



TECHNICKÁ UNIVERZITA V LIBERCI  
Ekonomická fakulta



# Komparace vybraných bankopojišťoven na území České republiky

## Diplomová práce

*Studijní program:* N6208 – Ekonomika a management

*Studijní obor:* 6208T085 – Podniková ekonomika

*Autor práce:* **Bc. Simona Karlíková**

*Vedoucí práce:* Ing. Karina Benetti, Ph.D.



TECHNICKÁ UNIVERZITA V LIBERCI  
Ekonomická fakulta  
Akademický rok: 2015/2016

## ZADÁNÍ DIPLOMOVÉ PRÁCE

(PROJEKTU, UMĚLECKÉHO DÍLA, UMĚLECKÉHO VÝKONU)

Jméno a příjmení: **Bc. Simona Karlíková**  
Osobní číslo: **E13000219**  
Studijní program: **N6208 Ekonomika a management**  
Studijní obor: **Podniková ekonomika**  
Název tématu: **Komparace vybraných bankopojišťoven na území České republiky**  
Zadávací katedra: **Katedra ekonomické statistiky**

### Z á s a d y p r o v y p r a c o v á n í :

1. Teze diplomové práce
2. Historické konsekvence vzniku bankopojištění
3. Důvody propojování produktové nabídky bank a pojišťoven
4. Komparativní analýza výhod a nevýhod bankopojištění
5. Zhodnocení přínosu diplomové práce

Rozsah grafických prací:

Rozsah pracovní zprávy: **65 normostran**

Forma zpracování diplomové práce: **tištěná/elektronická**

Seznam odborné literatury:

**BERGHE, L. A. and K. VERWEIRE.** Creating the Future with All Finance and Financial Conglomerates. London, UK: Kluwer Academic Publishers, 2010. ISBN 978-1-4419-5043-7.

**DAŇHEL, J., et al.** Pojistná teorie. 2. vyd. Praha: Professional Publishing, 2005. ISBN 80-86419-84-3.

**DUCHÁČKOVÁ, E.** Principy pojištění a pojišťovnictví. 2. vyd. Praha: Ekopress, 2005. ISBN 80-86119-92-0.

Elektronická databáze článků ProQuest (knihovna.tul.cz).

**KOBÍK VALIHOROVÁ, A. a K. MUŽÁKOVÁ.** Integrace evropských finančních trhů: Identifikace, klasifikace a analýza faktorů ovlivňujících integraci vybraných segmentů finančního sektoru České republiky. Liberec: Vysokoškolský podnik Liberec, 2013. ISBN 978-80-7372-935-6.

Vedoucí diplomové práce: **Ing. Karina Benetti, Ph.D.**

Katedra ekonomické statistiky

Konzultant diplomové práce: **Martina Šámalová**

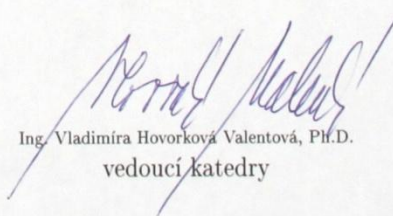
Československá obchodní banka, a. s., asistent firemních bankéřů

Datum zadání diplomové práce: **30. října 2015**

Termín odevzdání diplomové práce: **31. května 2017**



doc. Ing. Miroslav Žižka, Ph.D.  
děkan



Ing. Vladimíra Hovorková Valentová, Ph.D.  
vedoucí katedry

V Liberci dne 30. října 2015

## Prohlášení

Byla jsem seznámena s tím, že na mou diplomovou práci se plně vztahuje zákon č. 121/2000 Sb., o právu autorském, zejména § 60 – školní dílo.

Beru na vědomí, že Technická univerzita v Liberci (TUL) nezasahuje do mých autorských práv užitím mé diplomové práce pro vnitřní potřebu TUL.

Užiji-li diplomovou práci nebo poskytnu-li licenci k jejímu využití, jsem si vědoma povinnosti informovat o této skutečnosti TUL; v tomto případě má TUL právo ode mne požadovat úhradu nákladů, které vynaložila na vytvoření díla, až do jejich skutečné výše.

Diplomovou práci jsem vypracovala samostatně s použitím uvedené literatury a na základě konzultací s vedoucím mé diplomové práce a konzultantem.

Současně čestně prohlašuji, že tištěná verze práce se shoduje s elektronickou verzí, vloženou do IS STAG.

Datum: 14. 12. 2015

Podpis: Kalužová!

## **Poděkování**

Ráda bych poděkovala Bc. Ing. Karině Benetti, Ph.D. za vedení a rady při zpracování mé diplomové práce. Dále bych chtěla poděkovat Technické univerzitě v Liberci za možnost psát diplomovou práci. V neposlední řadě bych chtěla poděkovat všem bankám a pojišťovnám v práci analyzovaným za poskytnuté informace, především paní Stránské z Československé obchodní banky, a. s., pobočka Náchod.

# **Anotace**

Předmětem diplomové práce „Komparace vybraných bankopojišťoven na území České republiky“ je problematika bankopojištění v podmínkách českého finančního trhu. V práci je možné dozvědět se o rizicích, které ohrožují banky a pojišťovny při jejich podnikání. Dále jsou zde uvedeny modely dohledu nad jejich podnikáním. Práce se zaměřuje především na teoretický popis bankopojištění a finančních konglomerátů. Jsou analyzovány 3 vybrané bankopojišťovny. Další částí je porovnání 2 bankopojistných produktů. Z výsledků provedené komparace vychází jako nejlepší bankopojišťovna Česká spořitelna.

## **Klíčová slova**

Allfinance, assurfinance, banka, bankopojištění, finanční konglomerát, pojišťovna, riziko, typologie



# **Annotation**

## **Comparison of Selected Banks That Also Provide Insurance in the Territory of the Czech Republic**

The subject of my degree work “Comparison of Selected Banks That Also Provide Insurance in the Territory of the Czech Republic” deals with the issue of bancassurance in conditions of the Czech financial market. In my work it is possible to learn about the risks that threaten banks and insurance companies in their business. Moreover, the degree work also describes the models of control over their business. It focuses mainly on the theoretical description of bancassurance and financial conglomerates. Three bancassurance companies were selected for analysis. The next part of this work is the comparison of 2 bancassurance products. According to the result of this comparison, Česká spořitelna is the best bancassurance company in the Czech Republic.

### **Key Words**

Allfinance, assurfinance, bank, bancassurance, financial conglomerate, insurance company, risk, typology

# Obsah

Seznam obrázků.....	10
Seznam tabulek.....	11
Seznam zkratk.....	13
Úvod .....	14
1. Rizika a risk management .....	16
1.1 Rizika.....	16
1.1.1 Rizika v pojišťovnictví.....	16
1.1.2 Rizika v bankovníctví.....	18
1.2 Risk management.....	20
2. Regulace a dohled.....	23
2.1 Regulace a dohled nad pojišťovny.....	23
2.1.1 Modely regulace .....	25
2.2 Bankovní regulace a dohled.....	26
3. Bankopojištění.....	28
3.1 Vývoj bankopojištění .....	29
3.1.1 Vývoj bankopojištění v České republice.....	31
3.2 Důvody propojování produktové nabídky .....	31
3.2.1 Příčiny vstupu bank do bankopojištění .....	32
3.2.2 Příčiny vstupu pojišťoven do bankopojištění.....	33
3.3 Etapy vývoje propojování bank a pojišťoven .....	33
3.4 Důvody úspěchu bankopojištění .....	34
3.5 Výhody a nevýhody bankopojištění.....	37
3.6 Bancassurance versus assurfinance .....	41
3.7 Modely bankopojištění .....	42
3.8 Hrozby bankopojištění .....	44
4. Finanční konglomeráty a finanční skupiny .....	45
4.1 Typologie finančních konglomerátů .....	45
4.1.1 Typologie založená na korporátní struktuře finančních konglomerátů.....	46
4.1.2 Typologie založená na tripartitním dělení.....	46
4.1.3 Typologie založená na metodě vstupu .....	47



4.2	Rizika finančních konglomerátů .....	48
5.	Československá obchodní banka, a. s. ....	50
5.1	O společnosti.....	50
5.2	Skupina KBC .....	51
5.3	Strategie skupiny ČSOB .....	53
5.4	Bankopojištění .....	55
5.4.1	Rok 2004 .....	55
5.4.2	Rok 2005 .....	57
5.4.3	Rok 2006 .....	60
5.4.4	Rok 2007 .....	63
5.4.5	Rok 2008 .....	65
5.4.6	Rok 2009 .....	68
5.4.7	Rok 2010 .....	71
5.4.8	Rok 2011 .....	73
5.4.9	Rok 2012 .....	78
5.4.10	Rok 2013 .....	83
5.4.11	Rok 2014 .....	87
5.5	Shrnutí.....	91
6.	Komerční banka, a. s. ....	93
6.1	O společnosti.....	93
6.2	Skupina Société Générale .....	95
6.3	Strategie skupiny KB .....	95
6.4	Bankopojištění .....	98
6.4.1	Rok 2004 .....	98
6.4.2	Rok 2005 .....	99
6.4.3	Rok 2006 .....	100
6.4.4	Rok 2007 .....	102
6.4.5	Rok 2008 .....	103
6.4.6	Rok 2009 .....	104
6.4.7	Rok 2010 .....	105
6.4.8	Rok 2011 .....	106
6.4.9	Rok 2012 .....	108
6.4.10	Rok 2013 .....	109

6.4.11	Rok 2014 .....	110
6.5	Shrnutí.....	111
7.	Česká spořitelna.....	113
7.1	O společnosti.....	113
7.2	Skupina Erste Group .....	113
7.3	Strategie skupiny Erste Group .....	113
7.4	Bankopojištění .....	115
7.4.1	Rok 2004 .....	115
7.4.2	Rok 2005 .....	116
7.4.3	Rok 2006 .....	117
7.4.4	Rok 2007 .....	118
7.4.5	Rok 2008 .....	119
7.4.6	Rok 2009 .....	120
7.4.7	Rok 2010 .....	121
7.4.8	Rok 2011 .....	122
7.4.9	Rok 2012 .....	123
7.4.10	Rok 2013 .....	124
7.4.11	Rok 2014 .....	125
7.5	Shrnutí.....	126
8.	Vybrané bankopojistné produkty .....	128
8.1	Cestovní pojištění k platební kartě – Komerční banka .....	128
8.2	Cestovní pojištění k platební kartě – ČSOB .....	129
8.3	Cestovní pojištění k platební kartě – Česká spořitelna .....	130
8.4	Shrnutí cestovního pojištění k platební kartě.....	131
8.5	Pojištění schopnosti splácet k hypotečnímu úvěru – KB.....	133
8.6	Pojištění schopnosti splácet k hypotečnímu úvěru – ČSOB.....	134
8.7	Pojištění schopnosti splácet k hypotečnímu úvěru – Česká spořitelna.....	135
8.8	Shrnutí pojištění schopnosti splácet k hypotečnímu úvěru.....	136
9.	Komparace bankopojišťoven.....	138
	Závěr.....	144
	Seznam použité literatury .....	147

## Seznam obrázků

Obrázek 1- Největší české banky dle aktiv v bilanci (v miliardách Kč).....	51
Obrázek 2- Schéma skupiny KBC k 31.12.2014.....	52
Obrázek 3 – Strategie skupiny ČSOB v letech 2012-2014 .....	54
Obrázek 4 – Hrubé předepsané pojistné k 31.12.2009 .....	71
Obrázek 5 – Hrubé předepsané pojistné životní pojištění v roce 2011 .....	77
Obrázek 6 – Hrubé předepsané pojistné neživotní pojištění v roce 2011 .....	77
Obrázek 7 – Prodej životního pojištění jednotlivými složkami skupiny ČSOB v roce 2012 (dle hrubého předepsaného pojistného).....	81
Obrázek 8 - Prodej neživotního pojištění jednotlivými složkami skupiny ČSOB v roce 2012 (dle hrubého předepsaného pojistného).....	82
Obrázek 9 - Prodej životního pojištění jednotlivými složkami skupiny ČSOB v roce 2013 (dle hrubého předepsaného pojistného).....	85
Obrázek 10 - Prodej neživotního pojištění jednotlivými složkami skupiny ČSOB v roce 2013 (dle hrubého předepsaného pojistného).....	86
Obrázek 11 - Prodej životního pojištění jednotlivými složkami skupiny ČSOB v roce 2014 (dle hrubého předepsaného pojistného).....	89
Obrázek 12 - Prodej neživotního pojištění jednotlivými složkami skupiny ČSOB v roce 2014 (dle hrubého předepsaného pojistného).....	90
Obrázek 13 – Vývoj tržního podílu ČSOB (životní a neživotní pojištění) .....	92
Obrázek 14 - Počet klientů Komerční banky, a. s. v České republice (v mil.).....	93
Obrázek 15- Přehled dceřiných a přidružených společností skupiny Komerční banky .....	94
Obrázek 16 – Strategie skupiny KB v letech 2012-2014 .....	97
Obrázek 17 – Priority skupiny KB pro rok 2015.....	97
Obrázek 18 – Tržní podíl KB Pojišťovny v letech 2006-2014.....	112
Obrázek 19 - Strategie skupiny České spořitelny v letech 2012-2014.....	115
Obrázek 20 – Tržní podíl Pojišťovny České spořitelny v letech 2004-2014 .....	127
Obrázek 21 – Počet klientů ČSOB, Komerční banky a České spořitelny v letech 2010-2014 .....	139
Obrázek 22 – Objem předepsaného pojistného plnění vybraných bankopojišťoven v letech 2010-2014.....	141

## Seznam tabulek

Tabulka 1- Výhody bankopojištění pro banku a pojišťovnu.....	38
Tabulka 2 – Výhody a nevýhody bankopojišťovacích modelů.....	43
Tabulka 3 – Banky a pojišťovny skupiny KBC ve střední a východní Evropě k 31.12.2008 .....	53
Tabulka 4 - Základní charakteristiky ČSOB Pojišťovny v roce 2004.....	57
Tabulka 5 – Tržní podíly skupiny ČSOB v České republice v roce 2004 a 2005.....	58
Tabulka 6 – Základní charakteristiky ČSOB Pojišťovny v roce 2005 .....	60
Tabulka 7 - Tržní podíly skupiny ČSOB v České republice v roce 2006 .....	61
Tabulka 8 - Základní charakteristiky ČSOB Pojišťovny v roce 2006.....	62
Tabulka 9 - Tržní podíly skupiny ČSOB v České republice v roce 2007 .....	63
Tabulka 10 - Základní charakteristiky ČSOB Pojišťovny v roce 2007.....	64
Tabulka 11 – Tržní podíly skupiny ČSOB v České republice v roce 2008.....	66
Tabulka 12 – Počet nových uzavřených smluv .....	67
Tabulka 13 - Základní charakteristiky ČSOB Pojišťovny v roce 2008.....	68
Tabulka 14 – Tržní podíly skupiny ČSOB v České republice v roce 2009.....	69
Tabulka 15 – Počet všech pojištěných smluv ČSOB v roce 2009 .....	70
Tabulka 16 – Tržní podíly skupiny ČSOB v České republice v roce 2010.....	72
Tabulka 17 – Hrubé předepsané pojistné dle typu k 31.12.2010 .....	73
Tabulka 18 – Tržní podíly skupiny ČSOB v České republice v roce 2011.....	75
Tabulka 19 – Porovnání objemových ukazatelů v roce 2010 a 2011 (v mil. Kč).....	76
Tabulka 20 – Charakteristiky ČSOB Pojišťovny za rok 2011 .....	78
Tabulka 21 - Tržní podíly skupiny ČSOB v České republice v roce 2012 .....	79
Tabulka 22 - Charakteristiky ČSOB Pojišťovny za rok 2012 .....	83
Tabulka 23 - Tržní podíly skupiny ČSOB v České republice v roce 2013 .....	84
Tabulka 24 – Charakteristiky ČSOB Pojišťovny v roce 2013 .....	87
Tabulka 25 - Tržní podíly skupiny ČSOB v České republice v roce 2014 .....	88
Tabulka 26 - Charakteristiky ČSOB Pojišťovny v roce 2014 .....	91
Tabulka 27 – Limity pojistného plnění cestovního pojištění k platební kartě od KB.....	129
Tabulka 28 - Limity pojistného plnění cestovního pojištění k platební kartě od ČSOB...	130

Tabulka 29 - Limity pojistného plnění cestovního pojištění k platební kartě od České spořitelny .....	131
Tabulka 30 – Pojistné limity cestovního pojištění k platební kartě u KB a ČSOB.....	132
Tabulka 31 - Rozsah pojištění dle typu varianty pojištění k hypotečnímu úvěru Komerční banky .....	134
Tabulka 32 – Rozsah pojištění a maximální pojistné plnění dle typu varianty pojištění k hypotečnímu úvěru ČSOB.....	135
Tabulka 33 – Porovnání zisku analyzovaných bankopojišťoven v letech 2010-2014 (v mld. Kč) .....	138
Tabulka 34 – Tržní podíl životního pojištění vybraných bankopojišťoven v letech 2010-2014 .....	140
Tabulka 35 – Výsledky porovnání bank.....	145

## Seznam zkratek

ČNB	Česká národní banka
ČS	Česká spořitelna
ČSOB	Československá obchodní banka
EU	Evropská Unie
IPB	Investiční a poštovní banka
KB	Komerční banka
KBC	Kredietbank ABB Insurance CERA Bank
OSVČ	Osoba samostatně výdělečně činná

# Úvod

Z důvodu neustálého zvyšování konkurenčního boje musí banky ale i pojišťovny své produkty neustále vylepšovat a inovovat. Proto se na trhu začaly objevovat bankopojistné produkty, které kombinují bankovní produkt s pojistným. Dochází ke spojování bank a pojišťoven, strategickým dohodám nebo banky zakládají své dceřiné pojišťovny apod. Banky pak mohou diverzifikovat své činnosti a zvýšit zisky, pojišťovny naopak těží z lepší pověsti bank jako finančních institucí. Samozřejmě existují i rizika při jejich podnikání, které musí obě instituce brát v potaz. Jedná se například o riziko úvěrové, tržní, likvidní u bank a riziko reputace, z obchodních vztahů, strategické u pojišťoven (Ducháčková, 2005). Pojišťovny naopak i rizika přebírají od klientů. Může se jednat o rizika živelní, odpovědnostní, majetková, právní ochrany atd.

Bankopojištění se dá chápat dvojím způsobem: prodej pojistných a bankovních produktů zároveň pod jednou střešou; prodej bankovních produktů spojených s pojistným produktem, např. pojištění k platební kartě (Polouček et al., 2006). Naproti tomu existuje i tzv. assurfinance. Jedná se situaci, kdy pojišťovna nabízí zároveň bankovní produkty (Kobík Valihorová a Mužáková, 2013). Snahou většiny bank je dosažení poskytování allfinance, to znamená poskytování plně integrovaného finančního řešení.

V této práci bude sledováno bankopojištění v České republice. V práci nebude rozebíráno bankopojištění přesahující rámec České republiky.

Téma mé diplomové práce jsem si zvolila z důvodu zájmu o finanční sektor, především o pojišťovnictví. Dále mě zajímal výsledek komparace vybraných bankopojišťoven především z pohledu Československé obchodní banky, a. s. jako mnou preferované banky.

**Cílem diplomové práce bude objasnit vývoj bankopojištění a komparace vybraných bankopojišťoven s predikcí vývoje do budoucnosti.**

V první polovině teoretické části práce budou popsány modely regulace a dohledu nad bankami a pojišťovnami a rizika, která ohrožují banky a pojišťovny. Následuje popis samotného bankopojištění, jeho vývoj a modely. Dále budou popsány výhody a nevýhody bankopojištění z pohledu banky, pojišťovny a klienta. Samostatnou kapitolu budou tvořit



finanční konglomeráty – popis pojmu, jejich dělení a rizika. V praktické části budou analyzovány 3 vybrané bankopojišťovny – Československá obchodní banka, Komerční banka a Česká spořitelna za posledních 10 let. Vždy bude popsán jeden rok z pohledu podnikání banky, který má část ocenění, bankopojištění a popis náležející pojišťovny. Dále byly vybrány 2 nabízené bankopojistné produkty a následně budou porovnány. Na závěr práce nechybí porovnání analyzovaných bankopojišťoven.

Metody použité v této práci jsou deskripce, komparace a analýza.

# 1. Rizika a risk management

V podkapitolách této části se budu zabývat riziky ohrožující podnikání pojišťoven a bank. Nejprve klasifikuji rizika, která ohrožují pojišťovnu. V další podkapitole uvedu rizika specifická pro podnikání bank.

## 1.1 Rizika

Podnikatelské subjekty, ale i lidská společnost jako taková, jsou ohroženy nepředvídatelnými událostmi. Jedná se o přírodní jevy (vichřice, záplavy apod.) a o škody způsobené přímo lidskou společností (krádeže, havárie apod.). Je nezbytné tyto možná nebezpečí neustále předvídat a eliminovat. Tato nebezpečí ohrožují jistotu subjektu, respektive přivádí člověka do nejistoty. Tato nejistota se dělí na pravou nejistotu a riziko (Ducháčková, 2005).

Pod pojmem riziko se skrývá nejistota, která má známé pravděpodobnostní rozdělení, je měřitelná. Tím, že je známé pravděpodobnostní rozdělení, nejistota je vyjmuta z rámce neurčenosti. Riziko obecně znamená, že výsledek se může odchylovat od vytyčeného cíle. U pravé nejistoty nelze určit pravděpodobnost jejího vzniku (Ducháčková, 2005).

