient obdrží kartu a PIN kód (MEZINÁRODNÍ) s veškerými informacemi o možnostech použití
- začátkem následujícího měsíce po nákupu klient obdrží první výpis z účtu se složenkou
- zhruba po 4 měsících proběhne automatické posouzení zvýšení celkového úvěrového rámce = optimalizace

Výhody pro prodejce:

- vrácení držitelů karet zpět do prodejen => jednoduché poskytnutí dalšího klasického úvěru, držitel karty nepotřebuje žádné další doklady (pouze kartu a občanský průkaz)
- produkt vede ke zvýšení aktivace karet, tedy i počtu klientů, které prodejce prostřednictvím výpisu z účtu může oslovit nabídkou

Výhody pro klienta:

- atraktivní a nový produkt na trhu = získání úvěrové karty zdarma
- vždy obdrží úvodní dopis
- klient má možnost doplatit své nákupy pořízené v jednom měsíci bezúročně, bude se počítat 50 dní
- prostřednictvím karty může klient získat úvěry s různými úrokovými mírami

- na všechny úvěry poskytnuté prostřednictvím karty dostává klient pouze jednu složenku + složenka na celkové doplacení
- díky výpisu z účtu má klient přehled i o klasických úvěrech
- lze ji použít k čerpání hotovosti i platbě za zboží v prodejnách

Cílem produktu je zejména:

- nabídnout nový, vysoce konkurenční produkt na českém trhu
- dosáhnout vyšší míry používání karet
- zatraktivnění karetního produktu pro prodejce, díky poskytování klasických úvěrů prostřednictvím karty a šíři promočních akcí

Hlavním cílem je otevírat všechny karty „s motorem full option student.“ Poté bude možné využívat všech výhod a parametrů a nastavovat promoční akce v závislosti na chování klienta.

13.1 Kde lze karty otevírat

a) v prodejnách Cetelem

- jednak prostřednictvím klasického úvěru
- přímé otevření karty s revolvingovým čerpáním

Příklad:

- klient žádá o klasický úvěr na nákup TV za 13 599 Kč
- v případě schválení je klientovi otevřena karta a klasický úvěr
- limit pro klasický úvěr bude 14 000 Kč (zaokrouhlení na 1 000 Kč směrem nahoru) a limit pro revolving bude 5 000 Kč (min. výše úvěrového rámce)
- celkový rámeček je tedy 19 000 Kč s tím, že 5 000 Kč má klient k dispozici na revolving

b) na oddělení osobních půjček

- přímé otevření karty s revolvingovým čerpáním

c) na internetu

- přímé otevření karty s revolvingovým čerpáním
- prostř. internetových stránek kartaaura.cz, trumfkarta.cz a stránek obchodních partnerů

d) alternativními kanály

- mohou to být katalogy, externí databáze a další formy spolupráce

13.2 Postup pro získání dalšího úvěru (s kartou)

Držitel karty může také získat prostř. karty klasické úvěry v prodejnách nebo osobní půjčky:

a) klasický úvěr

- na prodejně je možnost po předložení karty, sepsat žádost VAR (zrychlený typ úvěru) , stačí předložit kartu a občanský průkaz. Musí být dostatečný úvěrový rámec, zboží bude financované z karty

b) osobní půjčka

- na základě dnešních pravidel a postupů bude možné pořídit osobní půjčku k již vydané kartě:
 - karta musí být financovatelná a mít dostatečné DISPO
 - tisk smlouvy a podpis klienta nebude nutný
 - klient o schválené OP bude informován mailem nebo SMSkou

13.3 Možnosti použití nové karty

a) KOMFORT čerpání:

- bezhotovostní platby v prodejnách Aura nebo MasterCard (s bezúročným obdobím až 50 dnů)
- převod peněžních prostředků na bankovní účet nebo zaslání poštovní poukázky
- výběr hotovosti v bankomatech po celém světě
- dle typu karty také platby v síti prodejen MasterCard v ČR i v zahraničí

b) EXTRA nákupy v prodejnách Cetelem nebo získání osobní půjčky:

- prostřednictvím karty lze získat úvěry s odlišnou výší úrokové míry, délky splácení a vyšší měsíční splátky (např. 1/10, úvěry zdarma, úvěry s odkladem, atd.)
- dále lze získat bezúčelovou osobní půjčku Cetelem

13.4 Parametry nové karty

- min. výše rámce pro revolving je 5 000 Kč, max. výše je stanovena na 50 000 Kč
- měsíční splátka karty: je počítána jako 5 % z dlužné částky revolvingového čerpání (pro výpočet se dlužná částka zaokrouhluje na 10 000 Kč nahoru)
- úroková míra karty:
 - standardní úroková míra ve výši 21,36% (1,78% měsíčně), bude pro studenty zvýhodněna na 1,48%, záleží ovšem také na konkrétním typu karty a baremu
- poplatky odpovídají současnému stavu na základě jednotlivých typů karet
- karta bude mít funkcionalitu konec měsíce (rozsah záleží na typu karty)

Parametry klasického úvěru

- prvotní výše limitu pro klasické úvěry je odvozena od výše prvního čerpání
- výše jednoho úvěru je stanovena:
 - v případě 1. čerpání nad 50 000 Kč
 - výše dalšího čerpání je omezeno vyšší disponibilní částky
- jsou definovány jako nový produkt v počítačích a webtelematice ho najdeme pod zkratkou VAS
- způsob splácení je určen dle nastavení karty
- hlavní typy úvěrů spojené s kartou: je možné otevřít všechny typy klasických úvěrů (klient vždy obdrží úvodní dopis bez složenek)
- maximální počet aktivních klasických úvěrů není omezen (tzn. že může mít otevřených více úvěrů zároveň).

Parametry osobní půjčky

- jedná se o bezúčelovou „malou osobní půjčku“ s výši cca 5 000 Kč– 30 000 Kč
- způsob splácení je určen dle nastavení karty
- maximální počet následných čerpání OP není stanoven

Přehled limitů

Klientovi je přidělen 1 limit (DMA), v rámci kterého jsou k dispozici 2 úvěrové a nezávislé limity – pro revolving a další úvěry (VAS a OP). Klient vždy bude mít k dispozici 2 limity, nenastane situace, kdy např. DMA = limit pro revolving.

