

Společenská odpovědnost v bankovním sektoru

Diplomová práce

Vedoucí práce:

Ing. Sylvie Formánková, Ph.D.

Bc. Roman Habarta

Brno 2018

Na tomto místě bych rád poděkoval vedoucí této diplomové práce paní Ing. Sylvii Formánkové, Ph.D. za cenné podněty, rady a pomoc, kterou poskytla během zpracování této práce.

Čestné prohlášení

Prohlašuji, že jsem tuto práci: **Společenská odpovědnost v bankovním sektoru** vypracoval samostatně a veškeré použité prameny a informace jsou uvedeny v seznamu použité literatury. Souhlasím, aby moje práce byla zveřejněna v souladu s § 47b zákona č. 111/1998 Sb., o vysokých školách ve znění pozdějších předpisů, a v souladu s platnou *Směrnicí o zveřejňování vysokoškolských závěrečných prací*.

Jsem si vědom/a, že se na moji práci vztahuje zákon č. 121/2000 Sb., autorský zákon, a že Mendelova univerzita v Brně má právo na uzavření licenční smlouvy a užití této práce jako školního díla podle § 60 odst. 1 Autorského zákona.

Dále se zavazuji, že před sepsáním licenční smlouvy o využití díla jinou osobou (subjektem) si vyžádám písemné stanovisko univerzity o tom, že předmětná licenční smlouva není v rozporu s oprávněnými zájmy univerzity, a zavazuji se uhradit případný příspěvek na úhradu nákladů spojených se vznikem díla, a to až do jejich skutečné výše.

V Brně dne 15. května 2018

Abstract

Habarta, R. Corporate social responsibility in the banking sector. Diploma thesis. Brno: Mendel University in Brno, 2018.

Keywords

CSR, banks, KORP method, questionnaire, interviews

Diploma thesis deals with issues of perception of corporate social responsibility by clients of the largest banks in the Czech Republic. Socially responsible activities in these institutions are evaluated by the Korp methodology and with quantitative research are the basis for the proposed recommendations. The data are obtained through semi-structured interviews with bank workers and a questionnaire survey among bank clients. Secondary data is obtained from annual reports and other bank documents.

Abstrakt

Habarta, R. Společenská odpovědnost v bankovním sektoru. Diplomová práce. Brno: Mendelova univerzita v Brně, 2018.

Diplomová práce se zabývá problematikou vnímání společenské odpovědnosti klienty největších bank v České republice. Společensky odpovědné aktivity jsou v těchto institucích hodnoceny metodikou Korp a společně s kvantitativním výzkumem jsou základem pro navržená doporučení. Data jsou získána formou polostrukturovaných rozhovorů se zástupci bank a dotazníkovým šetřením mezi klienty. Sekundární data jsou získána z výročních zpráv a dalších dokumentů bank.

Klíčová slova

CSR, banky, metoda KORP, dotazník, rozhovory

Obsah

1	Úvod a cíl	11
2	Literární rešerše	13
2.1	Základní vymezení	13
2.1.1	Ekonomický pilíř	13
2.1.2	Sociální pilíř.....	13
2.1.3	Enviromentální pilíř.....	14
2.2	Výhody a nevýhody společenské odpovědnosti.....	14
2.3	Implementace CSR.....	16
2.4	Metody hodnocení CSR	18
2.5	CSR v bankovním sektoru	21
2.5.1	CSR v bankovních institucích ve světě	21
2.5.2	CSR v bankovních institucích v České republice	23
2.5.3	CSR a finanční výkonnost.....	23
3	Vlastní práce	25
3.1	Metodika	25
3.2	Kvalitativní výzkum.....	29
3.2.1	Česká spořitelna	29
3.2.2	Československá obchodní banka	41
3.2.3	Komerční banka.....	51
3.2.4	Shrnutí výsledků kvalitativního výzkumu.....	62
3.3	Kvantitativní výzkum formou dotazníkového šetření.....	64
3.3.1	Identifikační údaje	64
3.3.2	Vnímání důležitosti CSR aktivit a jejich oblastí.....	65
3.3.3	Faktory ovlivňující respondenta při výběru banky	66
3.3.4	Zapojení respondentů do veřejně prospěšných aktivit.....	68
3.3.5	Testování hypotéz.....	70
3.3.6	Shrnutí výsledků kvantitativního výzkumu.....	72
3.4	Doporučení	74

4	Diskuse	77
5	Závěr	79
6	Zdroje	80
7	Přílohy	86
8	Seznam obrázků	94
9	Seznam tabulek	95

1 Úvod

U mnoha společností stále převládá názor, že přínos ze společensky odpovědného chování přináší minimální užitek, a naopak mnoho nákladů a administrativní zátěže. Důvodem je to, že CSR¹ přínosy jsou velmi těžce vyčíslitelné a ve většině případech se projevují až v dlouhém období. Během posledních deseti let roste zájem o problematiku společensky odpovědného chování a společnosti se snaží tuto koncepci implementovat do svých strategií. Přijetí konceptu má totiž pozitivní vliv na konkurenceschopnost a image podniku. Je stále obtížnější odlišit se od konkurence, a pokud se podnik zaměří na své okolí, zaměstnance a dopady své činnosti, tak je schopen flexibilněji reagovat na změny a získat tak určitou konkurenční výhodu. Společensky odpovědné snažení ale musí být součástí firemní identity, nemělo by působit nahodile.

Tato práce se věnuje bankovnímu sektoru, který má v České republice vysokou míru koncentrace a působí zde významná míra soutěživosti mezi jednotlivými bankami. Malé a střední banky neustále posilují svou atraktivitu v očích veřejnosti především svou jednoduchostí a inovacemi. Naopak tradiční banky, které jsou předmětem této diplomové práce, ztrácí své klienty a pozici na trhu. Je tak zapotřebí hledat možnosti, jak si stávající klienty udržet. Banky a společenská odpovědnost mají mnoho společného. I když to nemusí být na první pohled zřejmé, banky mají velký vliv na životní prostředí a na své okolí. Poskytují totiž úvěry významným společnostem, které mají přímý vliv na své okolí. Existuje však řada dalších možností, jak banky přispívají ke společensky odpovědnému chování v oblasti ekonomické, sociální a environmentální.

V této práci bude zhodnocena činnost jednotlivých bank v České republice pomocí metodiky KORP, výsledky bank budou porovnány a budou navržena odpovídající doporučení. Dále bude provedeno dotazníkové šetření mezi klienty bank, které bude zaměřeno na vnímání společenské odpovědnosti.

¹ Corporate social responsibility

Cíl práce

Cílem diplomové práce je na základě zhodnocení společenské odpovědnosti bank v České republice (Česká spořitelna, Československá obchodní banka, Komerční banka) využitím metodiky KORP a kvantitativního výzkumu vytvořit konkrétní návrhy CSR aktivit pro další rozvoj jejich společenské odpovědnosti.

2 Literární rešerše

2.1 Základní vymezení

Jednotná definice pojmu společenské odpovědnosti je obtížnější, protože během posledních 50 let vznikaly různé teoretické proudy, které způsobovaly nejednotnost pojmu společenské odpovědnosti. Koncept CSR přišel do českého prostředí v 90. letech spolu s mezinárodními firmami, zásadním bodem ve vývoji CSR v České republice je ale až vstup ČR do EU. (Černohorská, 2012)

Rysem společensky odpovědného chování firem je přijetí závazků, které jsou postaveny nad zákony. Odpovědné firmy se tak dobrovolně rozhodují dělat i to, co není přímo stanoveno zákonem. (Černohorská, 2012)

Společenská odpovědnost má dobrovolný charakter a zahrnuje činnosti nad rámec zákonných povinností. Smyslem je přispívat k udržitelnému rozvoji celé společnosti. Úkolem státu je vytvářet odpovídající podmínky pro šíření společenské odpovědnosti. V České republice má tuto oblast pod záštitou Ministerstvo průmyslu a obchodu, jehož úkolem je vypracovávat strategický Národní akční plán společenské odpovědnosti. (narodniportal.cz)

Pojmem CSR je míněno dobrovolné integrování sociálních a ekologických hledisek do každodenních firemních operací a interakcí s firemními stakeholders. (Mádlová, 2010)

Trojí základ společensky odpovědného podnikání je tvořen třemi pilíři, kterými se firmy v rámci CSR aktivit zabývají. Ekonomickou sféru zastupuje zisk, do sociální oblasti řadíme lidi a environmentální sférou je naše planeta. Organizace by se měla zabývat všemi oblastmi, které v sobě zahrnují řadu dalších aktivit. (Mádlová, 2010)

2.1.1 Ekonomický pilíř

Hlavním cílem každého podnikání je dlouhodobé dosahování zisku, což umožní firmě následně investice do společenské odpovědnosti. Do této oblasti lze zařadit vyhýbání se korupci a dodržování etického kodexu, věrohodnost organizací a jejich ochota poskytovat informace a především vztahy se zákazníky a dodavateli. Organizace uplatňuje principy dobrého řízení firmy, což znamená, že ochraňuje její tvořivost, svobodu a flexibilitu. Firmy sledují zájmy nejen svých vlastníků, ale i dalších investorů a dbají o jejich informovanost. Je třeba vést trvalý dialog s akcionáři a najít soulad podnikatelských aktivit s očekáváním akcionářů (Kunz, 2012). Pavlík a Belčík (2010) souhlasí s řízením v rámci dobrých principů firmy, etickým kodexem, odmítáním korupce a přidávají další aspekty, jako například férové dodavatelské a odběratelské vztahy včetně ochrany duševního vlastnictví.

2.1.2 Sociální pilíř

Tato oblast souvisí s péčí firmy o zaměstnance a pracovními podmínkami. Je zde možno zahrnout například vytváření podmínek k tomu, aby mohli zaměstnanci sladit pracovní a osobní život, což zahrnuje pružnou pracovní dobu, práci z domo-

va nebo podporu na rodičovské dovolené. Péče o zaměstnance dále zahrnuje tvorbu podmínek ke zvyšování kvalifikace a možnost kariérního postupu (Kunz, 2012). V rovině sociální by se měla firma věnovat zaměstnávání lidí se zhoršenou pozicí na trhu práce, péči o vzdělání, odmítání dětské práce nebo vyváženosti pracovního a osobního života zaměstnanců (Pavlík, Bělčík, 2010).

2.1.3 Enviromentální pilíř

Otázkám v oblasti životního prostředí se začaly podniky věnovat zhruba v posledních 20 letech. Mnoho aktivit podniků vznikalo pouze jako reakce na vládní nařízení či regulace. Odpovědnost firmy v této oblasti je třeba uplatňovat uvnitř firmy samotné, ale především ve vztahu k okolí. Firma by měla zohledňovat dopady jejího způsobu podnikání na krajinu, ovlivňovat využívání zdrojů, emise, odpady nebo dopravní zátěž (Kunz, 2012).

Petříková (2008) však konstatuje, že v českém prostředí se firmy spíše soustředí na uskutečňování těchto aktivit směrem dovnitř. Jejich snahou je především motivovat a vzdělávat zaměstnance.

2.2 Výhody a nevýhody společenské odpovědnosti

Cílem implementace CSR je interakce jednotlivých oblastí CSR aktivit a oblastí do vize a hodnot podniku (Černohorská, 2012). Mezi hlavní přínosy autorka řadí především:

- Snížení nákladů

Aktivity v oblasti CSR vedou k inovacím, které mohou pomoci organizaci snížit explicitní náklady, typicky snížení spotřeby energie a vody, avšak někdy také lze snížit implicitní náklady, například na budoucí odstranění znečištěných ploch nebo náklady související s fluktuací zaměstnanců. Snížení nákladů se projevuje v dlouhodobém horizontu, kdy široká veřejnost tyto aktivity zaznamená a začne je zahrnovat do svého nákupního rozhodování. Dle autorky je vhodné, aby stát více podporoval společensky odpovědné firmy například formou „plusových bodů“ u veřejných zakázek.

- Posílení loajality zaměstnanců

Důležité jsou dlouhodobě kladné vazby mezi zaměstnanci a zaměstnavatelem, s růstem loajality klesá fluktuace zaměstnanců, Pavlík a Bělčík (2010) zdůrazňují, že motivovaní zaměstnanci bývají velmi produktivní a podporují kreativní a inovativní prostředí. Kunz (2012) loajalitu zaměstnanců považuje za hlavní výhodu plynoucí z CSR, protože odpovědné firmy jsou ceněny zaměstnavateli na trhu práce, mají šanci přilákat a udržet ty nejlepší zaměstnance. Pavlík a Bělčík (2010) zmiňují výstupy průzkumu veřejného mínění realizovaného Cherenson Group, ze kterých vyplývá, že 78% respondentů by raději pracovalo pro firmu s dobrou pověstí za nižší mzdu, než pro firmu s horší pověstí, i kdyby jim tato firma nabídla vyšší

mzdu.

- Posílení image firmy

Pro pozitivní vnímání firmy je důležitá transparentnost a informovanost, podle Kunze (2012) sociální angažovanost uvolňuje u veřejnosti pozitivní emoce a posiluje image firmy. Vnímání organizace jako společensky odpovědné zvyšuje její goodwill, resp. hodnotu jejího postavení na trhu. Uplatňování principů odpovědného chování může přinášet firmám konkurenční výhodu, která se projeví na trhu a při jednáních s úřady. S tím úzce souvisí zájem investorů o firmu. Investory stále více zajímají firemní CSR aktivity. Investice do společensky odpovědných organizací jsou pro investory lákavější z důvodu jejich nižší rizikovosti. (Pavlík, Bělčík, 2010)

- Posilování spokojenosti zákazníků

Zákazníci stále častěji upřednostňují firmy dodržující etická pravidla a zvyšuje se ekologická uvědomělost, stále je však řada zákazníků, jejichž hlavním rozhodovacím kritériem je cena, naproti tomu podle Pavlíka a Bělčíka (2010) stojí zákazníci, jejich chování je založeno na ideovém základě, Kunz (2012) předpokládá, že společenské chování firem posiluje povědomí o značce ve společnosti a lze očekávat, že poroste zájem zákazníků.

Získání nového zákazníka je pro firmu náročnější a především finančně nákladnější, než udržení toho stávajícího. Firma proto musí o své stávající zákazníky pečovat, obhajovat své produkty, poskytovat korektní informace, zdůrazňovat svoje CSR aktivity ve vztahu k nabízeným produktům a jejich ekologický dopad. (Chouinard, Stanley, 2014). Je k zamyšlení, jaké je skutečná motivace firem, aby koncepty společenské odpovědnosti implementovaly do strategie. Černohorská (2012) rozlišuje dva druhy motivace. První z nich je motivace morální, která vychází ze subjektivních hodnot jednotlivce nebo organizace a firma se chce zcela dobrovolně bez uvážení možných plynoucích výhod zapojit do společensky odpovědného chování. Druhou možností je motivace vyvolaná externě, protože organizace je často přinucena ke společensky odpovědnému chování charakterem a dopady svého podnikání, to znamená, že se snaží o minimalizaci negativních důsledků.

Firmy často uvádí, že pravou motivací je zlepšení image, získání konkurenční výhody a také výše uvedené morální aspekty. Většina firem však ve výzkumu CSR jako nástroj konkurenceschopnosti malých a středních podnikatelských subjektů v Praze uvedla, že přínos vidí především po stránce finanční, přesněji v možnosti odepsat si z daní finanční prostředky investované do CSR. Tato skutečnost je často kritizována, a proto je součástí i následující podkapitoly (Zadrazilová a kol., 2010).

Existuje ale také řada názorů proti implementaci společenské odpovědnosti do strategie organizace. Kunz (2012) zmiňuje dva kritiky společenské odpovědnosti. V minulém století k největším kritikům patřil Milton Friedman, jehož tvrzení: „Jedinou společenskou odpovědností firmy je navyšování zisku“, bylo založeno na domněnce, že zapojení do společensky prospěšných aktivit odvádí firmu od zá-

kladního cíle. Dalším argumentem v pojetí Friedmana je zvyšování nákladů, které se poté negativně přenáší na celou firmu. Tento argument jde proti novodobým názorům, že společensky odpovědné chování naopak náklady snižuje.

Jedním ze současných kritiků je profesor Robert Reich, expert sociálních věcí bývalého prezidenta Billa Clintona. Pokládal aktivity v rámci CSR za povinnosti vlády, která má stanovit taková pravidla zachovávající volný trh pro firmy, které se koncentrují pouze na maximalizaci zisku. Dalším argumentem Reicha je fakt, že korporace využívají CSR jako formu určitého lobbingu u vlády a falešně tak vytváří nerealistický dojem o firmě či produktu. CSR se tak stává pouze nástrojem public relations a přispívá k manipulaci stakeholderů a široké veřejnosti.

V předchozí podkapitole byla připomenuta skutečnost, že si firma může některé ze svých nákladů, které investuje do společenské odpovědnosti, odečíst z daní. Kritici upozorňují, že firmy věnují finanční prostředky pouze do výše odečitatelných položek, tedy by stejně musely tuto částku odvést na daních. Tyto aktivity by se podle mnohých odborníků měly financovat pouze z čistého zisku, protože snižování daňového základu snižuje odvedenou daň a stát nemá dostatek prostředků na financování veřejných statků a služeb, jedná se o financování státních škol, nemocnic, domovů důchodců. Tyto subjekty jsou spolufinancovány z programů společenské odpovědnosti. Koncept CSR, jeho dobrovolnost a morální motivace zde ztrácí význam (Zadrazilová a kol., 2010).

2.3 Implementace CSR

Nejdůležitějším faktorem pro úspěšnou implementaci je přístup vedení firmy a její přesvědčení o výhodách CSR. Vedení musí definovat vize a cíle, kterých chce dosáhnout. Tyto cíle by měly vycházet z požadavků stakeholderů a komunikací s nimi. Neméně důležité je přizpůsobení firemní struktury a vytvoření samostatné organizační jednotky, která bude propojovat procesy CSR v celé firmě. Autoři Pavlík a Bělčík (2010) zdůrazňují čtyři základní fáze implementace:

1. krok - tvorba vize

Identifikace hlavních oblastí, ve kterých chce společnost dosáhnout změn a tvorba vize současně s hodnotami a strategií organizace. Podnikatelské subjekty by měly jasně definovat své hodnotové priority, které jsou základem podnikové kultury. Nutno zmínit, že zde autoři mají na mysli mravní hodnoty, které určují společenské chování a zcela opomíjí ekonomické hodnoty, které jsou hlavním důvodem činnosti organizace. Steinerová (2008) zmiňuje například kvalitu, spolehlivost, transparentnost, nebo vzdělávání a ochranu životního prostředí. Z vize CSR vychází strategie, která popisuje přístup organizace v různých oblastech. Určuje cíle v oblasti CSR a způsoby, jakým mohou být dosaženy.

Podle Pavlíka a Belčíka (2010) je základní aktivitou první fáze podporovat zájem organizace o společenskou odpovědnost a vzdělávat skupiny uvnitř organizace s cílem vytvořit širokou základnu podpory CSR. Plášková a Ryšánek (2013) na první fázi pohlíží spíše z praktického hlediska. Poukazují především na nutnost jmenování manažera pro CSR, který musí mít výborný přehled o organizaci, vzta-

zích a mít dobré organizační schopnosti. Následuje jmenování řešitelského týmu, jehož členové by měli být zaměstnanci z různých organizačních složek. Mádlová (2010) však dodává, že není možné prosazovat záměry od nejvyššího vedení firmy direktivně. Důležité je pozitivní vnímání zaměstnanců a jejich následné zapojení do projektů.

2. krok - zhodnocení CSR

Za hlavní cíl v této fázi autoři uvádějí nutnost posouzení a vyhodnocení současného přístupu organizace k CSR a vypracování detailní analýzy vnitřního a vnějšího prostředí.

Prioritní oblasti v rámci CSR by firma měla volit na základě jejich propojení s předmětem podnikání, v analýze vnějšího prostředí se firma musí zaměřit především na spotřebitele a jeho vnímání produktů od organizace, která investuje v oblasti CSR a jejíž produkty mohou být na základě toho dražší. Zda je tento spotřebitel ochoten tento produkt koupit a zda má povědomí o činnosti organizace v rámci CSR. Organizace by se dále měla zaměřit na dodržování zákonných požadavků, průzkum konkurence a s tím související benchmarking. Plášková a Ryšánek (2013) doporučují pro vyhodnocení zjištěných výsledků využít SWOT analýzu, z níž by mělo být zřejmé, ve kterých oblastech je organizace úspěšná a také by měla obsahovat návrh rozsahu a struktury CSR.

3. krok - tvorba CSR

Firma by měla ukázat zájem o postoje svých stakeholderů, protože to posílí vzájemnou důvěru. Dialog může vyústit v dlouhodobá partnerství, vzájemnou inspiraci a motivaci. Je to velmi dobrá cesta v šíření CSR principů například v oblasti dodavatelsko-odběratelských vztahů.

Manažer CSR provede rozdělení stakeholderů a především definuje skupinu klíčkových stakeholderů. Snaží se poté tuto skupinu přesvědčit ke spolupráci a navázat bližší komunikaci Mádlová (2010).

Součástí je měření a tvorba reportů. Je tak poskytován kompletní obraz výkonu CSR. Neměly by chybět informace o naplnění cílů a návrh cílů pro další období. Report může mít dvojí roli. Slouží jako komunikační nástroj k výměně informací o CSR aktivitách organizace stakeholderům. Slouží také jako manažerský nástroj, kdy zajišťuje systematický přístup k CSR, měření pokroku a určení nových strategií a cílů. Organizace uvede do reportu činnosti, aktivity a jejich dopady v ekonomické, sociální a environmentální oblasti. Report musí obsahovat informace nezbytné pro posouzení výkonnosti organizace.

4. krok - implementace CSR do organizace

Poslední fází je následný proces implementace. Podnik musí vytvořit nejvhodnější koncepci vzhledem k jeho předmětu podnikání, strategii a firemní kultuře. Při tvorbě koncepce využívá informací získaných v předchozích fázích. Podle Mádlové (2010) je pro úspěšnou implementaci nutné především sjednocení metodického přístupu pod vedením pověřené osoby. Činnost implementace musí být důkladně

naplánována, velmi často je využíváno tzv. P-D-C-A cyklu, který zahrnuje jak plánování se zahrnutím všech vlivů, provádění a pravidelnou kontrolu. Poslední fází cyklu je konání a zlepšování v podobě získaných poznatků během kontroly.

Tyto čtyři kroky jsou pouze jedny z mnoha možností implementace. Teoretický pohled na implementaci CSR do podnikání má mnohem širší základy a každý z autorů má na tyto kroky odlišný pohled. Například Mádlová (2010) zdůrazňuje další dva kroky při procesu implementace. Pátým krokem je zpětná vazba, což můžeme chápat jako zveřejňování tiskových zpráv v médiích, projevy nebo obsažení CSR aktivit ve výročních zprávách. Způsob informování veřejnosti se liší dle jednotlivých organizací. Posledním krokem je dle autorky udržení koncepce CSR v dlouhodobém horizontu, to znamená propojení CSR s firemními hodnotami a interní komunikací.

2.4 Metody hodnocení CSR

Černohorská (2012) zmiňuje základní směrnice, standardy a normy, které přinášejí obecně měřitelné prvky společenské odpovědnosti firem. Rozdíly mezi jednotlivými standardy se zakládají na cílových skupinách nebo na rozsahu metodiky.

OECD

Směrnice OECD pro národní společnosti jsou doporučení vlád adresovaná nadnárodním společností. Obsahují dobrovolné zásady odpovědného chování. Kladou si za cíl zvýšit vzájemnou důvěru podniků. Korporace by měly zveřejňovat informace v oblasti výsledku hospodaření, plánech firmy, vlastnických vztazích a rizikových faktorech. Dodržování těchto pravidel je na bázi dobrovolnosti.

Směrnice byla sestavena již v roce 1976 a mnohokrát aktualizována. V současné době tuto směrnici podporuje přes 40 zemí. Obsahuje doporučení k daním, hospodářské soutěži, transparentnosti a boje proti korupci. Pro korporace jsou tyto směrnice dobrovolné, naopak pro vlády mají povinnost pokyny implementovat a dodržovat (oecd.org).

EFQM

Model je zaměřen na zvyšování konkurenceschopnosti a zlepšování benchmarkingu. Obsahuje těchto 9 kritérií:

- Řízení a vedení
- Zvládnutá strategie
- Zajištění zdrojů
- Partnerství
- Zvládnutí procesů
- Vztahy k zaměstnancům
- Vztahy k zainteresovaným skupinám
- Ekologie
- Dárcovství

Mádlová (2010) uvádí, že záměrem modelu je předložit doporučení týkající se posunu ve způsobu řízení organizace, v jehož důsledku by mělo dojít ke zlepšení ekonomických výsledků, vztahů se zákazníky a zaměstnanci.

SA 8000

Norma ovlivňující chování podniků v oblasti lidských zdrojů. Certifikát, který může vydat pouze nezávislý certifikační orgán, poskytuje okolí firmy důkaz o tom, že firma pro své zaměstnance implementovala nezbytné interní procesy k zajištění základních lidských práv a management firmy je připraven převzít odpovědnost za toto dodržování. Jedná se o nejuznávanější normu v oblasti společensky odpovědného řízení lidských zdrojů. Norma se zaměřuje na oblasti:

- Dětská práce
- Nucená práce
- Diskriminace
- Pracovní dobu
- Spravedlivé odměňování

ISO 26000

Mezinárodní norma pro sociální odpovědnost, která není určena k certifikaci třetí stranou. Poskytuje návod pro funkční společenskou odpovědnost a je aplikovatelná pro všechny typy organizací. Cílem této normy je především podporovat jednotnou terminologii pro společenskou odpovědnost a zvyšovat důvěryhodnost organizací a tím i jejich konkurenceschopnost. Standard vybízí organizace k provádění činností, jež jsou nad rámec legislativy. Norma poskytuje vodítko k principům transparentnosti, etického chování a principu lidských práv. (Černohorská, 2012). Norma je dobrovolná a byla publikována v roce 2010 pod názvem ISO 26000 Guidance on social responsibility. Je první normou, která se zabývá přímo konceptem společenské odpovědnosti firem, protože předchozí normy a iniciativy se zabývaly hlavně dílčími pilíři sociální odpovědnosti (ÚNMZ, 2017).