### 1.1.1 Rizika v pojišťovnictví

Pojišťovna, jako i kterákoliv jiná instituce, se musí potýkat s určitými riziky. Pojištění se zabývá pouze riziky čistými (přináší negativní odchylky od cíle). Pojem riziko v pojištění znamená předmět, událost a pravděpodobnost vzniku nahodilé události. Pojišťovny jsou ohroženy zejména těmito riziky (Ducháčková, 2005):

- strategické riziko – pojišťovna zaměří své aktivity na trhy, oblasti, produkty, které nebudou v budoucnu výnosné;
- provozní riziko – vyplývá z nesprávných řídicích, kontrolních mechanismů, podvodů, lidského selhání atd.;

- riziko právního prostředí – vyplývá ze změn v právních předpisech dané země, z jejího měnícího se prostředí, způsobu zdanění atd.;
- riziko obchodních vztahů – partner nedodrží své závazky;
- riziko reputace – zahrnuje špatné vnímání ze strany veřejnosti, pojišťovna má špatný management dobré pověsti.

**Rizika specifická pro pojišťovny jsou následující (Ducháčková, 2005):**

- pojistně technické riziko – vychází z předpokladu, že pojišťovny pracují s nahodilostí a nelze určit přesnou výši pojistných plnění. Může tedy vzniknout rozdíl mezi skutečnou a plánovanou výši pojistných plnění. Lze ho rozdělit:
  - náhodné riziko – kolísání okolo očekávaného průměrného škodního průměru;
  - riziko změn – mění se podmínky pro stanovení pojistného;
  - riziko omylu – nesprávné stanovení cen produktů pojišťovny;
- riziko investičního portfolia – souvisí se správným výběrem investic pojišťovnou při investování;
- riziko ze zajištění – jedná se o riziko, v případě, že je zajistitel nesolventní;
- riziko nesolventnosti – neschopnost úhrady závazků pojišťovnou (z pojistných smluv).

**Rizika přebíraná pojišťovnou**

Rizika, která pojišťovna přebírá od zákazníků, mohou být (ČSOB Pojišťovna, 2015).

- živelní;
- odpovědnostní;
- majetková;
- smrti a dožití (životní pojištění);

- cestovní;
- úrazová;
- vážná onemocnění;
- právní ochrana – náklady na vedení sporu a právní ochranu.

Je zde uvedeno několik příkladů rizik, která pojišťovna přebírá od svých klientů. Existuje jich celá řada, v této práci je uvedeno jen několik vybraných.

Zde jsem uvedla 3 klasifikace rizik pro podnikání pojišťoven. Lze přidat i další klasifikace rizik, ale těmi se ve své práci nebudu zabývat, nejsou pro ni rozhodující.

### **1.1.2 Rizika v bankovníctví**

Banky jsou podnikatelskými subjekty, které jsou ohroženy 5 hlavními finančními riziky a tzv. systémovým rizikem v případě, že jedno z 5 hlavních rizik způsobí škodu určitému subjektu a má dopad na další subjekt nebo část finančního systému (Kobík Valihorová a Mužáková, 2013):

- 1) úvěrové riziko – obdobné jako riziko obchodních vztahů. Jedná se o riziko, v případě, že partner nedostojí svým závazkům, buď z důvodu platební neschopnosti, nebo partner nechce platit. Dále se člení:
  - přímé úvěrové riziko – ztráta ze selhání partnera u rozvahových položek - u úvěrů, půjček, směnek, vkladů atd.;
  - riziko úvěrových ekvivalentů – riziko ze selhání partnera u podrozvahových položek – poskytnuté akreditivy, poskytnuté záruky atd.;
  - vypořádací riziko – vypořádání měnových obchodů, vypořádání nákupu/prodeje cenných papírů;
  - riziko úvěrové angažovanosti – ztráta angažovanosti vůči partnerům.

2) tržní riziko – představuje nepříznivé změny tržních podmínek například negativní vývoj cen akcií, měnového kurzu. Dělí se:

- úrokové riziko – mění se ceny z důvodu úrokové míry a tím dochází ke ztrátě;
- akciové – mění se ceny nástrojů z důvodu cen akcií;
- komoditní – mění se ceny nástrojů z důvodu cen komodit;
- měnové – mění se ceny nástrojů z důvodu měnových kurzů;
- korelační – riziko ztráty vyplývající z narušení korelace mezi rizikovými produkty, nástroji atd.;
- riziko úvěrového rozpětí - „*v případě rizika úvěrového rozpětí se jedná o riziko ztráty ze změn rozpětí u cenných papírů různého úvěrového hodnocení (např. státních a podnikových dluhopisů).*“ (Kobík Valihorová a Mužáková, 2013, s. 105).

3) likvidní riziko – riziko, že v daný moment nebude banka schopna hradit své závazky

- riziko financování – znamená riziko z momentální platební neschopnost banky;
- riziko tržní likvidity – „*riziko tržní likvidity je rizikem ztráty v případě nedostačující aktivity trhu, která spočívá v neschopnosti rychlé likvidace finančních nástrojů, a to v dostatečném objemu a za rozumnou cenu.*“ (Kobík Valihorová a Mužáková, 2013, s. 105).

4) operační riziko – management banky by měl mít neustále pod dohledem činnost svých zaměstnanců, i když se jedná o vysoce kvalifikované pracovníky. Mohly by svého postavení zneužít. V bankách existují záložní systémy pro případ nahodilých událostí.

- transakční riziko – jedná se o různé chyby, např. v zaúčtování, v provádění operací apod.;
- riziko operačního řízení – chyby managementu;
- riziko systémů – chyby v systémech podpory.

- 5) obchodní riziko – může se jednat o **právní riziko**, kdy protistrana nedodrží právní požadavky. Dalším druhem je **riziko změny úvěrového hodnocení**. Třetím je **reputační riziko**, ztráta dobré reputace na trzích. **Daňové riziko** souvisí se změnou daňových zákonů. **Regulační riziko** vychází z toho, že banka nesplní regulační opatření a nepředvídá správně budoucí opatření. **Riziko měnové konvertibility** spočívá v riziku, že banka nemůže konvertovat měnu na jinou, protože se změnila ekonomická nebo politická situace. **Riziko pohromy** vychází z rizika ve výskytu přírodních katastrof, války atd.
- 6) systémové riziko – jedná se o riziko, které vyplývá z toho, že i jiné instituce nejsou schopny dostát svým závazkům při splatnosti a banka se pak stává nesolventní.

V bankovníctví jsou klasifikována obdobná rizika jako v pojišťovnictví, ale mohou být odlišně nazývána. i u bankovníctví lze přidat další klasifikace rizik, ale jako základní jsem zde uvedla pouze klasifikaci podle knihy Kobík Valihorová a Mužáková (2013). Ve výročních zprávách porovnávaných bank jsou tato rizika rozebíraná v každém jednotlivém roce. Vždy je popsáno, jak se jednotlivá rizika řídí. V této práci jsou však rizika popsána pouze teoreticky z důvodu rozsahu práce.

## 1.2 Risk management

Zvyšování lidské úrovně s sebou přináší i větší nebezpečí, proto je nutné rizika kontrolovat a předvídat. K tomu slouží tzv. risk management.

Jedná se o obor, který se snaží pomocí vědeckých přístupů řídit a kontrolovat riziko. Snaží se zahrnout riziko do rozhodování o hospodaření. Jak uvádí Ducháčková (2005, s. 14), „*risk management spočívá v soustavné analýze ekonomické činnosti z hlediska zřetelných, potenciálních i skrytých rizik.*“ Pomocí risk managementu požadujeme dosáhnout minimalizace ztrát v důsledku existence rizik. Jeho základy položily velké západní průmyslové společnosti na počátku padesátých let minulého století. Při práci v risk managementu se využívají manažerské, inženýrské a technické dovednosti za cílem ochrany životů, životního prostředí a majetku. Smyslem risk managementu je poznání rizik, jejich zařazení a rozhodnutí, která z nich by měla být eliminována, redukována,

přenesena nebo ponechána. Všechna rizika není možné vyloučit, ale je třeba se vyvarovat takových rizik, která by mohla mít existenční dopad na podnik (Daňhel et al., 2005).

Dělí se do 3 fází (Ducháčková, 2005):

- 1) **identifikace rizika** – je třeba zjistit rizika, která mohou podnik ohrozit. Risk management by měl především zodpovědět otázky jako například. Co se může stát, pravděpodobnost výskytu rizika nebo očekávané důsledky (Daňhel et al., 2005). Rizika mohou být kontrolovatelná (např. fyzické ztráty, poškození majetku, přerušení provozu...) a kontrolovatelná omezeně (technologická, vyplývající z přírodního prostředí, politická...). Mohou vyvolat ztráty na osobách (např. nemoc, úraz), na majetku (krádež, živelní pohroma) a finanční (měnové ztráty, odpovědnost za škody). Vždy je dobré mít na paměti, že rizika se vyvíjí v čase a nelze vyloučit veškeré riziko.
- 2) **ocenění a kvantifikace rizika** – smyslem je ohodnotit dopad existence rizik na finanční situaci podniku. Podkladem pro druhou fázi risk managementu jsou výsledky analýzy rizik (Daňhel et al., 2005). Zjišťuje se pravděpodobnost vzniku škody a pravděpodobná velikost rizika. Důsledky rizika mohou být velká (všechny cíle ohroženy), střední (některé cíle ohroženy) a malá (po určitých opatřeních jsou cíle dosaženy). Výstupem této druhé fáze by mělo být stanovení požadavků na konkrétní opatření, která se realizují v poslední fázi risk managementu (Daňhel et al., 2005).
- 3) **kontrola a financování rizik** – provést taková opatření, aby se rizikům předešlo. Opatření mohou mít charakter:
  - strategická – používání bezpečnějších technologií, změna systému práce;
  - fyzická – ochranné pomůcky, protipožární zařízení;
  - finanční eliminace rizika – u rizik, u kterých nelze předejít výše uvedenými opatřeními. Mohou být kryta z vlastních zdrojů nebo je možné přenést riziko na specializovanou instituci. Při krytí rizik z vlastních zdrojů mohou být rizika zabezpečena běžnými příjmy (vznikají malé opakované ztráty) nebo samopojištěním (vytváření vlastních rezerv). Samopojištění má své výhody mezi které patří například (Ducháčková, 2005, s. 16):



- *„nižší náklady (neexistují náklady na administrativu pojistitele),*
- *náklady na krytí rizika (pojistné) se nezvyšují v důsledku nepříznivého vývoje rizikovosti u jiných podniků,*
- *existuje přímý podnět k omezování rizika.“*

Naopak nevýhodou může být fakt, že nejsme dopředu schopni přesně určit náklady škody, není dostatek času pro vytvoření rezervy nebo může dojít k vyčerpání rezervy.

Díky risk managementu dochází ke zvyšování vědomí rizika u ekonomického subjektu. Ten dává jasné požadavky na redukci a eliminaci rizik a zvyšuje poptávku po službách pojišťovny. Požaduje efektivnější pojistné krytí. Zároveň žádá o pojistitelnost rizik, která se dosud považovala za komerčně nepojistitelná (například drogová, rizika vyplývající ze škod na životním prostředí), (Daňhel et al., 2005).

Oddělení risk managementu by v dnešní době měla mít každá bankopojišťovna, protože je důležité rizikům předcházet a kontrolovat je dříve než nastanou.

## 2. Regulace a dohled

V následujících dvou podkapitolách se budu zabývat regulací pojišťovnictví a dále regulací bankovníctví. Je důležité zmínit, že bankopojištění jako takové nemá samotnou zákonnou úpravu.

### 2.1 Regulace a dohled nad pojišťovnami

Regulací v pojišťovnictví se rozumí stanovení pravidel pro správné fungování finanční sféry a kontrolu jejich dodržování. Bankovníctví a pojišťovnictví se ve vyspělých tržních ekonomikách řadí mezi nejvíce regulovaná odvětví. Základem pojišťovnictví je systém rezerv. Určení povinnosti pojišťovnám tvořit rezervy ochraňuje klienty a podléhá doзору (Daňhel et al., 2005). Klienti pojišťovny platí pojistné, aby si zajistili finanční krytí v případě pojistné události. Existuje časový rozdíl mezi platbou pojistného a výplatou pojistného plnění. Tento časový rozdíl může negativně ovlivňovat klienta. Dozor nad pojišťovnictvím se snaží zmírnit tyto negativní dopady (Ducháčková, 2005). Metody regulace mohou být následující (Ducháčková, 2005, s. 153):

- *„vymezení možných investičních instrumentů pro investování pojišťoven a kvótování aktiv,*
- *regulace ceny pojištění,*
- *určování (ovlivňování) výše technické úrokové míry,*
- *sledování podoby pojistných produktů – prostřednictvím schvalování všeobecných pojistných podmínek,*
- *kontrola hospodaření pojišťoven prostřednictvím materiálního dohledu,*
- *určení některých druhů pojištění povinnými,*
- *podpora využívání některých pojistných produktů (zejména prostřednictvím daňových zvýhodnění),*

- *udělování licencí k pojišťovací, případně zprostředkovatelské činnosti,*
- *vymezení právních forem k provozování pojišťovací činnosti,*
- *vymezení požadavků na způsobilost k činnosti pro pojišťovací zprostředkovatele,*
- *vymezení obsahu pojistné smlouvy jako základního dokumentu vymezujícího vztah mezi pojistníkem a pojišťovnou,*
- *vymezení povinných rezerv z hlediska jejich zaměření a metod tvorby pro pojišťovny,*
- *sledování finančního zdraví pojišťoven (splnitelnosti závazků pojišťovnami) – solventnost pojišťoven.“*

Aby byla zachována stabilita a důvěryhodnost pojišťovnictví, je zapotřebí stanovit omezující a příkazující pravidla. Jedná se především o právní předpisy upravující pojišťovací, zajišťovací činnost a pojistné zprostředkování. Dohled vykonává Česká národní banka. Provádí kontrolu, zda je dodržována regulace v pojišťovnictví (Daňhel et al., 2005).

V případě, že česká pojišťovna podniká v jiném členském státě prostřednictvím pobočky ČNB, Česká národní banka vykonává dohled nad finanční stabilitou. Hostitelský orgán dohledu vykonává pouze omezené činnosti v rámci dodržování pravidel. Jedná se například o oblast informačních povinností nebo problematiku praní špinavých peněz. Je tomu i naopak, kdy na českém území podniká zahraniční pojišťovna. Dohled vykonává primárně domovský orgán a ČNB vykonává pouze omezený dohled. V případě, že ČNB zjistí případné nedostatky, informuje o tom domovský orgán dohledu (Böhm a Mužáková, 2010). Hlavní předpis upravující podnikání pojišťoven je Zákon o pojišťovnictví č. 277/2009 Sb.

Úkolem dohledu je zachování stability a zároveň ochrana pojistníků, pojištěných a oprávněných osob. Při zjištění nedostatku je ČNB povinna zasáhnout. Nástroji ČNB může být například odnětí povolení k činnosti pojišťovny. Česká národní banka rozhoduje o udělení licencí, kontroluje dodržování podmínek dle udělených licencí a povolení,

kontroluje dodržování zákonů, vyhlášek vydaných ČNB, ukládá opatření k nápravě a sankce (ČNB). Opatření k nápravě může být v podobě změny vedoucích osob, konkrétní způsob úhrady ztráty pojišťovny, předložení ozdravného plánu apod. ČNB může nařídit mimořádný audit v případě, že to uzná za důležité (Böhm a Mužáková, 2010).

Aby mohla pojišťovna podnikat, potřebuje ke své činnosti povolení od České národní banky a tím je sníženo riziko, že by se jednalo o nekompetentního pojistitele. ČNB může regulovat počet pojišťoven a může provádět protikartelová opatření (Daňhel et al., 2005).

### 2.1.1 Modely regulace

Jak uvádí Böhm a Mužáková (2010, s. 58), „*regulátorem je instituce, která formou vytváření legislativního rámce upravuje možnosti existence a činnosti příslušných subjektů.*“ Dohled vykonává instituce pověřená regulátorem, který na ni přenesl povinnosti dohledu nad podnikatelskými subjekty. Modely užívané po celém světě pro dohled nad finančními trhy se od sebe liší zejména z důvodu různých ekonomických úrovní zemí, právních systémů nebo politických programů (Böhm a Mužáková, 2010).

Jak uvádí Böhm a Mužáková (2010), existují 2 základní modely sjednocené regulace a dozoru nad finančním trhem.

- **sektorový (odvětvový) model** – regulace a dohled jsou institucionálně uspořádány dle základních sektorů finančního zprostředkování. Tento model má 3 základní varianty odlišené mírou integrace. V první variantě modelu existují regulatorní instituce pro bankovníctví, investiční služby, kapitálový trh a pro pojišťovnictví a penzijní připojištění. Ve druhé variantě jde o částečnou integraci dohledu. Může se jednat například o spojení dohledu nad bankovníctvím a pojišťovnictvím. Poslední variantou tohoto modelu je úplná integrace, kdy dohled nad kapitálovým trhem a všemi finančními službami vykonává jedna instituce.
- **funkcionální model** – stejně jako sektorový model má i funkcionální 3 základní varianty. V první variantě regulátoři fungují odděleně. „*To znamená, že existuje jedna instituce pro ochranu investorů a spotřebitelů, zaměřená na férové využívání trhů, jedna instituce pro obezřetnostní regulaci a dohled, dále centrální banka jako*

*věřitel poslední instance, jenž zároveň zodpovídá za stabilitu finančního systému, a konečně regulátor pro hospodářskou soutěž.*“ (Böhm a Mužáková, 2010, s. 59)

Další variantou modelu je částečná integrace. Může se jednat o spojení dohledu centrální bankou nad obezřetným podnikáním bank a ostatních finančních institucí a dohledu nad finanční stabilitou. Kdy vedle toho ještě funguje instituce pro dohled férového využívání trhů a další pro hospodářskou soutěž. Úplná integrace tohoto modelu je prakticky totožná s úplnou integrací dohledu v odvětvovém modelu. Jedna regulatorní instituce vykonává dohled nad všemi funkcemi.

Nejvíce užívanou variantou modelu dozoru je polosektorové uspořádání a druhou nejčastěji užívanou variantou je nezávislá dozorová instituce (integrováný dozor mimo centrální banku).

V České republice je dozor plně integrován v centrální bance od roku 2006, stejně tak na Slovensku a v Irsku, ale tam je banka rozdělena do 2 autonomních částí (Central Bank and Financial Services Authority of Ireland). Jedná se však o výjimečné varianty provozované ve vyspělých ekonomikách (Böhm a Mužáková, 2010).

## **2.2 Bankovní regulace a dohled**

Bankovní regulace vznikla ve většině zemí jako reakce na bankovní krize a úpadky bank. Krach jedné banky může vyvolat obavy o solventnost ostatních bank. Klienti pak z obavy o své úspory hromadně vybírají vklady. Krach má za následek snížení zaměstnanosti, výroby, důchodů a pokles výdajů.

Banky jsou stále velmi regulovaným odvětvím. Především proto, že banky hospodaří povětšinou s cizími zdroji. Ale i pro ekonomiku země je velmi důležitý stabilní bankovní sektor. V ekonomické literatuře lze najít 3 základní důvody pro regulaci bank (Polouček et al., 2006):

- existence přirozeného monopolu;
- negativní externality;

- asymetrické informace.

Druhé dva zmíněné důvody jsou rozhodující pro oprávnění regulace bankovního sektoru. Klienti nejsou schopni určit rizikovost jednotlivých bank, protože nemají dostatečné informace a neumějí posoudit hospodaření bank, především z důvodu bankovního tajemství. Nemohou tedy správně rozhodnout, kam uložit své peněžní prostředky.

V ekonomické literatuře se objevují odpůrci regulace v bankovníctví. Argumentují tím, že bankovníctví je sektor jako každý jiný a postačí mu působení tržních sil. Regulace způsobuje pouze obcházení pravidel, omezuje konkurenci a podporuje vznik monopolu. Hlavním argumentem odpůrců jsou stále se zvyšující náklady na regulaci.

V případě, že se bankovní sektor reguluje, je zapotřebí stanovit co, v jakém rozsahu se má regulovat, jaké nástroje budou použity a jak často. Jedná se však o velmi problematické oblasti. Regulační opatření se dělí na pozitivní a negativní. Pozitivní povolují a povzbuzují určité bankovní činnosti a negativní naopak zakazují. Cíle, kterých bankovní regulace požaduje dosáhnout, je ochrana klientů, měnová stabilita, omezení informační asymetrie a morálního hazardu. Dále by regulace měla napomoci vytvořit stabilní a efektivní finanční systém (Polouček et al., 2006).

Existuje rozdíl mezi regulací a dohledem, který však není příliš zdůrazňován. Regulací se rozumí určitá daná pravidla, kterými se podnikající subjekt (banka) musí řídit. Jedná se o zákony, vyhlášky, nařízení a opatření. Hlavním zákonem, kterým se musí banky řídit je zákon č. 254/2012 Sb. o bankách, ve znění pozdějších předpisů (Polouček et al., 2006).

Bankovní dohled vykonává v České republice Česká národní banka. Kontroluje obezřetné chování bank. Pomocí výkazů, které jsou povinny banky pravidelně ČNB zasílat, získává informace o zdraví bank. Provádí jejich rating, může provést inspekci bank přímo na místě (Polouček et al., 2006).

Bankovní dohled však nemůže rozhodovat o obchodních záležitostech banky. Snaží se pouze usměrňovat činnosti banky tak, aby nedocházelo k poškození klientů a aby byla zachována stabilita bankovního systému.

