

SYSTEMATIZACE BANKOVNÍCH SLUŽEB/PRODUKTŮ

Charakteristické rysy bankovních produktů

Bankovní produkty jsou služby, které mohou banky samostatně nabízet a zpravidla za úplatu provádět.

Bankovní produkty se mohou od sebe velmi odlišovat, avšak všechny mají společné určité charakteristiky:

- **Nemateriální (nehmotný) charakter**
 - *Nejsou skladovatelné* – banka si bankovní produkty nemůže proto předzásobit, ale každý den musí být připravena reagovat na poptávku klientů. To jí přináší vysoké fixní náklady.
 - *Jsou abstraktní* – někdy se také říká, že nejsou viditelné. Je proto nezbytné vytvářet kvalitní reklamu a poskytovat kvalitní poradenskou činnost, kdy banka představí své produkty, vysvětlí jejich přednosti a možnosti využití.
 - *Nejsou patentovatelné* – nelze je tedy chránit pomocí patentu. Stává se proto, že nové produkty jsou rychle napodobovány konkurencí, a proto banka nemůže spoléhat na to, že by měla finanční výhody z těchto nových produktů dlouhodobě.
- **Dualismus** – to znamená, že jednotlivé bankovní produkty jsou spojením hodnotové a věcné stránky.
 - *Hodnotová stránka* – je dána finančním objemem. Vyjadřuje se v peněžních jednotkách. Jedná se například o objem úvěru, vkladu nebo bankovního převodu.
 - *Věcná stránka* – je charakterizována jako výsledek působení personálních, technických a materiálních faktorů. Můžeme ji tedy vyjadřovat počtem jednotlivých produktů, což je například počet úvěrových případů, vkladů nebo bankovních převodů.
- **Vzájemná propojenost a podmíněnost** – na jedné straně je vzájemná propojenost a podmíněnost bankovních produktů dána tím, že jeden bankovní produkt nemůže fungovat bez druhého (např. nemůžeme mít debetní platební kartu, aniž bychom měli zřízen bankovní účet). Na straně druhé tato vzájemná propojenost a podmíněnost spočívá v tom, že banky cíleně spojují určité bankovní produkty, aby klientovi nabídly lepší služby (např. internetbanking k bankovnímu účtu).

Systematizace bankovních produktů

Bankovní produkty (obchody) lze dělit z několika hledisek. Lze je dělit například dle odrazu bankovních produktů v bilanci banky, podle funkce (účelu), jakou daný pro klienta banky plní, nebo z hlediska klientské segmentace.

Členění bankovních produktů podle odrazu v bilanci banky

Členění podle odrazu v bilanci banky je velmi rozšířené, lze říci i **klasický** přístup. Tento princip vychází z pohledu banky. Rozlišujeme:

- **Aktivní bankovní obchody**

Aktivní obchody mají přímou vazbu na stranu **aktiv bankovní bilance**. K jejich provádění banka používá vlastní kapitál, ale zejména cizí zdroje, které soustředila. V těchto obchodech je banka v postavení věřitele. „Prodává“ při nich své dluhy, resp. směřuje je za různé pohledávky, které jí vznikají poskytováním úvěrů klientům; jinými slovy, „nakupuje“ závazky těchto klientů, resp. nároky na plnění těchto závazků, případně i na majetek klientů.

V aktivních obchodech bank jsou objemově největší zpravidla úvěry klientům, významné jsou i úvěry jiným bankám (mezibankovní) a investice do cenných papírů.

- **Pasivní bankovní obchody**

Pasivní obchody souvisejí bezprostředně s položkami **pasiv bankovní účetní rozvahy**. Jejich obsahem je soustřeďování peněžních prostředků, které se uvolňují v důsledku časového nesouladu přílivu a odlivu peněžních příjmů ekonomických subjektů. Prostřednictvím pasivních obchodů banka shromažďuje peněžní fondy potřebné k aktivním obchodům. Banka je v postavení dlužníka, „nakupuje“ dluhy vůči svým klientům, přijímá jejich vklady, směřuje za ně své vlastní závazky (např. vydáváním svých dluhopisů apod.)

