

Univerzita Hradec Králové
Fakulta informatiky a managementu
Katedra informatiky a kvantitativních metod

**Česká spořitelna jako Bezpapírová banka v rámci digitální
transformace**

Bakalářská práce

Autor: Lucie Šilhábelová
Studijní obor: Informační management

Vedoucí práce: Ing. Lukáš Válek

Hradec Králové

Duben 2016

Prohlášení:

Prohlašuji, že jsem bakalářskou práci zpracovala samostatně a s použitím uvedené literatury.

V Hradci Králové, dne 26.4.2016

Lucie Šilhábelová

Poděkování:

Děkuji vedoucímu práce Ing. Lukáši Válkovi za jeho připomínky, návrhy na zlepšení a metodické vedení práce. Dále bych chtěla poděkovat České spořitelně, a.s., za poskytnuté informace a všem zaměstnancům, kteří svým vyplnění dotazníku přispěli do praktické části této práce. V neposlední řadě děkuji své rodině, která mi byla oporou při tvorbě práce.

Anotace

Název: Česká spořitelna jako Bezpapírová banka v rámci digitální transformace

Tato bakalářská práce pojednává o strategii České spořitelny, která se rozhodla přeorganizovat svou datovou základnu klientských účtů a to díky novému projektu „Bezpapírová banka“, který je pod záštitou strategie MIDI17. Součástí práce je teoretická část, kde je popsána strategie a důvody, které k takto velkému rozhodnutí Spořitelnu vedly. V praktické části je analýza obdržených informací od zaměstnanců patnácti poboček na základě dotazníku. Na závěr jsou v práci shrnuty získané informace z dotazníku a doporučení, co je třeba v rámci projektu Bezpapírová banka ještě zlepšit.

Annotation

Title: Česká spořitelna as a Paperless bank in a digital transformation

This bachelor thesis deals with a strategy in Česká spořitelna, a. s., which has decided to reorganized a data base of client's accounts through a new project „Bezpapírová banka“. The thesis contains the theoretical part, where is described the strategy and reasons, why this bank had done the big decision about the strategy and the new project. In the practical part of the thesis is the analysis of recieved information from the employees of fifteen branches from the questionnaire. In the end of the thesis is a summary of recieved information from the questionnaire and the recommendation, what is still need to be improved.

Obsah

1	Úvod.....	1
2	Cíl práce a metodika práce	2
3	Teoretická východiska	3
3.1	Banka.....	3
3.2	Strategie	3
3.2.1	Vnější význam strategie	4
3.2.2	Vnitřní význam strategie	4
3.2.3	Úrovně strategie.....	4
3.3	Volba nové strategie.....	5
3.3.1	Základní cíle podniku.....	5
3.3.2	Dílčí cíle podniku	6
3.3.3	Poslání podniku (mise)	6
3.3.4	Vize.....	6
3.3.5	Oblast a rozsah podnikání.....	7
3.3.6	Konkurenční výhody	7
3.4	Strategie MIDI17.....	8
3.4.1	Inovace.....	8
3.4.2	Rozšíření inovace na trhu.....	8
3.4.3	Multikanálová banka	10
3.4.4	Inteligentní banka	11
3.4.5	Digitální banka.....	12
3.4.6	Integrovaná banka	21
4	Shrnutí.....	21
5	Praktická východiska	23

5.1	Bezpapírová banka v patnácti vybraných pobočkách.....	23
5.2	Širší výzkumné cíle	24
5.3	Výzkumné otázky	24
5.4	Pracovní hypotézy.....	24
5.5	Metoda ověřování hypotéz	25
5.6	Vyhodnocení dotazníkového šetření	27
5.7	Shrnutí dotazníkového šetření.....	39
6	Vyhodnocení výzkumných otázek	40
7	Závěr a doporučení.....	41
8	Seznam použité literatury.....	43
8.1	Literární zdroje	43
8.2	Internetové zdroje	43

Seznam tabulek

Tabulka 1 - Jednorázový svoz poboček	23
--	----

Seznam grafů

Graf 1 – Uved'te prosím, Váš věk:.....	27
Graf 2 – Jak dlouho působíte v České spořitelně?	28
Graf 3 – Uvítali jste projekt Bezpapírová banka?	29
Graf 4 – Usnadnil Vám tento projekt práci se zpracováním klientské dokumentace?	30
Graf 5 – Ušetřili jste díky tomuto projektu čas se zakládáním do spisů?	31
Graf 6 – Jak často používáte aplikaci eSpis?	32
Graf 7 – Jak se Vám s touto aplikací pracuje	33
Graf 8 – Využíváte všechny funkce, které eSpis nabízí?.....	34
Graf 9 – Rozumíte všem funkcím, které jsou v eSpisu k dispozici?	35
Graf 10 – Setkali jste se někdy s problémem při evidenci dokumentů v eSpisu?	36
Graf 11 – Myslíte si, že se zlepšilo prostředí Vaší pobočky po odvezení veškeré spisové dokumentace?.....	37
Graf 12 – Vyhovuje Vám nyní zasílání klientské dokumentace z Vaší pobočky do spisoven?.....	38

1 Úvod

Česká spořitelna se dlouhodobě řadí mezi nejúspěšnější banky v České republice. Na své internetové stránce csas.cz se uvádí (2016), že její kořeny sahají až do roku 1825, kdy byla založena tzv. Spořitelna česká. V roce 2015 tak oslavila 190 leté výročí od svého založení. V roce 2000 se stala členem silné finanční skupiny Erste Group, která poskytuje finanční služby ve střední a východní Evropě pro více než 17 milionů klientů v osmi zemích. Nyní je Česká spořitelna, a. s. největší banka s počtem klientů. K červnu roku 2015 se počet klientů pohyboval okolo 5 milionů. Spořitelna získala řadu ocenění, po dvanácté se v soutěži Fincentrum stala Bankou roku 2015 a také Nejdůvěryhodnější bankou roku 2015.

Tento bankovní dům na své internetové stránce csas.cz (2016) uvádí, že obsluhuje 621 poboček. To je podstatně velké množství ve srovnání s ostatními bankami. Např. ČSOB na svých internetových stránkách csob.cz (2016) uvádí, že disponuje 225 domy, Komerční banka uvádí na kb.cz (2016) počet 394 a UniCredit Bank na svých internetových stránkách unicreditbank.cz (2016) uvádí jen 152 poboček. Při takto velkém množství poboček spořitelna vyprodukuje několik milionů papírové dokumentace, která se musí někde evidovat. Klientskou dokumentaci si eviduje do spisů každý bankovní poradce sám, tím ale denně ztratí zhruba hodinu. Tento ztracený čas by mohli bankéři využít lépe. Na pobočkách se tak hromadí neskutečné množství papírů, které není možné „uhlídat“. Ulehčit práci poradcům a snížit množství dokumentace na pobočkách by měl projekt „Bezpapírová banka“. Tento projekt je pod záštitou strategie České spořitelny MIDI 17.

2 Cíl práce a metodika práce

Tato bakalářská práce charakterizuje nynější strategii České spořitelny, a. s. a její části. Popisuje i projekt „Bezpapírová banka“, který vznikl díky nové firemní strategii MIDI 17. V práci je obsažen i dotazník, kde zaměstnanci České spořitelny odpovídali na otázky související s tímto projektem.

Cílem práce je seznámení se současným děním v České spořitelně a přiblížení projektu „Bezpapírová banka“, který vznikl díky strategii MIDI 17. V závěru práce bude uvedeno shrnutí dotazníkového šetření a doporučení, co je třeba v rámci projektu Bezpapírová banka zlepšit.

3 Teoretická východiska

Seznam veškeré použité literatury je uveden na konci práce, přičemž nejvíce využita byla publikace *Podniková strategie* od autora Ladislava Tylla (2014), dále pak *Podnikatelské strategie* od autora Karla Preusse (2008). Z internetových zdrojů je nejvíce využíván intranet České spořitelny, jelikož všechny informace o projektu a strategii jsou uvedeny právě jen zde (www.csin.cz).

3.1 Banka

Polidar, Mandel (1999) popisuje banku jako instituci, která přijímá vklady od svých klientů a tyto peníze pak dále investuje ve formě úvěrů a půjček. Každá země má svou bankovní sestavu, která obsahuje několik bank, které jsou členěny podle velikosti, právní normy, atd. Jedná se o obchodní banky, spořitelny, úvěrová družstva nebo investiční banky. Tyto banky tak tvoří národní bankovní sestavu. A dále má každá země svou ústřední banku, která působí vůči ostatním bankám jako měnová autorita. V České republice je ústřední bankou Česká národní banka.

Česká spořitelna je tak jednou z mnoha obchodních bank v České republice. S počtem klientů se však řadí mezi tu dominantní a největší. Jako jiné peněžní ústavy vlastní některé dceřinné společnosti, jako jsou např. Stavební spořitelna České spořitelny, a.s. nebo ČS do domu, a.s.

3.2 Strategie

Pod pojmem strategie si můžeme představit určitý proces, který vede k dlouhodobému vedení firmy. Tyll (2014) popisuje strategii jako „*dlouhodobý plán činností zaměřený na dosažení předem stanovených cílů*“. Naopak Preuss (2008) uvádí, že „*základním charakteristickým rysem strategie je specifická nosná myšlenka, která ji dává jedinečnost a určuje charakter činnosti pro určité období. Jedná se o jednotící téma, které dává aktivitám a rozhodnutím manažerů a dalším pracovníkům – a tím i celé organizaci – soudržnost a směr.*“

3.2.1 Vnější význam strategie

Podle Preusse (2008) by strategie měla obsahovat pouze nejdůležitější cíle a prostředky, jak jich dosáhnout. Měla by být postavena tak, aby brala v potaz všechny schopnosti podniku, zejména pak schopnost konkurovat ostatním podnikům, či know-how společnosti. Strategie by se neměla zaměřovat pouze na současný stav podniku, ale na jeho dlouhodobý vývoj do budoucna a na případné změny, které mohou nastat.

3.2.2 Vnitřní význam strategie

Preuss (2008) uvádí několik funkcí, které strategie uvnitř podniku plní:

- Funkce, které napomáhají zaměstnance motivovat
- Rozhodování při složitých situacích
- Zefektivnění řízení podniku
- Koordinační funkce
- Poznávací funkce do budoucnosti podniku

3.2.3 Úrovně strategie

Tyll (2014) popisuje tři úrovně, na kterých je strategie v podniku definována:

- 1) Celopodniková strategie – popisuje dlouhodobé rozvíjení podniku. Je zde definovaný přehled nabízených služeb a výrobků nebo geografická orientace.
- 2) Strategie jednotlivých oblastí – soustředí se na konkrétní aktivity podniku na trhu.
- 3) Provozní strategie – důležitá strategie, díky níž se zlepšuje jak celofiremní tak i konkurenční strategie. Definuje totiž možnosti, jak využívat zdroje a procesy v podniku.

3.3 Volba nové strategie

Na intranetu České spořitelny csin.cz, dále jen ČSAS (2016) se uvádí, že se spořitelna rozhodla v roce 2014 přejít na novou strategii, jelikož bankovní prostředí se za posledních pár let rychle změnilo. Na scénu nastoupily nové technologie, které jsou cenově dostupné skoro všem. Lidé i firmy tak přesouvají své zájmy do online světa. Spořitelna se těmto změnám snaží porozumět. Díky těmto změnám dostává nové výzvy a příležitosti k tomu, aby přišla na bankovní trh s novými obchodními modely, které budou moci konkurovat ostatním bankám. Preuss (2008) říká, že základním cílem strategie v podniku je dosažení úspěchu v oblasti podnikání a dlouhodobá stálost jak po obchodní stránce, tak i po finanční. Smysl strategie spočívá v přesném definování chování uvnitř podniku v daném období, na které je strategie zaměřena.

Tyll (2014) ve své knize uvádí, že pokud chce podnik přijít s novou strategií, musí mít management jasně definované základní cíle, kterých chce dosáhnout. Tyto cíle se většinou vygenerují z tzv. firemních posláních (misí), vizí a dílčích cílů. Dále by měl mít management jasně vymezenou oblast a rozsah podnikání a výhody oproti konkurenci.

3.3.1 Základní cíle podniku

Podle Tylla (2014) je hlavním cílem podniku v ekonomické oblasti tvorba jeho hodnoty. Nejzákladnější způsob, jak hodnotu vyjádřit, je pomocí zisku, kterého podnik dosáhl, nebo pomocí rentability. Cílem podniku může být samozřejmě i pozice na trhu nebo velikost získaného tržního podílu.

ČSAS (2016) uvádí, že má tři hlavní cíle, kterých by chtěla prostřednictvím strategie MIDI17 dosáhnout. Tím prvním je být nejvýznamnější českou bankou v rámci počtu vztahů s klienty na bankovním trhu. Tento cíl souvisí právě s již zmiňovaným cílem pozice na trhu. Druhým cílem je mít co nejvíce loajálních klientů, kteří budou spokojeni, věrni své bance a nebudou chtít migrovat do konkurenčních bankovních institucí. Poslední cíl souvisí s předchozími. Spořitelna chce dosahovat takových finančních výsledků, díky nimž bude schopna obstát vůči konkurenci.

3.3.2 Dílčí cíle podniku

Tyll (2014) píše, aby bylo možné dosáhnout hlavních, základních cílů podniku, musí být nejdříve splněny ty dílčí. Právě pomocí nich lze dosáhnout toho hlavního. Dílčí cíle mohou být v mnoha oblastech, například v oblasti inovací, personální politiky či investic.

3.3.3 Poslání podniku (mise)

Tyll (2014) popisuje misi jako smysl existence podniku, vysvětluje proč je daný podnik na trhu a co vlastně poskytuje za služby či výrobky. Není-li možné popsat poslání podniku, pak si můžeme klást otázku, zda je možné, aby daný podnik dále existoval. Korektně definovaná vize by měla mít délku maximálně 20 slov. Česká spořitelna na internetové stránce aplikace.monster.cz (2016) definuje svou misi: *„Jsme poskytovatelem finančních služeb, který umožňuje všem klientům naplňovat jejich jedinečná přání a potřeby.“* Dále uvádí, že pokud se bude potenciální klient rozhodovat, které bance svěří své finance, tak spořitelna chce být jasnou volnou pro všechny cílové skupiny.