### 3. Bankopojištění

S tímto pojmem se v poslední době setkáváme mnohem častěji. Bankopojištění můžeme chápat dvojitým způsobem (Polouček et al., 2006):

- prodej pojistných a bankovních produktů zároveň pod jednou střešou;
- prodej bankovních produktů spojených s pojistným produktem, např. pojištění k platební kartě.

Bankopojištění je možné chápat jednou z mnoha definic. Dále jsou uvedeny jen některé vybrané definice:

*„Bankopojištění se označuje jako specifický fenomén dnešní doby, kterým je vzájemné propojení bank a pojišťoven a představuje tak nově rozvíjející se odvětví národního hospodářství.“* (Korauš, 2005, s. 6)

*„Zjednodušeně můžeme bankopojištění charakterizovat jako strukturovaný prodej pojistných produktů prostřednictvím pobočkové sítě banky cíleným skupinám klientů.“* (SFinance.cz)

*„Bankopojištění je zajištění pojišťovacích a bankovních produktů a služeb přes běžné distribuční kanály stejné klientské základně.“* (Korauš, 2005, s. 6)

*„Jedná se o efektivní vytváření a distribuci bankovních a pojišťovacích produktů pro společnou skupinu klientů.“* (Korauš, 2005, s. 6)

*„Bankopojištění je poskytnutí pojistného a bankovního produktu resp. služby prostřednictvím všeobecných distribučních cest banky nebo pojišťovny, případně jiného subjektu od jednoho zdroje ke stejnému zákazníkovi.“* (Korauš, 2005, s. 9)

Jak již název napovídá, jedná se o propojení bankovních a pojišťovacích produktů. V největší míře se kryjí rizika smrti a úrazu nebo klient může formou bankopojištění i spořit (Zbyněk Kalabis, Zlatá koruna.cz, 2012).



Jak je uvedeno v článku v datábazi Proquest: Bankopojišťovnictví v Evropě do roku 2020, koncepce bankopojištění převzala významnou roli ve strategii rostoucího počtu finančních institucí. Pojistné produkty distribuované prostřednictvím bankovního kanálu se staly přirozenou volbou pro klienty, kteří hledají důvěryhodnou finanční instituci. Bankopojištění umožňuje pojišťovnám rozšířit své geografické působení a bankám zároveň pomáhá rozšířit produktové portfolio. Očekává se globální růst počtu bankopojistných obchodů (PR Newswire, 2013).

Definice bankopojištění existuje mnoho a každý člověk chápe bankopojištění rozdílným způsobem. Jakou mnou vybraná definice bankopojištění by bylo: jedná se o prodej pojistných produktů klientům banky na její pobočce. Každý však může rozumět bankopojištění rozdílným způsobem. Dokonce existují názory, že bankopojištění dávno přesahuje rámec pouze prodeje na pobočce banky. V dalších kapitolách bude popsán vývoj bankopojištění.

### **3.1 Vývoj bankopojištění**

Pojem bankopojištění pochází z Francie, kde propojování bank a pojišťoven začalo dříve než v ostatních zemích. Kolébkou bankopojištění byly státy zaměřené na námořnictví: Itálie, Nizozemí a Anglie. Ve středověku bylo hlavní úlohou bank výměna peněz, především při obchodování s méně důvěryhodnými platidly. a tak v 15. století ve státě Benátky měli svou úlohu předchůdci dnešních makléřů, tzv. dohazovači, kteří shromažďovali požadavky na pojištění a nabízeli je předplatitelům. Teprve v 19. století se mezi činnosti bank zařadilo poskytování půjček většího rozsahu a shromažďování úspor. Na počátku kapitalismu se činnosti bank a pojišťoven technicky doplňovaly. Investoři si pojistili komerční operace a tím splnili podmínky pro půjčku. Vývoj právních forem, a především akciová společnost jako právní forma pojišťoven se stala běžnou až roku 1867. Od roku 1920 byla zaznamenaná tendence zakládání nových bank a pojišťoven stávajícími institucemi. Z toho vyplývá, že vztahy mezi bankami a pojišťovnami si byly od 19. století blízké, ale omezené. Řízení a organizace si byly velmi blízké, ale podstatné odlišení spočívalo v ekonomických činnostech. Riziko související s nestabilitou pojištění se po roce 1936 ještě zvýšilo z důvodu inflace a krizi na trhu s nemovitostmi.

Analýzu vývoje bankopojištění provedl J. P. Daniel v roce 1995 a je založená především na francouzském trhu, ale dá se aplikovat i na evropský trh. Vývoj rozdělil do 3 etap:

- **první etapa – před rokem 1980** – banky nabízejí pojištění jen jako doplňkovou službu, rozšiřují své služby. Jsou pouze zprostředkovateli pojištění. Daniel nazývá toto období jako období učení se a zavádění pojišťovacích produktů bankou.
- **druhá etapa – od roku 1980 po rok 1990** – období založené na kooperaci banky a pojišťovny. Začínají být nabízeny spořivé produkty, klasifikované jako životní pojištění. Banky začínají vyvíjet finanční produkty a je snaha o zavedení bankopojištění.
- **třetí etapa – začátek 90. let** – jedná se o nejdůležitější období pro vývoj. Banky se snaží vyhovět přáním zákazníků. Objevily synergický efekt mezi aktivitami a tak inovují své produkty. Nastává přesun od základních ke kombinovaným produktům (Korauš, 2005).

Další členění vývoje bankopojištění uvedl ve své publikaci Prudy (2002), který vývoj bankopojištění dělí do 4 etap:

- **první etapa – počátek moderního bankopojištění** – období mezi lety 1975-1985, v tomto období bylo bankopojištění prodáváno pomocí křížové distribuce prodeje.
- **druhá etapa – dospělost bankopojištění** – období mezi lety 1985-2000, služby jsou integrovány do balíčků.
- **třetí etapa – nástup diverzifikace produktů** – období mezi lety 2000-2005, narůstá počet finančních institucí, které podnikají na bázi partnerství.
- **čtvrtá etapa – koncentrace odvětví** – fungující v současnosti, nejvíce se prosazují fúze a akvizice subjektů podnikajících v sektoru finančních služeb (Prudy, 2002).

Na bankovníctví a pojišťovníctví působí celosvětové faktory. Jedná se o globalizaci, deregulaci, konsolidaci a produktovou konvergenci. Banky a pojišťovny se proto snaží o udržení následujících strategií (Prudy, 2002):

- **banky** – udržení klienta přes velikou konkurenci, snížení marží, vyškolený personál a jeho motivace, všechny finanční produkty pod jednou střešou a využití infrastruktury tak, aby banky maximalizovaly svoje příjmy.
- **pojišťovny** – využít přístup k vysoce kvalitním klientům, přejít od přímého prodeje k novým distribučním kanálům, využít přístup na nové trhy, snaha o geografický růst s minimálními náklady a časem.

Bankopojistné produkty byly zprvu prodávány pomocí křížového prodeje, poté je banky integrovaly do balíčků s bankovními produkty. Přes partnerství bank se společnostmi podnikajícími v odvětví dochází dnes k fúzím a akvizicím.

### 3.1.1 Vývoj bankopojištění v České republice

Bankopojištění se v České republice začalo objevovat v polovině 90. let 20. století. Prvním bankou, která v roce 1994 začala nabízet pojištění, byla Investiční a Poštovní banka (ČSOB). V roce 1995 se s nabídkou životního a neživotního pojištění přidala Česká spořitelna z produktů její České pojišťovny. Ve stejném roce se s nabídkou životních pojistek přidala Komerční banka ve spolupráci s Komerční pojišťovnou. Roku 1998 začala nabízet také produkty neživotního pojištění ve spolupráci s Allianz pojišťovnou (ČNB, 2004). Jak dokládá historie bankovníctví, dříve banky spíše zakládaly své pojišťovny namísto spolupráce s již existujícími (Česká národní banka, 2004).

## 3.2 Důvody propojování produktové nabídky

Mezi hlavní důvody pro propojování nabídky bank a pojišťoven patří růst výnosů nebo naopak nahrazení klesajících výnosů z jiných bankovních činností, úspora nákladů, které je možno dosáhnout společným marketingem (jedna firma pod společným názvem). Dle Poloučka et al., je důvodem vzniku bankopojištění fakt, že se jedná o produkty investičního charakteru, které mají dlouhodobý charakter. Prodej pojištění v bankovní síti je využíván také proto, že je velmi snadno a levně zaveditelný. Pro dnešního náročného člověka jsou banky schopné pružněji reagovat na měnící se požadavky a tím si udrží více

klientů a jsou konkurenčně schopnější. Dalším důvodem pro vznik bankopojišťoven může být rozložení rizik, které ohrožují jak banku, tak pojišťovnu. Nespornou výhodou zavedení bankopojištění je efektivnější využití lidské práce. Zaměstnanci tak pracují méně rutinně a jsou více využíváni. Jak uvádí Polouček et al. (2006), existují následující důvody vstupu bank do pojišťoven:

- demografické – např. prodlužování délky života. Lidé se potřebují zabezpečit na důchod i bez pomoci státu, proto uzavírají různá pojištění, penzijní spoření atd. V dnešní době, není vůbec jisté, zda stát bude za pár let schopen zabezpečit občany v důchodovém věku.;
- makroekonomické – ovlivňování investičního chování, např. míra inflace;
- úsporové a výnosové tendence – již zmíněný společný marketing, úspora nákladů;
- tržní růstový potenciál – bankopojišťovna má více klientů než jen samotná banka či pojišťovna;
- růst významu pojištění – souvisí s nejistou budoucností.

Jako hlavní důvod pro zavedení bankopojištění bych uvedla udržení si klienta a splnění jeho přání. V dnešní době, kdy je na finančním trhu množství bank, může být nabídka bankopojištění chápána jako konkurenční výhoda banky. V další kapitole uvedu důvody, proč banky nabízí bankopojištění.

### **3.2.1 Příčiny vstupu bank do bankopojištění**

Podle Korauše (2005) jsou hlavní příčiny vstupu bank do bankopojištění:

- soutěžení mezi bankami a pojišťovnami – snižuje příjmy a zvyšuje náklady, především na marketing, administrativní;
- provize a zisky;
- snížení fixních nákladů – na provoz poboček;

- zvýšení produktivity personálu – personál nepracuje stále rutinně, mění se mu práce.

Jak je zde uvedeno, bankopojištění nabízí vyšší zisky a pro zaměstnance znamená méně rutinní práce. Na druhou stranu ale jeho zavedení v bance může některé zaměstnance odradit, takové, kteří nemají rádi změnu a neradi se učí novým věcem. V další podkapitole budou uvedeny důvody pojišťoven pro provozování bankopojištění.

### 3.2.2 Příčiny vstupu pojišťoven do bankopojištění

Mezi hlavní příčiny vstupu pojišťoven do bankopojištění patří:

- nový obchod – může se jednat o **geografickou výhodu** (získání bankovních klientů na území, kde pojišťovna předtím neměla zastoupení), **demografická výhoda** (banky mohou mít klienty segmentované a pojišťovny tak získají přístup i k jiným segmentům, než na které byly původně zaměřeny);
- poskytování nových produktů – pojišťovny věří, že neztratí původní zákazníky, a dokonce získají nové díky novým produktům. Pojišťovna převezme bankovní distribuční kanály, sice to bude vyžadovat určité náklady, ale cena pojistného produktu bude přiměřená.;
- úspory administrativních a investičních nákladů – zlepšení obratu, efektivnosti, možné snížení ceny pojistného produktu a tím zvýšení konkurenceschopnosti a zlepšení prodejnosti.

Při uplatňování bankopojištění se z bank a pojišťoven stávají partneři, už spolu nadále nesoupeří. Cílem je vytvoření univerzální banky, která je schopná nabízet bankovní i pojišťovací služby a produkty. Hlavní myšlenkou bankopojištění je udržení klienta (Koraus, 2005).

### 3.3 Etapy vývoje propojování bank a pojišťoven

Propojování bank a pojišťoven lze rozdělit do 3 etap.

**V první etapě** se pozice banky nemění. Banka je zprostředkovatelem pojištění. Převážně se jedná o životní pojištění, banka nabízí a prodává pojištění klientům ze své obchodní sítě. Dochází tak k prodeji pojištění pod jednou střešou. Pojištění tvoří pouze doplňkovou činnost banky. Pro klienty banky se toto zprostředkované pojištění jeví jako žádoucí, protože nemusí navštěvovat specializovanou instituci. V první etapě se prodávají pouze základní pojistné produkty, protože personál není dostatečně vyškolen.

**Ve druhé etapě** se banky a pojišťovny snaží sjednotit marketingovou politiku, řízení, distribuci apod. Většinu činností realizuje banka, protože bankovní pojišťovna vzniká z iniciativy bank. Banka si uvědomí, že by ze svých klientů mohla vytvořit dostatečně veliký pojistný kmen, a tak zakládá svoji vlastní komerční pojišťovnu.

**Ve třetí etapě** bankopojišťovna zjišťuje zájem svých klientů a na jejich základě vznikají nové pojistné produkty. Pojišťovna vystupuje jako součást banky. Aby mohla probíhat úzká kooperace mezi bankami a pojišťovnami, musí se podobat odvětví a produkty, které jsou nabízeny. Dále musí existovat snaha o zmírnění konkurence mezi bankou a pojišťovnou a musí být dodrženy legislativní podmínky (Korauš, 2005).

Všechny 3 analyzované banky si založily svoji komerční pojišťovnu. Spolupracují mezi sebou a nabízejí tak klientům větší pohodlí při sjednávání finančních operací. Ve své zřízené pojišťovně vlastní většinový podíl, kromě České spořitelny, která vlastní již pouze 5 % na základním kapitálu Pojišťovny České spořitelny.

### **3.4 Důvody úspěchu bankopojištění**

Banky jsou ty instituce, pomocí kterých může být bankopojištění úspěšné. Mají dostatečnou klientskou základnu, které mohou pojistné produkty nabízet. Často jsou se svými klienty v kontaktu. Banky mají všeobecně lepší pověst než pojišťovny, nejsou vnímány jako zprostředkovatelé, kteří chtějí klientům něco vnutit. Klienti většinou do bank docházejí sami, na svou vlastní iniciativu. Prodej pojistných produktů prostřednictvím bank je méně nákladný než prodej ve specializovaných pojišťovnách (Kobík Valihorová a Mužáková, 2013).

Dále lze vymezit několik faktorů, které je důležité splnit, aby bylo bankopojištění úspěšné. Prvním faktorem je **zabezpečení plánování a integraci celé distribuce**. Je velice důležité, aby byla změněna orientace bankovního personálu na zákazníka. Do zavedení bankopojištění byl personál banky zvyklý, že zákazníci si banku sami vyhledávali. Nyní musí být personál maximálně zaměřen na zákazníka a sám nabízet pojistné produkty. Distribuční strategie, která má za úkol zajistit co největší dostupnost finančního produktu klientovi, je důležitá pro integraci pojistných produktů do bankovních činností. Při prvotním zavádění nových finančních produktů neživotního pojištění je nejlepší zvolit nejjednodušší distribuční politiku. Počet a umístění poboček je také důležitou součástí úspěchu bankopojištění.

Druhým faktorem je **nutnost špičkové kvality služeb**. Tím co klienti očekávají, jsou kvalitní a rychlé služby banky. Především se jedná o uzavření pojistné smlouvy, velmi rychlé vyřízení pojistné události, včasnou realizaci pojistného plnění a kvalifikované poradenství.

Třetím faktorem je **zavedení důvěryhodného a jednoduchého produktu**. Každá nová bankopojišťovací strategie by měla být zaměřena na potřeby zákazníka. Vývoj jednoduchého produktu je klíčem k úspěchu. Bankovní personál by měl být dostatečně proškolen k aktivnímu prodeji pojištění. Budoucnost patří komplexnějším produktovým balíčkovým, kde je zahrnuto například pojištění domácnosti a současně pojištění odpovědnosti za škodu.

Čtvrtým faktorem je **dělba zisku a rozložení rizika**. Bankopojištění by mělo generovat takový příjem a zisk, který od tohoto vztahu banka očekává. Správná změna zlepšuje i příjem a zisky pojišťovny.

Pátým faktorem je **zvýšení efektivity prodeje**. Aby byl prodej efektivní, vedení by se mělo zabývat náborem správných pojišťovacích agentů, jejich školením, motivací a odměňováním. Personál by měl být neustále vyhodnocován a motivován k lepším výsledkům. Nejčastějším odměňováním je pevný plat a bonus dle uzavřených smluv. Mezi kritické faktory úspěchu lze řadit produktové školení a školení prodejní zručnosti. Aby bankopojišťovny dosáhly snížení nákladů na školení, zkouší elektronické vzdělávání.

V případě potřeby existují call centra, které poskytují informace nejen klientům, ale i personálu v případě nejasností o produktech.

Šestým faktorem úspěšnosti je **zachování podnikové kultury**. V bankopojištění jsou nejvhodnější pracovníci na plný úvazek, kteří zapadnou do bankovní kultury, která je zaměřena na zákazníka. Vždy by měla být dodržována promyšlená mise a vize. Je důležité, aby se principy podnikové kultury staly součástí každodenní činnosti, ne jen odříkávaným heslem. Je možné to podpořit firemními novinami, propagačním materiálem a neustálým tréninkovým programem. Je také možné vytvářet pro pojišťovací agenty modelové situace, které si jako herci vyzkouší, pomocí videozáznamu jsou natočeni a poté jsou hodnoceni.

Sedmým faktorem je **síla značky a výběr dominantní značky**. Dnešním trendem je přisuzovat značku produktu bankovnímu subjektu. V případě integrace obou podnikatelských subjektů jsou produkty opatřeny značkou dominantního partnera, ve většině případů je to banka.

Osmým faktorem úspěšnosti bankopojištění je **mít správný produktový mix a propagaci**. V etapě zavádění bankopojištění by nemělo být poskytováno příliš mnoho produktů. Nový personál nemá být při školení přetěžován velkým množstvím produktů. Komplikovanější produkty s příliš mnoha možnostmi vedou jen k znejistění klientů. V současnosti se bankopojišťovny snaží zjednodušovat své produkty. Mezi produkty, které budou pro bankopojišťovnu vždy žádoucí, patří životní pojištění a alternativní investiční produkty.

Devátým faktorem je **investování do technologie**. Počítače mohou působit na image bankopojišťovny, mohou dělat rozhovor profesionálnější, mohou být použity na audit atd. Banky jsou většinou technologicky pokročilejší než pojišťovny, protože každý den bezchybně zpracovávají finanční transakce.

Dalším faktorem úspěchu je **integrace bankovního a pojišťovacího informačního systému**. Nejlepší by byl stav, kdyby byla systémová podpora poskytována po celou dobu prodejního procesu, od samotné identifikace potenciálního zákazníka až po návrh pojistného produktu na bankovní pobočce.

Jedenáctým faktorem úspěchu je **maximalizace potenciálu databáze klientů**. To, že banka vlastní velkou databázi klientů neznámá, že ji úspěšně využívá. Banky mají ve



většině případů velké množství klientů. Jejich výhoda spočívá v jejich pozitivním vztahu ke klientům. Databázový systém by měl zákazníky třídit dle různých charakteristik a následně vytvářet seznamy pro využití různých marketingových aktivit. Při zavádění bankopojištění není nutné používat rozsáhlé databázové systémy, postačují názory personálu. V období kdy bankopojišťovna rozšiřuje svoji činnost, je důležité vykonávat databázovou analýzu, která nahrazuje subjektivní názory objektivní realitou.

Dalším faktorem úspěchu je **správný přístup k zákazníkovi a využití informací o zákazníkovi na cross-selling.**

Posledním neméně důležitým faktorem úspěchu bankopojištění je **spolupráce se správnými partnery.** Banky by si měly za partnera vybrat životního pojišťovatele, který bude schopný zpracovat agendu a má zkušený management. V případě, že banky pracují bez životního pojišťovatele jako spolupodílníka, potřebují partnera, který jim zajistí správu pojištění. Je však důležité vybrat si vhodného partnera, který bude připraven poskytnout rychlé služby a bude mít dostatečně velkou kapacitu (Korauš, 2005).

Bankám bych doporučila, aby se řídily těmito faktory úspěchu dle Korauše. Jako nejdůležitější bych dle svého názoru vybrala mít správný produktový mix a propagaci a spolupráci se správnými partnery. Bez spolehlivého a kvalitního obchodního partnera by prodej bankopojištění jen těžko mohl vzniknout a na druhou stranu bez zvolení správného produktového mixu by nemohl být též realizován.

### **3.5 Výhody a nevýhody bankopojištění**

Hlavní výhody a nevýhody lze čerpat z publikace Bankopoišťovníctvo (Korauš, 2005). Mezi výhody patří snižování provozních nákladů, tím, že pojistné produkty jsou nabízeny bankami. Dále obě instituce mohou využít nové odbytové kanály pro své produkty, tím se jim rozšíří trh potenciálních zákazníků. Klientům může být poskytnuta komplexní péče a tím se zvýší jejich pohodlí. Také dochází k úspoře nákladů při využití zavedené distribuční sítě.

Mezi hlavní nevýhody patří nutné rozšiřování kvalifikace zaměstnanců. Zaměstnanci musí nyní ovládat i nově nabízené pojistné produkty. Z dlouhodobého hlediska se však investice

do lidského kapitálu vyplácí. Přináší konkurenční výhody, protože dochází k lepšímu využití potenciálu pro poskytované služby. Ze začátku z toho může vyplývat další nevýhoda v podobě jednoduchosti poskytovaných pojistných produktů. Mohou být příliš univerzální a tak nejsou vhodné pro každého klienta. Banka musí také zajistit marketing pro prodej nových produktů (Korauš, 2005). Výhody bankopojištění pro banku a pojišťovnu jsou shrnuty v následující tabulce.

