

Projekt na zvýšení prodejnosti produktů životního pojištění u pojišťovny Aviva

Bc. Šárka Machálková

Diplomová práce
2009



Univerzita Tomáše Bati ve Zlíně
Fakulta managementu a ekonomiky

ABSTRAKT

Předmětem této práce je vytvoření projektu na zvýšení prodejnosti produktů životního pojištění u pojišťovny Aviva. V této práci je vysvětlen pojem pojišťovnictví, pojištění a je zde popsán dosavadní vývoj na českém a evropském pojistném trhu. Tato práce dále obsahuje mnoho dalších pojmů z oblasti životního pojištění. V praktické části jsou analyzovány současné podmínky a základní faktory, které určitým způsobem ovlivňují vývoj pojistného trhu. Nechybí zde ani vyhodnocení tržní pozice a konkurenceschopnosti pojišťovny Aviva a následná doporučení, která z provedených analýz a získaných poznatků vyplývají.

Klíčová slova:

Pojištění, pojišťovnictví, český pojistný trh, evropský pojistný trh, životní pojištění, daňové zvýhodnění, průzkum trhu, Aviva životní pojišťovna, pojišťovací zprostředkovatel.

ABSTRACT

The object of this work is improving the Aviva Insurance Company's life insurance policy sales. The work explains the concept of insurance system, insurance and describes Czech and European insurance market trends. This work contains many other concepts from the sphere of life insurance. The practical part includes market data analysis and fundamental factor analysis, which in a way influence insurance market. The result of practical part is also description market position of Aviva Insurance Company and finding its competitiveness. There are given my recommendation sequent on analysis made and obtained data lastly.

Keywords:

Insurance, insurance system, Czech insurance market, European insurance market, life insurance, tax allowance, market research, Aviva Life Insurance Company, insurance broker.

Ráda bych poděkovala hlavnímu konzultantovi mé diplomové práce panu Ing. Jiřímu Poláchovi, který mi poskytl potřebné informace, praktické rady a věnoval mi potřebný čas v průběhu zpracování mé diplomové práce.

OBSAH

ÚVOD	6
I TEORETICKÁ ČÁST	7
1 PODSTATA POJIŠTĚNÍ	8
2 ČLENĚNÍ POJIŠTĚNÍ	10
2.1 POJIŠTĚNÍ SOCIÁLNÍ.....	10
2.2 POJIŠTĚNÍ KOMERČNÍ (SOUKROMÉ).....	11
2.2.1 Význam komerčního pojištění	11
2.2.2 Členění komerčního pojištění dle způsobu tvorby rezerv	11
2.2.3 Členění komerčního pojištění dle druhu krytých rizik	11
3 POJIŠŤOVNICTVÍ	13
3.1 ZÁKLADNÍ POJMY A ÚDAJE	13
3.2 DOZOR NAD POJIŠŤOVNICTVÍM	14
3.3 FAKTORY OVLIVŇUJÍCÍ POJISTNÝ TRH.....	15
4 POJISTNÝ TRH V PODMÍNKÁCH ČR	16
4.1 POČÁTKY POJIŠTĚNÍ.....	16
4.2 POJISTNÝ TRH V ČESKÉ REPUBLICE PO DRUHÉ SVĚTOVÉ VÁLCE.....	17
4.3 POJISTNÝ TRH V ČESKÉ REPUBLICE V DEVADESÁTÝCH LETECH	18
4.4 VÝVOJ PROPOJIŠTĚNOSTI V PODMÍNKÁCH ČESKÉ REPUBLIKY	19
4.5 AGREGÁTNÍ UKAZATEL POJIŠTĚNOSTI.....	22
5 EVROPSKÝ POJISTNÝ TRH	23
5.1 VÝVOJ POJIŠTĚNOSTI V PODMÍNKÁCH EVROPSKÉ UNIE.....	23
6 ŽIVOTNÍ POJIŠTĚNÍ	25
6.1 ZÁKON O POJISTNÉ SMLouvĚ	26
6.2 REZERVA POJISTNÉHO ŽIVOTNÍCH POJIŠTĚNÍ	26
7 ČLENĚNÍ ŽIVOTNÍHO POJIŠTĚNÍ	28
7.1 INVESTIČNÍ ŽIVOTNÍ POJIŠTĚNÍ.....	28
7.1.1 Výhody a nevýhody pojištění	28
7.1.2 Fungování investičního pojištění	29
7.2 KAPITÁLOVÉ ŽIVOTNÍ POJIŠTĚNÍ	29
7.2.1 Výhody a nevýhody pojištění	29
7.2.2 Fungování kapitálového pojištění	30
7.3 RIZIKOVÉ ŽIVOTNÍ POJIŠTĚNÍ	30
7.3.1 Výhody a nevýhody pojištění	30
7.3.2 Fungování rizikového pojištění.....	30
7.4 DŮCHODOVÉ POJIŠTĚNÍ	31
7.4.1 Výhody a nevýhody pojištění	31

7.4.2	Fungování pojištění	31
7.5	VKLADOVÉ POJIŠTĚNÍ	32
7.5.1	Výhody a nevýhody pojištění	32
7.5.2	Fungování pojištění	32
7.6	UNIVERZÁLNÍ (FLEXIBILNÍ) ŽIVOTNÍ POJIŠTĚNÍ	33
7.6.1	Výhody a nevýhody pojištění	33
7.6.2	Fungování pojištění	33
7.7	SVATEBNÍ POJIŠTĚNÍ NEBO POJIŠTĚNÍ DĚTÍ	34
7.7.1	Výhody a nevýhody pojištění	34
7.7.2	Fungování pojištění	34
7.8	VLASTNOSTI ZÁKLADNÍCH DRUHŮ POJIŠTĚNÍ OSOB	35
7.9	SKUTEČNOSTI O ŽIVOTNÍM POJIŠTĚNÍ, KTERÉ JE VHODNÉ ZNÁT	35
8	PŘIPOJIŠTĚNÍ	36
8.1	ÚRAZOVÉ PŘIPOJIŠTĚNÍ	36
8.2	ZPROŠTĚNÍ OD PLACENÍ POJISTNÉHO	36
8.3	VÝHRADA VRÁCENÍ POJISTNÉHO V PŘÍPADĚ SMRTI POJIŠTĚNÉHO	37
8.4	POJIŠTĚNÍ PRO PŘÍPAD NEMOCI	37
8.5	POJIŠTĚNÍ ZÁVAŽNÝCH ONEMOCNĚNÍ	37
8.6	MOŽNOST ZVYŠOVÁNÍ POJISTNÉ ČÁSTKY	38
8.7	DALŠÍ MOŽNÁ PŘIPOJIŠTĚNÍ NABÍZENÉ NA ČESKÉM TRHU	38
9	DAŇOVÉ ZVÝHODNĚNÍ A JEJICH DŮVODY	39
9.1	DAŇOVÉ ZVÝHODNĚNÍ ZAMĚSTNANCŮ	40
9.2	DAŇOVÉ ZVÝHODNĚNÍ ZAMĚSTNAVATELŮ	40
9.3	SKUTEČNOSTI DAŇOVÉHO ZVÝHODNĚNÍ, KTERÉ JE VHODNÉ MÍT NA PAMĚTI	41
II	PRAKTICKÁ ČÁST	42
10	PŘEDSTAVENÍ POJIŠŤOVNY AVIVA	43
10.1	AVIVA GLOBÁLNĚ	43
10.2	AVIVA V ČESKÉ REPUBLICE	44
10.2.1	Úspěchy, kterých Aviva dosáhla v České republice	44
10.2.2	Finanční krize a pojišťovna Aviva	44
10.3	AVIVA A JEJÍ ČINNOST	45
10.3.1	Produkty investičního životního pojištění u pojišťovny Aviva	45
10.3.2	Další produkty	45
10.3.3	Vývoj investičního životního pojištění	45
10.3.4	Technické rezervy	46
11	ANALÝZA POJISTNÉHO TRHU V ČR	47
11.1	VÝDAJE ČESKÝCH DOMÁCNOSTÍ NA POJISTNOU OCHRANU	47
11.1.1	Vývoj mezd a výdajů na životní pojištění	48

11.2	VÝVOJ HDP A VÝVOJ POJISTNÉHO TRHU	48
11.2.1	Úspory Čechů	50
11.2.2	Extrémní růsty životního pojištění v minulosti	50
11.2.3	Příčiny ztráty dynamiky	50
11.3	POJIŠTĚNOST V ČR V POROVNÁNÍ S EU	51
11.3.1	Ekonomická situace v ČR ovlivněná finanční krizí	52
11.3.2	Světová ekonomická situace ovlivněná finanční krizí	53
12	ANALÝZA KONKURENCE	55
12.1	NEJVĚŠTÍ KONKURENTI PRO ŽIVOTNÍ POJIŠŤOVNU AVIVA	55
12.1.1	Výhody konkurentů	56
12.2	ČESKÁ POJIŠŤOVNA	57
12.3	KOOPERATIVA	57
12.4	ING ŽIVOTNÍ POJIŠŤOVNA	58
13	SOCIÁLNÍ OKOLÍ.....	59
13.1	TRENDY NA POJISTNÉM TRHU	59
13.1.1	Klienti budou více měnit pojišťovny.....	59
13.1.2	Prodej pojištění přes internet.....	60
14	SWOT ANALÝZA AVIVA ŽIVOTNÍ POJIŠŤOVNY.....	61
14.1	SILNÉ STRÁNKY	61
14.2	SLABÉ STRÁNKY	62
14.3	HROZBY	62
14.4	PŘÍLEŽITOSTI	63
15	FIREMNÍ VÝSLEDKY POJIŠŤOVNY AVIVA	65
15.1	SPOLUPRÁCE POJIŠŤOVNY S POJIŠŤOVACÍMI ZPROSTŘEDKOVATELI.....	69
15.1.1	Adaptace pojišťovacího zprostředkovatele	69
15.1.2	Anketa mezi novými pojišťovacími zprostředkovateli	71
15.1.3	Nová produktová prezentace	71
15.1.4	System podpory pro nováčky - Aviva Rewards Programme (ARP)	72
15.1.5	Motivační program pro pojišťovací zprostředkovatele	73
16	PRŮZKUM KLIENTŮ AVIVA	74
16.1	CÍLE PRŮZKUMU	74
16.2	HLAVNÍ CHARAKTERISTIKA PRŮZKUMU.....	74
16.3	MĚŘENÍ KLIENŤSKÉ SPOKOJENOSTI – NPS.....	75
16.4	ZJIŠTĚNÍ KVALITY SERVISU	77
17	ZHODNOCENÍ PROVEDENÝCH PRŮZKUMŮ.....	78
17.1	ZÁKLADNÍ PRVKY VEDOUcí K VYTVOŘENí PROJEKTU NA ZVÝŠENí PRODEJNOSTI POJIŠŤOVNY AVIVA.....	78
17.2	INOVAce STÁVAJícíHO PRODUKTU	79
17.2.1	Fáze vývoje.....	79

17.3	OCEŇOVÁNÍ.....	80
17.3.1	Faktory mající vliv na oceňování	81
17.3.2	Strategie oceňování	84
17.3.3	Míry ziskovosti.....	84
17.3.4	Předpoklady.....	86
17.3.5	Příčiny možných odchylek	87
17.4	APLIKACE UVEDENÉHO POSTUPU NA SOUČASNÝ PRODUKT AVIVA ROYAL II.	87
17.4.1	Parametry pojištění.....	88
17.4.2	Způsob stanovení konečného výnosu podkladových aktiv	88
17.4.3	Navrhované úpravy produktu Aviva Royal II	89
17.4.4	Důsledky navrhovaných změn	89
18	DOPORUČENÍ KE ZVÝŠENÍ PRODEJNOSTI PRODUKTŮ POJIŠŤOVNY AVIVA	91
	ZÁVĚR	93
	SEZNAM POUŽITÉ LITERATURY.....	94
	SEZNAM POUŽITÝCH SYMBOLŮ A ZKRATEK	99
	SEZNAM GRAFŮ A OBRÁZKŮ	100
	SEZNAM TABULEK.....	101
	SEZNAM PŘÍLOH.....	102

ÚVOD

Pro svou diplomovou práci jsem si toto téma zvolila z toho důvodu, že jsem se problematikou životního pojištění již zabývala ve své bakalářské práci a měla jsem tedy možnost své poznatky dále rozvíjet. Cílem mé práce je vytvořit projekt na zvýšení prodejnosti produktů životního pojištění u pojišťovny Aviva. Práce by měla být přínosem nejen pro pojišťovnu ve smyslu zvýšení prodejnosti produktů, ale také pro zákazníky. Základem odpovědného přístupu je pojistit si to nejvíc, co člověk má a to je život a zdraví. Životní pojištění by proto mělo být samozřejmostí v každé rodině. Lidé by tak neměli stále vidět oporu ve státu, neboť povinností státu je pouze vytvořit pravidla a podmínky fungování tohoto systému. V ČR je podíl životního pojištění stále nízký. Příčinu spatřuji v chápání priorit. Jiná je situace v EU, kde si lidé uvědomují potřebu zajištění na stáří a částky u životního pojištění jsou vyšší. Zpracováním mé diplomové práce jsem se tedy snažila nalézt cestu, jak tento rozdíl může být minimalizován.

V teoretické části jsem se snažila vysvětlit podstatu pojištění, principy jeho fungování, vývoj pojištění na území ČR, současnou situaci na českém pojistném trhu a také srovnání se zeměmi EU. V této části práce jsou tedy popsány jednotlivé druhy životního pojištění, se kterými je možné se na českém trhu setkat, jejich výhody a nevýhody a principy fungování. V neposlední řadě zde také uvádím všeobecná, avšak důležitá fakta o životním pojištění, která je vhodné znát před uzavřením každé smlouvy.

V praktické části jsem se snažila co možná nejlépe analyzovat pojišťovnu Aviva na základě dosažených výsledků za poslední dobu. Díky jejím výsledkům jsem byla schopná zjistit její pozici na trhu a její slabé a silné stránky. Mojí úkolou bylo nalezení úzkých míst a odhalení možných příležitostí pro pojišťovnu. Ke splnění tohoto úkolu bylo nutné provést analýzu trhu, což bylo také přínosem pro odhalení těch nejzajímavějších segmentů a příležitostí pro pojišťovnu.

Po provedení jednotlivých analýz jsem se v závěru mé práce snažila o sestavení takového projektu, který by měl pomoci pojišťovně ve své prodejní politice a přispět také k lepším výsledkům ve statistice českého pojistného trhu. Má doporučení se týkají především inovací stávajících výrobků podle popisovaného způsobu a zkvalitnění spolupráce s pojišťovacími zprostředkovateli.

I. TEORETICKÁ ČÁST

1 PODSTATA POJIŠTĚNÍ

Každý člověk se během svého života setkává s nepřebernou řadou nejistot a nahodilostí. Pojištění můžeme z tohoto hlediska chápat jako nástroj finanční eliminace negativních důsledků nahodilosti. Původní myšlenky o pojištění vznikly na zásadách vzájemnosti s cílem pomáhat v situacích, kdy se jednotlivec nemůže ubránit vzniku škody a krýt její následky.

Pojištění lze chápat také jako právní institut, na jehož základě se zavazuje

- Pojišťovna poskytnout určité plnění sjednané v pojistné smlouvě, nastane-li nahodilá událost v pojistné smlouvě blíže označená;
- Pojistník platit pojistné.

Zároveň z pojištění plynou další práva a povinnosti obou smluvních stran, jako například povinnost pravdivě odpovídat na otázky, předcházet pojistné události atd.[9].

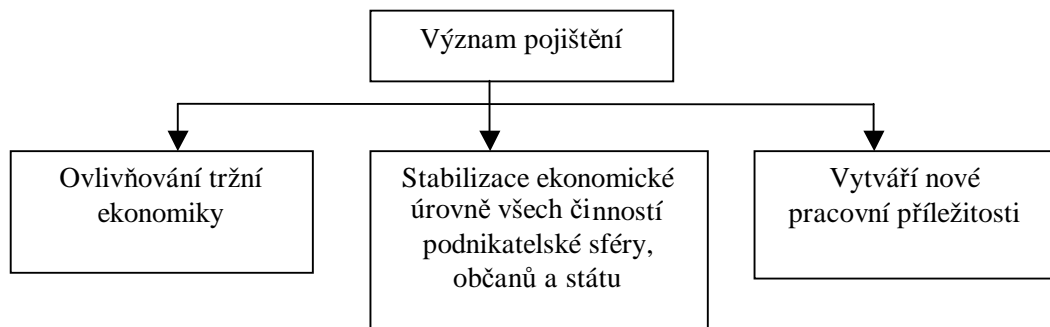
Ekonomický subjekt má dvě možnosti, jak se finančně vyrovnat s nahodilými událostmi. Může je krýt z vlastních zdrojů, což představuje samopojištění, nebo může využít pojištění a to tak, že převede riziko na instituci provozující pojištění. Pojištění nemůže ovlivňovat výskyt náhodných událostí, vznik škod. Pojištění ale finančně eliminuje dopad nahodilých událostí.

Všechny změny ve společnosti se přímo odrážejí i v pojišťovací činnosti. Rozvoj vědy, techniky a kultury přináší na trh nové moderní výrobky, nové činnosti a s tím i nová rizika, se kterými musí pojišťovna, podniky a podnikatelé počítat a kalkulovat. Pojišťovny musí proto soustavně připravovat nové pojistné produkty a sledovat vývoj v celé ekonomice. Měly by sledovat vývoj HDP, inflace, růst cen, růst zaměstnanosti, pohyb peněžních příjmů, demografických údajů apod.

Jelikož je málo takových rizik, která není možné pojistit, zasahuje pojišťovací činnost do všech oblastí hospodářského a sociálního života společnosti. Každý výkyv v ekonomické situaci firem a podniků a v životní úrovni občanů má bezprostřední vliv na zájem o pojištění. Tento zájem v krizových obdobích klesá a v době konjunktury stoupá.

Z pohledu finanční kategorie představuje pojištění tvorbu, rozdělování a užití pojistného fondu k úhradě peněžních potřeb ekonomických subjektů, které jsou v jednotlivých případech náhodné a vcelku odhadnutelné. Může jít o potřeby:

- Které jsou peněžně ocenitelné, a to jak potřeby konkrétní, které lze přímo peněžně vyčíslit, tak potřeby abstraktní, které nelze bezprostředně vyčíslit;
- U kterých platí, že pro jednotlivý subjekt je problematický odhad toho, zda dojde k nahodilé události a jak velké příslušné potřeby vzniknou, ale vcelku lze odhadnout výskyt a rozsah událostí pomocí statických propočtů [1, 3, 8].



Obr. 1 Význam pojištění [3]

Pojištění se zabývá pouze jevy náhodného charakteru, jejichž důsledkem je vznik nějaké škody. Takové jevy se v této souvislosti označují jak *pojistná rizika*, a pokud dojde k jejich realizaci, mluví se většinou o *pojistné události*, při níž pojišťovna podle sjednané pojistné smlouvy vyplácí *pojistné plnění*.

Jedná se vždy o finanční náhrady. Jiné krytí než finanční nelze od pojišťovny nebo penzijního fondu očekávat [1].

Ducháčková ve své knize uvádí, že pojištění patří mezi finanční služby, jejíž předmětem je za úplatu poskytnutá pojistná ochrana. Pojištění přesouvá část finančních prostředků tam, kde jsou v daném okamžiku třeba.

Je zastáncem tvrzení, že je pojištění také důchodovou kategorií, protože prostřednictvím pojištění dochází k důchodové stabilizaci ekonomických subjektů [8].

2 ČLENĚNÍ POJIŠTĚNÍ

Členění pojištění z hlediska způsobu financování na dva systémy [8]:

- 1) Pojištění sociální – zahrnuje úhradu tzv. sociálních rizik v rozsahu daném rozhodnutím státu, je koncipováno jako povinné pojištění,
- 2) Pojištění komerční – zahrnuje krytí rizik fyzických i právnických osob, obvykle v návaznosti na jejich rozhodnutí a potřeby.

2.1 Pojištění sociální

V rámci sociálního pojištění jsou kryta rizika, která mají sociální charakter, a z nich vyplývající potřeby. K potřebám vyplývajícím z realizace sociálních rizik patří“

- Potřeby v souvislosti s dlouhodobou pracovní neschopností;
- Potřeby v souvislosti s krátkodobou pracovní neschopností;
- Potřeby v souvislosti s pracovními úrazy a nemocemi z povolání;
- Potřeby zdravotní péče;
- Potřeby v souvislosti s nezaměstnaností.

Sociální rizika jsou v různém rozsahu zahrnována v jednotlivých státech do sociálního pojištění, tedy do pojištění považovaného za pojištění povinné. Podoba a organizace začleňování jednotlivých sociálních rizik do sociálního pojištění má v jednotlivých zemích různou podobu.

Pro sociální pojištění je typické, že se rezervy nevytvářejí zcela v závislosti na riziku. Velikost pojistného tedy není stanovena v závislosti na riziku, ale je pro všechny účastníky pojištění stanovena stejným způsobem, na rozdíl od pojištění soukromého, pro které je typická vazba výše pojistného na velikosti rizika.

Sociální pojištění je v našich podmínkách financováno prostřednictvím státního rozpočtu. Znamená to, že pojistné hrazené zaměstnanci a zaměstnavateli přichází do státního rozpočtu a dávky sociálního pojištění jsou ze státního rozpočtu hrazeny [8].

Zdravotní pojištění

Zdravotní pojištění je v našich podmínkách organizačně i finančně odděleno od sociálního pojištění. V České republice dnes působí Všeobecná zdravotní pojišťovna a některé tzv. rezortní, oborové, podnikové a další zdravotní pojišťovny.

2.2 Pojištění komerční (soukromé)

Komerční pojištění kryje rizika způsobem odpovídajícím pojistné metodě tvorby a použití pojistného fondu. Tzn. platí zde zásada ekvivalence. Zahrnuje v sobě různé podoby pojistných produktů.

2.2.1 Význam komerčního pojištění

- Stabilizace ekonomické úrovně ekonomických subjektů;
- Ovlivňování fungování tržní ekonomiky zásluhou krytí ztrát v případě realizace nahodilých událostí z pojistného plnění;
- Uplatnění odpovědnosti ekonomických subjektů za svoji finanční stabilitu i sociální situaci;
- Makroekonomický význam komerčního pojištění v souvislosti s tvorbou a investováním technických rezerv pojišťoven.

2.2.2 Členění komerčního pojištění dle způsobu tvorby rezerv

- Pojištění riziková – u těchto pojištění není jasné, zda pojistná událost jednoznačně nastane. Jestliže nenastane pojistná událost během trvání pojištění, pojišťovna neposkytuje pojistné plnění.
- Pojištění rezervotvorná – v rámci tohoto pojištění se vytváří rezerva na výplatu sjednaných pojistných plnění v budoucnosti.

2.2.3 Členění komerčního pojištění dle druhu krytých rizik

- Pojištění životní – kryjící životní rizika, tj, riziko úmrtí a riziko dožití;
- Pojištění neživotní – zahrnující krytí celé řady druhů neživotních rizik [8].

Členění pojištění dle právního hlediska

- 1) *Pojištění dobrovolné* – sjednává se zde smlouva mezi pojistníkem a pojistitelem
- 2) *Pojištění povinné*:
 - **Povinné smluvní**, kdy v právním předpise je určena povinnost sjednání pojistné smlouvy pro dané subjekty;
 - **Zákonné**, kdy povinnost pojištění pro příslušné subjekty vyplývá ze zákona. Pojistná smlouva se nesjednává [8].

3 POJIŠŤOVNICTVÍ

Pojišťovnictví je velmi důležité odvětví každé tržní ekonomiky a jeho funkce je v moderním, demokratickém státě s tržní ekonomikou považována za nenahraditelnou. V tržní ekonomice můžeme chápat pojišťovnictví jako nevýrobní odvětví, které se zaměřuje na pojistnou ochranu a tvorbu pojistných rezerv, jejich správou, zhodnocením a využitím.

3.1 Základní charakteristika

Ve světě se uplatňuje různý přístup k pojetí pojmu pojišťovnictví z hlediska zahrnování institucí do tohoto odvětví. V podmínkách České republiky se do pojišťovnictví zahrnují instituce zabývající se z různého pohledu komerčním pojištěním. Pojišťovnictví tedy zahrnuje všechny pojistitele, zajišťovatele a zprostředkovatele pojištění [2].

V podmínkách České republiky se chápe pod pojmem pojišťovnictví specifické odvětví ekonomiky zabývající se pojišťovací, zajišťovací a zprostředkovatelskou činností v oblasti komerčního pojištění a s tím spojenými činnostmi [8].

Cipra ve své knize pojišťovnictví řadí mezi finanční služby a považuje ho za jednu z klíčových oblastí hospodářství, která má především následující úkoly [1]:

- Zajistit pojistnou ochranu občana či individuálního subjektu;
- Přispět k bezporuchovému chodu ekonomiky státu;
- Konkurovat či spolupracovat s bankovním sektorem na finančním trhu.

V důsledku toho má dvě stránky:

- Etickou stránku, pro kterou je typická solidarita ostatních pojištěných s postiženým;
- Výdělečnou stránku, jelikož se jedná o vhodné odvětví pro podnikání. To platí především o životních pojišťovnách, zisky plynoucí z pojištění majetku totiž začínají v posledních letech celosvětově klesat.

Hlavními profesními složkami současného pojišťovnictví jsou:

- Finance a ekonomie (investiční činnost, marketing, účetnictví, daně atd.);
- Pojistná matematika.

- Pojistné právo (formulace pojistných podmínek, soudní spory s klienty apod.);

Pod pojem pojišťovnictví můžeme zahrnovat následující instituce [8]:

- Pojišťovny a zajišťovny
- Pojišťovací zprostředkovatelé
- Státní dozor nad pojišťovnictvím
- Asociace pojišťoven
- Finanční instituce zabývající se pojištěním vedle pojišťoven, např. banky
- Poradenské a ostatní firmy v oblasti pojišťovnictví

3.2 Dozor nad pojišťovnictvím

Prezident republiky Václav Klaus podepsal dne 21. 2. 2006 zákon, který umožní integrovat dohled nad finančním trhem do České národní banky. Od 1. 4. 2006 tak převzala ČNB agendu Komise pro cenné papíry, Úřadu pro dozor nad pojišťovnictvím a penzijním připojištěním a Úřadu pro dohled nad družstevními záložnami. Vznikl tak jednotný dohled nad finančním trhem v ČR, jehož přínosem jsou zejména nižší náklady pro stát i finanční instituce a zkvalitnění dohledu.

Spolu s integrací dohledu došlo od 1. 4. 2006 i ke změnám v procesu přípravy právních předpisů upravujících finanční trh. Odpovědnost za přípravu zákonů v oblasti finančního trhu je nyní svěřena Ministerstvu financí, což představuje výraznou změnu oproti předcházejícímu stavu, kdy návrhy zákonů v oblasti bankovníctví připravovala ČNB.

ČNB se bude na přípravě zákonů nadále podílet ve formě expertní spolupráce. Návrhy prováděcích právních předpisů pro všechny sektory finančního trhu bude naopak připravovat ČNB za expertní spolupráce MF. Jako poradní orgán bankovní rady ČNB je od 1. 4. 2006 zřízen Výbor pro finanční trh.

Před touto změnou vykonávalo státní dozor nad pojišťovnictvím Ministerstvo financí ČR dle ze zákona č. 363/1999 Sb., o pojišťovnictví. Státní dozor v pojišťovnictví byl od roku 1993 konstituován na Ministerstvu financí jako odbor, jehož činnost byla od roku 1994 rozšířena o státní dozor nad penzijními fondy [26].

3.3 Faktory ovlivňující pojistný trh

Faktory ovlivňující pojistný trh můžeme dělit na vnitřní a vnější [2].

Vnější faktory:

- Vývoj a objem hrubého domácího produktu;
- Vývoj inflace;
- Vývoj nezaměstnanosti;
- Počet obyvatel a jejich velikost příjmů;
- Objem výdajů domácností, jejich struktura atd.

Vnitřní faktory:

- Pojišťovací a zajišťovací činnost, kterou vykonávají pojišťovny a zajišťovny;
- Zájem o pojištění vytvářený pojistníky;
- Chápání významu pojištění ze strany pojistníků;
- Regulace pojistného trhu dozorem nad pojišťovnictvím;
- Zprostředkovatelská činnost;
- Činnost asociace pojišťoven atd.

4 POJISTNÝ TRH V PODMÍNKÁCH ČR

4.1 Počátky pojištění

Nahodilé události jako živelní katastrofy, osobní neštěstí jako úrazy, ztráta živitele vedly odedávna k úvahám o různých způsobech vyrovnávání se s těmito nahodilými událostmi ovlivňujícími životy lidí.

První úvahy o pojištění jsou velice staré. Již kolem roku 2000 př. n. l. a byly spojeny především se vzájemným krytím ztrát, hlavně v souvislosti s krytím výdajů na pohřby a také v souvislosti s přepravou zboží pomocí karavan. Často je těžké odlišit v tomto období pojišťovací činnost od činnosti podpůrné a charitativní.