Parametry kontraktu:

- max. výše celkového limitu DMA je 100 000 Kč
- DMA = limit pro revolving (DU) + limit pro klasické úvěry a OP

a) limity při otevření karty = v závislosti na původu karty budou stanoveny přísl. limity:

Tab.30.Limity pro otevření karty.

	prodejny/karta	prodejny/VAS	OP a web	konverze
Revolving (DU)	dle výše čerpání (až 50 000 Kč)	5 000 Kč (dle vyhodnocení i více)	dle výše čerpání (až 50 000 Kč)	dle současné výše (dle vyhodnocení i více
Klasický úvěr nebo OP	5 000 Kč (dle vyhodnocení i více)	dle výše čerpání (až 50 000 Kč)	5 000 Kč (dle vyhodnocení i více)	20 000 Kč (dle vyhodnocení i více)

Zdroj vlastní.

b) optimalizace pro 4 měsících

- na základě pravidel proběhne optimalizace limitů po 4 měsících = úvěrový rámec DU a limit pro pro VAS či OP lze zvýšit na částku 20 000 Kč = min. výše DMA bude 40 000 Kč
- optimalizace proběhne pouze v případech, kdy limit pro revolving a VAS či OP je < 20 000 Kč

c) automatické či manuální zvyšování rámců

- pro manuální zvyšování rámců budou existovat upravená pravidla (na základě klientovi žádosti je zvýšen přísl. limit)

13.5 Přehled disponibilních částek

Celková disponibilní částka se skládá z DISPO pro revolving a DISPO pro klasické úvěry nebo také:

- Globální DISPO = DMA – globální TODU
- DISPO pro revolving = DU – TODU pro revolving
- DISPO pro klasické úvěry a OP = DMA – DU – TODU klas. úvěrů či OP

Limity pro revolving a klasické úvěry jsou řízeny separátně, tzn. není možné použít DISPO pro revolving na klasický úvěr.

Tab.31.Limity pro revolving.

	Rámec	TODU	DISPO
Revolving (DU)	30 000 Kč	16 820 Kč	13 180 Kč
Klasický úvěr nebo OP	20 000 Kč	10 500 Kč	9 500 Kč
Celkový úvěrový rámec (DMA)	50 000 Kč	27 320 Kč	22 680 Kč

Zdroj vlastní.

13.6 Podmínky splácení

- splatnost měsíční splátky karty i klasického úvěru je vždy 10. den v měsíci
- předpis splátky revolvingu a klasického úvěru probíhá standardním způsobem, a to separátně na jednotlivých účtech - klient ovšem na složenke vidí pouze jednu souhrnnou měsíční splátku
- klasické úvěry nebo osobní půjčky jsou spláceny na základě dohodnutých měsíčních splátek a délce splácení v okamžiku nákupu (např. 10 x 999 Kč), počet měsíčních splátek odpovídá počtu otevřených klasických úvěrů či OP
- splátky klasických úvěrů či OP jsou automaticky hrazeny prostř. revolvingu
- revolvingová čerpání mohou být hrazena:
 - jednorázově – klient využívá konec měsíce (na základě typu karty)
 - nebo v pravidelných měsíčních splátkách ve výši 5% z dlužné částky revolvingového čerpání (výpočet probíhá posl. pracovní den v kalendářním měsíci, tj. před výpočtem úroků - min. výše splátky je 500 Kč, pro výpočet je TODU zaokrouhloeno na 10 000 Kč směrem nahoru)

Tab.32.Revolvingová čerpání.

TODU revolving v Kč	Výše splátky v Kč
0 – 10 000	500
10 001 – 20 000	1 000
20 001 – 30 000	1 500
30 001 – 40 000	2 000
40 001 – 50 000	2 500

Zdroj vlastní.

13.6.1 Výpis z účtu

- pokud byl na účtu zaznamenán pohyb, obdrží klient jednou měsíčně výpis z účtu: speciální formulář pro novou kartu s informacemi o účtu, informace o revolvingovém použití a klasických úvěrech či OP
- součástí výpisu je také složenka s předepsanou splátkou k úhradě

13.6.2 Úhrada splátek

V rámci FO karty jsou klasické úvěry (nebo OP) řízeny separátně prostř. jednotlivých úvěrových účtů. Veškeré platby jsou prováděny přes revolvingový účet, tj. s variabilním symbolem uvedeným na složence. Jednotlivé úvěrové účty klasických úvěrů či OP jsou automaticky hrazeny - přísl. splátky jsou transferovány na revolvingový účet (do dlužné částky). Klient poukazuje platby pod variabilním symbolem uvedeným na složence (VS revolvingu). Klasický úvěr či osobní půjčku lze předčasně splatit .

Postup pro připsání úhrady:

1. úhrada podúčtů (vysvětleno níže) na revolvingu je realizována od nejméně úročeného
2. úhrada klasických úvěrů či OP probíhá nezávisle na obdržené úhradě
3. na konci měsíce je vypočtena min. měsíční splátka skládající se z pravidelné splátky revolvingu, splátky klasických úvěrů (či OP)

Vznikne-li na kartě přeplatek, pracovník služeb klientů zjistí, zda na nějakém jiném ÚP nechybí splátka a poté se s klientem domluví na vrácení přeplatku nebo převodu na jiný ÚP (klient zamýšlel předčasně jej uhradit).

Shrnutí možných variant, které mohou nastat:

1. klient uhradí předepsanou měsíční splátku: provede se úhrada revolvingu a automaticky úhrada ÚP klasického úvěru či OP
2. klient uhradí nižší splátku než předepsanou: provede se částečná úhrada revolvingu a automaticky úhrada ÚP klasického úvěru či OP
3. klient uhradí vyšší splátku než předepsanou: provede se úhrada revolvingu a automaticky úhrada ÚP klasického úvěru či OP, další částka uhradí revolvingové podúčty od nejnižší úrokové míry
4. klient neuhradí žádnou splátku: provede se automaticky úhrada ÚP klasického úvěru či OP, na revolvingu vzniká prodlení

13.6.3 Vymáhání

Proces vymáhání bude obdobný jako doposud – úvěrové účty revolvingu a klasických úvěrů či OP jsou řízeny samostatně ale měsíční splátky VAS nebo OP jsou hrazeny automaticky prostřednictvím revolvingu. Znamená to, že veškerá komunikace s klientem bude vedena na základě prodlení revolvingu, jiná ÚP nemohou být nikdy v prodlení. Poplatek za zpoždění je počítán z celkové měsíční splátky (zahrnuje splátku revolvingu a částku klasických úvěrů či OP).