Tabulka 1- *Výhody bankopojištění pro banku a pojišťovnu*

Instituce	Výhody
Banka	<ul style="list-style-type: none"> <li>• lepší amortizace vysokých investičních nákladů</li> <li>• využití nových odbytových kanálů</li> <li>• cílený marketing</li> <li>• lepší využití odborných vědomostí (koncentrované finanční analýzy)</li> <li>• dosažená úspora nákladů</li> </ul>
Pojišťovna	<ul style="list-style-type: none"> <li>• snížené náklady na odbyt – pevný plat pracovníků banky</li> <li>• rozšíření potenciálního trhu</li> <li>• možnosti dalšího rozšíření prodeje (zákazníci navštěvují více pobočky bank než pojišť. makléře)</li> </ul>

Zdroj: vlastní zpracování z (Korauš, 2005)

Dále bych uvedla výhody bankopojištění nejprve pro banku, dále pro pojišťovnu a pro klienty (SCOR, 2005):

### **Banky**

- diverzifikace bankovních činností a zvýšení zisků – tato výhoda byla nejrozsáhlejší v roce 1990, kdy se zvyšovala konkurence mezi jednotlivými finančními institucemi, redukovaly se bankovní zisky, a proto se banky snažily rozšiřovat své obchodní činnosti;

- finanční služby pod jednou střechou tzv. „supermarket“ – finanční potřeby klientů mohou být uspokojeny pod jednou střechou. Banka se stává více atraktivní pro své klienty. Roste jejich spokojenost a zároveň i loajalita;
- snížení distribučních nákladů – v případě, že budou pojistné produkty prodávány stávajícími zaměstnanci, distribuční náklady budou nižší.

## **Pojišťovny**

- širší klientská základna – díky bankopojištění má nyní pojišťovna přístup ke klientům, ke kterým se v minulosti velmi těžko dostávala. Pro pojišťovnu je to zásadní výhoda;
- důvěryhodnost – pojišťovna využívá důvěryhodnosti banky, se kterou nyní provozují bankopojištění. Banky jsou všeobecně vnímány jako důvěryhodnější instituce než pojišťovny;
- nové trhy - pojišťovna se může prosadit rychleji na novém trhu pomocí stávající distribuční sítě banky a získat nové zákazníky;
- distribuční diverzifikace - pojišťovna díky nové distribuční síti může snížit riziko, které ji ohrožuje;
- nižší distribuční náklady – bankopojištění snižuje distribuční náklady pojišťovny, protože pojistné produkty nejsou prodávány pomocí agentů, makléřů. Bankopojistné produkty by tedy mohly být nabízeny za nižší ceny než pojistné produkty distribuované přes zprostředkovatele.

## **Klienti**

- levnější pojistné produkty – a to především díky nižším distribučním nákladům banky. Jedná se o velmi významnou výhodu pro klienty, avšak v praxi je spíše teoretická. Bankopojišťovny sice mají nižší distribuční náklady, ale namísto toho, aby zlevnili své produkty, dopřejí si vyšší marže;

- jednodušší převod peněžních prostředků – pojistné je placeno přímo z účtu v bance, u které má klient uzavřeno pojištění;
- propojení banky a pojišťovny – klient má lepší přístup k veškerým finančním službám od banky, která nabízí jak bankovní, tak i pojistné produkty.

Korauš (2005) ve své publikaci ještě přidává následující výhody pro klienta:

- větší bezpečnost pro vklady klientů;
- klientům mohou být poskytnuty obchody většího rozsahu – existuje však možnost vzniku monopolu, nabízející instituce může ve větší míře používat svoji jednací sílu;
- standardní produkty mohou být nabízeny za příznivějších podmínek;
- širší a komplexnější nabídka finančních služeb.

Bankopojistitel nabízí klientovi informace z jedné ruky, šetří mu tak mnoho času. Zároveň lépe pozná své zákazníky, nemusí tak provádět nové analýzy a zná bonitu svého klienta. Může mu pak nabídnout požadované produkty za výhodnější ceny. Díky informacím z jedné ruky však může vznikat riziko, že zákazník bude získávat jednostranné informace, které budou výhodné jen pro nabízejícího. Ukládání velkého množství osobních dat u jednoho subjektu může zákazník považovat za rizikové. Pro zákazníka představuje bankopojištění převážně výhody za předpokladu, že bude zabráněno vzniku monopolu a budou respektovány potřeby dat (Korauš, 2005).

Bankopojištění ve své podstatě představuje spíše výhody jak pro banky, pojišťovny tak i pro klienta. Jako hlavní nevýhodu jsem uvedla nutnost zvýšení kvalifikace zaměstnanců. Zaměstnanci musí být nově proškoleni, aby zvládli prodej nových produktů. Na druhou stranu to pro ně znamená méně rutinní práci. Je na každém jednotlivém pracovníkovi, zda pro něj prodej bankopojistných produktů představuje spíše výhody nebo nevýhody.

### 3.6 Bancassurance versus assurfinance

Jak jsem již uváděla, v případě bankopojištění nabízí banka prostřednictvím své distribuční sítě pojištění. Na pobočce banky si tedy klient může uzavřít pojistnou smlouvu. O assurfinance se hovoří v případě, že pojišťovny na svých pobočkách nabízí bankovní produkty a služby.

Banky jsou ale ty instituce, které mají v provozování bankopojištění výhodnější pozici. Jsou brány jako důvěryhodné instituce oproti pojišťovnám. Většinou mají častější kontakt se svými klienty, i když v současné moderní době tomu tak nemusí být. Klient může vyřešit spoustu problémů sám doma přes internet. i přesto mají banky podrobněji zpracovanou databázi klientů, z které čerpají a mohou tak klientovi nabídnout produkt přímo na míru (Van den Berghe a Verweire, 2010).

Je tedy zajímavé zkoumat, proč jsou pojišťovny těmi institucemi, které jsou horší v poskytování bankovních produktů na svých pobočkách. Možné vysvětlení uvádí ve své publikaci Van den Berghe a Verweire (2010). Jako první uvádí **regulační restriktce**. Pojišťovny oproti bankám hůře překonávají regulační překážky a hůře se jim daří přilákat nové klienty. Jako další vysvětlení uvádí **funkci institucionálního investora**. Tato funkce dělá z pojišťoven důležitého účastníka na trhu investic a hypotečních úvěrů. Jako poslední v publikaci uvádí **distribuční zařízení**. Pojišťovny tolik nevyužívají vlastní distribuční sítě oproti bankám, které tak mohou realizovat vlastní marketingové strategie. Banky tedy lépe působí na koncové klienty a ovlivňují je v jejich rozhodnutích.

Dnešní bankovní instituce se však snaží dosáhnout poskytování allfinance. Jedná se o plně integrované finanční řešení, ke kterému postupně bankopojišťovny směřují. Aby toho bylo dosaženo, musí se jednat o spojení banky, pojišťovny a obchodníka s cennými papíry. Allfinance má ale jednu nevýhodu v diverzifikaci rizika. Klient vůbec nediverzifikuje riziko. Má své úspory, pojištění a vložené peníze do cenných papírů u jedné instituce. V případě jejího krachu nedostane žádnou peněžní hotovost. Allfinance je tedy pro klienty výhodný typ finanční instituce, ale má i své nevýhody.

Dle mého názoru je v České republice více rozšířeno bankopojištění než poskytování assurfinance. Může to vyplývat z lepší pověsti banky než pojišťovny – je tedy pro pojišťovny výhodnější jeho poskytování než pro banky prodej assurfinance.

### 3.7 Modely bankopojištění

V této další podkapitole popíši modely bankopojištění. Jak uvádí Van den Berghe a Verweire (2010), existují následující modely:

1. Dohody o křížovém prodeji – banky ve svých pobočkách prodávají pojistné produkty jménem jedné společnosti nebo několika společností a nemají žádný vlastnický podíl v pojišťovně. Jedná se o jednoduchý model na bázi partnerství. Zřízení partnerských dohod je rychlé a levné. Nabízené produkty musí být jednoduché a standardizované. Tento model využívají banky při první pojišťovací činnosti.
2. Spolupráce mezi nezávislými partnery (joint venture) – pomocí strategických aliancí nebo společnými podniky. Jedná se o strategické partnerství při zachování nezávislosti partnerů a využití schopností každého účastníka. Banky zajišťují distribuci a pojišťovny produktový design. V tomto partnerství mohou vzniknout určité problémy při tendenci bank získat většinu hodnot, proto jsou některá partnerství pouze dočasná.
3. Řízení dle vlastnictví (plná integrace) – jeden vlastník kontroluje jak bankovní, tak i pojišťovací aktivity. Banka může založit dceřinou společnost, která se bude zabývat pojišťovacím obchodem nebo získat podíl společnosti již působící na trhu. Banka ve většině případů požaduje plnou kontrolu nad společností.

Dále lze doplnit další 2 modely bankopojištění. Prvním je **strategická aliance**. Při použití tohoto modelu banka nabízí a prodává své vlastní produkty a zároveň produkty jedné pojišťovny. Druhým modelem je **fúze a akvizice**. Jako výhody tohoto modelu uvádí Van den Berghe a Verweire (2010):

- sledování jednoho strategického směru – navržení obchodní politiky a dohled nad dodržováním mateřskou společností;

- odborné znalosti bankovníctví i pojišťovnictví – od začátku jsou dostupné odborné znalosti v bankovníctví a zároveň i v pojišťovnictví;
- management dobré pověsti – mateřská společnost profituje z dobře zavedené dceřiné společnosti;
- rychlý vstup na trh.

Dle provedené komparace vybraných bankopojišťoven je u nich použit model křížového prodeje a řízení dle vlastnictví. Při této plné integraci je banka a pojišťovna kontrolována jedním vlastníkem.

V následující tabulce jsou uvedeny výhody a nevýhody jednotlivých bankopojišťovacích modelů.

Tabulka 2 – *Výhody a nevýhody bankopojišťovacích modelů*

<b>Model</b>	<b>Výhody</b>	<b>Nevýhody</b>
Cross-sellingové dohody (křížový prodej)	<ul style="list-style-type: none"> <li>• rychlé a jednoduché</li> <li>• reverzibilní</li> <li>• partneři zůstávají nezávislí</li> <li>• nízká časová a kapitálová náročnost</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• poskytování základních produktů z důvodů nedostatku flexibility pro zavádění nových produktů</li> <li>• omezené využití synergií</li> <li>• možné střety zájmů</li> <li>• možné rozdíly v podnikové kultuře</li> </ul>
Spolupráce mezi nezávislými partnery	<ul style="list-style-type: none"> <li>• posílení specifických kompetencí</li> <li>• partneři zůstávají nezávislí</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• možné kulturní střety</li> <li>• problémy koordinace a sdílení hodnot, a to zejména v dlouhém období</li> </ul>
Řízení/kontrola dle vlastnictví	<ul style="list-style-type: none"> <li>• unikátní strategické konstrukce</li> <li>• shodná podniková kultura</li> <li>• maximální potenciál pro součinnost</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• dlouhodobý kapitálový závazek</li> <li>• vyžaduje značné investice</li> <li>• složitost a zprostředkovatelské problémy</li> </ul>

Zdroj: Kobík Valihorová, Andrea a Karina Mužáková. *Identifikace, klasifikace a analýza faktorů ovlivňujících integraci vybraných segmentů finančního sektoru České republiky.*

### **3.8 Hrozby bankopojištění**

Marketing je možná výhoda, kdy banka může mít společný marketing se svojí pojišťovnou. Na druhou stranu se ale může jednat o potenciální hrozbu. Pojišťovny jsou instituce, které mohou mít horší pověst než banky z důvodu agresivních metod, které jsou mnohdy na klienty použity. Banky mají naopak lepší pověst i díky pull strategii, kterou využívají. Klienti chodí do banky ze své vlastní vůle se svými požadavky.

Další hrozbou může být struktura odměn, která se liší v bankovníctví a pojišťovnictví. Zatímco v bankách jsou zaměstnanci placeni fixním platem plus bonusem navíc při nadměrné výkonnosti, v pojišťovnách jsou zaměstnanci placeni provizemi (Polouček et al., 2006).

Zde jsou uvedeny hlavní hrozby – struktura odměn a společný marketing banky a pojišťovny. Tato hrozba navazuje na hrozbu finančních konglomerátů. V případě, že má klient uloženy peníze u jednoho konglomerátu, tak při jeho krachu může být velice ohrožen. Nedochozí tedy k diverzifikaci rizika.



## **4. Finanční konglomeráty a finanční skupiny**

O finančních konglomerátech se hovoří jako o skupině společností. Tato skupina se skládá z různých typů finančních institucí. Význam slova konglomerát se nachází v nesourodosti, heterogenosti. V případě finančních společností však existuje jistá doplňkovost mezi typy podnikání (Van den Berghe a Verweire, 2010).

Finančním konglomerátem se rozumí integrace banky, pojišťovny a investiční společnosti. Finanční skupina je takové uspořádání, v němž některá z těchto společností chybí. Finanční konglomerát je finanční skupinou, nikdy tomu však nemůže být naopak. Finančním konglomerátem je také nazýváno uskupení, které působí na českém finančním trhu a jehož koordinátorem je ČNB. Finanční skupinou může být nazýváno uskupení, které provozuje svoji činnost na českém finančním trhu a jehož koordinátor je v jiném státě (Kobík Valihorová a Mužáková, 2013).

K 31. 7. 2013 je identifikováno 75 finančních konglomerátů, se subjektem v čele skupiny v EU. V České republice lze nalézt jediný konglomerát v čele skupiny v ČR – Petr Kellner (PPF), jehož koordinátorem je Česká národní banka. Dále je v České republice množství finančních konglomerátů, kde ČNB působí jako kompetentní orgán různý od koordinátora – KBC, AXA, BNP Paribas, Generali, RZB-UNIQA (ESMA, 2013).

### **4.1 Typologie finančních konglomerátů**

V následujících podkapitolách uvedu 3 různé typologie finančních konglomerátů. Nejdříve podle Herring a Santomera, dále dle Van den Berghe a Verweire a jako poslední dle Hoschka. Skupinu Československé obchodní banky a Komerční banky jsem klasifikovala jako britský model finančního konglomerátu. Dle kapitoly 4.2.2 jsem ČSOB klasifikovala jako smíšený finanční konglomerát a Komerční banku jako výhradně bankovní finanční konglomerát v čele s mateřskou bankou.

#### **4.1.1 Typologie založená na korporátní struktuře finančních konglomerátů**

Typologie dle Herring a Santomero (1990) je založená na uspořádání finanční struktury. Dělí se na 4 modely.

- 1) německý model (úplná integrace) – veškeré aktivity mohou být realizovány v rámci jedné právnické osoby. Manažeři však mohou sami rozhodnout, zda tomu tak bude či ne. Mohou provést určitou separaci funkcí z důvodu zvýšení vnímané hodnoty klienty.
- 2) britský model – jedná se o spojení mateřské banky a nebankovních dceřiných společností. Dle zákona je banka a nebankovní dceřiné společnosti odlišené. Banka je tím chráněna před špatným výsledkem činnosti nebankovních dceřiných společností. Banka však může být také poškozena v rámci své reputace (management dobré pověsti).
- 3) americký model – banka vystupuje jako dceřiná společnost holdingu. Právní rozdíl je v tomto modelu značnější než v britském modelu. Je více preferován orgány dohledu, protože je lépe rozpoznatelný.
- 4) mateřská holdingová společnost – holdingová společnost provozuje svoje aktivity jako investiční společnost. Není využita žádná spolupráce mezi částmi konglomerátu.

#### **4.1.2 Typologie založená na tripartitním dělení**

Toto dělení finančních konglomerátů vzniklo na základě holandské vládní instituce Verzekeringkamer a bylo publikováno Van den Berghe a Verweire (2010). Praktický význam má toto dělení pro dohled nad finančními konglomeráty. Klasifikace konglomerátů probíhá na základě poměru mezi bankovními a pojišťovacími aktivitami při hodnocení bilančních sum. Finanční konglomeráty tak mohou být:

- výhradní bankovní finanční konglomerát;

- výhradní pojistný finanční konglomerát;
- smíšený finanční konglomerát (Van den Berghe a Verweire, 2010).

Takto klasifikované konglomeráty mohou být ale zkreslené. Mělo by být zohledněno i jiné hledisko, proto Van den Berghe a Verweire navrhli nové dělené konglomerátů dle typu mateřské společnosti. Konglomeráty se pak dělí (Van den Berghe, 1995):

- výhradní bankovní finanční konglomerát – konglomerát s mateřskou bankou;
- výhradní pojistný finanční konglomerát – pojišťovna nebo pojišťovací holding jako mateřská společnost;
- smíšený finanční konglomerát – holdingová společnost s bankovní a pojišťovací částí.

Konglomeráty by také mohly být klasifikovány dle obrátu. Ale to může být také zkreslující informace, protože z výročních zpráv nelze přesně identifikovat, která část obrátu náleží pojišťovně a která bance (Kobík Valihorová a Mužáková, 2013).

### 4.1.3 Typologie založená na metodě vstupu

Tato klasifikace je založená na vstupních strategiích bank do pojišťovnictví. Klasifikace může být použita i na pojišťovny vstupující do bankovníctví. Metody vstupu jsou následující (Hoschka, 1994):

- de novo vstup – jedná se o nejvyšší stupeň integrace. Kulturní rozdíly mohou být snadněji překonány. „*Banky (resp. pojišťovny) mají vyšší míru kontroly nad celým počátečním procesem integrace a nemusí brát v úvahu pojistného (resp. bankovního) partnera s odlišnými idejemi a úplně jinou kulturou.*“ (Kobík Valihorová a Mužáková, 2013, s. 141);
- fúze a akvizice – mezi výhody tohoto vstupu bank do pojišťovnictví patří dle Van den Berghe a Verweire (2010): sledování jednoho strategického směru ve všech finančních přístupech, odborné znalosti a zkušenosti bankovníctví i pojišťovnictví,

rychlý vstup na trh. Ale existují i určité nevýhody této metody vstupu: najít dobrého partnera, fúze a akvizice jsou velmi drahé (Van den Berghe a Verweire, 2010);

- joint venture – jak uvádí Kobík Valihorová a Mužáková (2013, s. 142), „*joint venture (společný podnik) je definován jako druh dohody o spolupráci mezi dvěma nebo více samostatnými společnostmi, je zřízen jako právně nezávislý subjekt vlastněný a kontrolovaný mateřskými společnostmi (v tomto případě se jedná o bankovní a pojišťovací společnost).*“;
- distribuční aliance (marketingové dohody) – v případě marketingových dohod hovoříme o nejčastějším nástroji bankopojištění. Banky prodávají pojistné produkty na svých pobočkách a pojišťovny zároveň bankovní produkty na svých pobočkách. Jedná se o volnou formu vstupu bank do pojišťoven a představuje nízkou úroveň integrace.

Podle srovnávacích analýz vychází jako nejlepší metoda vstupu de novo vstup. a to díky organizační a strategické pružnosti, individuálně řešené vnitřní struktuře a organizačnímu prostředí banky (Hoschka, 1994).

## 4.2 Rizika finančních konglomerátů

Rizika, která ohrožují finanční konglomerát, se týkají jednak jednotlivých subjektů uvnitř konglomerátu a dále skupiny jako celku. Z ekonomického hlediska banku ohrožují rizika jako je: úvěrové riziko, obchodní, tržní a operační. Pojišťovnu ohrožují rizika: tržní, úvěrové, obchodní, operační a upisovací. Finanční firmu ohrožují zejména rizika: tržní, operační a obchodní (Lelyveld a Schilder, 2002; Fiordelisi a Ricci, 2012).

Jak uvádí Van den Berghe a Verweir (2010) potenciální rizika finančního konglomerátu jako skupiny mohou být:

- **riziko vícenásobného využití kapitálu** – souvisí s problémem nesolventnosti a nestability. Jde o případ, kdy je riziko sdíleno 2 nebo více společnostmi a jednotlivé společnosti umísťují kapitál do jiné společnosti.

- **riziko přenosu nákazy** – jedná se o významné riziko, kterému podléhají jednotlivé společnosti finančního konglomerátu, ale také dohledové orgány, protože stanovují pravidla ochrany proti rizikům. Ve velkých finančních skupinách mohou problémy v jedné části organizace způsobit následné problémy ve finančně zdravých organizacích, které jsou součástí této skupiny. Důsledkem může být ukončení činnosti finančně zdravých společností. Finanční problémy mohou tedy působit na finanční stabilitu konglomerátu nebo dokonce i na finanční trh.
- **riziko střetu zájmů** – rozlišuje se externí a interní střet zájmů. Externí střet zájmů může negativně ovlivnit investory, klienty, orgány dohledu atd. Externí střet zájmů může nastat v případě, že má pojistitel povinnost umístit prostředky v rámci skupiny místo toho, aby je investoval do jiných vhodnějších aktiv. Mezi interní střet zájmů patří například souboje mezi rozdílnými distribučními kanály, kulturní konflikty a účinky image.
- **riziko regulatorní arbitráže** – regulatorní arbitráž představuje pravidla pro fungování trhu. Finanční instituce, které se integrují do finanční skupiny, nabízí klientům produkty a služby více sektorů. Tyto služby a produkty ale podléhají přísným legislativním pravidlům. Riziko souvisí se stanovením legislativního rámce. Aby nedocházelo k tomuto riziku v přílišné míře, orgány regulace sjednocují pravidla distribuce.