Historie pojišťovnictví na území dnešní České republiky se datuje od konce 17. století. Roku 1699 podal Jan Kryštof Bořek promyšlený návrh na zavedení povinného požárního pojištění budov v Čechách. Jeho návrh spočíval v zavedení protipožárního fondu, do něhož by povinně přispívali všichni občané, kteří by si právě koupili dům. Ke vzniku fondu však nakonec nedošlo. V roce 1777 byla zřízena pojišťovna proti škodám z ohně na polních zásobách, nábytku, nářadí a dobytka. Neměla však dlouhého trvání a brzy zanikla.

Pro druhou polovinu 18. století je pro pojišťování typická institucionalizace pojišťovnictví. V roce 1827 vznikl císařskokrálůvský privilegovaný, český, společný ústav, který pojišťoval škody svedené ohněm, od něhož se odvíjí tradice českého pojišťovnictví. Svůj název později změnil na První českou vzájemnou pojišťovnu. Téměř současně vznikl v Brně Císařsko-králůvský privilegovaný pospolný ústav pro Moravu a Slezsko, který se následně přejmenoval na Moravsko-slezskou vzájemnou pojišťovnu. Hlavními pojistnými odvětvími, která se v tomto období uplatňují, jsou pojištění požární, námořní a pojištění životní [8, 23].

Pojišťovnictví jako významné odvětví ekonomiky se utvářelo nejdříve v přímořských státech Evropy a s určitým zpožděním ve vnitrozemských státech.

Od počátku 19. století je pro pojištění typické, že se stává předmětem podnikání, je tedy chápáno jako užitečný druh obchodní činnosti. V tomto období se začínají prosazovat pojišťovny ve formě akciových společností.

Pojištění se začíná prosazovat v širších vrstvách obyvatelstva, než tomu bylo v předchozím období. Rozšiřují se vědecké základy pojištění, zejména pojistná matematika a začíná se uplatňovat zajištění [8].

Zajišťovací činností se rozumí v České republice dle zákona o pojišťovnictví dělení rizik vzniklých v souvislosti s pojišťováním. I tato činnosti má sloužit k podpoře a rozvoji pojišťovnictví, k zajištění splnitelnosti závazků pojišťovny. Zajištění je vlastně pojištění rizika, které na sebe převzal pojistitel a zaplacením zajistného přenáší pojišťovna na zajistitele část pojistného rizika [5].

Vlna zakládání nových pojišťoven a pojišťovacích spolků se vzedmula až ve druhé polovině 19. století. K jedné z nejvýznamnějších českých pojišťoven vůbec se řadí Slavia, vzájemně pojišťovací banka se sídlem v Praze, založená roku 1869. O tři roky později byla vytvořena velmi důležitá i úspěšná instituce v oblasti zajišťovnictví – První česká zajišťovací banka v Praze [23].

Od konce 19. století se postupně ukazuje skutečnost, že státy v souvislosti s rozvojem hospodářství a monopolizace určitým způsobem do pojišťovnictví zasahují. Státní zásahy se projevují ve dvou směrech [8]:

1. Postupně dochází ke vzniku a uplatnění sociálního pojištění v jednotlivých zemích.
2. Dochází k regulaci komerčního pojištění.

4.2 Pojistný trh v České republice po druhé světové válce

I přes útlum pojišťovnictví, který nastal v době protektorátu za 2. světové války, bylo v roce 1945 i díky předválečnému období evidováno celkem 733 pojišťoven, pojišťovacích spolků a zahraničních prezentací. Tento počet subjektů byl znárodněn zestátněním Dekretem prezidenta republiky z 24. října 1945. Řízením pojišťovnictví byla pověřena Pojišťovací rada se sídlem v Praze. Od 1. ledna 1947 pak v Československu vzniklo pouze pět pojišťoven, národních podniků. Po únoru 1948 došlo ke zřízení jediného ústavu – Československé pojišťovny, národního podniku. Na několik desetiletí se tak přerušil přirozený tržní vývoj pojišťovnictví. V souvislosti s novým federativním uspořádáním státu v roce 1968 byly z jediné Státní pojišťovny vytvořeny dva samostatné subjekty: Česká státní pojišťovna se sídlem v Praze a Slovenská štátna poisťovňa se sídlem v Bratislavě, a

to s účinností od 1. ledna 1969. Monopolní období českého, resp. československého pojišťovnictví, trvalo až do počátku devadesátých let.

Pojišťovnictví v našich podmínkách prošlo specifickým vývojem v období uplatňování centrálně řízené ekonomiky. Fungování pojišťovnictví v období centrálně plánované ekonomiky bylo ovlivněno celkovými ekonomickými podmínkami, což se projevilo v celé řadě modifikací pojištění oproti pojištění v tržních ekonomikách. Pro pojištění v tomto období lze vymezit následující základní charakteristické rysy:

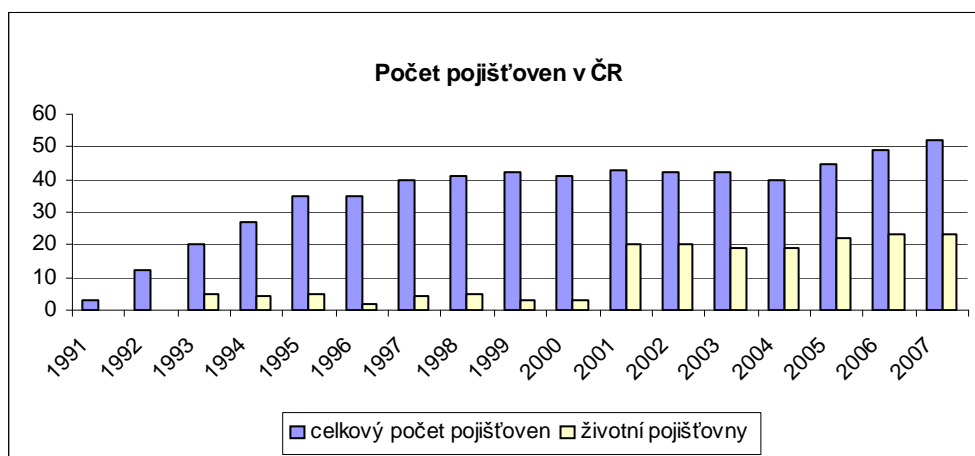
- Existovala jedna státní pojišťovací instituce, která měla monopolní postavení, neexistovala konkurence v pojišťovnictví, nebylo zapotřebí státního dozoru nad pojišťovnictvím, za výsledky hospodaření pojišťovny nesl odpovědnost stát;
- Vysoké zdanění hospodářských výsledků státní pojišťovny;
- Státní pojišťovna provozovala poměrně úzký sortiment služeb;
- Vysoké úrovně dosahovalo provozování zahraničního pojištění, neboť bylo třeba uchovat konkurenceschopnost a rovnoprávný styk s pojišťovnami na zahraničních trzích [8].

4.3 Pojistný trh v České republice v devadesátých letech

Právní rámec pro změny související se zaváděním tržní ekonomiky a soukromého podnikání vytvořily v oblasti pojišťovnictví zejména nové zákony o pojišťovnictví. V ČR to byl zákon č. 185/1991Sb. Udělením povolení Ministerstva Financí České republiky a Slovenské republiky, coby dozorčích orgánů nad pojišťovnictvím, mohly od té doby na území České a Slovenské federativní republiky podnikat v pojišťovnictví i další pojišťovny, založené v právní formě akciové společnosti, státního podniku a družstva. Dne 1. 1. 1993 po rozdělení federativního státu byly vytvořeny podmínky pro samostatný rozvoj českého pojistného trhu. Po vydání tohoto zákona také došlo k obnovení pojistného trhu, který je charakteristický působením řady pojišťoven, které nabízí širokou škálu pojistných produktů, obnovení existence regulačního státního orgánu [8, 3].

České pojišťovnictví se vyvíjí v tržním prostředí v souladu s normami EU. Značné kompatibility se podařilo dosáhnout v ekonomice pojištění, v oblasti účetnictví,

technických rezervách a solventnosti. Obecně se rozšířila mezinárodní spolupráce jak na úrovni státu, tak i České asociace pojišťoven [23].



Graf 1 Počet pojišťoven na českém trhu [8]

V průběhu předešlých šestnácti let je zaznamenán růst počtu pojišťoven na pojistném trhu.

Můžeme říct, že liberalizace hospodářského života vedla k nutnosti transformace pojišťovnictví, která se projevila jako velmi náročný úkol. Zejména citlivé je v tomto směru obyvatelstvo, které se dokázalo poměrně rychle adaptovat na inflační vývoj, zvyká si na diversifikaci mezd, na nutnost alespoň částečně hradit zdravotnické služby, ale vykazuje velmi konzervativní postoje vůči nutnosti podílet se vlastním příspěvkem a rozhodováním na eliminaci rizik. Právě tyto skutečnosti zdůraznily významnou roli státu jak v procesu transformace pojišťovnictví a celé ekonomiky, tak i při zabezpečování fungování tohoto sektoru ve stabilizovaném tržním prostředí. Státní regulace si kladla za základní cíl ochranu práv a zájmů potencionálních a reálných klientů [2].

4.4 Vývoj propojištěnosti v podmínkách České republiky

Pro český pojistný trh od jeho vzniku na počátku devadesátých let je charakteristický jeho rychlý růstu, což se číselně projevuje právě ve vývoji jednotlivých ukazatelů pojištěnosti. Nutnost rozvoje spočívala hlavně ve finančním zajištění pro případ škod, bez níž se moderní společnost neobejde. Situace a vývoj na českém pojistném trhu jsou ovlivněny celkovými ekonomickým vývojem, legislativními změnami a také vývojem ve škodovosti. Tyto faktory mají také vliv na poptávku po jednotlivých pojistných produktech. Vývoj

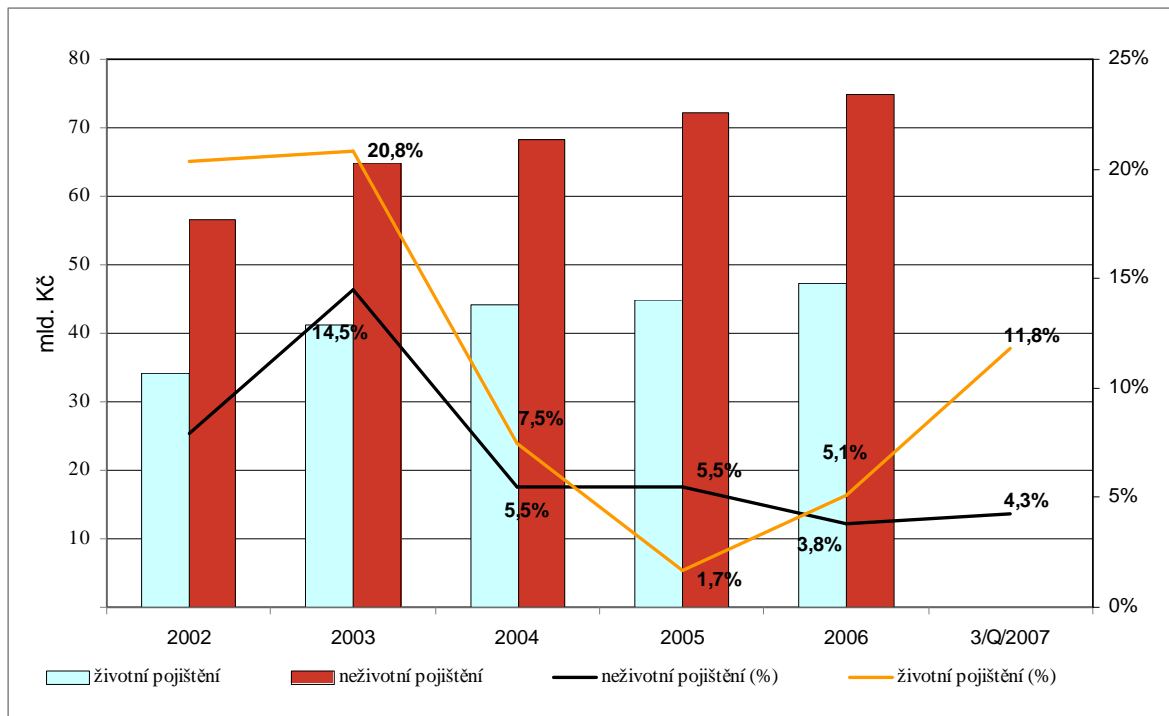
v jednotlivých obdobích se od počátku projevoval v rozdílném přístupu klientů k jednotlivým pojistným produktům.

Pro český pojistný trh byl po celé sledované období charakteristický nadprůměrný růst předepsaného pojistného, což odpovídá i vývoji v zemích střední a východní Evropy, tedy přizpůsobování se odvětví pojišťovnictví obecným ekonomickým podmínkám tak, aby plnilo požadavky klientů. Vyššího tempa růstu bylo dosahováno v životním pojištění. Tento rychlejší růst byl vyvolán určitými změnami v přístupu k životnímu pojištění ve srovnání s předcházejícím vývojem, uplatnění daňových zvýhodnění v rámci životních pojištění se spořicí složkou a postupného přizpůsobování role životního pojištění roli, kterou tato oblast pojištění hraje ve vyspělých ekonomikách. Vývoj životního a neživotního pojištění z pohledu předepsaného pojistného byl ovlivněn silnou konkurencí na tomto trhu, tlakem na snižování cen jednotlivých produktů.

Právě rychlejší průměrný růst životního pojištění vedl ve sledovaném období ke skutečnosti, že se podíl životního pojištění na celkovém předepsaném pojistném významně zvýšil, když v roce 1993 tento podíl činil 25 % a v roce 2003 38,4 %. Ve srovnání s evropským průměrem (57,2 % v r. 2003) je na českém trhu tento podíl stále nízký, což vyplývá ze stále nízkého využití životního pojištění ze strany klientů. Toto nízké uplatnění vyplývá z ekonomické úrovně, zejména z úrovně příjmů obyvatelstva, z přístupu státu k řešení sociálních otázek především důchodového systému (velká role státu s důsledkem nadměrné daňové zátěže obyvatelstva), z přístupu větší části obyvatelstva, které stále spoléhá při krytí potřeb ve stáří na státní sociální systém, jiným spořicími nástroji, zejména termínovaných vkladů u bank, z existence přístupu státu k dalším spořicími nástroji (stavební spoření, penzijní připojištění), kdy stát podporuje tyto nástroje nejen odlišným způsobem ve srovnání s životním pojištěním, ale také relativně větší měrou. Pokud se budou naše podniky více angažovat ve prospěch zaměstnanců, lze očekávat, že se brzy přiblížíme poměrům v Německu, kde je podíl životní složky ve výši 45 %.

Z pohledu komplexních ukazatelů pojištěnosti vykazuje český pojistný trh rostoucí tendence. Předepsané pojistné na jednoho obyvatele se za posledních deset let zvýšilo více než 3 krát. Ve srovnání s hodnotami dosahovanými v EU je hodnota těchto ukazatelů nízká: v roce 2003 činilo předepsané pojistné na jednoho obyvatele v ČR 363,4 USD, v EU 2 385,1 USD [7].

Na světovém trhu má Česká republika podíl jen 0,09 %. Na pojištění v ČR se vydává 4,0 % hrubého domácího produktu, což je podstatně menší podíl než v USA, kde se pojištění vydává na 9 % HDP. V EU je to 8,8 % a v Japonsku 11,1 %. Na jednoho občana připadá přijaté pojistné ve výši 206,4 USD, ve Švýcarsku, které je v tomto kritériu na prvním místě je to zhruba 21 krát tolik [10].



Graf 2 Vývoj předepsaného pojistného v ČR [25]

4.5 Agregátní ukazatel pojištěnosti

V českém pojišťovnictví se soustava ukazatelů úrovně a rozsahu pojistného trhu zatím jen vymezuje. Přestože je význam některých ukazatelů úrovně a rozsahu v České republice stále zdůrazňován, není již tak akcentován v zemích Evropské unie. Ty naopak používají některé ukazatele, které se v ČR dosud výrazněji nevžily.

Pojišťovací činnost, výsledky práce a úroveň komerčních pojišťoven na pojistném trhu v ČR je možné hodnotit vybranými ukazateli činnosti. Mezi základní ukazatele patří především:

- Předepsané pojistné v příslušném roce;
- Pojistné plnění;
- Škodovost;
- Pojištěnost a další ukazatele.

Agregátní ukazatel pojištěnosti představuje jeden ze základních ukazatelů hodnotících úroveň pojistného trhu. Je to poměr **předepsaného pojistného k hrubému domácímu produktu** v běžných cenách.

Vývoj ukazatele pojištěnosti nebyl, i přes pozitivní nástup první poloviny devadesátých let, zdaleka tak optimistický jako vývoj ukazatelů ostatních. V mezinárodním srovnání se členy Evropského výboru pojistitelů patří Česká republika k zemím s nejnižší úrovní tohoto ukazatele. V roce 1999 činila výše tohoto ukazatele jako průměru v zemích EU 7,9 %. Z toho lze usuzovat, že na našem trhu je ještě prostor pro rozšíření nabídky pojistných produktů ve všech odvětvích [2].

5 EVROPSKÝ POJISTNÝ TRH

V roce 1998 působilo v Evropě více než 5 400 autorizovaných pojišťoven. Přitom tři státy – Velká Británie, Německo a Francie, s nejsilnějšími pojistnými trhy mají největší počty pojistitelů. Počet pojistitelů však nutně nemusí vyjadřovat sílu a úroveň národního pojistného trhu. Pojišťovnictví ovládá např. ve Velké Británii, Švýcarsku nebo Švédsku dokonce větší kapitál než bankovní sektor.

Porovnáme-li jednotlivé kontinenty, státy těchto kontinentů a pojistitele těchto států navzájem, neznamena to, že národní pojistné trhy jednotlivých pojistitelů jsou spoutány hranicemi jednotlivých států. Naopak, úsilím každého pojistitele je rozšířit nabídku a prodej svých pojistných produktů do zahraničí, a to nejen z důvodů obchodních, ale i pojistně technických [2].

5.1 Vývoj pojištěnosti v podmínkách Evropské unie

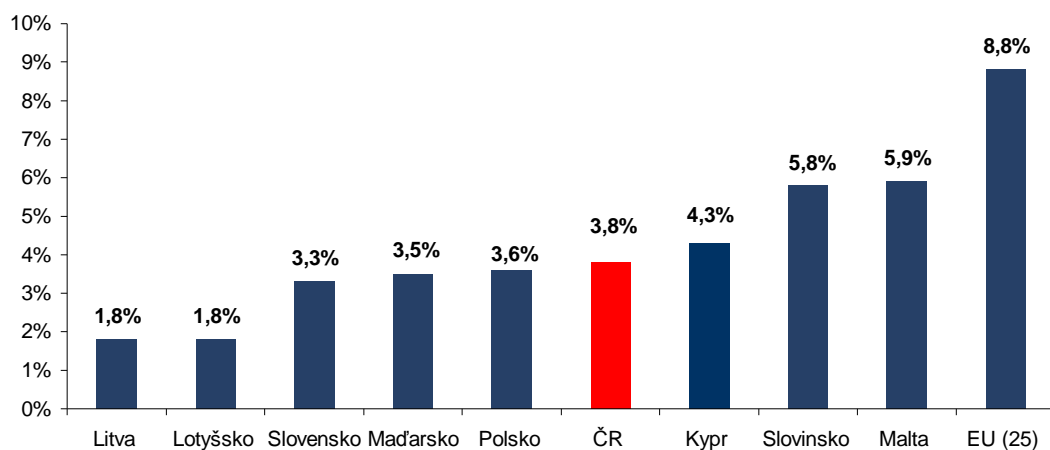
Evropská unie z hlediska hodnot ukazatelů pojištěnosti představuje v současné době rozhodující část pojistného trhu celé Evropy. Po rozšíření EU v roce 2004 se její podíl na celoevropském předepsaném pojistném dostal na úroveň 97 %. Růst předepsaného pojistného vyplýval, kromě rozšíření zemí v roce 1995, hlavně ze zvyšujícího se významu pojištění, což bylo ovlivněno především ekonomickým růstem. Pro vývoj ve druhé polovině devadesátých let byl charakteristický vyšší růst životního pojištění oproti pojištění neživotnímu. Od roku 2001 se projevují opačné tendence ve vývoji životního a neživotního pojištění. Tento vývoj byl ovlivněn na jedné straně situací na finančních trzích, což negativně ovlivnilo vývoj životního pojištění, a na druhé straně zvýšeným výskytem katastrofických pojistných událostí s důsledky pro trh neživotního pojištění.

Rozdíly ve vývoji předepsaného pojistného v životním a neživotním pojištění se samozřejmě projevují i ve vývoji podílu životního a neživotního pojištění na celkovém předepsaném pojistném. Pro země EU bylo po celé období devadesátých let charakteristické zvyšování podílu životního pojištění, tak, jak se příkládá stále větší význam životnímu pojištění zejména s ohledem na jeho roli v rámci krytí potřeb lidí ve stáří. Na počátku devadesátých let byl změněn dlouhodobý stav, tedy převaha neživotního pojištění a postupně začalo životní pojištění převažovat nad neživotním. V roce 2001

dosáhlo ŽP historicky nejvyššího podílu na předepsaném pojistném, a to 65,3 %. V současné době se tento podíl udržuje na úrovni 60 %.

Nejvyšších hodnot těchto ukazatelů je dosahováno v tradičních pojišťovacích zemích: Velká Británie, Francie, Německo nebo také Irsko. Nízkých hodnot je naopak dosahováno např. v Řecku [7].

Srovnání ČR a EU – podíl pojistného na HDP za rok 2007



Graf 3 Podíl pojistného na HDP [25]

6 ŽIVOTNÍ POJIŠTĚNÍ

Životní pojištění je spojeno se vznikem pojištění, má poměrně dlouhou tradici. Životní pojištění slouží k finančnímu zajištění nejbližších proti různým rizikům. Životního pojištění může kombinovat pojistnou ochranu a zhodnocování peněz formou kapitálového či investičního životního pojištění. Toto pojištění je velmi variabilní a lze jejich parametry měnit tak, aby vyhovovali aktuální potřebě klienta. Lze uplatnit i odpočet zaplaceného pojistného od daňového základu formou daňové úlevy. Současné pojištění představuje souhrn různých druhů pojištění, která kombinují nebo sdružují dvě základní rizika:

- **Riziko smrti** – pojištěný v pojistné smlouvě určí osobu, které má pojistnou událostí vzniknout právo na plnění;
- **Pro případ dožití** – představuje dlouhodobý proces spoření formou placení pojistného. Tuto část pojistného komerční pojišťovna ukládá do rezerv životního a důchodového pojištění. Takto vytvořené rezervy jsou velmi vhodné k tomu, aby jich bylo použito na finančním trhu.

Charakteristickým rysem životního pojištění je, že v každém případě pojišťovna vyplatí pojistné plnění. Základním principem pojištění je vyplatit dohodnutou pojistnou sumu v případě, že se pojištěný dožije datumu dohodnutého v pojistné smlouvě, nebo při předčasném úmrtí. Pojištění může být navíc kombinované s podílem pojištěného na přebytečných pojištění nebo na zisku z investovaných prostředků uložených v pojišťovně. Tento podíl se často realizuje ve formě prémie, případně i valorizace pojistných částek. V případě osvobození od placení zase pojišťovna zaručuje, že všechny nároky vyplývající z pojištění budou zachovány, přestože pojištěný nebude platit pojistné. Osvobození od placení pojistného se realizuje v případech, kdy se pojištěný stane trvale invalidním a uplatňuje se po celou dobu jeho invalidity. Mezi životní pojištění se zařazují i důchodová pojištění [3].

U všech životních pojištění, hlavně u pojištění pro případ smrti nebo pojištění pro případ invalidity, respektive důchodovém pojištění je uzavření smlouvy závislé na zdravotním stavu pojišťovaného. U některých pojištěních je předepsaná lékařská prohlídka a sjednání pojištění pak závisí na lékařském posudku.

6.1 Zákon o pojistné smlouvě

V životním pojištění hraje významnou roli věk a pohlaví pojištěného. Proto Zákon o pojistné smlouvě č. 37/2004 Sb. Neponechává případné dopady nesprávného uvedení data narození a pohlaví pojištěného na dohodě účastníků pojistného vztahu, ale sám zakotvuje **právo** pojistitele snížit pojistné plnění v poměru mezi pojistným, které bylo placeno a pojistným, které by bývalo mělo být placeno v případě uvedení správných údajů, ale také jeho povinnost **snížit pojistné**, bylo-li v důsledku nesprávných údajů stanoveno vyšší. Přímo ze zákona je ze životního pojištění vyloučeno pojistné plnění v případě sebevraždy pojištěného, netrvalo-li soukromé pojištění nepřetržitě nejméně 2 roky bezprostředně předcházející sebevraždě [9].

Nejnižší vstupní věk u životního pojištění v České republice je 18 let, nejvyšší vstupní věk je potom 65 let. Termín, do kterého je pojišťovna povinna plnit pojistné plnění je 85 let.

[3]

6.2 Rezerva pojistného životních pojištění

V tržních ekonomikách je pojišťovnám předepsáno, aby v zájmu vysoké míry solventnosti tvořily vůči svým klientům z pojistného povinné technické rezervy. Rezerva pojistného životních pojištění se vypočítává podle jednotlivých smluv životních pojištění a je určena ke krytí budoucích závazků ze životních pojištění. Při výpočtu se používá stejných statistických dat a téže úrokové míry, jichž bylo použito při výpočtu sazeb pojistného.

Rezerva pojistného životních pojištění představuje hodnoty závazků pojišťovny vypočtené pojistně matematickými metodami včetně již přiznaných podílů na zisku a rezerv nákladů spojených se správou pojištění, a to po odpočtu hodnoty budoucího pojistného.

Maximální výše technické úrokové míry a postup, kterým se určí, stanoví ministerstvo vyhláškou. Použitá technická úroková míra však nesmí přesáhnout výnos z aktiv vypočítaný způsobem, který je potvrzen odpovědným pojistným matematikem. Jestliže výnos aktiv pojišťovny nepostačuje k úhradě závazků pojišťovny vyplývajících z použité technické úrokové míry, je pojišťovna povinna vytvořit technickou rezervu [4].

Technické rezervy se tedy využívají k výplatě pojistných plnění a část může být použita k podnikatelské nebo investiční činnosti. Každá komerční pojišťovna má svou vlastní

investiční politiku, jejímž úkolem je snažit se o co největší zhodnocení vlastních prostředků. Trend tvorby těchto rezerv je stále rostoucí a při srovnání roku 2000 s rokem 1995 jsme mohli zaznamenat nárůst o 61,8 % a největší objem rezerv tvořily rezervy právě na životní pojištění. Pojišťovny umísťují své prostředky z technických rezerv podle §21 zákona o pojišťovnictví [2].

Pokud pojišťovna provozuje pojišťovací činnost podle jednoho nebo více pojistných odvětvích životního pojištění, musí si vytvářet následující rezervy:

- Rezervu na nezasloužené pojistné;
- Rezervu na pojistná plnění;
- Rezervu pojistného životních pojištění;
- Rezervu na prémie a slevy;
- Rezervu životních pojištění, je-li nositelem investičního rizika pojistník;
- Jiné rezervy.

Zahraniční pojišťovny, které působí na území ČR prostřednictvím své organizační složky, musí vytvořit technické rezervy podle platného zákona o pojišťovnictví.

Při **finančním umístování** aktiv je pojišťovna povinna dodržovat tyto zásady [2]:

- **Zásadu bezpečnosti** – tzn. že jednotlivé složky finančního umístění musí poskytovat záruku návratnosti vložených prostředků.
- **Zásadu rentability** – tzn. že jednotlivé složky finančního umístění musí zabezpečovat výnos z jejich držby nebo zisk z jejich prodeje.
- **Zásadu likvidity** – tzn. že v závislosti na charakteru provozované pojišťovací činnosti musí být část finančního umístění pohotově k dispozici na výplatu pojistných plnění ve lhůtě stanovené zvláštním právním předpisem.
- **Zásadu diverzifikace** – tzn. že jednotlivé složky finančního umístění musí být rozloženy mezi více právnických osob, mezi nimiž není vztah ovládané a ovládající osoby ani osob, které jednájí ve shodě podle zvláštního právního předpisu.

7 ČLENĚNÍ ŽIVOTNÍHO POJIŠTĚNÍ

7.1 Investiční životní pojištění

Investiční životní pojištění zahrnuje pojištění pro případ smrti s investováním pojistného do podílových fondů, kde je investiční riziko na straně klienta. Zhodnocení je závislé na zvolené investiční strategii. Investiční životní pojištění přináší zpravidla vyšší zhodnocení finančních prostředků, které ale nebývá garantováno. Typickým znakem je možnost volby z nabídky několika investičních fondů lišících se předpokládaným zhodnocením finančních prostředků a podstupovanou mírou rizika. Standardem pojištění je možnost kdykoli změnit poměr finančních prostředků mezi pojistnou ochranou a zhodnocením finančních prostředků v závislosti na volbě výše pojistné částky a výše pojistného. Rozložení finančních prostředků mezi vybrané fondy (alokační poměr) lze v průběhu doby trvání pojištění měnit.