upomínky a vstup do vymáhání:

- první upomínka je řešena hláškou na výpise, jako u klasických karet
- druhý upomínací dopis odejde vždy 15. dne v měsíci

13.7 Plánované promoční akce pro nové karty Full Option Student

1. pro karty - „odpočínáte si od poplatku“

- první rok bez poplatku za vedení karty (pokud bude z karty vyčerpáno během roku více než 30 000 Kč, nebude účtován poplatek za vedení karty v příštím roce)

2. pro klienty se smlouvou - „akční bonus 500 Kč“

- pokud klient zašle smlouvu, bude mu připsán na úvěrový účet bonus ve výši 500 Kč

3. pro klienty bez smlouvy - „akční bonus“

- po dobu 6 měsíců od otevření karty poplatek za výpis 0 Kč

13.8 Další oblasti, kterých se karta dotýká

a) pojištění:

- platí sazby pojištění (1,99% nebo 3,99%)

b) poplatky:

v rámci promočních transakcí mohou být účtovány poplatky v rozdílné výši

0,-Kč úrok za Vaše bezhotovostní nákupy, pokud využijete bezúročné období až 50dní, tj pokud své nákupy splatíte do 20. dne následujícího měsíce.

36,- Kč poplatek za výpis z úvěrového účtu.

0,-Kč poplatek za Vaše EXTRA POUŽITÍ, za platby v prodejních místech a za převod peněžních prostředků na Váš bankovní účet.

Pokud kartu nepoužíváte nebo ji zrovna nesplácíte, neplynou pro Vás žádné závazky a karta Vás nic nestojí.

14 POJIŠTĚNÍ

Pojištění je automatickou částí pro splácení úvěru studenty a zároveň i karty. V první řadě se tím chrání student, ale hlavně i společnost CETELEM ČR, a.s. , jelikož pro případ kdy by nemohl být úvěr hrazen studentem, přebírá za něj odpovědnost ručitel, ale ten se může dostat do situace kdy ani on nebude schopen splácet úvěr. V tomto případě pak přichází na řadu splácení prostřednictvím pojišťovny. Společnost CETELEM ČR, a.s. má smlouvu s pojišťovnou CARDIF PRO VITA, a.s.

14.1 Pojištění schopnosti splácet úvěrové splátky a pojištění zneužití úvěrové karty

Informace vychází z rámcových pojistných smluv mezi CETELEM ČR, a.s. – pojistníkem a POJIŠŤOVNOU CARDIF PRO VITA, a.s. – pojistitelem (dále jen „smlouvy“), ze Všeobecných pojistných podmínek pojistitele a ze zákona č.37/2004 Sb. o pojistné smlouvě. Pojištěny jsou osoby, které vyjádří souhlas s příslušnou pojistnou smlouvou, s tím, že pojistitel je oprávněn požadovat údaje o jeho zdravotním stavu za účelem šetření pojistných událostí dle odst. 1 § 50 zákona o pojistné smlouvě a splní podmínky pro přijetí k pojištění. Počátek pojištění je v 00:00 hod. dne, kdy pojištěný počal čerpat revolvingový úvěr prostřednictvím úvěrové karty nebo v 00:00 hod. dne podpisu žádosti o klasický úvěr nebo přihlášky k pojištění. Pojistné plnění je uhrazeno přímo CETELEM ČR, a.s., jako oprávněné, příp. obmyšlené osobě, na úhradu závazku (či jeho části) pojištěného z úvěrové smlouvy.

14.2 Plnění v případě úmrtí nebo plné invalidity pojištěného

Plnění bude použito na úhradu nesplacených splátek se splatností po datu úmrtí pojištěného, resp. po datu vzniku plné invalidity (nikoliv částečné) pojištěného. Plněním v případě úmrtí nebo plné invalidity pojištění zaniká.

14.3 Plnění v případě neschopnosti pojištěného platit a zároveň pracovní neschopnosti ručitele

Nárok na pojistné plnění vznikne, trvá-li neschopnost jak pojištěného tak ručitele nepřetržitě minimálně 60 po sobě jdoucích kalendářních dnů a pojištěný splnil ostatní podmínky vzniku nároku. Plnění se rovná splátkám splatným v době trvání neschopnosti, počínaje splátkou splatnou v pojistném období, v němž bude pojištěný i ručitel 60. den v neschopnosti. Plněním pojištění nezaniká.

14.3 Plnění v případě ztráty zaměstnání ručitele a neschopnosti pojištěného platit

Nárok na pojistné plnění vznikne, nastala-li nezaměstnanost po uplynutí čekací doby ručitele a trvá-li nepřetržitě alespoň 60 po sobě jdoucích kalendářních dnů a pojištěný splnil ostatní podmínky vzniku nároku. Čekací doba je 90 po sobě jdoucích kalendářních dnů od počátku pojištění, v němž ztráta zaměstnání ani trvání nezaměstnanosti nejsou považovány za pojistnou událost a nevzniká nárok na plnění. Plnění se rovná splátkám splatným v době trvání nezaměstnanosti, počínaje splátkou splatnou v pojistném období, v němž pojištěný bude 60. den nezaměstnaný. Plněním pojištění nezaniká. U každého pojištěného může plnění z jedné pojistné události z důvodu ztráty zaměstnání činit maximálně 12 splátek. V případě, že pojistitel vyplatil plnění z jedné či více pojistných událostí způsobených ztrátou zaměstnání v celkovém rozsahu 12ti splátek, vznikne pojištěnému další nárok po uplynutí 12ti měsíců ode dne vyplacení 12. splátky pojistitelem jako plnění.

14.4 Plnění v případě zneužití úvěrové karty v důsledku jejího odcizení nebo ztráty

Nárok na plnění vznikne, došlo-li ke zneužití karty v době maximálně 48 hodin před telefonickým nahlášením ztráty/odcizení karty a jejím zablokováním. Pojistné plnění bude poskytnuto maximálně 3krát v jednom kalendářním roce, nejvýše však ve výši 10 000 Kč za jednu zneužitou kartu a kalendářní rok.