Finanční konglomerát je ohrožen jednotlivými riziky, která ohrožují pojišťovnu, banku a finanční firmu. Jak uvádí kapitola 1.1.2, banky jsou ohroženy především riziky – úvěrové, tržní, likvidní, operační, obchodní a systémové. Dle kapitoly 1.1.1, jsou pojišťovny ohroženy rizikem strategickým, provozním, právního prostředí, z obchodních vztahů a rizikem reputace. Finanční firma (obchod s cennými papíry) je ohrožena rizikem tržním, operačním a obchodním.

Finanční konglomerát jako takový pak čelí riziku vícenásobného využití kapitálu a dále skupinovým rizikům – přenosu nákazy, obcházení sektorových předpisů, složitosti řízení, koncentrace a střetu zájmů. Je jen na konkrétním finančním konglomerátu jak se s těmito riziky vypořádá a zda případně zavede oddělení risk managementu.

## 5. Československá obchodní banka, a. s.

V následujících podkapitolách budu analyzovat první z vybraných bankopojišťoven, kterou je Československá obchodní banka, a. s. Vybrala jsem si ji, protože se jedná o jednu z nejsilnějších bankopojišťoven podnikající na území České republiky. Dále proto, že se jedná o první bankopojišťovnu, která začala podnikat v ČR a má tedy nejvíce zkušeností s bankopojištěním na finančním trhu.

### 5.1 O společnosti

Československá obchodní banka, a. s. byla založena státem roku 1964. Poskytovala služby především v oblasti financování zahraničního obchodu a volnoměnových operací. V roce 1999 se jejím většinovým vlastníkem stala belgická KBC Bank, která v roce 2007 odkoupila minoritní podíl a stal se tak jediným akcionářem. Skupina KBC se specializuje na bankopojišťovací produkty pro retailové klienty. V roce 2000 ČSOB přebrala Investiční a poštovní banku (IPB). Československá obchodní banka podniká na 2 národních trzích, v České republice a Slovenské republice.

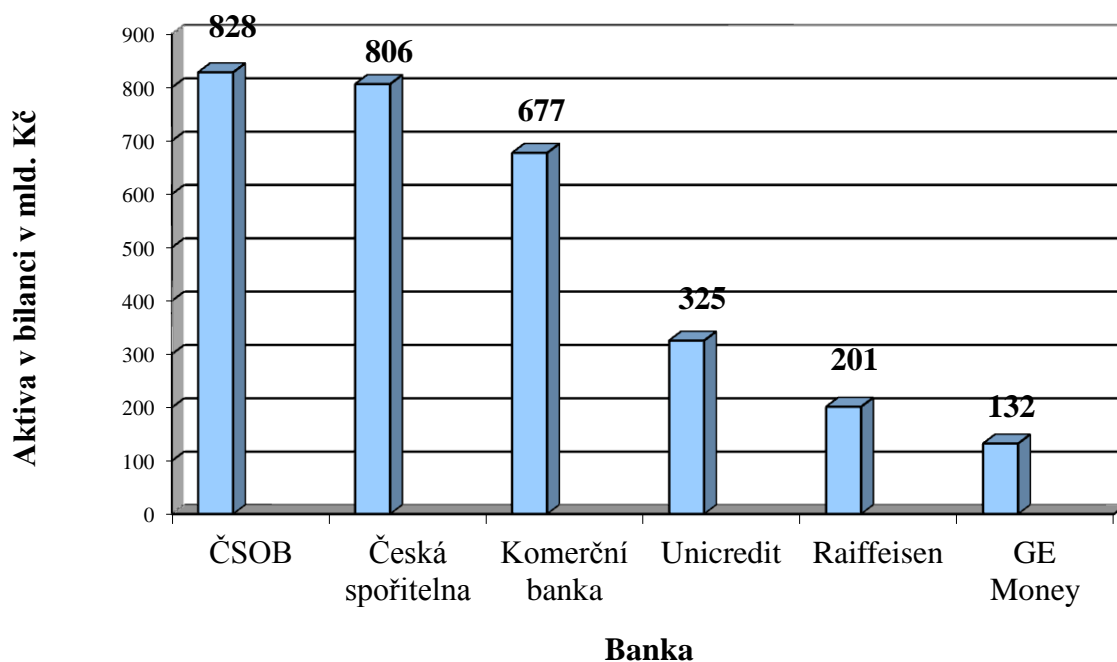
ČSOB nabízí služby fyzickým osobám, malým a středním podnikům, korporacím a nebankovním finančním institucím. „*Ucelená nabídka služeb tak kromě bankovních služeb zahrnuje i pojistné a penzijní produkty (ČSOB Pojišťovna a ČSOB Penzijní společnost), financování bydlení (Hypoteční banka a ČMSS), kolektivní investování a správu majetku (ČSOB Asset Management) a poskytování dalších specializovaných služeb (ČSOB Leasing a ČSOB Factoring). Služby spojené s obchodováním s akciemi na finančních trzích poskytuje Patria Finance, sesterská společnost ČSOB.*“ (ČSOB.cz, 2015)

Skupina ČSOB nabízí: bankovní služby, stavební spoření a hypotéky, penzijní pojištění, leasing, factoring, obhospodařování aktiv, kolektivní investování, obchod s CP a v neposlední řadě pojištění.

Jak je uvedeno v kapitole 5.2.1 jedná se o britský model finančního konglomerátu. U ČSOB došlo ke spojení mateřské banky a nebankovních dceřiných společností. Banka je tak chráněna před špatným výsledkem činnosti nebankovních dceřiných společností.

Dle kapitoly 5.2.2 - Typologie finančních konglomerátů založena na tripartitním dělení, ČSOB je smíšeným finančním konglomerátem. To znamená holdingová společnost s bankovní a pojišťovací částí.

Následující graf ukazuje největší české banky podle aktiv v bilanci (3. čtvrtletí 2012).

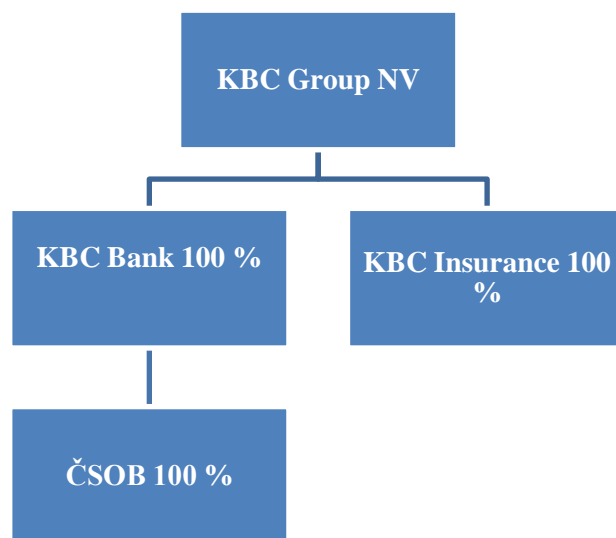


Obrázek 1- Největší české banky dle aktiv v bilanci (v miliardách Kč)

Zdroj: Unicreditbank.cz, dostupné z: <http://www.unicreditbank.cz/axabank/viceouc.html>.

## 5.2 Skupina KBC

KBC Bank NV je matkou společnosti ČSOB a jejím jediným vlastníkem je KBC Group NV. Sídlo obou společností se nachází v Bruselu. Tato skupina se zaměřuje především na Evropu. Právem jí náleží místo mezi 3 největšími bankovními a pojišťovacími společnostmi v Belgii. Následující obrázek popisuje schéma skupiny KBC.



*Obrázek 2- Schéma skupiny KBC k 31.12.2014*

Zdroj: Výroční zpráva ČSOB 2014, dostupné z: <http://www.csob.cz/cz/Csob/Vztahy-k-investorum/Stranky/Vyrocní-a-pololetní-zpravy.aspx>

Následující tabulka uvádí banky a pojišťovny spadající do skupiny KBC ve střední a východní Evropě. Majetková účast představuje přímý a nepřímý podíl na základním kapitálu. Údaje jsou platné k 31.12.2008.



Tabulka 3 – *Banky a pojišťovny skupiny KBC ve střední a východní Evropě k 31.12.2008*

Země	Společnost	Činnost	Majetková účast (%)
Česká republika	ČSOB	Banka	100
	ČSOB Pojišťovna	Pojišťovna	100
Maďarsko	K&H Bank	Banka	100
	K&H Insurance	Pojišťovna	100
Polsko	Kredyt Bank	Banka	80
	Warta	Pojišťovna	100
Slovensko	ČSOB SR	Banka	100
	Istrobanka	Banka	100
	ČSOB Poist'ovna	Pojišťovna	100
Bulharsko	CIBANK	Banka	77
	DZI Insurance	Pojišťovna	90
Rusko	Absolut Bank	Banka	95
Srbsko	KBC Banka	Banka	100
Slovinsko	NLB	Banka	31
	NLB Life	Pojišťovna	65

Zdroj: Výroční zpráva ČSOB 2008, dostupné z: <http://www.csob.cz/cz/Csob/Vztahy-k-investorum/Stranky/Vyrocní-a-pololetní-zpravy.aspx>

### 5.3 Strategie skupiny ČSOB

Misí a zároveň vizí společnosti ČSOB je být vedoucí bankopojišťovnou na českém trhu. Chtěla by toho dosáhnout pomocí významné, stabilní retailové franšízy, poskytující efektivně finanční služby klientům dle jejich potřeb a zajistit udržitelný a rostoucí výnos svým akcionářům.

Mezi silné stránky společnosti patří rozsáhlá distribuční síť, silná značka, finanční stabilita a kvalitní portfolio klientů (Výroční zpráva ČSOB, 2004). Dále uvedu, jak se měnila strategie v průběhu posledních 3 let.

#### **Strategie pro rok 2012:**

Skupina ČSOB chce dosahovat **vysoké a udržitelné výkonnosti**. Aby bylo možné dosáhnout tohoto cíle, management umísťuje své klíčové zdroje do takových aktivit, které jsou nejbližší dosažení tohoto cíle (Výroční zpráva ČSOB, 2012).

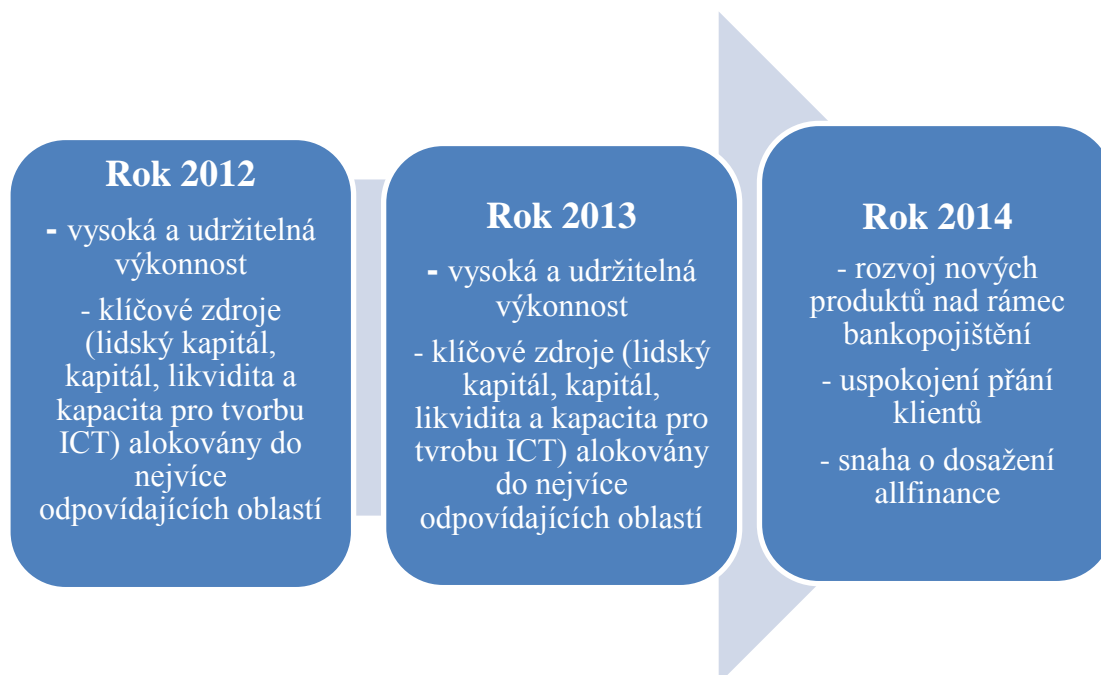
### Strategie pro rok 2013:

Strategie pro rok 2013 zůstala neměnná oproti roku 2012. Nadále mezi ambice skupiny ČSOB patří **vysoká a udržitelná výkonnost**. Aby této ambice mohla skupina ČSOB dosáhnout, management umísťuje klíčové zdroje (lidský kapitál, kapitál, likvidita a kapacita pro tvorbu ICT) do takových činností, které nejvíce odpovídají této ambici. Mezi klíčové části podnikání skupiny ČSOB patří obsluha segmentů bankovníctví pro fyzické osoby a firemní bankovníctví (Výroční zpráva ČSOB, 2013).

### Strategie pro rok 2014:

Skupina ČSOB patří mezi 3 největší poskytovatele finančních služeb v České republice. Jako hlavní cíl si stanovila **rozvoj nových produktů nad rámec bankopojištění**. Jedná se o správu zákaznické identity, zabezpečený digitální archiv, služby k uspokojení všech přání klientů. Mělo by tak docházet k podpoře využití tradičních produktů, zákazníci si sami zvolí rozsah služeb, protože jsou v centru zájmu společnosti (Výroční zpráva ČSOB, 2014). Skupina ČSOB by tak chtěla dospět k allfinance, jak bylo vysvětleno v kap. 4.6. Chtěla by poskytovat plně integrované řešení na finančním trhu.

Následující schéma ukazuje strategie skupiny ČSOB v letech 2012-2014.



Obrázek 3 – Strategie skupiny ČSOB v letech 2012-2014

Zdroj: vlastní zpracování z výročních zpráv ČSOB 2012-2014, dostupné z:

## **5.4 Bankopojištění**

Pod tímto pojmem si skupina ČSOB představuje rozvoj konceptu prodeje pojistných produktů prostřednictvím své sítě. V následujících podkapitolách popíši vždy jeden rok podnikání ČSOB.

### **5.4.1 Rok 2004**

V roce 2004 se podařilo ČSOB vytvořit zisk 6,8 mld. Kč. Její největší konkurenční výhoda spočívá ve správě bohatství klientů. Zároveň se podařilo zvýšit objem úvěrů pro malé a středně velké podniky o cca 30 %. V červnu 2004 bylo zřízeno EU Centrum pro poradenství k projektům financovaným z fondů Evropské Unie. Zřízení EU Centra bylo kladně přivítáno klienty.

Pro zvýšení výkonnosti banky byl zahájen projekt „Modrý efekt“, který identifikuje a odstraňuje příčiny nižší efektivity. Zároveň dojde k vytvoření nové firemní kultury banky.

Skupina ČSOB se v roce 2004 snažila prohloubit spolupráci mezi svými členy tak, aby došlo k rozvoji křížového prodeje s využitím synergických efektů. Spolupráce byla zaměřena na řízení lidských zdrojů, řízení úvěrových rizik, marketing a úspory nákladů (Výroční zpráva ČSOB, 2004).

### **OCENĚNÍ**

Jako známku kvalitní bankopojišťovny vždy uvedu vybraná ocenění, která ČSOB získala. V roce 2004 získala ČSOB následující vybraná ocenění (Výroční zpráva ČSOB, 2004):

- nejlepší banka v ČR – časopis Global Finance;
- nejlepší banka v oblasti operací na devizových trzích v ČR – časopis Global Finance.

## BANKOPOJIŠTĚNÍ

Skupina Československé obchodní banky se snažila o vývoj pojistných produktů a jejich následný prodej v pobočkové síti banky, soustředila se na životní pojištění. Chtěla být vedoucí bankopojišťovnou na českém trhu. Banka zavedla na trh 2 inovativní produkty: Maximal Invest a Maximal Invest 2. V roce 2004 uzavřela 2,5 tisíce nových pojistných smluv díky produktům: Maximal Invest a Optimal Profit. Zároveň si v rámci KBC připsala největší objem prodeje produktů investičního životního pojištění v regionu střední Evropy (Výroční zpráva ČSOB, 2004).

**Maximal Invest** – tento pojistný produkt je určený pro klienty ve věku 18-91 let. Nabízí spojení investice a pojistné ochrany (částečné nebo plné). Výhodou je, že neexistuje žádné zdravotní omezení pro sjednání pojištění, klient si může snížit základ daně až o částku 12 000 Kč při splnění zákonných podmínek, klient může zvolit oprávněnou osobu pro případ bezproblémového dědictví (ČSOB.cz, 2015).

**Optimal Profit** – jedná se o životní pojištění, které kryje riziko smrti, dožití, plné invalidity a civilizačních chorob. Sjedná se minimálně na 5 let a zároveň maximálně na 5 let. Minimální částka vkladu je 10 000 Kč a poplatek za vklad 2 %. Po 2 letech lze vybrat minimálně 4 800 Kč při poplatku 1-5 % (Peníze.cz).

### ČSOB Pojišťovna

K 31.12.2004 měla ČSOB Pojišťovna 2 vlastníky. KBC Insurance NV vlastnila 75 % společnosti a Československá obchodní banka, a. s. zbývajících 25 %. Pojišťovna se v roce 2004 zaměřila na zlepšení technických výsledků životního a neživotního pojištění. V roce 2004 byla 4. největší pojišťovnou poskytující životní pojištění a 6. největší pojišťovnou poskytující neživotní pojištění. Zároveň byl odstartován prodej pojištění prostřednictvím generálních reprezentantů a byl rozšířen prodej prostřednictvím exkluzivních pojistných agentů (Výroční zpráva ČSOB, 2004). Následující tabulka ukazuje základní charakteristiky ČSOB Pojišťovny v roce 2004.

Tabulka 4 - Základní charakteristiky ČSOB Pojišťovny v roce 2004

<b>Charakteristika</b>	<b>Hodnota</b>
Počet uzavřených pojistných smluv (ks)	345 860
Objem předeepsaného pojistného (tis. Kč)	6 056 908
Počet vyřízených pojistných událostí	136 582
Tržní podíl neživotní pojištění (%)	4,0
Tržní podíl životní pojištění (%)	7,7

Zdroj: Výroční zpráva ČSOB 2004, dostupné z: <http://www.csob.cz/cz/Csob/Vztahy-k-investorum/Stranky/Vyrocní-a-pololetní-zpravy.aspx>.

#### **5.4.2 Rok 2005**

V tomto roce dosáhla ČSOB čistého zisku ve výši 10,3 mil. Kč. Jedná se o 50%tní růst. Tohoto růstu bylo dosaženo především díky nárůstu počtu klientů, nárůstu objemu poskytovaných hypoték a rostoucímu objemu spravovaných aktiv. Klienti, kteří tento rok využívali její služby v České a Slovenské republice čítali 3,2 mil.

V tomto roce se ČSOB stala největší finanční skupinou působící na území České republiky. Na prvním místě skončila i v hypotékách, stavebních úvěrech a leasingu. Následující tabulka ukazuje tržní podíly ČSOB v ČR v letech 2004-2005 (Výroční zpráva ČSOB, 2005).

Tabulka 5 – Tržní podíly skupiny ČSOB v České republice v roce 2004 a 2005

Typ služby	Rok 2005	Rok 2004	Pořadí
Aktiva pod správou	30 %	30 %	1.
Stavební spoření	36 %	36 %	1.
Hypotéky a stavební úvěry	33 %	32 %	1.
Leasing	18 %	16 %	1.
Podílové fondy	25 %	23 %	2.
Pojištění	9 %	8 %	4.
Penzijní fondy	11 %	10 %	5.

Zdroj: Výroční zpráva ČSOB 2005, dostupné z: <http://www.csob.cz/cz/Csob/Vztahy-k-investorům/Stranky/Vyrocní-a-pololetní-zpravy.aspx>.

V roce 2005 bylo zavedeno několik inovací. Zde uvádím pouze pár inovací, které mě zaujaly:

- dobíjení SIM karet pomocí bankomatů a internetového bankovníctví;
- nová verze ČSOB internetbanking 24;
- zavedení call center;
- zvýšení uživatelského komfortu (jednodušší ovládání a rychlejší zadávání platebních příkazů – počet nových uživatelů zvýšit o 30 %).

Inovací v tomto roce bylo více, zde je uvedeno jen několik příkladů (Výroční zpráva ČSOB, 2005).

## OCENĚNÍ

V roce 2005 získala ČSOB následující vybraná ocenění (Výroční zpráva ČSOB, 2005):

- firemní banka roku 2005 – MasterCard;
- 3. místo získal produkt Hyundai Leasing v kategorii leasing – Zlatá koruna;
- 2. místo za nejlepší finanční produkty penzijního připojištění (ČSOB Penzijní fond Progress) – Zlatá koruna.

## **BANKOPOJIŠTĚNÍ**

Životní pojištění evidované v ČSOB Pojišťovně bylo v tomto roce prodáno prostřednictvím bankovní sítě skupiny (70 % uzavřených smluv). Celkem 19 % smluv o neživotním pojištění bylo prodáno prostřednictvím distribuční sítě skupiny, především díky ČSOB Banky a ČSOB Leasingu. Hypoteční smlouvy byly nejčastěji prodávány spolu s životním nebo majetkovým pojištěním (v bankovní síti). Celkem 51 % z uzavřených hypoték bylo uzavřeno s životním pojištěním, 47 % uzavřených hypoték bylo spojeno s majetkovým pojištěním. Zároveň pokračuje trend cestovního pojištění spojeného s platební kartou (Výroční zpráva ČSOB, 2005).