7.1.1 Výhody a nevýhody pojištění

Výhody:

- Rozšíření rozsahu pojistné ochrany formou různých připojištění;
- Kdykoli měnit nastavení pojištění a rozsah pojistné ochrany;
- Aktivně měnit investiční strategii během trvání pojištění;
- Průběžně sledovat zhodnocení spořicí složky pojištění;
- Vkládat a čerpat finanční prostředky i během trvání pojištění;
- Daňová uznatelnost zaplaceného pojistného.

Nevýhody:

- Nemá garantována výše zhodnocení;
- Nemá garantována pojistná částka při dožití.

7.1.2 Fungování investičního pojištění

Za zaplacené pojistné jsou nakoupeny podílové jednotky, které pojišťovna vloží na individuální účet klienta. Podílové jednotky určují hodnotu individuálního účtu klienta podle zvolené investiční strategie. Pojišťovna si strhává náklady na krytí pojistné ochrany a poplatky.

- V případě úmrtí klienta je dle individuálních podmínek pojišťoven vyplacena pojistná částka nebo aktuální hodnota individuálního účtu popřípadě obojí.
- V případě dožití je vyplacena vždy aktuální hodnota individuálního účtu.

Pro maximalizaci zhodnocení a omezení investičního rizika je minimální doporučená doba trvání pojištění 10 let a více. Kratší doba pojištění může vzhledem ke kolísání kapitálového trhu negativně ovlivnit výši zhodnocení [32].

7.2 Kapitálové životní pojištění

Kapitálového životního pojištění zahrnuje pojištění pro případ smrti nebo dožití. Pojistná částka může být pro obě rizika stejná nebo si klient volí zvlášť pojistnou částku pro případ smrti a zvlášť pojistnou částku pro případ dožití. Sjednaná pojistná částka pro případ dožití je včetně garantovaného zhodnocení (technické úrokové míry, dále jen TÚM).

7.2.1 Výhody a nevýhody pojištění

Výhody:

- Garantovaná pojistná částka pro případ smrti;
- Garantovaná pojistná částka pro případ dožití;
- Garantované minimální zhodnocení finančních prostředků (TÚM);
- Rozšíření rozsahu pojistné ochrany formou různých připojištění;
- Daňová uznatelnost zaplaceného pojistného.

Nevýhody:

- Nelze libovolně měnit nastavení pojištění;
- Nelze aktivně ovlivňovat tvorbu kapitálové hodnoty pojištění;

7.2.2 Fungování kapitálového pojištění

Ze zaplaceného pojistného jsou odečteny náklady na krytí pojistné ochrany a poplatky. Zbývající část pojistného je použita na tvorbu rezervy pojištění.

- V případě úmrtí klienta je vyplacena sjednaná pojistná částka.
- V případě dožití je vyplacena sjednaná pojistná částka včetně podílů na výnosech.

Pro maximalizaci zhodnocení je doporučená doba trvání pojištění 10 let a více. Kratší doba pojištění nezaručí vytvoření kapitálové hodnoty v dostatečné výši [32].

7.3 Rizikové životní pojištění

Rizikové životní pojištění zahrnuje pojištění pro případ smrti. V případě ukončení pojistné smlouvy není vyplaceno žádné plnění, neboť produkt neobsahuje spořicí složku.

Rizikové pojištění je určeno pro klienty, kteří:

- Chtějí zabezpečit své blízké pro případ smrti;
- Chtějí pojištění vinkulovat ve prospěch jiného subjektu (např. hypotéka).

7.3.1 Výhody a nevýhody pojištění

Výhody:

- Garantovaná pojistná částka pro případ smrti;
- Rozšíření rozsahu pojistné ochrany formou různých připojištění;
- Sjednání pevné nebo klesající pojistné částky a pojištění již na dobu 1 roku.

Nevýhody:

- Neobsahuje spořicí složku.

7.3.2 Fungování rizikového pojištění

Zaplacené pojistné je zcela spotřebováno na krytí pojistné ochrany a poplatky .

- V případě úmrtí klienta je vyplacena sjednaná pojistná částka;
- V případě ukončení pojistné smlouvy se nevyplácí žádné plnění.

Doba trvání pojištění se volí dle individuálních potřeb klienta. Tento typ pojištění nesplňuje podmínky pro daňovou uznatelnost podle zákona č. 586/1992 Sb., o daních z příjmů, ve znění pozdějších předpisů [32].

7.4 Důchodové pojištění

Důchodové pojištění zahrnuje pojištění pro případ dožití, kdy se pojistné plnění vyplácí ve formě doživotního důchodu, důchodu vypláceného po stanovenou dobu nebo ve formě jednorázového plnění. Sjednaná pojistná částka je včetně garantovaného zhodnocení.

7.4.1 Výhody a nevýhody pojištění

Výhody

- Garantovaná výplata sjednané pojistné částky;
- Garantované minimální zhodnocení finančních prostředků;
- Rozšíření rozsahu pojistné ochrany formou různých připojištění;
- Daňová uznatelnost zaplaceného pojistného.

Nevýhody

- Nelze libovolně měnit nastavení pojištění;
- Nelze aktivně ovlivňovat tvorbu kapitálové hodnoty pojištění.

7.4.2 Fungování pojištění

Ze zaplaceného pojistného jsou odečteny náklady na krytí pojistné ochrany a poplatky. Zbývající část pojistného je použita na tvorbu rezervy pojištění.

- V případě úmrtí klienta je vyplaceno zaplacené pojistné.
- V případě dožití se začne vyplácet sjednaná výše důchodu včetně podílů na výnosech nebo jednorázového plnění.

Pro maximalizaci zhodnocení je doporučena doba trvání pojištění 10 let a více [32].

7.5 Vkladové pojištění

Vkladové životní pojištění zahrnuje pojištění pro případ dožití za návratný vklad.

7.5.1 Výhody a nevýhody pojištění

Výhody

- Garantovaná pojistná částka pro případ dožití;
- V případě smrti vrácen návratný vklad;
- Garantované minimální zhodnocení finančních prostředků;
- Rozšíření rozsahu pojistné ochrany formou různých připojištění;
- Kdykoli měnit nastavení pojištění a rozsah pojistné ochrany;
- Daňová uznatelnost zaplaceného pojistného;
- Vkládat a čerpat finanční prostředky během trvání pojištění.

Nevýhody

- Nelze aktivně ovlivňovat tvorbu kapitálové hodnoty pojištění.

7.5.2 Fungování pojištění

Pojistné za jednotlivá připojištění je hrazeno z výnosů návratného vkladu.

- V případě úmrtí klienta je vrácen návratný vklad včetně podílů na výnosech.
- V případě dožití je vyplacena sjednaná pojistná částka včetně návratného vkladu a podílů na výnosech.

Pro maximalizaci zhodnocení je doporučená doba trvání pojištění 5 let a více [32].

7.6 Univerzální (flexibilní) životní pojištění

Univerzální životní pojištění zahrnuje pojištění pro případ smrti a tvorbu kapitálové hodnoty pojištění s minimálním garantovaným zhodnocením. Standardem pojištění je možnost kdykoli změnit poměr finančních prostředků mezi pojistnou ochranou a zhodnocením finančních prostředků v závislosti na volbě výše pojistné částky a výše pojistného.

7.6.1 Výhody a nevýhody pojištění

Výhody

- Garantovaná pojistná částka pro případ smrti;
- Garantované minimální zhodnocení finančních prostředků;
- Rozšíření rozsahu pojistné ochrany formou různých připojištění;
- Kdykoli měnit nastavení pojištění a rozsah pojistné ochrany;
- Daňová uznatelnost zaplaceného pojistného;
- Vkládat a čerpat finanční prostředky i během trvání pojištění.

Nevýhody

- Nelze aktivně ovlivňovat tvorbu kapitálové hodnoty pojištění;
- Není garantována výše vyplácené částky při dožití.

7.6.2 Fungování pojištění

Ze zaplaceného pojistného jsou odečteny náklady na krytí pojistné ochrany a poplatky. Zbývající část pojistného je použita na tvorbu kapitálové hodnoty pojištění.

- V případě úmrtí klienta je vyplacena sjednaná pojistná částka nebo aktuální kapitálová hodnota pojištění, popřípadě obojí.
- V případě dožití je vyplacena aktuální kapitálová hodnota pojištění.

Pro maximalizaci zhodnocení je doporučená doba trvání pojištění 10 let a více [32].

7.7 Svatební pojištění nebo pojištění dětí

Svatební pojištění zahrnuje pojištění pro případ smrti a dožití. Sjednaná pojistná částka se vyplácí dítěti při dožití nebo u příležitosti uzavření sňatku nebo formou stipendia po stanovenou dobu. Zemře-li pojištěný (např. rodič) v době trvání pojištění, končí povinnost platit pojistné, tzv. zproštění od placení.

U některých typů pojištění dětí zahájí pojišťovny při zproštění od placení výplatu pravidelného důchodu dítěti, která trvá až do sjednaného konce pojištění. Veškeré nároky vyplývající z pojistné smlouvy zůstávají nedotčeny.

7.7.1 Výhody a nevýhody pojištění

Výhody

- Garantovaná pojistná částka pro případ dožití vyplácená dítěti;
- Garantované minimální zhodnocení finančních prostředků;
- Zproštění od placení v případě smrti pojištěného;
- Výplata pravidelného důchodu;
- Rozšíření rozsahu pojistné ochrany formou různých připojištění.

Nevýhody

- Nelze libovolně měnit nastavení pojištění;
- Nelze aktivně ovlivňovat tvorbu kapitálové hodnoty pojištění.

7.7.2 Fungování pojištění

Ze zaplaceného pojistného jsou odečteny náklady na krytí pojistné ochrany a poplatky. Zbývající část pojistného je použita na tvorbu rezervy pojištění.

- V případě úmrtí pojištěného dochází ke zproštění od placení pojistného.
- V případě úmrtí dítěte se vyplácí odkupné nebo zaplacené pojistné.
- V případě dožití je vyplacena sjednaná pojistná částka včetně podílů na výnosech.

Pojištění se sjednává do věku 19 až 25 let dítěte.

Toto pojištění nesplňuje podmínky pro daňovou uznatelnost podle zákona č. 586/1992 Sb., o daních z příjmů, ve znění pozdějších předpisů [32].

7.8 Vlastnosti základních druhů pojištění osob

Tab.1 Vlastnosti základních druhů pojištění osob [32]

Vlastnosti	Druh pojištění osob				
	Rizikové	Kapitálové	Univerzální	Investiční	Důchodové
Krytí rizika(smrti)	*	*	*	*	
Tvorba kapitálové hodnoty		*	*	*	*
Aktivní ovlivňování výnosu				*	
Garantované zhodnocení		*	*		*
Flexibilita			*	*	
Daňová uznatelnost		*	*	*	*

7.9 Skutečnosti o životním pojištění, které je vhodné znát

Pojištění bývá většinou odkládáno do pozdějšího věku, avšak není důvod životní pojištění zbytečně odkládat. Jelikož uzavření životního pojištění v pozdějším věku může být z důvodu horšího zdravotního stavu dražší. V horším případě může být klient u některých programů životního pojištění dokonce nepojistitelný.

Myslete na to, že většinou za první 2 roky trvání pojištění, pokud pojistnou smlouvu vypovíte, nedostanete nic. Nárok na odkupné je zpravidla až po 2 letech.

Člověk by měl být opatrný na tzv. **konverze**, kterou provádějí pojišťovny, kdy Vás osloví, aby Vám zrušili starou avšak výhodnější smlouvu a uzavřeli s Vámi novou s tím, že Vám oznámí např. neplatnost staré smlouvy nebo že ji musíte zrušit. Nic nemusíte a staré smlouvy platí, dokud je vy nevyprovíte. Málokdo ví, že pojišťovna vám může vypovědět smlouvu jen v prvních 2 měsících, po této lhůtě již jen klient. Toto platí jen pro životní pojištění [41].

8 PŘIPOJIŠTĚNÍ

Ke všem druhům životního pojištění může být sjednáno připojištění.

8.1 Úrazové připojištění

Úrazové připojištění je nejrozšířenějším druhem připojištění k životnímu pojištění, i když samo o sobě z pojistně technického hlediska patří mezi neživotní pojištění. Za jeho oblibou stojí jeho nízká cena vzhledem k pojistnému, na které jsou uzavírána životní pojištění. Důvodem nízké ceny je nízká pravděpodobnost vzniku pojistné události. U úrazového pojištění je vypláceno pojistné plnění, jestliže pojištěnému je způsobeno tělesné poškození či smrt v důsledku neočekávaného působení zevních sil nebo síly vlastní.

Pojistné plnění u se skládá zejména z těchto dvou složek [7]:

- Plnění za smrt úrazem – pojišťovna vyplácí sjednanou pojistnou částku jak z hlavního pojištění, tak navíc z připojištění v případě smrti pojištěného způsobená úrazem.
- Plnění za trvalé následky úrazu – pojišťovny vlastní oceňovací tabulky pro trvalé následky úrazu, na jejichž základě vypočítávají pojistná plnění. Trvalé následky jsou zpravidla oceňovány až po uplynutí dané lhůty.

Dalšími riziky, které může úrazové připojištění krýt, je pojištění drobných léčebných úrazů nebo pojištění doby nezbytného léčení úrazu.

8.2 Zproštění od placení pojistného

V případě, že byl pojistníkovi přiznán invalidní důchod ze sociálního pojištění, pojišťovna na sebe převezme placení pojistného. Pojišťovna sama nezkoumá invaliditu. Jestliže je riziko invalidity navázáno na zdravotní stav pojistníka, pak by měl být pojistníkům zdravotní stav zkoumán stejně jako u pojištěného, což však v praxi nebývá realizováno. Proto je zpravidla pro splnění podmínky na vznik zproštění od placení pojistného vyžadována invalidita pojištěného místo pojistníka, čímž se předpokládá sjednání tohoto připojištění v případě, kdy pojistník a pojištěný jsou jedna osoba [7].

8.3 Výhrada vrácení pojistného v případě smrti pojištěného

Vrácením celého nebo předem definované části pojistného, zpravidla nezúročeného, obmyšlenému nebo pozůstalým dochází k jisté kompenzaci, která však nemůže být poskytována pojišťovnou zdarma. Tato forma připojištění není finančně náročná a je u klienty vítána. Kalkulačně vychází pojišťovna z ceny pojištění pro případ smrti s rostoucí pojistnou částkou. Rostoucí pojistnou částkou je narůstající hodnota závazku, který bude vyplacen v případě smrti pojištěného [7].

8.4 Pojištění pro případ nemoci

Pojištění pro případ nemoci hradí pojistitel za pojištěného v rozsahu dohodnutém v pojistné smlouvě. Patří mezi ně náklady na zdravotní péči vzniklé v důsledku nemoci nebo následku úrazu a úkonu souvisejícím se zdravotním stavem pojištěného, zejména s nemocí, úrazem, těhotenstvím a preventivní péčí. Jako připojištění jsou nejčastěji nabízeny tyto produkty [9]:

- Připojištění denní dávky při pracovní neschopnosti. Nárok na plnění zpravidla vzniká až po uplynutí čekací lhůty;
- Připojištění denní podpory při pobytu v nemocnici. Dávky se vyplácí od prvního dne pobytu v nemocnici.
- Připojištění stomatologických výkonů;
- Připojištění nadstandardního vybavení při pobytu v nemocnici nebo nadstandardní zdravotní péče.

8.5 Pojištění závažných onemocnění

Připojištění závažných onemocnění slouží k výplatě sjednané částky, pokud pojištěný poprvé v životě, nejdříve ale 6 měsíců od sjednání připojištění, onemocní některým z vybraných onemocnění nebo podstoupí některou z vybraných operací. Mezi základní čtyři rizika patří: rakovina, srdeční infarkt, mozková mrtvice, selhání ledvin. Mezi ostatní závažná onemocnění patří také: roztroušená skleróza, AIDS, oslepnutí, ztráta sluchu, ochrnutí, popáleniny značného rozsahu, operace věnčitých tepen, ale i transplantace důležitých orgánů či vážné operace. U tohoto typu připojištění se můžete setkat s termínem

čekací doba. Hlavní důvod, proč byla čekací doba zavedena, tkví ve velmi zvýšeném riziku výskytu diagnóz závažných onemocnění v prvních týdnech pro sjednání pojištění, kdyby čekací doba nebyla využívána [7].

8.6 Možnost zvyšování pojistné částky

Jednotlivé pojišťovny si pro toto pojištění volí své kritéria. Například u pojišťovny ING po sjednání tohoto připojištění je klientovi nabídnuto každé 3 roky, nejvýše ale pětkrát, zvýšení pojistného o 30 %. Nová pojistná částka se vypočte pojistně matematickými metodami tak, aby odpovídala zvýšení pojistného. Výhodou připojištění je, že se při tomto zvyšování pojistné ochrany nezkoumá zdravotní stav pojištěného.

Toto připojištění je možné sjednat pouze k pojištěním s běžně placeným pojistným.

8.7 Další možná připojištění nabízené na českém trhu

- Hospitalizace následkem úrazu
- Pracovní neschopnost následkem úrazu
- Úrazu a trvalých následků úrazu dítěte
- Doplnkové připojištění pro případ úrazu a trvalých následků úrazů [7].

9 DAŇOVÉ ZVÝHODNĚNÍ A JEJICH DŮVODY

Na rozmachu životního pojištění nemají zájem pouze pojišťovny, ale i stát. Finální příjem člověka ve starobním důchodu se bude odvíjet nejenom od státního sociálního pojištění, ale právě od soukromých dodatkových zdrojů. K založení životního pojištění se spořicí složkou nás motivuje vláda, a to daňově. Daňové zvýhodnění životního pojištění bylo zavedeno novelou zákona č. 586/1992 Sb. o daních z příjmů, s účinností od 1. 1. 2001.

Zhodnocení kapitálových rezerv či v případě investičního pojištění výnos podílových jednotek sice podléhá dani z příjmu, ale ta má odloženou splatnost. Daň tak bude stržena až v okamžiku čerpání naspořených prostředků. Tím klient dosáhne při stejné úrokové míře vyššího zhodnocení vložených peněz. Vydělává mu totiž nadále i obnos, který by byl jinak odveden jako daň.

K uplatnění daňového zvýhodnění je potřeba splnit tyto podmínky:

- Pojistná smlouva musí být uzavřena na dobu **5 let** a konec pojištění stanoven k dovršení **60 let** věku, či později.
- Pojistníkem a pojištěným je jedna a táž osoba. To zahrnuje i případy, když pojistné nebo jeho část platí místo pojistníka zaměstnavatel.
- Pojištěný dostává plnění na konci pojištění, tzn. pojištěný má sjednány tyto základní typy pojištění: pro případ dožití a pro případ smrti nebo dožití (či důchodové pojištění). Jakoukoli formu rizikového pojištění, např. proti úrazu nebo nemoci, už uplatnit nelze.
- Je-li ve smlouvě pevně sjednána pojistná částka pro případ dožití, je nutné si sjednat tyto pojistné částky: pro pojistné doby do 15 let musí činit alespoň **40 000 Kč** a pro delší pojistné doby alespoň **70 000 Kč**. Tato podmínka je platná od 1. 5. 2004.

Po splnění těchto podmínek si lze u životního pojištění odečíst ročně max. **12 000 Kč** od svého daňového základu. Pojištěný může platit pojistné na soukromé životní pojištění běžně i jednorázově. V případě jednorázové platby se pojistné rozpočítá na celou dobu trvání pojištění, když v prvním a posledním roce trvání pojištění se zohlední i počet dnů, po kterou bude pojištění v platnosti. Ovšem pokud chce pojištěný využít maximální

odpočet od daňového základu, je nutné zvýšit pojistné přímo ve smlouvě, není možné peníze uložit mimořádnou splátkou [21].

9.1 Daňové zvýhodnění zaměstnanců

Od základu daně za zdaňovací období lze odečíst poplatníkem zaplacené pojistné ve zdaňovacím období na jeho soukromé životní pojištění (pojištění pro případ smrti nebo dožití).

Na straně zaměstnance je nově stanoven společný limit osvobození (pro životní pojištění a penzijní připojištění) v úhrnu pojistného do výše **24 000 Kč** ročně.

Do částky 24 000 Kč má zaměstnanec příspěvek osvobozen od daně z příjmů i od platby sociální a zdravotního pojištění, nad tuto částku již podléhá příspěvek plnému zdanění, tak jako by šlo o standardní mzdu.

Poskytované daňové úlevy jak na straně zaměstnance, tak na straně zaměstnavatele zvyšují oblibu životního pojištění [34].

9.2 Daňové zvýhodnění zaměstnavatelů

Příspěvky na soukromé životní pojištění jsou pro zaměstnavatele daňově uznatelným nákladem. Nově od 1. 1. 2008 dle zákona č. 261/2007 Sb., o stabilizaci veřejných rozpočtů je stanoven jeden jediný limit ve výši **24 000 Kč** [35].

V předchozích letech si zaměstnavatel přispívající na životní pojištění svých zaměstnanců mohl ze základu pro výpočet daně odečíst až **8 000 Kč** ročně na jednoho zaměstnance. Další částky mohl zaměstnavatel odečítat, pokud přispíval na penzijní připojištění svých zaměstnanců. Pro zjednodušení systému odpočtů byl stanoven jeden limit ve výši **24 000 Kč**, platný současně pro oba produkty.

Podle těchto nových pravidel může zaměstnavatel přispět celých 24 000 Kč buď na penzijní připojištění nebo jako pojistné na soukromé životní pojištění anebo do třetice tuto sumu rozdělit v jakémkoli poměru mezi tyto dva finanční produkty. Aby byly příspěvky pro zaměstnavatele daňově účinné, musí být založeny na kolektivní smlouvě, vnitřním předpisu nebo pracovní smlouvě a současně splňovat výše uvedené podmínky dané zákonem.

Zaměstnavatel může přispět svým zaměstnancům do životního pojištění v neomezené výši, avšak částka přesahující 24 000 Kč již nebude pro zaměstnance daňově osvobozena. Tyto nadlimitní příspěvky a částky pojistného u zaměstnance podléhají zdanění a všem předepsaným platbám na veřejnoprávní pojištění. Do výše 24 000 Kč ročně neplatí z této částky sociální a zdravotní pojištění ani zaměstnavatel [38].

9.3 Skutečnosti daňového zvýhodnění, které je vhodné mít na paměti

Daňové zvýhodnění životního pojištění může uplatňovat pouze každý sám na sebe, ne tedy například manžel na manželku, která nemá vlastní příjmy. Ani rodiče na děti. Daňové zvýhodnění nemohou získat ani důchodci, kteří nepracují. Důchodce, který si přivydělává podnikáním, nárok na daňové zvýhodnění životního pojištění má.

Daňové úlevy se vztahují na pojištění pro případ dožití, pro případ smrti nebo dožití a na důchodová pojištění. Můžeme tedy říci, že daňové zvýhodnění životního pojištění se týká jen takových druhů pojištění, ve kterých si spoříte na dobu, kdy budete brát důchod ze státního sociálního zabezpečení.

Také podotýkám, že pro daňové zvýhodnění se sčítá pojistné zaplacené na všech pojistných smlouvách určitého daňového poplatníka, až do výše již zmíněných 12 000 Kč ročně.

Při předčasném ukončení smlouvy pojištěného pojišťovna potrestá tím, že vyplatí jen odbytné. Pokud jste pojištěný čerpal daňové zvýhodnění, bude muset veškeré dosud uplatněné daňové odpočty dodanit. To znamená, když ve dvaceti uzavře daňové zvýhodněné životní pojištění, každoročně si od daňového základu odečte 12 000 Kč a ve svých čtyřiceti bude uspořené peníze nutně potřebovat, pak musí k daňovému základu v tomto roce připočítat 240 000 Kč. Vypočtená daň, pak samozřejmě bude daleko vyšší! Zachránit pojistníka může to, že se rozhodnete peníze nechat ležet v pojišťovně až do ukončení smlouvy šedesáti a jen se s pojišťovnou dohodne, že nebude dál platit pojistné. To člověku asi moc nepomůže, když své peníze nutně potřebuje okamžitě. Takže než uplatníte daňové zvýhodnění, buďte opatrní v případě, že míváte výkyvy v příjmech a žádné jiné úspory nemáte. Dávky životního pojištění se zdaňují 15% daní z příjmu. Pokud se však v odbytném předčasně vyberou příspěvky zaplacené zaměstnavatelem, budou zdaněny 15% zvláštní sazbou daně z příjmu. Do konce roku 2007 byl základ daně v případě odbytného zatížen sazbou daně 25 %. [39].

II. PRAKTICKÁ ČÁST

10 PŘEDSTAVENÍ POJIŠŤOVNY AVIVA

Aviva je silná, dynamická britská životní pojišťovna opírající se o pevné finanční základy vystavěné na britské konzervativní tradici v tom nejlepším slova smyslu. Nová filozofie přístupu ke klientům, zodpovědnost za zaměstnance, okolní prostředí a další globální aspekty staví Aviva životní pojišťovnu mezi přední společnosti na mezinárodním trhu životního pojištění [42].

10.1 Aviva globálně

- S více než třísetletou historií je nejstarší pojišťovnou na světě;
- Je největší pojišťovnou ve Velké Británii a evropskou jedničkou v životním pojištění;
- Na světovém žebříčku zaujímá mezi pojišťovacími skupinami 5. Místo;
- Jejich služeb využívá přes 45 milionů spokojených klientů;
- Aktiva spravovaná společností přesahují 300miliard britských liber;
- Pracuje pro ni 60 tisíc zaměstnanců a prostřednictvím více než 80 společností má své zastoupení ve 30 zemích světa.

Společnost Aviva vstupuje do konečné fáze přechodu na jednotnou značku, která má podpořit její konkurenceschopnost v celosvětovém měřítku. Pod společným jménem Aviva tak budou do konce roku 2010 vystupovat i největší britská pojišťovna Norwich Union, Commercial Union v Polsku a Hibernian v Irsku [42].

„Aby společnost Aviva i nadále prosperovala, musí být schopna v celosvětovém měřítku efektivně konkurovat mezinárodním pojišťovnám,“ vysvětluje důvody transformace generální ředitel společnosti Aviva Andrew Moss. Vytvoření celosvětově známé značky je významným krokem k nastolení globálního povědomí o společnosti v oblasti finančních služeb a důležitým mezníkem při naplňování její vize: „Jedna Aviva, dvojnásobná hodnota“ [28].

10.2 Aviva v české republice

- V české republice působí Aviva od roku 1997 (do roku 2002 pod názvem Commercial Union) jako 100% dceřinná společnost Aviva plc.;
- Důvěřuje jí přes 50 tisíc klientů;
- Specializuje se na produkty investičního životního pojištění;
- Regionální kanceláře Aviva najdete ve všech krajích české republiky;
- Aviva členem české asociace pojišťoven;
- Jako nadnárodní společnost je také členem Britské obchodní komory.

Novým generálním ředitelem Aviva životní pojišťovna je od 1. září roku 2008 Stephen Marini, který má velké zkušenosti v oblasti finančních služeb v Evropě. 26 let strávil prací v oblasti životního pojištění a penzí. 20 let pracoval v mezinárodním prostředí, kromě UK také ve Španělsku, Argentině, Litvě, Itálii a Polsku.

10.2.1 Úspěchy, kterých Aviva dosáhla v České republice

V roce 2004 i 2005 byla Aviva nejrychleji rostoucí životní pojišťovnou na českém trhu.

Produkt Osobní životní plán získal ceny Zlatá koruna 2005 a Stříbrná koruna 2004 v prestižní kategorii Nejoblíbenější finanční produkt roku.

Dětské pojištění Talisman získalo Bronzovou korunu 2005 v kategorii Životní kapitálové pojištění a Bronzovou korunu 2006 v kategorii Nejoblíbenější finanční produkt roku.

Aviva každoročně obsazuje nejvyšší příčky v průzkumech kvality on-line komunikace. V roce 2006 klientské centrum Aviva získalo 1. místo v průzkumu e-mailové komunikace pojišťoven, kdy Email Response Index zjišťovala výzkumná agentura United Interactive [42].

10.2.2 Finanční krize a pojišťovna Aviva

Nový generální ředitel Stephen Marini uvádí, že pojišťovna Aviva se vždy řídila konzervativní finanční politikou a proto je i nyní finančně silná. Dalším důvodem je také skutečnost, že se nikdy nezabývala pojišťováním úvěrových rizik.

Navíc podle Libora Nováka, Business Development Director, žádné zvyšování cen produktů Aviva neproběhlo a ani ho neočekává [28].

10.3 Aviva a její činnost

Aviva životní pojišťovna se svou nabídkou produktů specializuje na investiční životní pojištění.

10.3.1 Produkty investičního životního pojištění u pojišťovny Aviva

- Aviva EasyLife;
- Osobní životní plán;
- Talisman - dětské životní pojištění;
- Aviva benefit;
- Spořicí životní plán;
- Aviva Royal;
- Bankopojištění.

10.3.2 Další produkty

- Rizikový životní plán – rizikové životní pojištění;
- Skupinový rizikový životní plán - rizikové životní pojištění;
- Mondial Assistance - Informace o zdravotních informačních službách;

Pojišťovna nabízí celkem 9 možných připojištění, které si může klient zvolit ke svému základnímu pojištění a zvýšit si tak finanční ochranu.