14.5 Oznámení pojistné události

Pojistnou událost oznámí pojištěný pojistiteli, obratem obdrží formulář, který vyplněný a s požadovanými doklady zašle pojistiteli, s nímž dále jedná o pojistné události. Pojistitel může požadovat i jiné doklady, přezkoumávat skutečnosti či žádat pojištěného podrobit se lékařské prohlídce a dalším šetřením pro zjištění povinnosti plnit. Dozví-li se pojistitel po pojistné události, že její příčinou je skutečnost, kterou pro vědomě nepravdivé či neúplné odpovědi nemohl zjistit při sjednávání pojištění, a která je pro jeho uzavření podstatná, může plnění odmítnout.

14.6 Definice všech soukromých pojištění

S) Rozšířený soubor pojištění „S“, který zahrnuje tyto typy pojištění: Pojištění pro případ úmrtí, plné invalidity, pracovní neschopnosti ručitele, ztráty zaměstnání ručitele, příp. zneužití úvěrové karty v případě odcizení nebo ztráty karty. Výše pojistného za každé pojistné období činí 3,99 % ze sjednané výše pravidelné měsíční úvěrové splátky dle

úvěrové smlouvy, v rámci níž pojištěný přistoupil k pojištění v rozsahu souboru pojištění S.

D) Pojištění D, které zahrnuje tento typ pojištění: Pojištění pro případ zneužití úvěrové karty v případě odcizení nebo ztráty karty, pojištění pro případ úmrtí a plné invalidity. Výše pojistného za každé pojistné období činí 1,99 % z pravidelné měsíční splátky úvěru dle úvěrové smlouvy, v rámci níž pojištěný přistoupil k pojištění v rozsahu pojištění D.

Výše uvedená pojištění jsou pojištěními obnosovými kromě pojištění pro případ ztráty zaměstnání a pojištění pro případ zneužití úvěrové karty, která jsou pojištěními škodovými, kryjí finanční závazek pojištěného vůči pojistníkovi vyplývající z úvěrové smlouvy, v rámci níž klient pojistníka (dále jen „pojištěný“) vyslovením souhlasu s aktuálně platnou Rámcovou smlouvou (včetně Všeobecných pojistných podmínek, které tvoří její přílohu) přistupuje k pojištění, a to v rozsahu souboru pojištění S nebo v rozsahu souboru pojištění D.

14.7 Rámcová pojistná smlouva

Rámcová pojistná smlouva byla uzavřena mezi CETELEM ČR, a.s., jako pojistníkem, a POJIŠŤOVNOU CARDIF PRO VITA, a.s., jako pojistitelem, nabyla platnosti dnem jejího podpisu oběma smluvními stranami 3. 1. 2006, účinnosti 3. 1. 2006 a je platná do 31. 12. 2006. Rámcová pojistná smlouva byla uzavřena mezi CETELEM ČR, a.s., jako pojistníkem a POJIŠŤOVNOU CARDIF PRO VITA, a.s., jako pojistitelem, nabyla platnosti dnem jejího podpisu oběma smluvními stranami 30. 9. 2006, účinnosti 1. 10. 2006 a je platná do 31. 12. 2006. Pokud pojistitel nebo pojistník

neoznámí písemně na dohodnutou nebo poslední známou adresu druhé strany ve lhůtě dvou měsíců před uplynutím každého kalendářního roku druhé straně,

že netrvá na prodloužení Rámcové smlouvy, je automaticky Rámcová smlouva prodloužena o jeden kalendářní rok. Ukončením platnosti Rámcové smlouvy

nezanikají práva a povinnosti pojistitele a pojistníka z pojištění osob již pojištěných dle Rámcové smlouvy a trvají až do doby sjednaného zániku pojištění v

souladu s Rámcovou smlouvou. Ukončení či zánik jednotlivého či jednotlivých pojištění vzniklých na základě Rámcové smlouvy, nemá vliv na platnost

Rámcové smlouvy, jakož i na platnost ostatních pojištění vzniklých na základě Rámcové smlouvy.

14.8 Způsoby a doba placení pojistného

Pojistné je hrazeno pojistníkem formou bankovního převodu pojistiteli za všechny pojištěné, a to vždy k 18. dni kalendářního měsíce následujícího po měsíci, za které je pojistné hrazeno.

15 ZAVÁDĚCÍ KAMPAŇ

Na první schůzku se pravidelně chodí za klientem s návrhem zaváděcí kampaně. I pro můj případ jsem se rozhodl pro zařazení zaváděcí kampaně. S touto částí bych zašel za společností CETELEM ČR, a.s. a pomocí zaváděcí kampaně bych se snažil stručně představit produkt spotřebitelský úvěr pro studenty.

Jak by měla taková kampaň vypadat? Stručný obsah:

1. Úvod , představení produktu
2. Zadání
3. Analýza stávajícího stavu, výsledek průzkumu
4. Čeho chceme dosáhnout? Definování cílů
5. Koho chceme oslovit? Cílová skupina.
6. Jak? Formy komunikace, taktika
7. Kde? Komunikační trasy
8. Kdy? Timing
9. Za kolik? Reklamní budget

15.1 Úvod, představení produktu

SPOTŘEBITELSKÝ ÚVĚR, který umožňuje nákup zboží na splátky pro studenty, studující na vysoké škole, vyšší odborné škole nebo na střední škole, po dosažení věku 18 let.

Zákazník zaplatí 10 % z ceny zboží ihned a následně splácí 20 měsíčních splátek ve výši 1/20 z ceny. Odklad splácení na dobu tří měsíců, do kterých může úvěr doplatit.