Global reporting initiative

Mezinárodní nezisková organizace složená z tisíců expertů, kteří vzájemně spolupracují v jednotlivých skupinách. Podobně jako OECD se zaměřuje na ekonomické, sociální a environmentální problémy, ale liší se jejich cílové skupiny. OECD je určeno pro mezinárodní organizace, zatímco GRI mohou používat veškeré organizace. Certifikace je možná pouze u některých směrnic. Může se aplikovat v organizacích různé velikosti, od malých středních podniků až po velké korporace. Tento rámec byl odsouhlasený širokým spektrem zainteresovaných stran, aby byl všeobecně použitelný pro reporting v oblasti společenské odpovědnosti. Dobrovolná zpráva může mít jednu ze tří úrovní. Organizace, která začíná s reportováním podle GRI by měla využít nejnižší úroveň.

- Začátečníci (C)
- Mírně pokročilý (B)

- Pokročilý (A)

První zmínky o GRI sahají do roku 2000, v roce 2015 proběhla aktualizace známá jako G4. Cílem GRI je dosažení stejné úrovně výkazů o výkonnosti ve všech pilířích CSR. Vytvořené zprávy tak mohou sloužit i pro vzájemné porovnání organizací. (globalreporting.org)

Korp

Metodika KORP byla vypracována českým sdružením Korektní podnikání. Vytváří rámec pro jednotný způsob posuzování zpráv o CSR. Vychází z výše uvedených modelů EFQM, GRI a CAF a využívá jejich přednosti. Řeší nedostatky konceptu GRI, jehož ukazatele znázorňují pouze výsledky, ale neřeší způsob jejich naplnění. Metoda KORP využívá zkušeností s modelem EFQM a CAF, které jsou zaměřeny na hodnocení organizací (Plášková 2009).

Plášková a Ryšánek (2013) blíže specifikují postup a strukturu metodiky KORP. CSR v organizaci je posuzováno ve třech pilířích – ekonomickém, environmentálním a sociálním. Hodnotí se nejen výsledky, ale i předpoklady. Každý z pilířů je označen jako kritérium, otázky které jsou soustředěny do bloků (subkritéria) postihují rozsah činnosti organizace v dané oblasti. U každého subkritéria předpokladů a výsledků je uvedena skupina témat či oblastí, kterými by se měli hodnotitelé zabývat. Hodnotitel musí posoudit, která z témat nejsou pro hodnocenou organizaci relevantní. Výsledkem hodnocení je potom zpráva, která zdůrazňuje silné stránky organizace i příležitosti pro zlepšení.

Kritérium „pilíř“	Subkritérium
Ekonomika EM	EM1 – Ekonomická výkonnost EM2 – Přímé ekonomické vlivy EM3 – Nepřímé ekonomické vlivy
Environment EV	EV1 – Personální zajištění ochrany ŽP EV2 – Shoda s legislativou EV3 – Environmentální dopady spotřeb energií EV4 – Environmentální dopady výstupů
Sociální odpovědnost SO	SO1 – Lidská práva SO2 – Komunita, korupce, veřejné politika, shoda s legislativou SO3 – Zaměstnávání a přiměřená práce SO4 – Ochrana spotřebitele

Obrázek 1 Kritéria Korp

zdroj: Plášková, Ryšánek (2013)

Podle Pláškové a Ryšánka (2013) existují dva způsoby bodového hodnocení při použití metodiky KORP. Zjednodušené bodové hodnocení je určeno především pro týmy v organizaci, které se zpracovává formou sebehodnocení. Druhým, a pro účely této práce přínosnějším způsobem, je bodové hodnocení s „jemným rozlišením“,

které je určeno pro hodnocení třetí stranou. Jedná se o metodu souběžného hodnocení, která lépe vystihuje realitu. V panelu předpokladů je využívám cyklus PDCA, v rámci panelu výsledků jsou sledovány trendy a jejich naplňování.

2.5 CSR v bankovním sektoru

2.5.1 CSR v bankovních institucích ve světě

Na nutnost CSR v tomto odvětví upozornila finanční krize v roce 2008. Po krizi rostla potřeba důvěry a transparentnosti v bankovní instituce, aby mohly nadále plnit svoji základní roli v rámci finančních služeb (Lentner, Szegedi, Tatay, 2015). Podle průzkumu provedeného v Americe v roce 2013 věřilo bankám pouze 26 % jejich klientů hlavně z důvodu nedůvěry a nepřátelských bankovních praktik. CSR je jeden z důležitých aspektů, kterým lze výrazně zvýšit důvěru v bankovní sektor a ovlivnit budoucí růst instituce (Seibly, 2013).

Důraz na důležitost CSR v bankovním sektoru podporuje také průzkum CSR Branding survey. Spotřebitelé považují tyto aktivity nejdůležitější v sektoru zdravotní péče (88 %), na druhém místě je sektor finančních služeb (85%). Oproti tomu spotřebitelé považují tyto aktivity za rozvíjející se pouze z 35 %, což naznačuje jistý předpoklad ke zlepšení (Berland, 2010).

Do průzkumu z roku 2014 společnosti Ernst Young se zapojily banky ze 43 zemí světa včetně České republiky a jejich 32 tisíc klientů. Výsledky naznačují, že důvěra celosvětově od roku 2008 narostla u 33 % klientů bank, naopak u 19 % klesla. V České republice důvěra rostla o 13 %, klesala o pouhých 11 %. (bankovnípoplatky.com, 2014)

Přestože banky mají menší přímý dopad na životní prostředí než podniky v jiných sektorech, jejich nepřímý vliv na životní prostředí a sociální odpovědnost roste s poskytováním úvěrů společnostem, které znečišťují životní prostředí, produkuje nebezpečné výrobky nebo porušují lidská práva (Idowu, Filho, 2009). To potvrzuje také Lentner a kol. (2015), že banky musí sledovat především dopady jejich půjček a aktivit, kterými mohou nepřímo ovlivnit společnost.

Banky by měly upřednostňovat investice a s nimi spojené úvěry, které nebudou negativně ovlivňovat životní prostředí či pracovní podmínky. I když si to řada bankovních institucí neuvědomuje, jejich význam je v tomto směru obrovský (Abou-El-Fotouh, 2011).

V rámci ekonomické odpovědnosti se banky snaží o finanční inovace, které zahrnují nové příležitosti, produkty a způsoby řízení rizik. Tyto inovace mají za následek spokojené zákazníky a růst ziskovosti a profitu. Právní odpovědností je myšlena regulace, která má za cíl minimalizovat riziko a zajistit bezpečnost a důvěru ve finanční systém. Etické normy mohou být interpretovány prostřednictvím individuálního svědomí a zahrnují základní principy poctivosti a upřímnosti v bankovním sektoru (Decker, Sale, 2009). Studie Yeunga (2011) naznačila, že banka musí řídit rizika, podporovat podnikatelskou etiku prostřednictvím interního řízení lidí a procesů, chránit práva zákazníků a koordinovat současný stav hospodářského cyklu ve prospěch zúčastněných stran.

Následující matice zobrazuje bankovní a CSR aktivity ve vztahu k typickým oblastem bankovního sektoru.

CSR aktivity	integrace do podnikání	rozvoj finanční gramotnosti, finanční vzdělávání, odpovědné půjčky, spravedlivé finanční služby	podpora znevýhodněných klientů (sociální podniky, financování ochrany životního prostředí), boj proti praní špinavých peněz a korupci
	bez integrace	dobrovolnictví (podpora soc. skupin, místních komunit, sportu a nevládních organizací)	podpora znevýhodněných osob, poskytování pracovních míst, vhodné pracovní podmínky, rovné příležitosti
		Bankovní aktivity	

Obrázek 2 Matice bankovní a CSR aktivity

Zdroj: (Lentner, Szegedi, Tatay, 2015)

Bankovní činnost je posuzována z hlediska bilanční sumy, zatímco činnost CSR ukazuje, jak banka integruje CSR iniciativy do svých podnikatelských aktivit. Pokud banka iniciuje rozvoj finančního vzdělávání s důrazem na odpovědnost například při půjčkách, často tím přichází o potenciálně nové klienty. Jedná se tedy o činnost přímo zasahující do podnikání. Naopak aktivity bez přímého zásahu do podnikání banky je například firemní dobrovolnictví nebo poskytování pracovních míst znevýhodněným osobám. Nejvýhodnější možností pro banku je využít maximálně CSR aktivity ve svůj prospěch a to podporou znevýhodněných klientů nebo financováním ochrany životního prostředí.

Ve studii Simsona a Kohera (2002) bylo dokázáno, že je silný pozitivní vztah mezi CSR a finanční výkonností v bankovním sektoru. Nad náklady na CSR převažuje růst produktivity a zlepšení finančních ukazatelů. Autoři považují toto zlepšení jako důsledek angažovanosti v CSR.

Tento vztah potvrzují i další studie, například výsledky Cruze (2009) ukazují, že investice do sociální odpovědnosti jsou schopny zvyšování zisku, snižování rizika a snižování negativních dopadů na životní prostředí. Umožňuje společnostem snadnější přístup ke kapitálu a novým trhům.

2.5.2 CSR v bankovních institucích v České republice

V České republice měly banky v době krize podle tehdejšího guvernéra České národní banky Miroslava Singera zásadní výhodu. Krize totiž náš bankovní sektor nezasáhla tolik, jako tomu bylo v okolních zemích, což bylo způsobeno opatrnější hypoteční politikou. Banky tak v době krize nemusely významně zasahovat do množství prostředků, které poskytovaly na CSR aktivity (Kvasničková Stanislavská, 2012). Z nejaktuálnějšího výzkumu z dubna 2017 agentury IPSOS jednoznačně vyplývá, že od minulého roku vzrostl u lidí zájem o společenskou odpovědnost, v současné době si 35 % respondentů ihned vybavilo nějakou společensky odpovědnou firmu, v minulém roce to bylo o 11 procentních bodů nižší číslo. Odpovědi na otázku, jakou oblast by měli společnosti co nejvíce podporovat, jsou znázorněny v následujícím obrázku.



Obrázek 3 Vnímání společenské odpovědnosti

zdroj: Ipsos, 2017

Chování k vlastním zaměstnancům je v očích Čechů dlouhodobě na prvním místě, následováno ochranou životního prostředí. Zajímavostí je vzdělávání, které je na třetím místě, protože v roce minulém byla až na místě osmém. Právě vzdělávání tedy u české populace narostla na důležitosti. Podle tohoto výzkumu dále vyplynulo, že firmy by měly dopad svých CSR projektů směřovat prioritně do České republiky, a ne se tolik zabývat celosvětovými problémy (ipsos.cz, 2017).

2.5.3 CSR a finanční výkonnost

V předchozí kapitole bylo uvedeno, že jedním z hlavních motivů podniku je si za pomocí CSR aktivit odečíst odčitatelné položky od základu daně a tím si snížit daňovou povinnost. Naskýtá se ale i odlišný pohled, podle kterého banka může za pomocí CSR aktivit získat nové klienty a udržovat klienty stávající. Tím se zvyšuje

celkový kredit a image banky a s tím roste i finanční výkonnost. Následující tabulka zobrazuje empirické výzkumy, které v minulosti zkoumaly vazbu mezi sociální odpovědností a finanční výkonností podniků.

Tabulka 1 CSR a finanční výkonnost

Autoři	Výzkumný vzorek	Období	Výsledky
Soana (2011)	21 mezinárodních bank	2005	Nevýznamné
Wu a Shen (2013)	162 bank ve 22 zemích	2003-2009	Pozitivní
Jo, Kim a Park (2015)	Subjekty finančního sektoru ve 29 zemích	2002-2011	Pozitivní
Wu a Shen (2016)	65 bank v 18 zemích	2000-2009	Pozitivní

Zdroj: vlastní zpracování

Soana (2011) se pokusila o analýzu 21 mezinárodních bank, které v roce 2005 byly hodnoceny několika agenturami. Tato analýza nepotvrdila existenci významného vztahu mezi CSR a finanční výkonností. Wu a Shen (2013) tvrdí, že zapojení CSR aktivit do strategie podniku vede dlouhodobě k lepším finančním výsledkům, což vede k rozdílným závěrům oproti předchozí studii. Tento výzkum zahrnoval 162 bank ve 22 zemích. Pozitivní vliv CSR aktivit byl zaznamenán vzhledem k ukazatelům ROA a ROE.

Velmi obsáhlý výzkum v této oblasti provedli Jo, Kim a Park (2015). Výzkum zahrnoval celou škálu společností z různých odvětví finančních služeb (banky, společnosti zabývající se obchodem s cennými papíry nebo pojišťovny). Výsledky ukazují, že růst nákladů na CSR aktivity má krátkodobý negativní dopad na ROA, avšak z dlouhodobého hlediska tyto rostoucí náklady pokryjí zvýšené příjmy. Důvodem těchto příjmů je rostoucí pověst a snížené regulační riziko. Pozitivně se CSR aktivity promítnou i do nákladů, přesněji do nižších nákladů na kapitál. Podporu těmto výsledkům potvrzuje poslední z uvedených výzkumů, kterým autoři Wu a Shen (2016) navázali na jejich výsledky z roku 2013. Jejich nový výzkum byl rozsáhlejší, využili řadu metod pro srovnání bank s cílem identifikovat statisticky identické banky a analyzovat efekty CSR použitím metody nejmenších čtverců. Podle získaných výsledků se ve většině zkoumaných kritérií ukázalo, že zapojení do CSR aktivit má pozitivní souvislost s různými měřítky výkonnosti, které již byly zmíněny. Autoři ale také identifikovali, že významně klesl poměr nesplácených úvěrů, což naznačuje příznivý dopad CSR.

Z předložených výzkumů lze konstatovat, že CSR aktivity nezvýší okamžitou ziskovost, ale v dlouhodobém horizontu ano. Firmy, které investují do CSR proto

musí vyvažovat krátkodobé finanční cíle s dlouhodobě udržitelným budováním firemní značky.

3 Vlastní práce

3.1 Metodika

Diplomová práce bude rozdělena do dvou částí, a to na přehled literatury a vlastní práci. Literární přehled bude zpracován z české a zahraniční literatury a vědeckých článků. Přehled se bude zaměřovat na prohloubení teoretických znalostí o společenské odpovědnosti, její implementaci, výhody a nevýhody.

Nejdůležitějším podkladem pro hodnocení společenské odpovědnosti bank v České republice (Česká spořitelna, Československá obchodní banka, Komerční banka) budou informace a zápisy z kvalitativních výzkumů. Dotazník bude sestaven dle metodiky KORP. Jednotlivé pilíře společenské odpovědnosti budou rozděleny na subkritéria a sestaveny otázky, kterými by se měla společnost v daném subkritériu zabývat. Odpovědi na tyto otázky budou dohledány ve výročních zprávách daných společností, směrnících, vyhláškách, na webových stránkách, nebo doplněny formou polostrukturovaného rozhovoru se zástupcem společnosti. U každého subkritéria předpokladů a výsledků bude uvedena skupina témat či oblastí, kterými je potřeba se v tomto subkritériu zabývat. Skupiny těchto témat jsou zmíněny v příloze. Některý z předpokladů či výsledků bude vynechán z důvodu nerelevantnosti, konkrétně se jedná o environmentální dopady výstupů, jelikož hodnocené společnosti nejsou výrobní podniky.

V následující tabulce číslo 2 je panel předpokladů. V panelu předpokladů je využíván cyklus PDCA. Je k dispozici stobodová stupnice, která umožňuje blíže specifikovat stupeň implementace subkritéria. Je posuzováno, jak jsou požadavky jednotlivých témat daného subkritéria v organizaci naplňovány dle definic jednotlivých fází cyklu Plan – Do – Check – Act. Součtem bodů všech čtyř fází a následným dělením čtyřmi lze získat počet dosažených bodů z celkového počtu 100 pro každé subkritérium předpokladů.

Tabulka 2 Panel předpokladů

	Stupnice	0-10	11-30	31-50	51-70	71-90	91-100
Fáze		Žádné důkazy nebo pouze představy	Některé nepřesvědčivé důkazy	Několik důkazů týkajících se relevantních oblastí	Přesvědčivé důkazy týkající se většiny oblastí	Velmi přesvědčivé důkazy týkající se většiny oblastí	Excelentní oblasti týkající se všech oblastí
Plan	Plánování vychází z potřeb a představ zainteresovaných stran, provádí se pravidelně						
Do	Realizace je řízena pomocí definovaných procesů a pravidelně je rozšiřována						
Check	Definované procesy jsou v útvarech monitorovány a přezkoumávány						
Act	Po obdržení výsledku kontroly se realizují činnosti zaměřené na nápravu						

zdroj: Plášková, Ryšánek (2013)

V panelu výsledků, který lze vidět v následující tabulce číslo 3 je posuzováno, jak se trendy výsledků organizace v jednotlivých subkritériích vyvíjely během posledních tří let a zda stanovené cíle byly plněny.

Tabulka 3 Panel výsledků

Stupnice	0-10	11-30	31-50	51-70	71-90	91-100
TRENDY	Žádné měření	Negativní trend	Stabilní trend nebo mírný pokrok	Rostoucí trend	Značný pokrok	Pozitivní srovnání všech výsledků s dalšími organizacemi
CÍLE	Žádné nebo nepodložené informace	Výsledky nesplňují stanovené cíle	Splněno několik stanovených cílů	Splněna většina stanovených cílů	Splněny všechny stanovené cíle	Všechny cíle splněny v porovnání s dalšími organizacemi

zdroj: Plášková, Ryšánek (2013)

Bodování se provádí v panelech výsledků a předpokladů. Každé subkritérium může být ohodnoceno maximálně 100 body. Váha subkritérií je stejná. Systém výpočtu bude proveden dle uvedeného vzorce.

$$\text{Celkový počet bodů} = (\Sigma BI + \Sigma BII) / (\Sigma KrP + \Sigma KrV)$$

- ΣKrP ... Počet bodovaných kritérií v panelu předpoklady

- ΣKrV ... Počet bodovaných kritérií v panelu výsledky

- ΣBI ... Součet bodů jednotlivých bodovaných kritérií (ΣKrP) v panelu předpoklady

- ΣBII ... Součet bodů jednotlivých bodovaných kritérií (ΣKrV) v panelu výsledky

Kvantitativní výzkum bude zpracován formou dotazníkového šetření, jehož cílem bude zjistit, jak se liší vnímání společenské odpovědnosti bank a zapojování do veřejně prospěšných činností dle věku, pohlaví a příjmu respondentů. Dotazník bude vytvořený v elektronické podobě, pomocí serveru VypInTo.cz. Odpovědi budou získány od klientů na pobočkách jednotlivých bank. Před zveřejněním dotazníku proběhne pilotáž s respondenty z uvedených věkových kategorií, aby bylo zajištěno porozumění všem otázkám.

Jako vzorek respondentů budou vybráni dospělí lidé ve věku od 18 let. Respondenti budou segmentováni dle věku a příjmu. Po rozhovoru se zástupcem banky používají banky nejčastěji segmentaci dle příjmu, což lze vidět v následující tabulce.

Tabulka 4 Segmentace dle příjmu

Skupina	Příjem	Znaky
C	0 – 20 000	Nízké obraty na účtu, nízká depozita, účet pouze pro zasílání mzdy a bezhotovostní převody
B	20 001 – 40 000	Pravidelné příjmy a úspory do výše jednoho milionu Kč, potenciál prodeje úvěrových a investičních produktů, pravidelná péče o tyto klienty
A	40 001 a více	Zůstatek nad jeden milion Kč, věnován osobní přístup, velký potenciál pro banku

zdroj: vlastní zpracování

Dotazníkového šetření se zúčastní pouze respondenti s osobním účtem starší 18 let. Respondenti do 18 let nebyli v dotazníku uvažováni, protože smlouvy o založení osobního účtu podepisují jejich zákonní zástupci a nelze je zařadit ani do jedné z výše uvedených skupin, protože osobní účet je spíše způsob, jak se naučit hospodařit s penězi, obraty na účtu jsou zcela zanedbatelné. Rozložení věkových skupin je zobrazeno v následující tabulce.

Tabulka 5 Segmentace dle věku

Věk	Znaky
18 - 25	Studenti nebo zaměstnaní převážně s nižšími příjmy, tento věk je typický pro zakládání běžných účtů
26 - 45	Nejprogresivnější věková skupina z hlediska příjmů, vysoká úroveň spotřeby (hypotéky, úvěry, investice)
46 - 65	Nejvyšší úroveň příjmů, klienti začínají využívat penzijní spoření a životní pojištění
66 a více	Snížení výdajů i příjmů, potřeba finančních produktů závislá na zdravotním stavu a příjmu

zdroj: vlastní zpracování

Odpovědi z dotazníkového šetření budou statisticky zpracované v programu MS Excel. Hypotézy budou testovány pomocí chí-kvadrát testu nezávislosti dvou proměnných, které budou uspořádané do kontingenční tabulky. Podle vypočítané p-hodnoty bude rozhodnuto o zamítnutí H_0 . Když bude p-hodnota menší než stanovená hladina významnosti 5 %, lze zamítnout hypotézu H_0 o nezávislosti. Chí kvadrát bude vypočítán podle vztahu

$$\chi^2 = \sum_{i=1}^k \sum_{j=1}^l \frac{(n_{ij} - n'_{ij})^2}{n'_{ij}}$$

Dále bude odvozen Pearsonův koeficient kontingence, který udává sílu závislosti a může nabývat hodnot mezi 0 a 1. Čím vyšší je výsledná hodnota, tím je závislost vyšší. Pearsonův koeficient kontingence lze vypočítat podle vztahu

$$P = \sqrt{\frac{\chi^2}{\chi^2 + n}}$$

Proměnná n je skutečná početnost, n' je očekávaná početnost, index i je řádkový a j je sloupcový index kontingenční tabulky (Foret, M., a kol. 2006).

V práci budou testovány následující hypotézy o nezávislosti:

1. H_0 : Vnímání důležitosti společensky odpovědného chování bank není závislé na věku klientů.
2. H_0 : Míra zapojení do veřejné sbírky nebo dobrovolnické činnosti není závislá na pohlaví.
3. H_0 : Neexistuje vztah mezi příjmem klienta a faktory ovlivňujícího klienta při výběru banky.

3.2 Kvalitativní výzkum

3.2.1 Česká spořitelna

Česká spořitelna je největší českou bankou podle počtu klientů. Je součástí rakouské skupiny Erste Group operující ve střední a východní Evropě. Do obchodního rejstříku byla zapsána 30. prosince 1991 se základním kapitálem 15,2 miliardy Kč. V grafu lze vidět klesající trend počtu klientů od roku 2014. K 31.12 2017 to bylo 4,68 milionu klientů. Klesající počet je způsoben především konkurenčním tlakem na českém bankovním trhu. To lze vidět v období 2014-2015, kdy je propad největší. V tomto období postupně vstupovaly na tento trh Air Bank či Equa Bank, ke kterým stabilním tempem každý rok odchází klienti České spořitelny. Zisk banky v roce 2017 činil 14,6 miliardy Kč, což je pokles o 6 % oproti roku 2016 (csas.cz). Česká spořitelna se může pyšnit řadou prestižních ocenění. Získala třetí místo ve výzkumu Nejlepší banka 2017, její produkt Půjčka bez papíru si v kategorii Bankovní inovátor odnesla stříbro. Dalším významným oceněním je soutěž Zlatá koruna. Zde získala první místo za hypotéky a také za společenskou odpovědnost. V červenci 2017 získala evropské prestižní ocenění Euromoney Awards for Excellence v kategorii nejlepší banka v České republice (csas.cz).

- **Ekonomický pilíř**

Organizační zabezpečení

Společnost Česká spořitelna uplatňuje koncept společenské odpovědnosti od roku 2004. Od tohoto roku usiluje o všeobecné zdokonalení standardů správy a řízení společnosti na principech Organizace pro ekonomickou spolupráci a rozvoj (OECD). Společnost musí splňovat náročné politické, ekonomické a legislativní podmínky. Vlastní standardy vydává ČS v Kodexu bankovních služeb. Jsou zde zahrnuty především informace v rámci obchodních podmínek, sazebníků, řešení sporů a práv klientů ve vztahu k bance. Nadaci České spořitelny a Nadaci Depositum Bonum řídí celkem 6 zaměstnanců a jeden ředitel pro CSR. Dalších 30 zaměstnanců se stará o regionální centra a pracují na PR aktivitách.

Do zájmových skupin společnosti patří především zaměstnanci, členové místní komunity, kterým záleží na okolním životním prostředí, dále orgány místní správy, podnikatelé, školy nebo lékaři. Práva zainteresovaných stran jsou zakotvena v zákonech, například v pracovním právu apod. Příkladem komunikace, nebo spíše participaci na rozhodování může být zastoupení zaměstnanců v dozorčí radě nebo akcie nabízené zaměstnancům za zvýhodněných podmínek. Pro komunikaci s řediteli jednotlivých středisek mohou zaměstnanci využít „open line“, což je otevřená linka, kde mohou zaměstnanci 3 krát ročně vyslovit své názory. Často se konají neformální setkání s vedením, například setkání při snídani. Jde o doplněk ke zmiňované open line. V rámci komunity využívá společnost krátkých dotazníkových šetření, kdy se zajímá především o to, co by lidé chtěli změnit v rámci chování banky, o jaké společenské projekty se lidé zajímají a podobně.

Nejpodrobnější informace o aktivitách v rámci společenské odpovědnosti ČS lze vyhledat ve výročních zprávách. Podstatné informace jsou dále zveřejňovány na webových stránkách ČS, případně na specializované stránce mapa-csr.cz orientující se na všechny společensky odpovědné aktivity.