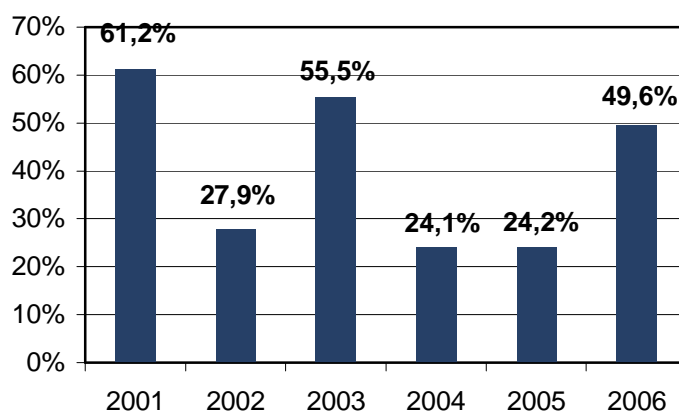
10.3.3 Vývoj investičního životního pojištění

„V Česku v posledních letech nejvíce vzrostl zájem o investiční životní pojištění,“ uvedl mluvčí České pojišťovny Václav Bálek. Naopak klesly investice do kapitálového životního pojištění a klesá zájem o důchodové pojištění, které stále vytlačuje penzijní připojištění a kapitálové pojištění s pevnou výplatou pojistné částky, dodal. S růstem hypotečního trhu

ovšem podle něj stoupl zájem též o rizikové životní pojištění, které slouží především jako zajištění k hypotéce. Obliba investičního pojištění podle něj roste na úkor kapitálového životního pojištění, které v devadesátých letech dominovalo trhu životního pojištění.

Odborníci však varují před tím, že Češi sice platí za životní pojištění více peněz, ale jsou pojistkami stále méně chráněni pro případ smrti. Lidé totiž ukládají peníze hlavně do produktů investičního životního pojištění, které jsou více investicemi než pojištěním.

V následujícím grafu můžeme vidět dynamiku růstu investičního životního pojištění na českém trhu [18].



Graf 4 Dynamika růstu u pojištění spojeného s investičním fondem [25].

10.3.4 Technické rezervy

Pojišťovna pravidelně provádí v souladu s doporučením směrnice České společnosti aktuárů test postačitelnosti technických rezerv, který prokazuje jejich dostatečnost ve smyslu schopnosti pojišťovny dostát v každém okamžiku svým závazkům plynoucím z pojistných smluv.

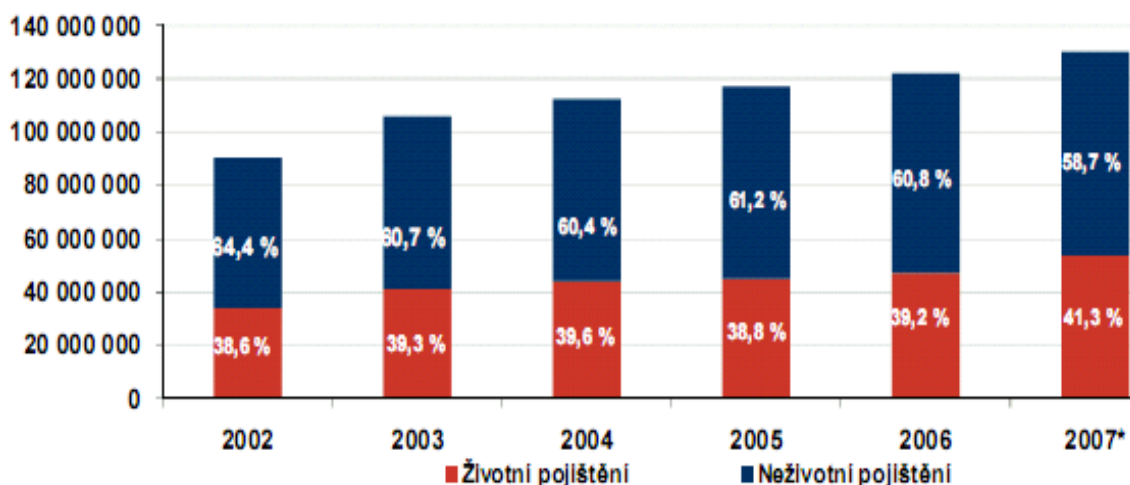
V souladu se zásadami firemní politiky skupiny Aviva a na základě zásad korporátních principů, tzv. Corporate Governance, klade pojišťovna značný důraz na účinné a efektivní řízení rizik a funkcí vnitřních řídicích mechanismů.

11 ANALÝZA POJISTNÉHO TRHU V ČR

11.1 Výdaje českých domácností na pojistnou ochranu

Zatímco celkové běžné příjmy domácností od roku 2000 rostou průměrným ročním tempem 5,3 %, nejrychleji v roce 2003 o 6,0 %, nejpomaleji v roce 2000 o 4,8 %, dynamika výdajů domácností na pojistnou ochranu se snižuje. Klesá tedy dynamika objemů peněz, které lidé posílají každoročně do pojišťoven v podobě předepsaného pojistného u životního pojištění. Ukazuje se tak, že životní pojištění zřejmě zatím ještě stále není vnímáno jako jeden z významných prvků úspor na stáří. U životního pojištění vzrostlo předepsané pojistné u životního pojištění v roce 2005 proti roku 2004 o 1,6 %, což byl nejnižší meziroční přírůstek od roku 1993.

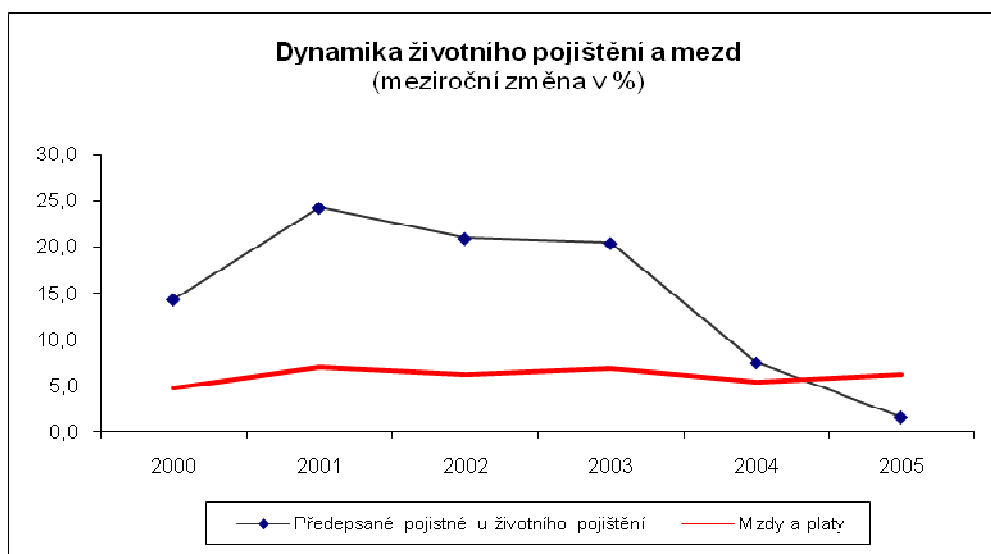
Téměř 70 % českých domácností podle průzkumu agentury Factum Invenio v roce 2006 uvedlo, že si vytváří finanční rezervy. Jen čtvrtině z nich by však úspory podle vlastního sdělení vydržely déle než půl roku. Životní pojištění je jednou z forem úspor na stáří. Na základě nepříznivým výsledkům v roce 2004 a zejména v roce 2005 dynamika pojistného v životním pojištění více než třikrát nižší než tempa růstu běžných příjmů i běžných výdajů domácností, je vidět, že se ČR z tohoto pohledu přibližuje poměrům vyspělých zemí jen zvolna. V Německu leží v životních pojišťovnách a penzijních fondech 29 % úspor domácností, ve Velké Británii dokonce 57 %, ovšem české domácnosti mají v těchto produktech uloženo pouze 17 % svých úspor. [20].



Graf 5 Vývoj předepsaného pojištění [16]

11.1.1 Vývoj mezd a výdajů na životní pojištění

Dynamika výdajů domácností na životní pojištění se ve srovnání s tempy růstu mezd a platů snižuje. Srovnáme-li totiž objem předepsaného pojistného v daném roce s objemem běžných příjmů domácností a především jejich dynamiku, je z nich patrné, že v roce 2005 byl růst výdajů na životní pojištění nižší než růst běžných výdajů domácností celkem. Podobně tomu bylo u běžných příjmů domácností, které rostly během období 2000 až 2005 meziročně v intervalu od 4,8 do 6,0 %. Ovšem peníze vydávané na životní pojištění, po dvojciferných ročních růstech patrných zejména v období 2000 až 2003, dosáhly v roce 2004 meziročního přírůstku 7,5 %, což bylo stále ještě rychlejší tempo než tempo běžných výdajů i příjmů. V roce 2005 však domácnosti zvýšily výdaje na životní pojištění jen o 1,6 %, když jejich celkové běžné výdaje stouply, stejně jako běžné příjmy, meziročně o 5,4 %. Mzdy a platy v nominálním vyjádření se v roce 2005 zvýšily proti roku 2004 o 6,2 % [20].



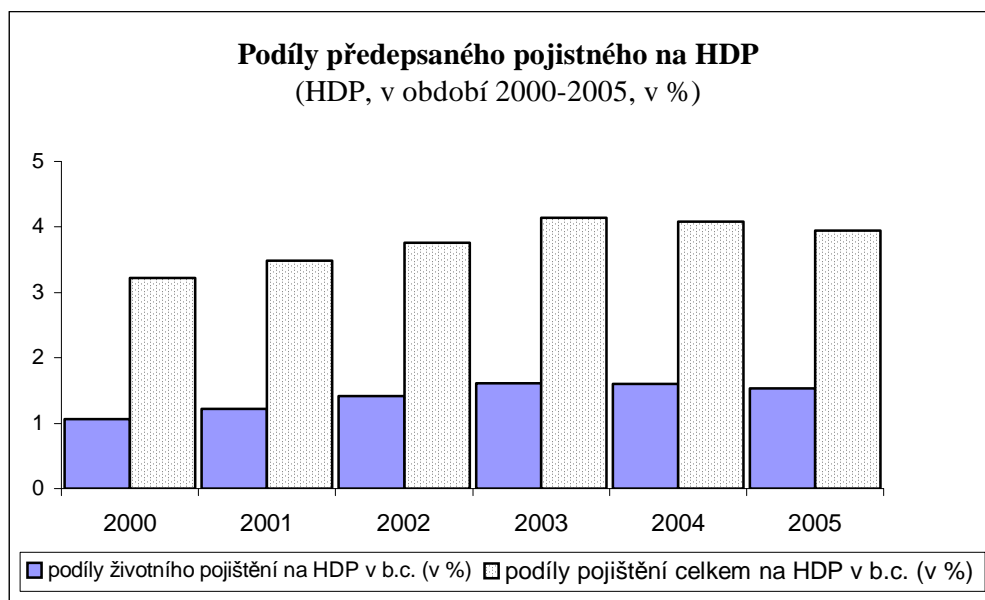
Graf 6 Dynamika životního pojištění a mezd [20]

11.2 Vývoj HDP a vývoj pojistného trhu

Pojistný trh roste pomaleji než ekonomika. V roce 2004 stoupl HDP v běžných cenách meziročně o 7,9 % zatímco objem předepsaného pojistného o 6,6 %. V roce 2005 pak vzrostla ekonomika podle HDP o 7,1 %, přičemž trh podle předepsaného pojistného zaznamenal růst o 3,7 %. Rok 2005 také potvrdil, že ztráta tempa českého pojistného trhu nebyla pouhým výkyvem, protože jde již o druhý rok v řadě, kdy přírůstek peněz, které pojišťovny získaly od klientů na pojistném, byl ve srovnání s předchozím rokem výrazně

menší. Celkový objem předepsaného pojistného stoupl o 3,7 % proti 6,6 % v roce 2004. Nižší dynamiku zapříčinil zejména pomalý růst životního pojištění. V údajích za první pololetí 2005 byl vykázán ve srovnáním se stejným obdobím roku 2004 dokonce meziroční pokles. Za touto skutečností stály také příčiny rázu legislativně-administrativního, kdy proběhlo přeškolení prodejců, aby bylo učiněno zadost nové zákonné úpravě týkající se pojišťovacích zprostředkovatelů. Výkon v životním pojištění je zklamáním hlavně při srovnání s dvojcifernými tempy růstu patrnými po celá 90. léta a vrcholícími rokem 2001, kdy předepsané pojistné v životním pojištění vzrostlo meziročně o téměř čtvrtinu.

Takovýto vývoj, kdy růst pojistného trhu byl v posledních dvou letech pomalejší než ekonomický růst země se promítl také do tzv. pojištěnosti. Ta měří objem celkového předepsaného pojistného k HDP a je přitom v ČR proti průměru EU stále velmi nízká. Výsledek roku 2005 však navíc způsobil, že se do té doby pozitivní trend tohoto poměrného srovnání zastavil. Mimoto slabší výsledek za sféru životního pojištění dokázal snížit i proporcí za celý sektor pojišťovnictví, takže relativní pokles zaznamenal i poměr celkového pojistného k HDP viz. graf níže [20].



Graf 7 Podíly předepsaného pojistného na HDP [20]

11.2.1 Úspory Čechů

Téměř 70 % českých domácností podle průzkumu agentury Factum Invenio v roce 2006 uvedlo, že si vytváří finanční rezervy. Jen čtvrtině z nich by však úspory podle vlastního sdělení vydržely déle než půl roku. Životní pojištění je jednou z forem úspor na stáří. Na základě nepříznivým výsledkům v roce 2004 a zejména v roce 2005 dynamika pojistného v životním pojištění více než třikrát nižší než tempa růstu běžných příjmů i běžných výdajů domácností, je vidět, že se ČR z tohoto pohledu přibližuje poměrům vyspělých zemí jen zvolna. V Německu leží v životních pojišťovnách a penzijních fondech 29 % úspor domácností, ve Velké Británii dokonce 57 %, ovšem české domácnosti mají v těchto produktech uloženo pouze 17 % svých úspor.

Přitom v Česku jsou životní pojistky konstruovány stejně jako v Německu či dalších zemích, takže pojišťovny tam svým klientům nenabízejí nic jiného než v tuzemsku [20].

11.2.2 Extrémní růsty životního pojištění v minulosti

V předchozí dekádě se podle vypočtených průměrných roční přírůstků životnímu pojištění v ČR velmi dařilo. Během let 1994 až 2005 rostlo celkové předepsané pojistné o 14,3 % ročně, v životním pojištění pak činil průměrný roční přírůstek dokonce 16,4 %. Jde o velmi silnou průměrnou dynamiku, přičemž nejvyšší meziroční přírůstky byly zaznamenány v letech 2001 až 2003 a pohybovaly se mezi 20,2 % až 24,2 %.

11.2.3 Příčiny ztráty dynamiky

Vysoké předchozí průměrné růsty pojistného lze vysvětlit příčinami dvojího charakteru: objektivními důvody a důvody charakteru obchodně-produktového.

Mezi *objektivní příčiny* předchozích vysokých růstů životního pojištění v České republice patří fakt, že nasycenost trhu produkty životního pojištění zde byla relativně velmi nízká. Později přinesla příznivé efekty na čas také nová legislativa v podobě daňových odpočtů. Neujasněnost pokud jde o penzijní reformu a nutnost disponovat ve stáří i jistou sumou vlastních našetřených peněz také zřejmě vedlo domácnosti k využití především jednorázových vkladů na účty kapitálového životního pojištění. Jejich podíl na pojistném v životním pojištění však v posledních dvou letech klesá ve prospěch tzv. běžně placeného

pojistného. V roce 2004 představovaly jednorázové vklady téměř třetinu peněz, které lidé umístili do pojišťoven v podobě předepsaného pojistného v životním pojištění, v roce 2005 se jejich objem spíše blížil čtvrtině.

K *příčinám obchodně produktovým* patří hlavně skutečnost, že v minulé dekádě se na trh dostávaly produkty, které nebyly do té doby příliš rozšířené. To platilo i o různých modifikacích kapitálového životního pojištění, později pak zcela jasně o vyspělém produktu investičního životního pojištění, s větší účastí klienta na přijímaném riziku a pružným přizpůsobováním životní situaci. Ani velmi dynamický růst investičního životního pojištění s tempy podstatně rychlejšími než celkový pojistný trh, však v posledních dvou letech nezabránilo výše uvedené ztrátě dynamiky. Mimoto lze jako jistý handicap pokud jde o růstovou dynamiku považovat okolnost, že se již s největší pravděpodobností vyčerpaly některé faktory, které stály za vývojem ŽP v letech 2000 až 2003 např. ve formě konverze depozit z vkladních knížek České spořitelny do podoby jednorázových vkladů na účty životního pojištění u Pojišťovny ČS, konverze starých smluv České pojišťovny na nové s vyššími výměrami předepsaného pojistného [20].

11.3 Pojištěnost v ČR v porovnání s EU

Pojištěnost v ČR je ve srovnání s průměrem EU jen poloviční. Jestliže v roce 2004 se v úhrnu za EU podílelo pojistné na HDP plnými 9 %, pak v ČR jen 4,5 %. Pokud porovnáme ČR pouze s nově vstoupivšími členy unie, nejde o špatný výsledek, protože vyšší pojištěnost než ČR dosáhly pouze tři z deseti zemí. Bylo to Slovinsko 5,8 % HDP, Malta 5,2 % HDP a Kypr 4,8 % HDP. Mírně nižší pojištěnost v porovnání s ČR zaznamenávají sousední středoevropské země - Polsko 3,6 % HDP, Slovensko 3,5 % HDP, Maďarsko 3,0 % HDP. Velmi slabou pak pobaltské republiky - Estonsko 2,2 %, Lotyšsko 2,1 % a Litva pouze 1,3 % HDP. Tyto poměry indikují u všech nových zemí značný potenciál, záleží však na tom, jak rychle bude využit, což souvisí s tempy růstu předepsaného pojistného v těchto zemích daných i fázemi ekonomického cyklu, změnami v chování domácností, rozsahem konkurence spořicíh produktů nabízených subjekty finančního sektoru, pokrokem v penzijních reformách, apod. Jiný výsledky však vykreslují data beroucí v úvahu inflaci. Zde vzhledem k nízkému růstu spotřebitelských cen v ČR vykázaly statistiky

růst českého pojistného trhu jak celkově, tak i v životním a neživotním segmentu rychlejší než u pojistného trhu EU [20].

Srovnání ČR a EU v rámci podílu pojištění na HDP (viz Graf 3).

Vývoj na světovém pojistném trhu i na jednotlivých pojistných trzích je ovlivňován celou řadou faktorů. K hlavním faktorům ovlivňujícím vývoj v předepsaném pojistném v posledním období se řadí ekonomický vývoj, vývoj na finančních trzích, probíhajícími reformami státních sociálních systémů.

Výzkumy ukazují, že země s vyšší ekonomickou úrovní prokazují vyšší úroveň propojištěnosti, jak v oblasti životního pojištění, tak v oblasti neživotního pojištění. Což vyplývá u životního pojištění z volných zdrojů, které lze do životního pojištění investovat.

11.3.1 Ekonomická situace v ČR ovlivněná finanční krizí

Na počátku roku 2008 se předpokládalo pokračování v postupném zpomalování ekonomického růstu, což se také potvrdilo. Důležitou informací pro budoucí odhad vývoje trhu je struktura růstu ekonomiky, která je nadále tažena soukromou spotřebou. Vzhledem k poklesu nezaměstnanosti a růstu mezd se dá počítat s obdobnou strukturou i v následujícím roce. Oba tyto faktory zároveň představují i určité protiinflační riziko pro nejbližší vývoj. Libor Novák, Business Development Director, uvedl v jednom rozhovoru s novináři na počátku roku 2009, že pokud mluvíme čistě o finanční krizi, tak tu jsme podle něho v Čechách doposud přestáli velmi dobře a nic zatím nenasvědčuje tomu, že by to v roce 2009 mělo být jiné. Obává se spíše navazující hospodářské recese, resp. zpomalení hospodářského růstu. Říká, že jsme otevřenou ekonomikou a zpomalení se u nás zákonitě musí projevit. Očekává, že toto zpomalení bude mít delší trvání než jeden rok.

Podle jeho názoru růst životního pojištění bude pokračovat i v příštím roce, a to i přes problémy, které se všeobecně očekávají. Poptávka po určitých typech produktů klesne, ale zároveň po jiných vzroste. Věří, že růst životního pojištění lze udržet, pokud pojišťovny dokáží flexibilně přizpůsobit produktovou nabídku aktuální situaci na trhu.

Trh dluhopisů

Vývoj na trhu pevně úročených cenných papírů byl nejen v České republice ovlivněn především vývojem v USA a pokračujícími obavami ze zpomalení americké ekonomiky.

Tato nervozita se přenesla na akciové trhy, což ještě dále podpořilo vývoj na dluhopisových trzích, kdy docházelo zejména u státních dluhopisů k nárůstu cen a poklesu výnosů do splatnosti. Domácí trh je navíc ovlivňován i možností dalšího růstu úrokových sazeb a tržních výnosů.

Akciový trh

Akciové trhy v současné době ovládá silná volatilita. Tato situace je způsobena výše zmiňovanou situací v USA, která se přelévá i na další trhy a způsobuje silnou nervozitu investorů. Vzhledem ke globální makroekonomické situaci analytici očekávají obdobný vývoj i v dalších měsících.

Tato nepříznivá situace bude mít pravděpodobně za následek určitého zpomalení v dynamice využívání investičního pojištění!

Celkové zaměření investičního životního pojištění by mělo v maximální možné míře preferovat jistotu, resp. eliminaci možných rizik. Investiční politika, by se měla i nadále zaměřovat na tuzemské státní dluhopisy a akciové tituly silných společností s vysokou tržní hodnotou, které nabízejí výhledově optimistickou perspektivu růstu.

11.3.2 Světová ekonomická situace ovlivněná finanční krizí

Celkový podíl světového pojišťovacího průmyslu na nákladech finanční krize by měl být kolem 12 %. Tyto náklady jsou region od regionu odlišné. Zatímco evropské banky nesou kolem 52 % celkových ztrát (kolem 387 miliard USD), evropské pojišťovny by neměly být podstatně zasaženy. Hlavním důvodem je, že pojišťovny musí pro své finanční závazky v eurech držet odpovídající vklady v eurech. Navíc se dá předpokládat, že většina podniků se ponaučila z finanční krize z roku 2001 a 2002, což mělo za následek konzervativnější alokaci aktiv.

Slabé finanční trhy však vedly ke zhoršeným finančním výsledkům v prvním čtvrtletí 2008, což mělo za následek všeobecný pokles zisků před zdaněním (v průměru o 22,3 %). Jen tři

firmy: Hannover Re, Mapfre and Vienna Insurance Group byly schopny prezentovat zvyšující se zisky před zdaněním [27].

Střední a východní Evropa nadále nabízí obrovský růstový potenciál

Zatímco většina západoevropských trhů je víceméně nasycená, střední a východní Evropa nadále nabízí obrovský růstový potenciál na základě především dvou skutečností [27]:

- Rostou ekonomiky v střední a východní Evropě podstatně rychleji než v západní Evropě, což má za následek značně vyšší růstové hodnoty HDP.
- Střední a východní Evropa těží ze stoupajícího blahobytu, což vede k silnému nárůstu úspor a ke zvyšující se poptávce po pojišťovacích produktech. Pojistná hustota a pronikání pojistných produktů v zemích střední a východní Evropy jasně ukazují obrovský potenciál dohánění v těchto zemích.

12 ANALÝZA KONKURENCE

Konkurenci není dobré podcenit ani se jí nechat omezovat. Je dobré znát, v čem jsme lepší než naši konkurenti. Podrobnou analýzou zjišťujeme, jakou konkurenční výhodu můžeme přinést našim klientům.

Cílem analýzy je posoudit nasycenost trhu v dané oblasti, hledat mezery v nabídce a způsobech servisu a přinést nová originální řešení.

Důležitost poznání konkurence je natolik významná, že na trhu již existují firmy, které poskytují služby pro jiné společnosti, které jim pomohou konkurenci odhalit a odolávat jí. Společnost může využít k poznání konkurence externí firmu, která to za ni provede. Firmy nabízí služby jako je:

- Internetové služby;
- Marketing;
- Reklama a propagace;
- Outsourcing.

12.1 Největší konkurenti pro životní pojišťovnu Aviva

Pokud bychom konkurenci analyzovali na základě podílu na trhu, za největších 5 konkurentů můžeme považovat následující pojišťovny:

- 1) Česká pojišťovna a.s
- 2) ING Životní pojišťovna N.V
- 3) Kooperativa pojišťovna, a.s
- 4) Pojišťovna České spořitelny, a.s
- 5) ČSOB Pojišťovna, a.s

Aviva životní pojišťovna je za těmito konkurenty až na 13. místě s podílem 1,36 % (viz Příloha IV).

Je nutné se nějakým způsobem od těchto konkurentů odlišit. Je to však nelehký úkol, protože podobnost nabízených produktů životního pojištění je velká díky legislativnímu omezení. Pojišťovna by měla proto najít i jiné způsoby jak se těmto konkurentům vyrovnat.

12.1.1 Výhody konkurentů

Prodej pojištění on-line

Všech 5 jmenovaných pojišťoven spolupracuje s portály, prostřednictvím kterých nabízí možnost sjednání pojištění on-line přes internet. Při on-line sjednání je vždy nabídnut kontakt s poradcem, který projde s klientem položky smlouvy potřebné k vyplnění ve formuláři, popřípadě opraví chyby. Poradce vysvětlí klientovi údaje, které jsou mu nejasné. Na portále je možné za poplatek také získat informace o nejvhodnějším pojištění pro jednotlivé klienty na základě jím vyplněného formuláře o jeho představách o životním pojištění. Následně je pak klient kontaktován a je mu doporučeno nejvhodnější pojištění.

Formulář obsahuje následující údaje [33]:

- Výběr preferovaných či nepreferovaných pojišťoven;
- Charakteristika požadovaného životního pojištění (důvod uzavření, co od něj očekává, účel, připojištění atd.);
- Předpokládaná výše pojistného nebo pojistná částka pro případ úmrtí;
- Délka trvání pojištění a frekvence plateb;
- Prodělaná závažná onemocnění;
- Jak se klient o této možnosti dověděl;
- Potřebné kontaktní údaje na klienta.

Výhoda prodeje přes internet:

- Funkce reklamy;
- Sběr informací pro pojišťovny o potřebách a požadavcích klientů;
- Snížení nákladů ze strany administrativy.

Poskytování neživotního pojištění

Všech 5 jmenovaných konkurentů mimo ING Životní pojišťovnu, nabízí také neživotní pojištění. Často oceňovanou výhodou je právě možnost mít služby „pod jednou střeou“, což díky komplexnosti nabízených služeb u konkurence není problém.

Reklama

Většina jmenovaných firem také využívá značné reklamy. Můžeme se s ní setkat nejen v tištěných médiích, ale také v televizním vysílání či v rádiu, což má velký význam na povědomí zákazníka. Při televizním vysílání se můžeme setkat s reklamou na pojišťovnu AXA, Českou pojišťovnu, Kooperativou nebo ING Životní pojišťovnu, která se stala také velmi známou díky sponzorství Formule 1 po celém světě.

12.2 Česká pojišťovna

Česká pojišťovna plánuje mnoho změn. Rok 2009, jak uvádí ředitel České spořitelny, bude pro společnost ve znamení pojištění v rámci své dceřiné společnosti ČP ZDRAVÍ, protože výrazně roste poptávka ze strany klientů na zabezpečení jejich příjmů v případě nemoci nebo nečekaných výdajů. Pojišťovna připravujeme také nové dětské pojištění a chystá i vylepšení svých stávajících produktů - konkrétně v OVB - PROFI Investu.

Česká pojišťovna nechce jít cestou neustále strmě stoupajících provizí, na úkor výrazného zatížení klienta. Pochopitelně však sleduje vývoj v provizní oblasti a v případě potřeby je připravena velmi pružně reagovat. Sledujeme také legislativní změny, které by do budoucna celý systém provizování měly upravovat [31].

12.3 Kooperativa

Generální ředitel Kooperativy pojišťovny je toho názoru, že se v budoucnu prosadí pouze kvalitní společnosti a to po odborné i obchodní stránce. Zákazník totiž postupně vyspívá a je čím dál informovanější a náročnější. Tvrdí, že Kooperativa si na kvalitě velmi zakládá a na úroveň poskytovaných služeb bude stále dbát i v oblasti výběru spolupracujících partnerských společností.

O stále kvalitnější spolupráci se všemi externími partnery se snaží průběžně. Vzhledem k rozsahu nabízených služeb Kooperativa spolupracuje s úzce specializovanými i

univerzálními externími partnery. „Uvědomujeme si, že právě našim partnerům, kteří mají možnost výběru z nabídky více finančních institucí, musíme poskytovat nadstandardní služby a servis“, říká generální ředitel. Vývoj na trhu v této oblasti spolupráce jde mílovými kroky kupředu a Kooperativa si klade za cíl dosáhnout těch nejvyšších met [31].