V pasivních obchodech jsou objemově a významově nejvíce závažné vklady nebankovních klientů, ale i vklady a úvěry od jiných bank.

- **Neutrální bankovní obchody**

Neutrální (mimobilanční) obchody nemají přímou vazbu na bankovní bilanci, banka při nich není ve věřitelském ani v dlužnickém postavení. Zprostředkovaně však zpravidla mají určitý odvozený vliv na jednu či druhou stranu bankovní bilance. Zahrnují různé komisionářské služby, např.: obstarání a zprostředkování platebního příkazu, provedení inkasa platby pro klienty, provedení vydání (emise) cenných papírů klienta, koupě a prodej cenných papírů a deviz na příkaz a účet klienta, úschova a správa cenných papírů, úschova jiných cenností (depotní služby), finančně úvěrové obchody typu leasingu a faktoringu, finanční a investiční poradenství, poskytování záruk a garancí různého druhu atd.

Tyto obchody mohou být spojeny více nebo méně i s bilančními bankovními obchody. Například provedení platby z příkazu klienta předpokládá předběžný vklad příkazce na jeho bankovním účtu, případně čerpání úvěru, obdobně provedení inkasa platby ve prospěch klienta vede k následnému vkladu na jeho bankovní účet. Také k provedení různých obstaratelských obchodů pro klienta na peněžním nebo kapitálovém trhu je požadována určitá peněžní záloha jako vklad klienta, nebo poskytnutí bankovního úvěru.

Určité mimobilanční obchody mohou být budoucím možným závazkem banky. Banka je povinně vykazuje „pod bilancí“ (podrozvahové položky). K těmto potenciálním závazkům jsou zpravidla vytvářeny v bilanci účelové rezervy pro případné plnění. Jedná se o různé druhy záruk a podobných garancí bankou poskytnutých jejím klientům.

Bez jakékoli vazby na bankovní bilanci jsou neutrální obchody typu poradenství, správa a úschova cenností apod.

Členění bankovních produktů podle účelu (funkce) pro klienta banky

Členění podle funkce, jakou daný bankovní produkt pro klienta banky plní, je tzv. **moderní přístup**. Tento přístup vychází z pohledu klienta. Bankovní produkty v tomto případě členíme takto:

- **Finančně úvěrové bankovní produkty** – pro klienta znamenají získání finančních prostředků (např. bankovní úvěry).
- **Depozitní (vkladové) bankovní produkty** – umožňují klientům uložit a zhodnotit své finanční prostředky.
- **Platebně zúčtovací produkty** – umožňují klientům provádět platební a zúčtovací styk prostřednictvím bank.
- **Obchody investičního bankovníctví** – poskytují klientům možnost finančního investování (obchodování s cennými papíry), správu portfolia, investiční poradenství (při akvizicích, fúzích, restrukturalizaci apod.).
- **Pokladní a směnárenské produkty** – jedná se o možnosti transakcí s hotovostními penězi a směny měn.

Členění bankovních produktů z hlediska klientské segmentace

Bankovní produkty jsou členěny z hlediska klientské segmentace do dvou následujících skupin:

- **retailové produkty** – vyznačují se tím, že se většinou týkají relativně menších částek, ale naopak velkého počtu transakcí,
- **korporátní produkty** – jsou většinou spojeny s většími částkami, často mají mnohem individuálnější povahu.

Literatura

DVOŘÁK, P. *Bankovníctví pro bankéře a klienty*. 3. přeprac. a rozš. vyd. Praha: Linde, 2005. ISBN 807201515x.



KALABIS, Z. *Základy bankovníctví. Bankovní obchody, služby, operace a rizika*. Brno: BizzBooks, 2012. ISBN 978-80-265-0001-8.

KANTNEROVÁ, L. *Základy bankovníctví. Teorie a praxe*. Praha: C. H. Beck, 2016. ISBN 978-80-7400-595-4.

LANDOROVÁ, A. a kol. *Obchodní bankovníctví*. Liberec: Technická univerzita v Liberci, 2007.