15.2 Zadání

Naším úkolem je zavedení nového produktu “spotřebitel-ský úvěr“ na trh pro cílovou skupinu „student“

15.3 Analýza stávajícího stavu, výsledek průzkumu

úvěr využívá malá skupina studentů

úvěr využije student max. jednou do roka

student nenakupuje z těchto důvodů:

- získá vše od rodičů
- nakupuje hotově
- má obavu ze splácení
- nemá vlastní příjem

informace o splátkovém prodeji má pouze pětina dotázaných – ostatní se o produkt nezajímají

student preferuje splácení bez navýšení

student preferuje „jistotu“ před riskem

společnost Cetelem zná více než polovina studentů

student si troufá sebe a svoji rodinu ochránit před

riziky z případného nesplácení úvěru

15.4 Čeho chceme dosáhnout? Definování cílů

Definování cílů - B2C

- Zavést produkt úvěr, karta Cetelem na trh
- Zvýšit počet zájemců o úvěr Cetelem
- Zvýšit počet bezhotovostních nákupů
- Zvýšit počet uživatelů platebních karet

Za dodržení podmínek vyplývajících z průzkumu:

- odbourat obavu ze splácení
- studentské úvěry budou počítat i s alternativou splátek bez navýšení

- produkt musí působit nerizikově
- mladá, svěží forma komunikace, důvěryhodné oslovení cílové skupiny „student“
- důraz na nezávislost studenta na rodičích

definování cílů B2B:

Kategorie prodejce

- rozšířit povědomí o značce
- seznámit zákazníky s produktem a jeho výhodami
- zvýšit prodej
- zvýšit počet zájemců o úvěr Cetelem a kartu
- vyšší počet bezhotovostních nákupů
- více uživatelů platebních karet

Kategorie zaměstnavatel brigádníků, zprostředkovatelé na trhu práce

- nabídnout studentovi možnost příjmu

15.5 Koho chceme oslovit? Cílová skupina.

B2C:

Produkt: Spotřebitelský úvěr, karta pro studenty

Student

věk:

- spodní hranice 18 let
- horní hranice limitována potvrzením o studiu

B2B:

Produkt: Spotřebitelský úvěr, karta pro studenty

Prodejce zboží, služeb využívaných zejména studenty

Zaměstnavatel studentů – brigádníků

Agentura na zprostředkování práce

15.6 Jak? Formy komunikace, taktika

B2C:

Hlavní téma - fakta:

- nízká měsíční splátka, která nezatíží rozpočet klienta
- jednoduchý, dobře zapamatovatelný produkt
- novinka na trhu
- atraktivní, nový produkt na trhu, získání úvěrové karty zdarma
- student má možnost doplatit své nákupy pořízené v jednom měsíci bezúročně, bude se počítat 50 dní
- prostřednictvím karty může klient získat úvěry s různými úrokovými mírami
- administrativně velmi jednoduchý produkt, nezatíží studenta a poskytne mu dokonalý přehled o čerpaných úvěrech
- jednoduchý systém splátek, nezatíží studenta
- lze ji použít k čerpání hotovosti i platbě za zboží v prodejnách

Emocionální dopad sdělení:

- měj své peníze vždy sebou
- měj u sebe peníze na to, co právě potřebuješ
- staň se nezávislým
- jde to lehce a jednoduše

B2B:

Hlavní téma - fakta:

- atraktivní a nový produkt na trhu

- administrativně velmi jednoduchý produkt
- zvýšení obrátu prodeje
- držitelů karty se vrací zpět do prodejen

15.7 Kde? Komunikační trasy

B2C:

Klientské noviny

nabídkové katalogy oděvních značek, prodejců elektroniky, mobilních telefonů, informačních technologií... Umístění sdělení Cetelem pro čtenáře: Že na to nemáte? Ale máte...!

Tiskové konference

za účelem oslovit dospělou populaci – legitimizovat produkt určený studentům – tj. lidem bez stálého příjmu, vytvořit mu dobrou půdu, podporu a pochopení ze strany rodičů, škol, obchodních partnerů, veřejnosti

Spolupráce se školami

prezentace studentských produktů v rámci výuky předmětů jako je ekonomika, marketing apod.

Spolupráce s pracovními agenturami

hlavní idea – půjčíme vám a zároveň vám pomůžeme najít práci%zdroj příjmů pro snadnou úhradu splátek, vydělané peníze posílá ag. přímo na úvěr

Spolupráce s IT firmami

podpora zájmu o produkty PC, notebooky, internetové připojení, které si student může pořídit na splátky

B2B:

Tab.33.Komunikační trasy.

	Cílová skupina B2C			B2B
	kanál	Lokalita ČR	nástroj	nástroj
TV	Národní TV	Zejména hudební pořady a pořady pro mladé	Spotová kampaň	
Out door	Billboardové plochy City light	Pouze velká (univerzitní) města	plakáty	
Vozy MHD	MHD metro	Uvnitř vozů	letáky	
Internet	Seznam, Atlas, Volný		rekl. bannery	
Tisk	„dívčí a chlapecké“ časopisy		Informační inzerce	
PR	Tiskové konference		Představení produktu	
Osobní kontakt	Prodejní místa, kde je úvěr možné zřídit a využívat		Osobní kontakt 1:1	Osobní kontakt Cetelem : prodejce

Zdroj vlastní.

15.8 Kdy? Timing

Produkt je na trh umístěn okamžitě po schválení zástupci společnosti CETELEM ČR, a.s. V rámci práce počítám se začátkem nejdříve na měsíc únor. Důvodem jsou Vánoce a snížení cen, které se ve vánočním období objevují.

Tab. 34. Timing.

	Cílová skupina B2C		
	kanál	objem	Start 2006
Rádia	E2, vybrané stanice sítě MMS	250 x 25s, 150 x 10s	15.02.
TV	NOVA	105 x 25s, 50 x 10s	20.02.
	PRIMA, ČT1	85 x 25s, 50 x 10s	20.02.
Internet	Seznam, Atlas, Volný	Bannerová kampaň	20.02.
PR	Tiskové konference pro národní periodika a média		20.-
			25.02.
Out door	Billboard	800 panelů, papír	1.03.
	City light	1 000 city light panelů	1.03.
Vozy MHD	MHD	6 000 ks letáků	1.03.
	metro	1 000 ks	1.03.
Tisk	„dívčí a chlapecké“ časopisy	Všechna vydání 02/07	
		Měsíčníky: 1x trojfázová inzerce	1.03 1.03.
		Týdeníky: 4x	
Prezentace produktu	V souvisejících předmětech přímo ve školách	1 x vybrané školy	2/07

Zdroj vlastní.