12.4 ING Životní pojišťovna

Rok 2009 je pro ING mimořádný. Chystá se i nadále výrazně posilovat svůj manažerský tým. Jejím prioritním cílem je zaručit tu nejvyšší možnou úroveň v rámci pomoci svým zákazníkům řídit jejich finanční budoucnost.

ING Životní pojišťovna je velmi úspěšná v ocenění Zlaté koruny. Za rok 2008 získala Zlatou korunu za produkty: Spořicí účet ING konto, ING penzijní připojištění, ING Invest Energy. Stříbrnou korunou byl oceněn produkt ING Invest Materils.

13 SOCIÁLNÍ OKOLÍ

Posun určitě nastal, jde však o pozvolný proces. Výzkum, který si k finanční gramotnosti našich občanů nechalo udělat ministerstvo financí dokazuje, že klienti finančních institucí sami sebe hodnotí v této oblasti jako nejisté. Dospělí v ČR hodnotí své znalosti jako průměrné. Přes 40 % respondentů je se svojí finanční gramotností nespokojeno. 1/5 dospělých se o oblast finančních produktů nezajímá. Velké rezervy jsou vidět v práci s financemi obecně. 1/4 domácností tvoří rozpočet sice pravidelně, ale 2/5 pouze nárazově a 1/3 dokonce vůbec. Z důvodů jejich neznalosti nevyužívá své finanční prostředky 29 % oslovených. Jde zejména o investiční, úvěrové a spořicí produkty. Je zjevné, že současná situace na finančních trzích k průhlednosti a důvěře ve finanční nástroje nepřispěje [31].

Na druhou stranu pracovníci pojišťovacích institucí tvrdí, že zákazníci jsou stále více informovaní a to díky internetu. Mají možnost porovnávat pojišťovny a jsou na své požadavky stále více náročnější.

13.1 Trendy na pojistném trhu

13.1.1 Klienti budou více měnit pojišťovny

Hlavním trendem v pojišťovnictví je změna chování zákazníků. Zatímco dosud charakterizovala průměrného klienta pojišťovny setrvačnost, spokojenost a neochota měnit pojišťovnu, v budoucnosti lze čekat rostoucí zájem klientů o aktivní vyhledávání optimálních produktů a ochotu změnit poskytovatele pojistných služeb. Vyplývá to ze studie World Insurance Report 2008.

Zákazník vyspělého pojišťovacího trhu má podle výsledků studie v průměru 5,2 pojistky, 1,5 životní pojistky a 3,7 neživotní pojistky. Průměrná doba životnosti pojistky činí 9,2 roku.

V důsledku vyšší konkurence, snadného přístupu k informacím a ke srovnání produktů i jejich většího výběru neustále narůstá ochota zákazníků změnit pojišťovnu. Studie odhaluje, že nárůst počtu změněných smluv již na mnoha vyspělých trzích odstartoval. Větší množství změn poskytovatele pojistných produktů je patrné zejména ve Velké

Británii. Podobné trendy se prý zřejmě dříve či později projeví také na ostatních evropských trzích.

Zatímco pro některé pojišťovny je klesající loajalita a setrvačnost klientů hrozbou, pro jiné představuje příležitost pro masivní akvizici nových klientů. Vítězi na trzích se stanou pojišťovny, které pochopí změny na trhu, včas zachytí jejich nástup a s pomocí moderních technologií dokážou vrtkavé zákazníky efektivně oslovit a obsloužit [19].

13.1.2 Prodej pojištění přes internet

Začátky prodeje pojištění jsou spojeny s webovými stránkami jednotlivých pojišťoven, které touto cestou nabízely první produkty, převážně šlo o cestovní pojištění.

Hlavním důvodem pro nákup pojištění přes internet je především rychlost, jednoduchost, ale i cenová úspora. Cena je nejen pro Čechy stále ještě jedním z rozhodujících ukazatelů.

Internet tedy hraje čím dál větší roli v distribuci pojištění stejně jako v ostatních odvětvích ekonomiky. Podle studie World Insurance Report 2008 přibližně 28 % dotázaných zákazníků ve zkoumaných zemích uvedlo, že mají v úmyslu uzavřít své životní pojištění během následujících tří let on-line přes internet. Neživotní pojištění chce touto cestou pořídit 34 % dotázaných klientů. Vzestup zájmu a ochoty uzavřít pojištění on-line tak ohrožuje některé zavedené distribuční modely.

Rostoucí požadavky klientů a jejich specifické potřeby také nutí pojišťovny volit cestu ke specializaci na straně distribučních sítí. Pojišťovny musí stále častěji používat více distribučních kanálů, aby mohly své zákazníky lépe oslovit a rozlišovat. Stále častěji již pojišťovny nevystačí pouze s demografickou segmentací, kdy sledovali pohlaví, věk a vzdělání. Musí vědět o zákazníkovi řádově více informací, aby mohly lépe uspokojit jeho potřeby a očekávání a zvýšit tak svůj podíl na jeho výdajích na pojištění [19].

Negativa prodeje přes internet

Zatím využívá nákupu produktů přes internet jen kolem 10 % klientů. Dalšímu rozšíření brání nedůvěra a obavy z bezpečnosti takto uzavřených smluv. Brzdou je i nerozhodnost potenciálních klientů. To je důvodem k tomu, aby se na trhu nabízely jednoduché produkty. Internet podle mnoho odborníků lze využít jen k distribuci jednoduchých produktů jako jsou například podílové fondy, jinak jde pouze o servisní síť [29].

14 SWOT ANALÝZA AVIVA ŽIVOTNÍ POJIŠŤOVNY

14.1 Silné stránky

Profesionalita - Pojišťovna využívá dlouholetých zkušeností skupiny Aviva z řady vyspělých pojistných trhů, kde se investiční životní pojištění díky svým kvalitám těší značné oblibě klientů. Vyhodnocováním dat a průzkumů a pravidelnými kontakty s klienty Aviva vytváří a spravuje spolehlivé produkty a služby. Klientům je tak důvěryhodným a spolehlivým partnerem.

Transparentnost - Každý klient má zajištěn osobní individuální servis poradců, kteří podrobně vysvětlí všechny detaily nabízených produktů. Všechny informace jsou poskytovány písemně v jasné a srozumitelné podobě. Aktuální změny jsou prezentovány prostřednictvím internetových stránek společnosti. Společnost garantuje pravidelnou osobní návštěvu svých poradců po celou dobu trvání pojištění.

V roce 2004 společnost vložila investice do nových produktů **bankopojištění**. Jedná se o Osobní investiční životní pojištění a Privátní investiční životní pojištění. Oba produkty, které UniCredit Bank Czech Republic (dříve Živnostenská banka) připravila ve spolupráci se sesterskou společností Pioneer Investments a pojišťovnou Aviva, spojují výhody investice do podílových fondů a jednorázově placeného životního pojištění. UniCredit Bank tak na všech svých pobočkách nabízí investiční životní pojištění. Výhodou bankopojištění je především možnost „parazitování“ na značce a image mateřské banky, využití databáze klientů banky a přesné zacílení komunikačního mixu na vybrané segmenty trhu podle příjmu, věku, povolání a jiných dat, které mají banky ve své databázi. Podle Zuzáňáka [11] tato spolupráce může také snížit správní náklady v důsledku společného využívání personálního a technického zázemí.

Rating - V návaznosti na dosažené výsledky byl společnosti Aviva plc. přidělen mezinárodní rating ve stupni „AA“, který byl znovu potvrzen mezinárodní ratingovou agenturou „Standard & Poors“.

14.2 Slabé stránky

Absence neživotního pojištění - Pojišťovna se nezabývá poskytováním neživotního pojištění, což může odradit klienty, kteří upřednostňují mít uzavřené pojištění jak životní tak neživotní v jedné pojišťovně.

Nedostatečné povědomí zákazníků – Pojišťovna má dlouholetou tradici na evropském trhu, ale v ČR ještě není velmi známá. Působí zde až od roku 1997 a navíc do roku 2002 pod názvem Commercial Union. Do roku 2002 společnost používala po celém světě více než 50 jmen a obchodních značek, včetně různých jmen v rámci některých zemí.

14.3 Hrozby

Potenciální konkurence – Nízká propojištěnost může být podnětem ostatních pojišťoven na českém trhu orientovat se na životní pojištění. Pro pojišťovnu by to znamenalo hrozbu zvyšující se konkurence.

Podíl na trhu – V roce 2008 pojišťovna Aviva zaujímá 13. pozici na trhu životního pojištění s tržním podílem 1,36 % (viz Příloha IV). Tento výsledek není příliš pozitivní a může mít i do budoucna negativní dopad na míru využívání služeb a produktů společnosti ze strany obyvatel, neboť ti mají tendenci více důvěřovat „větším“ a známějším institucím.

Internet – Nízká míra spolupráce s internetovými portály může mít negativní vliv na výsledky počtu uzavřených pojistných smluv. Lidé stále více využívají možnosti uzavření životního pojištění on-line přes internet bez toho aniž by chodili na pobočky nebo si sjednávali schůzky s poradci. Velkou výhodou je pro ně možnost srovnání nabídek více pojišťoven a to rychle z pohodlí svého bytu.

Legislativní prostředí – Může dojít k přísnější regulaci ze strany státu např. ve způsobu umístění technických rezerv, nebo stát může snížit výši daňových odpočtů.

Finanční krize - Současná finanční krize se může projevit na pojistném trhu více než analytici očekávají. Po celý rok 2009 bude pravděpodobně panovat nejistota. Negativní dopad může mít i na investiční životní pojištění, protože jeho kapitálová hodnota je do značné míry ovlivněna situací na finančním trhu.

Ze strany velkých firem se zájem o pojistné produkty projevuje především v příspěvcích na životní pojištění zaměstnanců. Dá se předpokládat, že očekávané zpomalení hospodářského růstu se negativně promítne i do oblasti zaměstnaneckých benefitů.

Lze očekávat, že v roce 2009 zajišťovny zvýší své sazby. Hlavním důvodem je právě krize na finančních trzích a také to, že ceny akcií jdou dolů. Celosvětová finanční krize tak silně ovlivňuje hospodaření zajišťoven. Což jsou finanční obři.

14.4 Příležitosti

Růst ve využívání investičního pojištění - Stále rostoucí zájem klientů o investiční životní pojištění ukazuje na vhodně zvolenou koncepci, která je také podpořena pokračující integrací České republiky v rámci Evropské unie. Dynamiku využívání investičního životního pojištění můžeme vidět v Grafu 4. Vývoj českého trhu směřuje k užitečným hodnotám, které již nemohou být zajišťovány tradičními pojistnými produkty a které jsou proto často nahrazovány produkty moderního investičního pojištění, na které se Aviva již od svého vstupu na trh jako jedna z prvních pojišťoven specializuje.

Nízká propojištěnost - Dynamika růstu životního pojištění v jiných státech je mnohem větší než v ČR. Jak již bylo zmíněno v kapitole 11.3., pojištěnost v ČR je ve srovnání s průměrem EU jen poloviční. Této nízké propojištěnosti může pojišťovna využít k získání nových klientů, tedy určení vhodných segmentů na trhu, kteří ještě ŽP nemají uzavřené.

Finanční krize - Současná situace na trhu ovlivněná finanční krizí může dát příležitost pro pojišťovnu přesvědčit obyvatele o důležitosti pojištění vlastního života. Finanční krize všem ukázala, jak rychle je možné o peníze přijít, tak proč je nevyužít k zajištění toho nejdůležitějšího a to je vlastní život a rodina. Mít vhodné pojištění se vyplatí za každé doby, právě v době krize si lidé často více uvědomují rizika a hledají způsob jejich krytí.

Důchodový systém - Situace by se mohla změnit, bude-li prosazen takový model české penzijní reformy, jehož součástí bude životní pojištění. Pak by lidé byli podstatně více než nyní motivováni k uzavírání smluv kapitálového životního pojištění, ale i jeho moderních forem v podobě investičního pojištění. Pro zaručení funkčnosti důchodového a sociálního systému je cílem do budoucna stávající systémy upravit, aby se zvýšila motivace

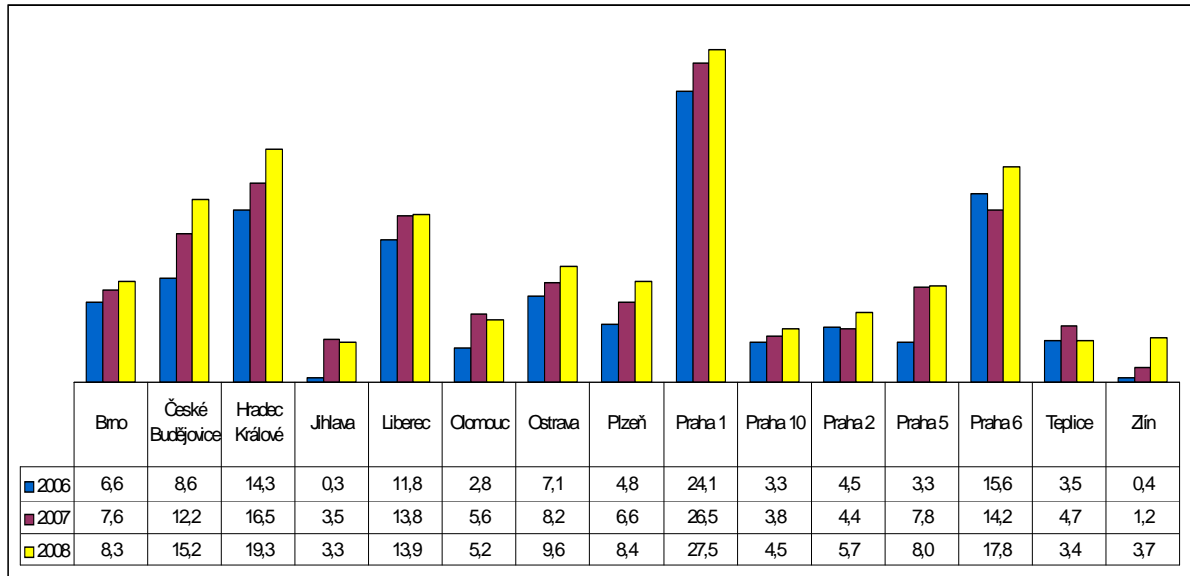
jednotlivců převzít odpovědnost za vlastní životní úroveň v době důchodového věku nebo jiných složitějších životních situacích.

Značka - Aviva tvoří novou a silnou mezinárodní finanční značku. Jméno CGNU bylo ve své době pragmatickým řešením, ale nikdy nebylo součástí dlouhodobých plánů skupiny. Zastřešení aktivit pod značku Aviva může znamenat přínos ve smyslu úspor v oblasti marketingu, zejména v reklamě a sponzorství. Zvýší se také povědomí o značce po světě, ale i v ČR a zjednoduší se tak získávání nových klientů a nových trhů. Jméno Aviva bylo pozitivně testováno po celém světě a je spojováno se zdravým způsobem života, vitalitou a úspěchem. To plně odpovídá tomu, co pojišťovna chce přinášet všem svým klientům.

Nový trend na trhu – Klienti budou více měnit pojišťovny. Do budoucna lze čekat rostoucí zájem klientů o aktivní vyhledávání optimálních produktů a ochotu změnit poskytovatele pojistných služeb. Vyplývá to ze studie World Insurance Report 2008. Tato skutečnost proto představuje příležitost pro masivní akvizici nových klientů. Dosáhnout lepší pozice na trhu by mohla Aviva pojišťovna, pokud pochopí změny na trhu, včas zachytí jejich nástup a s pomocí moderních technologií dokáže nerozhodné zákazníky efektivně oslovit a obsloužit.

15 FIREMNÍ VÝSLEDKY POJIŠŤOVNY AVIVA

Po celé České republice se vyskytuje 15 RK (regionálních kancelářů) pojišťovny Aviva.



Graf 8 Srovnání celoroční produkce RK 2006-2008 [43]

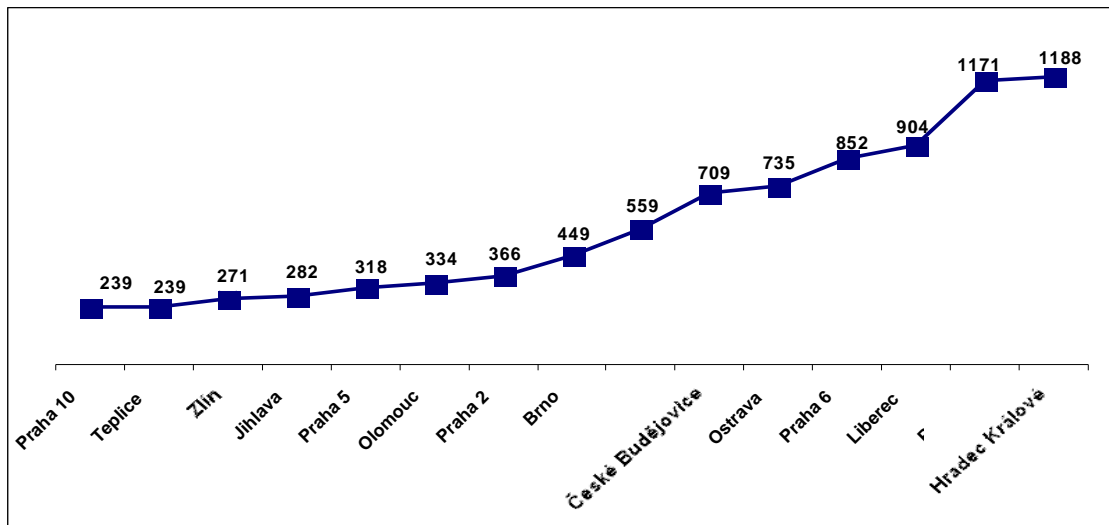
2008/2006:

- pokles: Teplice
- nejvyšší absolutní nárůst: RK České Budějovice (+ 6,6 mil. Kč), RK Hradec Králové (+ 4,9 mil. Kč) a RK Praha 5 (+ 4,7 mil. Kč)

2008/2007:

- pokles: Jihlava, Olomouc, Teplice
- nejvyšší absolutní nárůst: RK Praha 6 (+ 3,6 mil. Kč), RK České Budějovice (+ 2,9 mil. Kč) a RK Hradec Králové (+ 2,8 mil. Kč)

Na grafu níže můžeme sledovat vývoj v počtu uzavřených smluv v jednotlivých RK.



Graf 9 Pořadí RK podle počtu pojistek 2008 [43]

V následující tabulce je uvedeno pořadí RK podle produkce a počtu pojistek za rok 2008.

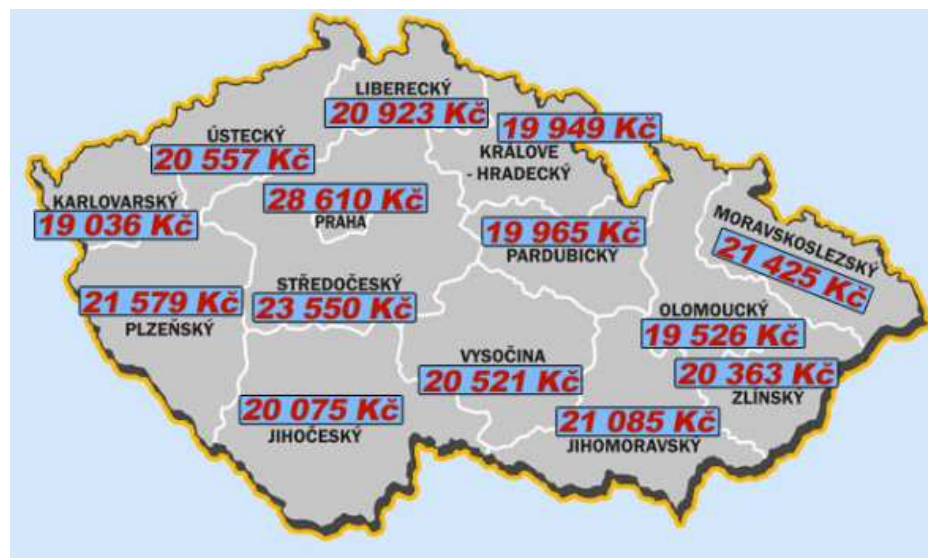
Tab. 2 Pořadí RK podle produkce a počtu pojistek za rok 2008 [43]

	PRODUKCE	POČET POJISTEK
1. místo	Praha 1 = 27,5 mil. Kč	Hradec Králové = 1188
2.místo	Hradec Králové = 19,3 mil. Kč	Praha 1 = 1171
3.místo	Praha 6 = 17,8 mil. Kč	Liberec = 904

Z předchozích dat můžeme vidět, že největších úspěchů pojišťovna Aviva dosahuje v Praze a Hradci Králové a pozitivní výsledky dosahuje také v Liberci v počtu uzavřených smluv. Pro srovnání dále uvádím nezaměstnanost a průměrnou měsíční mzdu jako možné faktory, které na tuto skutečnost pravděpodobně mají vliv.

Tab. 3 Nezaměstnanost v jednotlivých krajích za rok 2007 (v %) [36].

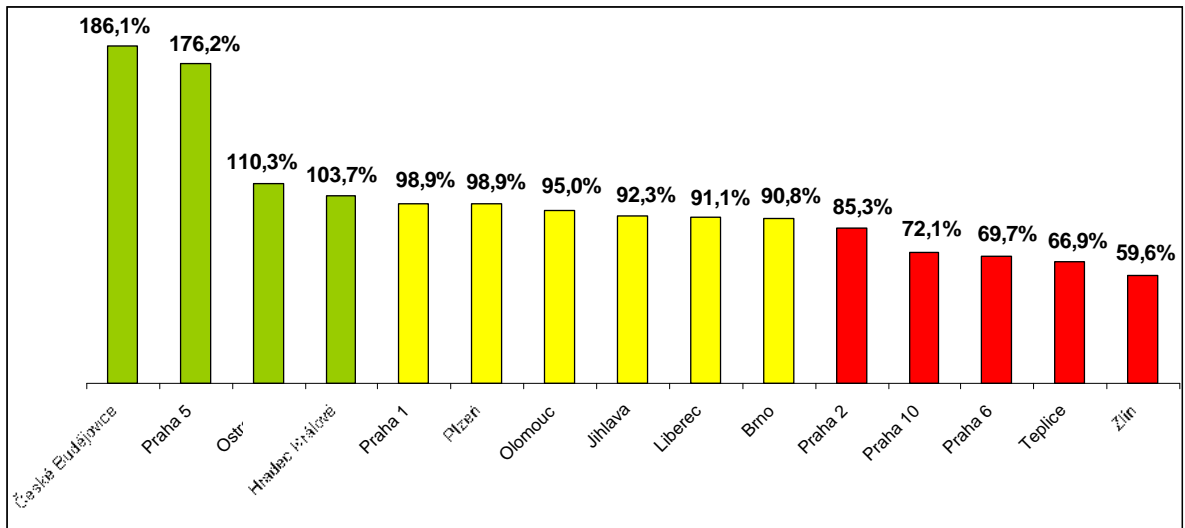
Praha	Jihočeský kraj	Jihomoravský kraj	Královéhradecký kraj	Liberecký kraj	Moravskoslezský	Pardubický kraj	Plzeňský kraj	Středočeský kraj	Ústecký kraj	Zlínský kraj	Karlovarský kraj	Kraj Vysočina
2,8	3,6	6,3	4,5	6,5	10,0	5,0	4,0	4,0	11,3	6,1	8,7	5,1



Obr. 1 Průměrná měsíční mzda v ČR dle krajů za rok 2008 [40].

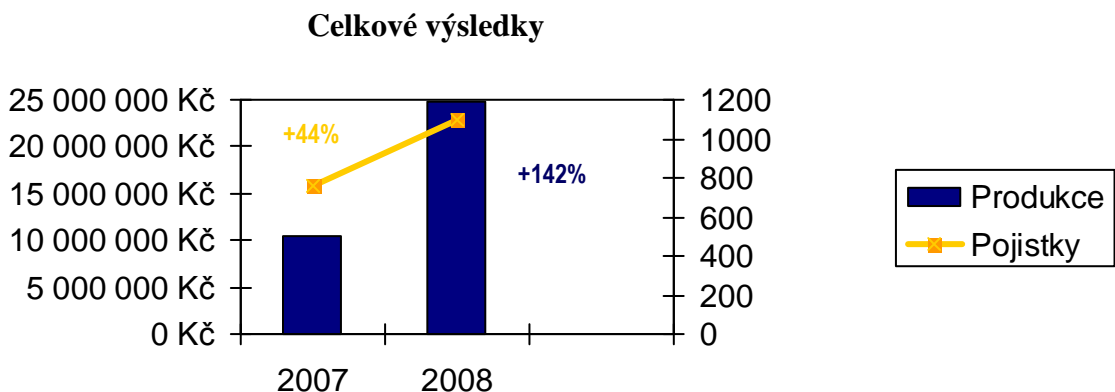
Z tohoto přehledu můžeme vidět, že úspěchy v produkci v Praze mohou být zapříčiněné jak nejnižší mírou nezaměstnanosti, tak také nejvyšší mírou průměrných měsíčních mezd. Nemusí to být však ten nejdůležitější faktor, který ovlivňuje prodejnost pojišťovny, což vyvrací výsledky např. v kraji Vysočina. Zde můžeme vidět, že nezaměstnanost je na nižší úrovni jako např. ve Zlíně a průměrná měsíční mzda je nepatrně vyšší, ale i přesto je produkce ŽP nižší ve srovnání se Zlínským krajem.

Na následujícím grafu můžeme vidět, že pouze 4 z 15 regionálních kanceláří splnilo plán celkové produkce. Tyto nepříznivé výsledky mohly být zapříčiněny špatnou ekonomickou situací v celé ČR zapříčiněné finanční krizí. Jsou to výsledky pouze za 4. čtvrtletí, ale pokud se podíváme na graf 11, tak můžeme sledovat pozitivní výsledky ve srovnání s rokem 2007.



Graf 10 Plnění plánu produkce 4Q 2008 [43]

Níže uvedený graf znázorňuje zvýšení celkových prodejních výsledků pojišťovny za rok 2008. Můžeme vidět, že pojišťovna zaznamenala velmi pozitivní výsledky jak v produkci, tak v počtu uzavřených pojistek.



Graf 11 Firemní obchod výsledky 2007/2008 [43]

Tab. 4 Firemní obchodní výsledky 2008 [43]

	Produkce		Pojistky	
	2007	2008	2007	2008
Aviva	10 420 295 Kč	24 726 598 Kč	761	1100

Tab. 5 Porovnání plánu a skutečnosti za rok 2008 [43]

	Produkce	
	Plán 2008	Skutečnost 2008
Aviva ŽP	15 695 000 Kč	24 726 598 Kč

15.1 Spolupráce pojišťovny s pojišťovacími zprostředkovateli

Úspěšnost pojišťovny se značným způsobem odvíjí od práce pojišťovacích zprostředkovatelů. Pojišťovna Aviva si tuto skutečnost uvědomuje a proto stále více směřuje úsilí na co nejlepší adaptaci nových PZ, na jejich trénink a kontrolu činnosti.

15.1.1 Adaptace pojišťovacího zprostředkovatele

Fáze náborová

V této fázi musí každý účastník projít test 1 – tzv. Prescreening a test 2 – tzv. POP6.

Ohodnocení v testu POP 6 je na škále 1- 5. PZ prospěl při dosažení 3 – 5.

Fáze přípravy na předepsaný test z pojišťovnictví dle zákona č.38/2005 Sb.

PZ se domácí přípravou připraví na následující body:

- Základní pojmy, dohled a mlčenlivost v oblasti pojišťovnictví;
- Právní úprava soukromého pojištění, právní normy;
- Zprostředkování pojištění, právní vztahy, ostatní znalosti.

PZ dále absolvují konzultaci s Unit Managerem o základních znalostech a konzultaci k celé přípravě na test „základního stupně“.

Fáze přípravy na předepsaný test znalostí Aviva

- Stručné dějiny pojišťovnictví, společnost Aviva;
- Myšlenka životního pojištění, analýza potřeb, smysl prodeje;
- Konzultace s UM k myšlence a smyslu ŽP;
- Stručný přehled druhů pojištění, používaná terminologie;
- Investiční ŽP, projekce;
- Pojistné produkty – Aviva;
- Programy investování a konzultace s UM k produktům a investování;
- Sazebník poplatků, vzorové příklady, Handy Help;
- Zkušební agenturní test Aviva.

Fáze přípravy na vstupní školení PZ Aviva

- Popis a zadání vytvoření Projektu 100 (vypracovaný seznam 100 klientů, které bude PZ telefonicky kontaktovat);
- Kontrola použitelnosti Projektu 100.

Fáze vstupního školení nových PZ Aviva

- Absolvování vstupního školení v předepsaném rozsahu;
- Závěrečné přezkoušení na vstupním školení.

Fáze praktického zaškolení PZ

- Vyhodnocení školení a sjednání Dohody o výkonu PZ;
- Zařazení do programu ARP 2;
- Kontaktování 20 vybraných osob z Projektu 100;
- První schůzka s potencionálním klientem v terénu či na RK za přítomnosti UM.