	Předpoklady				
	Plan	Do	Check	Act	Body
Organizační zabezpečení (EM1)	20	80	50	0	37,5

Subkritérium Organizační zabezpečení v části předpoklady je ve fázi Plan ohodnoceno, protože společnost plánuje dle výroční zprávy i nadále čerpat podněty od zainteresovaných stran a ty následně využívat k tvorbě projektů. Fáze Do je hodnocena největším počtem bodů, protože zahrnuje ustanovení týmu pro CSR, tvorbu CSR zpráv a jejich reporting. Dále pak definování klíčových skupin. V následující fázi Check se poté nacházejí dotazníková šetření a auditování zprávy o CSR, což společnost provádí interním auditem.

Ekonomická výkonnost

Jádrem strategie společnosti je zákazník a jeho spokojenost. To do jisté míry souvisí s ekonomickým pilířem. Spokojenost těchto zákazníků má přímý vliv na ekonomické výsledky společnosti, jelikož neodcházejí k jiným subjektům. Podle společnosti je obtížné kvantifikovat, jaké jsou přímé pozitivní finanční důsledky. To znamená, kolik klientů udrží nebo získá z jiné společnosti díky zapojení společensky odpovědných aktivit do strategie. Naproti tomu negativní finanční důsledky jsou lépe kvantifikované, protože se jedná o rozpočet, respektive jeho část, která je vyčleněna pro společensky odpovědné aktivity. V minulých letech se celková částka vydaná na tyto aktivity pohybovala vždy mezi 70 a 80 miliony korun ročně. Bohužel, podrobnější financování aktivit, například procentuální zastoupení jednotlivých činností odmítla Česká spořitelna poskytnout z interních důvodů.

Řízení rizik má v kompetenci 5členný výbor společnosti. Výbor pro rizika patří k výborům dozorčí rady. Tento výbor má poradenskou a kontrolní funkci pro přístup k rizikům, především při stanovení úvěrové politiky a úvěrového portfolia. Cílem strategie řízení rizik České spořitelny je dosáhnout vyváženého poměru mezi výnosy za účelem dosažení trvale udržitelné návratnosti vlastního kapitálu. Mezi klíčová rizika řadí společnost úvěrové riziko a riziko likvidity.

Metodika řízení úvěrových rizik popisuje principy týkající se identifikace a monitorování úvěrového rizika. Obsahuje základní pravidla poskytování úvěrů. Banka také reagovala na globální krizi, která byla způsobena úvěrovým rizikem, a proto do svých procesů implementovala SaS enterprise Miner, který efektivněji zpracovává velké množství dat. Česká pojišťovna se díky těmto propracovaným IT systémům a efektivním procesům řadí ke špičce z pohledu rychlosti schvalování úvěrů.

Do ekonomické výkonnosti se řadí také plánování veřejně prospěšných aktivit. Společnost věnovala skrze Nadace v minulém roce 76 milionů korun. První je Nadace České spořitelny, která se soustředí na aktivní život seniorů, prevenci a léčbu drogové závislosti, péči o lidi s mentálním postižením a vzdělávací programy. Druhou je Nadace Depositum Bonum, jež je největší nadací v České republice. Ta se primárně soustředí na vzdělávání, oblast vědy, výzkumu a vývoje. Například projekt Elixír do škol, který podporuje výuku technických a přírodovědných oborů na základních a středních školách. Lze také jmenovat projekt Učitel naživo, který zahrnuje 770 hodinový výcvik pro budoucí učitele. Tyto projekty jsou plánovány v návaznosti na rozpočet, který společnost každým rokem na tyto aktivity vymezuje a snaží se zvyšovat.

	Předpoklady					Výsledky		
	Plan	Do	Check	Act	Body	Trendy	Cíle	Body
Ekonomická výkonnost (EM2)	0	90	50	20	40	50	0	25

Subkritérium je hodnoceno ve fázi Do, jelikož se společnost v současné době věnuje mnohým prospěšným aktivitám, do kterých investuje vysokou částku, řídí rizika a sleduje ekonomickou aktivitu. Pozitivně se do hodnocení promítl i nově zavedený IT systém sloužící k řízení rizik. Fáze Check je také ohodnocena, protože společnost má vytvořené kontrolní mechanismy a provádí interní audity, kterými přezkoumává ekonomické ukazatele a rizika. Společnost reaguje na změny a snaží se přizpůsobit. Například zavedením výše zmíněného IT systému SaS nebo sestavením speciálního týmu řídicího rizika

V části výsledky jsou hodnoceny Trendy jako stabilní. To je odůvodněno ekonomickým přehledem na konci výročních zpráv, kde jsou k dispozici ekonomické výsledky společnosti. Dále stabilní výší částky, kterou společnost vynakládá na tyto aktivity. Cíle si v této oblasti společnost nestanovila, a tedy nemohou být posouzeny.

Přímé a nepřímé ekonomické vlivy na komunitu

Rozvoj komunity je pro Českou spořitelnu jeden z pilířů společenské odpovědnosti. Aktivity společnosti se odvíjí od očekávání především klientů a zaměstnanců, ale do místní komunity spadají i další skupiny. Pro každou z těchto skupin se snaží společnost iniciovat řadu projektů, které pomohou k rozvoji dané komunity. Společnost považuje podporu vzdělanosti a dodržování etických hodnot za podmínky rozvoje celé společnosti a proto se skrze nadační program Dnešní finanční svět snaží vzdělávat své klienty i zaměstnance v oblasti finanční. Klienti mají možnost získat cenné informace v oblasti úvěrové odpovědnosti díky Poradně při finanční tísni, kdy během 4 let společnost iniciovala zřízení 10 poboček po České republice.

Za tuto dobu pomohla poradna více než 70 tisícům lidí. K různým námětům nebo stížnostem mohou klienti využít ombudsmana České spořitelny.

Nadace efektivně a dlouhodobě pomáhá i dalším skupinám při řešení závažných společenských témat, například boj s drogovou závislostí a pomoc lidem s mentálním postižením. Zasazuje se o rozvoj komunit a životního prostředí.

Ve společnosti bylo 31.12 2016 zaměstnáno 10 171 zaměstnanců. Plánování zaměstnanců a jejich nábor probíhá na více úrovních. Mezi největší skupinu nově přijatých zaměstnanců patří studenti a absolventi středních a vysokých škol. Tito uchazeči jsou oslovováni na veletrzích práce a pomocí kampaní, které cílí na studentské stáže. Na konci roku 2016 společnost reagovala na nedostatek zaměstnanců a zahájila marketingovou kampaň Velká banka, velké možnosti. Kampaň se soustředí na klíčové oblasti, kde společnost tyto zaměstnance postrádá. Jedná se především o kariéru v IT, na pobočce, v klientském servisu a příležitostí pro studenty.

	Předpoklady					Výsledky		
	Plan	Do	Check	Act	Body	Trendy	Cíle	Body
Přímé a nepřímé ekonomické vlivy (EM3)	0	70	0	0	17,5	50	60	55

V části Předpoklady je hodnocena fáze Do je za podporu finančního vzdělávání, což vychází z potřeb zainteresovaných stran. Dále lze zahrnout pomoc hendikepovaným lidem. Je zde zcela pozitivní vliv na komunitu. Chybí zde ale například program na podporu seniorů či paliativní péče.

V části Výsledky je hodnocen rostoucí Trend v oblasti finanční gramotnosti, což potvrzuje i nedávný výzkum České bankovní asociace (2018). Společnost hodnocena za část Cíle, jelikož součástí výročních zpráv je zhodnocení naplnění cílů a stanoveny cíle na příští období. Jedná se například o cíl projektu Banka bez bariér nebo větší propojení škol a firem.

- **Sociální pilíř**

Lidská práva

Česká spořitelna a celá finanční skupina má vlastní Etický kodex zaměstnanců. Jeho obsah v podstatě rozšiřuje kodex České bankovní asociace, v naplňování a požadavcích na jednotlivé zaměstnance jde však mnohem dál. Pro efektivnější řízení vznikl poradce v otázkách Etického kodexu – Manažer pro etiku. Ten dohlíží na aktivity spojené s etikou a pomáhá při konfliktech. Etický kodex zaměstnanců zahrnuje normy chování a principy, kterými se řídí. První částí kodexu je Kodex bankovních služeb, další částí je Corporate Governance, která se zabývá zdokonalením standardů správy a řízení společnosti. Třetí částí má pod záštitou oddělení Compliance, které zajišťuje soulad vnitřních předpisů banky s platnými legislativními a regulatorními požadavky. Poslední částí kodexu je politika otevřenosti a transparentnosti, jejichž hlavním úkolem je seznamovat veřejnost s dosaženými obchodními a finančními výsledky společnosti. Etický audit probíhá v rámci interního auditu, který provádí jeden z Výborů dozorčí rady společně se zmiňovaným manažerem pro etiku.

Česká spořitelna vytvořila interní program Diversitas, který zabezpečuje rovné příležitosti žen a mužů, ulehčuje návrat zpět do zaměstnání matkám z rodičovské dovolené a snižuje mzdové rozdíly na stejné pozici. Tento program funguje jako antidiskriminační opatření.

	Předpoklady					Výsledky		
	Plan	Do	Check	Act	Body	Trendy	Cíle	Body
Lidská práva (SO1)	0	90	60	0	37,5	60	0	30

Společnost je hodnocena v části Předpoklady ve fázi Do za zavedení etického kodexu. Do hodnocení se promítá rozsah kodexu. Tato fáze je hodnocena také za program Diversitas. Ve fázi Check je společnost hodnocena za monitorování dodržování kodexu interním auditem a zavedením pozice manažera pro etiku. Naopak fáze Act není hodnocena, protože není zřejmé, jak se konkrétně společnost staví ke vzniklým problémům při porušení etického kodexu, a tedy chybí vedení evidence stížností.

V části Výsledky je společnost hodnocena v oblasti Trendů za trendy v rámci kontroly dodržování etického kodexu a průběžného proškolení všech zaměstnanců. V minulosti nebyly stanoveny v této oblasti konkrétní Cíle, a proto nemohou být hodnoceny.

Komunita, korupce a shoda s legislativou

Společnost se snaží udržovat kontakt s komunitou v obou směrech. Nejenom, že sama informuje veřejnost o své činnosti, ale snaží se i pravidelně získávat informace právě od komunity, a to například výzkumem spokojenosti zákazníků či jejich vnímání společensky odpovědných aktivit.

Žádný konkrétní protikorupční program či opatření není ve společnosti zaveden. Obecně je protikorupční politika zahrnuta v etickém kodexu, konkrétně v oblasti transparentnosti. Shodu s legislativou a soulad vnitřních předpisů společnosti s regulatorními požadavky zajišťuje oddělení Compliance, které tvoří týmy právníků a profesionálních úředníků, jež se zabývají kontrolou plnění stanovených pravidel. V této oblasti dále probíhá pravidelné školení zaměstnanců.

	Předpoklady					Výsledky		
	Plan	Do	Check	Act	Body	Trendy	Cíle	Body
Komunita, korupce a shoda s legislativou (SO2)	0	40	50	0	22,5	40	0	20

Hodnocení je provedeno ve fázi Do za obecně zahrnutou protikorupční politiku v etickém kodexu, která ale není podrobně rozpracována. Fáze Check je ohodnocena za zajištění regulatorních požadavků a kontrolu pravidel.

V části Výsledků jsou hodnoceny Trendy za průběžné vzdělávání zaměstnanců v oblasti korupce. Nejsou ale k dispozici konkrétní opatření proti korupci. Cíle nemohou být hodnoceny pro nedostatek informací.

Zaměstnávání a přiměřená práce

Ve společnosti je v současné době zaměstnáno 10 171 zaměstnanců. Plánování zaměstnanců probíhá na více úrovních. Konkrétní plány jsou součástí interních dokumentů, které společnost nezveřejňuje.

Ve společnosti funguje interní program Rovné příležitosti na podporu zaměstnávání osob se zdravotním postižením. V současné době je to přes 1% ze všech zaměstnanců, společnost považuje toto číslo za nízké a v budoucnu předpokládá jeho růst. Tento program dále zajišťuje komplexní péči o zaměstnance, definované přístupy k jejich náboru a dalšímu vzdělávání, sladování osobního a profesního života a v neposlední řadě zmírnění nerovnosti v počtu mužů a žen na manažerských pozicích. Při výběru pracovníků společnost nepřihlíží na věk ani rasu, žádaná členitost zaměstnanců je zajišťována skrze program Diversitas. Tento komplexní program umožňuje zapojení žen v několika talentových a rozvojových programech. Dále se snaží o sbližování generací svých zaměstnanců skrz tzv. reverse mentoring. Součástí tohoto programu je také skutečnost, že se společnost snaží usnadnit návrat zaměstnanců po rodičovské dovolené a podporuje flexibilní

formu práce. Společnost ale připouští, že na určité pracovní pozice jsou vhodnější ženy a na jiné zase muži, proto na tuto skutečnost může být přihlíženo. V roce 2015 se společnost stala vítězem soutěže Gender Studies firma roku. Evidenci stížností zaměstnanců vede personální oddělení.

Od roku 2013 má společnost program volitelných zaměstnaneckých výhod Cafeteria, kde zaměstnanci získávají zvýhodněné finanční produkty a přidělené body, za které mohou směnit benefity například wellness, fitness, dovolenou apod. Dále společnost nabízí 5 dnů volna bez udání důvodu, příspěvky na životní a penzijní pojištění, samozřejmostí jsou podle společnosti stravenky a zvýhodněné produkty České spořitelny.

Zaměstnanci společnosti rozvíjí svůj potenciál pomocí workshopů a odborných školení, obvyklá je také spolupráce s interními kouči. Společnost dále pořádá neformální s inspirativními osobnostmi, stáže a rotace na pracovištích. Zajímavostí je reverzní mentoring, kdy mladí předávají zkušenosti svým starším kolegům. Důvodem je odkrytí odlišného úhlu pohledu na věc.

	Předpoklady					Výsledky		
	Plan	Do	Check	Act	Body	Trendy	Cíle	Body
Zaměstnanci a přiměřená práce (SO3)	30	90	50	0	40	60	0	30

V části Předpoklady je hodnocena fáze Plan za ne zcela konkrétní plány společnosti v oblasti hendikepovaných zaměstnanců. Fáze Do je také hodnocena, protože společnost se věnuje většině témat. Je implementována vhodná personální politika, motivační programy a především důkladně propracovaný systém vzdělávání zaměstnanců. Hodnoceny jsou také programy Diversitas a Rovné příležitosti. Fáze Check je hodnocena za participaci zaměstnanců na těchto tématech a jejich zpětná vazba skrze evidenci stížností.

Část Výsledků, konkrétně fáze Trendy je hodnocena jako stabilní za uspokojivou péči o své zaměstnance. Nutno zmínit také stabilní růst počtu zaměstnanců. Cíle nebyly v minulých obdobích stanoveny.

Ochrana spotřebitele

Společnost využívá pro měření spokojenosti klientů index CSI, který odráží spokojenost s produkty a službami. Společnost pravidelně využívá informace získané tímto měřením. V minulosti byly například zavedeny víkendové pobočky nebo se upravovala otevírací doba. Tento index spokojenosti se v minulosti pohyboval mezi 70 a 75 body, přičemž nejlepší světové banky, které tento index také využívají, se pohybují nad 80 body. Proto tyto výsledky banka hodnotí pozitivně.

Veškeré stížnosti a jejich registr má pod záštitou Ombudsman České spořitelny. Ten v minulém roce řešil celkem 3450 podání. Kromě řešení konkrétních stížností, námětů a především nesnází, do kterých se klienti dostali bez vlastního přičinění, ombudsman usiluje o využití informací získaných od klientů k tomu, aby se případné chyby neopakovaly.

	Předpoklady					Výsledky		
	Plan	Do	Check	Act	Body	Trendy	Cíle	Body
Ochrana spotřebitele (SO4)	0	80	60	60	50	50	0	25

Hodnocena je fáze Do za transparentní a věrohodné informace, což vychází z etického kodexu společnosti, a dále za přínos Ombudsmana. Fáze Check je ohodnocena měření spokojenosti klientů a fáze Act za efektivní využití získaných informací.

V části Výsledků jsou hodnoceny Trendy dle spokojenosti zákazníků, kterou si společnost měří. Výsledky jsou pro společnost pozitivní. Cíle nejsou hodnoceny pro nedostatek informací.

- **Enviromentální pilíř**

Personální zajištění ochrany životního prostředí

Udržitelnost životního prostředí je jedním ze základních pilířů strategie společenské odpovědnosti. Společnost spolupracuje s partnery, kteří se zabývají ochranou prostředí a také se sama podílí na udržitelném rozvoji. Byl sestaven speciální tým pracovníků – Energy Team, který pomáhá potenciálním investorům s realizací projektu výroby energie z obnovitelných zdrojů. Členové týmu se orientují v energetické legislativě upravující trh s energiemi a pomáhají financovat projekty větrných elektráren, bioplynových stanic nebo malých vodních elektráren.

Společnost podporuje zaměstnance v dojíždění do práce na kolech. Vybudovala několik parkovacích zón pro kola. Dále podporuje zaměstnance ve třídění odpadu na většině objektů pobočkové sítě. Od roku 2013 používá společnost pouze recyklovaný papír a od roku 2014 spustila pilotní provoz bezpapírové banky, která má za cíl snížit množství dokumentace a administrativní zátěž.

	Předpoklady					Výsledky		
	Plan	Do	Check	Act	Body	Trendy	Cíle	Body
Personální zajištění ochrany životního prostředí (EV1)	0	90	60	50	50	50	0	25

Subkritérium je hodnoceno ve fázi Do, protože se společnost velkou měrou podílí na ochraně životního prostředí, má sestavený speciální tým a podporuje konkrétní projekty, které jsou zmíněny výše. Ohodnocena je také fáze Check za důkladné sledování projektů speciálním týmem a implementaci změn.

V části Výsledků jsou hodnoceny Trendy jako stabilní především za projekt bezpapírové banky a další aktivity. Cíle nelze posoudit, protože si v minulosti společnost nestanovila v této oblasti žádné konkrétní cíle.

Shoda s legislativou

Ve společnosti fungují dva týmy, které kontrolují dodržování legislativních požadavků a jejich implementaci do vnitřních procesů firmy. Obecnější legislativu má pod záštitou oddělení Compliance, legislativu spojenou se životním prostředím pak Energy team. Veškeré aktivity jsou průběžně kontrolovány interním auditem. Tento tým pomáhá také ostatním podnikům s energetickou legislativou v rámci programu Top energy effect, který podporuje malé podniky s obratem do 60 milionů v oblasti energetického poradenství, dotacemi a úvěry pro úsporná opatření.

	Předpoklady					Výsledky		
	Plan	Do	Check	Act	Body	Trendy	Cíle	Body
Shoda s legislativou (EV2)	0	90	70	0	40	60	0	30

Hodnocena je část Předpokladů a její fáze Do za fungování speciálně vyčleněných pracovníků a oddělení pro začleňování legislativy. Dále je nutno zahrnout program v oblasti energetického poradenství. Fáze Check za důkladnou kontrolu aktivit souvisejících s životním prostředím a legislativou. Část Výsledků je hodnocena pouze v části Trendy, protože dle vyjádření společnost každoročně roste počet právnických osob využívajících program Top energy effect. Cíle nejsou hodnoceny pro nedostatek informací.

Dopady spotřeby energie a dalších zdrojů

V rámci projektu Chytré město pomáhá městům a firmám připravovat a financovat inovativní projekty, které vytváří z měst lepší a moderní místa k životu a tím ulehčuje i k životnímu prostředí. Tři čtvrtiny elektrické energie spotřebované v ČR pochází z obnovitelných zdrojů. V rámci pobočkové sítě a projektu Energetická liga se společnost soustředila i na snížení spotřeby energie v pobočkové síti. Jde o vytváření žebříčků s pořadím spotřeby energie. Chybí však aktivity v oblasti snižování spotřeby vody. Společnost se zaměřuje na meziroční vykazování a sledování vývoje uhlíkové stopy banky, a to jednotlivě za oblasti spotřeby papíru a spotřeby energií. V roce 2015 i 2016 se společnost stala vítězem v soutěži Zelená banka.

	Předpoklady					Výsledky		
	Plan	Do	Check	Act	Body	Trendy	Cíle	Body
Dopady spotřeby energie a dalších zdrojů (EV3)	0	90	50	0	32,5	60	0	30

Subkritérium je hodnoceno ve fázi Do za aktivity v oblasti úspory energie. Společnost se snaží motivovat své zaměstnance, aby usilovali o totéž a snažili se svým dílem přispět ke strategii společnosti v rámci společenské odpovědnosti. Fáze Check za sledování vývoje a dopadů činnosti banky na společnost.

V části Výsledky jsou hodnoceny Trendy za pozitivní vývoj v této oblasti od roku 2013, lze pozorovat rostoucí trend. Cíle společnosti nejsou konkrétně určeny.

Enviromentální dopady výroby a služeb

Společnost si v minulosti byla vědoma především vysoké administrativní zátěže a velké spotřeby papíru. A proto od roku 2013 používá společnost pouze recyklovaný papír, jehož proces výroby je certifikován dle ISO 9001 a 14001 a splňuje kritéria Eco-Management. Od roku 2014 podporuje projekt bezpapírové banky a s tím spojenou administrativní zátěž. Papír se snaží šetřit zavedením biometrického podepisování, uspoří tak cca 5,3 milionu papírových formulářů. V současné době banka téměř nepoužívá papírovou dokumentaci, papírové výpisy zasílá pouze na přání zákazníka za poplatek, protože nechce ustoupit ze své cesty digitalizace bankovníctví.

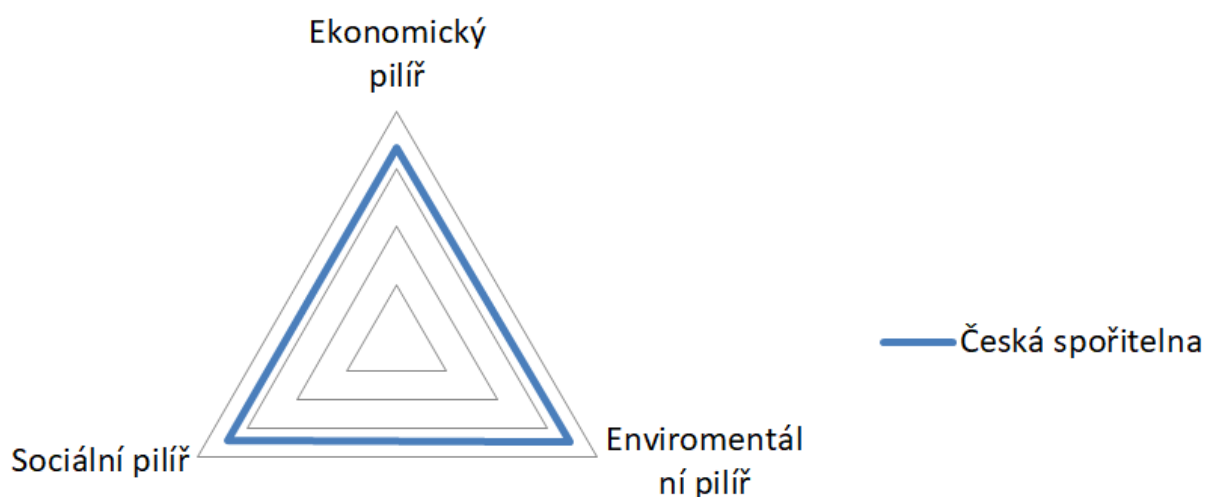
	Předpoklady					Výsledky		
	Plan	Do	Check	Act	Body	Trendy	Cíle	Body
Dopady výroby a služeb (EV4)	0	90	0	0	22,5	60	0	30

Část Předpoklady je hodnocena ve fázi Do za zmiňované aktivity. Především ISO certifikáty a digitalizaci bankovníctví. V části Výsledky jsou hodnoceny pozitivní Trendy v oblasti úspory papíru. Cíle nelze hodnotit z důvodu nedostatku informací.

Výsledky České spořitelny

Společnost dosáhla celkového hodnocení 34,2 bodu. Tento výsledek lze považovat za velmi dobrý, což potvrzuje i web bankovnípoplatky.com (2016), podle kterého hraje Česká spořitelna první ligu na poli společenské odpovědnosti, především ekologie.

Silnými stránkami společnosti je propracovaný systém řízení rizik a velké množství veřejně prospěšných projektů, což posiluje vztah veřejnosti a banky. Silnou stránkou je také samotný etický kodex, jenž je neustále monitorován. Společnost se neustále snaží hledat nové způsoby podpory životního prostředí a zapojení vlastních zaměstnanců do těchto projektů. Česká spořitelna dbá na dodržování lidských práv. Mezi zaměstnanci jsou muži, ženy, ale také zaměstnanci se zdravotním postižením, kterým se společnost snaží vytvořit rovné podmínky. Slabou stránkou je chybějící plán měření stanovených cílů. Aktivita společnosti nejsou vždy podloženy konkrétními cíli, což se promítlo i do hodnocení části Výsledků. Následující graf konkrétně zobrazuje zaměření společnosti na dané oblasti.



Obrázek 4 Výsledky České spořitelny
zdroj: vlastní zpracování

V oblasti ekonomické, která dopadla dle bodového hodnocení nejhůře, je doporučováno zaměřit se na ekonomickou výkonnost, konkrétně na plánování příjmů, výdajů a tržeb a v části organizačního zabezpečení se společnost nijak zásadně nezabývá tématy, jako je management dokumentů a záznamů. Společnost by se měla více zaměřit na podporu seniorů.