ZÁVĚR

Z dotazníků jsme zjistili, že 90% mladých studentů by preferovalo úvěr pro studenty. Je důležité po společnost CETELEM ČR, a.s., že o nový produkt by byl mezi studenty zájem. Zároveň by se jednalo o novinku na českém trhu, CETELEM ČR, a.s. by se stal první společností, která by spotřebitelský úvěr pro studenty nabízela. Firma je na českém trhu od roku 1997 a každým rokem posiluje stále víc svoji pozici, postupem času se z ní v tomto roce stala druhá nejúspěšnější společnost poskytující prodej na splátky. Na prvním místě se stále drží GE Money Bank, ale CETELEM ČR, a.s. získává stále víc na popularitě. Úvěrem pro studenty by oslovila segment do této doby neprobádaný, ale velmi početně zastoupený.

Lidé by namítali proč úvěr pro studenty? Jak to budou splácet? Není velké riziko pro firmu, že by se jim peníze jim zapůjčené nevrátili? Ano riziko to je, ale co v dnešní době rizikem není? Jak pozná firma člověka pracujícího a splácejícího? Samozřejmě existuje registr neplatičů, ale ten nám odhalí jen jestli splácel předešlé závazky. Naopak nám neodhalí, jestli bude člověk platit, když ještě žádný úvěr ani půjčku nikdy neměl. Zástupci společnosti si v mnoha případech volají do zaměstnání a ověřují, zda tam skutečně pracuje a jaký má příjem. Ale jak poznáme, že volají přímo do jeho zaměstnání? Pevnou linku si mohl vymyslet na svého kamaráda, který mu to potvrdí. Je mnoho způsobů jak se dá lehce obejít splácení a systém schvalování žádostí. Proto si myslím, že u studentů to bude podobné. Nemáme tady záruky toho že budou splácet, od toho tady jsou ale ručitelé a zároveň je pro studenty velký strašák nesplácení. Z dotazníků nám vyšlo, že preferují jistotu před riskem.

Úvěrový rámec je nastavený od 3000 do 20 000 hlavně z toho důvodu, že měsíční splátka je 5% z celkové ceny úvěru. Když to propočítáme, znamená to že student by platil měsíčně maximálně 1 000 Kč. Myslím si, že je to v možnostech studenta, který si přivydělává při studiu brigádami. Nad částku 10 000 Kč se bude dávat studentovi automaticky pojištění typu „S“, to znamená, že bude potřeba u podpisu ručitele.

Úvěrová karta bude studentovi automaticky poslána do místa bydliště. Studenti v dnešní době používají úvěrové karty, které nabízí Česká spořitelna a Komerční banka. CETELEM ČR, a.s. by se k nim zařadil a obohatil by tak svoji nabídku. Karta má pro studenty řadu výhod. Nejdůležitější je úrok, který zde činí 1,48 %. Byl by nejnižší mezi poskytovateli úvěrových karet a zároveň i velmi výhodný pro společnost, jelikož by přilákala dostatečné

množství studentů. Vezměte si kolik věcí potřebuje dnes student vysoké školy, počínaje nakoupením studijních pomůcek, konče stravováním a oblečením. Ke všem nákupům může používat kartu a hlavně může si na začátku školního roku obstarat všechny školní pomůcky. K tomu má 50 dnů do kterých může vyčerpanou částku uhradit a nepřeplatí ani korunu. Jsou to výhody na které student slyší.

V poslední části jsem navrhl zaváděcí kampaň. Jak bych vystupoval před společností CETELEM ČR, a.s. , jak bych je oslovil a čím bych na ně zapůsobil. Kampaň by začala nejdříve v měsíci únoru. Druhou fází bych pak začal v měsíci březnu, jelikož v tuto dobu přichází na trh množství výprodejů a slev.

Pro společnost se naskýtá velká šance na proniknutí do zatím nevyužitého segmentu, zároveň však velmi riskantního. Je na zástupcích společnosti jestli se touto variantou budou zabývat nebo ji smetou ze stolu. V mládí je však budoucnost.

RESUMÉ

In der Schulle hatten wir vier Monate Praktikum in der Firma. Ich hatte mein Praktikum bei der Firma CETELEM absolviert. Die Firma CETELEM ist eine Finanzinstitution, die auf dem tschechischen Markt seit Jahre 1997 ist.

Ich bekam von der Firma Cetelem die Aufgabe. Ich muss etwas Neues auf den tschechischen Mark bringen. Meine Idee ist ein neuen Kredit für Verbraucher. Aber nicht für die Leute, die arbeiten und regelmässiges Einkommen haben. Ich möchte einen Kredit für Studenten vorschlagen. Ich weiss, dass die Studenten kein Einkommen haben, aber sie können Ferienjobs haben. Die Höhe den Kredit ist von 3 000 bis 20 000 Kronen. Sie müssen zuerst zehn Prozent von dem Preise der Ware bezahlen. Die Erste monatliche Einzahlung zahlen sie erst in drei Monaten. Sie haben die Möglichkeit, nach drei Monaten den Kredit zubezahlen. Und dann haben Sie den Kredit ohne die Preisanhebung. Ich meine, dass es für Studenten sehr wichtig ist. Dieser Kredit ist nur für die Studenten die irgendeine Form des Jobs haben. Wenn Sie den Kredit nicht nach drei Monaten bezahlen, zahlen sie dann vierundzwanzig Anzahlungen je fünf Prozenten. Das bedeutet, dass sie haben zwanzig Prozent Preisanhebung.

Ich habe die Marketingumfrage unter Studenten gemacht und die Ergebnisse war für mich sehr wichtig. 90 % der Studenten sind daran interessiert. Sie haben nur Angst vor der Zahlung. Fünfzig Prozent von ihned haben Geld von ihren Eltern und die meistens Studenten haben Jugendbrigaden.

Auf dem tschechischen Mark gibt es nur drei Firmen, die für Studenten die Kreditkarte haben. Ich habe auch für Studenten die Kreditkarte. Sie können mit Kreditkarte viele Sachen kaufen. Der Zins ist 1,48 Prozent. Und für die Studenten ist wichtig, dass sie auf der Karte eine Summe von 40 000 Kronen haben. Sie können mit diesel Kreditkarte zahlen.

Ich meine, dass diese Produkte für die Firma Cetelem sehr interessant sind. Dieses Produkt bedeutet eine neue Gelegenheit für diese Firma. Die Studenten sind eine grosse Zielgruppe und ich meine, dass nicht nur für Studenten sondern auch für die Firma Cetelem vorteilhaft ist.