15.1.2 Anketa mezi novými pojišťovacími zprostředkovateli

Mezi novými PZ byl proveden průzkum na zjištění hlavních důvodů navázání spolupráce s pojišťovnou Aviva, ke zjištění jejich očekávání, vnímání společnosti, důvody spolupráce, obavy atd.

Otázka č. 1: Co bylo rozhodujícím důvodem, pro který jste se rozhodli spolupracovat se společností Aviva?

Nejčastější odpovědi: finance, práce s lidmi, možnost růstu a postupu, náplň práce PZ, produkty, možnost seberealizace a nezávislé činnosti, tradice a filosofie společnosti, školení.

Otázka č. 2: Z čeho máte ve své nové práci největší obavy?

Nejčastější odpovědi: oslovení a získání klientů, odmítnutí, nedostatek kontaktů, jak prodat, začátky, zvládnutí všech produktů.

Otázka č. 3: Co očekáváte v nejbližších měsících od společnosti Aviva?

Nejčastější odpovědi: zaškolení, pomoc, podpora, rada, zázemí, získání nových zkušeností, proškolení, finanční zlepšení, pomoc při schůzkách s klientem, rozvoj [43].

15.1.3 Nová produktová prezentace

Určena pro Unit managery (UM), kteří připravují nového pojišťovacího zprostředkovatele (PZ) na vstupní testy, případně na servisní schůzku u převzatého klienta.

Aby školení bylo skutečně efektivní, obsahuje tato prezentace i doporučení ohledně seznámení PZ s písemnými materiály.

Nově jsou přidány snímky o typech klientů, pro které je daný produkt vhodný a pro některá připojištění i odůvodnění, proč by si je měl klient sjednat.

Na závěr I. fáze je zařazeno opakování vybraných parametrů produktů tak, aby si UM mohl jednoduše ověřit, do jaké míry byly nové informace PZ vstřebány.

Na některých snímcích jsou použité animace, jejichž cílem je buď upozornit na animovanou část nebo poskytnou informace postupně [43].

15.1.4 Systém podpory pro nováčky - Aviva Rewards Programme (ARP)

Společnost Aviva si uvědomuje, jak je v začátcích nové kariéry důležitá pomoc a podpora ze strany společnosti, a proto nabízí systém opatření, jehož cílem je, aby PZ byli úspěšní.

Program ARP trvá 12 měsíců.

Během programu ARP bude ze strany manažera a regionálního ředitele poskytována nepřetržitá pomoc a podpora.

Díky ARP si také PZ bezplatně osvojí potřebné znalosti a dovednosti (školení, tréninky, workshopy vedené zkušenými profesionály, podpůrné materiály).

Během těchto 12 měsíců budou vypláceny nadstandardní odměny za zprostředkovatelskou činnost a navíc bude každý měsíc vyplacena částka 8 000 Kč.

Celkově je možno během prvního roku získat navíc až 100 000 Kč.

Tab. 6 Odměny v systému ARP

Cíl	Pojistné (kumulativně)	Pojistky (kumulativně)	Odměna v Kč
1	20 000	2	8 000
2	40 000	4	8 000
3	60 000	6	8 000
4	84 000	8	8 000
5	108 000	10	8 000
6	132 000	12	8 000
7	170 000	15	8 000
8	210 000	18	8 000
9	250 000	21	8 000
10	290 000	24	8 000
11	330 000	27	8 000
12	370 000	30	12 000
Celkem			100 000

ARP systém nabízí možnost získání kvalitního pracovního zázemí (školení, vybavená kancelář, podpora manažera, ředitele kanceláře i centrály.

Dále nabízí finanční podporu formou bonusů jako např. 5 000 Kč za úspěšné absolvování vstupního školení a testů, uhrazení registračního poplatku u ČNB ve výši 2 000 Kč [43].

15.1.5 Motivační program pro pojišťovací zprostředkovatele

V motivačním programu proběhla změna – hodnotí se i jednotlivé kvartály.

Kritéria :

- Minimálně 180 000 Kč produkce;
- Minimálně 9 pojistek (3 x 3 pojistky měsíčně).

Každý PZ, který toto splní, dostane ihned odměnu **3 000 Kč** poukázky na benzín. Touto změnou chce pojišťovna dát malou odměnu ihned a tím tak podpořit průběžné výkony.

Splnění všech 4 kvartálů = celoroční kritérium

Jedná se o zlatou kategorii, kde je možné získat zájezd do evropských destinací.

- Minimálně 36 pojistek a 720 000 Kč produkce

Když nejsou splněna výše uvedená kritéria kvartálu, následuje „**žlutá karta**“ a PZ nedostane poukázky. Ale možnost ještě ve zbytku roku dohnat.

Dvě „žluté karty“ = „**červená karta**“ a PZ z celoroční motivace vypadává.

Kritéria pro zařazení mezi elitní poradce od 1.1.2010

Jedná se o diamantovou kategorii a možnost získat exotický zájezd.

- Celoročně 36 pojistek, produkce 1 500 000 Kč;
- Maximálně jedna žlutá karta;
- Celoroční zánikovost.

Možnosti elitního poradce (FE):

- Diamantový zájezd s možností účasti partnera;
- Vyhlášení na konferenci, certifikát A3, odznak FE;
- Manažerské křeslo, stůl na RK;
- Odměna 40 000 Kč (vyplácená postupně);
- CCS karta 24 000 Kč ročně (dotovaná postupně);
- Kredit na reklamní předměty 12 000 Kč ročně.

16 PRŮZKUM KLIENTŮ AVIVA

16.1 Cíle průzkumu

- Zjistí míru spokojenosti klientů;
- Kvalita poskytovaného servisu;
- Vnímání klienta značky Aviva;
- Podklady pro zlepšování spokojenosti klientů a snížení rušení smluv.

16.2 Hlavní charakteristika průzkumu

- Pilotní fáze průzkumu začala v říjnu 2008 a skončila v prosinci 2008;
- Klienti byli obvoláváni operátory Call centra AVIVA a doplňující otázky potřebné k diplomové práci byli získány v únoru 2009 ve spolupráci s pobočkou Avivy ve Zlíně.

Obvolávání jsou dva typy klientů:

1. Nový klient - cca 100 kontaktů měsíčně, dva týdny od vydání pojistky;
2. Stávající klient - cca 200 kontaktů měsíčně, týden před výročním datem.

Klienti jsou vybíráni náhodně z celého portfolia AVIVA.

Klientovi jsou položeny dotazy vztahující se:

- Postup pojišťovacího zprostředkovatele při sjednávání nového pojištění;
- Postup pojišťovacího zprostředkovatele při kontaktování klienta před výročím;
- Marketing, tj. otázky, jak vnímá klient AVIVA a jak se rozhoduje.

Všem klientům se klade otázka, jak jsou ochotni doporučit AVIVA svým blízkým a jejich hlavní důvod pro doporučení.

Dotazy byli vypracované spolu s obchodním a marketingovým oddělením.

16.3 Měření klientské spokojenosti – NPS

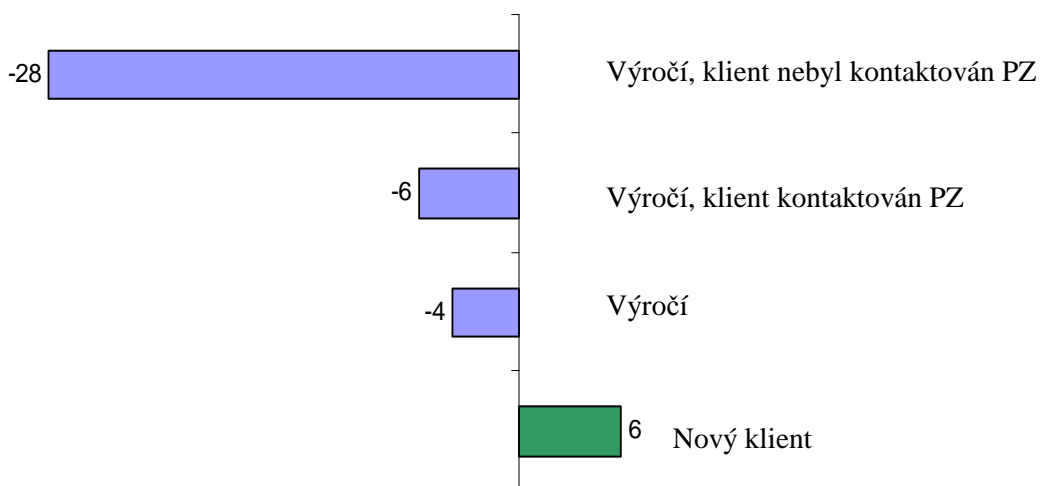
Net Promoter Score (NPS) je hlavní měření klientské spokojenosti v AVIVA celosvětově.

NPS vyjadřuje převahu klientů, kteří vnímají AVIVA pozitivně nad klienty, kteří vnímají AVIVA negativně.

Otázka: *Jak je pravděpodobné, že byste doporučil životní pojišťovnu Aviva svým přátelům a kolegům?*

$$\boxed{\text{NPS}} = \boxed{\% \text{ Zastánců}} - \boxed{\% \text{ Odpůrců}}$$

Výsledky NPS:



Nejraději využívané způsoby komunikace	%
PZ	81
E-mailem	17
Poštou	15
Klientské centrum	13

40 % klientů by si přála více informací o programech investování

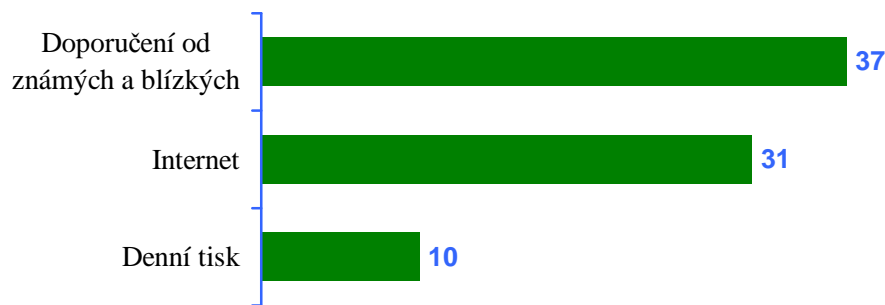
14 % dotázaných klientů někdy uvažovalo o ukončení svého životního pojištění

Jak klient hodnotí AVIVA

(průměrné body, 1-5, 5 je nejlepší)



Tři nejdůležitější zdroje informací pro rozhodování klientů



Z výsledků vyplývá, že pojišťovna se jeví jako důvěryhodná pro stávající klienty pojišťovny, což je velmi pozitivní zjištění, neboť v následujícím období se dá očekávat zvyšující se nejistota nejen na pojistném, ale i kapitálovém trhu způsobená probíhající finanční krizí.

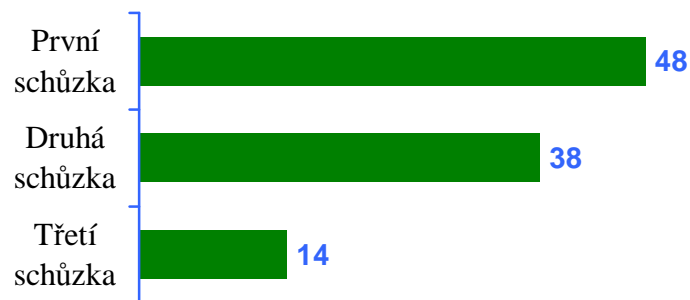
Dalším poznatkem je skutečnost, že klienti jsou při svém rozhodování ovlivněni doporučením od svých známých a blízkých. Pokud tedy pojišťovna bude mít spokojené klienty, kteří budou pojišťovnu doporučovat svým známým, může tak zvýšit prodejnost svých produktů.

Průzkum ukazuje, že právě noví klienti mají vyšší NPS, tedy ochotu doporučit pojišťovnu svým přátelům a kolegům, než klienti stávajících pojistek. Pojišťovací zprostředkovatelé by tedy neměli opomíjet stávající klienty a snažit se jim nadále poskytovat co možná nejkvalitnější servis.

16.4 Zjištění kvality servisu

PZ se má setkat s klientem 2krát před sjednáním nového pojištění.

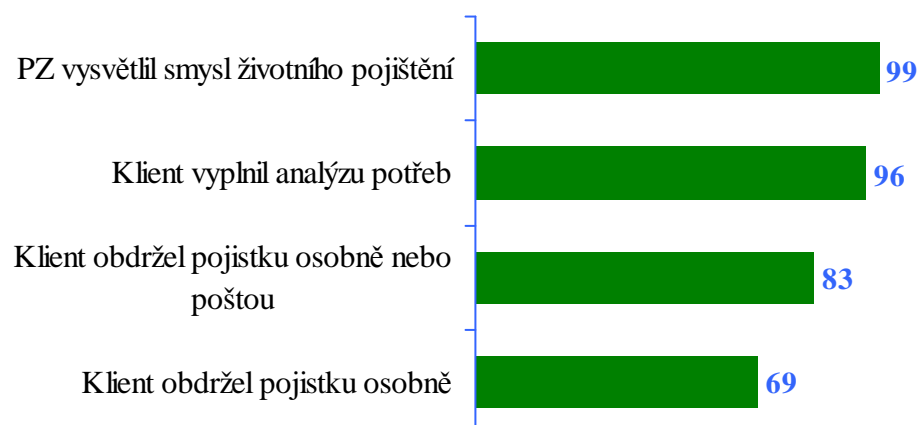
Na kolikáté schůzce podepsal klient Návrh



Při sjednávání pojištění by PZ měl:

- Vysvětlit smysl životního pojištění
- Vyplnit Analýzu potřeb
- Osobně předat pojistku

Jak PZ postupoval při sjednání pojištění (%)



17 ZHODNOCENÍ PROVEDENÝCH PRŮZKUMŮ

Po provedení průzkumu v pojišťovně Aviva bylo zjištěno, že největších prodejních úspěchů pojišťovna zaznamenává v Praze 1, Praha 6 a Hradci Králové. Jsou to kraje, kde jsou nejlepší výsledky co se týče nezaměstnanosti a výše mzdy. V Teplicích Aviva zaznamenala pokles produkce o 27 % v roce 2008 v porovnání s rokem 2007. Tyto výsledky jsou také pravděpodobně způsobené nejvyšší nezaměstnaností Ústeckého kraje ze všech krajů v ČR.

Pozitivně však Aviva stojí co se týče celkového plnění plánu za rok 2008. Plán v počtu uzavřených pojistek přesáhla o 44 % a plán produkce dokonce o 142 %.

Po provedení průzkumu mezi klienty Aviva byly zjištěny následující fakta:

- Postup zprostředkovatele je nejdůležitější faktor, který ovlivňuje ochotu klienta doporučit AVIVA;
- Noví klienti mají vyšší NPS než klienti stávajících pojistek;
- Předání indexační nabídky není často využíváno jako příležitost pro předložení nových nabídek;
- Klienti, kteří nemají dobrý servis, jsou méně ochotni doporučit AVIVA;
- Doporučení od přátel a blízkých je hlavní faktor, který ovlivňuje rozhodování klienta.

17.1 Základní prvky vedoucí k vytvoření projektu na zvýšení prodejnosti pojišťovny Aviva

Z provedených analýz je zřejmé, že firemní výsledky jsou ovlivněny faktory jako je míra nezaměstnanosti nebo výše mezd klientů. Tyto faktory však pojišťovna nemůže ovlivňovat, aby tak mohla dosáhnout lepších výsledků ve své produkci. Doporučovala bych zaměřit se spíše na přesvědčení klientů o důvěryhodnosti pojišťovny a stálou inovaci svých produktů tak, aby byly co nejvíce flexibilní a vyhovovaly tak co největšímu počtu skupin či segmentů zákazníků. Inovace je totiž jedna z hlavních činností, která v dnešním globálním světě vede k udržení konkurenceschopnosti.

Za další významný faktor, který může pozitivně ovlivňovat prodejnost produktů u pojišťovny je kvalitní činnost pojišťovacích zprostředkovatelů, kteří mají značný vliv na rozhodování zákazníků, jak z průzkumu vyplývá. V kapitole 15 je popsána spolupráce pojišťovny se svými pojišťovacími zprostředkovateli obsahující adaptaci PZ, motivační programy a provedení průzkumu mezi PZ ke zjištění hlavních požadavků, ambicí a očekávání, které PZ mají vzhledem ke spolupráci s pojišťovnou. V závěru je tato problematika zhodnocena s uvedením mého doporučení k možnému vylepšení.

V následující kapitole se však zaměřím na již zmiňovaný projekt, vedoucí ke zdokonalení stávajících produktů či vývoji zcela nových, konkurenceschopných produktů.

17.2 Inovace stávajícího produktu

Jak již bylo řečeno, inovace je jedna z nejdůležitějších činností, které musí společnost provádět pro udržení své konkurenceschopnosti. Nyní uvedu možný postup při vývoji nového produktu. Při konstruování následujícího postupu vycházím z přístupu paní Rollerové a pana Krále [37]. Tento postup může sloužit jako určitý vzor, podle kterého se pak mohou inovovat stávající produkty pojišťovny. Na konci tohoto procesu tedy vyberu některý ze současných produktů Aviva a navrhuu případné změny, které by mohly vést ke zdokonalení produktu či případné změně ve způsobu jeho prodeje.

Obsah:

Fáze vývoje

Oceňování

Faktory mající vliv na oceňování

Strategie oceňování

Měření ziskovosti

Předpoklady

17.2.1 Fáze vývoje

1. Počáteční fáze, která obsahuje následující body

- Identifikace cílových trhů a potřeb;

- Identifikace největší konkurence.

2. Návrh produktu

- Zohlednění strategie a cílů společnosti;
- Výběr cílového trhu;
- Definice benefitů;
- Rozhodnutí o struktuře sazeb pojistného;
- Zhodnocení rizik.

3. Fáze implementace

- Ocenění;
- Formát pojistek;
- Marketingové materiály;
- Získání zajištění;
- Rozhodnutí o nabídce doplňkových benefitů;
- Zahájení prodeje produktu.

Body první a druhé fáze byly uvedeny již v první části praktické části, proto se budu v následující části věnovat fázi třetí, konkrétně bodem oceňování.

17.3 Oceňování

Oceňování je proces, který má za úkol co nejlépe kombinovat především následující faktory: vlastnosti produktu, zisková marže, výše pojistného, podíl na zisku, solventnost, zajištění, provize, daně, prodeje a náklady.

Cílem oceňování je dospět k takovému produktu, který vytvoří:

- přijatelnou výši prodejů;
- přijatelnou výši zisků.

Produkt a jeho cena musí splňovat různé požadavky managementu, akcionářů, marketingu a klientů pojišťovny.

Požadavky managementu:

- Zachování růstu prodeje;
- Maximalizovat zisk;
- Minimalizovat provozní náklady;
- Zdokonalovat servis pro klienty;
- Zůstat solventní.

Požadavky akcionářů

- Maximalizovat zisk;
- Být nadále solventní;
- Dlouhodobá maximalizace tržní hodnoty.

Požadavky marketingu

- Maximalizovat provize;
- Obstát v boji s konkurencí;
- Maximalizovat prodej.

Požadavky klientů

- Maximalizovat benefity;
- Získat kvalitní servis od poradců a zprostředkovatelů;
- Získat kvalitní servis od pojišťovny;
- Důvěryhodnost.

17.3.1 Faktory mající vliv na oceňování**1. Cíle oceňování**

Pro pojišťovnu bych navrhovala své cíle orientovat na vyrovnání se konkurenci. Tato strategie je typická tím, že daná společnost nechce konkurovat cenou, ale chce získat klienty jinými faktory marketing mixu. Výše pojistného se blíží průměrné výši na trhu.

2. Náklady

Náklady určují dolní mez pro výši pojistného. Oceňování produktů životního pojištění je složitý proces oproti oceňování většiny ostatních produktů. A to z toho důvodu, že výše pojistného je stanovována mnohem dříve než jsou známy všechny náklady a alokace nákladů je obtížná.

Přímé náklady (vztažené na produkt): provize, plat produktového manažera, uzavření pojistky.

Nepřímé náklady (nevztažené na produkt): nájem, daně, plat managementu.

Fixní náklady (stejně při změně v počtu prodejů): nájem, daně, underwriting.

Variabilní náklady (mění se se změnou prodejů): uzavření pojistky, provize, lékařské prohlídky.

Počáteční náklady (souvisí s uzavřením smlouvy): vývoj produktu, sjednání pojistky, ziskatelská provize,

Následné náklady (souvisí se správou pojištění): následné provize, správa smlouvy, IT, administrativa.

3. Zákon nabídky a poptávky

Poptávka určí horní mez pro výši pojistného. Při analyzování poptávky po produktu je důležité sledovat cenovou elasticitu poptávky. Ta vyjadřuje procentuální změnu poptávaného množství daného statku při změně jeho ceny o 1 %.

Faktory ovlivňující elasticitu poptávky

- *Podíl výdajů na určité zboží v rozpočtu spotřebitele* - čím je vyšší podíl, tím je vyšší elasticita.
- *Povaha potřeb, které zboží uspokojuje*. Elasticita poptávky po statcích uspokojujících základní životní potřeby je nižší než elasticita poptávky po luxusních předmětech.
- *Existence a dostupnost substitutů* – čím více jsou substituty hojnější a dostupnější, tím je elasticita vyšší.
- *Elasticita poptávky se mění v čase* – s prodloužováním času roste elasticita.

Z uvedeného vyplývá, že bychom mohli u produktů životního pojištění předpokládat elastickou poptávku větší jak 1. To znamená, že změna ceny vyvolá větší procentní změnu objemu poptávaného zboží.

4. Zákazník

Při analyzování klienta je dobré znát následující faktory:

- Nákupní síla;
- Vzdělanost;
- Znalost produktu;
- Požadovaný servis.

Z uvedených bodů plyne, že nákupní síla je největší především v regionech s nejnižší mírou nezaměstnanosti a vysokým příjmem. Z tohoto hlediska jsou pro pojišťovnu nejvíce zajímavý kraje Středočeský, oblast Plzně a Prahy. Do těchto segmentů bych proto směřovala produkty, které jsou finančně náročnější z důvodu vysokého počátečního pojistného. Naopak v segmentech, kde jsou nižší příjmy a vysoká nezaměstnanost bych pojišťovně doporučila směřovat produkty, které vyžadují rovnoměrný přísun kapitálu. V těchto segmentech by se měla pojišťovna snažit klienty přesvědčit o její důvěryhodnosti a poskytovat co možná nejkvalitnější servis. Vzdělanost zákazníků se stále zdokonaluje a tak také požadavky na poskytování servisu.

5. Konkurence

U konkurence bychom měli znát:

- Náklady konkurence;
- Zdroje kapitálu;
- Dosavadní změny v cenách konkurence;
- Silné a slabé stránky konkurence.

Konkurence je na pojistném trhu velká. Hlavní konkurenti jsou popsáni v kapitole 12.

6. Zákony

Role státu je zabezpečovat fungování pojišťovnictví ve stabilizovaném tržním prostředí. Státní regulace si klade za základní cíl ochranu práv a zájmů potencionálních a reálných klientů a to za pomoci následujících prvků:

- Regulované pojistné;
- Výše rezerv a daní;
- Požadavek na minimální kapitál.

7. Marketing mix

Cena - ocenění produktu může ovlivnit výše ceny.

Produkt - ovlivnění oceňování konstrukcí, benefity, servisem.

Distribuce - ovlivnění nákladů.

Podpora - ovlivňuje oceňování tím, jak klienti vnímají produkt a jeho cenu.

Na všechny uvedené „4P“ by měla pojišťovna nahlížet komplexně a neopomenout ani jednu část.

17.3.2 Strategie oceňování

Pro pojišťovnu bych navrhovala používat strategii orientovanou na zákazníka, pro kterou jsou typické následující znaky:

- Pojistné stanoveno tak, aby bylo přijatelné pro co nejvíce zákazníků;
- Společnost má ocenit produkt podle zjištěných potřeb zákazníka, neboť pro něho je nejdůležitější hodnota produktu;
- Vliv psychologie prodeje.

17.3.3 Míry ziskovosti

Z následujících možností pro výpočet míry ziskovosti, které používají např. v ING Životní pojišťovně, bych se přiklonila k poměru zisku a výnosů. Je to podle mého názoru nejvhodnější ukazatel pro produkty investičního životního pojištění.

Vnitřní výnosové procento = internal rate of return (IRR)

Můžeme ho chápat jako úrokovou míru, při které se současná hodnota budoucích zisků rovná nule nebo jako očekávaný výnos kapitálu investovaného do pojišťovny či produktu.

Pokud zisk mění znaménko více než jednou, může existovat více IRR. Tento ukazatel není často používán.

Zisk / Pojistné

Vyjadřuje poměr současné hodnoty zisků k současné hodnotě pojistného.

Zisk / Výnosy

Odlišností od předchozího ukazatele je v tom, že výnosy zahrnují kromě pojistného i další položky, např. investiční výnos. Je vhodným ukazatelem pro spořicí produkty.

Zisk / Riziko

Riziko se nejlépe vyjadřuje pomocí poplatků za riziko. Dochází k propojení rizika a zisku. Vhodné je tento ukazatel používat u produktů, kde jsou poplatky vyjádřeny explicitně.

Hodnota nového obchodu = Value of New Business (VNB)

Jde o současnou hodnotu budoucích zisků plynoucích z pojistek prodaných za dané období. Diskontování je provedeno pomocí požadovaného minimálního IRR. Pokud je VNB záporná, sazba pojistného musí být odmítnuta.

Pro „přijatelné“ toky platí: $VNB > 0 \Leftrightarrow IRR > IRR_{MIN}$

Tento ukazatel je velmi důležitým měřítkem při oceňování projektu.

Bod zvratu

Využívá se spíše jako pomocný ukazatel než jako míra ziskovosti. Informuje nás o tom, zda se jedná o produkt s pozdním bodem zvratu, tedy zda váže příliš dlouho kapitál a vystavuje tak společnost riziku stornovosti. Pojišťovna by proto měla zvážit, zda je vhodné dále mít ve své nabídce produkty, které vykazují pozdní bod zvratu, neboť vázanost kapitálu negativně ovlivňuje možnost efektivního využití majetku.

17.3.4 Předpoklady

Náklady

Náklady ve značné míře ovlivňují ziskovost všech produktů. S pojistnými produkty se často objevuje problém alokování fixních nákladů na jednotlivé smlouvy.

Je nutné být nepřetržitě ve spolupráci s oddělením controllingu, aby společnost měla možnost zjistit následující otázky:

- Který druh výkonu vydělává a kolik;
- Které zákaznické skupiny jsou perspektivní a zajímavé;
- Jak se projeví určitá opatření ve změně na hospodářský výsledek;
- K včasnému zjištění, zda se objevujeme ještě v plánu nebo ve již mimo stanovené hranice atd.

Provize

Základní typy:

- Získatelská – za uzavření smlouvy.
- Následná – za správu smlouvy.
- Základní – pro poradce.
- Fixní provize, bonusy – odměna.
- Manažerská – pro ředitele agentury.

Vratka provize - slouží jako ochrana před vysokou stornovostí v prvních letech. Měla by být předem určena doba vratky a procento vratky.

Úroková míra

Je důležitým předpokladem u produktů obsahující spořicí část s garantovaným výnosem. Naopak je méně důležitý pro produkty rizikové a investiční ŽP. Jsou v ní již zohledněny náklady na správu a podíly na zisku.

Garantovaný výnos znamená významné riziko pro pojišťovnu, proto by mělo být riziko dostatečně kontrolováno!

Technická úroková míra

- stanovena vyhláškou;
- zaručený výnos pro klienta;
- výpočet rezerv tradičních produktů.

Makroekonomické předpoklady

- **inlace** – navyšuje administrativní náklady a ovlivňuje nutnost indexace pojistného. Míra inflace značně vzrostla v roce 2008 z hodnoty 2,8 (rok 2007) na hodnotu 6,3. Počátkem roku 2009 se hodnota inflace udržuje na průměrné hodnotě 5,4.
- **diskontní míra** – cena kapitálu a příležitosti. Od 6.2.2009 je na území ČR diskontní sazba 0,75 %, což je nejnižší hodnota za poslední 4 roky.
- **daň**
- **solventnost** – stanovena minimální míra solventnosti, určena regulátorem.

Společnost si může určit vlastní požadavky na kapitál odpovídající požadovanému ratingu.

17.3.5 Příčiny možných odchylek

- Špatný odhad změn ekonomických podmínek;
- Ignorování aktuálního chování klientů;
- Provize a odbytné jsou dohromady vyšší než zaplacené pojistné;
- Špatný odhad o výši prodejů;
- Diskontování budoucích zisků nepřiměřenou diskontní mírou.

17.4 Aplikace uvedeného postupu na současný produkt Aviva Royal II.

Tento produkt jsem si vybrala z toho důvodu, že je nejčerstvější nabídkou pojišťovny Aviva a měl by tedy svou konstrukcí a parametry co nejvíce vyhovovat současnému stavu na kapitálových trzích. Je určen především pro ty, kteří požadují ochranu svých financí a zároveň možnost zajímavého výnosu. Nabídka Aviva Royal II je časově omezená s možností uzavření nejpozději do 22. 4. 2009.