Nejsilnější oblastí je podle výsledku oblast sociální. Tato oblast je dostatečně podložena etickým kodexem, ze kterého je zřejmý a interně nastavený způsob chování společnosti vůči zaměstnancům a klientům. To vše je pod záštitou manažera

pro etiku, který na činnost dohlíží. V této oblasti by se dal vytknout pouze chybějící protikorupční program.

V oblasti environmentální dosáhla společnost uspokojivého výsledku. Do hodnocení se promítlo především výborné personální zajištění ochrany životního prostředí společně s řadou opatření, které mají pozitivní vliv na spotřebu elektrické energie a dalších zdrojů.

3.2.2 Československá obchodní banka

Československá obchodní banka patří do belgické skupiny KBC, která je od roku 2007 jejím jediným vlastníkem. Skupina ČSOB je tvořena bankou a společnostmi, s nimiž je banka propojena. Jedná se o Hypoteční banku, ČSOB Pojišťovnu, Penzijní společnost a Českomoravskou stavební spořitelnu. Základní kapitál je 5,8 miliardy Kč. K 31.12 2017 byl počet klientů 3,86 milionu. Zisk společnosti v roce 2017 byl 17,5 miliardy Kč, což je meziročně zvýšení o 15 % oproti roku 2016. Mezi nejvýznamnější ocenění banka řadí ocenění magazínem The Banker jako nejlepší banka v ČR 2017. Dále je to ocenění prvním místem Banka bez bariér a Hypotéka roku. (csob.cz)

- **Ekonomický pilíř**

Organizační zabezpečení

Filantropická podpora funguje v této společnosti již od 90. let minulého století, avšak ČSOB implementovala první strategii společenské odpovědnosti v roce 2006 a od tohoto roku se řídí směrnicí GRI, konkrétně verzí G4 Sustainability Reporting Guidelines. V centru pozornosti je spokojený klient a zaměstnanec. Prostřednictvím odpovědného přístupu k podnikání dále pečuje společnost o dobré vztahy s obchodními partnery a státními institucemi. Pro řízení společenské odpovědnosti využívá společnost 8členný tým, který se podílí na vyhledávání vhodných příležitostí, řízení projektů a zpracovávání zpráv. CSR aktivity jsou součástí výročních zpráv, společnost dále využívá krátké aktuality související s CSR na webových stránkách a každoročně vydává report o společenské odpovědnosti. V roce 2014 začala společnost pravidelně provádět interní průzkumy veřejného mínění s různou tematikou, za pomoci kterých žádá své klienty, dodavatele nebo zaměstnance o zpětnou vazbu.

	Předpoklady				
	Plan	Do	Check	Act	Body
Organizační zabezpečení (EM1)	20	80	40	10	40

Subkritérium je ohodnoceno ve fázi Plan, protože dle vyjádření společnosti plánuje rozšiřovat tým, který se zabývá CSR. Společnost se chce tak mnohem více dostat do povědomí lidí o své společensky odpovědné činnosti. Fáze Do je hodnocena za aktuální činnosti, především přehledně zpracované zprávy o společenské odpovědnosti, které jsou součástí výročních zpráv. Za průzkumy veřejného mínění je hod-

nocena fáze Check. Společnost výsledky těchto průzkumů zahrnuje do svého dalšího plánování, ale neuvádí konkrétní případy či přístupy, proto je hodnocena fáze Act nízkým počtem bodů.

Ekonomická výkonnost

Model řízení rizik a kapitálu je zavedený od roku 2011. Skupina řídí rizika a kapitál v procesu jeho průběžné identifikace, měření a sledování za použití systému stanovených limitů. Cílem řízení rizik a kapitálu je v úzké spolupráci s obchodními odděleními dosahovat rovnováhy mezi výnosy, není snahou rizika minimalizovat. Řízení rizik je centralizováno, nicméně každá z dceřiných společností má vlastní oddělení pro řízení a kontrolu rizik. Společnost je vystavena riziku úvěrovému, tržnímu riziku likvidity. Tržní riziko si nadále společnost dělí na riziko obchodního portfolia a investičního portfolia. Představenstvo společnosti určuje přijatelnou míru rizika a rámec, ve kterém se může společnost pohybovat. S pohybem nad rámec musí souhlasit Vrchní ředitel pro řízení rizik. Proces monitorování rizik je standardizovaný a transparentní, aby byla společnost schopna reagovat na rychlé změny. Ve společnosti fungují tři na sobě nezávislé úrovně řízení rizik. První úroveň tvořena řízením rizik v rámci obchodních útvarů, druhá úroveň zajišťována útvarem řízení rizik a Compliance a třetí úroveň zajišťována auditorem.

V roce 2016 společnost podpořila společensky odpovědné aktivity částkou 51 milionů korun. Zaměřuje se především na vzdělání v oblasti finanční gramotnosti a péči o seniory. Vliv těchto aktivit má dle společnosti pouze pozitivní nefinanční důsledky. Společnost si pravidelně provádí interní průzkumy, na základě kterých zjistila, že díky veřejně prospěšným projektům a zanesením odpovědného chování do strategie společnosti rostla prestiž banky v očích široké veřejnosti, zvyšovala se loajalita zaměstnanců a jejich povědomí o životním prostředí. Společnost dále podporuje vzdělávání finanční gramotnosti, což mělo dopad na úvěrové riziko.

	Předpoklady					Výsledky		
	Plan	Do	Check	Act	Body	Trendy	Cíle	Body
Ekonomická výkonnost (EM2)	0	90	50	10	37,5	50	0	25

Ekonomická výkonnost je hodnocena v části Předpoklady ve fázi Do, jelikož se společnost věnuje činnostem, které se vztahují k tomuto subkritériu. Jedná se o sledování rizik a příležitostí. Pozitivně se do hodnocení této fáze promítla vysoká finanční částka vynakládaná na veřejně prospěšné projekty. Fáze Check je hodnocena za kontrolní výbory, především výbor auditu, který přezkoumává ekonomickou výkonnost a vyhodnocuje rizika. Společnost vyhodnocuje průzkumy veřejného mínění a tyto výsledky zohledňuje při nabídce produktů a realizaci veřejně prospěšných projektů. Proto je hodnocena fáze Act, chybí ale konkrétní příklady.

Hodnocení v části Trendy je odůvodněno informacemi uvedenými ve Výroční zprávě roku 2016, kde jsou k dispozici ekonomické výsledky a je zde stabilní trend. Do hodnocení se promítla také stabilně vynakládaná částka na veřejně prospěšné aktivity v rozmezí 70 až 80 milionů. Cíle nejsou hodnoceny, protože nejsou k dispozici potřebné informace.

Přímé a nepřímé ekonomické vlivy na komunitu

Společnost reagovala v minulosti na klesající počty kandidátů reagujících na standardní inzerci. Výběh pro nábor nových pracovníků nebyl dostatečně široký pro to, aby na trhu práce našla přesně to, co hledá. Společnost se stala průkopníkem recruitment kampaní, což spočívá v definování komunikační strategie a oslovení širšího spektra potenciálních zaměstnanců. Celý proces náboru pracovníků má společnost rozdělen do 4 oblastí. Jedná se o počáteční selekci na základě CV, realizaci assessment centra a následně individuální pohovor. Úkolem uchazečů jsou často psychologické testy a obchodní pohovor. Společnost poskytuje studentské stáže, její snahou je si vychovat nové zaměstnance již v průběhu jejich studia. Podle společnosti je pak přechod do trvalého pracovního poměru mnohem jednodušší. Počet zaměstnanců na plné úvazky je k 31.12 2016 celkem 8 232.

Společnost se primárně zaměřuje na dva typy projektů. Dlouhodobě sleduje vývoj zadlužování české společnosti v kontrastu s úrovní finanční gramotnosti. Podporuje tak finanční poradny a neziskové organizace zaměřené na zvyšování finanční gramotnosti. Od roku 2016 funguje projekt Finanční vzdělávání pro školy, který je v tomto směru unikátem, neboť se ho účastní sami zaměstnanci ČSOB, kteří v roce 2016 odučili na patnácti středních školách 63 hodin finanční gramotnosti. Společnost se v budoucnu plánuje zaměřit i na další cílové skupiny, aktuálně se připravuje projekt na podporu finanční gramotnosti seniorů. Z údajů společnosti vyplývá, že 40% klientů je starších 60 let. Proto je druhým pilířem Longevity, čili dlouhověkost. V roce 2016 byla rozšířena spolupráce s Domovem Sue Ryder, což je nezisková organizace, která pomáhá seniorům v oblastech, jako jsou paliativní péče, legislativa, příspěvky na péči a jednání s úřady. Společnost poskytuje finanční dary dalším neziskovým organizacím, organizuje sbírky oblečení, zaměstnanci společnosti pomáhají v domovech pro seniory a účastní se dobrovolnických akcí. Dle člena představenstva ČSOB Marka Ditze plánuje společnost tyto aktivity s neziskovými organizacemi dále prohlubovat.

	Předpoklady					Výsledky		
	Plan	Do	Check	Act	Body	Trendy	Cíle	Body
Přímé a nepřímé vlivy na komunitu (EM3)	30	90	0	0	30	0	50	25

V části Předpoklady je hodnocena fáze Plan za mapování potřeb komunity, především seniorů a jejich finanční vzdělávání. Do fáze Do lze zahrnout aktuální veřejně prospěšné projekty, především v oblasti finanční gramotnosti, jehož se účastní sami zaměstnanci společnosti

V části Výsledky jsou hodnoceny Cíle za stanovený cíl zvýšení míry finanční gramotnosti členů komunity, program pro školy již funguje, naopak program pro seniory je v přípravné fázi.

- **Sociální pilíř**

Lidská práva

Hlavní zásadou společnosti je kladení zákazníka na první místo, dále čestnost a diskrétnost ve vztazích mezi zaměstnanci a respektování zákonů. Tyto zásady jsou součástí etického kodexu, který banka zpracovala poprvé v roce 2007. Etický kodex je rozsáhlý, jeho částmi jsou výkonnost (např. pracovní doba), zmocňování (např. podnikatelské jednání), zodpovědnost (např. dary a úplatky, střet zájmu), vnímavost (např. kultura a týmový duch) a lokální ukotvení (např. vnímání skupiny veřejnosti). Kodex je zakotven přímo v obecné definici poslání skupiny a je její základní a nejdůležitější normou, na kterou navazují další předpisy.

Společnost zakazuje jakoukoli formu přímé či nepřímé diskriminace nebo nerovného zacházení se zaměstnanci nebo zákazníky podle rasy, pohlaví, stavu, sexuální orientace, věku, rodinného stavu, handicapu nebo náboženství. V roce 2016 pokračovala společnost v nastavených rozvojových projektech zaměřených na genderovou diverzitu. Patří sem projekt Womentoring, zaměřený na manažerky, které měly v průběhu uplynulého roku mentory z řad členů představenstva. Do programu se zapojilo 9 žen. Společnost provádí analýzu sociálního klimatu, což má pod záštitou personální oddělení. Speciální tým auditorů pro vykonání etického a sociálního auditu není sestaven. Součástí společnosti je oddělení interního auditu, které se ale zaměřuje na procesy řízení rizik a kapitálu.

	Předpoklady					Výsledky		
	Plan	Do	Check	Act	Body	Trendy	Cíle	Body
Lidská práva (SO1)	0	90	30	0	30	40	0	20

Společnost je hodnocena v části Do za soulad se zásadami etického kodexu. Do hodnocení se promítá jeho rozsah. Dále je nutno zahrnout program Womentoring pro podporu diverzity. Zcela chybí oblast etického auditu, sociální je z části prováděn, což se promítne do hodnocení fáze Check. Chybí informace o evidenci stížností v souvislosti s lidskými právy.

V části Výsledky jsou hodnoceny Trendy za stabilní trend v oblasti lidských práv. Bohužel chybí informace o vzdělávání zaměstnanců v oblasti lidských práv. Konkrétní měřitelné Cíle v této oblasti nebyly v minulosti stanoveny.

Komunita, korupce a soulad s legislativou

Od října 2012 je ve společnosti účinná Politika protikorupčního programu ČSOB, která obsahuje zásadu nulové tolerance vůči korupčnímu jednání. Tímto programem společnost reagovala na legislativní požadavky a současně tak chrání materiální, ale i etické hodnoty. Hlavním cílem byl sjednotit interní pravidla odkazující na boj proti korupci a střet zájmů. Koordinace tohoto programu je zodpovědností útvaru Compliance officera. Program obsahuje definice pojmů jako například dar, úplatkářství, aktivní či pasivní korupce a střety zájmů. Součástí tohoto programu je Politika oznamování škodlivého jednání (Whistle-blowing), která usnadňuje interní komunikaci a klade důraz na existenci bezpečných, důvěrných a snadno dostupných prostředků, prostřednictvím kterých je možné upozornit na možné korupční jednání. Součástí je dále komplexní tříliniový systém vnitřních kontrol, které monitorují a dokumentují korupční jednání s následnou implementací nových opatření.

	Předpoklady					Výsledky		
	Plan	Do	Check	Act	Body	Trendy	Cíle	Body
Komunita, korupce a soulad s legislativou (S02)	0	90	60	60	52,5	50	0	25

Společnost je hodnocena ve fázi Do především za boj proti korupci a podrobně zpracovaný program. Do hodnocení se promítá i Politika oznamování škodlivého jednání. Fáze Check je ohodnocena za systém kontrol, které provádí útvar Compliance. Výstupy těchto kontrol jsou následně implementovány do dalšího procesu, proto je hodnocena také fáze Act.

Ve Výsledcích jsou hodnoceny Trendy za prevenci korupčního jednání a vliv na komunitu, ale především za konkrétní opatření v boji proti korupci, jejichž počet každým rokem narůstá nebo se tyto procesy zdokonalují. Cíle nejsou hodnoceny pro nedostatek informací, společnost si v minulosti žádné měřitelné cíle nestanovila.

Zaměstnávání a přiměřená práce

Zaměstnávání osob se zdravotním postižením se společnost věnuje dlouhodobě ve spolupráci s neziskovými organizacemi jako Nadační fond pro podporu zaměstnávání osob se zdravotním postižením nebo Nadace Charty 77 – Konto Bariéry. V roce 2017 zaměstnávala společnost 63 zaměstnanců se zdravotním postižením v rámci projektu OZP, pod záštitou Úřadu práce České republiky, jehož cílem je

zvýšení kapacity, komplexnosti a kvality služeb poskytovaných institucemi. Společnost chce zaměstnávat více osob se zdravotním postižením a do roku 2021 najít uplatnění pro dalších 100 zaměstnanců. Diverzita z hlediska různých životních zkušeností a profesních dovedností obohacuje firemní kulturu společnosti. Nejenom, že se snaží osoby se zdravotním postižením společnost zaměstnat, ale také je podporuje řadou projektů. Nejvýznamnějším je dle vyjádření společnosti Karta dobré vůle, kterou využívá v současné době více než 700 privátních klientů, funguje tak, že z každé transakce putuje 0,6 % do speciálního grantového fondu. V roce 2016 se tímto způsobem vybrala částka více než 2 miliony korun. Z tohoto programu se financují canisterapie, lázeňské pobyty nebo tábory pro postižené děti.

Společnost nepřihlíží na jakoukoli formu přímé či nepřímé diskriminace ani v rámci cílené diverzity na pracovišti. Zaměstnanci se mohou zcela anonymně vyjádřit k různým problémům skrze interní systém, tuto evidenci stížností spravuje personální oddělení. Společnost nabízí standartní zaměstnanecké výhody, příspěvky na pojištění, stravování, cafeteria systém nebo týden dovolené navíc. Nejoblíbenější je mezi zaměstnanci cafeteria systém, kde si mohou vybrat benefity podle vlastních preferencí. Nejčastěji zaměstnanci využívají možnost slev do sportovních zařízení či cestovních kanceláří. Společnost také respektuje potřeby individuálního rozvoje zaměstnanců i manažerů v rámci jejich plánu rozvoje, kde společnost uplatňuje systém kariérního plánování (tvorba kariérních stezek, talentové programy, development centra, rotace). Součástí vzdělávání jsou stáže, workshopy a prezenční kurzy.

	Předpoklady					Výsledky		
	Plan	Do	Check	Act	Body	Trendy	Cíle	Body
Zaměstnávání a přiměřená práce (SO3)	0	90	50	0	35	60	0	30

Ve společnosti je věnována velká pozornost zaměstnancům, vzdělávání a jejich potřebám. V současné době jsou v této oblasti hlavním bodem zájmu společnosti hendikepování a jejich zaměstnávání, což je hodnoceno ve fázi Plan. Ve společnosti je dále věnována velká pozornost zaměstnancům, vzdělávání a jejich potřebám. Proto je hodnocena fáze Do. Fáze Check je hodnocena za evidenci stížností.

V části Výsledky je hodnocen stabilní růst počtu zaměstnaných osob. Cíle si v této oblasti společnost v minulém období nestanovila, a proto nelze posoudit jejich naplňování.

Ochrana spotřebitele

Hlavní cíl společnosti je vytvořit takové produkty, které budou flexibilní a budou schopny rychle reagovat na měnící se očekávání a požadavky spotřebitelů. Spokojenost zákazníků je měřena za pomoci průzkumů. Společnost je provádí na téma spokojenosti s úrovní služeb. Dotazovaní klienti nejčastěji uvedli spokojenost

s přehledností a především korektností informací o produktech. Veřejnost si dále cení snahu společnosti o zvyšování finanční gramotnosti. Jistý prostor pro zlepšení vidí dotazovaní spotřebitelé v komunikaci se zákazníky. Společnost musí věnovat větší důraz šíření povědomí o společensky odpovědných aktivitách.

Stále více klientů společnosti kontaktuje ombudsmana, který v roce 2016 vyřídil 1 067 podání. Klienti se nejčastěji obracejí na ombudsmana z důvodu stížnosti na smluvní ujednání, produktové podmínky, debety a nesplácení, případně poskytovaný servis. Zajímavé podněty či připomínky ombudsman předává celobankovnímu výboru, který v roce 2016 zpracoval 44 podnětů. Více než 60 % z nich se podařilo uvést do provozu a zlepšit tak produkty a procesy společnosti. Mezi konkrétní případy lze zařadit například informování o dluhu pomocí SMS nebo bezplatný výměna platební karty za předpokladu, že klient nemohl funkčnost karty nijak ovlivnit.

	Předpoklady					Výsledky		
	Plan	Do	Check	Act	Body	Trendy	Cíle	Body
Ochrana spotřebitele (SO4)	0	70	60	60	47,5	50	0	25

V části Předpokladů je hodnocena je fáze Do za zřízení funkce ombudsmana a především fáze Check a Act za průzkumy spokojenosti klientů společnosti a následné implementace požadavků těchto klientů do procesů společnosti. V části Výsledky jsou hodnoceny Trendy jako stabilní a byly hodnoceny dle výsledků spokojenosti zákazníků. Pro hodnocení Cílů nejsou informace.

- **Enviromentální pilíř**

Personální zajištění

Společnost nemá zřízený speciální útvar zabývající se životním prostředím. Aktuálně se o řízení projektů stará osmičlenný tým, který se zabývá společenskou odpovědností v rámci celé organizace. Jak už ale bylo zmíněno, společnost bude tyto řady rozšiřovat, protože personální zajištění je nedostatečné.

Enviromentální politika ČSOB vychází z Rámcové úmluvy OSN o změně klimatu, která se ratifikovala v roce 2015 v Paříži. Vlády 195 zemí se dohodly, že udrží růst průměrné globální teploty pod 1,5 stupně Celsia ve srovnání s úrovní před průmyslovou revolucí. Společnost se k tomuto projektu veřejně přihlásila. Zapojila se tak do celosvětového úsilí o snížení emisí skleníkových plynů a zavázala se k dobrovolným opatřením ke snížení uhlíkové stopy s cílem zvýšit veřejné povědomí o důležitosti těchto kroků. Společnost si stanovila jasný cíl, do roku 2020 snížit své emise o 50 %.

	Předpoklady					Výsledky		
	Plan	Do	Check	Act	Body	Trendy	Cíle	Body
Personální zajištění (EV1)	20	50	0	0	17,5	50	30	40

Společnost se zavázala k řadě projektů, které mají přispět ke snížení uhlíkové stopy, za což je hodnocena část Do. Bohužel nemá vhodné a dostatečné personální zajištění, které by bylo efektivní při vyhodnocování těchto projektů a následné implementaci změn. Společnost plánuje rozšiřovat CSR tým, což je ohodnoceno v části Plan.

V části Výsledků jsou hodnoceny Cíle. Cílem společnosti je zmíněné snižování emisí, které je již naplňováno. Trendy jsou hodnoceny jako stabilní, protože společnost neustále hledá nové způsoby, kterými lze podporovat oblast životního prostředí.

Shoda s legislativou

V současné době veškeré legislativní požadavky a změny zajišťuje útvar Compliance a útvar Právních služeb. Tyto útvary ale fungují v rámci celé společnosti, a tedy nejsou vyhrazeni speciální pracovníci pro implementaci legislativy v rámci společenské odpovědnosti. I tato skutečnost je důvodem k tomu, že společnost nemá žádný specializovaný program v oblastech energetického poradenství malým a středním podnikům apod.

	Předpoklady					Výsledky		
	Plan	Do	Check	Act	Body	Trendy	Cíle	Body
Shoda s legislativou (EV2)	30	30	0	0	15	0	0	0

Hodnocena je část Předpokladů a její fáze Plan za již zmíněné plánování budoucího personálního zajištění včetně vyčleněných pracovníků pro implementaci legislativy. Plánem je v tomto směru posílit 8 členný tým pracovníků a vybudovat silné zázemí pro veškeré aktivity společnosti v oblasti společenské odpovědnosti. Fáze Do je hodnocena pouze nízkým počtem bodů za aktuální stav ve společnosti v rámci zajišťování shody s legislativou v oblasti společenské odpovědnosti. Pro posouzení Výsledků nejsou uvedeny potřebné informace.

Dopady spotřeby energie a dalších zdrojů

Společnost dbá na snižování spotřeby elektrické energie, plynu, vody v souladu s energetickou politikou společnosti, dále snižování produkce odpadů. V roce 2016

společnost certifikovala normu ISO 50001 – Systém managementu hospodaření s energií, dlouhodobě tak pracuje na snižování energetické náročnosti budov. Začalo se například instalovat osvětlení pouze s LED zdroji, což snižuje spotřebu energie o 40 %. Na základě interních auditů se jedná o úsporu v rozmezí mezi 10 až 100 tisíci na jednu budovu za rok. Společnost tak ročně ušetří 35 milionů korun. Interní audity stanovují roční cíle a akční plány, které jsou vyhodnocovány.

	Předpoklady					Výsledky		
	Plan	Do	Check	Act	Body	Trendy	Cíle	Body
Dopady spotřeby energie a dalších zdrojů (EV3)	0	80	50	30	40	60	0	30

Společnost je hodnocena ve fázi Do za činnosti související se snižováním spotřeby elektrické energie a papíru, bohužel chybí konkrétní informace a aktivity v oblasti snižování spotřeby vody. Fáze Check je hodnocena za interní audit, který následně zjištěné výsledky implementuje do dalších aktivit, za což je hodnocena i fáze Act. V části Výsledky je stabilní až pozitivní Trend viditelný od roku 2015. Cíle v této oblasti si společnost nestanovila.

Dopady výroby a služeb

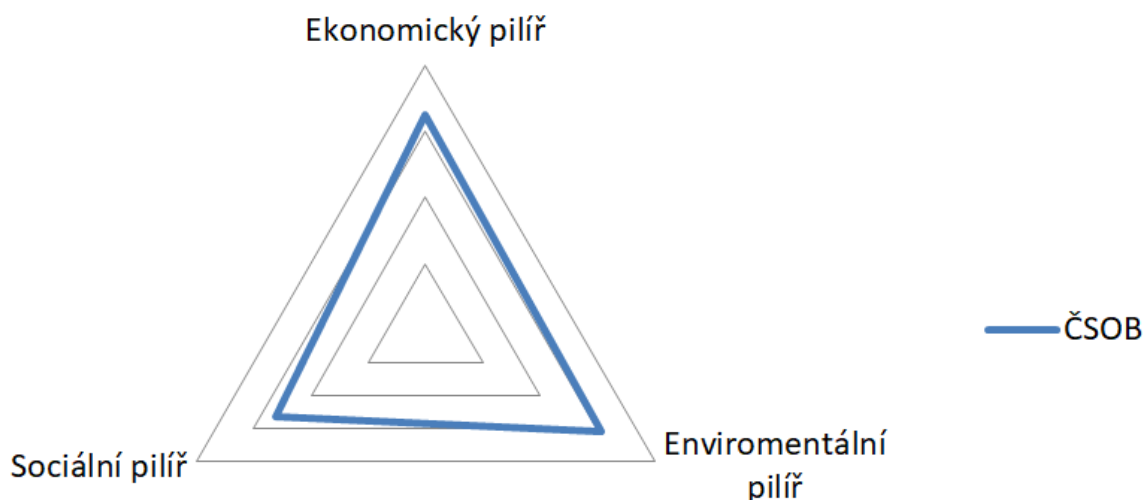
Společnost je certifikována normou ISO 14001, norma je poskytována dodavatelům a poskytovatelům služeb ve všech oborech podnikání za snižování dopadů činnosti společnosti na životní prostředí. Od roku 2015 funguje banka bezpapírově, na každé pobočce jsou k dispozici tablety na biometrické podpisy. Digitalizací služeb se dle interních dat společnosti zachrání 2 580 tun papíru ročně.

	Předpoklady					Výsledky		
	Plan	Do	Check	Act	Body	Trendy	Cíle	Body
Dopady výroby a služeb (EV4)	0	90	0	0	22,5	70	70	70

Hodnocena je část předpoklady ve fázi Do za snižování dopadů vlastních služeb na životní prostředí zavedením digitalizace bankovníctví. V části Výsledky je hodnocen pozitivní Trend vývoje tohoto subkritéria a snaha o neustále zlepšování. Cíle, které si banka stanovila v roce 2015, byly splněny.