SEZNAM POUŽITÉ LITERATURY

- [1] VYSEKALOVÁ, Jitka, MIKEŠ, Jiří. *Reklama: jak dělat reklamu*. Praha: Grada, 2003. 121 s. ISBN 80-247-0557-5.
- [2] GERARD, J. Tellis; [z amerického originálu přeložila Lidmila Janečková ... [et al.]]. *Reklama a podpora prodeje*. 1.vyd. Praha: Grada, 2000. 602 s. ISBN 80-7169-997-7.
- [3] DOMBROVSKÁ, Petra. *Reklama z hlediska soukromého a veřejného práva*. Olomouc: Univerzita Palackého. Právnická fakulta, 2006. 97 s.
- [4] HECZKOVÁ, Miroslava. *Marketing: distanční studijní opora*. 1.vyd., karviná: Slezská univerzita v Opavě, Obch. podnik. fak. v Karviné, 2004. ISBN 80-716-9997-7
- [5] SYNEK, Miloslav a kolektiv. *Manažerská ekonomika*. 3. přeprac. a aktual. vyd. Praha: Grada Publishing, 2003. 466 s. ISBN 80-2470-515-X
- [6] BOUČKOVÁ, Jana. *Marketing*. 1. vyd. Praha: C.H. Beck, 2003. 432 s. ISBN 80-7179-577-1 (brož.)
- [7] Kolektiv: *Základy marketingu*. Praha, VŠE 1999, ISBN 80-7079-527-1.
- [8] KOTLER, Philip. *10 smrtelných marketingových hříchů: jak je rozpoznat a nespáchat*. 1. vyd. Praha : Grada, 2005. 139 s. ISBN 80-247-0969-4.
- [9] KOTLER, Philip. *Marketing Management*. 1.vyd. Praha : Grada Publishing, 2001. 719 s. ISBN 80-247-0016-6 (váz.).
- [10] KÁPL, Martin, TEPPER, Tomáš. *Peníze a Vy*. 1.vyd. Praha: Prospektrum, 1993. 336 s. ISBN 80-85431-19-X.
- [11] ČLFA: *Česká leasingová a finanční asociace* [online]. [cit. 2006-11-15]. Dostupný z WWW: www.clfa.cz
- [12] MALÝ, V. *Marketingový výzkum: teorie a praxe*. Vyd. 1. Praha: Oeconomica, 2004. 181 s. ISBN 80-245-0761-7 (brož.).
- [13] MEFFERT, M. *Marketing Management*, 1.vyd. Praha: Grada Publishing, 1996. 552 s. ISBN 80-7169-329-4 (váz.).
- [14] CETELEM ČR, a.s.. *Interní dokumentace*. [cit. 2006-11-15].

- [15] CETELEM ČR, a.s.. [online]. *Internetové stránky společnosti*. [cit. 2006-11-15]. Dostupné z WWW: [≤www.cetelem.cz≥](http://www.cetelem.cz)
- [16] SYROVÝ, Petr.,NOVOTNÝ, Martin. *Osobní a rodinné finance*. Vyd. 1. Praha: Grada Publishing, 2003. 172 s. ISBN 80-247-0478-1.
- [17] SVĚTLÍK, J. *Marketing-Cesta k trhu*. Plzeň: Vydavatelství a nakladatelství Aleš Čeněk, 2005. 340 s. ISBN 80-86898-48-2 (brož.).
- [18] Ministerstvo financí ČR [online]. *Zákon o pojišťovnictví*. [cit. 2006-11-15]. Dostupné z WWW: [≤www.mfcr.cz≥](http://www.mfcr.cz)
- [19] GE MONEY BANK [online]. *Splátkový prodej*. [cit. 2006-11-15]. Dostupné z WWW: [≤www.gemoney.cz≥](http://www.gemoney.cz)
- [20] Komerční banka [online]. *Studentský úvěr*. [cit. 2006-11-15]. Dostupné z WWW: [≤www.kb.cz≥](http://www.kb.cz)
- [21] Česká spořitelna [online]. *Studentský úvěr*. [cit. 2006-11-15]. Dostupné z WWW: [≤www.csas.cz≥](http://www.csas.cz)
- [22] Sparkasse Mühlviertel-West banka a.s. [online]. *Studentský úvěr*. [cit. 2006-11-15]. Dostupné z WWW: [≤http://www.oberbank.cz/bw/start.htm ≥](http://www.oberbank.cz/bw/start.htm)

SEZNAM POUŽITÝCH SYMBOLŮ A ZKRATEK

VAS	Klasický úvěr se studentskou kartou
OP	Osobní půjčky
ÚP	Úvěrové případy
DISPO	Disponibilní částka
DMA	Úvěrový rámec
DU	Revolving
TOD	Zaokrouhlený úvěrový rámec.
FMRB	Bezúročné období
WEBTELEMATIKA	Program v němž jsou spracovány žádosti

SEZNAM OBRÁZKŮ

<i>Obr.1. Úvěr 10x10%</i>	37
<i>Obr.2. Klasický úvěr</i>	38
<i>Obr.3. Úvěr 10 a půl</i>	39
<i>Obr.4. Pohlaví</i>	45
<i>Obr.5. Věk.</i>	45
<i>Obr.6. Vzdělání</i>	46
<i>Obr.7. Bydliště.</i>	46
<i>Obr.8. Způsob bydlení.</i>	47
<i>Obr.9. Stálý příjem</i>	47
<i>Obr.10. Finanční prostředky</i>	48
<i>Obr.11. Útrata.</i>	48
<i>Obr.12. Vlastní byt.</i>	49
<i>Obr.13. Vlastní auto.</i>	49
<i>Obr.14. Úvěr pro studenty</i>	50
<i>Obr.15. Nákup na splátky.</i>	50
<i>Obr.16. Jak často nakupujete na splátky?</i>	51
<i>Obr.17. Proč nenakupujete na splátky?</i>	51
<i>Obr.18. Informace o úvěrech.</i>	52
<i>Obr.19. Spokojenost s podmínkami</i>	52
<i>Obr.20. Úvěr bez navýšení.</i>	53
<i>Obr.21. Risk nebo jistota</i>	53
<i>Obr.22. Znalost Cetelemu.</i>	54
<i>Obr.23. Spokojenost se službami.</i>	54
<i>Obr.24. Zabezpečení.</i>	55
<i>Obr.25. Credito.</i>	58