### **ČSOB Pojišťovna**

Vznikla dne 17.4.1992 jako univerzální pojišťovna nabízející životní a neživotní pojištění pro fyzické a právnické osoby. K 31. prosinci 2005 byla její struktura vlastníků: 75 % KBC Verzekeringen NV a 25 % ČSOB a. s. V následující tabulce jsou uvedeny základní charakteristiky pojišťovny pro rok 2005.

Tabulka 6 – Základní charakteristiky ČSOB Pojišťovny v roce 2005

<b>Charakteristika</b>	<b>Hodnota</b>
Počet uzavřených poj. smluv (ks)	472 881
Objem předepsaného pojistného (v tis. Kč)	6 875 382
Počet vyřízených pojistných událostí (ks)	132 053
Tržní podíl v neživotním pojištění (v %)	4,1
Tržní podíl v životním pojištění (v %)	8,8

Zdroj: Výroční zpráva ČSOB 2005, dostupné z: <http://www.csob.cz/cz/Csob/Vztahy-k-investorum/Stranky/Vyrocní-a-pololetní-zpravy.aspx>.

Pojišťovna se snažila o prohloubení spolupráce s ostatními institucemi skupiny v oblasti bankopojištění a zároveň zavést nové moderní spořicí produkty investičního životního pojištění (Výroční zpráva ČSOB, 2005).

### **5.4.3 Rok 2006**

Skupina ČSOB dosáhla zisku ve výši 9,5 miliardy Kč. Investovala především do optimalizace vnitřních procesů, posílení distribuční sítě, rozvoj zaměstnanců a rozvoj konceptu bankopojištění. V květnu 2006 vstoupila do platnosti nová organizační struktura skupiny KBC, která zjednoduší vývoj podnikatelských iniciativ a synergií mezi zeměmi. Tato nová struktura má za cíl vymyslet a aplikovat výkonnější model bankopojištění. Následující tabulka předkládá tržní podíly ČSOB za rok 2006 (Výroční zpráva ČSOB, 2006).



Tabulka 7 - Tržní podíly skupiny ČSOB v České republice v roce 2006

Typ služby	Tržní podíl (v %)	Pořadí
Individuální správa aktiv pro fyzické osoby	42,8	1.
Podílové fondy	27,0	1.
Penzijní fondy	14,7	4.
Úvěry ze stavebního spoření	45,4	1.
Stavební spoření	35,4	1.
Leasing	nepodařilo se zjistit	1.
Životní pojištění	9,4	4.
Neživotní pojištění	4,5	6.

Zdroj: Výroční zpráva ČSOB 2006, dostupné z: <http://www.csob.cz/cz/Csob/Vztahy-k-investorům/Stranky/Vyrocní-a-pololetní-zpravy.aspx>.

Skupina ČSOB je jedničkou ve financování bydlení s tržním podílem 37 %. Uvádí možnost převodu hypotéky na nově kupujícího nemovitosti, aniž by se úvěrové podmínky měnily. Navíc může být hypotéka navýšena v průběhu výstavby (Výroční zpráva ČSOB, 2006).

## OCENĚNÍ

V roce 2006 získala ČSOB následující vybraná ocenění (Výroční zpráva ČSOB, 2006):

- banka roku v ČR – odborný časopis The Banker (vyd. Financial Times);
- nejlepší banka ČR – soutěž zaměřená na inovace.

## BANKOPOJIŠTĚNÍ

Hlavní výhodou skupiny ČSOB je bankopojišťovací koncept spojen s vícekanálovou distribucí, který využívá několik silných značek. Prodeji životního pojištění pomáhala

ČSOB Pojišťovně stejným poměrem ČSOB Banka. Prodeji neživotního pojištění nejvíce napomáhá ČSOB Leasing. Celkem 60 % hypoték v České a Slovenské republice je spojeno s uzavřením smlouvy o neživotním pojištění. Ve Slovenské republice bylo u 9 z 10 uzavřených spotřebitelských úvěrů uzavřeno zároveň pojištění proti neschopnosti splácet. Cílem bankopojištění se stala nabídka vlastních pojistných produktů k bankovním produktům. Novinky v oblasti bankopojištění zavedené v srpnu 2006 jsou: pojištění schopnosti splácet úvěr (pojištění životních rizik u spotřebitelských úvěrů rozšířeno o krytí při ztrátě zaměstnání a dočasné invalidity).

Počet nových smluv pojištěných u životního pojištění je 59 %, u majetkových úvěrů 67 % a u pojištění spotřebitelských úvěrů 79 % (Výroční zpráva ČSOB, 2006).

### **ČSOB Pojišťovna**

Snaha o prohloubení spolupráce s ostatními institucemi skupiny v bankopojištění. Hlavním akcionářem pojišťovny je KBC Bank NV (97,44 %). Následující tabulka ukazuje základní charakteristiky ČSOB Pojišťovny v roce 2006 (Výroční zpráva ČSOB, 2006).

*Tabulka 8 - Základní charakteristiky ČSOB Pojišťovny v roce 2006*

<b>Charakteristika</b>	<b>Hodnota</b>
Počet uzavřených smluv (ks)	533 586
Objem předepsaného pojistného (v tis. Kč)	7 674 006
Počet vyřízených pojistných událostí (ks)	141 247
Tržní podíl neživotní pojištění (v %)	4,5
Tržní podíl životní pojištění (v %)	9,4

Zdroj: Výroční zpráva ČSOB 2006, dostupné z: <http://www.csob.cz/cz/Csob/Vztahy-k-investorum/Stranky/Vyrocní-a-pololetní-zpravy.aspx>.

#### 5.4.4 Rok 2007

V roce 2007 se podařilo ČSOB pokračovat ve zvyšování zisku. Dosáhla zisku ve výši 10,8 miliardy Kč. Skupina ČSOB těží z konceptu několika značek, které využívají vícekanálovou distribuci. Od června se stala jejím jediným akcionářem KBC Bank NV (Výroční zpráva ČSOB, 2007). Následující tabulka ukazuje tržní podíly skupiny ČSOB za rok 2006 v České republice.

Tabulka 9 - Tržní podíly skupiny ČSOB v České republice v roce 2007

Charakteristika	Tržní podíl (v %)	Pořadí
Aktiva pod správou	okolo 30,0	1.
Hypotéky	24,4	2.
Úvěry ze stavebního spoření	43,9	1.
Penzijní fondy	cca 15,5	3.
Podílové fondy	28,8	2.
Stavební spoření	35,6	1.
Leasing	15,5	1.
Životní pojištění	10,1	5.
Neživotní pojištění	4,8	5.

Zdroj: Výroční zpráva ČSOB 2007, dostupné z: <http://www.csob.cz/cz/Csob/Vztahy-k-investorum/Stranky/Vyrocní-a-pololetní-zpravy.aspx>.

#### OCENĚNÍ

V roce 2007 získala ČSOB následující vybraná ocenění (Výroční zpráva ČSOB, 2007):

- banka roku 2007 v České republice – odborný časopis The banker;
- nejlepší banka v ČR – časopis Global Finance.

## BANKOPOJIŠTĚNÍ

Cílem v oblasti bankopojištění je být jedničkou na trhu v nabízení vlastních pojistných produktů k bankovním produktům. Byla zavedena inovace: životní pojištění s 2 variantami úrazového pojištění (smrt, zranění s trvalými následky). Více než dvě třetiny uzavřených hypoték byly spojeny se smlouvou o životním nebo neživotním pojištění. Pojišťovna se stala 5. největší pojišťovnou na českém trhu s prodejem životního pojištění s tržním podílem 10,1 %. V neživotním pojištění se umístila taktéž na 5. místě s tržním podílem 4,8 % (zdroj: ČNB, finanční asociace). Prodeji životního pojištění napomohla stejným dílem ČSOB Pojišťovna a ČSOB Banka (Výroční zpráva ČSOB, 2007).

### ČSOB Pojišťovna

Struktura vlastníků se oproti roku 2006 změnila. Silnějším akcionářem je stále KBC Verzekeringen NV (75 %), ale 25 % vlastní ČSOB Banka. Jak ukazuje následující tabulka, počet uzavřených smluv oproti roku 2006 vzrostl, zároveň vzrostl objem předepsaného pojistného. Počet vyřízených pojistných událostí se mírně snížil (Výroční zpráva ČSOB, 2007).

Tabulka 10 - Základní charakteristiky ČSOB Pojišťovny v roce 2007

<b>Charakteristika</b>	<b>Hodnota</b>
Počet uzavřených pojistných smluv (ks)	615 528
Objem předepsaného pojistného (mil. Kč)	9 056
Počet vyřízených pojistných událostí (ks)	139 320
Tržní podíl neživotní pojištění (v %)	4,8
Tržní podíl životní pojištění (v %)	10,1

Zdroj: Výroční zpráva ČSOB 2007, dostupné z: <http://www.csob.cz/cz/Csob/Vztahy-k-investorum/Stranky/Vyrocní-a-pololetní-zpravy.aspx>.

### 5.4.5 Rok 2008

Rok 2008 byl poznamenán finanční krizí, která zasáhla i ČSOB. Tím došlo ke snížení některých aktiv v jejím portfoliu. Ale i přesto předpokládá v dalším roce dosažení výrazně vyššího zisku. Rok 2008 ukončila s čistým ziskem ve výši 1,034 miliardy Kč. Kapitálová přiměřenost skupiny přesahuje 10 %, podíl úvěrů ke vkladům je na 72 %. Náklady oproti minulému roku vzrostly na 7 % (stejně jako tempo inflace). Skupina ČSOB by chtěla poskytovat nejlepší možné bankovním a pojišťovací služby přizpůsobené poptávce na českém trhu. V tomto roce zavedla další inovace, mezi které patřilo například zavedení online plateb „PAYSEC“ nebo změny PIN přes bankomat.

ČSOB je stále jedničkou na trhu v úvěry ze stavebního spoření (43,9 %) nebo například v poskytování stavebního spoření (35,9 %). Druhé místo zastává s bankovními vklady (22%) a nabídkou hypoték (25,7 %), (Výroční zpráva ČSOB, 2008). Následující tabulka opět ukazuje tržní podíly skupiny ČSOB za rok 2008.

Tabulka 11 – Tržní podíly skupiny ČSOB v České republice v roce 2008

Charakteristika	Tržní podíl (v %)	Pořadí
Aktiva pod správou	23,3	1.
Hypotéky	25,7	2.
Úvěry ze stavebního spoření	43,9	1.
Penzijní fondy	15,7	3.
Podílové fondy	33,9	1.
Stavební spoření	35,9	1.
Leasing	13,6	1.
Životní pojištění	9,6	5.
Neživotní pojištění	5,1	5.

Zdroj: Výroční zpráva ČSOB 2008, dostupné z: <http://www.csob.cz/cz/Csob/Vztahy-k-investorum/Stranky/Vyrocní-a-pololetní-zpravy.aspx>.

## OCENĚNÍ

V roce 2008 získala ČSOB následující vybraná ocenění (Výroční zpráva ČSOB, 2008):

- nejlepší banka v ČR – opět vyhrála toto ocenění v časopisu Global Finance;
- nejúspěšnější česká finanční skupina – Zlatá koruna.

## BANKOPOJIŠTĚNÍ

Smlouvy o životním pojištění byly uzavírány spolu s hypotékami (téměř dvě třetiny hypoték). Zároveň byly hypotéky uzavírány s pojištěním majetku (více než tři čtvrtiny smluv). V nabídce hypoték byly provedeny inovace, byla zavedena tzv. *Investiční hypotéka*. Jedná se o hypotéku se zajištěním fondem nebo životním pojištěním. Dalším inovativním produktem se stala *Hypotéka expres*, která pojistí domácnost nebo produkt

*Domov expres* (pojištění nemovitosti, možné uzavřít přes internet). Následující tabulka shrnuje počet nových smluv (Výroční zpráva ČSOB, 2008).

Tabulka 12 – Počet nových uzavřených smluv

Typ pojištění	Hodnota v %
Životní pojištění/Hypotéky	69
Majetkové pojištění/Hypotéky	88
Pojištění spotřebitelských úvěrů/Spotřebitelské úvěry	78

Zdroj: Výroční zpráva ČSOB 2008, dostupné z: <http://www.csob.cz/cz/Csob/Vztahy-k-investorum/Stranky/Vyrocní-a-pololetní-zpravy.aspx>.

Oproti roku 2007 došlo ke zvýšení počtu smluv. Smlouvy o životním pojištění se zvýšily o 1 %, pojištění majetku o 13 % a pojištění spotřebitelských úvěrů o 1 %.

### **ČSOB Pojišťovna**

V prodeji neživotního pojištění je v roce 2008 na 5. místě s tržním podílem 5,1 %. V prodeji životního pojištění je také na 5. místě s tržním podílem 9,6 %. Dle předepsaného pojistného zastává 4. místo na českém pojistném trhu. Růstu bylo dosaženo především prostřednictvím prodeje neživotního pojištění (pojištění motorových vozidel - povinné ručení a havarijní pojištění). Při prodeji neživotního pojištění pomohl ČSOB Leasing, který prodal téměř 19 % z hrubého předepsaného pojistného. V neživotním pojištění pomohla prodeji ČSOB Banka, která prodala dvě pětiny z předepsaného pojistného.

Struktura vlastníků pojišťovny zůstala nadále stejná. KBC Verzekeringen NV vlastní 75 % a ČSOB, a. s. zbylých 25 %. Tabulka 10 ukazuje základní charakteristiky pojišťovny v roce 2008 (Výroční zpráva ČSOB, 2008).

Tabulka 13 - Základní charakteristiky ČSOB Pojišťovny v roce 2008

<b>Charakteristika</b>	<b>Hodnota</b>
Počet pojistných smluv (ks)	589 387
Objem předepsaného pojistného (mil. Kč)	9 485
Počet vyřízených pojistných událostí (ks)	147 775
Tržní podíl neživotní pojištění (%)	5,1
Tržní podíl životní pojištění (%)	9,6

Zdroj: Výroční zpráva ČSOB 2008, dostupné z: <http://www.csob.cz/cz/Csob/Vztahy-k-investorům/Stranky/Vyrocní-a-pololetní-zpravy.aspx>.

#### **5.4.6 Rok 2009**

V roce 2009 pokračovala hospodářská krize avšak s menším dopadem na finanční sektor než v letech minulých. Přesto se ČSOB podařilo dosáhnout zisku ve výši 17,368 miliardy Kč. i v tomto roce proběhly inovace produktů, které mají nalákat nové klienty. Na trh byl zaveden nový spořicí účet s premií. ČSOB, Poštovní spořitelna a Hypoteční banka nově nabízí účast na státním programu „Zelená úsporám“. Klienti mohou využít dotace na úpravu budov, která vede k energetickým úsporám. Bankomaty nově slouží i pro vklady hotovosti nejen pro výběry. V případě zakoupení zboží přes kreditní kartu je nově prodloužená záruční lhůta a pojištění proti poškození, které trvá 90 dnů. (Výroční zpráva ČSOB, 2009). Následující tabulka předkládá pozici skupiny ČSOB na trhu v roce 2009.



Tabulka 14 – Tržní podíly skupiny ČSOB v České republice v roce 2009

Charakteristika	Tržní podíl (v %)	Pořadí
Aktiva pod správou	nepodařilo se zjistit	
Hypotéky	27,3	2.
Úvěry ze stavebního spoření	44,1	1.
Penzijní fondy	16,2	3.
Podílové fondy	34,2	1.
Stavební spoření	36,1	1.
Leasing	9,6	2.
Životní pojištění	9,4	5.
Neživotní pojištění	5,0	6.

Zdroj: Výroční zpráva ČSOB 2009, dostupné z: <http://www.csob.cz/cz/Csob/Vztahy-k-investorum/Stranky/Vyrocní-a-pololetní-zpravy.aspx>.

## OCENĚNÍ

V roce 2009 získala ČSOB následující vybraná ocenění (Výroční zpráva ČSOB, 2009):

- nejlepší poskytovatel finančních služeb pro mezinárodní obchod 2009 – časopis Global Finance;
- nejlepší banka pro směnné operace 2009 – časopis Global Finance;
- Zlatá koruna – získáno 7 medailí; 4 zlaté.

## BANKOPOJIŠTĚNÍ

Téměř 3 ze 4 uzavřených smluv o hypotečním úvěru byly spojeny s uzavřením smlouvy o životním pojištění prostřednictvím sítě ČSOB. Přes 90 % z nich bylo uzavřeno

s majetkovým pojištěním. Následující tabulka poukazuje na počet všech pojištěných smluv.

*Tabulka 15 – Počet všech pojištěných smluv ČSOB v roce 2009*

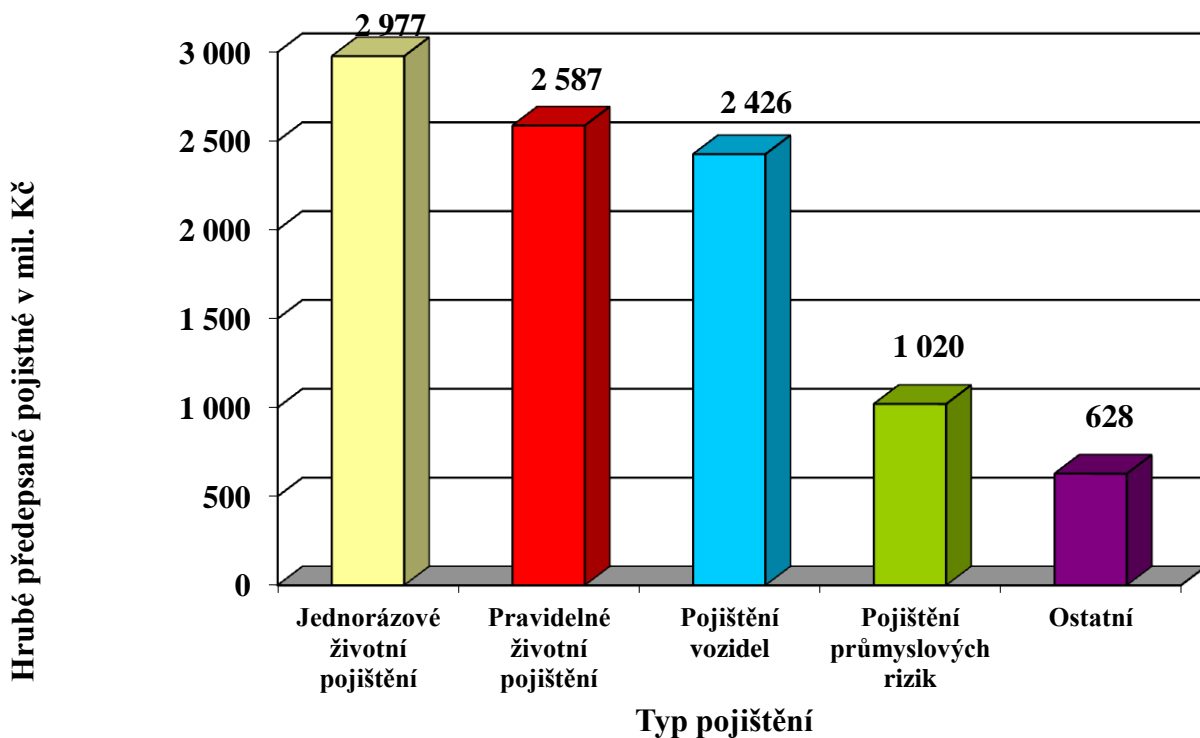
<b>Typ smlouvy</b>	<b>Hodnota v %</b>
Životní pojištění/hypotéka	68
Majetkové pojištění/hypotéka	91
Pojištění spotřebitelských úvěrů/spotřebitelské úvěry	75

Zdroj: Výroční zpráva ČSOB 2009, dostupné z: <http://www.csob.cz/cz/Csob/Vztahy-k-investorum/Stranky/Vyrocní-a-pololetní-zpravy.aspx>.

První místo v hodnocení bank si ČSOB udržela s 36,1 % v poskytování stavebního spoření. Na prvním místě skončila i v hodnocení poskytování úvěrů ze stavebního spoření (44,1 %), financování bydlení (33,9 %) a podílové fondy (34,2 %) (Výroční zpráva ČSOB, 2009).

### **ČSOB Pojišťovna**

S tržním podílem 9,4 % v životním pojištění se stala 5. největší pojišťovnou na českém trhu. V prodeji neživotního pojištění s tržním podílem 5 % se umístila na 6. místě na českém pojistném trhu. Získala ocenění od časopisu World Finance jako Nejlepší pojišťovna pro Českou republiku. Tohoto ocenění dosáhla na základě analýzy produktů a finančního zdraví. Následující graf ukazuje hrubé předepsané pojistné k 31.12.2009 (Výroční zpráva ČSOB, 2009).



Obrázek 4 – Hrubé předepsané pojistné k 31.12.2009

Zdroj: Výroční zpráva ČSOB 2009, dostupné z: <http://www.csob.cz/cz/Csob/Vztahy-k-investorum/Stranky/Vyrocní-a-pololetní-zpravy.aspx>.