Výsledky Československé obchodní banky

Společnost dosáhla celkového hodnocení 29,8 bodu. V hodnocení tak dopadla hůře než Česká spořitelna. Výsledky dle jednotlivých pilířů lze vidět v následujícím grafu.



Obrázek 5 Výsledky ČSOB
zdroj: Vlastní zpracování

V ekonomickém pilíři, je nejsilnější stránkou systém řízení rizik včetně monitoringu rizik. Dále jsou to ekonomické vlivy na komunitu, především projekt Finančního vzdělávání pro školy, kdy zaměstnanci společnosti v rámci dobrovolnictví sami tyto kurzy organizují. Do hodnocení se dále promítlo vydávání Reportu o společenské odpovědnosti. V ekonomické výkonnosti chybí informace o plánování tržeb.

Sociální pilíř získal nejnižší hodnocení. Společnost má zpracovaný etický kodex, kterým se řídí a jehož dodržování je kontrolováno interním auditem. Neméně důležitý je Protikorupční program a Politika oznamování škodlivého chování. Boj proti korupci je tedy silnou stránkou tohoto pilíře.

Uspokojivého hodnocení dosáhl pilíř enviromentální. Jsou zpracovány programy, které snižují spotřebu energie či papíru, avšak společnost se v současné době potýká s nedostatečným personálním zajištěním a legislativou, protože aktuální počet zaměstnanců není optimální. Společnost plánuje personální a organizační změny, rozšíření CSR týmu a vytvoření speciálního útvaru na právnickém oddělení, které se bude zabývat pouze legislativou vztahující se k CSR.

3.2.3 Komerční banka

Komerční banka, založena v roce 1990 se základním kapitálem 9,5 miliardy Kč. Patří do finanční skupiny Societe Generale, která odkoupila významný podíl v bance v roce 2001. K 31.12 2017 měla banka 1,7 milionu klientů. Čistý zisk banky v roce 2017 činil 15,3 miliardy Kč, což je zvýšení o 8 % oproti roku 2016. Společnost si nejvíce cení obhájení prvenství v soutěži Banka roku, kde se v roce 2017 a 2016 umístila na prvním místě. Zákazníci oceňují i její důvěryhodnost druhou pozicí v kategorii Nejdůvěryhodnější banka (kb.cz).

- **Ekonomický pilíř**

Organizační zabezpečení

Komerční banka, součást skupiny Societe Generale, zavedla do své strategie společenskou odpovědnost v roce 1998 a vychází ze tří dokumentů. Všeobecné deklarace lidských práv, Hlavní úmluvy mezinárodní organizace práce a Směrnice OECD. Dříve byly jednotlivé oblasti společenské odpovědnosti, jako sponzoring, charita či trvale udržitelný rozvoj pod záštitou různých útvarů ve společnosti. Od roku 2012 z důvodu zvýšení efektivity se tyto oblasti sloučily a v současné době je oblast CSR koncentrována na oddělení Komunikace. V oblasti CSR pracuje v současné době 16 zaměstnanců. Zodpovědné jednání je prioritou společnosti ve vztahu ke klientům, zaměstnancům a akcionářům. Tyto skupiny jsou klíčové a společnost zohledňuje jejich očekávání. Komunikace se zaměstnanci probíhá pouze v rámci porad s vedením dané pobočky či úseku. Tyto porady obvykle probíhají 2 krát do měsíce, je to individuální dle potřeb dané pobočky či úseku. Principy společenské odpovědnosti této společnosti jsou postaveny na pěti základních pilířích:

- Zodpovědné bankovníctví
- Bankovní služby na principu solidarit
- Odpovědný zaměstnavatel
- Životní prostředí
- Občanská společnost

V rámci externí komunikace využívá společnost především webové stránky a každoročně zveřejňovanou výroční zprávu, ale například zprávu o společenské odpovědnosti společnost nezveřejňuje.

	Předpoklady				
	Plan	Do	Check	Act	Body
Organizační zabezpečení (EM1)	0	70	30	30	32,5

Subkritérium je hodnoceno v části Do, zahrnuje definování klíčových skupin a externí komunikaci s okolím. Společnost se snaží komunikovat především se zaměstnanci v rámci zmíněných týmových porad a řešit jejich připomínky k jejich spokojenosti. Je tedy hodnocena fáze Check i Act. V tomto subkritériu chybí především definovaný způsob komunikace s klienty, společnost využívá dotazníkových šetření zcela ojediněle a zpětná vazba ke společensky odpovědným aktivitám je malá. Chybí také již zmíněná Zpráva o společenské odpovědnosti.

Ekonomická výkonnost

Řízení rizik ve společnosti zohledňuje právní a regulatorní normy včetně požadavků, které stanovila Česká národní banka. Standardy řízení zajišťují, že řízení rizik společnosti je nezávislé na obchodních a provozních činnostech. Operační, právní a riziko nesouladu s regulatorními požadavky, tzv. compliance riziko, jsou řízeny v rámci úseku Správy společnosti. Řízení úrokového rizika a měnového rizika provádí útvar Financí. Společnost vydává od roku 2015 Zprávu o přístupu k riziku. Tato zpráva definuje všechna rizika, která je společnost připravena přijmout a naopak rizika, kterým se chce vyhnout. Cílem je zajistit konzistenci mezi schopností společnosti přijímat rizika a obchodními a finančními cíli. Hodnocení efektivnosti řízení rizik, kontrolních procesů, správy a řízení organizace je úkolem interního auditu společnosti. V roce 2016 bylo celkem provedeno 69 auditů, na základě kterých bylo implementováno 402 nápravných opatření. V roce 2017 se společnost nejvíce zaměřila na nové regulatorní požadavky (IFRS 9 a regulace v oblasti hypotečních úvěrů), optimalizace řízení rizik a propojení procesů s dceřinými společnostmi, optimalizaci vymáhacího systému zavedeného v roce 2015.

Hlavní aktivitou společnost v oblasti veřejně prospěšných projektů je Nadace Jistota, která již 20 let podporuje sociální a zdravotní projekty pro seniory a děti. V roce 2016 byla celková hodnota darů pouze v rámci této nadace 10 600 000 Kč za celkem 107 úspěšných projektů, které se zaměřili na ranou péči, pomoc sociálně hendikepovaným dětem a dospívajícím, aktivizace seniorů a hospicová péče. Těmito aktivitami se společnost snaží dosáhnout win-win situace, kdy ze zavedení CSR do strategie má užitek pro podnik a také pro komunitu. Společnost ovšem není zcela přesvědčena o tom, že společensky odpovědné aktivity mají prokazatelný vliv na finanční ukazatele.

	Předpoklady					Výsledky		
	Plan	Do	Check	Act	Body	Trendy	Cíle	Body
Ekonomická výkonnost (EM2)	0	70	50	30	42,75	50	0	25

Subkritérium ekonomická výkonnost je hodnoceno v části Předpoklady ve fázi Do za řízení rizik, kterému je ve výroční zprávě věnována velká pozornost, dále za veřejně prospěšné projekty, které ale podporuje společnost ne příliš vysokou částkou oproti jiným hodnoceným společnostem. Společnost ekonomickou výkonnost včetně řízení rizik monitoruje pomocí interního auditu s následnou implementací změn, ale bez konkrétních příkladů. Proto je hodnocena fáze Check a Act.

Hodnocení v části Trendy je odůvodněno stabilním trendem v množství interních auditů, zavádění změn a částkou vynaloženou na veřejně prospěšné projekty. Cíle v této oblasti společnost neuvádí, a tedy je nelze posoudit.

Přímé a nepřímé ekonomické vlivy na komunitu

Spokojené a motivované zaměstnance považuje společnost za nejdůležitější článek své činnosti. Strategickou vizí společnosti v oblasti lidských zdrojů je vytvářet se zaměstnanci dlouhodobé partnerství. K 31.12. 2016 zaměstnávala společnost 8 476 zaměstnanců. Ženy tvoří 67% a věková struktura je nejčastěji v rozmezí 41 až 50 let. Na vyhledávání a získávání nových zaměstnanců spolupracuje společnost s vysokými školami a studentskými organizacemi. Další aktivní spolupráce probíhá formou setkávání na veletrzích pracovních příležitostí a workshopech. Tito studenti získávají praktické zkušenosti ve společnosti na stážích v délce trvání od dvou týdnů do dvou měsíců. Průběh a délka výběrového řízení závisí na druhu pracovní pozice. Obvykle probíhá předvýběr na základě telefonického rozhovoru, poté následují osobní pohovory, často se může uchazeč setkat s psychologickými testy či případovou studií.

Nedílnou součástí strategie společnosti v rámci veřejně prospěšných projektů tvoří sponzoring, filantropie a angažovanost zaměstnanců. Společnost si svoji činnost v této oblasti dělí na sponzoring, kde se zaměřuje na podporu kultury a neprofesionálního sportu. Jméno společnosti je spojeno s Národní galerií v Praze, do jejíž expozic má díky společnosti mládež do 26 let vstup zdarma. V oblasti sportu společnost financuje český florbal a například hasičský sport.

Společnost pomáhá tělesně postiženým dětem. Jednou z aktivit je sběr starých mobilů, kdy z každého darovaného mobilu je poskytnuto 10 Kč na Jedličkův ústav. Dále je to například sbírka oblečení pro dětské domovy nebo aukce zaměstnaneckých fotografií. Výtěžek z této aukce putuje do Nadace Jistota, která má pod záštitou téměř veškerou charitativní činnost společnosti v oblasti rozvoje občanské společnosti. Podporuje hendikepované děti, děti s autismem a stavbu babyboxů. Nadace dále podporuje péči o seniory, například projekt nově vzniklého Centra paliativní péče. Společnost se zaměřila na tyto dvě oblasti, děti a seniory, protože

vnímá naplňování potřeb této části komunity jako nejvíce nutné a v současné době, což se týká především seniorů, je péče na nízké úrovni. Z tohoto důvodu se společnost plánuje zapojit do většího počtu projektů s orientací na péči o seniory a podporovat domovy důchodců.

	Předpoklady					Výsledky		
	Plan	Do	Check	Act	Body	Trendy	Cíle	Body
Přímé a nepřímé vlivy na komunitu (EM3)	20	70	0	0	22,5	0	0	0

Část předpoklady je hodnocena ve fázi Plan za plánovaný růst aktivit v oblasti péče o seniory. Do fáze Do spadají veřejně prospěšné aktivity, které mají vliv na komunitu. Společnost se nejvíce věnuje aktivitám v oblasti péče o děti a seniory. Bohužel ale chybí aktivity v oblasti finanční gramotnosti.

K posouzení části Výsledků, konkrétně Trendů a Cílů neuvádí společnost dostatek informací. Cíle si v minulých letech dle výročních zpráv společnost nestanovila, proto nyní nelze hodnotit jejich naplnění.

- **Sociální pilíř**

Lidská práva

Etický kodex je součástí předpisů společnosti od roku 2006. Smyslem tohoto Kodexu je prosazování korektních vztahů, vytváření pozitivní atmosféry a zlepšení komunikace uvnitř firmy ve vztahu ke klientům společnosti. Kodex není nijak členěn a obsahuje pouze 19 bodů s určitými zásadami. Jedná se například o respekt k základním lidským právům, ochrana osobnosti, dodržování bankovního tajemství nebo čestnost a profesionalita. Kontrolu etického chování má pod záštitou vedoucí jednotlivých poboček či útvarů. Nejsou stanoveny speciální týmy zabývající se etickým a sociálním auditem. Vzdělání zaměstnanců v oblasti lidských práv probíhá formou školení a seznámení se s etickým kodexem.

Genderovou diverzitu považuje společnost v současné době za celospolečenské téma. Cílem je dodržení principu rovných příležitostí a zákazu diskriminace. Dále se společnost zaměřuje na reintegraci zaměstnanců po mateřské a rodičovské dovolené, je s nimi v kontaktu i po dobu jejich nepřítomnosti a v případě oboustranného zájmu je nastavena spolupráce již v průběhu trvání dovolené. Společnost dlouhodobě vychází vstříc zaměstnancům, kteří se ocitnou v těžké životní situaci. Jedná se například o úpravu pracovní doby, práci z domova nebo finanční podporou.

	Předpoklady					Výsledky		
	Plan	Do	Check	Act	Body	Trendy	Cíle	Body
Lidská práva (S01)	0	50	20	0	17,5	50	0	25

V části Předpoklady je hodnocena fáze Do za etický kodex, který ale není příliš obsáhlý, což se promítlo do hodnocení. Dále jsou zahrnuty nástroje pro snižování diskriminace. Etický ani sociální audit není prováděn. Evidenci stížností mají pod záštitou vedoucí poboček a útvarů, což se promítne do hodnocení fáze Check.

V části Výsledky jsou hodnoceny Trendy za stabilní trend v oblasti lidských práv a zaškolování zaměstnanců v této oblasti. Pro hodnocení Cílů nejsou k dispozici potřebné informace.

Komunita, korupce a soulad s legislativou

Ve společnosti nefunguje žádný konkrétní protikorupční program. K dispozici je ale řada nástrojů a opatření, kterými chce společnost korupci předcházet. Pravidla etického chování a jednání včetně pravidel přijatých v boji proti korupci a úplatkářství jsou zakotveny ve vnitřních předpisech společnosti. Zaměstnanci jsou pravidelně školeni ve všech těchto oblastech a dodržování pravidel je průběžně kontrolováno. Společnost v těchto oblastech zastává nulovou toleranci vůči nekalému jednání. Největší pozornost je věnována poskytování a přijímání darů a také výběrovému řízení. Prostřednictvím protikorupčních doložek u smluv předepisuje společnost určité povinnosti i dodavatelům a zprostředkovatelům. Zároveň má společnost zavedeno opatření proti praní špinavých peněz. Odmítá spolupracovat s jakoukoliv právníčkou či fyzickou osobou, která neposkytuje součinnost při ověřování své identity. Společnost uplatňuje pravidla, metody a kontrolní mechanismy a tento vnitřní preventivní systém je průběžně ověřován a aktualizován. Tyto aktivity provádí útvar interního auditu, shodu s legislativou oddělení Compliance. Společnost si uvědomuje, že jakékoliv neetické jednání jí může přinést řadu rizik a důsledků, zejména sporů s dohledovými orgány. Tato rizika sebou mohou nést ztrátu reputace společnosti.

	Předpoklady					Výsledky		
	Plan	Do	Check	Act	Body	Trendy	Cíle	Body
Komunita, korupce a soulad s legislativou (S02)	0	70	60	60	47,5	50	0	25

Subkritérium je hodnoceno v části Předpoklady ve fázi Do za tvorbu nástrojů v boji proti korupci, protikorupční doložky u smluv s dodavateli a opatření proti praní špinavých peněz. Fáze Check je hodnocena za monitoring dodržování opatření útvarem interního auditu a fáze Act za průběžné aktualizace.

V části Výsledky jsou hodnoceny Trendy jako stabilní za pozitivní vliv na zaměstnance a klienty v oblasti korupce. Do hodnocení nutno zahrnout konkrétní opatření, které společnost průběžně zařazuje do procesu v rámci boje proti korupci. Cíle nelze hodnotit pro nedostatek informací.

Zaměstnávání a přiměřená práce

V současné době pracuje ve společnosti 72 hendikepovaných zaměstnanců, nejvíce z nich jako administrativní asistenti. Další podpora probíhá skrze otevřený fond Nadace Jistota. Důraz tohoto fondu je kladen na podporu zaměstnávání osob se zdravotním hendikepem, což podporuje integraci do společnosti a na trh práce. Společnost pomáhá hendikepovaným hledat a zprostředkovávat zaměstnání, dále pomáhá při uplatňování práv a zájmů v souvislosti se zaměstnáváním. Žádost musí podat nezisková organizace a rozpočet navrhovaného projektu se musí pohybovat v rozmezí 50 – 200 tisíc. V současné době je počet projednávaných žádostí výrazně vyšší, než celkový počet podpořených projektů.

Společnost odmítá diskriminaci, při výběru nových zaměstnanců či při například povyšování na novou pracovní pozici společnost nepřihlíží na věk, pohlaví či rasu. Zaměstnanci jsou přijímáni na základě zkušeností a kompetencí, zároveň společnost uplatňuje diverzifikovaný přístup k jednotlivým skupinám zaměstnanců na základě potřeb společnosti. Těmto zaměstnancům nabízí společnost řadu benefitů. Mezi ty standartní benefity, nabízené téměř všemi společnostmi patří stravenky, příspěvky na pojištění, zvýhodněné produkty či systém Cafeterie. Ne-standardním benefitem je u této společnosti například MS Office zdarma nebo finanční podpora při dlouhodobé pracovní neschopnosti. Vzdělání a rozvoj zaměstnanců dělí společnost na kariérní etapy. Pro nováčky má společnost připraveno úvodní setkání s názvem StartinG, což je jednodenní školení a má za cíl představit společnost a seznámit se s jednotlivými odděleními a budoucími kolegy. Pro nováčky je tak usnadněný vstup do pracovního procesu. Dalším programem je MAcademy, který je zaměřený na manažerský rozvoj pro vedoucí pracovníky.

	Předpoklady					Výsledky		
	Plan	Do	Check	Act	Body	Trendy	Cíle	Body
Zaměstnávání a přiměřená práce (SO3)	0	90	0	0	22,5	60	0	30

V části Předpoklady je hodnocena fáze Do za aktuální činnost společnosti v oblasti hendikepovaných, vzdělání a rozvoje zaměstnanců. Fáze Check nemůže být hodnocena, chybí jakékoliv informace o evidenci stížností zaměstnanců.

V části Výsledky je hodnocen stabilní trend v oblasti růstu počtu zaměstnanců. Cíle společnost neuvádí, a proto toto kritérium nelze hodnotit.

Ochrana spotřebitele

Stejně jako jiné velké společnosti, i Komerční banka zřídila v roce 2004 funkci Ombudsmana. Jeho činnost se řídí a je vymezena Chartou ombudsmana. Nespokojení klienti se na něho mohou obrátit s řešením své stížnosti nebo reklamace ve druhé instanci. Rozhodnutí ombudsmana není zúčastněné strany právně závazné, nicméně společnost je zavázána rozhodnutí ombudsmana respektovat. Mezi nejčastější případy patří odvolání proti reklamačnímu řízení, často také dědická řízení či převody dispozičních práv. Ombudsman řeší také exekuce nebo situace, kdy klient nemůže splácet své závazky. V roce 2016 se na ombudsmana obrátilo 199 klientů, z nichž 39 splňovalo náležitosti Charty, a tudíž se jimi ombudsman mohl zabývat. Společnost si zakládá na trvalém a dlouhodobém vztahu s klientem. Ke každé finanční službě či produktu poskytuje detailní a transparentní informace o jejich obsahu a poplatcích. O případných změnách společnost informuje s dostatečným předstihem. Společnost nabízí službu „Vyzkoušejte si nás“, kdy u nejčastěji používaných služeb nabízí možnost jejich vyzkoušení. Pokud se tak stane, že klient není během 6 měsíců spokojen s novou službou, společnost vrátí veškeré poplatky za její vedení. Díky této skutečnosti je společnost v očích veřejnosti férovou a transparentní společností.

Pro měření spokojenosti využívá společnost od roku 2018 projekt GEEN Vstřícná banka, z jehož obsahu a komentářů klientů společnost čerpá. Jedná se o první klientský rating bank. Dle tohoto rankingu lze konstatovat, že Komerční banka vyčnívá mezi velkými bankami jako společnost s nejvíce vstřícnou poplatkovou politikou a férovostí sazebníků. Společnost dosáhla 68 bodů, nejhůře je na tom Česká spořitelna s 60 body. Pro srovnání, nejlepší klientsky hodnocenou bankou za první kvartál roku 2018 je Fio Banka s 83 body.

	Předpoklady					Výsledky		
	Plan	Do	Check	Act	Body	Trendy	Cíle	Body
Ochrana spotřebitele (S04)	0	90	50	30	42,5	70	0	35

Hodnocena je fáze Do za funkci ombudsmana a obecně za ochranu spotřebitele z hlediska transparentnosti a férovosti nabízených služeb, například zmíněným projektem „Vyzkoušej si nás“. Fáze Check a Act jsou hodnoceny za způsob, kterým společnost ověřuje spokojenost klientů. Chybí však například dotazníková šetření v rámci interního průzkumu, společnost často čerpá pouze ze sekundárních zdrojů. Trendy se vyvíjí pozitivně, protože společnost dosahuje velmi dobrého hodnocení spokojenosti klientů již několik let. Pro hodnocení Cílů není dostatek informací.

- **Enviromentální pilíř**

Personální zajištění

Z organizační struktury společnosti vyplývá, že řízení CSR projektů se zabývá oddělení Komunikace. Z tohoto 16ti členného týmu odborníků je 5 členů součástí tzv. Environment týmu. Toto označení je ale spíše interní, externě spadá všech 16 členů do oddělení Komunikace.

Společnost přijímá adekvátní opatření, jež mají za cíl eliminovat negativní vliv na prostředí, na druhé straně přispět k jeho ochraně. Sleduje tak dopad svých činností a identifikuje oblasti, na které je třeba se zaměřit. Věnuje se zejména oblasti odpadového hospodářství, snižování spotřeby papíru a šetrnému nakládání s odpadem. V rámci procesu ochrany životního prostředí vydává interní směrnice a poskytuje klientům poradenskou činnost. V roce 2016 iniciovala společnost projekt „Do práce na kole“, do kterého se zapojilo 224 zaměstnanců. Díky tzv. Ethical Sourcing programu se každý dodavatel zavazuje dodržovat zásady etiky, mnozí z těchto dodavatelů jsou nositeli certifikace společenské odpovědnosti systémem EcoVadis.

	Předpoklady					Výsledky		
	Plan	Do	Check	Act	Body	Trendy	Cíle	Body
Personální zajištění (EV1)	0	90	60	0	37,5	50	0	25

Společnost je hodnocena ve fázi Do. Personální zajištění je na dostatečné úrovni a zcela vyhovuje požadavkům na plynulý průběh jednotlivých projektů. Do hodnocení se také promítá velké množství dobrovolnických aktivit v oblasti životního prostředí. Hodnocena je také fáze Check ja monitoring projektů.

V části Předpokladů jsou hodnoceny Trendy jako stabilní, společnost neustále hledá nové způsoby ochrany životního prostředí. Cíle společnost neuvádí, tudíž nelze posoudit jejich naplňování.

Shoda s legislativou

Veškerou shodu s legislativou zajišťuje ve společnost speciální útvar Compliance. Dle společnosti je důležité, aby tento útvar protínal tři oblasti. Preventivní, zjišťovací a reakční. Preventivní oblast sdružuje aktivity, u kterých se předpokládá nesoulad s interními předpisy nebo legislativou. Zjišťovací část je kontrolním mechanismem a reakční část zahrnuje odezvu společnosti na prohřešky. Jelikož tento útvar přispívá k prevenci a eliminaci primárně trestněprávních postihů, je jeho činnost kontrolována interním auditem.

Společnost za pomoci útvaru Compliance dále poskytuje poradenství v oblasti energetiky. Zajišťuje financování, specializované poradenství prostřednictvím specialistů na energetiku, kteří posuzují ekonomická, technická a především legisla-

tivní specifika projektu. Společnost tímto způsobem podporuje projekty bioplynových a větrných elektráren, malých vodních a solárních elektráren.

	Předpoklady					Výsledky		
	Plan	Do	Check	Act	Body	Trendy	Cíle	Body
Shoda s legislativou (EV2)	0	70	60	30	40	0	0	0

Společnost je hodnocena v části Předpoklady ve fázi Do za procesy, kterými zajišťuje soulad s legislativou. Fáze Check a Act za monitoring činnosti interním auditem a následnou reakční část. V části Výsledky nejsou Trendy za poslední tři období měřitelné a Cíle si společnost nestanovila.

Dopady spotřeby energie a dalších zdrojů

Ve spolupráci se všemi útvary zajišťuje společnost třídění, odvoz a likvidaci všech druhů opadů včetně baterií a drobných elektrospotřebičů. Společnost sleduje spotřebu elektrické energie i dalších zdrojů a soustavně pracuje na jejich snižování. Jedná se například o zavedení LED svítidel. Výsledkem je stabilní roční úspora 1,5 mil. Kč. Chybí však informace o způsobu snižování spotřeby vody, dle společnosti není tato oblast v jejich hlavním zájmu.

	Předpoklady					Výsledky		
	Plan	Do	Check	Act	Body	Trendy	Cíle	Body
Dopady spotřeby energie a dalších zdrojů (EV3)	0	70	0	0	17,5	60	0	30

Hodnocena je fáze Do za aktivity, kterými společnost šetří elektrickou energii a fungující technické novinky, které přinesly úspory nákladů a zvýšení spolehlivosti dodávek elektřiny. Fáze Check ani Act nejsou hodnoceny, protože z informací poskytnutých společností nevyplývá, jakým způsobem jsou dané činnosti kontrolovány.

V části Předpoklady lze pozorovat rostoucí Trend v oblasti snižování spotřeby elektrické energie od roku 2015, kdy společnost dané technické novinky zavedla. Cíle nejsou hodnoceny.