3.3.4 Vize

Tyll (2014) uvádí, že vize podniku představuje dlouhodobý náhled do budoucna o tom, jak se bude dále vyvíjet a jakých požadovaných cílů chce dosáhnout. Vize by měla umět odpovědět na otázku „Čeho chceme dosáhnout?“
Základní požadavky na vize:

- představitelná – jasně poukazuje na budoucí vývoj podniku
- žádoucí – obsah a realizace této vize by měla odpovídat očekávání všech akcionářů
- dosažitelná – bere v potaz schopnosti a všechny zdroje firmy
- specifická – zabývá se především určitými faktory úspěchu a budoucími kroky firmy
- flexibilní – vize by měla být přizpůsobitelná změnám na trhu
- sdělitelná – vize musí být dobře vysvětlitelná v krátkém časovém horizontu 10 – 15 minut

Na internetové stránce aplikace.monster.cz (2016) je definována vize spořitelny takto: *„Česká spořitelna je Bankou první volby pro všechny skupiny klientů. Díky prvotřídním výkonům našich zaměstnanců poskytujeme špičkové poradenství, podporu a služby našim klientům, zajišťujeme nadprůměrné výnosy našim akcionářům. Díky nadprůměrným výnosům našim akcionářům vytváříme podnětné a hodnotné pracovní podmínky pro naše zaměstnance. Díky nadprůměrným výnosům našim akcionářům pomáháme v rozvoji společnosti, v níž působíme.“*

3.3.5 Oblast a rozsah podnikání

Tyll (2014) dělí trojrozměrně oblast a rozsah podnikání, a to na *„zákaznický segment, geografickou působnost a na rozsah vykonávaných interních procesů.“* ČSAS (2016) uvádí, že se dělí na tři základní segmenty a to na béžovou, modrou a černou banku. Béžová banka obsluhuje běžné klienty, kteří mají průměrný příjem. Modrá banka nebo-li služba „Blue“ má za cíl poskytnout klientům vyšší úroveň služeb a tím zvýšit „bankování“ s Českou spořitelnou. V modré bance jsou klienti, kteří mají více finančních prostředků a očekávají od své banky komplexnější a samozřejmě lepší služby. Individuální péči jim zajišťují osobní bankéři. Posledním segmentem je černá banka, která je pro movitější klienty a korporátní firmy, kteří dosahují vyšších příjmů.

3.3.6 Konkurenční výhody

Polidar, Mandel (1999) popisují konkurenci jako nedílnou součást každého trhu, včetně toho bankovního. Banky tak mohou brát své konkurence jako motivaci, pro rozšíření a zlepšování poskytovaných bankovních služeb. Ovšem co se týče cenové hladiny, konkurence nutí všechny banky nabízet služby a produkty na stejné úrovni. Kdyby tomu tak nebylo, tak banka samozřejmě může o své klienty přijít a její postavení na bankovním trhu se tak zhorší. A Tyll (2014) popisuje konkurenční výhodu takto: *„Konkurenční výhodou může být vyšší kvalita, přístup k unikátnímu zdroji, efektivnější výrobní procesy nebo vlastní distribuční síť.“*

3.4 Strategie MIDI17

Na internetových stránkách časopisu Trendy trendy.omegadesign.cz popisuje hlavní stratég České spořitelny (2014), jak se banka rozhodla navázat na předchozí strategii a v roce 2014 zahájila novou s názvem MIDI 17. Tato strategie působí ve spořitelně od roku 2014 a samotné vyvrcholení by mělo být v roce 2017. Dále říká, že „MIDI je cesta, ne cíl“, jde tedy pouze o „cestu“, která navazuje na minulou strategii a jejímž výsledkem má být užitečnější banka pro všechny segmenty.

3.4.1 Inovace

Tyll (2014) uvádí, že v inovaci není zase tak úplně důležité, o jakou novou technologii jde nebo s jakou novou službou banka přišla, ale celý úspěch inovace závisí na tom, jak banka bude danou novinku nabízet svým klientům a následně ji prodávat. Samotná inovace v sobě již obsahuje technologii, ale mnohem důležitější roli v ní hraje právě koncept obchodního modelu.

3.4.2 Rozšíření inovace na trhu

Jestliže podnik přijde s novou inovací, ať už technologickou či inovací obchodního modelu, musí přitom tuto novinku protlačit na trh. Tyll (2014) uvádí, že rozšíření inovace na trh souvisí úzce se schopností podniku uvést ji na trh a nalákat dostatečný počet zákazníků k vyzkoušení nové služby či produktu. Celá inovace tak záleží hlavně na zkušenostech a schopnostech managementu podniku, jak budou ovlivňovat faktory nabídky a poptávky.

1) Tyll (2014) uvádí tyto faktory nabídky:

- *Míra technologického vylepšení* – popisuje, co se změnilo na předchozím výrobku či službě, jaké jsou výhody k přechodu na nový výrobek.
- *Kompatibilita s ostatními produkty a doprovodnými službami* – nastoupení nových produktů a služeb může být pozvolné, důvodem může být minimální podpora souvisejících oblastí, jestliže nastane inovace daného výrobku, který souvisí s doprovodnou službou, pak i ona musí projít inovací, aby nedošlo k nekompatibilitě.

- *Komplexní přístup k inovacím* – s příchodem nového výrobku (služby) je nezbytné pozměnit jak cenovou, tak i marketingovou strategii podniku.
- *Využití testovacích výrobků a služeb* – spočívá v tom, že někteří klienti jsou ochotni otestovat novou službu nebo výrobek ještě před datem, kdy se oficiálně představí. Klienti tak poskytnou zpětnou vazbu a daná služba nebo výrobek se ještě mohou poupravit dle obdržných informací.

2) Tyll (2014) popisuje i faktory poptávky:

- *Informovanost trhu* – problém některých podniků je, že investují zbytečně moc do výzkumu nového produktu a už jim nezbydou finanční prostředky na propagaci jednotlivých novinek. Často se stává, že podnik propaguje novinku u svých distributorů a ne u zákazníků. Je proto tedy důležité, aby podnik dostatečně informoval o novinkách, které uvedl na trh.
- *Efekt propojení* – pokud je daný produkt užíván více uživateli, roste tak poptávka po takovém výrobku. Ostatní spotřebitelé si pak tento produkt chtějí také pořídit.
- *Inovativnost zákazníků* – podle toho, jak rychle si zákazník pořídí daný produkt, můžeme zákazníky rozdělit na dvě skupiny. První skupinou jsou tzv. „inovátoři“, ti kupují výrobek hned po uvedení na trh, podnik se na ně tak zaměřuje více, než na druhou skupinu, na tzv. „opozdilce“. Ti vyčkávají, dokud třeba neklesne cenová hladina produktu.

ČSAS (2016) pojala celou svou novou strategii MIDI 17 jako inovační strategii určitých oblastí banky, které pak rozdělila na čtyři hlavní části – Integrovanou, Inteligentní, Multikanálovou a Digitální banku. Každá tato část s sebou přináší řadu inovací. Tato práce byla zaměřena především na Digitální banku, jelikož projekt „Bezpapírová banka“ je její součástí.

3.4.3 Multikanálová banka

ČSAS (2016) popisuje Multikanálovou banku takto: „*Chceme naše prodejní kanály vzájemně propojit a využívat tam, kde mají pro klienta větší přínos.*“ Tak zní hlavní motto České spořitelny v rámci Multikanálové banky. Hlavním problémem je, že klient chodí do pobočky zejména proto, aby zde provedl běžné servisní či transakční operace. Bankovní poradci tak nemají čas věnovat se uskutečňování prodeje. Zhruba 96% tvoří servisní operace na pobočce a pouze 4% jsou tvorba prodeje.

ČSAS (2016) uvádí, že řešením této situace má být Multikanálová banka. Vybrané servisní operace se přesunou na samoobslužné kanály a získaný prostor budou moci bankéři využít prodejem služeb a produktů nebo na poradenství. Na pobočkách se tedy budou nacházet jen ty hodnotové asistované služby, které vyžadují přímý kontakt klienta s bankéřem. Zároveň chce spořitelna vymyslet nové produkty a služby, které bude klientovi nabízet. Naopak v samoobslužných kanálech budou ty služby, které nevedou klienta k dalšímu prodeji. Banka tak bude muset klienty naučit, jak efektivně využívat tyto samoobslužné kanály, ale zároveň musí dbát na to, aby nebyla ohrožena klientova spokojenost.

- Traffic management – systém příchodů klientů na pobočky. Počet klientů na pobočkách by měl být pokud možno vyrovnaný. V současnosti tomu tak není, jelikož některé pobočky jsou poloprázdné a některé naopak přeplněné klienty.
- Floor management – přijde-li klient na pobočku nebo zavolá-li s určitou žádostí na call centrum, bankéři by měli klienta přesměrovat tak, kde je to výhodné pro obě strany.

3.4.3.1 Jednotná pracovní plocha a Dobrá rada

ČSAS (2016) tyto dvě inovace popisuje jako hlavní novinku, co se týká Multikanálové banky. V rámci jednotné pracovní plochy bude mít bankéř díky novému systému veškerý přehled o klientovi na jednom místě. V roce 2014 spořitelna spustila testovací verzi, která se velmi dobře osvědčila v call centrech. Dobrá rada je propojená právě s Jednotnou pracovní plochou. V rámci tohoto

systemu je napojen i systém Dobrá rada, kde je momentálně už naprogramováno zhruba 40 rad. Bude-li tedy bankéř řešit běžný problém, který se už v bance někdy objevil, využije systém Dobrá rada.

3.4.3.2 Multikanálové procesy

ČSAS (2016) uvádí, že v rámci Multikanálové banky budou v budoucnu kanály spolupracovat mezi sebou. Momentálně tomu tak úplně není, po příchodu klienta na pobočku bankéř neví, co se následovalo před jeho návštěvou. V důsledku toho jsou jednotlivé dokumentace do systému zadávány vícekrát, což vede k neefektivnosti ukládání dat.

ČSAS (2016) vzhledem k tomu, že existuje ohromné množství produktů, kterých se týkají multikanálové procesy a samozřejmě není možné zlepšit je všechny, vyberou se pro to jen ty nejdůležitější a nejpoužívanější. Tyto vybrané kanály pak budou vzájemně propojeny a budou mezi sebou spolupracovat. Takže přijde-li klient do banky a vyplní žádost o produkt či službu, pak jen s touto jedinou žádostí se bude ve vybraných kanálech pracovat. Tento proces ulehčí práci nejen bance, ale i klientovi.

3.4.4 Inteligentní banka

Česká spořitelna je největší bankou s počtem klientů. Je to samozřejmě výhoda, mít takto velké portfolio klientů, ale na druhou stranu, pokud by banka chtěla znát každého klienta dopodrobna, při tomto počtu klientů to nelze. Tento problém by měla řešit Inteligentní banka.

ČSAS (2016) popisuje hlavní podstatu Inteligentní banky jako získávání informací o klientovi a tyto informace pak využívá pro vytvoření řešení, které bude klientovi nejlépe vyhovovat. Jak už bylo zmíněno, toto nelze uskutečnit pro každého klienta. Proto se dle informací o klientech a jejich požadavcích vytvoří tzv. šablony, které budou moci být použity na jednotlivé klienty. Jedná se tedy o nový model nabízení služeb, který je postaven na poznání klienta. Na základě průzkumů života klienta, informací o něm a jeho potřeb se navrhne výhodné bankovní řešení, které se přetransformuje do typizovaných produktů a služeb. Tyto produkty a služby budou k dispozici v tzv. centrálním skladu, kde se bude neustále

aktualizovat nabídku produktů, aby byla dostupná pro všechny zaměstnance. Vše tak bude na jednom místě pro všechny kanály.

ČSAS (2016) popisuje problém, že všechny banky v současné době přemýšlí o klientech v rámci cílové skupiny a ne o jednotlivci, což je problém, protože segmenty jsou obecné a nelze tak vytvořit individuální nabídky. Řešením má být vytvoření tzv. klientského kódu, které bude obsahovat podstatné informace o klientovi – jakou strategii má banka vůči němu použít, jaké je riziko odchodu ke konkurenci, jaká je jeho hodnota pro banku či jeho chování v rámci banky. Díky tomu tak bude možné tvořit individuální nabídky.

3.4.5 Digitální banka

Všichni žijeme v dnešní době v digitálním světě, včetně klientů bank. Hlavní stratég České spořitelny Ondřej Pohanka tuto změnu popisuje na intranetu ČSAS (2016) tak, že stále více klientů využívá různé služby e-shopů, srovnávačů cen, vyhledávačů a právě tyto služby pak určují míru očekávání, kterou klienti vyžadují od banky. Potom si také myslí, že každého klienta bude banka znát tak dobře, že mu bude schopna nabídnout pouze ty produkty a služby, o které má klient zájem, např. tak, jak to lidem umožňuje Google nebo Amazon. V neposlední řadě je tu ale nárůst mobilních technologií, kdy se celá banka vejde do jedné mobilní aplikace. Klient tak nemusí chodit do banky, protože si může vyřídit operace prostřednictvím internetového bankovníctví v mobilu nebo tabletu a může si také pořídit některý z produktů, které zde banka nabízí. To je problém na některých pobočkách, jelikož zde rapidně klesá počet příchozích klientů.

3.4.5.1 Digitální transformace

ČSAS (2016) uvádí, že plánuje být do budoucna nejlepší digitální bankou s nejširší pobočkovou sítí v České republice. To znamená, že vše co spořitelna teď svým klientům nabízí, chce umět i v digitálním světě. Jedná se o velkou změnu obchodního modelu, pobočky by do budoucna měly sloužit především k poradenství a prodeji produktů a služeb. Servis by měl probíhat skrze digitální technologie.