### 5.4.7 Rok 2010

V roce 2010 dosáhla ČSOB menšího zisku než v roce předchozím. Čistý zisk byl stanoven na 13,47 miliardy Kč. Z globální finanční krize vyšla ČSOB silná a odolná, zvýšila se její kapitálová přiměřenost (18 %). Nadále chce poskytovat svým klientům nejlepší pojišťovací a bankovní služby, tak aby uspokojili jejich potřeby a přání. i v tomto roce došlo k inovacím. Pojišťovna umístila na trh nový produkt – **FORTE**. Jedná se o životní pojištění, které kombinuje velmi kvalitní ochranu před riziky s nadprůměrným zhodnocením vložených peněz. Kryje rizika, jako jsou například: vážných chorob, invalidity, trvalé následky úrazu, zproštění pojistného, pracovní neschopnost, léčba úrazu, hospitalizace, vážné choroby, pojištění pro případ smrti. Díky jedné smlouvě je pojištěn nejen pojistník, ale i jeho rodina. Lze zvolit individuální dobu pro trvání jednotlivých rizik. Za každých uplynulých 5 let placení pojistného, pojišťovna vrátí 10 % rizikového pojistného (Výroční zpráva ČSOB, 2010). V následující tabulce jsou uvedeny tržní podíly skupiny ČSOB za rok 2010.

Tabulka 16 – Tržní podíly skupiny ČSOB v České republice v roce 2010

Charakteristika	Tržní podíl (v %)	Pořadí
Hypotéky	38,2	1.
Úvěry ze stavebního spoření	43,9	1.
Penzijní fondy	16,1	3.
Podílové fondy	30,6	1.
Stavební spoření	36,1	1.
Leasing	9,7	3.
Životní pojištění	8,9	5.
Neživotní pojištění	4,9	6.

Zdroj: Výroční zpráva ČSOB 2010, dostupné z: <http://www.csob.cz/cz/Csob/Vztahy-k-investorům/Stranky/Vyrocní-a-pololetní-zpravy.aspx>.

## OCENĚNÍ

V roce 2010 získala ČSOB následující vybraná ocenění (Výroční zpráva ČSOB, 2010):

- nejlepší banka v ČR – magazín Global Finance;
- nejlepší banka 2010 – cena Hospodářských novin;
- zaměstnavatel roku 2010 – dle hlasování vysokoškolských studentů, 1. místo mezi finančními institucemi.

## ČSOB Pojišťovna

ČSOB Pojišťovna je univerzální pojišťovnou, která nabízí: životní pojištění, pojištění motorových vozidel, domácnosti, cestovní, úrazové a pojištění průmyslových rizik. Jedničkou na trhu byla v tomto roce s poskytováním stavebního spoření s tržním podílem 36,1 % a také například s poskytováním úvěrů na bydlení s tržním podílem 34,6 %.

Struktura vlastníků je následující: 75 % základního kapitálu vlastní KBC Insurance a zbylých 25 % patří ČSOB. V roce 2010 se pojišťovně podařilo dosáhnout čistého zisku 903 mil. Kč při hrubém předepsaném pojistném 6,3 mil. Kč u životního pojištění a 3,9 mil. Kč u neživotního pojištění. Následující tabulka ukazuje přehled hrubého předepsaného pojistného dle typu pojištění (Výroční zpráva ČSOB, 2010).

*Tabulka 17 – Hrubé předepsané pojistné dle typu k 31.12.2010*

<b>Typ pojištění</b>	<b>Rok 2010 (v mil. Kč)</b>	<b>Rok 2009 (v mil. Kč)</b>
Životní pojištění s jednorázovou splátkou	3 609	2 977
Životní pojištění s pravidelnou splátkou	2 682	2 587
Pojištění motorových vozidel	2 144	2 426
Pojištění průmyslových rizik	981	1 020
Jiné	820	628

Zdroj: Výroční zpráva ČSOB 2010 a 2009, dostupné z: <http://www.csob.cz/cz/Csob/Vztahy-k-investorum/Stranky/Vyrocní-a-pololetní-zpravy.aspx>.

S tržním podílem 8,9 % u životního pojištění skončila ČSOB Pojišťovna na 5. místě. u neživotního pojištění skončila o jednu příčku dále na 6. místě na českém pojistném trhu s podílem 4,9 %. Hrubé předepsané pojistné u životního pojištění činilo 6,3 mil. Kč, u neživotního pojištění 3,9 mil. Kč. Oproti roku 2009 došlo u životního pojištění k růstu předepsaného pojistného (5,6 mil. Kč – rok 2009). U neživotního pojištění se celkové předepsané pojistné snížilo (4,1 mil. Kč – rok 2009) (Výroční zpráva ČSOB, 2010).

#### **5.4.8 Rok 2011**

V roce 2011 skupina ČSOB, která měla přibližně 9,5 tisíce zaměstnanců, vytvořila čistý zisk 11,1 miliardy Kč. Nadále se snaží rozvíjet lidský kapitál a pečuje o své zaměstnance.

Nadále upravuje svoji nabídku dle přání a potřeb svých klientů. ČSOB je dceřinou společností KBC Bank, která je dceřinou společností KBC Group se sídlem v Bruselu.

I v roce 2011 došlo k inovacím. Patří k nim například služba 3D secure, kterou zavedla ČSOB jako jedna z prvních velkých bank. Aplikace smartbanking pro obsluhu financí přes chytré telefony a tablety. Došlo ke zlepšení kreditní karty – prodloužení bezúročného období na 55 dní. Dále u kreditní karty došlo k rozšíření pojištění – pojištění proti poškození, odcizení nebo zničení zdarma na 180 dní. Životní pojištění a pojištění nemovitostí je nově nabízeno i Českomoravskou stavební spořitelnou.

Jedničkou na trhu zůstává ČSOB nadále s financováním bydlení – úvěry ze stavebního spoření, tržní podíl 43,8 %. Poskytování hypoték s tržním podílem 29,1 %, úvěry na bydlení s tržním podílem 34,8 % a ještě například s uzavíráním smluv o stavebním spoření s tržním podílem 36,4 %.

Skupina ČSOB v roce 2011 měla 4 miliony klientů. Tyto klienty obsluhovalo přes 593 poboček. K nápomoci jim bylo 831 bankomatů (Výroční zpráva ČSOB, 2011). V následující tabulce jsou uvedeny tržní podíly skupiny ČSOB za rok 2011 v České republice.

Tabulka 18 – Tržní podíly skupiny ČSOB v České republice v roce 2011

<b>Charakteristika</b>	<b>Tržní podíl (v %)</b>	<b>Pořadí</b>
Hypotéky	29,2	1.
Úvěry ze stavebního spoření	43,8	1.
Penzijní fondy	15,7	3.
Podílové fondy	31,0	1.
Stavební spoření	36,4	1.
Leasing	12,1	2.
Životní pojištění	7,4	5.
Neživotní pojištění	5,7	6.

Zdroj: Výroční zpráva ČSOB 2011, dostupné z: <http://www.csob.cz/cz/Csob/Vztahy-k-investorům/Stranky/Vyrocní-a-pololetní-zpravy.aspx>.

## **OCENĚNÍ**

V roce 2011 získala ČSOB následující vybraná ocenění (Výroční zpráva ČSOB, 2011):

- banka roku 2011 v ČR – magazín The banker;
- nejlepší banka v ČR 2011 – magazín Global Finance;
- nejlepší banka v ČR – magazín Euromony;
- ocenění pro klientsky nejpřívětivější banku v ČR – cena Hospodářských novin.

## **BANKOPOJIŠTĚNÍ**

ČSOB Pojišťovna se v roce 2011 zlepšila v oblasti bankopojištění. Její produkt MAXIMAL INVEST dokázal vydělat 1,5 mld. Kč. V polovině roku 2011 přišla pojišťovna na trh s novým pojištěním aut „Naše auto“, které při stanovení výše pojistného více hledí

na samotné řidiče a zkoumá je než na vůz, který vlastní. Díky tomuto novému produktu bylo ke konci roku 2011 pojištěno přes 400 tisíc aut u ČSOB Pojišťovny. Počet pojistných událostí, které musela pojišťovna řešit, se zvýšil na 190 000 a z toho bylo vyplaceno celkem 6,8 miliardy Kč. Následující tabulka poukazuje na změnu objemových ukazatelů od roku 2010 (Výroční zpráva ČSOB, 2011).

*Tabulka 19 – Porovnání objemových ukazatelů v roce 2010 a 2011 (v mil. Kč)*

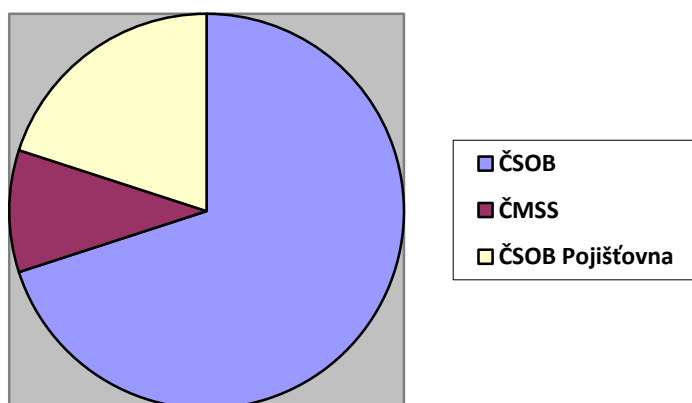
<b>Ukazatel</b>	<b>Rok 2011 (v mil. Kč)</b>	<b>Rok 2010 (v mil. Kč)</b>
Životní pojištění	8 126	6 291
Neživotní pojištění	4 026	3 944
Objem pojistného plnění	6 769	5 332
Počet pojistných událostí	190 205	182 078

Zdroj: Výroční zpráva ČSOB 2011, dostupné z: <http://www.csob.cz/cz/Csob/Vztahy-k-investorum/Stranky/Vyrocní-a-pololetní-zpravy.aspx>.

Jak je vidět z tabulky, objem životního pojištění v roce 2011 vzrostl přibližně o 30 %. Objem uzavřených smluv neživotního pojištění vzrostl o 2 %. Objem pojistného plnění se v roce 2011 zvýšil o necelých 27 %. Počet vyřízených pojistných událostí se meziročně zvýšil o 4,5 %. (Výroční zpráva ČSOB, 2011).

Další obrázek nastínuje rozdělení prodeje životního a neživotního pojištění jednotlivými složkami skupiny ČSOB.

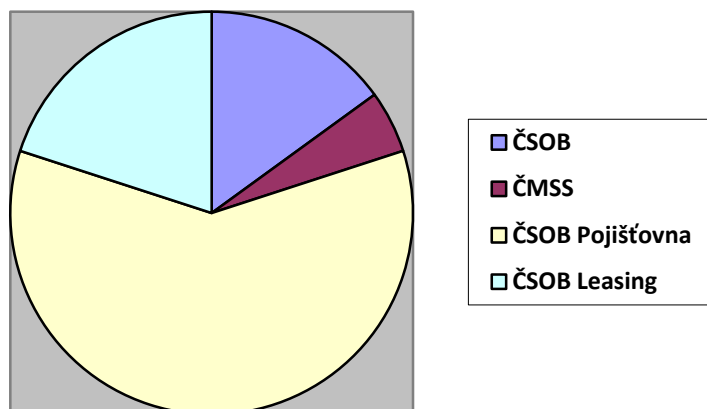




Obrázek 5 – Hrubé předepsané pojistné životní pojištění v roce 2011

Zdroj: Výroční zpráva ČSOB 2011, dostupné z: <http://www.csob.cz/cz/Csob/Vztahy-k-investorum/Stranky/Vyrocní-a-pololetní-zpravy.aspx>.

Jak je patrné z obrázku, nejvíce životních pojistek prodala ČSOB, dále ji pomohla ČSOB Pojišťovna a menším dílem Českomoravská stavební spořitelna.



Obrázek 6 – Hrubé předepsané pojistné neživotní pojištění v roce 2011

Zdroj: Výroční zpráva ČSOB 2011, dostupné z: <http://www.csob.cz/cz/Csob/Vztahy-k-investorum/Stranky/Vyrocní-a-pololetní-zpravy.aspx>.

Nejvíce smluv o neživotním pojištění prodala ČSOB Pojišťovna. S prodejem jí nejvíce pomohl ČSOB Leasing, ČSOB a malou částí Českomoravská stavební spořitelna.

## ČSOB Pojišťovna

Struktura podílu na základním kapitálu se oproti roku 2010 nezměnila. KBC Insurance stále vlastní 75 % základního kapitálu, podíl ČSOB stále zůstává na 25 %. Podíl na hlasovacích právech je následující: 60 % KBC Insurance a 40 % ČSOB. V roce 2011 získala ČSOB Pojišťovna ocenění za nejlepší web v ČR. Dle české asociace pojišťoven se umístila na 5. místě dle hrubého předpsaného pojistného životního pojištění s tržním podílem 7,4 %. Oproti roku 2010 tržní podíl klesl 1,5 %. u neživotního pojištění dosáhla tržního podílu 5,7 % (došlo ke zlepšení oproti roku 2010 o 0,8 %). V následující tabulce jsou uvedeny charakteristiky o ČSOB Pojišťovně za rok 2011 (Výroční zpráva ČSOB, 2011).

Tabulka 20 – Charakteristiky ČSOB Pojišťovny za rok 2011

Charakteristika	Hodnota
Předepsané pojistné – životní pojištění	8 186 mil. Kč
Předepsané pojistné – neživotní pojištění	4 026 mil. Kč
Zisk po zdanění	605 mil. Kč
Počet poboček	88
Klienti	927 000

Zdroj: Výroční zpráva ČSOB 2011, dostupné z: <http://www.csob.cz/cz/Csob/Vztahy-k-investorum/Stranky/Vyrocní-a-pololetní-zpravy.aspx>.

### 5.4.9 Rok 2012

Rok 2012 byl pro ČSOB úspěšný. Podařilo se jí zvýšit zisk, který dosáhl výše 15,291 miliardy Kč. Československá obchodní banka, a. s. je 100 % ovládaná KBC Group. Dne 26. listopadu 2012 prodala svůj podíl v ČSOB Pojišťovně společnosti KBC Insurance se ziskem 1,2 mld. Kč. ČSOB i přesto nadále používá bankopojišťovací model podnikání (Výroční zpráva ČSOB, 2012).

V roce 2012 uvedla na trh skupina ČSOB také určité inovace. ČSOB Pojišťovna představila trhu nový životněpojistný produkt „Bez obav“. Tento pojistný produkt kryje rizika dlouhodobého výpadku příjmu, krátkodobého výpadku příjmu, dětské úrazy a onemocnění, spokojený důchod a životní rizika. Díky jedné smlouvě je pojištěna celá rodina. Klient sám volí individuální dobu trvání rizik. V případě, že klient zapomene uhradit pojistné, zaplatí se z volných prostředků ve spořicí složce (ČSOB Pojišťovna - Životní pojištění bez obav).

Hypoteční banka představila trhu nový produkt „Hypotéka s bonusem“. Hypoteční banka vrátí klientům 5 % z výše hypotečního úvěru, pokud po dobu splácení zůstane věrný ČSOB. V roce 2012 bylo uzavřeno celkem 1 386 smluv na 2,4 miliardy Kč (Výroční zpráva ČSOB, 2012). V následující tabulce jsou uvedeny tržní podíly skupiny ČSOB za rok 2012.

*Tabulka 21 - Tržní podíly skupiny ČSOB v České republice v roce 2012*

<b>Charakteristika</b>	<b>Tržní podíl (v %)</b>	<b>Pořadí</b>
Hypotéky	30,7	1.
Úvěry ze stavebního spoření	44,1	1.
Penzijní fondy	14,2	3.
Podílové fondy	29,3	1.
Stavební spoření	35,8	1.
Leasing	12,0	1.
Životní pojištění	6,8	5.
Neživotní pojištění	7,3	5.

Zdroj: Výroční zpráva ČSOB 2012, dostupné z: <http://www.csob.cz/cz/Csob/Vztahy-k-investorum/Stranky/Vyrocní-a-pololetní-zpravy.aspx>.

## **OCENĚNÍ**

V roce 2012 získala ČSOB následující vybraná ocenění (Výroční zpráva ČSOB, 2012):

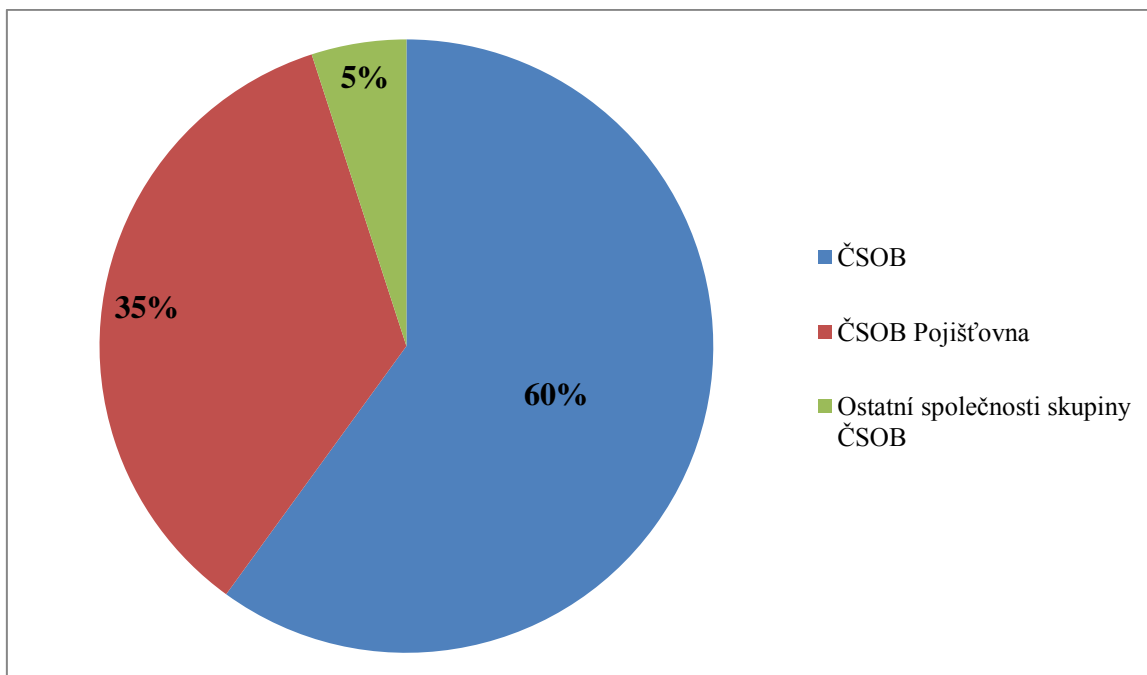
- nejlepší banka v ČR v roce 2012 – časopis Global Finance;
- zařazení do Klubu vítězů – zde zařazeny banky nejčastěji oceňované za 25 let;
- nejlepší banka roku 2012 – cena Hospodářských novin;

Specializovaná ocenění získala následující:

- nejlepší banka pro směnné operace – časopis Global Finance;
- nejlepší poskytovatel finančních služeb pro mezinárodní obchod – časopis Global Finance.

## **BANKOPOJIŠTĚNÍ**

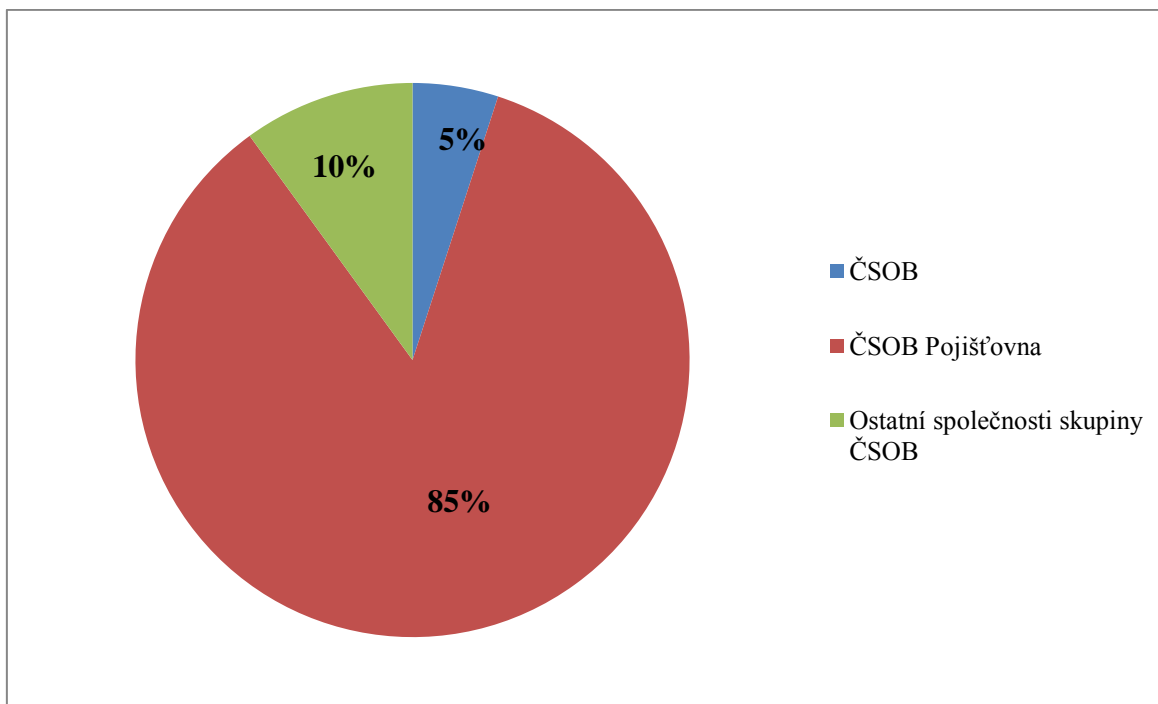
Poskytování bankopojištění pokračuje úspěšně. Především díky pojistnému produktu MAXIMAL INVEST, cestovnímu pojištění k platebním kartám a pojištění hypotéky. Na následujícím obrázku jsou uvedeny podíly jednotlivých společností skupiny ČSOB na prodeji životního a neživotního pojištění (dle hrubého předpsaného pojistného).