Enviromentální dopady výroby a služeb

Společnost se věnuje především odpadovému hospodářství, tedy snižování spotřeby papíru díky postupné digitalizaci dokumentů. Zcela však chybí certifikace ISO

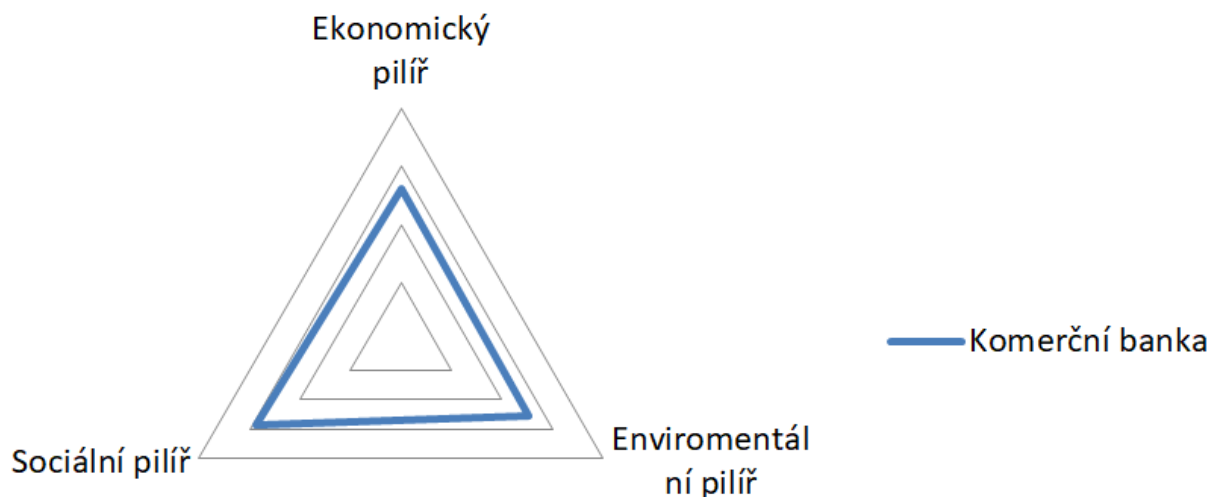
norem, například používání recyklovaného papíru či Eco-Management. Společnost na konec roku 2018 chystá projekt digitální identifikace, tj. skenování obličejů a občanského průkazu s cílem plně digitalizovat možnost založení účtu.

	Předpoklady					Výsledky		
	Plan	Do	Check	Act	Body	Trendy	Cíle	Body
Enviromentální dopady výroby a služeb (EV3)	0	70	0	0	17,5	50	0	25

Hodnocena je část Předpoklady a její fáze Do za digitalizaci bankovníctví. Část Výsledků je hodnocena za stabilní Trend, společnost se neustále snaží hledat nové možnosti, aby zcela omezila využití papíru při poskytování služeb. Cíle společnost v minulosti nestanovila.

Výsledky Komerční banky

Společnost Komerční banka je hodnocena celkem 26,8 body. Z hodnocených společností se jedná o nejnižší bodové hodnocení.



Obrázek 6 Výsledky Komerční banky
Zdroj: vlastní zpracování

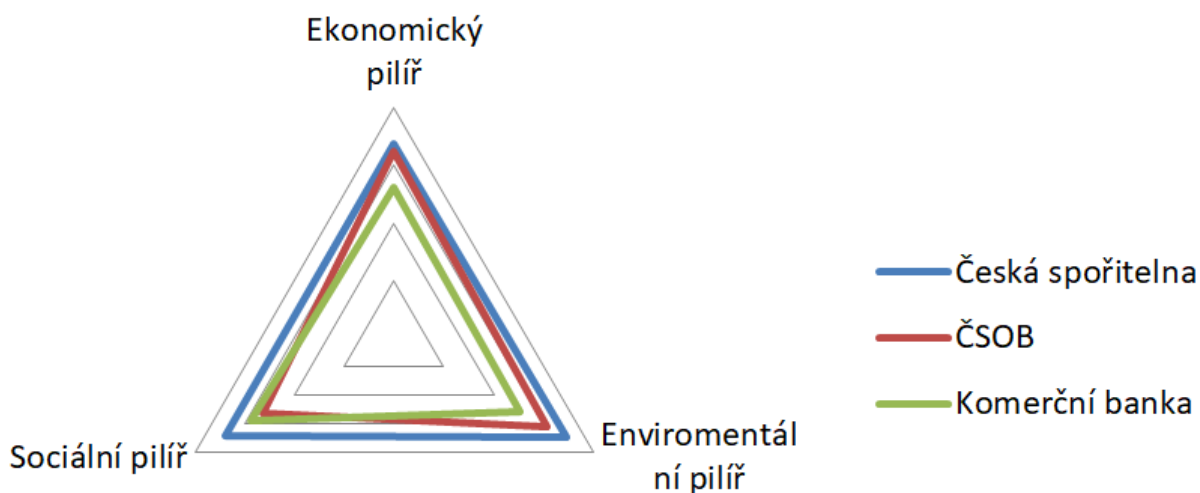
Na výsledek hodnocení ekonomického pilíře má vliv řada faktorů. V části organizačního zabezpečení se projevila skutečnost, že společnost nevydává zprávu o společenské odpovědnosti. Dalším důvodem nepříznivého hodnocení je nízká částka, kterou má společnost vyčleněnou na společensky odpovědné aktivity. V tomto pilíři lze kladně ohodnotit pouze přímé a nepřímé vlivy na komunitu za podporu dětí a hendikepovaných.

Enviromentální pilíř je hodnocen nejnižším počtem bodů. Je kladně hodnoceno personální zajištění a především odborné poradenství v oblasti energetiky. Naopak v hodnocení spotřeby energie a dalších zdrojů včetně dopadů služeb banky dopadla společnost ze všech hodnocených společností nejhůře, protože v těchto oblastech chybí certifikace ISO norem.

Nejvyššího bodového ohodnocení dosáhl sociální pilíř. Do tohoto hodnocení se nejvíce promítla oblast komunity a korupce, především nástroje potírající korupci včetně protikorupčních doložek u dodavatelů a nástroje proti praní špinavých peněz. V části zaměstnávání je pozitivně hodnocen benefit pro zaměstnance, konkrétně jde o finanční podporu v případě stavu, kdy se zaměstnanec dostane do finančních či rodinných problémů. Dále lze jmenovat program „Vyzkoušej si nás“, který přispívá k ochraně spotřebitele. V tomto pilíři má naopak společnost nízké bodové hodnocení za etický kodex, který je zpracován nepřítliš podrobně a za chybějící sociální audit.

3.2.4 Shrnutí výsledků kvalitativního výzkumu

Následující obrázek graficky znázorňuje celkové výsledky jednotlivých společností hodnocených podle metodiky KORP.



Obrázek 7 Shrnutí výsledku kvalitativní výzkum

Zdroj: vlastní zpracování

Jak lze na tomto obrázku vidět, nejnižším počtem bodů byla hodnocena společnost Komerční banka, především vinou environmentálního a ekonomického pilíře. Naopak nejlépe hodnocenou společností je Česká spořitelna. Pro jasnější představu je přiložena následující tabulka, která znázorňuje součet bodů v pilířích jednotlivých společností dělený počtem kritérií. Vzorec pro výpočet je uvedený v metodice práce.

Tabulka 5 Shrnutí kvalitativní výzkum

	ČS	ČSOB	KB
Ekonomický pilíř	33,75	32,5	26,25
Sociální pilíř	34,7	30,7	28,75
Enviromentální pilíř	34,1	26,3	25,4

Zdroj: vlastní zpracování

Každá z hodnocených společností má silné a slabé stránky v rámci společensky odpovědného chování. V ekonomické oblasti byl hodnocen především reporting o CSR, systémy řízení rizik, veřejně prospěšné projekty a systémy managementu dokumentů. Česká spořitelna i Československá obchodní banka mají

výborně zpracovaný reporting o CSR, tyto společnosti vydávají Zprávy o společenské odpovědnosti a další krátké reporty. Naopak Komerční banka informuje o CSR pouze v rámci výročních zpráv. U všech společností chybí v části ekonomické výkonnosti plán příjmů, výdajů a tržeb a také management dokumentů.

V sociálním pilíři se hodnocení zaměřuje především na etický kodex, systém kontroly dodržování etického kodexu, dále potom protikorupční programy a zaměstnávání. Česká spořitelna a Československá obchodní banka mají velmi podrobně zpracovaný etický kodex, v České spořitelně je vše pod záštitou nově zřízeného pracovního místa manažera pro etiku, který je hlavním kontrolním mechanismem. Komerční banka nemá etický kodex na úrovni těchto společností, ale má jiné silné stránky. Především se jedná o program „Vyzkoušej si nás“. Protikorupční programy nebo nástroje jsou ve všech společnostech na velmi dobré úrovni. Komerční banka využívá protikorupčních doložek u dodavatelských smluv a součástí protikorupčního programu Československé obchodní banky je Politika oznamování škodlivého chování. Do tohoto pilíře lze dále zařadit v subkritériu ochrany spotřebitele funkci ombudsmana, jehož služeb využívá každá z hodnocených společností podobně. Totéž lze říci i o zaměstnaneckých výhodách a přístupy k diskriminaci zaměstnanců. Společnosti mají k těmto tématům shodný přístup a hodnocení je velmi podobné.

Posledním hodnoceným pilířem je enviromentální pilíř. Hodnoceno bylo personální zajištění a s tím související legislativa, a dále nástroje pro snižování spotřeb energie a dalších zdrojů. Česká spořitelna a Komerční banka je vysoce hodnocena za personální zajištění včetně energetických programů a poradenství, které pomáhají malým a středním podnikům v této oblasti. Československá obchodní banka nemá dostatečné personální zajištění, což se promítlo do hodnocení. Naopak ale Československá obchodní banka využívá společně s Českou spořitelnou ISO certifikace. Společnosti využívají pouze recyklovaný papír, jehož proces výroby je certifikován dle ISO 9001 a 14001 a splňuje kritéria Eco-Management.

Společnost Česká spořitelna dosáhla celkového počtu bodů 34,2, Komerční banka 26,8 bodu a Československá obchodní banka 29,8 bodu.

3.3 Kvantitativní výzkum formou dotazníkového šetření

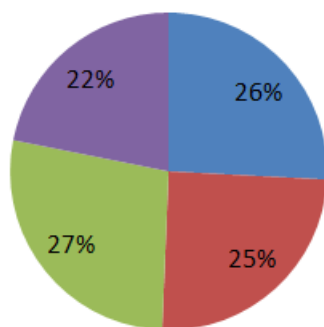
Kvantitativní výzkum byl na rozdíl od kvalitativního výzkumu zaměřený na zákazníky vybraných bank. Cílem tohoto šetření bylo zjistit, jak jednotlivé věkové a příjmové skupiny vnímají společenskou odpovědnost bank, které faktory je při výběru banky nejvíce ovlivňují a jak se tyto skupiny respondentů sami zapojují do společensky odpovědných aktivit. Vyplňování dotazníku bylo uskutečněno na pobočkách jednotlivých bank s jejich klienty pomocí serveru VypInTo.cz formou osobního dotazování za pomoci elektronického zařízení. Výzkum probíhal od 1. 4 2018 do 15.4 2018. Dotazník vyplnilo 302 respondentů. Pomocí tohoto výzkumu byly ověřeny následující hypotézy:

1. H0: Vnímání důležitosti společensky odpovědného chování bank není závislé na věku klientů.
2. H0: Míra zapojení do veřejné sbírky nebo dobrovolnické činnosti není závislá na pohlaví.
3. H0: Neexistuje vztah mezi příjmem klienta a faktory ovlivňujícího klienta při výběru banky.

3.3.1 Identifikační údaje

Cílem bylo rovnoměrně rozložit věkové skupiny respondentů. Na následujícím obrázku lze vidět konkrétní početnost dle věku respondentů.

■ 18-25 ■ 26-45 ■ 46-65 ■ 66 a více



Obrázek 8 Rozložení věkových skupin ve výzkumu

Skupinu ve věku 18-25 let tvořilo 78 respondentů, do skupiny 26-45 let se zapojilo 75 respondentů. Nejpočetnější je skupina 46-65 let s 83 respondenty. Naopak nejméně jich je ve skupině 66 a více, přesně 66 respondentů.

V tabulce číslo 6 lze vidět konkrétní početnost podle věku a pohlaví. Skupiny jsou rovnoměrně rozloženy.

Tabulka 6 Početnosti respondentů dle věku a pohlaví

	ŽENY				MUŽI			
	18-25	26-45	46-65	66 a více	18-25	26-45	46-65	66 a více
Česká spořitelna	9	11	18	14	14	15	9	10
ČSOB	8	15	15	10	17	11	16	8
Komerční banka	15	14	16	11	15	9	9	13
celkem	32	40	49	35	46	35	34	31

Zdroj: vlastní zpracování

Dalším identifikačním údajem byl příjem respondentů. V tabulce číslo 7 lze vidět počet respondentů v závislosti na věku a příjmu. Ve věku 18-25 let tvoří největší příjmovou skupinu lidé s příjmem 0 – 20 000 Kč. Tento výsledek je ovlivněn faktem, že do této věkové kategorie spadají z velké části studenti středních a vysokých škol, kteří mají většinou minimální příjem. Ve věku 26-45 let tvoří největší příjmovou skupinu lidé s příjmem 20 001 – 40 000 Kč a ve věku 46-65 let lidé s příjmem 40 001 a více. Naopak výsledky skupiny ve věku 66 a více ovlivnil fakt, že tito lidé jsou často v důchodovém věku a jediným příjmem je starobní důchod.

Tabulka 7 Početnost respondentů dle věku a příjmu

	18-25	26-45	46-65	66 a více
0-20 000	39	3	3	48
20 001 - 40 000	37	43	31	17
40 001 a více	2	29	49	1

Zdroj: vlastní zpracování

3.3.2 Vnímání důležitosti CSR aktivit a jejich oblastí

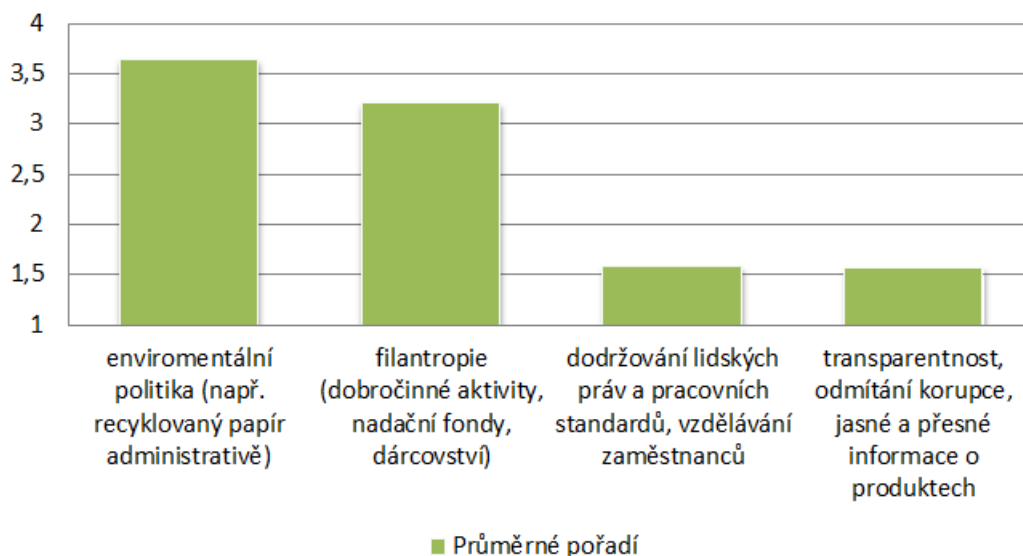
Zajímavé rozdíly u příjmových skupin lze vidět v tabulce číslo 8. V této tabulce byly sloučeny odpovědi spíše důležité a důležité, dále odpovědi spíše nedůležité a nedůležité. Tabulka je zaměřena na vnímání důležitosti společensky odpovědných aktivit. Zatímco u nejnižší příjmové skupiny je toto vnímání rozděleno téměř na polovinu, u vyšších příjmových skupin převládá názor, že společensky odpovědné aktivity bank jsou pro společnost důležité. Na základě výzkumu lze tvrdit, že 66,5 % respondentů považuje společensky odpovědné aktivity za důležité.

Tabulka 8 Příjem a vnímání důležitosti společensky odpovědných aktivit

	Důležité	%	Nedůležité	%
0-20 000	42	46,60%	50	54,40%
20 001 - 40 000	97	75,70%	31	24,30%
40 001 a více	62	75,60%	20	24,40%

Zdroj: vlastní zpracování

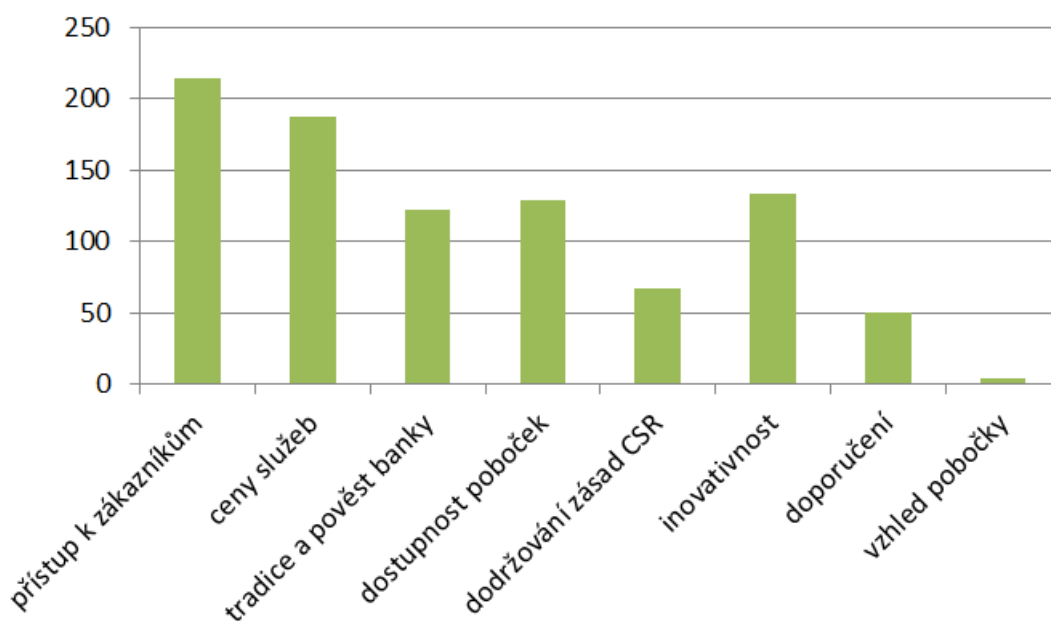
Pro navržení vhodných doporučení je zapotřebí zmapovat důležitost jednotlivých oblastí společenské odpovědnosti v očích veřejnosti. Respondenti seřazovali společensky odpovědné činnosti od nejvíce důležitých až po ty, které nevnímají jako nutnou součást strategie banky. Zde se odpovědi rozdělily na dvě poloviny. Na první místo důležitosti zařazovali respondenti transparentnost, odmítání korupce a informace o produktech s průměrným pořadím 1,570, druhou důležitou aktivitou je dodržování lidských práv a vzdělávání zaměstnanců se zcela minimálním rozdílem s průměrným pořadím 1,579. Na třetí místo byla nejčastěji umísťovaná filantropie s pořadím 3,212. Za nejméně důležitou činnost z uvedených aktivit považují respondenti enviromentální politiku bank s průměrným pořadím 3,639.



Obrázek 9 Důležitost oblastí společenské odpovědnosti
Zdroj: vlastní zpracování

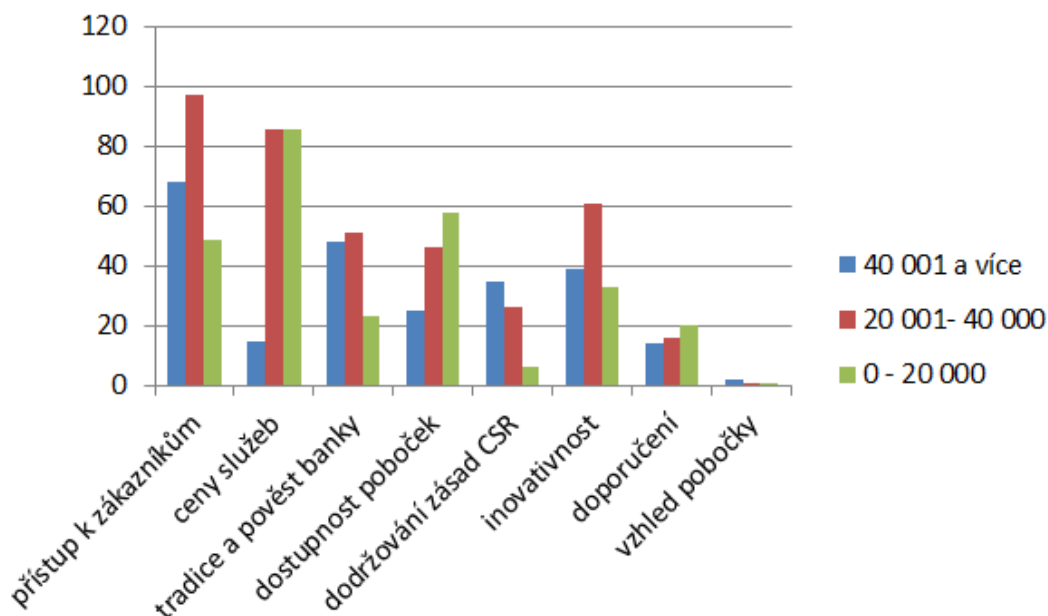
3.3.3 Faktory ovlivňující respondenta při výběru banky

Následující graf zobrazuje nejvýznamnější faktory, které ovlivňují klienta při výběru banky. Respondenti mohli vybrat pouze tři faktory. Zcela jednoznačně lze za nejdůležitější faktory označit přístup k zákazníkům a ceny služeb. Naopak je zajímavé, že společensky odpovědné aktivity banky neberou respondenti jako jeden ze stěžejních faktorů při výběru banky. Lze to odůvodnit tak, že důležitost společensky odpovědných aktivit bank je sice pozitivně vnímána, avšak mezi tři nejdůležitější faktory při výběru banky ji nelze zařadit.



Obrázek 10 Faktory při výběru banky všechny příjmové skupiny
Zdroj: vlastní zpracování

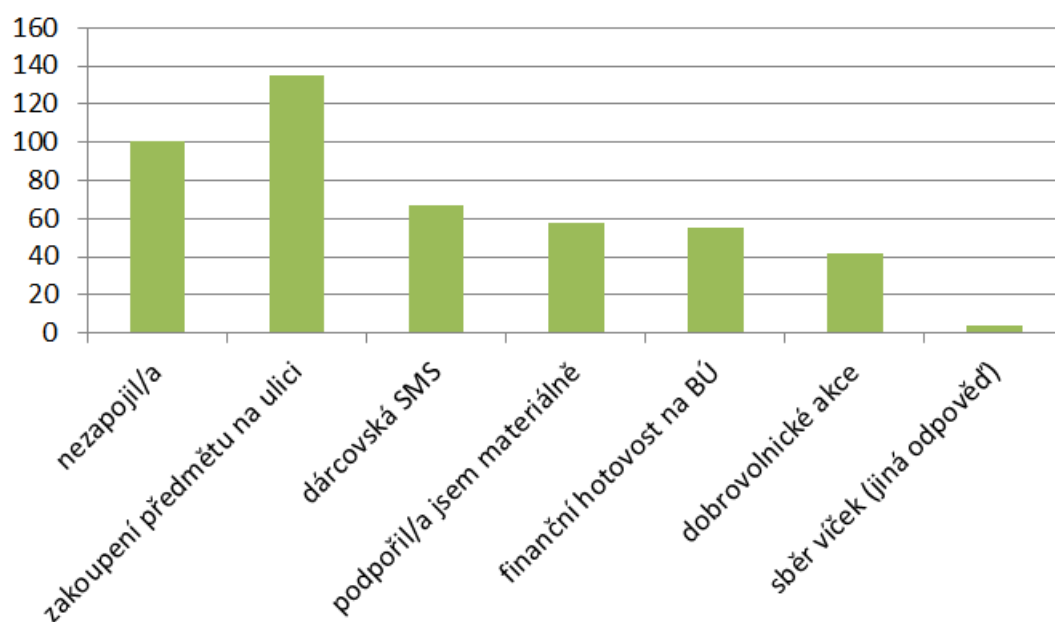
U každé z příjmových skupin lze očekávat odlišné preference při výběru banky. Jak zobrazuje následující graf, pro skupinu s nejnižšími příjmy jsou nejdůležitější ceny služeb (31,2 %) a dostupnost poboček (21 %), jelikož tuto skupinu tvoří především lidé v důchodovém věku, kteří upřednostňují návštěvu pobočky při řešení problému. U skupiny se středními příjmy je nejvýznamnějším faktorem přístup k zákazníkům (27,7 %) a také cena služeb (22,4 %). Naopak pro skupiny s nejvyššími příjmy nejsou příliš důležité ceny služeb (6,1 %), zajímají se spíše o kvalitu služeb související s přístupem k zákazníkům (27,7 %) a tradicí dané banky (19,5 %). U posledních dvou skupin hraje významnou roli inovativnost banky, u skupiny se středním příjmem (15,9 %) a u skupiny s vyšším příjmem (15,8 %). Procentuální vyjádření symbolizují poměr zvoleného faktoru k celkovému počtu odpovědí v dané příjmové skupině.