ČSAS (2016) uvádí tři hlavní důvody, proč se rozhodla pro digitální transformaci. Prvním z nich je, že chování klientů se radikálně změnilo. Zhruba 6 milionů Čechů používá internet a 2 miliony vlastní chytrý mobilní telefon. Dalším důvodem jsou nové konkurence, které se objevily na bankovním trhu. Jedná se o nízkonákladové a především digitální banky, které už využívají většinu svých služeb skrze internet. Posledním důvodem jsou nové vymoženosti a technologie dnešní doby. Chytré telefony nebo tablety umožňují nové typy služeb, které využívá čím dál více lidí.

3.4.5.1.1 Zákaznická dimenze

ČSAS (2016) popisuje průzkumy, dle kterých bylo zjištěno, že se více vyplatí investovat do reklamy na sociálních sítích. Například na sociální síti Facebook přistupují uživatelé z 50% pomocí telefonu a z druhé poloviny pomocí počítače. Do budoucna se tak vymezí ty nejdůležitější digitální kanály, do kterých budou přidávány příspěvky pravidelně a obsah příspěvků bude proveden tak, aby klienti našli to, co potřebují. Geffroy (2013) ve své knize uvádí, že hlavním důvodem, proč se změnilo chování uživatelů je, že internet je dostupný kdekoliv. Klient si potřebné informace najde kdykoliv chce a v momentě, kdy je potřebuje.

3.4.5.1.2 Internetové bankovníctví

Dle Chromého (2013) banka využívá internetové bankovníctví k tomu, aby mohla na dálku komunikovat se svými klienty, prostřednictvím připojení k internetu. Klient tak potřebuje být pouze připojen k internetu a mít bankovní účet u své banky. Přihlášení do samotného internetového bankovníctví je v několika bezpečnostních krocích možné z počítače, telefonu či tabletu. Tím vzniká mimo internetového bankovníctví i phonebanking, GSM banking, homebanking či WAP banking.

ČSAS (2016) uvádí, že v rámci digitální transformace chystá spustit nové internetové bankovníctví s názvem George, které by mělo postupně nahradit to nynější, SERVIS 24. Hlavním cílem tohoto nového internetového bankovníctví je implementovat skupinové řešení do prostředí banky. Základ bude pro všechny segmenty banky stejný. Vzhled a lokální funkce bude mít však každý segment jiný,

tyto funkce budou postupně dodávány pomocí přídatných modulů.

ČSAS (2016) slibuje pro nové internetové bankovníctví „*moderní atraktivní vzhled, nový pohled na transakční historii a vyhledávání, filtrování a zadávání transakcí.*“ George bude samozřejmě propojen s novými mobilními aplikacemi, které využijí obsluhu klientů v digitálním světě.

3.4.5.1.3 Mobilní aplikace

ČSAS (2016) uvádí, že v každém kvartálu bude publikovat alespoň jednu mobilní aplikaci. Tyto aplikace budou na jednu stranu kvalitně provedené a budou klientům poskytovat užitečné informace a na druhou stranu budou rychle a pravidelně představovány na trh. Mezi již publikované aplikace, které jsou popsány na internetových stránkách csas.cz (2016) tak patří:

- Lístkomat ČS – aplikace pro objednání klientů na pobočku
- S24 Mobilní banka – internetové bankovníctví v mobilu
- Melinda – přispívání peněžních prostředků potřebným
- Investiční centrum – současný stav investic klienta

3.4.5.1.4 Bezpapírová banka

Na internetové stránce časopisu Trendy trendy.omegadesign.cz (2015) uvádí ředitelka úseku a klientské dokumentace, že se projektem Bezpapírová banka zabývají již přes deset let. Spořitelna ročně vytiskne okolo 45 milionů papírů, což představuje obrovské náklady pro banku. Primárním cílem tohoto projektu je tedy „*postupná redukce fyzického papíru klientské dokumentace v bance a zastavení přítoků veškeré dokumentace do banky.*“ Aby bylo možné pak tuto dokumentaci efektivně skladovat, vytvoří se tak centrální sklad, kam se převezou veškerá dokumentace ze všech poboček České spořitelny. Na tomto místě se dokumenty zpracují a roztrídí, zda se jedná o tzv. živou nebo mrtvou dokumentaci. Následně se naskenují a založí se ve spisovně. ČSAS (2016) uvádí, že nový centrální sklad s regálovým systémem plně nahradí největší spisovnu v Hradci Králové a bude schopen pojmout kapacitu až 110 km papíru.

ČSAS (2016) se rozhodla zbavit papírů v bance. Projekt Bezpapírová banka by měla banku odlehčit od 100 km dokumentů a snížit náklady na skladování

dokumentace na pobočkách a za interní převozy. Nový centrální sklad, který by měl tuto dokumentaci pojmout, se nachází v Dobřenicích u Hradce Králové. Právě do této nové zmodernizované haly se převezou všechny dokumenty ze všech spisoven po České republice a také ze všech poboček.

3.4.5.1.4.1 Hlavní aktivity

ČSAS (2015) uvádí hlavní aktivity stát se bezpapírovou bankou:

- 1) Negenerují se papíry
 - a. Veškerá dokumentace, která se vygeneruje, bude automaticky evidována
 - b. Všechny dokumenty se budou generovat pouze v elektronické podobě a všem klientům budou dostupné kdykoliv v digitální podobě
 - c. Každý dokument, který bankovní poradce obdrží, ať už se jedná o klientské či neklientské dokumenty, budou k dispozici v digitální podobě jak bankéřům, tak i klientům
 - d. Vytvoří se specializované procesy, aby nedošlo ke zpochybnění dokumentů v digitální podobě

- 2) Autorizování klienta
 - a. Vytvoří se přesná identita klienta
 - b. Nastaví se proces a metoda autentizace klienta, kdy se v potaz musí brát potřeby ostatních pilířů strategie MIDI 17

- 3) Centrální sklad dokumentace
 - a. Implementace úložiště spolu s digitálními dokumenty
 - b. Vytvoření rozhraní pro klienty, kde bude moci své dokumenty vytvářet, ukládat a vyhledávat

Chromý (2013) konkretizuje elektronické podnikání podle toho, s kým podnik obchoduje. Jedná se o spolupráce mezi firmou a jinou firmou, zákazníky a orgány státní správy. Česká spořitelna využije hlavně čtyři níže uvedené vztahy, které se budou požívat v novém rozhraní, které bude vytvořeno v rámci hlavní

aktivity centrálního skladu. Chromý (2013) tyto vztahy ve své knize konkretizuje takto:

- 1) *C2C (Customer to Customer)* – vztah mezi dvěma koncovými uživateli, nejčastěji se jedná o oblast obchodování na burzách či různé trhy (např. bankovní trh).
- 2) *B2C (Business to Customer)* – jedná se o vztah mezi firmou a zákazníky, tento vztah se nejvíce objevuje v souvislosti s informačními systémy.
- 3) *B2B (Business to Business)* – vztah mezi dvěma firmami, neoptimálnějším řešením tohoto vztahu je vytvoření informačního systému, který slouží k automatické výměně dat mezi dvěma právními subjekty.
- 4) *C2G a B2G (Customer to Government a Business to Government)* – vztahy mezi zákazníky a firmou s orgány státní správy, v oblasti bankovníctví se tak může jednat o případ, kdy soud potřebuje nějaký dokument z klientské dokumentace a banka mu ho musí vydat.

3.4.5.1.4.2 Časové milníky projektu

Spořitelna si strategii MIDI17 zvolila v roce 2014 a její působení skončí v roce 2017. Projekt Bezpapírová banka pak odstartoval v dubnu roku 2014, kdy se začala klientská dokumentace svázet z právě rekonstruovaných poboček do dočasné spisovny v Kutné Hoře. Svoz probíhal od dubna 2014 do října 2015. ČSAS (2016) uvedla, že v říjnu 2014 nasadila do zkušebního provozu novou aplikaci eSpis a ostrý provoz aplikace byl spuštěn v lednu 2015. Se zkušebním provozem aplikace se tak setkali zaměstnanci, kteří měli na starost již zmiňovaný jednorázový svoz z rekonstruovaných poboček. Veškerá dokumentace se převezla do dočasné spisovny v Kutné Hoře. Ještě v červenci 2015 se přestaly tisknout transakční formuláře v papírové podobě a převedly se do elektronické podoby. Od ledna 2016 veškeré pasivní formuláře a dokumenty prošly elektronizací a v průběhu letošního roku je v plánu zaslání výpisů klientům prostřednictvím e-mailu.

V příštím roce 2017 chce spořitelna podrobit i aktivní dokumenty elektronizaci. Chystá se také sdílení elektronické dokumentace a speciální datový trezor pro klienty. Novinkou má být i zavedení biometrického podpisu. Čech, Bureš

(2009) ve svých skriptech popisují biometrii jako „*velmi dynamicky se rozvíjející součást informační bezpečnosti, zaměřenou na spolehlivou a rychlou identifikaci osob a zvířat.*“ Biometrie je věda, která pomocí fyziologických a behaviorálních znaků rozpoznává konkrétní osobu. Biometrie je používána jak v praxi, tak ve společnosti, kde se především používá k jednoznačné identifikaci člověka a to např. pomocí otisku prstů, skenování očních sítnic či pomocí podpisu. Tyto charakteristické znaky jsou pak ukládány do informačního systému. Na využití biometrie v praxi se kladou vysoké nároky, mezi ty nejdůležitější však patří:

- *Jednoduchost a obecná použitelnost systému* – systém by měl být přehledný a jednoduchý na manipulaci, zaškolení pracovníků, kteří budou s daným systémem pracovat, by mělo být rychlé a snadné
- *Zachování tajemství* – identita se pouze ověřuje předem získanými údaji, které jsou v systému uloženy
- *Věrohodnost* – zabezpečení systému by mělo být na vysoké úrovni, vzhledem k tomu, že obsahuje šablony s citlivými údaji, se systémem musí manipulovat pouze oprávněné osoby a žádné informace nesmí uniknout
- *Uživatel* – při používání biometrie nesmí být uživatel vystaven rizikům, která by mohla ohrozit jeho zdraví

Česká spořitelna chce spustit biometrický podpis, pomocí něhož bude moci jednoznačně identifikovat každého klienta. Pojem digitální podpis úzce souvisí právě s biometrií. Čech, Bureš (2009) uvádí, že digitální podpis je mechanismus pro potvrzení a ověření identity dané osoby. Hlavním úkolem digitálního podpisu je „*jednoznačné prokázání toho, zda daná osoba je či není autorem určité zprávy a že obsah zprávy nebyl nikým zaměněn.*“ Digitální, nebo-li elektronický podpis, spočívá v asymetrickém šifrování, ale toto šifrování je velmi časově zdlouhavé, co se týče dokumentů. Proto se používá spíše otisk dokumentu, který je tvořen matematickou funkcí, která pro každý jednotlivý dokument vytvoří odlišný otisk. Zajímavé je, že z tohoto otisku pak nelze vytvořit původní dokument, ale změnili bychom cokoliv v původním dokumentu, vyústí nám tak úplně nový otisk. Průběh této operace vypadá takto:

- 1) pomocí matematické funkce vytvoříme otisk dokumentu;
- 2) nyní pomocí speciálního privátního klíče tento otisk zašifrujeme, tím se získá digitální podpis;
- 3) pokud zasíláme dokument e-mailem, tak digitální podpis spolu s dokumentem připojíme jako přílohu a odešleme příjemci;
- 4) příjemce ověří digitální podpis a dešifruje ho pomocí veřejného klíče;
- 5) jestliže dešifrování proběhlo v pořádku, příjemce tak nyní už 100% ví, že daný dokument opravdu odeslal odesílatel, který vytvořil otisk;
- 6) při dešifrování podpisu se vytvořil příjemci jeho otisk ;
- 7) a pokud se oba tyto otisky shodují, pak nenastala v dokumentu žádná změna.

3.4.5.1.4.3 eSpis

eSpis je jedním z mnoha informačních systémů České spořitelny, který umožňuje správu klientské i neklientské dokumentace. Tento systém je již od roku 2010 využíván Komerční bankou, ale ve spořitelně se jedná o novou aplikaci, která byla spuštěna do ostrého provozu v lednu roku 2015 a nyní je plně využívána všemi pobočkami kvůli centralizaci klientské dokumentace. Štěpán Martínek (2015) na internetové stránce systemonline.cz uvádí, že pokud se firma rozhodne pro centralizaci správy obsahu, musí se tak stát v předem dohodnutém rozumném čase s přijatelným rozpočtem. Dále si firma musí vybrat systém pro správu obsahu. Stanislav Fleissig (2004) na webové stránce systemonline.cz ve svém článku píše, že nejčastějšími systémy pro správu obsahu jsou ECM (Enterprise Content Management) nebo systémy DMS (Document Management System), které jsou již nyní součástí ECM systémů a v poslední době jsou stále více vyhledávány, z důvodu velkého množství dat ve firmách. Dalším důvodem je i legislativa, která stále více předepisuje větší požadavky na správu dokumentů a jejich manipulaci.