Jde o investiční životního pojištění, které přináší zhodnocení až 75 % za 6 let. Je to tedy speciální program investování s podkladovými aktivy v podobě strukturovaných dluhopisů vydaných přední evropskou bankou Société Générale s následující výplatou po 6 letech garantovanou pojišťovně bankou Société Générale.

Výnos podkladových aktiv se odvíjí od chování portfolia 20 akcií světově významných společností (Altria Group Inc, Apache Corp, Apple Inc, Astellas Pharma Inc, Avon Products Inc, Bridgestone Corp, British American Tobacco Plc, Canon Inc, Cnooc Ltd, Electrolux AB, Honda Motor Co Ltd, Inditex SA, Lowe's Cos Inc, Mc Graw-Hill Cos Inc, Mitsubishi Corp, Pernod Ricard SA, Vinci SA, Volvo AB, Wells Fargo & Co, Wyeth).

17.4.1 Parametry pojištění

Jednorázově placené investiční životní pojištění ve výši 75 000 Kč.

Zhodnocení podkladových aktiv je aplikováno na klientem alokované pojistné, plně se promítne do kapitálové hodnoty pojištění.

Pojistná doba: 6 let (od 30. 4. 2009 do 29. 4. 2015).

V případě smrti výplata 101 % aktuální kapitálové hodnoty pojištění [42].

17.4.2 Způsob stanovení konečného výnosu podkladových aktiv

Způsob výpočtu výnosu je transparentní a zároveň naprosto unikátní. Konečný výnos se počítá dvěma metodami, přičemž vždy se zvolí ta, která klientovi přinese větší zhodnocení.

1. Možnost:

Každoročního navýšení konečného výnosu o 12,5 %. Konečný výnos se navýší v případě, že hodnota žádné z akcií v portfoliu neklesne k předem danému dni v příslušném roce pod 70 % své počáteční ceny (tj. ceny k 30. 4. 2009). Maximální možný konečný výnos podle první metody může být až 75 %.

2. Možnost:

Druhý způsob zjištění konečného výnosu je založen na výnosu celého portfolia akcií za dobu šesti let. Pro každou z 20 akcií je vypočten celkový výnos s tím, že maximální výnos jednotlivých akcií braný v potaz je 75 %. Následně je z těchto hodnot vypočtena

výkonnost celého portfolia jako průměr výnosů všech akcií. Konečné zhodnocení tedy rovněž může být až 75 %.

17.4.3 Navrhované úpravy produktu Aviva Royal II

Pokud bychom výše navrhovaný postup pro inovování stávajících produktů aplikovali na produkt Aviva Royal II, dospěli bychom k názoru, že většině podmínkám a bodům mého projektu či postupu vyhovuje. V závěrečném doporučení však uvádím možné změny, které by tento produkt vylepšily a mohly by mít za následek vyšší prodejnost tohoto produktu. Nyní však chci uvést na konkrétním příkladu, jak by bylo možné dosáhnout zvýšení prodejnosti tohoto produktu.

V mém postupu při inovaci produktů navrhuji, aby si pojišťovna při oceňování zvolila strategii orientovanou na zákazníka. Jeden z jejich základních parametrů je, že pojistné je stanoveno tak, aby bylo přijatelné pro co nejvíce klientů. Současná výše pojistného tomu však neodpovídá, považuji toto pojistné za příliš vysoké. Pojistné bych doporučovala snížit i z toho důvodu, že u produktů životního pojištění můžeme počítat s elastickou cenovou poptávkou na základě parametrů, které tuto elasticitu ovlivňují. Tyto faktory popisují v projektu viz kapitola 17.1.3.

17.4.4 Důsledky navrhovaných změn

Jestliže podnik sníží cenu u produktů, u kterých elasticita cenové poptávky dosahuje vyšších hodnot než 1, dojde ke zvýšení tržeb. Období pro uzavření pojištění Aviva Royal II je omezeno v období od 16. 2. 2009 do 22. 4. 2009. Cílová částka, kterou si společnost stanovila získat za toto období z vybraného pojistného je 70 mil. Kč. K 3. 4. 2009 však společnost na vybraném pojistném získala pouhých 29 mil. Kč, tzn., že můžeme předpokládat, že se uzavřelo 387 smluv při aktuálním jednorázovém pojistném ve výši 75 000 Kč. Nejsou to moc příznivé výsledky, neboť plán je splněn jen ze 41 % a uplynuly již 2/3 času stanoveného pro nabídku tohoto produktu. Lepších výsledků by mohla společnost dosáhnout následujícím způsobem.

Předpokládejme elastickou cenovou poptávku ve výši 1,29. Pokud by došlo ke snížení pojistného na 65 000 Kč (tj. snížení o 15,4 %) vedlo by ke zvýšení poptávky o 20 % a

pojistných smluv by se uzavřelo 464, což je o 77 pojistek více než při původní výši pojistného. V následující tabulce je tedy uveden celkový efekt ze snížení pojistného.

Tab. 7 Celkový efekt ze snížení pojistného

Výše pojistného	Počet uzavřených smluv	Výše finančních prostředků
75 000 Kč	387	29 000 000 Kč
65 000 Kč	464	30 160 000 Kč
Navýšení		1 160 000 Kč

Z přehledu tedy vyplývá, že pokud by pojišťovna stanovila nižší pojistné u produktu Aviva Royal II, mohla by získat k 3. 4. 2009 vyšší finanční hotovost o 1 160 000 Kč a zvýšit tak pravděpodobnost dosažení cílové hodnoty. Tuto částku by pak mohla dále investovat a dosáhnout tak ještě vyšších zisků. Je však nutné mít stále na mysli, že je tento příklad založen na předpokladech.

V mém projektu je uvedeno několik příčin, které by mohly vést k odchylkám od stanoveného plánu. Myslím, že právě odhad ekonomických podmínek, především dopad finanční krize, způsobil nepříznivý vývoj a zapříčinil pravděpodobně nedosažení stanoveného cíle a získání 70 mil. Kč z vybraného pojistného. Společnost měla tedy špatný odhad v míře prodejnosti tohoto produktu.

V mé práci jsem provedla průzkum trhu a zmínila jsem se o možnosti rizika, že pravděpodobně v roce 2009 dojde ke zpomalení v dynamice využívání investičního pojištění jako důsledek nepříznivé situace na akciovém i dluhopisovém trhu. Toto riziko je také uvedeno jako možná hrozba pro pojišťovnu. Vývoj na trhu pevně úročených cenných papírů byl totiž nejen v České republice ovlivněn především vývojem v USA a pokračujícími obavami ze zpomalení americké ekonomiky.

Tato nervozita se také přenesla na akciové trhy, což ještě dále podpořilo vývoj na dluhopisových trzích, kdy docházelo zejména u státních dluhopisů k nárůstu cen a poklesu výnosů do splatnosti.

18 DOPORUČENÍ KE ZVÝŠENÍ PRODEJNOSTI PRODUKTŮ POJIŠŤOVNY AVIVA

Na základě provedeného průzkumu jsem toho názoru, že produkt Aviva Royal II je produkt vhodně konstruovaný. Jde o investiční produkt a z dosavadního vývoje na trhu (viz Graf 4) je zřejmé, že o investiční životní pojištění je stále větší zájem. Problémem je však současná panující finanční krize, která prohlubuje nedůvěru klientů v kapitálové trhy a má proto negativní vliv na prodejnost investičního životního pojištění. Je však jen otázkou času, kdy se tato situace zlepší.

Pojišťovně bych proto doporučila více se soustředit na školení svých pojišťovacích zprostředkovatelů (PZ). Jelikož jde o časově omezenou nabídku produktu Aviva Royal II, zvolila bych pouze omezený počet pojišťovacích zprostředkovatelů, kteří by byli orientováni přímo na tento produkt. Pojišťovací zprostředkovatelé, kteří by tento produkt nabízeli by prošli navíc psychologickým tréninkem, který by prováděli zkušení a specializovaní školitelé. Omezený počet PZ navrhuji z toho důvodu, že školení by díky profesionálnímu přístupu bylo dražší. Pokud pojišťovna bude mít úspěch při prodeji těchto produktů, získá si tak okamžité finanční zdroje z přijatého jednorázového pojistného, které by měla k dispozici po dobu 6 let a případné zvýšení nákladů na školení by tak mohla rychle pokrýt.

Provedený průzkum mezi klienty ukázal, že práce pojišťovacích zprostředkovatelů má ve značné míře vliv na produkci pojišťovny, neboť postup zprostředkovatele je nejdůležitější faktor, který ovlivňuje ochotu klienta doporučit pojišťovnu Aviva. A právě doporučení od známých je nejdůležitější faktor ovlivňující klienty při jejich rozhodování. Z průzkumu je dále zřejmé, že zákazník preferuje komunikaci s pojišťovacím zprostředkovatelem, což může být jen pozitivní informace pokud má pojišťovna patřičně školené a připravené pracovníky. Proto pojišťovně doporučuji nepodceňovat výběr nových pojišťovacích zprostředkovatelů a stále zlepšovat či udržovat kvalitu školení. Školení není věc levná, ba naopak, a velká fluktuace PZ znamená pro pojišťovnu jen zvyšování nákladů. Pojišťovna má zvolený určitý postup motivování svých PZ, což je popsáno v kapitole 15.1. Jako zlepšující návrh bych však zavedla odměny již po měsíčních intervalech. Tyto malé odměny by tak podporovaly průběžné výkony a více by pracovníky motivovaly. Pojišťovna by se také měla snažit plnit očekávání svých nových PZ jako je možnost seberealizace,

interní postup, dále odstranit jejich obavy jako je strach z oslovení a přesvědčení klientů. Jejím cílem by také mělo být udržení si hodnot, kterých si PZ váží a to je podpůrný systém pro nováčky a kvalita komunikace s Unit managerem. Všechna zmíněná fakta jsou výsledkem provedených anket, které jsou také uvedeny v této práci.

Co se týče cílování nabídky produktu Aviva Royal II, soustředila bych se spíše na oblasti, kde je vyšší míra průměrných mezd a co možná nejnižší míra nezaměstnanosti, neboť jsou to pravděpodobně nejzávažnější faktory, které míru pojištění ovlivňují a navíc Aviva Royal II vyžaduje jednorázové pojištění, proto je potřeba okamžitého finančního kapitálu u potenciálních klientů. Tím, že je stanoveno jednorázové pojistné ve výši 75 000 Kč neodpovídá strategii oceňování orientované na zákazníka, kterou uvádím jako vhodnou v postupu vývoje nového produktu. Pojistné tedy není v takové výši, aby bylo přijatelné pro co nejvíce zákazníků. Na základě tohoto aspektu a také z důvodu elastické poptávky po produktu, která se dá předpokládat, navrhuji pojistné snížit. Uvedený efekt ze snížení je v práci podrobněji popsán.

Aviva Royal II podle mého názoru však splňuje podmínku co nejvíce vyhovět klientovi a konstruovat produkt podle jeho potřeb. Klient může díky tomuto produktu dosáhnout neobvykle vysokého výnosu a navíc má garanci vrácení vložených prostředků. Z toho důvodu, že klienti jsou stále více vzdělanější a mají stále vyšší nároky, upravila bych tento produkt o možnost volit si v průběhu trvání pojištění poměry mezi jednotlivými dluhopisy. Tím by se stal zajímavější i pro klienty, kteří se problematikou finančních trhů a investováním zajímají a mají určité zkušenosti.

Pozitivně také hodnotím způsob reklamy na stránkách Aviva. Jsou zde uvedeny základní parametry produktu a každý klient si zde může zadat svoji e-mailovou adresu pokud chce o produktu vědět bližší informace. Tím, že pojišťovna získá kontakt na klienta, může s ním komunikovat a hned na něho aplikovat prodejní taktiku a zvýšit si tak možnost prodeje. Tuto výhodu bych doplnila o možnost pro klienty uzavřít si tento produkt přes internet. Je to jeden způsob distribuce, který se v současné době objevuje na trhu a některé pojišťovny již tento způsob prodeje na českém trhu zavedly, viz kapitola 13.1.2.

ZÁVĚR

Přínosem této práce je především co nejlepší vystižení současných podmínek na finančním trhu a tedy možnosti zvýšení prodejnosti pro pojišťovnu Aviva. Na základě provedeného průzkumu trhu a dosavadních prodejních zkušeností Aviva jsem mohla zjistit způsob jakým by bylo možné prodejnost produktů u pojišťovny zvýšit i přesto, že je to nelehký úkol v tak konkurenčním prostředí. Zvýšení prodeje obecně souvisí se získáním nových trhů, inovacemi výrobků, reklamou a další podporou prodeje. Z těchto uvedených způsobů jsem se zaměřila na inovaci produktů.

V praktické části je proveden průzkum trhu ke zjištění současných ekonomických a sociálních podmínek, k odhalení trendů v pojišťovnictví a analyzování nejen pojišťovny Aviva, ale také jejích největších konkurentů. Výsledné údaje mi poskytly základ, podle kterého jsem mohla vytvořit určitý vzorový postup vývoje produktu, který obsahuje základní pilíře, které by neměly být opomenuty při tvorbě nového produktu či při inovování stávajících produktů. Tento postup jsem aplikovala na současný produkt Aviva Royal II s možností odhalení jeho slabých míst, které by mohly negativně ovlivňovat jeho prodejnost. V nemalé míře mé doporučení bylo ovlivněno provedeným průzkumem mezi klienty Aviva ke zjištění jejich potřeb a postojů. Cenová rozhodnutí jsou totiž ovlivněna jak silou konkurence, která je na pojistném trhu velká, tak také vnímáním hodnoty zákazníkem. Pokud podnik zná svého zákazníka a jeho potřeby a požadavky, je schopen lépe konstruovat produkt podle jeho představ a tím vyhrává. Díky provedenému průzkumu jsem také zjistila, jak činnost pojišťovacích zprostředkovatelů ovlivňuje vnímání nejen produktu, ale i společnosti zákazníkem. Je to tedy další důležitý faktor, který může prodejnost v pojišťovně ovlivnit, proto jsem se také na činnost pojišťovacích zprostředkovatelů v pojišťovně Aviva zaměřila s uvedením patřičných doporučení.

Závěrem bych chtěla poděkovat všem, kteří mi pomohli při získávání potřebných informací a kteří mě už jakoukoli formou pomohli při zpracování této diplomové práce.

SEZNAM POUŽITÉ LITERATURY

Monografie:

- [1] CIPRA, T. *Pojistná matematika : teorie a praxe*. 1. vyd. Praha : Ekopress, 1999. 398 s. ISBN 80-86119-17-3.
- [2] ČEJKOVÁ, V. *Pojistný trh*. 1. vyd. Praha : GRADA Publishing, 2002. 120s.
- [3] ČEJKOVÁ, V., et al. *Pojišťovnictví*. 1. vyd. Brno : Masarykova univerzita v Brně, Fakulta ekonomicko-správní, 1997. 189 s. ISBN 80-210-1637-X.
- [4] ČEJKOVÁ, V., NEČAS, S., ŘEZÁČ, F. *Pojistná ekonomika*. 1. vyd. Brno : Masarykova univerzita v Brně, Fakulta ekonomicko-správní, 2003. 145 s. ISBN 80-210-32-88-X.
- [5] ČEJKOVÁ, V., ŘEZÁČ, F., ŠEDOVIČ, J. *Pojišťovnictví - praktikum*. 1. vyd. Brno : Masarykova univerzita v Brně, Fakulta ekonomicko-správní, 1996. 206 s. ISBN 80-210-1448-2.
- [6] DAŇHEL, J. *Kapitoly z pojistné teorie*. 1. vyd. Praha : Oeconomica, 2002. 140 s. ISBN 80-245-0306-9.
- [7] DAŇHEL, J. a kol. *Pojistná teorie*. 1. vyd. [s.l.] : Professional Publishing, 2005. 332 s. ISBN 80-86419-84-3.
- [8] DUCHÁČKOVÁ, E. *Principy pojištění a pojišťovnictví*. Red. Iva Kapcová. 2. aktualiz. vyd. Praha : Ekopress, 2005. 178 s. ISBN 80-86119-92-0.
- [9] HORA, J., ŠULCOVÁ, J., ZUZAŇÁK, A. *Příručka pro zprostředkovatele pojištění*. Praha : Linde, 2004. 255 s. ISBN 80-7201-488-9.
- [10] JANATA, J. *Pojištění a management majetkových podnikatelských rizik*. 1. vyd. Praha : Professional Publishing, 2004. 87 s. ISBN 80-86419-64-9.
- [11] ZUZAŇÁK, A. *Marketing v pojišťovnictví*. 2. přeprac. vyd. Praha : Linde, 2006. 87 s. ISBN 80-7201-627-X.

Internetové zdroje:

- [12] *Czso.cz : úmrtnostní tabulky za ČR a kraje* [online]. Praha : Český statistický úřad, 2009 , 13.6.2008 [cit. 2008-09-15]. Dostupný z WWW: <http://www2.czso.cz/csu/2008edicniplan.nsf/publ/4002-08-_ceska_republika_2007__kraje_cr_2006___2007>.
- [13] *Česká asociace pojišťoven : přehled o soukromém životním pojištění* [online]. ČAP, c2007-2008 , 15.8.2008 [cit. 2008-12-11]. Dostupný z WWW: <http://www.cap.cz/Zpravy.aspx?list=DOKUMENTY_02&zobrazeni=pro%20web%20pravidelne%20rocn%C4%8Dstatistiky>.
- [14] *Česká asociace pojišťoven : slovník pojmů* [online]. ČAP, c2007-2008 [cit. 2008-10-15]. Dostupný z WWW: <<http://www.cap.cz/ZobrazList.aspx?item=Slovn%C3%ADk+pojmu%C5%AF&zobrazeni=pro+web+Slovn%C3%ADk+pojmu%C5%AF>>.
- [15] *Česká asociace pojišťoven : statistické údaje* [online]. ČAP, 2007-2008 [cit. 2009-01-15]. Dostupný z WWW: <http://www.cap.cz/Zpravy.aspx?list=DOKUMENTY_02&zobrazeni=pro+web+pravideln%C3%A9+%C4%8Dtvrtletn%C3%AD+statistiky>.
- [16] *Česká asociace pojišťoven : vývoj pojistného trhu* [online]. ČAP, c2007-2008 , 24.4.2008 [cit. 2008-12-11]. Dostupný z WWW: <http://www.cap.cz/Zpravy.aspx?list=DOKUMENTY_02&zobrazeni=pro%20web%20pravidelne%20rocn%C4%8Dstatistiky>.
- [17] *Česká asociace pojišťoven : vývoj pojistného trhu* [online]. ČAP, c2007-2008 , 24.4.2008 [cit. 2008-12-11]. Dostupný z WWW: <<http://www.cap.cz/ZobrazFolder.aspx?folder=Lists%2fMenu+Verejneho+webu%2fPojistn%C3%BD+trh>>.
- [18] ČTK. *Finanční noviny.cz : ekonomický server ČTK* [online]. Neris, c2009 , 30.03.2008 [cit. 2009-02-10]. Dostupný z WWW: <http://www.financninoviny.cz/os-finance/pojisteni/index_view.php?id=304830>. ISSN 1213-4996 .

- [19] ČTK. *Finanční noviny.cz : ekonomický server ČTK* [online]. Neris, c2009 , 30.03.2008 [cit. 2009-02-10]. Dostupný z WWW: <http://www.financninoviny.cz/os-finance/pojisteni/index_view.php?id=296425>.
- [20] DUBSKÁ, Drahomíra. *Český statistický úřad : analýzy* [online]. Český statistický úřad, c2009 [cit. 2009-02-10]. Dostupný z WWW: <<http://www.czso.cz/csu/csu.nsf/informace/tv2006061506.doc>>.
- [21] *Finance budoucnosti : daňové zvýhodnění* [online]. 2005 [cit. 2008-08-10]. Dostupný z WWW: <<http://www.financebudoucnosti.cz/dane.html>>.
- [22] *Finance.cz : životní pojištění* [online]. AWD Česká republika , 2000-2008 [cit. 2008-09-15]. Dostupný z WWW: <<http://prodej.finance.cz/pojisteni/zivotni-pojisteni/>>. ISSN 1213-432.
- [23] *Finanční vzdělání : historie pojištění, jeho vývoj a význam* [online]. c2007 [cit. 2008-10-10]. Dostupný z WWW: <<http://www.financnivzdelavani.cz/webmagazine/page.asp?idk=394>>.
- [24] *Insia : abeceda pojištění* [online]. [cit. 2007-03-13]. Dostupný z WWW: <<http://www.abecedapojisteni.cz/html/index.php?s1=s>>.
- [25] MESRŠMÍD, J. *CAP : Vývoj pojistného trhu a výzvy pro zprostředkování pojištění* [online]. 2007 , 22.11.2007 [cit. 2008-08-20]. Dostupný z WWW: <<http://t-a-n-k.cz/wp-content/uploads/2007/11/vyvoj-pojistneho-trhu-a-vyzvy-pro-zprostredkovani-pojisteni.ppt#15>>.
- [26] *Měsíc.cz : tiskové zprávy* [online]. c1999-2007, 22.02.2006 [cit. 2007-04-11]. Dostupný z WWW: <<http://www.mesec.cz/tiskove-zpravy/zakon-k-integraci-dohledu-nad-financnim-trhem-podepsal-prezident-republiky/>>. ISSN 1213-4414.
- [27] *Opojisteni.cz : informace ze světa pojištění* [online]. VIZUS, 2009 [cit. 2008-02-08]. Dostupný z WWW: <<http://www.opojisteni.cz/ekonomika/vyvoj-trhu/vyhled-pro-pojistovaci-trhy-je-priznivy/>>. ISSN 1803-500.
- [28] *Opojisteni.cz : informace ze světa pojištění* [online]. VIZUS, 2009 [cit. 2008-02-08]. Dostupný z WWW: <<http://www.opojisteni.cz/pojistovny/konzervativni-aviva-zustava-financne-silna/>>. ISSN 1803-500.

- [29] *Opojisteni.cz : informace ze světa pojištění* [online]. VIZUS, 2009 [cit. 2008-02-08]. Dostupný z WWW: <<http://www.opojisteni.cz/pojistovny/prodej-pojisteni-pres-internet-nekomu-vyhovuje-jinemu-ne/>>.
- [30] *Opojisteni.cz : informace ze světa pojištění* [online]. VIZUS, 2009 [cit. 2008-02-08]. Dostupný z WWW: <<http://www.opojisteni.cz/rizika/svetovy-pojistny-trh-v-roce-2007/>>. ISSN ISSN 1803-500.
- [31] *OVJ Journal* [online]. OVJ Journal, c2008 [cit. 2009-02-10]. Dostupný z WWW: <<http://www.ovbjournal.cz/cs/clanky/124-rozhovor-s-generalnim-reditelem-ceske-pojistovny-a-clenem-predstavenstva-cp-ing-ivanem-vodickou-mba.shtml>>.
- [32] *Pojisti život : fakta o životním pojištění* [online]. ČAP, c2007-2008 [cit. 2008-10-15]. Dostupný z WWW: <<http://www.cap.cz/ZobrazFolder.aspx?folder=Lists/Menu%20Verejneho%20webu/Pr%C5%AFvodce%20poji%C5%A1t%C4%9Bn%C3%ADm/Poji%C5%A1t%C4%9Bn%C3%AD%20dle%20druhu%20rizika/Poji%C5%A1t%C4%9Bn%C3%AD%20osob>>.
- [33] *Pojištění.cz* [online]. Wedos, c2009 [cit. 2009-02-12]. Dostupný z WWW: <<http://www.pojisteni.cz/>>.
- [34] *Pojišťovna České spořitelny : daňové odpočty pro zaměstnance* [online]. Pojišťovna České spořitelny, c2008 [cit. 2008-09-15]. Dostupný z WWW: <<http://www.pojistovnacs.cz/zamestnanecke-programy/danove-odpocty-zamestnanec.aspx>>.
- [35] *Pojišťovna České spořitelny : daňové odpočty pro zaměstnavatele* [online]. Pojišťovna České spořitelny, c2008 [cit. 2008-09-15]. Dostupný z WWW: <<http://www.pojistovnacs.cz/zamestnanecke-programy/danove-odpocty-zamestnavatel.aspx>>.
- [36] *Realitní kancelář.cz* [online]. c2007-2008 [cit. 2009-03-09]. Dostupný z WWW: <<http://www.realitnikancelar.cz/katalog?s=nezamestnanost>>.
- [37] ROLLEROVÁ, J., KRÁL, A. *Vývoj nového produktu v životní pojišťovně* [online]. 2005 [cit. 2009-02-15]. Dostupný z WWW:

<<http://www.actuaria.cz/upload/Product%20Development%20final.ppt>>.

- [38] *SFINANCE.CZ* [online]. AWD, c2007 [cit. 2009-02-15]. Dostupný z WWW: <<http://www.sfinance.cz/zpravy/finance/145729-zivotni-pojisteni-prinasi-usporu-na-danich-i-mzdach/>>.
- [39] ŠKRDLANTOVÁ, E. *Měšec.cz : životní pojištění* [online]. c1999-2009 [cit. 2008-10-15]. Dostupný z WWW: <<http://www.mesec.cz/clanky/setrte-na-danich-s-zivotnim-pojistenim/>>. ISSN 1213-4414.
- [40] *Tn.cz : MAPA mezd v krajích. Berete víc než lidé jinde?* [online]. CET21, c2009 , 27.8.2008 [cit. 2009-03-09]. Dostupný z WWW: <<http://tn.nova.cz/zpravy/ekonomika/mapa-mezd-v-krajich-berete-vic-nez-lide-jinde.html>>.
- [41] *Životní pojištění : rady a tipy z praxe* [online]. JIKAS, c2007 [cit. 2008-07-20]. Dostupný z WWW: <http://www.zivotnipojisteni.net/rady_tipy.html>.