SEZNAM TABULEK

<i>Tab. 1. Statistika produktů nabízených členskými spol.i ČLFA za 1. čtvrtletí 2006</i>	34
<i>Tab. 2. Úvěr 10x10%</i>	37
<i>Tab. 3. Klasický úvěr</i>	38
<i>Tab. 4. Úvěr 10 a půl</i>	39
<i>Tab. 5. Nabídka studentských úvěrů</i>	42
<i>Tab. 6. Srovnání úvěrových karet.</i>	46
<i>Tab. 7. Pohlaví</i>	45
<i>Tab. 8. Věk</i>	45
<i>Tab. 9. Vzdělání.</i>	46
<i>Tab. 10. Bydliště</i>	46
<i>Tab. 11. Způsob bydlení.....</i>	47
<i>Tab. 12. Stálý příjem</i>	47
<i>Tab. 13. Finanční prostředky.....</i>	48
<i>Tab. 14. Útrata.</i>	48
<i>Tab. 15. Vlastní byt</i>	49
<i>Tab. 16. Vlastní auto</i>	49
<i>Tab. 17. Úvěr pro studenty.</i>	50
<i>Tab. 18. Nákup na splátky.</i>	50
<i>Tab. 19. Jak často nakupujete na splátky?</i>	51
<i>Tab. 20. Proč nenakupujete na splátky?</i>	51
<i>Tab. 21. Informace o úvěrech</i>	52
<i>Tab. 22. Spokojenost s podmínkami</i>	52
<i>Tab. 23. Úvěr bez navýšení</i>	53
<i>Tab. 24. Risk nebo jistota.</i>	53
<i>Tab. 25. Znalost Cetelemu</i>	54
<i>Tab. 26. Spokojenost se službami.</i>	54
<i>Tab. 27. Zabezpečení.</i>	55
<i>Tab. 28. Úvěr pro studenty.</i>	58
<i>Tab. 29. Žádost klienta</i>	61
<i>Tab. 30. Limity pro otevření karty.</i>	68
<i>Tab. 31. Limity pro revolving.</i>	69
<i>Tab. 32. Revolvingová čerpání.</i>	70

<i>Tab. 33. Komunikační trasy.</i>	83
<i>Tab. 34. Timing</i>	84

SEZNAM PŘÍLOH

P I Dotazník

P II Zákon č.37/2004 Sb odst. 1 § 50

PŘÍHOHA P I: dotazník

1) Pohlaví:

- a) muž
- b) žena

2) Věk:

- a) 15 – 25 let
- b) 26 - 35 let

3) Jakou školu studujete?

- a) základní
- b) střední všeobecnou
- c) střední odbornou
- d) vysokou
- e) vyšší odbornou

4) Žijete ve městě nebo na vesnici?

- a) město
- b) vesnice

5) Studujete v místě bydliště?

- a) ano
- b) ne, denně dojíždím do
- c) ne, přes týden bydlím na kolejích, v privátu...
- d) mám vlastní byt

6) Máte stálý příjem?

- a) ano
- b) ne
- c) občas

7) Finanční prostředky získávám

- a) od rodičů
- b) mám stálou práci
- c) brigády
- d) sociální dávky

8) Za co nejvíc utrácím:

- a) jídlo
- b) bydlení
- c) oblečení
- d) auto
- e) zábava, kultura, koníčky, cestování, sport
- f) dovolená, prázdniny

9) Mám vlastní byt

- a) ano
- b) ne

10) Mám vlastní auto

- a) ano
- b) ne

11) Souhlasíte s úvěrem pro studenty?

- a) ano
- b) ne

12) Nakupujete na splátky?

- a) ano
- b) ne
- c) dosud jsem o tom nepřemýšlel nebo
- d) dosud jsem to nepotřeboval

13) Jak často nakupujete na splátky?

- a) Jednou a více do roka
- b) jednou ročně
- c) ojediněle
- d) zatím ne, ale vlastním kartu, která mi to umožňuje
 - i. uveďte jakou?
- e) nenakupuji vůbec

14) Proč nenakupujete na splátky?

- a) nemám svůj příjem
- b) vše získám od rodičů
- c) mám dostatečný příjem, kupuji hotově
- d) nakupuji na splátky

15) Máte dostatek informací o úvěrech přicházejících na trh?

- a) ano
- b) ne
- c) nezajímám se o tento produkt

16) Jste spokojeni s podmínkami splátkového prodeje?

- a) ano
- b) ne
- c) částečně
 - ii. co vám nevyhovuje, uveďte:.....
- d) nemůžu posoudit

17) Rozhoduje při Vašem výběru nabídka úvěru bez navýšení?

- a) ano
- b) ne

18) Máte rádi jistotu, nebo riskujete?

- a) jistota
- b) risk

19) Znáte úvěrovou společnost Cetelem ?

- a) ano
- b) ne

20) Jste spokojeni se službami, které Cetelem nabízí ?

- a) ano
- b) ne
- c) nemůžu posoudit

21) Zabezpečil byste sebe, příp. svou rodinu proti případným rizikům spojeným s nesplácením úvěru?

- a) ano
- b) ne

PŘÍLOHA P II: zákon č.37/2004 Sb odst. 1 § 50

§ 50

Právo pojistitele související se zjišťováním a přezkoumáním zdravotního stavu

(1) V pojištění osob je pojistitel oprávněn požadovat údaje o zdravotním stavu a zjištění zdravotního stavu nebo příčiny smrti pojištěného, jsou-li pro to důvody související se stanovením výše pojistného rizika, výše pojistného a šetřením pojistné události, pokud k tomu byl pojistiteli dán souhlas pojištěného. Zjišťování zdravotního stavu nebo příčiny smrti se provádí na základě zpráv a zdravotnické dokumentace vyžádaných pojistitelem pověřeným zdravotnickým zařízením od ošetřujících lékařů, a v případě potřeby i prohlídkou nebo vyšetřením provedeným zdravotnickým zařízením.

(2) Bylo-li dohodnuto, že pojistník je zproštěn povinnosti platit pojistné, je pojistitel oprávněn požadovat údaje o jeho zdravotním stavu a na základě souhlasu pojistníka přezkoumávat jeho zdravotní stav způsobem podle odstavce 1.