Čech, Bureš (2009) uvádí, že podnik, který pracuje zejména se strukturovanými daty, využívá nejčastěji databázové systémy. Hlavním účelem ECM systémů je tak správa nestrukturovaných dat. Nestrukturovanými daty rozumíme různé dokumenty, multimediální soubory, fotografie, obrázky či jiné

soubory. Dále obsahují velké množství informací, které jsou v kontextu s jinými. ECM systémy mají různé dokumenty uchovávat a být pro oprávněné uživatele přístupné kdykoliv a odkudkoliv. „*Systémy pro správu obsahu současně podporují práci s informačním obsahem v různých stádiích životního cyklu daného dokumentu (od vytvoření až po archivaci).*“ Čech, Bureš (2009) popisují životní cyklus výrobku takto:

- 1) *„Vznik elektronického dokumentu (digitalizace, skenování);*
- 2) *Zařazení dokumentu do ECM (definování klíčových slov, kategorizace);*
- 3) *Zpracování dokumentu (indexace, řízení přístupu);*
- 4) *Dodání, distribuce (vyhledání, řízení přístupu);*
- 5) *Užití dokumentu;*
- 6) *Archivace;*
- 7) *Vyřazení z archivu a destrukce.“*

Čech, Bureš (2009) uvádí, že dodavatelé systémů pro správu obsahu mají již předpřipravené šablony, které obsahují řešení pro firmy. Tyto šablony se pak změny až na konkrétní požadavky od zákazníků. Velká část služeb a nástrojů využívá webové rozhraní k provádění operací, jako jsou vyhledávání či sdílení dokumentů. Česká spořitelna využívá pro eSpis Internet Explorer. Čech, Bureš (2009) uvádí nejčastější služby, které ECM systémy obsahují:

- *Správa verzí* – monitorování dokumentu od jeho vzniku, přes změny, které mohou provádět oprávnění uživatelé, lze pracovat i s jakoukoliv verzí určitého dokumentu (vrátit se k předchozí verzi či původní)
- *Podpora týmové spolupráce* – sdílení dokumentu mezi všemi uživateli, všem uživatelům se tak sesynchronizuje aktuální verze dokumentu
- *Podpora workflow* – „... sledování, kde a jak dlouho se daný dokument nachází (nacházel) včetně možnosti stanovit určitá integritní omezení pro jednotlivá předání.“
- *Bezpečnost* – kontrola přístupů ke všem dokumentům, dle uživatelských rolí a oprávnění, systém umí i zkontrolovat elektronické podpisy, přístup ke všem

elektronickým dokumentů tedy musí být vysoce zabezpečen, v případě České spořitelny to budou určití zaměstnanci, kteří budou pracovat s klientskou dokumentací

- *Elektronická knihovna* – místo, kde jsou dokumenty na jednom místě, možnost snadného vyhledávání či třídění a řazení
- *Fulltextové a sémantické vyhledávání* – vyhledávání dokumentů pomocí klíčových slov či identifikačních údajů, pokud bude chtít zaměstnanec České spořitelny vyhledat klientskou dokumentaci, zadá rodné číslo či číslo produktu klienta a ihned se mu zobrazí všechna naskenovaná klientská dokumentace
- *Personalizace prostředí* – „... možnost nastavit, který obsah je pro daného uživatele relevantní, a přizpůsobení zobrazovaného obsahu podle konkrétních potřeb jednotlivých uživatelů.“

3.4.5.1.4.4 Postup zpracování klientské dokumentace

ČSAS (2016) uvádí celý postup, jakým způsobem byla klientská dokumentace zpracovávána. V roce 2014 se každý spis všech klientů zaevidoval do aplikace eSpis pod konkrétního klienta a to pomocí unikátního DUID kódu, který slouží jako jednoznačný identifikátor daného spisu. Všechny tyto zaevidované spisy se odvezly do dočasné spisovny v Kutné Hoře a v červnu tohoto roku 2016 se převezou do nové spisovny v Dobřenicích. Od roku 2015 se důležité dokumenty, jako jsou smlouvy o účtech, hypotékách či půjčkách, tisknou už s přiřazeným DUID kódem a odesílají se do dvou spisoven (v Hradci Králové a v Dejvicích) ve speciálních krabicích, které obsahují také DUID kód. Každý dokument se v aplikaci eSpis do příslušné krabice zaeviduje, aby bylo jasné, ve které krabici a do které spisovny jsou dané dokumenty interní poštou odesílány.

3.4.6 Integrovaná banka

ČSAS (2016) popisuje poslední část strategie MIDI 17, kterou je Integrovaná banka a jejímž hlavním cílem je propojení finančních a nefinančních služeb. Vše spočívá v tom, že spořitelna uzavře partnerství s „... významnými hráči z jiných oborů, pro které bude výhodné zasáhnout obrovskou klientelu České spořitelny a přitom jim poskytnout výhodu, kterou by jinak nedostali.“ Toto partnerství už spořitelna zavedla na programu IBod, kde klienti dostávají bonusové body za vedení účtu u České spořitelny a následně mohou tyto body vyměnit u partnerských organizací za hodnotné ceny. ČSAS (2016) uvádí, že velice významným projektem v rámci Integrované banky je projekt „Moje zdravé finance“. Díky tomuto projektu už několik set klientů ušetřilo ročně nemalé částky. Projekt pomáhá klientům České spořitelny snižovat měsíční výdaje a peníze, které se díky snižování měsíčních výdajů podaří ušetřit, vhodně investovat nebo spořit.

4 Shrnutí

Od roku 2014 do roku 2017 se Česká spořitelna, a. s. řídí strategií MIDI 17 a její nejdůležitější částí - Digitální bankou, která má za cíl zdigitalizovat bankovní služby a nabídnout klientovi moderní přístup ke své bance. Součástí Digitální banky je velký projekt „Bezpapírová banka“, který chce odstranit veškerou papírovou klientskou dokumentaci ze všech poboček a umístit ji do jednoho centrálního zmodernizovaného skladu a co možno nejvíce z ní převést do digitální podoby. Hlavní oporou tohoto projektu je aplikace eSpis, která je ECM systémem. Zaměstnanci tak mají možnost všechnu klientskou dokumentaci vidět v digitální podobě, sdílet ji mezi sebou a efektivně s ní pracovat.

Dalším cílem projektu Bezpapírová banka bylo ulehčit práci zaměstnancům, kteří museli trávit v průměru hodinu denně s klientskou dokumentací a nemohli se tak věnovat např. obchodům s klienty.

V praktické části jsou pak výsledky dotazníkového šetření - výzkumu, kde zaměstnanci spořitelny odpovídali na otázky ohledně projektu Bezpapírová banka a eSpisu. Podle Walkera (2013) se výzkum v praxi dělí na kvantitativní nebo

kvalitativní a nebo kombinaci obou zmiňovaných. *„To proto, že každá otázka v dotazníku může shromažďovat jeden typ údajů, nebo jiný.“* V dotazníku v praktické části byly použity otázky kvantitativního výzkumu a to pouze dvou typů. Prvním z nich jsou jednoznačné otázky. Walker (2013) tento typ otázek popisuje jako otázky, kde si dotazovaný vybere pouze jednu možnost z kategorie možností. Uvádí také, že díky těmto otázkám dostaneme zpětnou vazbu ve formě kvantitativních odpovědí. Následně se spočítá, kolikrát byla daná možnost zvolena, což je velmi důležité, jelikož se tím vyhneme špatným odpovědím. Druhým typem otázek, které byly použity, byly tzv. Likertovy škály. Walker (2013) ve své knize uvádí, že Likertovy škály jsou otázky, které *„poskytují lidem pohyblivou škálu pro jejich odpovědi.“* Také tento typ otázek udává pouze kvantitativní číselná data.

5 Praktická východiska

5.1 Bezpapírová banka v patnácti vybraných pobočkách

Součástí praktické části bylo vyhodnocení dotazníku, který vyplňovali zaměstnanci 15 vybraných poboček České spořitelny, a. s., a zjištění, zda se projekt Bezpapírová banka uchytil u zaměstnanců v pozitivní slova smyslu a zda jim vyhovuje nynější situace a manipulace s aplikací eSpis.

V níže uvedené tabulce je seznam všech těchto poboček, kterých se týkal jednorázový svoz spisů jako prvních (duben 2014) a počet krabic, které obsahovaly clientské spisy.

Jednorázový svoz poboček	
Pobočka	Počet krabic
Čáslav	99
Dobruška	83
Holice	81
Hradec Králové ČSA	358
Hradec Králové Futurum	88
Hradec Králové Kukleny	41
Hradec Králové Střelecká	174
Hradec Králové UHK	3
Kopidlno	10
Opočno	58
Pečky	97
Sezemice	5
Úpice	56
Velká Bíteš	82
Žamberk	80
Celkem	1315

Tabulka 1 - Jednorázový svoz poboček

Zdroj: vlastní vypracování

5.2 Širší výzkumné cíle

Cílem tohoto dotazníku bylo zjištění, jak na projekt „Bezpapírová banka“ nahlízejí zaměstnanci, zda jim ulehčil práci, jak se jim pracuje s aplikací eSpis a zda-li se po svozu veškeré spisové dokumentace zlepšilo prostředí na pobočkách.

5.3 Výzkumné otázky

Otázka č. 1: Ulehčil projekt Bezpapírová banka zaměstnancům práci s klientskou dokumentací?

Otázka č. 2: Jsou zaměstnanci spokojeni při práci v aplikaci eSpis?

Otázka č. 3: Zlepšilo se prostředí na pobočkách po odvezení spisové dokumentace v rámci jednorázových svozů?

5.4 Pracovní hypotézy

Hypotéza č. 1: Předpokládá se, že projekt Bezpapírová banka ulehčil práci zaměstnancům patnácti vybraných poboček.

Důvod: Projektem Bezpapírová banka chtělo vedení České spořitelny, a. s. pomoci zaměstnancům, kteří denně museli na pobočkách strávit zhruba hodinu zakládáním spisové dokumentace. Tento projekt by jim měl ušetřit jak práci, tak samozřejmě i čas, který by mohli věnovat např. obchodům.

Hypotéza č. 2: Zaměstnanci jsou spokojeni s manipulací s aplikací eSpis.

Důvod: eSpis byl navržen speciálně pro projekt Bezpapírová banka, jako hlavní podpůrná aplikace pro efektivní chod tohoto projektu. Spořitelna slibovala svým zaměstnancům, že aplikace bude snadná pro manipulaci s různými činnostmi, které nabízí a byla pro všechny srozumitelná.

Hypotéza č. 3: Prostor na patnácti vybraných pobočkách se zlepšilo.

Důvod: Veškerá spisová dokumentace byla odvezena do dočasné spisovny. Na pobočkách nyní mají více místa, jelikož se zlikvidovali i lístkovnice, ve kterých byly spisy uloženy a zabíraly moc místa na pobočce.

5.5 Metoda ověřování hypotéz

Všechny hypotézy se budou ověřovat pomocí dotazníku, jak již bylo zmíněno. Dotazník byl rozeslán na 15 poboček a odpovědělo celkem 60 respondentů. Jedná se tedy o většinu zaměstnanců těchto poboček. Dotazník musel být anonymní v rámci vnitřního kodexu České spořitelny, a.s. a obsahoval 12 otázek:

Otázka č. 1: Uveďte prosím Váš věk.

Tato otázka byla použita proto, aby se zjistilo věkové rozhraní dotazovaných zaměstnanců.

Otázka č. 2: Jak dlouho působíte v České spořitelně?

Tato otázka zodpověděla, jak dlouho působí dotazovaní zaměstnanci v České spořitelně. Projekt Bezpapírová banka odstartoval v roce 2014, proto někteří zaměstnanci nemají tolik zkušeností se zakládáním či s aplikací eSpis.

Otázka č. 3: Uvítali jste projekt Bezpapírová banka?

Cílem této otázky bylo zjištění, zda zaměstnanci pozitivně uvítali nový projekt Bezpapírová banka.

Otázka č. 4: Usnadnil Vám tento projekt práci se zpracováním klientské dokumentace?

Tato otázka je klíčová pro hypotézu č. 1, jelikož zde zaměstnanci jasně odpoví, zda se podařilo díky projektu usnadnit zaměstnancům práci se zpracováním klientské dokumentace.

Otázka č. 5: Ušetřili jste díky tomuto projektu čas se zakládáním do spisové dokumentace?

Druhá klíčová otázka pro hypotézu č. 1. Projekt sliboval ušetření času na zakládání dokumentace do spisů, aby měli zaměstnanci více času např. na obchody.

Otázka č. 6: Jak často používáte aplikaci eSpis?

Jelikož je eSpis nepostradatelnou součástí Bezpapírové banky, tato otázka by měla zodpovědět, jak často s aplikací zaměstnanci pracují.

Otázka č. 7: Jak se Vám s touto aplikací pracuje?

Cílem této otázky bylo zjištění, jak se zaměstnancům s eSpisem pracuje, zjištění celkového dojmu z aplikace.

Otázka č. 8: Využíváte všechny funkce, které eSpis nabízí?

eSpis obsahuje spoustu možností, jak pracovat s klientskou dokumentací, od zaevidování, po sdílení až po změny v dokumentu. Tato otázka tedy pomohla zjistit, zda zaměstnanci všechny nabízené funkce využívají.

Otázka č. 9: Rozumíte všem funkcím, které jsou v eSpisu k dispozici?

Zaměstnanci absolvovali různá školení o tom, jak manipulovat s eSpisem, tato otázka navazuje na předchozí a cílem bylo zjištění, zda zaměstnancům školení pomohlo a zda rozumí všem funkcím eSpisu.

Otázka č. 10: Setkali jste se někdy s problémem při evidenci dokumentů v eSpisu?

Cílem této otázky bylo zjištění, zda se někdy zaměstnanci setkali s problémem při evidenci dokumentů. Evidence dokumentů probíhá zpravidla každý den.

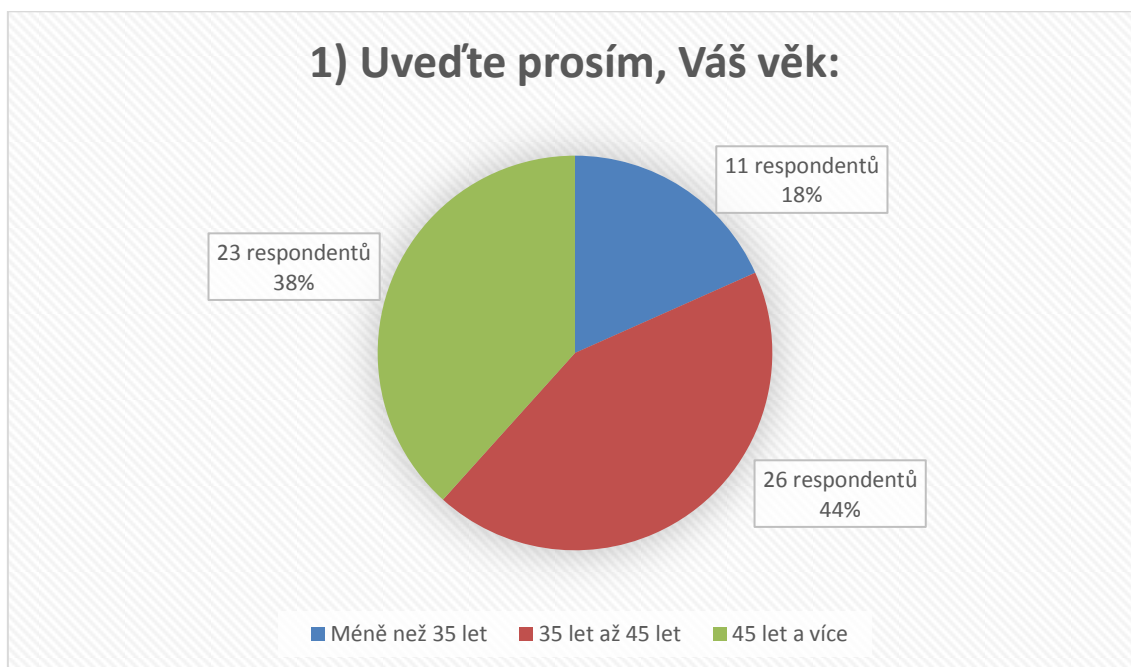
Otázka č. 11: Myslíte si, že se zlepšilo prostředí Vaší pobočky po odvezení veškeré spisové dokumentace?