Interní materiály:

- [42] AVIVA brožura : Průvodce investičním životním pojištěním Aviva
- [43] Interní materiály

SEZNAM POUŽITÝCH SYMBOLŮ A ZKRATEK

ARP	Aviva Rewards Programme - systém podpory pro nováčky
BM	Branch manager
FE	Elitní poradce
IRR	Vnitřní výnosové procento
PZ	Pojišťovací zprostředkovatel
RK	Regionální kancelář
UM	Unit manager
VNB	Value of New Business – ukazatel hodnoty nového obchodu
ŽP	Životní pojištění

SEZNAM GRAFŮ A OBRÁZKŮ

Graf 1 Počet pojišťoven na českém trhu	19
Graf 2 Vývoj předepsaného pojistného v ČR	21
Graf 3 Podíl pojistného na HDP	24
Graf 4 Dynamika růstu u pojištění spojeného s investičním fondem	46
Graf 5 Vývoj předepsaného pojištění.....	47
Graf 6 Dynamika životního pojištění a mezd	48
Graf 7 Podíly předepsaného pojistného na HDP	49
Graf 8 Srovnání celoroční produkce RK 2006-2008	65
Graf 9 Pořadí RK podle počtu pojistek 2008.....	66
Graf 10 Plnění plánu produkce 4Q 2008	68
Graf 11 Firemní obchod výsledky 2007/2008	68
Obr. 1 Význam pojištění	9

SEZNAM TABULEK

Tab. 1 Vlastnosti základních druhů pojištění osob	35
Tab. 2 Pořadí RK podle produkce a počtu pojistek za rok 2008	66
Tab. 3 Nezaměstnanost v jednotlivých krajích za rok 2007 (v %)	67
Tab. 4 Firemní obchodní výsledky 2008.....	69
Tab. 5 Porovnání plánu a skutečnosti za rok 2008	69
Tab. 6 Odměny v systému ARP	72
Tab. 7 Celkový efekt ze snížení pojistného	90

SEZNAM PŘÍLOH

- P I Předběžné údaje ČAP v období 1-9/2008
- P II Předepsané pojistné v období 1-12/2007 dle indexů ŽP
- P III Předepsané pojistné v období 1-12/2007 dle podílu na trhu ŽP
- P IV Předepsané pojistné v období 1-6/2008 dle podílu na trhu ŽP
- P V Přehled o soukromém životním pojištění
- P VI Vývoj pojistného trhu
- P VII Vývoj objemu předepsaného pojistného v ČR
- P VIII Úmrtnostní tabulka pro ženy
- P IX Základní pojmy v pojišťovnictví

PŘÍLOHA P I: PŘEDBĚŽNÉ ÚDAJE ČAP V OBDOBÍ 1-9/2008

Řádek	Ukazatel	1-9/2007	1-12/2007	1-9/2008	Index 3. Q. 2008/ 2. Q. 2007	Podíl v % 3. Q. 2008 k 1-12/2007
Předepsané pojistné (tis. Kč)						
1	Předepsané pojistné celkem	95 816 890	130 069 578	101 790 390	106,23	78,26
2	Životní pojištění	37 926 069	53 862 862	40 425 046	106,59	75,05
3	v tom: běžné placené	26 918 532	36 886 198	29 198 860	108,47	79,20
4	jednorázově placené celkem	11 007 537	16 996 664	11 226 186	101,99	66,05
5	v tom: jednorázově placené spojené s existující běžně placenou smlouvou	5 161 499	7 383 583	4 926 654	95,45	66,72
6	samostatně jednorázově placené celkem (vč. návratného vkladu)	5 702 264	9 421 083	6 210 706	108,92	65,92
7	Neživotní pojištění	57 890 821	76 206 716	61 365 344	106,00	80,52
8	z toho: zákonné pojištění odpovědnosti	4 232 449	5 675 928	4 648 606	109,83	81,90
9	pojištění odpovědnosti z provozu vozidla	17 721 102	22 907 480	18 230 298	102,87	79,58
10	havarijní pojištění vozidel	12 141 313	16 294 722	12 667 575	104,33	77,74
11	podnikatelská pojištění (odv. 5-6, 8, 9, 11, 12, 13 (bez zákonného poj.))	12 193 338	15 553 350	13 151 070	107,85	84,55
Počet smluv ve kmeni (ks)						
12	Počet smluv ve kmeni celkem	23 500 105	23 725 041	24 525 561	104,36	103,37
13	Životní pojištění	8 096 484	8 243 408	8 540 874	105,49	103,61
14	Neživotní pojištění	15 403 621	15 481 633	15 984 687	103,77	103,25
15	pojištění odpovědnosti z provozu vozidla	5 857 129	5 869 201	6 124 012	104,56	104,34
16	podnikatelská pojištění (odv. 5-6, 8, 9, 11, 12, 13 (bez zákonného poj.))	779 594	782 034	780 146	100,07	99,76
Obchodní produkce životního pojištění (tis. Kč, ks)						
17	Obchodní produkce celkem (tis. Kč)	14 943 528	22 207 870	16 449 204	110,08	74,07
18	v tom: běžné placené smlouvy	4 661 209	6 693 947	5 789 278	124,20	86,49
19	jednorázově placené smlouvy celkem	10 282 319	15 513 923	10 659 926	103,67	68,71
20	v tom: jednorázově placené smlouvy spojené s existující běžně placenou smlouvou	4 736 723	6 724 585	4 230 312	89,31	62,91
21	samostatně jednorázově placené smlouvy celkem (vč. návratného vkladu)	5 395 550	8 590 210	6 339 380	117,49	73,80
22	Obchodní produkce celkem (ks)	531 326	733 464	560 858	105,56	76,47
23	v tom: běžné placené smlouvy	492 363	675 904	520 918	105,80	77,07
24	samostatně jednorázově placené smlouvy celkem (vč. návratného vkladu)	38 963	57 560	39 940	102,51	69,39

PŘÍLOHA P II: PŘEDEPSANÉ POJISTNÉ V OBDOBÍ 1-12/2007 DLE INDEXŮ ŽP

Pojišťovna	Předepsané pojistné - životní pojištění (tis. Kč)								
	Celkem			běžně placené			jednorázově placené celkem		
	1-12/2006	1-12/2007	Index 2007/2006	1-12/2006	1-12/2007	Index 2007/2006	1-12/2006	1-12/2007	Index 2007/2006
AEGON	99 901	233 246	233,48	53 124	99 503	187,30	46 777	133 743	285,92
AIG EUROPE, pobočka	x	x		x	x		x	x	
Allianz	2 142 420	2 607 191	121,69	1 629 627	1 701 975	104,44	512 793	905 216	176,53
AMCICO AIG Life	1 715 866	1 799 071	104,85	1 658 359	1 706 017	102,87	57 507	93 054	161,81
AVIVA	724 903	788 492	108,77	529 646	596 494	112,62	195 257	191 998	98,33
AXA ŽP	1 470 315	1 645 028	111,88	852 131	934 376	109,65	618 184	710 652	114,96
CARDIF PRO VITA	169 814	203 363	119,76	169 814	203 363	119,76	0	0	
Česká pojišťovna	13 207 558	13 563 734	102,70	11 799 246	12 101 108	102,56	1 408 312	1 462 626	103,86
ČKP	x	x		x	x		x	x	
ČP ZDRAVÍ	x	x		x	x		x	x	
ČPP	1 082 819	1 215 266	112,23	614 126	669 926	109,09	468 693	545 338	116,35
ČSOB Pojišťovna	4 432 315	5 420 807	122,30	2 328 502	2 428 060	104,28	2 103 813	2 992 747	142,25
D.A.S.	x	x		x	x		x	x	
EGAP	x	x		x	x		x	x	
Evropská Cestovní	x	x		x	x		x	x	
Generali	1 964 694	2 366 241	120,44	1 587 414	1 925 965	121,33	377 280	440 266	116,69
GERLING	x	x		x	x		x	x	
Hasičská	15 072	8 309	55,13	15 072	8 309	55,13	x	x	
NG ŽP	5 936 648	7 266 522	122,36	5 422 803	5 550 972	102,36	515 845	1 715 550	332,57
Komerční pojišťovna	2 372 359	1 886 870	79,54	878 898	952 658	108,39	1 493 461	934 202	62,55
Kooperativa	6 272 375	6 901 280	110,03	4 528 896	4 871 239	107,56	1 743 479	2 030 041	116,44
Pojišťovna ČS	4 403 684	6 400 876	145,35	1 467 740	1 732 910	118,07	2 935 944	4 667 966	158,99
Pojišťovna VZP	x	x		x	x		x	x	
Slavia	x	x		x	x		x	x	
UNIQA	844 817	1 108 163	131,17	788 316	1 029 170	130,55	56 499	78 993	139,81
VICTORIA VOLKSBANKEN	163 121	217 678	133,45	156 493	184 386	105,04	6 628	53 292	804,04
Wüstenrot	212 151	229 707	108,28	172 998	188 717	109,09	39 153	40 990	104,69
Wüstenrot, pobočka	0	2 892		0	2 892		0	0	
Celkem	47 232 832	53 864 736	114,04	34 653 207	36 868 072	106,39	12 579 625	16 996 664	135,11

PŘÍLOHA: P III PŘEDEPSANÉ POJISTNÉ V OBDOBÍ 1-12/2007 DLE PODÍLU NA TRHU ŽP

Předepsané pojistné (tis. Kč)		
POJIŠŤOVNA	Životní pojištění	%
Česká pojišťovna a.s.	13 563 734	25,18
ING Životní pojišťovna N.V., pobočka pro Českou republiku	7 266 522	13,49
Kooperativa, pojišťovna, a.s.	6 901 280	12,81
Pojišťovna České spořitelny, a.s.	6 400 876	11,88
ČSOB Pojišťovna, a.s., člen holdingu ČSOB	5 420 807	10,06
Allianz pojišťovna, a.s.	2 607 191	4,84
Generali Pojišťovna a.s.	2 366 241	4,39
Komerční pojišťovna, a.s.	1 886 870	3,50
PRVNÍ AMERICKO-ČESKÁ POJIŠŤOVNA, a.s./ AMCICO AIG Life	1 799 071	3,34
AXA životní pojišťovna, a.s.	1 645 028	3,05
Česká podnikatelská pojišťovna, a.s.	1 215 266	2,26
UNIQA pojišťovna, a.s.	1 108 163	2,06
Aviva životní pojišťovna, a.s.	788 492	1,46
AEGON Pojišťovna, a.s.	233 246	0,43
Wüstenrot, životní pojišťovna, a.s.	229 707	0,43
VICTORIA VOLKSBANKEN pojišťovna, a.s.	217 678	0,40
POJIŠŤOVNA CARDIF PRO VITA, a.s.	203 363	0,38
Hasičská vzájemná pojišťovna, a.s.	8 309	0,02
Wüstenrot pojišťovna, pobočka	2 892	0,01
AIG EUROPE, S.A., pobočka pro Českou republiku	x	
Česká kancelář pojistitelů	x	
Česká pojišťovna ZDRAVÍ a.s.	x	
D.A.S. pojišťovna právní ochrany, a.s.	x	
Evropská Cestovní Pojišťovna, a.s.	x	
Exportní garanční a pojišťovací společnost, a.s. (EGAP)	x	
GERLING-Konzern Všeobecná pojišťovací akciová společnost - organizační složka	x	
Slavia pojišťovna a.s.	x	
Pojišťovna VZP, a.s.	x	
Celkem	53 864 736	100

PŘÍLOHA P IV: PŘEDEPSANÉ POJISTNÉ V OBDOBÍ 1-6/2008 DLE PODÍLU NA TRHU ŽP

Předepsané pojistné (tis. Kč)		
Pojišťovna	Životní pojištění	%
Česká pojišťovna a.s.	7 080 183	25,53
ING Životní pojišťovna N.V., pobočka pro Českou republiku	4 254 576	15,34
Kooperativa, pojišťovna, a.s., Vienna Insurance Group	3 492 546	12,59
Pojišťovna České spořitelny, a.s.	3 105 769	11,20
ČSOB Pojišťovna, a.s., člen holdingu ČSOB	2 443 985	8,81
Allianz pojišťovna, a.s.	1 299 415	4,69
Generali Pojišťovna a.s.	1 262 158	4,55
Komerční pojišťovna, a.s.	979 320	3,53
PRVNÍ AMERICKO-ČESKÁ POJIŠŤOVNA, a.s./ AMCICO AIG Life	928 116	3,35
Česká podnikatelská pojišťovna, a.s., Vienna Insurance Group	741 137	2,67
AXA životní pojišťovna, a.s.	689 478	2,49
UNIQA pojišťovna, a.s.	567 185	2,05
Aviva životní pojišťovna, a.s.	378 253	1,36
AEGON Pojišťovna, a.s.	136 983	0,49
Wüstenrot, životní pojišťovna, a.s.	132 340	0,48
MCTORIA VOLKSBANKEN pojišťovna, a.s.	117 235	0,42
POJIŠŤOVNA CARDIF PRO VITA, a.s.	116 459	0,42
Hasičská vzájemná pojišťovna, a.s.	6 052	0,02
Wüstenrot pojišťovna, pobočka	812	0,00
Česká kancelář pojistitelů	x	
Česká pojišťovna ZDRAVÍ a.s.	x	
D.A.S. pojišťovna právní ochrany, a.s.	x	
Evropská Cestovní Pojišťovna, a.s.	x	
Exportní garanční a pojišťovací společnost, a.s. (EGAP)	x	
HDI Hannover Versicherung AG, organizační složka	x	
Pojišťovna VZP, a.s.	x	
Slavia pojišťovna a.s.	x	
Triglav pojišťovna, a.s.	x	
Celkem	27 732 002	100

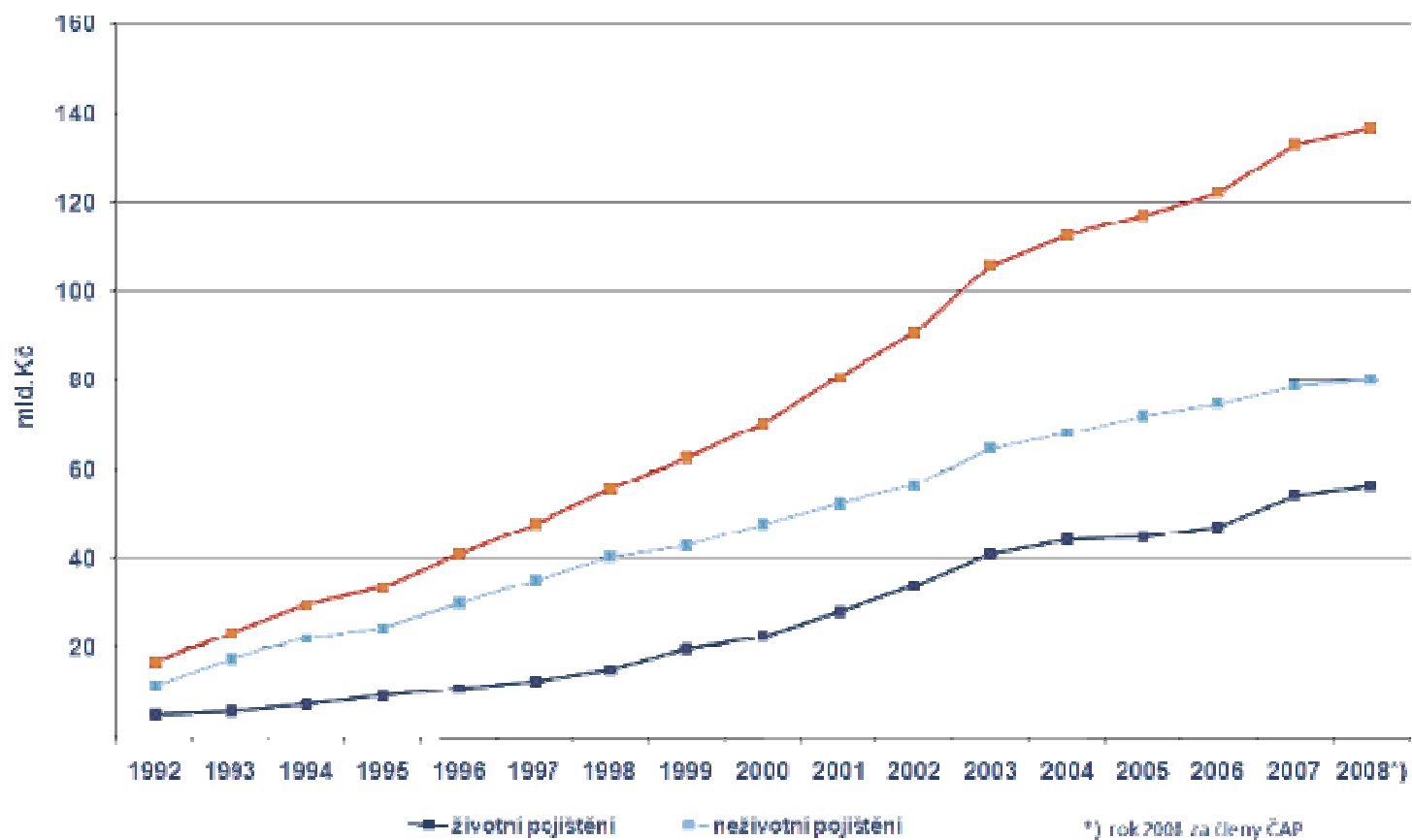
PŘÍLOHA P V: PŘEHLED O SOUKROMÉM ŽIVOTNÍM POJIŠTĚNÍ

Pojistník	A. Soukromé životní pojištění (bez B)		B. Soukromé životní pojištění spojené s investičním fondem		Celkem	
	Všechny smlouvy	Nové smlouvy	Všechny smlouvy	Nové smlouvy	Všechny smlouvy	Nové smlouvy
Předepsané pojistné na rok 2007 u pojistných smluv splňujících podmínky daňové uznatelnosti SŽP (předpis - tis. Kč)	16 374 857	x	11 777 951	x	28 152 808	x
z toho na smlouvách s potvrzenou částkou 12 tis. Kč a více	6 211 924	x	7 025 267	x	13 237 191	x
z toho na smlouvách s potvrzenou částkou nižší než 12 tis. Kč	10 120 826	x	4 747 577	x	14 868 403	x
v tom běžně placené celkem (tis.Kč)	13 601 314	x	7 059 270	x	20 660 584	x
v tom jednorázově placené celkem (tis. Kč)	2 648 414	x	4 127 776	x	6 776 190	x
v tom jednorázově placené spojené s existující běžně placenou smlouvou (předplacení, mim.pojistné ...) - tis. Kč	876 053	x	1 186 845	x	2 062 897	x
v tom samostatně jednorázově placené celkem (vč. návratného vkladu) - tis. Kč	1 308 331	x	3 047 589	x	4 355 920	x
Výše zaplaceného pojistného na SŽP uvedená na potvrzeních za danou pojišťovnu (tis. Kč)	14 320 598	x	8 048 358	x	22 368 956	x
z toho na smlouvách s potvrzenou částkou 12 tis. Kč a více	5 720 132	x	4 946 512	x	10 666 644	x
z toho na smlouvách s potvrzenou částkou nižší než 12 tis. Kč	8 600 467	x	3 101 074	x	11 701 541	x

PŘÍLOHA P VI: VÝVOJ POJISTNÉHO TRHU

Řádek	Ukazatel	1-12/2006	1-12/2007	Index 2007/2006
Předepsané pojistné (tis. Kč)				
1	Předepsané pojistné celkem	120 411 623	130 269 221	108,19
2	<i>Životní pojištění</i>	47 232 832	53 864 736	114,04
3	v tom: běžně placené	34 653 207	36 868 072	106,39
4	jednorázově placené celkem	12 579 625	16 996 664	135,11
5	v tom: jednorázově placené spojené s existující běžně placenou smlouvou	5 730 519	7 383 583	128,85
6	samostatně jednorázově placené celkem (vč. návratného vkladu)	6 653 849	9 421 083	141,59
7	<i>Neživotní pojištění</i>	73 178 791	76 404 485	104,41
8	z toho: zákonné pojištění odpovědnosti	5 199 571	5 675 928	109,16
9	pojištění odpovědnosti z provozu vozidla	21 891 714	22 552 456	103,02
10	havarijní pojištění vozidel	15 499 751	16 085 544	103,78
11	podnikatelská pojištění (odv. 5-6, 8, 9, 11, 12, 13 (bez zákonného poj.))	16 758 347	16 118 306	96,18
Počet smluv ve kmeni (ks)				
12	Počet smluv ve kmeni celkem	24 794 893	25 944 970	104,64
13	<i>Životní pojištění</i>	10 085 958	10 423 248	103,34
14	<i>Neživotní pojištění</i>	14 708 935	15 521 722	105,53
15	pojištění odpovědnosti z provozu vozidla	5 568 998	5 806 974	104,27
16	podnikatelská pojištění (odv. 5-6, 8, 9, 11, 12, 13 (bez zákonného poj.))	793 412	780 865	98,42
Obchodní produkce životního pojištění (tis. Kč)				
17	Obchodní produkce celkem	16 393 425	22 411 233	136,71
18	v tom: běžně placené	5 705 497	6 897 310	120,89
19	jednorázově placené celkem	10 687 928	15 513 923	145,15
20	v tom: jednorázově placené spojené s existující běžně placenou smlouvou	5 103 879	6 772 816	132,70
21	samostatně jednorázově placené celkem (vč. návratného vkladu)	5 382 132	8 541 979	158,71
22	Obchodní produkce celkem	627 317	733 465	116,92
23	v tom: běžně placené	580 530	675 904	116,43
24	samostatně jednorázově placené celkem (vč. návratného vkladu)	46 787	57 561	123,03

PŘÍLOHA P VII: VÝVOJ OBJEMU PŘEDEPSANÉHO POJISTNÉHO V ČR



PŘÍLOHA P VIII: ÚMRTNOSTNÍ TABULKA PRO ŽENY

2006-2007

Zlínský kraj

Ženy Females							
věk age	qx	px	lx	dx	Lx	Tx	ex
0	0,002656	0,997344	100000	266	99773	8016882	80,17
1	0,000361	0,999639	99734	36	99716	7917109	79,38
2	0,000395	0,999605	99698	39	99679	7817393	78,41
3	0,000000	1,000000	99659	0	99659	7717714	77,44
4	0,000022	0,999978	99659	2	99658	7618055	76,44
5	0,000000	1,000000	99657	0	99657	7518397	75,44
6	0,000000	1,000000	99657	0	99657	7418740	74,44
7	0,000000	1,000000	99657	0	99657	7319083	73,44
8	0,000000	1,000000	99657	0	99657	7219427	72,44
9	0,000000	1,000000	99657	0	99657	7119770	71,44
10	0,000047	0,999953	99657	5	99654	7020113	70,44
11	0,000081	0,999919	99652	8	99648	6920458	69,45
12	0,000105	0,999895	99644	10	99639	6820810	68,45
13	0,000159	0,999841	99634	16	99626	6721172	67,46
14	0,000136	0,999864	99618	14	99611	6621546	66,47
15	0,000173	0,999827	99604	17	99596	6521935	65,48
16	0,000324	0,999676	99587	32	99571	6422339	64,49
17	0,000367	0,999633	99555	36	99536	6322769	63,51
18	0,000366	0,999634	99518	36	99500	6223232	62,53
19	0,000361	0,999639	99482	36	99464	6123732	61,56
20	0,000217	0,999783	99446	22	99435	6024269	60,58
21	0,000212	0,999788	99424	21	99414	5924834	59,59
22	0,000241	0,999759	99403	24	99391	5825420	58,60
23	0,000312	0,999688	99379	31	99364	5726029	57,62
24	0,000392	0,999608	99348	39	99329	5626665	56,64
25	0,000409	0,999591	99309	41	99289	5527336	55,66
26	0,000346	0,999654	99269	34	99252	5428047	54,68
27	0,000269	0,999731	99234	27	99221	5328795	53,70
28	0,000336	0,999664	99208	33	99191	5229574	52,71
29	0,000366	0,999634	99174	36	99156	5130383	51,73
30	0,000421	0,999579	99138	42	99117	5031227	50,75
31	0,000475	0,999525	99096	47	99073	4932110	49,77
32	0,000405	0,999595	99049	40	99029	4833037	48,79
33	0,000398	0,999602	99009	39	98990	4734008	47,81
34	0,000495	0,999505	98970	49	98945	4635018	46,83
35	0,000483	0,999517	98921	48	98897	4536073	45,86
36	0,000553	0,999447	98873	55	98846	4437176	44,88
37	0,000826	0,999174	98818	82	98778	4338330	43,90
38	0,000788	0,999212	98737	78	98698	4239552	42,94
39	0,000971	0,999029	98659	96	98611	4140854	41,97
40	0,000985	0,999015	98563	97	98515	4042243	41,01
41	0,000976	0,999024	98466	96	98418	3943728	40,05
42	0,001222	0,998778	98370	120	98310	3845310	39,09
43	0,001427	0,998573	98250	140	98180	3747000	38,14
44	0,001630	0,998370	98110	160	98030	3648820	37,19
45	0,001810	0,998190	97950	177	97861	3550790	36,25
46	0,001618	0,998382	97773	158	97693	3452929	35,32
47	0,001278	0,998722	97614	125	97552	3355235	34,37
48	0,001339	0,998661	97490	131	97424	3257683	33,42
49	0,001491	0,998509	97359	145	97286	3160259	32,46
50	0,002048	0,997952	97214	199	97114	3062973	31,51
51	0,002834	0,997166	97015	275	96877	2965858	30,57
52	0,003637	0,996363	96740	352	96564	2868981	29,66
53	0,003570	0,996430	96388	344	96216	2772417	28,76

54	0,003587	0,996413	96044	345	95872	2676201	27,86
55	0,003991	0,996009	95699	382	95508	2580330	26,96
56	0,004540	0,995460	95317	433	95101	2484821	26,07
57	0,005624	0,994376	94885	534	94618	2389720	25,19
58	0,006129	0,993871	94351	578	94062	2295102	24,33
59	0,006202	0,993798	93773	582	93482	2201040	23,47
60	0,007018	0,992982	93191	654	92864	2107558	22,62
61	0,007991	0,992009	92537	739	92167	2014694	21,77
62	0,008609	0,991391	91798	790	91403	1922527	20,94
63	0,009292	0,990708	91007	846	90585	1831124	20,12
64	0,009031	0,990969	90162	814	89755	1740540	19,30
65	0,008883	0,991117	89348	794	88951	1650785	18,48
66	0,008916	0,991084	88554	790	88159	1561834	17,64
67	0,010681	0,989319	87764	937	87296	1473675	16,79
68	0,012321	0,987679	86827	1070	86292	1386379	15,97
69	0,014314	0,985686	85757	1228	85143	1300087	15,16
70	0,016305	0,983695	84530	1378	83840	1214944	14,37
71	0,018564	0,981436	83151	1544	82380	1131103	13,60
72	0,020333	0,979667	81608	1659	80778	1048724	12,85
73	0,023238	0,976762	79948	1858	79019	967946	12,11
74	0,026257	0,973743	78091	2050	77065	888926	11,38
75	0,029483	0,970517	76040	2242	74919	811861	10,68
76	0,033292	0,966708	73798	2457	72570	736942	9,99
77	0,038954	0,961046	71341	2779	69952	664372	9,31
78	0,044956	0,955044	68562	3082	67021	594420	8,67
79	0,050341	0,949659	65480	3296	63832	527399	8,05
80	0,057971	0,942029	62184	3605	60381	463567	7,45
81	0,066088	0,933912	58579	3871	56643	403186	6,88
82	0,075776	0,924224	54707	4146	52635	346543	6,33
83	0,086549	0,913451	50562	4376	48374	293908	5,81
84	0,099611	0,900389	46186	4601	43886	245535	5,32
85	0,114213	0,885787	41585	4750	39210	201649	4,85
86	0,130880	0,869120	36836	4821	34425	162439	4,41
87	0,149851	0,850149	32015	4797	29616	128014	4,00
88	0,171374	0,828626	27217	4664	24885	98398	3,62
89	0,195695	0,804305	22553	4413	20346	73513	3,26
90	0,223058	0,776942	18139	4046	16116	53167	2,93
91	0,253681	0,746319	14093	3575	12306	37050	2,63
92	0,287748	0,712252	10518	3027	9005	24745	2,35
93	0,325379	0,674621	7492	2438	6273	15740	2,10
94	0,366611	0,633389	5054	1853	4128	9467	1,87
95	0,411361	0,588639	3201	1317	2543	5340	1,67
96	0,459398	0,540602	1884	866	1451	2797	1,48
97	0,510307	0,489693	1019	520	759	1345	1,32
98	0,563465	0,436535	499	281	358	587	1,18
99	0,618023	0,381977	218	135	150	228	1,05
100	0,672905	0,327095	83	56	55	78	0,94
101	0,726846	0,273154	27	20	17	23	0,83
102	0,778447	0,221553	7	6	5	5	0,72
103	1,000000	0,000000	2	2	1	1	0,50

PŘÍLOHA P IX: ZÁKLADNÍ POJMY V POJIŠŤOVNICTVÍ

Pojištěný:	Osoba, v jejíž prospěch byla uzavřena pojistná smlouva.
První pojištěný:	Dospělá osoba, která je zároveň pojistníkem i pojištěným.
Druhý pojištěný:	Dospělá osoba, která je vedle prvního pojištěného další dospělou pojištěnou osobou na pojistné smlouvě.
Pojistník:	Osoba, která uzavřela s pojistitelem pojistnou smlouvu, tj. klient pojišťovny.
Pojistitel:	Pojišťovna s platnou licenci.
Pojistka:	Písemná forma pojistné smlouvy.
Pojistná částka:	Maximální limit plnění v případě pojistné události.
Pojistná doba:	Časové období, na které je pojištění sjednáno.
Pojistná událost:	Nahodilá skutečnost, se kterou je spojena povinnost pojistitele plnit pojistnou smlouvu.
Pojistné:	Částka za poskytnutí pojistné ochrany. Bývá placeno v předem dohodnutých intervalech.
Nezasloužené pojistné:	Část předepsaného pojistného podle uzavřené pojistné smlouvy, která časově souvisí s následujícím účetním obdobím bez ohledu na to zda pojistné bylo zapláceno.
Pojistné plnění:	Částka, která je vyplacena v případě pojistné události.
Pojistný kmen:	Soubor uzavřených pojistných smluv. Vztahují se k němu i práva a povinnosti, které z těchto pojistných smluv vyplývají a finanční prostředky ve výši technických rezerv přiměřených tomuto pojistnému kmenu.
Připojištění:	Rozšíření základního pojištění o další rizika nebo místní platnost pojištění.
Věrnostní bonus:	Podíl na zisku z investičních aktivit, který bude vyplacen pouze v případě dožití se sjednaného konce pojištění prvním pojištěným.

Pojišťovací agent:	Fyzická nebo právnická osoba, která provádí zprostředkovatelskou činnost v pojišťovnictví na základě smlouvy s osobou, která má zájem o uzavření pojistné smlouvy.
Pojišťovací makléř:	Smluvní partner pojistníka, který vyhledává vhodnou pojistku u libovolné pojišťovny.
Poškozený:	Ten, kdo utrpěl škodu, za kterou jiný podle platných právních předpisů odpovídá.
Nákupní cena:	Pojišťovnou stanovená cena, za kterou lze nakoupit podílovou jednotku. Pro nákup jednotek je použita nákupní cena platná v nejbližší oceňovací den následující po dni, kdy bylo možné podílové jednotky zakoupit.
Prodejní cena:	Pojišťovnou stanovená cena, za kterou lze podílovou jednotku prodat.
Výročí:	Výroční den počátku pojištění.
Mimořádné pojistné:	Pojistné, které je v průběhu trvání pojištění uhrazeno pojistníkem nad rámec běžného pojistného dohodnuté v pojistné smlouvě.
Předepsané pojistné:	Pojistné, které je stanovené na dohodnuté pojistné období. Neuhrazením ve stanovené lhůtě zaniká a pojišťovna má nárok na dlužné pojistné. Jedná se o ukazatel úrovně, obsahu a rozsahu pojistného trhu. Je jedním z ukazatelů výkonnosti komerční pojišťovny.
Soupojištění:	Představuje primární rozdělení rizika. Jeho podstatou je horizontální dělení rizika mezi více pojistitelů, kteří odpovídají za své podíly z celkového rizika.
Spoluúčast:	V pojistné smlouvě dohodnutá hodnota, kterou se pojištěný podílí na pojistné události. Stanovena fixní částkou nebo procentem.