Obrázek 11 Faktory při výběru banky dle příjmových skupin
Zdroj: vlastní zpracování

3.3.4 Zapojení respondentů do veřejně prospěšných aktivit

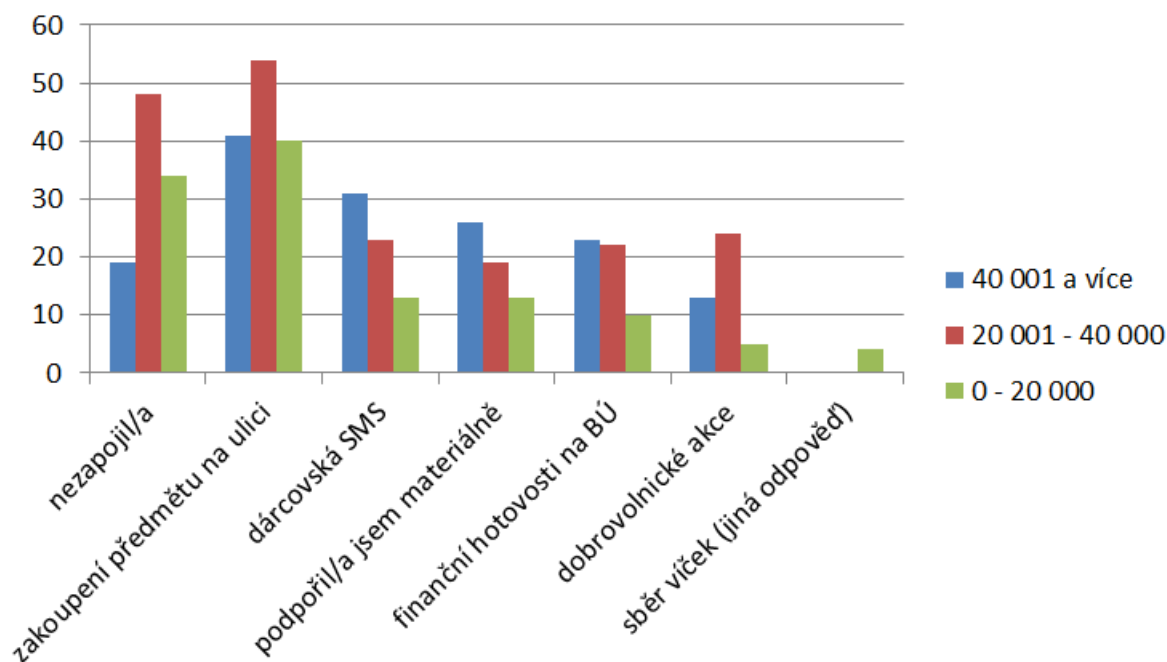
Následující graf zobrazuje početnost jednotlivých odpovědí na otázku, do kterých z uvedených aktivit se dotazovaní respondenti zapojili. 29,2 % respondentů v minulosti zakoupili charitativní předmět na ulici. V podobné míře respondenti přispívají dárcovskými SMS, materiální podporou nebo přímou finanční podporou konkrétního projektu nebo charity. Do jedné ze tří zmíněných forem podpory se v minulosti zapojilo 12 až 15 % dotazovaných respondentů. Znepokojující je, že 22,8 % respondentů se nikdy nezapojilo do veřejně prospěšných aktivit.



Obrázek 12 Míra zapojení do veřejné sbírky nebo činnosti všechny příjmové skupiny

Zdroj: vlastní zpracování

Skupina s nejvyššími příjmy se podobně jako další dvě skupiny nejvíce angažuje v charitativní podpoře v rámci nákupu charitativních předmětů (26,8 %). Je ale třeba podotknout, že respondenti často zmiňovali skutečnost, že přispívají pouze ověřeným prodejcům. V dotazníku byla zmiňována například charitativní akce Český den proti rakovině, konkrétně prodej žluté květiny. Dalšími oblíbenými aktivitami v této příjmové skupině jsou dárcovské SMS (20,2 %) a materiální podpora například dětského domova (16,9 %). V rámci druhé příjmové skupiny je rozdíl především v tom, že 25,3 % respondentů se nezapojilo do žádné z dotazovaných aktivit. Dále namísto materiální podpory se respondenti z této skupiny angažují spíše v dobrovolnických akcích (12,6 %), tyto činnosti jsou často pod záštitou jejich zaměstnavatele a jedná se o teambuildingové akce. Nejnižší příjmová skupina získala podobné výsledky jako skupina se středními příjmy. Nejčastěji se tito respondenti angažují v dobrovolných příspěvcích pracovníkům charitativních organizací při prodeji předmětů na ulici (33,6%), druhou nejčastější odpovědí bylo nezapojení respondentů do žádné z uvedených aktivit (28,5 %). Procentuální vyjádření se vztahuje vždy k jedné z příjmových skupin.



Obrázek 13 Míra zapojení do veřejné činnosti či aktivity dle příjmových skupin
Zdroj: vlastní zpracování

3.3.5 Testování hypotéz

Na základě dat z dotazníkového šetření bylo možné vyhodnotit následující hypotézy.

1. H0: Vnímání důležitosti společensky odpovědného chování bank není závislé na věku klientů.

Tabulka 9 Hypotéza - věk a důležitost CSR

	18-25	%	26-45	%	46-65	%	66 a víc	%	součty
důležité	42	54%	53	70%	64	77%	42	63%	201
nedůležité	36	46%	22	30%	19	23%	24	37%	101
součty	78		75		83		66		302

Zdroj: vlastní zpracování

Chí kvadrát (čtvercová kontingence): 10,63504

P-hodnota: 0,013872

Pearsonův koeficient kontingence: 0,186

Tato hypotéza o nezávislosti je zamítnuta, protože p-hodnota je menší než hladina významnosti 5 % ($0,013872 < 0,05$). S 95 % pravděpodobností lze tvrdit, že existuje vztah mezi věkem a vnímáním důležitosti společenských aktivit bank. Tuto sku-

tečnost lze odhadnout i z pozorování absolutních četností v tabulce, kdy s rostoucím věkem roste počet respondentů vnímajících důležitost společenských aktivit bank. Tato závislost je však nízká, což potvrzuje Pearsonův koeficient kontingence s hodnotou 0,186.

2. H0: Míra zapojení do veřejné sbírky nebo dobrovolnické činnosti není závislá na pohlaví.

Tabulka 10 Hypotéza - míra zapojení do CSR a pohlaví

	muži	%	ženy	%	součet
nezapojili se	61	42%	40	26%	101
zapojili se	85	58%	116	74%	201
součet	146		156		302

Zdroj: vlastní zpracování

Chí kvadrát (čtvercová kontingence): 8,825983

P-hodnota: 0,00297

Pearsonův koeficient kontingence: 0,168

Další hypotéza o nezávislost je také zamítnuta, p-hodnota je menší než hladina významnosti 5 % ($0,00297 < 0,05$). S 95 % pravděpodobností lze tvrdit, že existuje vztah mezi mírou zapojení do některé z dotazovaných aktivit a pohlavím respondentů. Ženy se dle výsledků výzkumu zapojují častěji do dobrovolnických aktivit nebo veřejných sbírek. Pearsonův koeficient však dokládá pouze velmi nízkou závislost.

3. H0: Neexistuje vztah mezi příjmem klienta a faktory ovlivňujícího klienta při výběru banky.

Tabulka 11 Hypotéza - příjem klienta a faktory při výběru banky

	0-20 000	%	20 001 -40 000	%	40 001 +	%	součet
přístup k zákazníkům	49	18%	97	25%	68	28%	214
ceny služeb	86	31%	86	23%	15	6%	187
tradice a pověst banky	23	8,7%	51	13%	48	19,7%	122
dostupnost poboček	58	21%	46	12%	25	10%	129
dodržování zásad společenské odpovědnosti	6	2%	26	7%	35	14%	67
inovativnost	33	12%	61	16%	39	16%	133
doporučení	20	7%	16	4%	14	5,5%	50
vzhled pobočky	1	0,3%	1	0,2%	2	0,8%	4
součet	276		384		246		906

Zdroj: vlastní zpracování

Chí kvadrát (čtvercová kontingence): 103,73746
P-hodnota: 2,97643E-23
Pearsonův koeficient kontingence: 0,330

I poslední hypotézu lze zamítnout, s 95 % pravděpodobností lze tvrdit, že výše příjmu klienta ovlivňuje faktory, podle kterých se potenciální klient rozhoduje při výběru banky. Tato závislost je však podle Pearsonova koeficientu kontingence 0,330 nízká. Závěr této hypotézy je v souladu s předpokladem získaným z obrázku číslo 11, že faktory ovlivňující rozhodování klienta jsou v různých příjmových skupinách jiné.

3.3.6 Shrnutí výsledků kvantitativního výzkumu

Výstupy z dotazníkového šetření jsou primárním podkladem pro navržená doporučení. Cílem bylo zjistit, na jakou příjmovou či věkovou skupinu se mají banky co nejvíce zaměřit při společensky odpovědných činnostech a jakými faktory jsou tyto potenciální klienti ovlivňováni při výběru banky.

Z dotazníkového šetření a stanovených hypotéz bylo zjištěno, že nejdůležitějšími faktory, které ovlivňují respondenty při výběru nebo hodnocení banky je především přístup k zákazníkům, ceny služeb a inovativnost banky, což oceňují především mladší klienti. Mezi nejpřínosnější inovace dle průzkumu Air Bank (2016) lze zařadit mobilní bankovníctví, platební peněženky nebo platby mobilem. Pro každou příjmovou skupinu jsou však jiné faktory, které ji ovlivňují. Dodržování zásad společenské odpovědnosti je nejvíce důležité pro skupinu se středními a vyššími příjmy. Zároveň byl vztah příjmu respondenta a faktory při výběru banky ověřován pomocí hypotézy. Tento vztah byl potvrzen. Skupina s nejnižšími uvedla pouze ve 2 % případů, že dodržování zásad společenské odpovědnosti patří mezi tři nejdůležitější faktory. Ve skupině s nejvyššími příjmy se jednalo o 14 % odpovědí.

Vnímání důležitosti společensky odpovědných aktivit je závislé na věku, což potvrdil test hypotézy. Mladí lidé ve věku 18-25 považují tyto činnosti za důležité pouze z 54 %. U lidí ve věku 46-65 je to 77 %.

Míra zapojení do dobrovolnické činnosti se liší dle příjmové skupiny a pohlaví. Z dotazníkového šetření vyplynulo, že 74 % žen se v minulosti zapojilo jakýmkoliv způsobem do dobrovolnické činnosti. Oproti tomu muži jsou v těchto činnostech méně aktivní, konkrétně se jich zapojilo 58 %. Ověření hypotézy potvrdilo vztah mezi mírou zapojení do společensky odpovědné činnosti a pohlavím. Jak lze vidět na obrázku číslo 13, každá z příjmových skupin preferuje odlišnou formu podpory. Největší rozdíl lze pozorovat v rozdílu mezi nezapojením a zapojením do alespoň jedné z uvedených aktivit. Skupina s nejvyššími příjmy se v minulosti nezapojila v 12,5 % případů, skupina se středními příjmy ve 25,3 % případů a skupina s nejnižšími příjmy ve 28,6 % případů.

Nejdůležitějšími oblastmi v rámci společenské odpovědnosti jsou dle respondentů transparentnost a odmítání korupce, dále pak dodržování lidských práv a pracovních standardů.

3.4 Doporučení

Doporučení jsou odvozena ze zjištěných výsledků a lze je rozdělit na doporučení obecná, která jsou společná pro celý bankovní sektor a doporučení specifická pro konkrétní banku.

CSR reportování – standardy

Společnosti Česká spořitelna a Komerční banka využívají k reportování směrnici OECD, společnost ČSOB využívá GRI. Je doporučováno využívat metodiku GRI, protože se ukázala jako nejvhodnější forma reportování pro bankovní sektor. Metodika GRI je uznávaná po celém světě, je mnohem komplexnější. Pro vhodnost této metodiky hovoří i výzkum společnosti KPMG (2017), podle něhož využívá tuto metodiku 75 % světových bank.

Soutěž ve třídění odpadu a spotřebě energie

Z výročních zpráv nebo ze zpráv společenské odpovědnosti společnosti vyplynulo, že se banky snaží aktivně přistupovat k této problematice. Mají stanovené interní postupy tak, aby byly zaměstnanci ohleduplnější k životnímu prostředí. Jsou zde však jisté rezervy, protože ne všichni zaměstnanci se zapojují do těchto činností. Zvýšit zainteresovanost i ostatních zaměstnanců může soutěž EKO pobočka měsíce. Údaje o množství tříděného papíru a plastů budou zasílána na centrálu společnosti a měsíčně vyhodnocována vždy vzhledem k velikosti dané pobočky. Budou stanoveny žebříčky jednotlivých poboček a krajů, ve kterých tyto pobočky jsou. Zaměstnanci budou motivováni především možností výhry firemních benefitů. Dá se předpokládat, že soutěživý zaměstnanci jednotlivých poboček budou vyvíjet tlak na spolupracovníky, kteří by mohli kazit umístění v soutěži. Podobný koncept lze využít i například v případě spotřeby energie, ovšem je nutno tyto údaje vztahovat k velikosti pobočky. V následujících tabulkách jsou uvedeny orientační jednorázové náklady na tuto aktivitu.

Česká spořitelna	494 poboček	náklady
nádoby na papír a plast	2 * 494	395 200 Kč
informační kampaň	letáky a propagační video sdílené na intranetu	14 820 Kč + 20 000 Kč
430 020 Kč		

ČSOB	217 poboček	náklady
nádoby na papír a plast	2 * 217	173 600 Kč
informační kampaň	letáky a propagační video sdílené na intranetu	14 820 Kč + 20 000 Kč
208 420 Kč		

Komerční banka	382 poboček	náklady
nádoby na papír a plast	2 * 382	305 600 Kč
informační kampaň	letáky a propagační video sdílené na intranetu	14 820 Kč + 20 000 Kč
340 420 Kč		

Rozšíření nabídky a povědomí sociálně investičních fondů

Z výsledků dotazníkového šetření je zřejmé, že povědomí o společenské odpovědnosti a důležitost jejího uplatňování v rámci banky je důležité především pro respondenty s vyššími příjmy. Tito klienti jsou dle segmentace ve skupině A, tedy ve skupině s nejvyššími příjmy. Pro tyto klienty jsou typické úspory nad jeden milion korun a především individuální přístup v rámci prodeje investičních produktů.

V současné době je průkopníkem v této oblasti Česká spořitelna, která od listopadu 2017 nabízí účast v etickém fondu, který má konzervativní charakter a zaměřuje se na investice do dluhopisů společensky odpovědných firem, takzvaných zelených dluhopisů. V rámci etických principů jsou vyřazeny firmy, které působí například ve zbrojním průmyslu nebo využívají dětskou práci. Následně je hodnocena míra přispívání například k ochraně přírody. Dle webového serveru tyden.cz (2018) má fond v současné době přes 4000 klientů a celosvětově tyto fondy od roku 2010 zdvojnásobily množství spravovaných aktiv. V západní Evropě jsou zelené fondy velmi populární.

Společnost ČSOB od roku 2007 spravuje akciový fond Vodního bohatství, který je ale příliš specializovaný na odvětví vázané na vodu, proto není řazen obecně k fondům společensky odpovědným. Investuje do firem zabývajících se čištěním či odsolováním vody. Typickým znakem fondu je vysoké riziko při vysokém výnosu. Společnost Komerční banka podobné investiční produkty prozatím nenabízí.

Doporučením je tedy více propagovat společensky odpovědné investování, například pomocí marketingových kampaní. Problémem může být, že například v rámci ČSOB je zmíněný akciový fond spíše pro zkušenější investory se sklonem k riziku. Cílem bank by mělo být otevřít společensky odpovědné investování širší veřejnosti.

Certifikace ISO – Komerční banka

Jedním z nedostatků této společnosti je chybějící certifikace v environmentální oblasti. Je proto doporučeno zavedení normy ISO 14001. Tato norma je určena společností, které chtějí prokázat, že se chovají ohleduplně k životnímu prostředí. Dále je určena společností, které chtějí efektivněji využívat přírodní zdroje a snižovat odpad. Tato certifikace pomůže společnosti snížit náklady při využívání zdrojů, zajistí oblast environmentálních rizik a zlepšuje pověst dané společnosti (Irqa.cz, 2018). Dle společnosti Lloyds Register (2018) se náklady na zavedení této certifikace liší dle velikosti společnosti, rozsahu certifikované oblasti a složitosti procesů. Kritériem pro náročnost je počet zaměstnanců. Pokud má společnost více než 1200 zaměstnanců, patří do časově nejnáročnější a nejnákladnější skupiny dle počtu auditů. Náklady se v těchto případech pohybují v řádech několika milio-

nů korun. Odhadovaná cena zavedení je tedy **5 000 000 Kč** a lze do nich zahrnout školení zaměstnanců a seznámení s požadavky normy, náklady na využití služeb odborné poradenské firmy pro přípravu na certifikaci a náklady na samotnou certifikaci.

Komunikace CSR – Komerční banka

Jedná se o nevyhnutelnou součást úspěšné implementace společenské odpovědnosti do společnosti. Zapojení a angažovanost jsou důležitými aspekty koncepce a bez dostatečného povědomí její úspěšná realizace ztrácí smysl. Organizace působící v bankovním sektoru mají velký vliv na okolní prostředí kvůli rozsahu svých činností a musí volit vhodné komunikační kanály. Je doporučováno sestavovat roční zprávu o CSR, Komerční banka v současné době tuto zprávu o společenské odpovědnosti nevydává. Krátký report o společenské odpovědnosti banky je součástí výroční zprávy, avšak z hlediska obsahu a přehlednosti o CSR aktivitách nedosahuje kvalit například zprávy o společenské odpovědnosti společnosti ČSOB. Výhodou tohoto návrhu jsou zcela **minimální náklady**, protože vydávání těchto zpráv bude mít pod záštitou CSR oddělení, které již v jednotlivých společnostech funguje.

Transparentnost a informace o produktech – ČSOB a Česká spořitelna

Z dotazníkového šetření vyplynulo, že transparentnost a korektní informace o produktech jsou pro klienty nejdůležitější oblastí společenské odpovědnosti. Dalším doporučením je zvýšení důvěry klientů v bankovní produkty. Lze se inspirovat u Komerční banky, u které si klienti velmi pochvalují projekt „Vyzkoušej si nás“, který se promítl do hodnocení sociálního pilíře Komerční banky. Klienti tak necítí žádný závazek při uzavírání smlouvy o produktu, což zvyšuje důvěru v banku. Pokud by nebyli spokojeni s produkty, mohou zažádat o vrácení všech poplatků během zkušebního půl roku. Banky by tedy měly u vybraných zpoplatněných a specifických produktů implementovat podobný projekt, což by zvýšilo zájem o tyto produkty, které nejsou využívány ve velké míře. Například se jedná o GOLD účty, platinové kreditní karty apod. Do nákladů na tento projekt lze zahrnout kampaň, například formou reklamy v televizi NOVA, s níž mají tyto společnosti uzavřeny dlouhodobější smlouvy. Údaje o tarifech jsou čerpány z podmínek obchodní politiky NOVAGROUP (2017).

Časové pásmo	Prime time (18h-23h)	1,00
Měsíce	Červenec, srpen	0,8
Cena za reklamu v časovém intervalu 30 sekund (1 x denně)	19 507 Kč * 1 * 0,8 * 60	Celkové náklady 936 336 Kč

4 Diskuse

Diplomová práce se zaměřila na aktivity bank v oblasti společenské odpovědnosti, dále pak na společensky odpovědné chování klientů a faktory, které je při výběru banky ovlivňují. Primární část výzkumu tvořil kvantitativní výzkum formou dotazníkového šetření na vzorku 302 respondentů a také kvalitativní výzkum formou rozhovorů se zástupci bank, studiem výročních zpráv a zpráv o společenské odpovědnosti. Kvalitativní výzkum byl hodnocen metodikou KORP.

Základem celé této problematiky je zjištění důležitosti společensky odpovědných aktivit. Tedy zdali veřejnost považuje tyto činnosti za důležité. Podle výsledků výzkumu Bayer Barometr (2016) si 78 % respondentů si myslí, že by firmy měli mít společenskou odpovědnost jako součást strategie organizace. Otázka v dotazníkovém šetření této diplomové práce nebyla formulována takto obecně, ale týkala se bankovního sektoru. Výsledek je tedy dle očekávání o něco nižší, a to že pro 66,5 % respondentů je důležité, aby se banka chovala společensky odpovědně.

Z dotazníkového šetření vyplynulo, že lidé ve věku 46 – 65 let vnímají přínos a důležitost společensky odpovědného chování banky ze všech věkových skupin nejvíce, konkrétně 77 % respondentů odpovědělo kladně. Naopak pro mladší generaci je 54 %. Zde se tato práce rozchází s výsledky výzkumu Bayer Barometr (2016). Podle těchto výsledků jsou starší lidé více skeptičtí, ve věku nad 50 let vidí přínos ve společensky odpovědných aktivitách 76 % respondentů. U mladší generace do 34 let je to 90 % respondentů. Dílčí závěr této práce potvrzuje výzkum IPSOS (2016), podle kterého jsou témata společenské odpovědnosti důležitější pro generaci Y, tedy pro mladší generaci, při volbě zaměstnavatele a především při nákupu výrobků a služeb. Povědomí o společenské odpovědnosti není dle výzkumu IPSOS (2017) příliš vysoké. 35 % populace si spontánně vybaví konkrétní společensky odpovědnou firmu nebo službu, před rokem to bylo pouze 24 %. Lze to porovnat s výsledky z kvantitativního výzkumu této diplomové práce. Při otázce o povědomí o společensky odpovědných aktivitách banky si pouze 21 % respondentů vybavilo konkrétní službu či projekt. Lidé vnímají důležitost jednotlivých oblastí společenské odpovědnosti různě. Bylo zjištěno, že by se primárně měly banky zabývat transparentností, bojem proti korupci a dodržováním lidských práv, enviromentální politika banky není pro respondenty příliš důležitá. Naopak podle výzkumu IPSOS a REPUTATION RESEARCH (2017) je pro respondenty nejdůležitější férové chování k zaměstnancům a péče o životní prostředí.

V diplomové práci byla doporučena metodika GRI, kromě zmíněného výzkumu KPMG (2017) podporují tuto metodiku Hys a Hawrysz (2012), kteří popisují Global Reporting Initiative jako univerzální nástroj pro vytváření zpráv. Jedinou nevýhodou této metodiky je podle Tuxwortha (2013) nadměrná složitost. Přílišnou odbornost této metody zdůrazňuje i Kužel (2013), který však dodává, že pokud firma GRI standard přijme, má velkou konkurenční výhodu. Hlavním důvodem, proč není v Česku standard GRI tak rozšířen je skutečnost, že tlak na společenskou a sociální odpovědnost vytváří většinou neziskové organizace, které čerpají z dárcovství nebo charity. Pro tyto činnosti postačí i jiné, méně propracované stan-

dardy. Pod pojmem CSR si totiž stále mnoho lidí představí pouze sponzoring, charitu či grantové projekty. Podle autora jde však v první řadě o jednání se zaměstnanci, odbory, bezpečnost práce a environmentální dopady společnosti, což nejlépe vystihne GRI standard. Tyto závěry jsou v souladu s výsledky IPSOS a REPUTATION RESEARCH (2017), podle kterého jsou přístup k zaměstnancům a projekty v oblasti vzdělávání aktuálními trendy CSR, protože mají dlouhodobý dopad na společnost, nestačí už pouze charitativní projekty z důvodu jejich krátkodobosti.

5 Závěr

Diplomová práce se zabývala problematikou společenské odpovědnosti ve třech vybraných bankovních institucích. Cílem této práce bylo na základě zhodnocení společenské odpovědnosti bank v České republice (Česká spořitelna, Československá obchodní banka, Komerční banka) využitím metodiky KORP a kvantitativního výzkumu vytvořit konkrétní návrhy CSR aktivit pro další rozvoj jejich společenské odpovědnosti.

V části Výsledků byly hodnoceny jednotlivé společnosti na základě rozhovorů se zástupci těchto společností a informací dohledaných ve výročních zprávách a zprávách o společenské odpovědnosti. Osnova otázek byla vytvořena podle metodiky KORP. Výsledková část je členěna na tři podkapitoly dle jednotlivých společností, které jsou dále členěny na jednotlivé oblasti společenské odpovědnosti. Každá oblast je zpracována samostatně pro detailnější komparaci společností dle jednotlivých oblastí.

Část doporučení vycházela z kvalitativního výzkumu, jednalo se o způsob reportování o CSR, kdy byla doporučena metodika GRI, soutěž ve třídění odpadu či vyčlenění problematiky společenské odpovědnosti z výročních zpráv a jejich důkladnější zpracování ve Zprávě o společenské odpovědnosti. Další doporučení se opírala o výsledky kvantitativního výzkumu. Zde bylo například zjištěno, že transparentnost a jasné informace o produktech jsou hlavními tématy, která jsou pro klienty bank důležitá. Dále byl potvrzen předpoklad, že více společensky odpovědní jsou klienty s vyšších příjmových skupin. Na základě těchto zjištění byla formulována další doporučení.

Bankovní sektor má svá specifika. Pro firmy poskytující finanční služby je otázkou úspěchu důvěra jejich klientů a čestnost během jednání. Obecně lze konstatovat, že velké banky v České republice, které byly předmětem této práce, mají velmi dobře implementovány zásady společenské odpovědnosti do své činnosti. Oproti tomu menší bankovní instituce, například AirBank nebo Equabank, se snaží zaujmout klienty jiným způsobem a společenské odpovědnosti nepřikládají tak zásadní vliv. Přínosy společenské odpovědnosti není příliš jednoduché kvantifikovat, avšak je potřebné dále podněcovat společensky odpovědné chování od subjektů, které mají přímý vliv na své okolí.