Všechna klientská dokumentace byla uložena na pobočkách v lístkovnicích a v rotomatech. Po jednorázovém svozu klientské dokumentace tak vzniklo na pobočkách více prostoru, jelikož se rotomaty i lístkovnice odvezly také pryč. Tato otázka tak měla zjistit, zda je nyní prostředí poboček v lepším stavu.

Otázka č. 12: Vyhovuje Vám nyníjší zaslání klientské dokumentace z Vaší pobočky do spisoven?

Nynější situace ve spořitelně, kdy už nejsou spisy klientů na pobočkách, je taková, že se vytvořené dokumenty po evidenci odesílají interní poštou do spisoven. Tato otázka spolu s předešlou otázkou jsou důležité pro hypotézu č. 3.

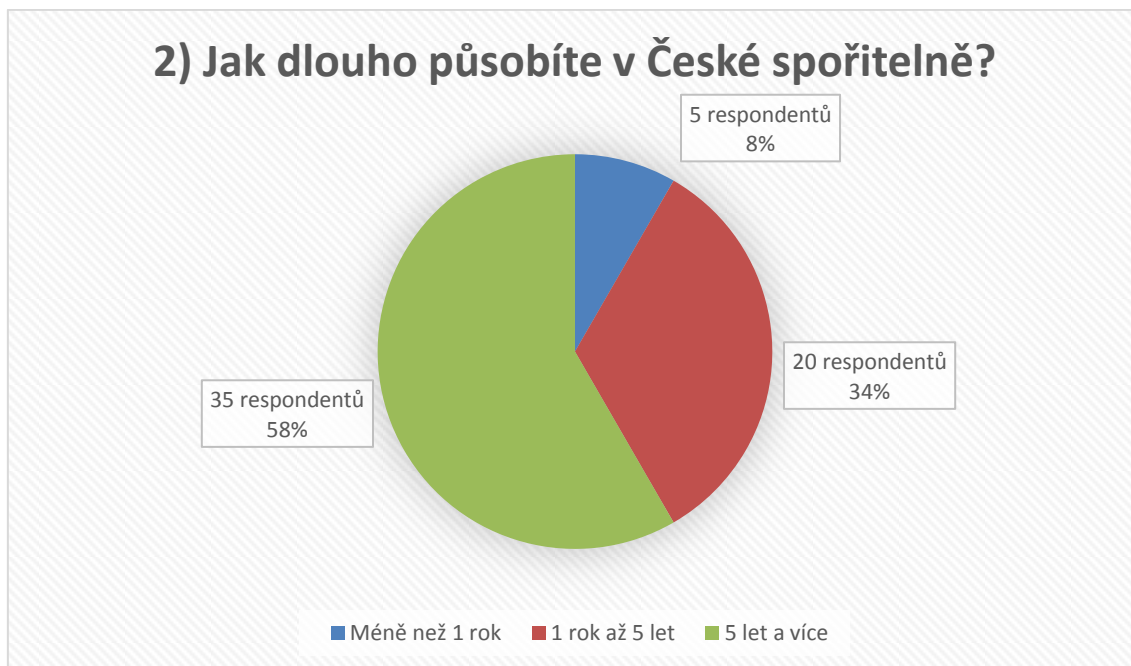
5.6 Vyhodnocení dotazníkového šetření



Graf 1 – Uved'te prosím, Váš věk:

Zdroj: vlastní vypracování

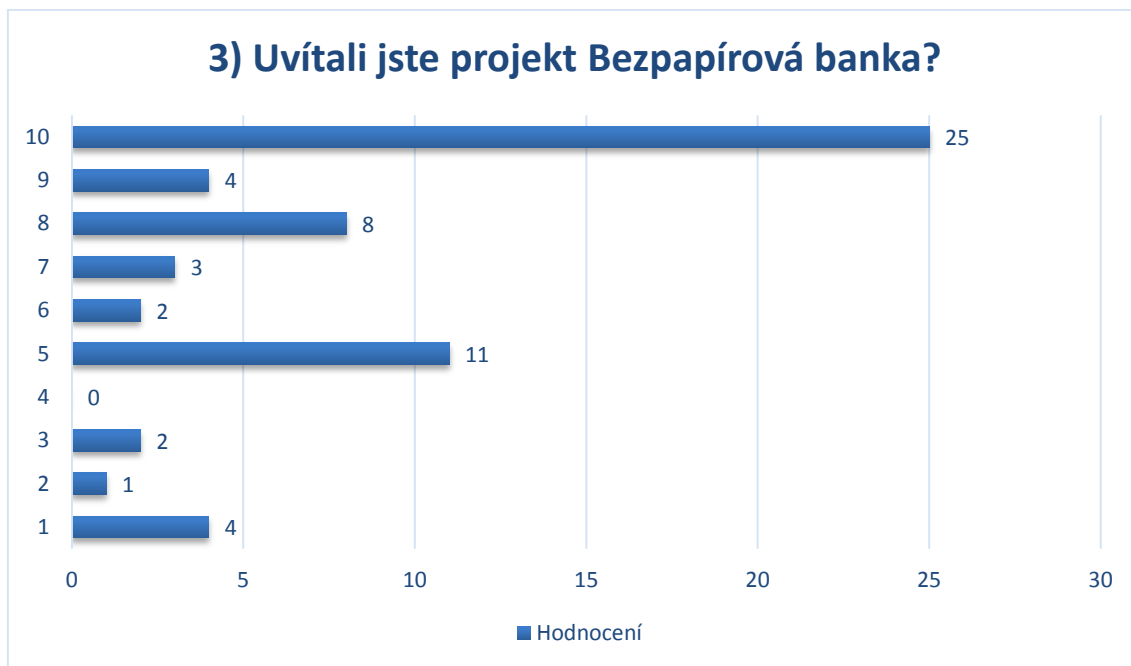
Věkové rozdělení dotazovaných bylo členěno do tří skupin, aby vznikl přehled o věkových kategoriích respondentů. Jak je z grafu č. 1 patrné, první a to největší skupinou jsou respondenti s věkem v rozmezí 35 až 45 let (44%). Druhou o něco menší jsou dotazovaní ve věkové kategorii nad 45 let (38%). Posledních 18% patří respondentům mladším než 35 let.



Graf 2 – Jak dlouho působíte v České spořitelně?

Zdroj: vlastní vypracování

Druhá otázka poukazuje na to, jak dlouho respondenti pracují pro Českou spořitelnu, a.s.. Projekt Bezpapírová banka odstartoval v roce 2014 a tak pět dotazovaných, kteří pracují pro Spořitelnu méně než 1 rok (8%) mají menší zkušenosti s celým předešlým procesem zpracování klientské dokumentace, jelikož jednorázový svoz všech poboček začal v průběhu roku 2014. Respondenti, kteří pracují už pro Českou spořitelnu, a. s. v rozmezí 1 rok až 5 let je 34%. Největší skupinou dotazovaných byli zaměstnanci, kteří už působí ve spořitelně déle než 5 let, jedná se o 58% dotazovaných. Tito zaměstnanci už mají své zkušenosti s předešlým zpracováním klientské dokumentace, od každodenního zakládání do spisů, až po vyřazení zrušených klientských spisů a následné odeslání na TUP (Tým účetní podpory).

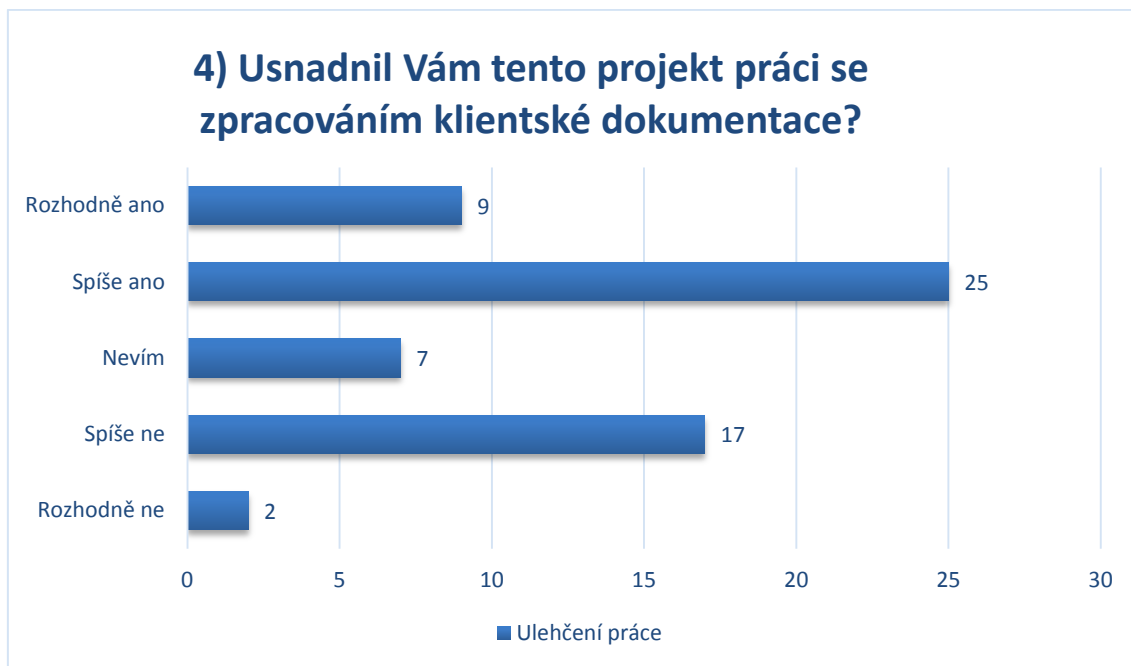


Graf 3 – Uvítali jste projekt Bezpapírová banka?

Zdroj: vlastní vypracování

Na třetí otázku byla v dotazníku použita škála od 1 do 10, přičemž číslo 1 značilo odpověď „neuvítal/a“ a číslo 10 „uvítal/a“. Hodnocení číslem 5 bylo vnímáno jako neutrální odpověď. Z grafu č. 1 je jasné, že většina zaměstnanců tento projekt uvítalo, 25 respondentů z 60 zvolilo maximální hodnocení. Je to z důvodu, že takto velký projekt, který se týkal klientské dokumentace, ještě ve spořitelně nikdy nebyl a cíle projektu byly jasně formulované – zbavit se velkého množství papíru a ulehčit práci zaměstnancům. Z grafů č. 4 a č. 5 je pak patrné, že stanovené cíle se podařilo dodržet.

Neutrální hodnocení využilo 11 respondentů. Dá se tedy tak říci, že tito zaměstnanci projekt ani nezavrhlí a ani neuvítali. Hodnocení 1 až 4 zvolilo celkem 7 dotázaných. Může to být z důvodu, že se jedná o zaměstnance, kteří už jsou zvyklí pracovat s klientskou dokumentací delší dobu a nechtějí si zvykat na novou možnost zpracování této dokumentace, či se nechtějí učit s novou, další aplikací, kterou spořitelna má.

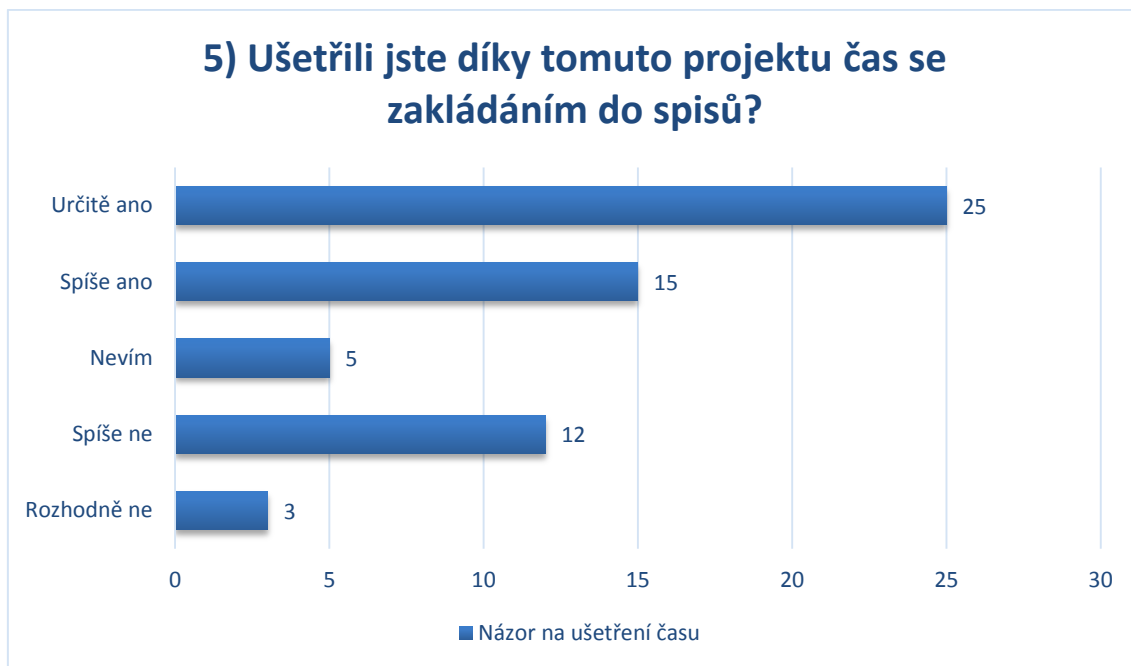


Graf 4 – Usnadnil Vám tento projekt práci se zpracováním clientské dokumentace?

Zdroj: vlastní vypracování

Jak již bylo zmíněno, mezi hlavní cíle patřilo i ulehčení práce zaměstnancům se zpracováním clientské dokumentace. Z grafu č. 4 je patrné, že celkem 34 respondentů je názoru, že se tento cíl podařilo splnit. To znamená, že jednorázový svoz veškeré clientské dokumentace pomohl zaměstnancům k tomu, že už nemusí zakládat spisovou dokumentaci do spisů klientům. Zakládat dokumenty do spisů museli zaměstnanci každý den a jednalo se o větší množství papírů.

Sedm respondentů odpovědělo, že neví, zda jim práce byla ulehčena díky tomuto projektu. Zbýlých 19 dotázaných není názoru, že by se jim práce se zpracováním dokumentace nějak ulehčila. Jak již bylo zmíněno v otázce č. 3, mohlo by to být tím, že někteří zaměstnanci nechtěli přijmout tuto novinku v podobě Bezpapírové banky, jelikož jim práce s clientskou dokumentací vyhovovala tak, jak byla nastavena před tímto projektem.

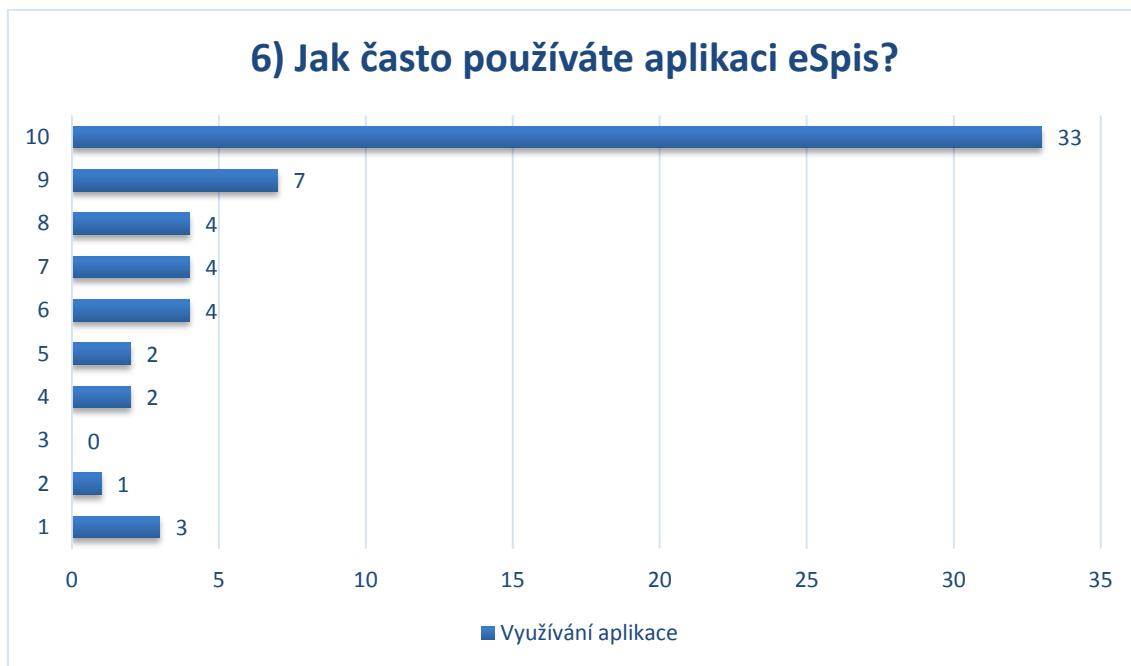


Graf 5 – Ušetřili jste díky tomuto projektu čas se zakládáním do spisů?

Zdroj: vlastní vypracování

Jak je z grafu č. 5 patrné, po sečtení odpovědí „určitě ano“ a „spíše ano“ vzniklo celkem 40 odpovědí s kladnou odezvou, tedy, že zaměstnanci jsou názoru, že jim Bezpapírová banka pomohla v práci a ušetřila jim čas se zakládáním do spisů. Každý den museli zaměstnanci věnovat zhruba hodinu denně zakládáním veškeré klientské dokumentace, která byla za daný pracovní den vytvořena jednotlivými zaměstnanci. Zaměstnanec každé pobočky si tak musel buď před pracovní dobou, nebo po ní srovnat dokumentaci podle čísel účtů klientů a následně zařadit tyto dokumenty do spisů klientů, které byly umístěny v lístkovnicích podle čísel účtů. Nyní, kdy byla klientská dokumentace svezena z poboček pryč, mají zaměstnanci více času na jiné aktivity, např. mohou se více věnovat obchodům či vyřizovat si schůzky s klienty.

Odpověď „nevím“ zvolilo 5 lidí a po součtu odpovědí „spíše ne“ a „rozhodně ne“ odpovědělo 15 zaměstnanců, kteří si myslí, že jim projekt v tomto směru nepřinesl zlepšení. Opět by to mohlo být tím, že tohoto mínění mohou být zaměstnanci, kteří od začátku byli proti tomuto projektu a nechtějí přijmout novou inovaci v podobě Bezpapírové banky.

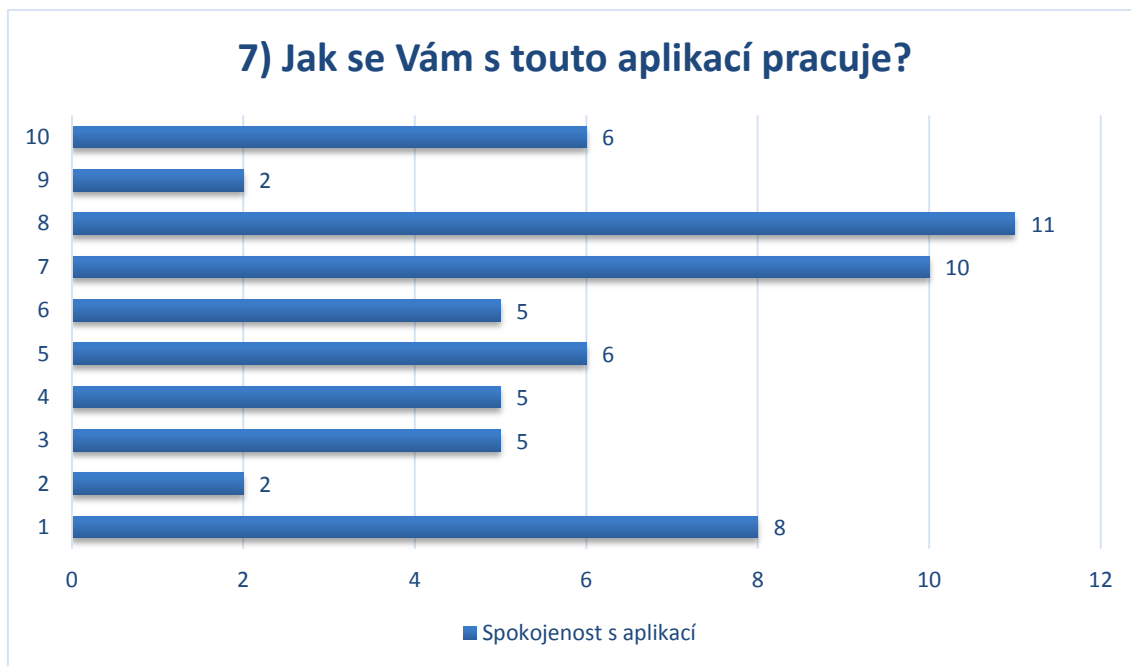


Graf 6 – Jak často používáte aplikaci eSpis?

Zdroj: vlastní vypracování

V otázce č. 6 bylo cílem zjistit, jak často musejí zaměstnanci pracovat s aplikací eSpis, která je hlavní aplikací na spravování obsahu clientské dokumentace. Na tuto otázku byla použita škála, kde číslo 1 znamená, že zaměstnanec nepoužívá eSpis skoro nikdy a naopak číslo 10 znamená, že v aplikaci pracuje každý den.

Jak je z grafu č. 6 vidět, každý den s aplikací pracuje 33 zaměstnanců, což je více než polovina dotazovaných. Pokud se k tomuto číslu přičte ještě hodnocení od 5 až do 9, získá se tak celkový počet 54 zaměstnanců, kteří pracují v eSpisu velmi často. Je tedy zřejmé, že aplikace eSpis je plně využívána, ale v dalších otázkách bude vidět, jak se zaměstnancům s aplikací pracuje. Pouze dolní hranice od hodnocení 4 a níže dává v součtu 6 respondentů. Tito zaměstnanci mohou být manažeři poboček či výše postavení zaměstnanci České spořitelny, a. s., kteří nepotřebují vyhledávat v aplikaci eSpis clientskou dokumentaci a aplikaci používají pouze v ojedinělých případech.



Graf 7 – Jak se Vám s touto aplikací pracuje

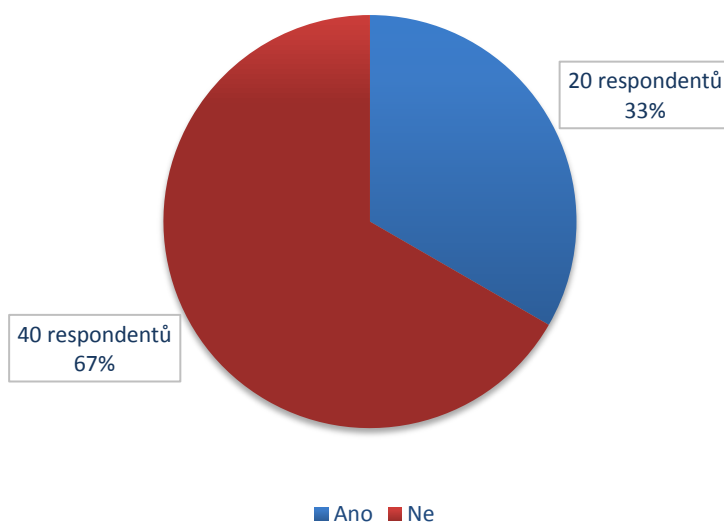
Zdroj: vlastní vypracování

Na otázku č. 7 byla opět zvolena škála 1 až 10, kde číslo 10 znamená, že zaměstnanci jsou velice spokojeni s používáním aplikace eSpis a naopak číslo 1 znamená, že jsou nespokojeni. Hodnota 5 v této otázce znamená, že spokojenost zaměstnanců s manipulací s eSpisem je přesně „mezi“, tedy že zaměstnanci nejsou ani spokojeni ale naopak ani nespokojeni.

Z grafu je vidět, že volbu „velice spokojen“ zvolilo jen 6 z 60 respondentů. Sečtou-li se hodnoty od 6 do 10, získá se číslo 34, což je více než polovina z celkového počtu respondentů, kterým se s eSpisem pracuje víceméně dobře. Jak již bylo zmíněno, neutrální odpověď zvolilo 6 respondentů.

Pokud se vezme v potaz to, že spíše nespokojení zaměstnanci s touto aplikací zvolili na hodnotící škále čísla 1 až 4, získá se tak 20 dotazovaných. Nespokojenost zaměstnanců může mít několik důvodů. Ze zkušeností zaměstnanců z pobočky Hradce Králové, na tř. ČSA, se může vyvodit, že aplikace eSpis má vysoké časové odezvy či dokonce po chvíli manipulace se celá aplikace ukončí a bohužel dochází i k tomu, že se některá práce na klientské dokumentaci nemusí uložit.

8) Využíváte všechny funkce, které eSpis nabízí?

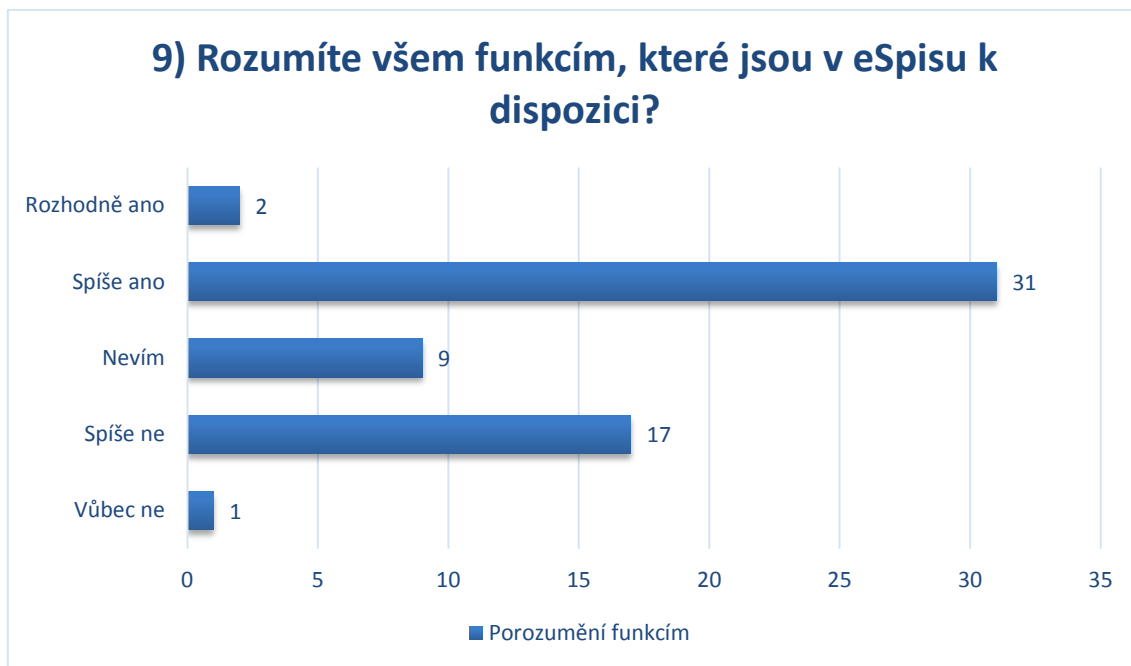


Graf 8 – Využíváte všechny funkce, které eSpis nabízí?