6 Zdroje

- 1) ABOU-EL-FOTOUH, H. *Corporate Social Responsibility in Banks: What does it mean?*. ArticleBase [online]. 2011 [cit. 2017-11-29]. Dostupné z: <http://www.articlesbase.com/management-articles/corporate-social-responsibility-inbanks-what-does-it-mean-4994559>
- 2) BANKOVNIPOPLATKY.COM. *Jak vypadá tvář českého bankovníctví?* [online]. 2014 [cit. 2017-11-04]. Dostupné z <https://www.bankovnipoplatky.com/jak-vypada-tvar-ceskeho-bankovnictvi-zaverecny-dil-unikatniho-pruzkumu-22510>
- 3) BERLAND, P. S. *Corporate Social Responsibility Branding Survey*. [online]. 2010 [cit. 2017-12-18] Dostupné z: <http://www.slideshare.net/BMGlobalNews/csr-brandingsurvey-2010-final>
- 4) BUSINESSINFO: IPSOS [online]. 2017 [cit. 2018-04-29]. Dostupné z: <http://www.businessinfo.cz/cs/clanky/pro-61-procent-cechu-je-zasadni-zdali-se-firma-chova-spolecensky-odpovedne--93414.html>
- 5) CHOUINARD, Y., STANLEY V., *Zodpovědná firma*. První vydání. Praha: People Comm s.r.o., 2014, 184 s., ISBN978-80-87917-12-1
- 6) CMA: IPSOS A REPUTATION RESEARCH [online]. 2017 [cit. 2018-04-29]. Dostupné z: <http://www.cma.cz/spolecenska-odpovednost-firem-ovlivnuje-lidi-pri-jejich-doporucovani-a-rozhodovani/>
- 7) CSAS [online]. 2018 [cit. 2018-04-29]. Dostupné z: <https://www.csas.cz/cs/o-nas/kdo-jsme>
- 8) CSOB [online]. 2018 [cit. 2018-04-29]. Dostupné z: <https://www.csob.cz/portal/o-csob/o-csob-a-kbc/o-csob-a-skupine>
- 9) CRUZ, J.M. *The impact of corporate social responsibility in supply chain management: Multicriteria decision-making approach*. Decision Support Systems [online]. 2009, **48**(1), 224-236 [cit. 2017-11-22]. Dostupné z: <http://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S016792360900178X>

-
- 10) ČSN ISO 26000 *Pokyny pro oblast společenské odpovědnosti*. ÚNMZ: Úřad pro technickou normalizaci, metrologii a státní zkušebnictví [online]. ©2017 [cit. 2017-12-05]. Dostupné z: <http://www.unmz.cz/urad/norma-iso-spolecenska-odpovednost-schvalena-k-publikovani>
- 11) ČESKÉ NOVINY: Bayer Barometr. 2016 [online]. [cit. 2018-04-29]. Dostupné z: <http://www.ceskenoviny.cz/zpravy/spolecensky-odpovedne-chovani-firem-csr-vysledky-vyzkumu-bayer-barometr-2016/1442712>
- 12) ČERNOHORSKÁ, L., PUTNOVÁ, A., *Společenská odpovědnost a jak ji měřit?* První vydání. Brno: Akademické nakladatelství CERM, s.r.o., 2012, 130 s., ISBN 978-807204-806-9
- 13) DECKER, S a SALE, C. *An Analysis of Corporate Social Responsibility, Trust and Reputation in the Banking Profession*. 2009. ISBN 978-3-642-02630-0_8.
- 14) FINPARADA: ZPRÁVA AIRBANK [online]. 2016 [cit. 2018-04-29]. Dostupné z: <http://www.finparada.cz/4053-Inovace-v-bankovnich-sluzbach-ktere-Cechy-nejvice-zaujaly.aspx>
- 15) FORET, M., STÁVKOVÁ, J., VAŇOVÁ, A. *Marketingový výzkum: Distanční studijní opora*. Znojmo: SVŠE, 2006. 114 s. ISBN 80-239-7755-5.
- 16) GLOBALREPORTING. *What is GRI? Global Reporting Initiative* [online]. 2016 [cit. 2017-11-22]. Dostupné z: <https://www.globalreporting.org/information/about-gri/gri-history/Pages/GRI's%20history.aspx>
- 17) HYS, K. a HAWRYSZ, L. *Corporate Social Responsibility Reporting*. China-USA Business Review [online]. 2012, **11**(11) [cit. 2018-04-29]. ISSN 1537-1514. Dostupné z: https://www.researchgate.net/publication/268925189_Corporate_Social_Responsibility_Reporting
- 18) IDOWU, S a FILHO, L. *Global Practices of Corporate Social Responsibility*. 2009. ISBN 978-3-540-68815-0.

- 19) IPSOS [online]. 2016 [cit. 2018-04-29]. Dostupné z:
<https://www.ipsos.com/cs-cz/csr-reputace-jdou-ruku-v-ruce-potvrzuje-ipsos-csr-research>
- 20) IPSOS. *Společenská odpovědnost firem ovlivňuje lidi při jejich doporučování a rozhodování* [online]. 2017 [cit. 2017-11-22]. Dostupné z:
<http://www.ipsos.cz/spolecenska-odpovednost-firem-ovlivnuje-lidi-pri-jejich-doporucovani-a-rozhodovani/>
- 21) JO, H., KIM, H., PARK K. *Corporate Environmental Responsibility and Firm Performance in the Financial Services Sector*. Journal of Business Ethics [online]. 2015, 131(2), 257-284 [cit. 2017-11-25]. DOI: 10.1007/s10551-014-2276-7. ISSN 0167-4544. Dostupné z:
<http://link.springer.com/10.1007/s10551-014-2276-7>
- 22) KB [online]. 2018 [cit. 2018-04-29]. Dostupné z: <https://www.kb.cz/cs/obance>
- 23) KOCMANOVÁ, A., a kol. *Udržitelnost: Integrace environmentální, sociální a ekonomické výkonnosti podniku*. První vydání. Brno: Akademické nakladatelství CERM, s.r.o., 2010, 125 s., ISBN 978-80-7204-744-4
- 24) KUNZ, V. *Společenská odpovědnost firem*. 1. vyd. Praha: Grada Publishing, 2012. 201 s. ISBN 978-80-247-3983-0.
- 25) KUŽEL, S. Ekonom [online]. 2013 [cit. 2018-04-29]. Dostupné z:
<https://ekonom.ihned.cz/c1-60864560-stanislav-kuzel-csr-nema-s-darky-a-charitou-nic-spolecneho>
- 26) KVASNIČKOVÁ STANISLAVSKÁ, L. *CSR in banking sector*. [online]. 2012 [cit. 2017-11-27]. Dostupné z:
https://acta.mendelu.cz/media/pdf/actaun_2012060020157.pdf
- 27) LENTNER, SZEGEDI a TATAY. *Corporate Social Responsibility in the Banking Sector* [online]. 2015 [cit. 2017-11-21]. Dostupné z:
https://www.asz.hu/storage/files/files/public-finance-quarterly-articles/2015/a_lentner_szegedi_tatay_2015_1.pdf

-
- 28) LRQA: ISO 14001 [online]. 2018 [cit. 2018-04-29]. Dostupné z:
http://www.lrqa.cz/standardy-a-schema-ta/iso14001/?gclid=EAIaIQobChMI3ZjDq4bO2gIVDpIYCh1kXAhDEAAAYASA AEgIpUvD_BwE
- 29) MÁDLOVÁ, L. *Společenská odpovědnost firem: etické podnikání a sociální odpovědnost v praxi*. 1. vyd. OPS, 2010, 189 s. ISBN 978-80-87269-12-1.
- 30) NÁRODNÍ PORTÁL [online]. 2018 [cit. 2018-04-29]. Dostupné z:
<http://narodniportal.cz/csr-v-cr/>
- 31) NOVAGROUP [online]. 2015 [cit. 2018-04-29]. Dostupné z:
http://www.novagroup.cz/images/documents/obchod/Televize_2015/nova_group_op_2016_9.10.2015_final_.pdf
- 32) OECD. *The Organisation for Economic Co-operation and Development* [online]. 2017 [cit. 2017-11-22]. Dostupné z:
<http://www.oecd.org/about/>
- 33) PAVLÍK, M. a BĚLČÍK, M. *Společenská odpovědnosti organizace: CSR v praxi a jak s ním dál*. 1. vyd. Praha: Grada, 2010, 169 s. ISBN 978-80247-3157-5
- 34) PETŘÍKOVÁ, R. *Společenská odpovědnost organizací*. 1. vyd. Ostrava: DTO CZ, 2008. 184 s. ISBN 978-80-02-02099-8.
- 35) PLÁŠKOVÁ, Alena. *Společenská odpovědnost firem (CSR): aplikace a hodnocení: podnikatelský sektor*. Vyd. 2., aktualiz. Praha: Národní informační středisko podpory kvality, 2009. Národní politika podpory jakosti. ISBN 9788002022053.
- 36) PLÁŠKOVÁ, Alena a Pavel RYŠÁNEK. *Společenská odpovědnost (CSR): hodnocení CSR organizací veřejného sektoru v programu Národní ceny ČR za společenskou odpovědnost : [veřejný sektor]*. Praha: Národní informační středisko podpory kvality, 2013. Národní politika podpory jakosti. ISBN 978-80-02-02435-4.

- 37) POPLATKOZROUT: VÝZKUM KPMG [online]. 2016 [cit. 2018-04-29]. Dostupné z: http://poplatkozrout.cz/zprava_bank_a.aspx?ID=15033
- 38) SEIBLY, G. *The Benefits of CSR Programs for Small Banks*. American Banker [online]. 2013 [cit. 2017-12-18]. Dostupné z: <https://www.americanbanker.com/opinion/the-benefits-of-csr-programs-for-small-banks>
- 39) SIMPSON, W. a KOHERS, T. *The Link Between Corporate Social and Financial Performance: Evidence from the Banking Industry*. Journal of Business Ethics [online]. 2002, , 97-109 [cit. 2017-11-22]. Dostupné z: <https://link.springer.com/article/10.1023/A:1013082525900>
- 40) SOANA, M. *The Relationship Between Corporate Social Performance and Corporate Financial Performance in the Banking Sector*. Journal of Business Ethics [online]. 2011, 104(1), 133-148 [cit. 2017-11-25]. DOI: 10.1007/s10551-011-0894-x. ISSN 0167-4544. Dostupné z: <http://link.springer.com/10.1007/s10551-011-0894-x>
- 41) STEINEROVÁ, M. *Koncept CSR v praxi: průvodce odpovědným podnikáním* [online]. In: . Praha: ASPRA a .s. a 94 minutes, s .r .o ., 2008, s . 33
- 42) TÝDEN [online]. 2018 [cit. 2018-04-29]. Dostupné z: https://www.tyden.cz/rubriky/byznys/cesko/ceska-sporitelna-zalozila-eticky-fond-nabizi-investice-do-dluhopisu-odpovednych-firem_463152.html
- 43) TUXWORTH, B. *GRI* [online]. 2013 [cit. 2018-04-29]. Dostupné z: <https://www.theguardian.com/sustainable-business/global-reporting-initiative-updates>
- 44) VÝROČNÍ ZPRÁVA: Česká spořitelna [online]. 2016 [cit. 2018-04-29]. Dostupné z: <https://or.justice.cz/ias/ui/vypis-sl-detail?dokument=47715305&subjektId=711786&spis=73936>
- 45) VÝROČNÍ ZPRÁVA: Komerční banka [online]. 2016 [cit. 2018-04-29]. Dostupné z: <https://or.justice.cz/ias/ui/vypis-sl-detail?dokument=47716035&subjektId=68415&spis=74106>

-
- 46) VÝROČNÍ ZPRÁVA: Československá obchodní banka [online]. 2015 [cit. 2018-04-29]. Dostupné z: <https://or.justice.cz/ias/ui/vypis-sl-detail?dokument=43437214&subjektId=56666&spis=90502>
- 47) WONG, H. *Corporate Social Responsibility Practices in Banking Industry*. Journal of Management Research [online]. 2015, 7(4), 205-221 [cit. 2017-11-22]. ISSN 1941-899X. Dostupné z: <http://www.macrothink.org/journal/index.php/jmr/article/download/7894/6511>
- 48) WU, M. a SHEN CH. *Corporate social responsibility in the banking industry: Motives and financial performance*. Journal of Banking & Finance [online]. 2013, 37(9), 3529-3547 [cit. 2017-11-25]. DOI: 10.1016/j.jbankfin.2013.04.023. ISSN 03784266. Dostupné z: <http://linkinghub.elsevier.com/retrieve/pii/S0378426613002069>
- 49) WU, M. a SHEN CH. *To engage or not to engage in corporate social responsibility: Empirical evidence from global banking sector*. Economic Modelling [online]. 2016, 55, 207-225 [cit. 2017-11-25]. DOI: 10.1016/j.econmod.2016.02.007. ISSN 02649993. Dostupné z: <http://linkinghub.elsevier.com/retrieve/pii/S02649993163001894>
- 50) YEUNG, S. *The Role of Banks in Corporate Social Responsibility*. Journal of Applied Economics and Business Research [online]. 2011, 1(2), 103-115 [cit. 2017-11-22]. Dostupné z: https://www.researchgate.net/publication/303881257_The_Role_of_Banks_in_Corporate_Social_Responsibility
- 51) ZADRAŽILOVÁ, D. a kol. *Společenská odpovědnost podniků: transparentnost a etika podnikání*. 1. vyd. Praha: C. H. Beck, 2010, 167 s. Beckova edice ekonomie. ISBN 978-80-7400-192-5.
- 52) ZPRÁVA O SPOLEČENSKÉ ODPOVĚDNOSTI: Československá obchodní banka [online]. 2016 [cit. 2018-04-29]. Dostupné z: <https://www.csob.cz/portal/documents/10710/619935/csob-csr-2016-cz.pdf>

7 Přílohy

A: témata k jednotlivým subkritériím dle metodiky KORP

Předpoklady	Výsledky
MANAGEMENT A ORGANIZAČNÍ ZABEZPEČENÍ	
Jmenování představitele CSR	
Jmenování týmu CSR	
Určení relevantních zainteresovaných stran	
Určení oblastí působnosti, strategie a cílů CSR	
Dokumenty o CSR	

Předpoklady	Výsledky
EKONOMICKÁ VÝKONNOST	
Systematické plánování ekonomické výkonnosti	Přímé ekonomické výsledky
Dobročinnosti a veřejně prospěšné aktivity	Finanční dopady, které vyplývají ze změn klimatu
Management ekonomických rizik	Ostatní finanční dopady
Plánování příjmů a výdajů souvisejících s kapitálem	

Předpoklady	Výsledky
PŘÍMÉ A NEPŘÍMÉ EKONOMICKÉ VLIVY NA KOMUNITU	
Určení komunity	Přímé ekonomické výsledky
Definované přístupy k náboru pracovníků	Postupy místního náboru
Mapování pozitivních a negativních vlivů na komunitu	Rozvoj a vliv infrastruktury investic a služeb poskytovaných pro veřejný prospěch
Mapování potřeb komunity	Popis důležitých nepřímých ekonomických vlivů
Mapování vlivu na šíření vzdělanosti a školství	

Předpoklady	Výsledky
LIDSKÁ PRÁVA	
Etický kodex	Etický kodex
Antidiskriminační opatření	Vzdělání zaměstnanců ohledně lidských práv
Kolektivní vyjednávání	Opatření přijatá na podporu kolektivního vyjednávání
Evidence incidentů a stížností v oblasti lidských práv	Činnosti, při nichž může být vážné riziko případů nucené nebo nedobrovolné práce

Předpoklady	Výsledky
KOMUNITA, KORUPCE A SHODA S LEGISLATIVOU	
Kontakty s komunitou	Vlivi činnosti firmy na komunitu
Všechny typy angažovanosti ve veřejném životě	Počet zaměstnanců proškolených v protikorupčních politikách
Protikorupční politiky	Opatření přijatá v oblasti korupce

Předpoklady	Výsledky
ZAMĚSTNÁVÁNÍ A PŘIMĚŘENÁ PRÁCE	
Existence vhodné personální politiky a postupů	Pracovníci
Motivační programy	Benefity
Systém vzdělávání	Aktivity vzdělávání zaměstnanců
Systém pro řešení stížností zaměstnanců	Počet hodin vzdělávání a výcviku na zaměstnance
Systém BOZP	Pracovní úrazy

Předpoklady	Výsledky
OCHRANA SPOTŘEBITELE	
Požadavky na služby poskytované zákazníkům	Informace o službách
Hodnocení životního cyklu produktů	Etapy životního cyklu
Monitorování a měření spokojenosti zákazníka	Výsledky týkající se spokojenosti zákazníka
Reklamacce a stížnosti zákazníků	Celkový počet případů neshod s předpisy a závazky
Informace poskytované zákazníkům	Celkový počet opodstatněných stížností ohledně narušení soukromí zákazníka

Předpoklady	Výsledky
PERSONÁLNÍ ZAJIŠTĚNÍ	
Personální zajištění ochrany životního prostředí	Dobrovolné nástroje
Dobrovolné nástroje	

Předpoklady	Výsledky
SHODA S LEGISLATIVOU	
Dodržování legislativních požadavků	Relevantní legislativní požadavky
Celkový pohled na ochranu životního prostředí	Aplikace relevantních právních požadavků na činnosti firmy
Ekonomické ukazatele	Poplatky a sankce

Předpoklady	Výsledky
DOPADY SPOTŘEB ENERGIE A DALŠÍCH ZDROJŮ	
Plánování environmentálních dopadů spotřeb energie	Aktivita související se snižováním spotřeby elektrické energie a plynu
Plánování environmentálních dopadů spotřeb dalších zdrojů	Aktivita související se snižováním spotřeby vody
	Aktivita spojené se snižováním množství a nebezpečnosti vstupujících materiálu a chemikálií

Předpoklady	Výsledky
ENVIRONMENTÁLNÍ DOPADY VÝROBY A SLUŽEB	
Sledování a řízení výroby	Výrobní aktivity
Sledování a řízení služeb při jejich provádění	Interní a externí služby
	Aktivita spojené se snižováním množství

Předpoklady	Výsledky
ENVIRONMENTÁLNÍ DOPADY VÝSTUPU	
Znečišťování ovzduší, ozonová vrstva	Evidenc a řízení ochrany ovzduší
Produkce odpadů	Nakládání s odpady
Znečišťování vod	Nakládání s vodami

B: kvalitativní výzkum dle subkritérií a pilířů

Organizační zabezpečení EM1	<ul style="list-style-type: none"> • Od kterého roku je koncept CSR uplatňován a kdo se jím zabývá? • Má společnost zavedeny konkrétní normy a standardy o CSR ve své politice (např. GRI, AA1000, OECD nebo ISO normy apod.)? • Komunikuje společnost se zájmovými skupinami? • Které zájmové skupiny jsou klíčové? • Jaký druh komunikace využívá společnost k šíření povědomí o CSR, např. výroční zprávy, reporty, blogy, webové stránky?
Ekonomická výkonnost EM2	<ul style="list-style-type: none"> • Analyzuje společnost finanční důsledky vlivu CSR? Lze tyto důsledky kvantifikovat? • Jaké jsou hlavní veřejně prospěšné aktivity? Plánuje je Vaše společnost? • Jak společnost analyzuje a řídí rizika?
Přímé a nepřímé ekonomické vlivy na komunitu EM3	<ul style="list-style-type: none"> • Má společnost definované přístupy k náboru pracovníků? • Mapuje společnost potřeby komunity? • Podporuje společnost veřejně prospěšné projekty, od kterých není očekáván ekonomický zisk?

Lidská práva SO1	<ul style="list-style-type: none"> • Má společnost zpracovaný etický kodex? • Provádí společnost etický nebo sociální audit? • Využívá společnost nějaká antidiskriminační opatření?
Komunita, korupce, shoda s legislativou SO2	<ul style="list-style-type: none"> • Má společnost zajištěn program pro předcházení korupce? • Jsou na řešení korupce vyhrazeni konkrétní pracovníci?
Zaměstnávání a přiměřená práce SO3	<ul style="list-style-type: none"> • Zaměstnává společnost i hendikepované? • Přihlíží společnost na věk, pohlaví nebo rasu při výběru pracovníku? (žádána diverzita na pracovišti, NE diskriminace) • Jaké poskytuje společnost zaměstnanecké výhody? • Jakým způsobem společnost vzdělává zaměstnance? Je to bezplatné? • Je dostatečně zajištěna bezpečnost a ochrana zdraví při práci?
Ochrana spotřebitele SO4	<ul style="list-style-type: none"> • Poskytuje společnost ucelené a přesné informace o všech nabízených produktech? • Jakým způsobem monitoruje a měří společnost spokojenost zákazníku? • Vede společnost registr stížností?
Personální zajištění EG1	<ul style="list-style-type: none"> • Jsou stanoveny speciální týmy nebo útvary, které se zabývají ochranou životního prostředí? • V jakých dobrovolných aktivitách se angažují vaši zaměstnanci v oblasti životního prostředí?
Shoda s legislativou EG2	<ul style="list-style-type: none"> • Kdo se zabývá implementací nové legislativy a dodržováním legislativních požadavků?
Dopady spotřeby energie a dalších zdrojů EG3	<ul style="list-style-type: none"> • Dbá společnost na problematiku dostupnosti zdrojů v budoucnosti? např. energeticky účinné snížení spotřeby energie, ochrana vod a snižování spotřeby vody?
Dopady výroby a služeb EG4	<ul style="list-style-type: none"> • Podílí se společnost na ochraně životního prostředí a jeho ekosystému svými službami a regulačními činnostmi?
Dopady výstupu EG5	Otázky z tohoto bloku jsou pro bankovní sektor irelevantní.

C: kvantitativní výzkum

- 1. Ve které z těchto bank máte osobní účet?**
 - a) Česká spořitelna
 - b) Československá obchodní banka
 - c) Komerční banka

- 2. Víte, co znamená pojem Společenská odpovědnost?**
 - a) Ano
 - b) Ne
 - c) Pojem jsem již slyšel/a, ale nevím, co znamená

- 3. Porozuměl/a jste pojmu Společenská odpovědnost?**
 - a) Ano
 - b) Ne

- 4. Zapojil/a jste se někdy do veřejné sbírky nebo do dobrovolnické činnosti? Pokud ano, jakým způsobem?**
 - a) zakoupením předmětu na ulici (např. žlutá sedmikráska - Český den proti rakovině)
 - b) dárcovskou SMS
 - c) zasláním finanční hotovosti na bankovní účet
 - d) zúčastnil/a jsem se dobrovolnické akce na podporu životního prostředí (např. sběr odpadků)
 - e) nezapojil
 - f) podpořil/a jsem materiálně (např. dětský domov, domov seniorů)
 - g) jiná odpověď

- 5. Vyberte tři nejdůležitější faktory při výběru banky.**
 - a) přístup k zákazníkům
 - b) ceny služeb
 - c) tradice a pověst banky
 - d) dostupnost poboček
 - e) dodržování zásad společenské odpovědnosti
 - f) inovativnost
 - g) doporučení
 - h) jiný

- 6. Do jaké míry je pro Vás důležité, aby se banka chovala společensky odpovědně?**
 - a) velmi důležité
 - b) spíše důležité
 - c) spíše nedůležité
 - d) nedůležité

7. A: "Banky by se měly soustředit na tvorbu zisku, placení daní a dodržování platných zákonů." B: „Banky by se kromě ekonomických aktivit měli snažit vytvářet i vyšší etické standardy, přispívat ke zlepšení životního prostředí a podporovat zaměstnance

- a) spíše souhlasím s výrokem B
- b) souhlasím zároveň s výrokem A i B
- c) spíše souhlasím s výrokem A
- d) rozhodně souhlasím s výrokem B
- e) nesouhlasím ani s jedním z nich
- f) rozhodně souhlasím s výrokem B

8. Do jaké míry jsou pro Vás v rámci společenské odpovědnosti důležité tyto oblasti? (seřad'te)

- a) dodržování lidských práv a pracovních standardů, péče o zaměstnance a jejich vzdělávání
- b) enviromentální politika (např. recyklovaný papír v administrativě)
- c) filantropie (např. dobročinné aktivity, nadační fondy, dárcovství)
- d) transparentnost, odmítání korupce, jasné a přesné informace o produktech

9. Máte povědomí o společensky odpovědných aktivitách Vaší banky?

- a) Ne
- b) Ano

10. O kterých z uvedených aktivit jste v minulosti slyšel/a?

- a) Konto bariéry
- b) Karta dobré vůle
- c) dárcovská aplikace Melinda
- d) Nadace Jistota
- e) Nadace Depositum Bonum
- f) o žádné z uvedených
- g) jiná

11. Uveďte prosím Vaše pohlaví.

- a) Žena
- b) Muž

12. Uveďte prosím Váš věk.

- a) 18-25
- b) 26-45
- c) 46-65
- d) 66 a více

13. Uved'te prosím Váš čistý měsíční příjem.

- a) 20 001 - 40 000
- b) 40 001 a více
- c) 0 - 20 000

8 Seznam obrázků

Obrázek 1 Kritéria KORP	20
Obrázek 2 Matice bankovní a CSR aktivity	22
Obrázek 3 Vnímání společenské odpovědnosti.....	23
Obrázek 4 Výsledky České spořitelny	39
Obrázek 5 Výsledky ČSOB	50
Obrázek 6 Výsledky Komerční banky.....	61
Obrázek 7 Shrnutí výsledku kvalitativní výzkum	62
Obrázek 8 Rozložení věkových skupin ve výzkumu	64
Obrázek 9 Důležitost oblastí společenské odpovědnosti	66
Obrázek 10 Faktory při výběru banky všechny příjmové skupiny	67
Obrázek 11 Faktory při výběru banky dle příjmových skupin.....	68
Obrázek 12 Míra zapojení do veřejné sbírky nebo činnosti všechny příjmové skupiny	69
Obrázek 13 Míra zapojení do veřejné činnosti či aktivity dle příjmových skupin ...	70

9 Seznam tabulek

Tabulka 1 CSR a finanční výkonnost.....	24
Tabulka 2 Panel předpokladů	26
Tabulka 3 Panel výsledků	26
Tabulka 4 Segmentace dle příjmu	27
Tabulka 5 Shrnutí kvalitativní výzkum.....	62
Tabulka 6 Početnosti respondentů dle věku a pohlaví.....	65
Tabulka 7 Početnost respondentů dle věku a příjmu	65
Tabulka 8 Příjem a vnímání důležitosti společensky odpovědných aktivit	65
Tabulka 9 Hypotéza - věk a důležitost CSR	70
Tabulka 10 Hypotéza - míra zapojení do CSR a pohlaví.....	71
Tabulka 11 Hypotéza - příjem klienta a faktory při výběru banky.....	71