Zdroj: vlastní vypracování

Aplikace eSpis je velmi obsáhlá, obsahuje spoustu funkcí, které mohou některým uživatelům připadat nepotřebné. Vybraní manažeři poboček museli absolvovat školení, kde jim zkušený zaměstnanci a vývojáři popisovali manipulaci s aplikací a její fungování. Tito manažeři pak svým bankéřům na pobočkách dali instrukce, jak zacházet s eSpisem. Vše se uskutečnilo v době, kdy v říjnu roku 2014 byla spuštěna pilotní verze. Zaměstnanci i manažeři po důkladném seznámení se s aplikací poskytli vývojářům zpětnou vazbu, která obsahovala názory, co je třeba zlepšit či předělat.

Momentální situace na patnácti dotazovaných pobočkách je taková, že 40 dotazovaných zaměstnanců nevyužívá všechny funkce, které eSpis obsahuje, to je více jak polovina respondentů. Pouze 20 zaměstnanců využívá všechny funkce, což je přesně jedna třetina dotazovaných. Je možné, že někteří zaměstnanci nepotřebují ke svojí práci všechny funkce nebo se také mohlo stát, že byli špatně informováni o všech možnostech, v rámci proškolení.



Graf 9 – Rozumíte všem funkcím, které jsou v eSpisu k dispozici?

Zdroj: vlastní vypracování

Otázka č. 9 navazuje na předchozí otázku č. 8, kde byli zaměstnanci dotazováni, zda používají všechny funkce. Z grafu je jasně vidět, že pouze 2 zaměstnanci plně rozumí všem funkcím, které používají. Dalších 31 zaměstnanců spíše všem funkcím rozumí, jedná se tak o polovinu dotazovaných. To znamená, že byli dobře seznámeni s veškerým fungováním aplikace a se všemi možnostmi, které zaměstnanci mohou využívat.

Z celkového počtu 60 dotazovaných jich 9 odpovědělo „nevím“. Zaměstnanců, kteří odpověděli „spíše ne“, je 17 a s odpovědí „vůbec ne“ je pouze jeden. Je tedy možné, že se mezi dotazovanými opravdu najdou tací, kteří nebyli srozumitelně seznámeni se všemi funkcemi eSpisu nebo naopak tyto všechny funkce nevyužívají, takže jim ani nemusí rozumět.

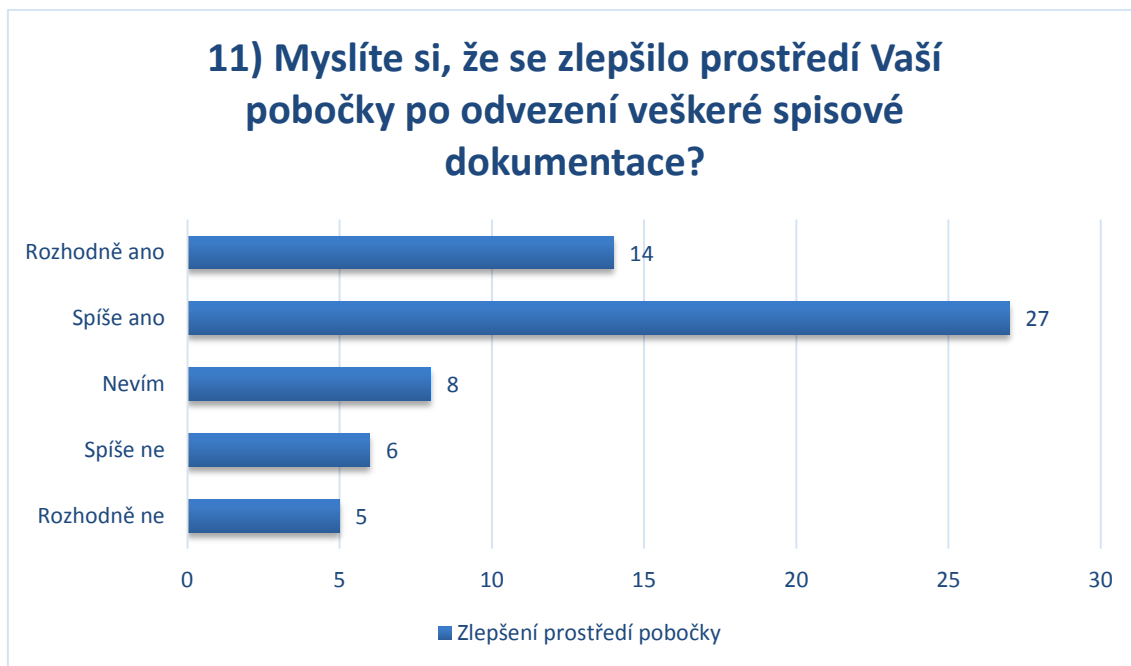


Graf 10 – Setkali jste se někdy s problémem při evidenci dokumentů v eSpisu?

Zdroj: vlastní vypracování

V každé pobočce působí zaměstnanec, který zastává funkci podpory. Tato funkce spočívá v tom, že pracovník pomáhá ostatním zaměstnancům s administrací či vyřizuje poštu. Nyní se zaměstnanec podpory stará o evidenci dokumentů a následné odeslání vnitřní poštou do spisoven. Některé dokumenty se už vytisknou s unikátním DUID kódem, podle kterého se dokument zaeviduje a naskenuje do aplikace. Ty dokumenty, které se nevytisknou s DUIDEM, tak na ně musí zaměstnanec podpory nalepit ručně tento kód. Následně se dokument zaeviduje do eSpisu pomocí DUID kódu.

Cílem této otázky bylo zjistit, zda se zaměstnanci setkali s nějakým problémem při evidenci dokumentů do eSpisu. Znovu ze zkušeností zaměstnanců z pobočky Hradec Králové, tř. ČSA, lze usoudit, že se chyba při evidenci clientské dokumentace objevuje při každém evidování dokumentu. Z grafu je tak patrné, že téměř většina respondentů (55) se již s chybou setkala. Mezi nejčastější chyby při evidenci patří špatné načtení krabice, kdy se načte úplně jiná, další častá chyba je, že dokumenty by se měly do krabice ukládat, ale po znovuotevření krabice v aplikaci zmizí všechny dokumenty z krabice. Pouze 5 respondentů se dosud neseťkalo s žádnou chybou při evidenci clientské dokumentace do aplikace eSpis.

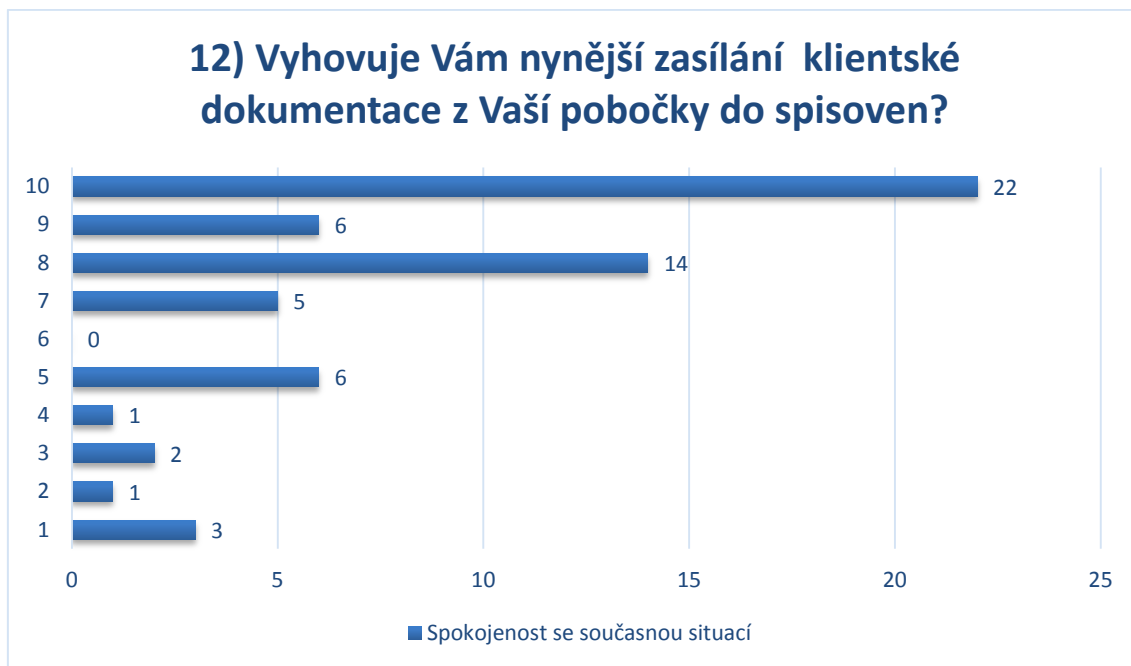


Graf 11 – Myslíte si, že se zlepšilo prostředí Vaší pobočky po odvezení veškeré spisové dokumentace?

Zdroj: vlastní vypracování

Po jednorázovém svozu klientské dokumentace se na pobočkách uvolnilo hodně místa, jelikož spisy byly uloženy v lístkovnicích či v rotomatech. Jestliže se jednalo o větší pobočku, počet lístkovnic na pobočce se mohl pohybovat okolo 25 až 30. Na většině poboček tak místo lístkovnic zaměstnanci umístili různé dekorace či reklamní produkty. Pracoviště, na kterém denně působí většina bankéřů, se změnilo i tak, že nyní už zaměstnanci nemají u svých přepážek velké množství papírů.

Z grafu č. 11 je patrné, že v součtu odpovědí „spíše ano“ a „rozhodně ano“ se získá číslo 41. To znamená, že více než polovina dotazovaných souhlasí s tím, že se prostředí jejich pobočky zlepšilo. Neutrální odpověď opět využilo 8 respondentů a zaměstnanců, kteří si myslí, že se prostředí nezlepšilo, je v součtu 11.



Graf 12 – Vyhovuje Vám nyní zasílání klientské dokumentace z Vaší pobočky do spisoven?

Zdroj: vlastní vypracování

Jak již bylo zmíněno, nyní se veškerá vytvořená a zaevidovaná dokumentace odesílá do příslušných spisoven. Ty se dělí podle vytvořených dokumentů, např. vytvořené investiční dokumenty se odesílají do spisovny Dejvice a běžné dokumenty, jako jsou různé smlouvy, se odesílají do spisovny v Hradci Králové nebo do dočasné spisovny v Kutné Hoře. Čeká se tak na otevření spisovny, které bude v červnu 2016 v Dobřenicích.

Cílem poslední otázky tak bylo zjištění, zda zaměstnancům vyhovuje nyní situace, kdy už nemusejí zakládat do spisů, ale veškerou dokumentaci odesílají pryč do spisoven. Na tuto otázku byla zvolena škála, kde číslo 10 znamená „vyhovuje“ a číslo 1 „nevyhovuje“. Z grafu je jasné, že momentální situace zaměstnancům vyhovuje, protože pokud se sečtou hodnoty od 6 do 10, dostane se v součtu číslo 47, což je více než polovina. Neutrální odpověď využilo 6 dotazovaných a v součtu od 1 do 4 je celkem 7 zaměstnanců, kteří jsou názoru, že jim nyní situace nevyhovuje. Může to být tím, že jim vyhovovala předešlá situace nebo že nejsou spokojeni se způsobem odesílání klientské dokumentace do spisoven.

5.7 Shrnutí dotazníkového šetření

Dotazníkové šetření probíhalo mezi zaměstnanci 15 poboček, které jako první absolvovali jednorázový svoz klientské dokumentace. Celkový počet respondentů byl 60, jedná se tedy o většinu zaměstnanců pracujících na vybraných pobočkách. Cílem dotazníku bylo zjistit, jak zaměstnanci nahlízejí na projekt Bezpapírová banka, zda byl pro ně tento projekt přínosem ve směru usnadnění práce a ušetření času s manipulací s klientskou dokumentací na pobočkách. Dalším cílem bylo zjištění, zda zaměstnancům vyhovuje nynější aplikace eSpis, která slouží k evidenci klientské dokumentace.

Aby bylo možné získat povědomí o věku dotazovaných a o letité působnosti zaměstnanců ve spořitelně, byly tyto otázky použity hned v úvodu dotazníku. Ve výsledku odpovídali spíše zaměstnanci starší než 35 let. Nejvíce dotazovaných, resp. 35, působí v České spořitelně, a. s. 5 let a více. To znamená, že tito zaměstnanci mají zkušenost se starým systémem zpracování dokumentace – každodenní zakládání do klientských spisů. Dá se tedy říci, že i proto většina zaměstnanců uvítala projekt Bezpapírová banka. Z otázek č. 4 a č. 5 lze usoudit, že projekt splnil jeden ze svých cílů a to usnadnit zaměstnancům práci se zakládáním klientské dokumentace do spisů. S tím souvisí i dosažení dalšího cíle, a to ušetřit tím tak čas zaměstnancům, kteří už nyní nemusí trávit zhruba hodinu denně se zakládáním.

Další část dotazníku byla zaměřena na novou aplikaci eSpis, která slouží jako systém pro správu obsahu klientské dokumentace. Z dotazníku bylo zjištěno, že většina respondentů používá eSpis každý den. Celkem 20 zaměstnanců uvedlo, že jim nevyhovuje práce s touto aplikací. eSpis nabízí svým uživatelům velké množství funkcí, z dotazníku lze ale vyvodit, že 40 respondentů nevyužívá všechny tyto nabízené funkce, přičemž pouze polovina ze všech dotazovaných rozumí všem funkcím eSpisu. Další skutečnost, která byla zjištěna z dotazníku je ta, že 91% dotazovaných se již setkalo s problémem při evidenci dokumentů v eSpisu. Jedná se tedy o 55 respondentů z celkového počtu 60 dotazovaných.

Na závěr zaměstnanci odpovídali, zda si myslí, jestli se zlepšilo prostředí jejich pobočky po odvozu klientské dokumentace, přičemž většina z nich

odpověděla, že ke zlepšení prostředí opravdu došlo. Cílem poslední otázky bylo zjistit, zda zaměstnancům vyhovuje nynější situace zasílání veškeré vytvořené klientské dokumentace do spisoven. Na pobočkách se tedy nehromadí velké množství papírů. Většina zaměstnanců tak odpověděla, že je spokojena s nynější situací.

6 Vyhodnocení výzkumných otázek

Otázka č. 1:

Ulehčil projekt Bezpapírová banka zaměstnancům práci s klientskou dokumentací?

Dle praktické části, konkrétně v kapitole 4.1.4 Vyhodnocení dotazníkového šetření, otázka č. 4, lze tvrdit, že projekt Bezpapírová banka usnadnil práci s klientskou dokumentací většině zaměstnanců 15 vybraných poboček.

Otázka č. 2:

Jsou zaměstnanci spokojeni při práci v aplikaci eSpis?

Z dotazníkového šetření lze usoudit, že pouze část zaměstnanců je spokojena s manipulací s aplikací eSpis. Jedná se zhruba o polovinu dotazovaných, kterým se v aplikaci nepracuje dobře, což je poměrně velká část, jelikož dotazník byl rozeslán pouze do 15 poboček a spořitelna jich obsluhuje 621.

Otázka č. 3:

Zlepšilo se prostředí na pobočkách po odvezení spisové dokumentace v rámci jednorázových svozů?

Tuto otázku lze podložit v kapitole 4.1.4 Vyhodnocení dotazníkového šetření konkrétně graf č. 11, kde většina respondentů odpověděla, že se prostředí pobočky zlepšilo. Po jednorázovém svozu, kdy byla odvezena veškerá klientská dokumentace, vzniklo na pobočce více místa, protože spisy klientů byly uloženy v lístkovnicích nebo v rotomatech. Dalším faktorem, který ovlivňoval prostředí pobočky byl ten, že bankovní poradci měli na svých přepážkách velké množství dokumentace, takže nynější situace, kdy je klientská dokumentace zasílána interní poštou do spisoven, zaměstnancům České spořitelny, a. s. vyhovuje.

7 Závěr a doporučení

Cílem této práce bylo seznámení se současným děním v České spořitelně, a. s. a představení strategie MIDI 17, která se dělí na 4 hlavní části, z nichž tou nejdůležitější je část Digitální banka. Právě v ní přichází spořitelna s mnoha novinkami, např. s novým internetovým bankovníctvím George, s biometrickým podpisem a s projektem Bezpapírová banka. Hlavní náplní tohoto projektu bylo odvezení klientské dokumentace ze všech poboček, nasazení nové aplikace eSpis, která slouží jako ECM systém, protože obsahuje klientskou dokumentaci všech klientů, takže zaměstnanci mají veškeré informace o klientech na jednom místě. Dalšími cíli tohoto projektu bylo, aby Bezpapírová banka zaměstnancům poboček ušetřila čas, který museli vynaložit zakládáním do spisů každý den a usnadnila jim tím tak práci.

Z výsledku dotazování je zřejmé, že stanovené cíle projektu Bezpapírová banka se podařilo splnit a že nynější manipulace s klientskou dokumentací na pobočkách vyhovuje většině zaměstnanců. Dále lze odvodit, že se spořitelně podařilo tyto sliby dodržet, jelikož větší část zaměstnanců uvedla, že jim tento projekt opravdu ušetřil čas a i práci, spojenou se zpracováním klientské dokumentace.

Na základě praktické části je spořitelně doporučováno, aby zareagovala na zpětnou vazbu svých 60 zaměstnanců 15 poboček, a to ve smyslu optimalizování aplikace eSpis. Spořitelna by tak měla eSpis outsourcovat jiné počítačové firmě a předat jí seznam připomínek a úkolů, které jsou potřeba ještě vzít v potaz z dotazníkového šetření. Externí firma by tak měla snížit časové odezvy v eSpisu, chybovost aplikace při různých operacích, a to především při evidování dokumentů, které z dotazníku vyplývá jako velice chybové. Dále by se měl snížit počet funkcí, které systém nabízí, jelikož z dotazníku je patrné, že zaměstnanci stejně všechny funkce nevyužívají a je doporučováno, aby se zefektivnily ty funkce, které jsou pravidelně využívány zaměstnanci. Pokud ale bude spořitelna chtít všechny funkce ponechat, je doporučováno, aby znovu a lépe zaškolila manažery poboček a to s veškerým fungováním eSpisu. Manažeři tak mohou lépe vysvětlit svým podřízeným na pobočkách všechny funkce, které aplikace eSpis nabízí. A

v případě jakéhokoli problému by měl manažer pobočky fungovat jako podpora svého zaměstnance.

Dle zmiňované části o nové spisovně v Dobřenicích, která bude připravena k používání v červnu 2016, je doporučováno, aby v případě příští organizace takto velkého projektu jako je Bezpapírová banka, měla Česká spořitelna, a. s. včas připravené místo, kam se spisová dokumentace bude svážet. Spisy se převezly do spisovny v Hradci Králové a do spisovny v Kutné Hoře a následně se budou muset opět převést na konečné místo a to do haly v Dobřenicích. Toto přepravování tak citlivých informací jako jsou clientské spisy, je velice neefektivní a neekologické.

Výsledky, zjištěné z dotazníkového šetření ukazují, že projekt Bezpapírová banka byl pro Českou spořitelnu, a. s. přínosný, ale bylo by vhodné ještě optimalizovat aplikaci eSpis.

8 Seznam použité literatury

8.1 Literární zdroje

ČECH, Pavel a Vladimír BUREŠ. *Podniková informatika*. Vyd. 1. Hradec Králové: Gaudeamus, 2009. ISBN 978-80-7041-479-8.

GEFFROY, Edgar K. *Digitální zákazník - náš protivník, nebo partner?: online clienting, aneb, Zákazníci dnes nakupují jinak*. Vyd. 1. Praha: Management Press, 2013. ISBN 978-80-7261-255-0.

CHROMÝ, Jan. *Elektronické podnikání: informace, komunikace, příležitosti*. Vyd. 1. Praha: Extrasystem Praha, 2013. Informační technologie (Extrasystem Praha). ISBN 978-80-87570-10-4.

POLIDAR, Vojtěch a Martin MANDEL. *Management bank a bankovních obchodů*. 2. upr. vyd. Praha: Ekopress, 1999. ISBN 80-86119-11-4.

PREUSS, Karel. *Podnikatelské strategie*. 2. vyd. Praha: Bankovní institut vysoká škola, 2008. ISBN 978-80-7265-134-4.

TYLL, Ladislav. *Podniková strategie*. Vyd. 1. Praha: C.H. Beck, 2014. Beckova edice ekonomie. ISBN 978-80-7400-507-7.

WALKER, Ian. *Výzkumné metody a statistika*. Vyd. 1. Praha: Grada, 2013. Z pohledu psychologie. ISBN 978-80-247-3920-5.

8.2 Internetové zdroje

FLEISSIG, Stanislav. DMS: systémy pro správu a oběh dokumentů [online]. 2016 [cit. 2016-02-14]. Dostupné z: <http://www.systemonline.cz/clanky/dms-systemy-pro-spravu-a-obeh-dokumentu.htm>

Intranet České spořitelny – Bezpapírová banka [online]. 2016 [cit. 2016-01-02]. Dostupné z: http://www.csin.cz/intranet/content/inet/cs/sc_14698.xml

Intranet České spořitelny – Časové milníky Bezpapírové banky [online]. 2016 [cit. 2016-01-02]. Dostupné z: <http://www.csin.cz/html/klid/>

Intranet České spořitelny – Hlavní aktivity Bezpapírové banky [online]. 2016 [cit. 2016-01-02]. Dostupné z:

http://www.csin.cz/intranet/content/inet/cs/sc_14732.xml

Intranet České spořitelny – MIDI 17 (Digitální transformace) [online]. 2016 [cit. 2016-01-04]. Dostupné z:

http://www.csin.cz/html/midi_17/digitalni-transformace.html

Intranet České spořitelny – MIDI 17 (Integrovaná banka) [online]. 2016 [cit. 2016-01-04]. Dostupné z: http://www.csin.cz/html/midi_17/integrovana-banka.html

Intranet České spořitelny – MIDI 17 (Inteligentní banka) [online]. 2016 [cit. 2016-01-04]. Dostupné z: http://www.csin.cz/html/midi_17/inteligentni-banka.html

Intranet České spořitelny – MIDI 17 (Multikanálová banka) [online]. 2016 [cit. 2016-01-04]. Dostupné z: http://www.csin.cz/html/midi_17/multichannel.html

Intranet České spořitelny – Postup jednorázového svozu [online]. 2016 [cit. 2016-01-02]. Dostupné z:

http://www.csin.cz/intranet/content/inet/cs/intranet_news_6672.xml

Intranet České spořitelny - rozdělení segmentu [online]. 2016 [cit. 2016-01-04]. Dostupné z:

http://www.csin.cz/intranet/appmanager/portal/intranet?nfpb=true&pageLabel=dashboard_prace

Intranet České spořitelny - strategie MIDI17 [online]. 2016 [cit. 2016-01-04]. Dostupné z: http://www.csin.cz/html/midi_17.html

Lucie Masopustová: Do konce letošního roku chceme vytvořit bezpapírovou pobočkovou síť – Trendy [online]. 2015 [cit. 2016-01-02]. Dostupné z: <http://trendy.omegadesign.cz/r-2015/1/top-tema-2/lucie-masopustova-do-konce-letosniho-roku-chceme-vytvorit-bezpapirovou-pobockovou-sit/>

MARTÍNEK, Jaroslav. MIDI je cesta, ne cíl, říká hlavní stratég Ondřej Pohanka – Trendy [online]. 2014 [cit. 2016-01-04]. Dostupné z: <http://trendy.omegadesign.cz/r-2014/4/top-tema/midi-je-cesta-ne-cil-rika-hlavni-strateg-ondrej-pohanka/>

MARTÍNEK, Štěpán. Centralizace správy dokumentů a obsahu [online]. 2016 [cit. 2016-02-14]. Dostupné z: <http://www.systemonline.cz/sprava-dokumentu/centralizace-spravy-dokumentu-a-obsahu.htm>

Mobilní aplikace – Česká spořitelna [online]. 2016 [cit. 2016-03-23]. Dostupné z: http://www.csas.cz/banka/nav/osobni-finance/mobilni-aplikace-d00024038?from=link_hp#servis24

Moje zdravé finance od České spořitelny [online]. 2016 [cit. 2016-01-04]. Dostupné z: https://www.mojezdravefinance.cz/?from=csas_navigation#o-sluzbe

Monster.cz – Firemní profily (Česká spořitelna, a.s.) [online]. 2016 [cit. 2016-01-04]. Dostupné z: <http://aplikace.monster.cz/profily/csas/vize.html>

Pobočky a bankomaty | ČSOB [online]. 2016 [cit. 2016-03-15]. Dostupné z: <https://www.csob.cz/portal/kontakty/pobocky-a-bankomaty>

Pobočky a bankomaty – Komerční banka [online]. 2016 [cit. 2016-03-15]. Dostupné z: <https://www.kb.cz/pobocky-bankomaty/cs/hledani.x>

Pobočky [online]. 2016 [cit. 2016-03-15]. Dostupné z: <https://www.unicreditbank.cz/cs/pobocky.html>

Profil České spořitelny [online]. 2016 [cit. 2016-03-15]. Dostupné z: <http://www.csas.cz/banka/nav/o-nas/profil-ceske-sporitelny-d00014413>

Podklad pro zadání BAKALÁŘSKÉ práce studenta

PŘEDKLÁDÁ:	ADRESA	OSOBNÍ ČÍSLO
Šilhábelová Lucie	K Dolíkám 714/7C, Hradec Králové - Svobodné Dvory	I1301156

TÉMA ČESKY:

Česká spořitelna jako Bezpapírová banka v rámci digitální transformace

TÉMA ANGLICKY:

Česká spořitelna as a Paperless bank in a digital transformation

VEDOUcí PRÁCE:

Ing. Lukáš Válek - KIT

ZÁSADY PRO VYPRACOVÁNÍ:

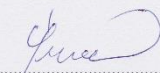
Tato bakalářská práce pojednává o strategii České spořitelny, která se rozhodla přeorganizovat svou datovou základnu klientských účtů a to díky novému projektu "Bezpapírová banka", který je pod záštitou strategie MIDI17. Součástí práce je teoretická část, kde je popsána strategie a důvody, které k takto velkému rozhodnutí Spořitelnu vedly. V praktické části je analýza obdržených informací od zaměstnanců patnácti poboček na základě dotazníku. Na závěr jsou v práci shrnuty získané informace z dotazníku a doporučení, co je třeba v rámci projektu Bezpapírová banka ještě zlepšit. Cílem práce je seznámení se současným děním v České spořitelně a co nejlépe přiblížit tak velký projekt "Bezpapírová banka", který vznikl díky strategii MIDI 17.

1. Úvod
2. Cíl práce a metodika zpracování
3. Teoretická část
4. Praktická část
5. Závěry a doporučení
6. Seznam doporučených zdrojů
7. Přílohy

SEZNAM DOPORUČENÉ LITERATURY:

POLIDAR, Vojtěch. Management bank a bankovních procesů. Praha: Ekopress, s.r.o., 1999. ISBN 80-86119-11-4.
CHROMÝ, Jan. Elektronické podnikání: informace, komunikace, příležitosti. Vyd. 1. Praha: Extrasystem Praha, 2013, 263 s. Informační technologie (Extrasystem Praha). ISBN 978-80-87570-10-4.
TYLL, Ladislav. Podniková strategie. Vyd. 1. Praha: C.H. Beck, 2014, xviii, 275 s. Beckova edice ekonomie. ISBN 978-80-7400-507-7.
PREUSS, Karel. Podnikatelské strategie. 2. vyd. Praha: Bankovní institut vysoká škola, 2008, 101 s. ISBN 978-80-7265-134-4.
GEFFROY, Edgar K. Digitální zákazník - náš protivník, nebo partner?: online clienting, aneb, Zákazníci dnes nakupují jinak. Vyd. 1. Praha: Management Press, 2013, 179 s. ISBN 978-80-7261-255-0.

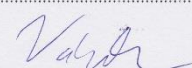
Podpis studenta:



Datum:

15.9.2015

Podpis vedoucího práce:



Datum:

15.9.2015