Obrázek 7 – Prodej životního pojištění jednotlivými složkami skupiny ČSOB v roce 2012 (dle hrubého předepsaného pojistného)

Zdroj: Výroční zpráva ČSOB 2012, dostupné z: <http://www.csob.cz/cz/Csob/Vztahy-k-investorum/Stranky/Vyrocní-a-pololetní-zpravy.aspx>.

Na prodeji životního pojištění se podílela nejvíce Československá obchodní banka, a. s. cca 60 %, dále ČSOB Pojišťovna, a. s. 35 %. Zbývajících 5 % smluv prodaly ostatní společnosti skupiny ČSOB.



Obrázek 8 - Prodej neživotního pojištění jednotlivými složkami skupiny ČSOB v roce 2012 (dle hrubého předepsaného pojistného)

Zdroj: Výroční zpráva ČSOB 2012, dostupné z: <http://www.csob.cz/cz/Csob/Vztahy-k-investorum/Stranky/Vyrocní-a-pololetní-zpravy.aspx>.

Na prodeji neživotního pojištění se nejvíce podílel ČSOB Pojišťovna, a. s., která prodala přibližně 85 % smluv. Dále Československá obchodní banka, a. s., která prodala 5 %, zbývajících 10 % prodaly ostatní společnosti skupiny ČSOB.

### ČSOB Pojišťovna

V roce 2012 vytvořila ČSOB Pojišťovna čistý zisk 620 mil. Kč. Zároveň se jí podařilo překonat hranici 1 milionu klientů (1,039 mil. klientů). Podíl na základním kapitálu od 26. listopadu 2012: 99,76 % KBC Insurance, 0,24 % ČSOB. Smluv o neživotním pojištění bylo uzavřeno nejvíce díky produktu „Naše auto“. Průměrné pojistné nových prodejů u povinného ručení vzrostlo o 23 %. Došlo ke zlepšení kmene existujících pojistek. Bylo pojištěno více nových a drahých aut (Výroční zpráva ČSOB, 2012). V následující tabulce jsou uvedeny základní charakteristiky ČSOB Pojišťovny za rok 2012.

Tabulka 22 - Charakteristiky ČSOB Pojišťovny za rok 2012

<b>Charakteristika</b>	<b>Hodnota</b>
Předepsané pojistné – životní pojištění	9 288 mil. Kč
Předepsané pojistné – neživotní pojištění	4 411 mil. Kč
Zisk po zdanění	620 mil. Kč
Počet poboček	84
Klienti (fyzické osoby, právnické osoby, malé a střední podniky i velké firmy)	cca 1 039 000

Zdroj: Výroční zpráva ČSOB 2012, dostupné z: <http://www.csob.cz/cz/Csob/Vztahy-k-investorům/Stranky/Vyrocní-a-pololetní-zpravy.aspx>.

#### **5.4.10 Rok 2013**

V roce 2013 dosáhla ČSOB menšího zisku než v roce předchozím. Výše zisku v roce 2013 dosáhla 13,658 miliardy Kč. V oblasti bankopojištění bylo uvedeno na trh 10 nových produktů. ČSOB Pojišťovna jako 1. na trh uvedla nové úrazové pojištění řidičů „RENTO“. Skupina ČSOB nadále zůstává jedničkou na trhu v poskytování financí na bydlení. Následující tabulka předkládá pozice skupiny ČSOB na trhu (Výroční zpráva ČSOB, 2013).

Tabulka 23 - Tržní podíly skupiny ČSOB v České republice v roce 2013

<b>Charakteristika</b>	<b>Tržní podíl (v %)</b>	<b>Pořadí</b>
Hypotéky	30,0	1.
Úvěry ze stavebního spoření	45,3	1.
Penzijní fondy	14,0	3.
Podílové fondy	28,1	1.
Stavební spoření	35,7	1.
Leasing	13,4	1.
Životní pojištění	6,4	5.
Neživotní pojištění	6,5	6.

Zdroj: Výroční zpráva ČSOB 2013, dostupné z: <http://www.csob.cz/cz/Csob/Vztahy-k-investorům/Stranky/Vyrocní-a-pololetní-zpravy.aspx>.

## **OCENĚNÍ**

ČSOB dosáhla v roce 2013 vybraných ocenění (Výroční zpráva ČSOB, 2013):

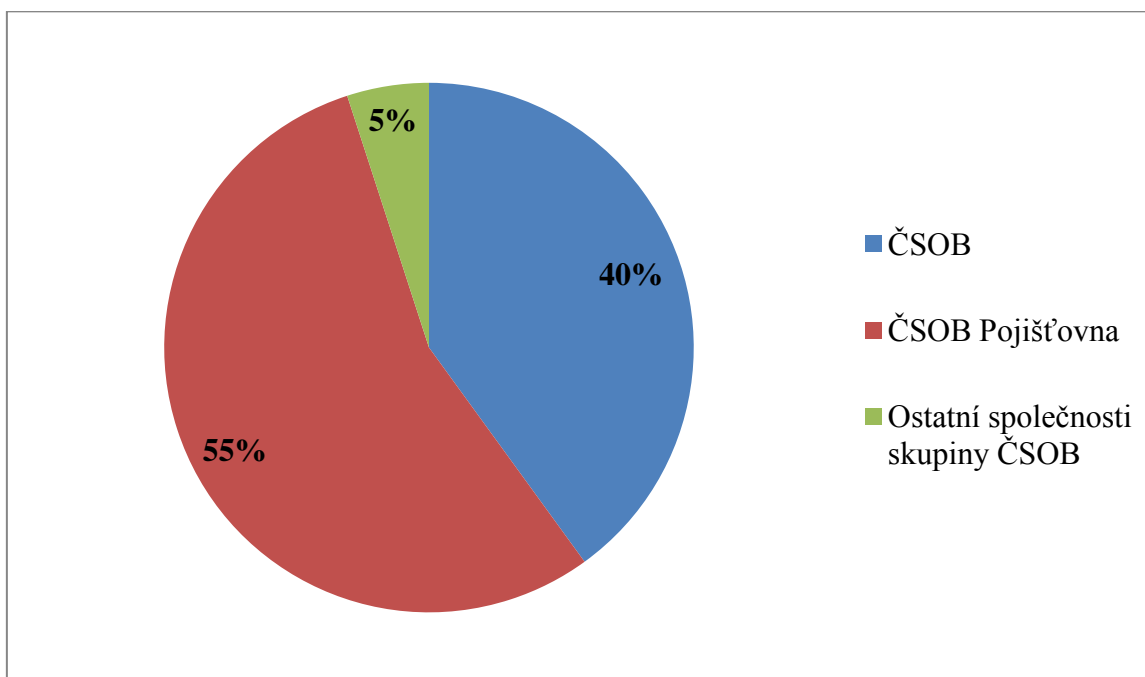
- nejlepší banka v ČR za rok 2013 – časopis The banker;
- nejlepší banka roku 2013 – Hospodářské noviny;
- nejlepší banka pro směnné operace – podesáté v řadě získala toto ocenění, časopis Global Finance.

## **BANKOPOJIŠTĚNÍ**

Skupina ČSOB nadále pracovala na zlepšování distribuce pojistných produktů. Dále rozšiřovala nabídku bankopojištění. ČSOB se snaží dosáhnout allfinance, tedy kompletního integrovaného finančního řešení pro své klienty. Dále je uveden podíl



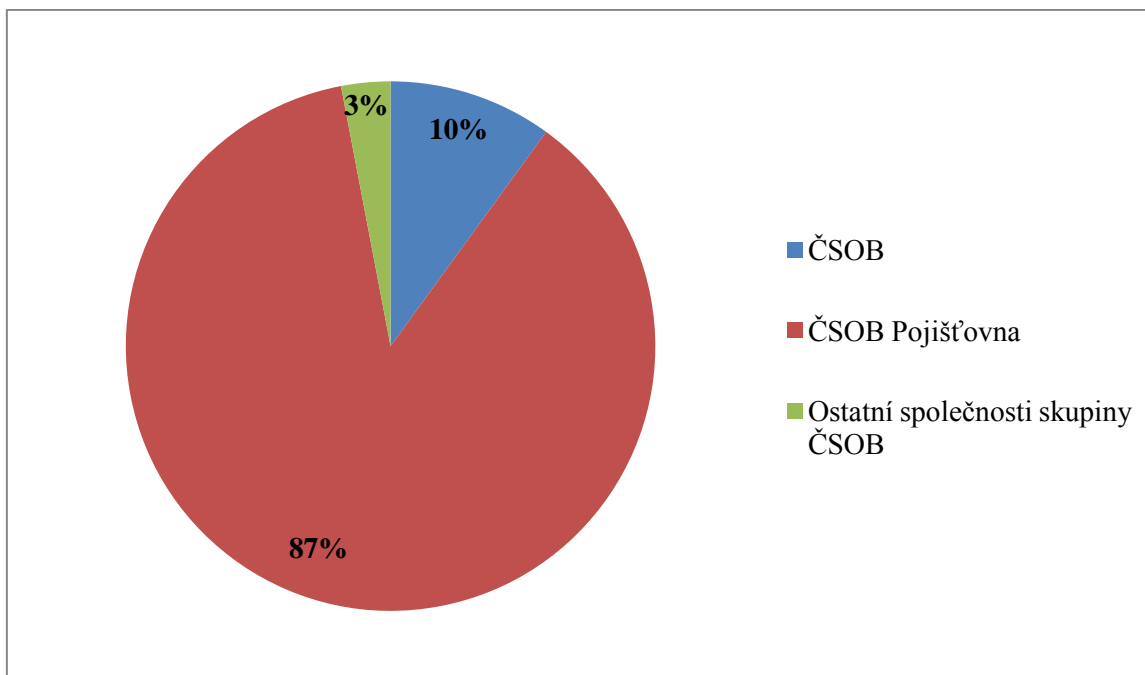
distribučních kanálů na prodej životního a neživotního pojištění (Výroční zpráva ČSOB, 2013).



Obrázek 9 - Prodej životního pojištění jednotlivými složkami skupiny ČSOB v roce 2013 (dle hrubého předepsaného pojistného)

Zdroj: Výroční zpráva ČSOB 2013, dostupné z: <http://www.csob.cz/cz/Csob/Vztahy-k-investorum/Stranky/Vyrocní-a-pololetní-zpravy.aspx>.

Jak je vidět z obrázku, nejvíce smluv o životním pojištění bylo uzavřeno v ČSOB Pojišťovně, a. s. Pojišťovně také významně pomohla ČSOB s prodejem životního pojištění.



Obrázek 10 - Prodej neživotního pojištění jednotlivými složkami skupiny ČSOB v roce 2013 (dle hrubého předepsaného pojistného)

Zdroj: Výroční zpráva ČSOB 2013, dostupné z: <http://www.csob.cz/cz/Csob/Vztahy-k-investorum/Stranky/Vyrocni-a-pololetni-zpravy.aspx>.

ČSOB Pojišťovna, a. s. byla nejúspěšnější v prodeji neživotního pojištění, prodala přibližně 87 % uzavřených smluv. Československá obchodní banka, a. s., prodala 10 % z uzavřených smluv o neživotním pojištění (Výroční zpráva ČSOB, 2013).

### ČSOB Pojišťovna

ČSOB Pojišťovna, a. s. je členem holdingu ČSOB. Podíl na základním kapitálu je následující: 99,76 % vlastní KBC Insurance a 0,24 % ČSOB. Tato struktura vlastníků zůstala oproti roku 2012 neměnná. Pojišťovna vytvořila čistý zisk 635 milionů Kč. Podíl na hlasovacích právech zůstal stejný: 60 % KBC Insurance, 40 % ČSOB. V následující tabulce jsou uvedeny základní charakteristiky pojišťovny (Výroční zpráva ČSOB, 2013).

Tabulka 24 – Charakteristiky ČSOB Pojišťovny v roce 2013

Charakteristika	Rok 2013	Rok 2012
Předepsané pojistné – životní pojištění (v mil. Kč)	5 153	9 288
Předepsané pojistné – neživotní pojištění (v mil. Kč)	4 470	4 411
Počet poboček	86	84
Klienti (fyzické a právnické osoby, malé a střední podniky, velké podniky)	cca 1 056 000	cca 1 039 000

Zdroj: Výroční zpráva ČSOB 2013, dostupné z: <http://www.csob.cz/cz/Csob/Vztahy-k-investorum/Stranky/Vyrocní-a-pololetní-zpravy.aspx>.

Jak je patrné z tabulky, hodnota předepsaného pojistného u životního pojištění se v roce 2013 snížila, ale oproti tomu hodnota předepsaného pojistného u neživotního pojištění se mírně zvýšila. Zároveň byly v roce 2013 otevřeny 2 nové pobočky ČSOB Pojišťovny a. s.

#### 5.4.11 Rok 2014

V roce 2014 by vytvořený zisk ve výši 13,621 mld. Kč. Oproti roku 2013 se příliš nezměnil. Skupina ČSOB se pokusí v roce 2015 významně změnit své pobočky tak, aby byly rozděleny dle potřeb klientů. Pro podnikatele ČSOB připravuje projekt „Hledá se obchod“, který propojí podnikatele s potenciálními zákazníky. Tito zákazníci vysloví, který obchod dle nich na trhu chybí. Podnikatelé tak mohou udělat obchod přesně tam, kde ho klienti žádají. ČSOB i v roce 2014 uvedla na trh inovace. Mezi mnou vybrané patří zavedení bezkontaktních plateb v automatech městské hromadné dopravy v Brně a Liberci. Posílila prodejní model bankopojištění díky 55 novým pojistným specialistům. Pojistný produkt RENTO, který nabízí krytí v případě autonehody je nově dostupný na pobočce banky. ČSOB také zavedla roční vzdělávací program nazvaný ČSOB Akademie pro korporátní klienty. i v roce 2014 jsou dostupné údaje pro tržní pozici skupiny ČSOB, které uvádím v následující tabulce (Výroční zpráva ČSOB, 2014).

Tabulka 25 - Tržní podíly skupiny ČSOB v České republice v roce 2014

<b>Charakteristika</b>	<b>Tržní podíl (v %)</b>	<b>Pořadí</b>
Hypotéky	29,6	1.
Úvěry ze stavebního spoření	46,9	1.
Penzijní fondy	14,0	3.
Podílové fondy	26,8	1.
Stavební spoření	37,2	1.
Leasing	15,0	1.
Životní pojištění	6,1	7.
Neživotní pojištění	6,6	6.

Zdroj: Výroční zpráva ČSOB 2014, dostupné z: <http://www.csob.cz/cz/Csob/Vztahy-k-investorům/Stranky/Vyrocní-a-pololetní-zpravy.aspx>.

I v roce 2014 zůstává ČSOB nadále jedničkou na trhu ve financování bydlení. Největší propad nastal v poskytování životního pojištění, kdy v roce 2013 byla na 5. místě a v roce 2014 se propadla na 7. místo s tržním podílem 6,1 %.

## **OCENĚNÍ**

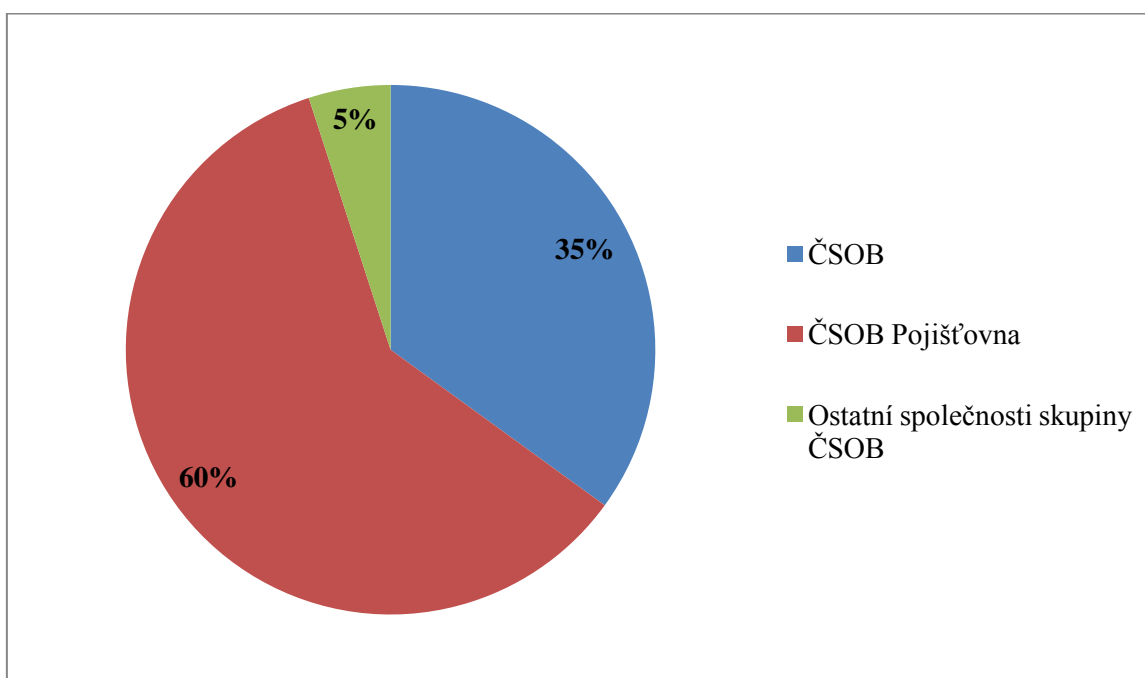
V roce 2014 získala ČSOB vybraná ocenění (Výroční zpráva ČSOB, 2014):

- nejlepší privátní banka v ČR za rok 2014 – časopis The Banker;
- nejlepší banka v ČR za rok 2014, nejlepší banka pro směnné operace za rok 2014 – časopis Global Finance;
- nejlepší privátní banka v ČR pro rok 2014 – časopis Euromoney;

- nejlepší banka v ČR v oblasti prodeje, distribuce a výkonnosti retailových obchodů za rok 2014 – magazín Structured Retail Products.

## BANKOPOJIŠTĚNÍ

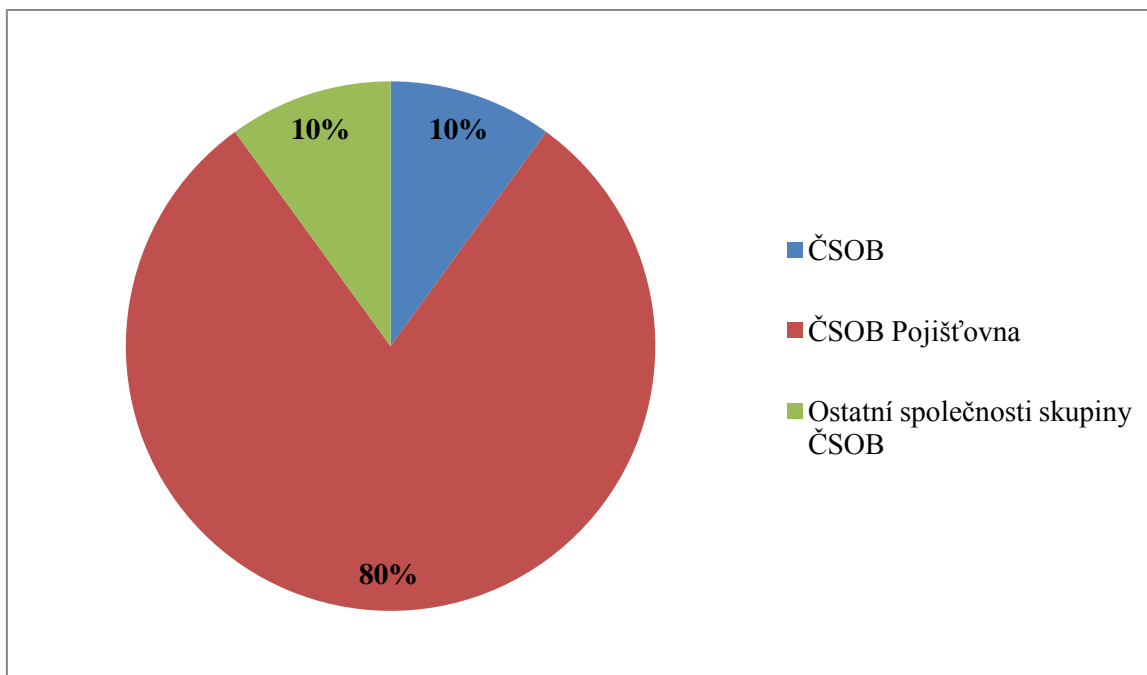
Skupina ČSOB využívá křížový prodej, protože může kombinovat diverzifikaci se specializací. Následující 2 obrázky ukazují rozdělení prodeje životního a neživotního pojištění složkami skupiny ČSOB (Výroční zpráva ČSOB, 2014).



Obrázek 11 - Prodej životního pojištění jednotlivými složkami skupiny ČSOB v roce 2014 (dle hrubého předepsaného pojistného)

Zdroj: Výroční zpráva ČSOB 2014, dostupné z: <http://www.csob.cz/cz/Csob/Vztahy-k-investorum/Stranky/Vyrocní-a-pololetní-zpravy.aspx>.

Nadále zůstává nejúspěšnějším prodejcem životního pojištění ČSOB Pojišťovna (cca 60 %), ale velký dílem jí pomáhá ČSOB (cca 35 %).



Obrázek 12 - Prodej neživotního pojištění jednotlivými složkami skupiny ČSOB v roce 2014 (dle hrubého předepsaného pojistného)

Zdroj: Výroční zpráva ČSOB 2014, dostupné z: <http://www.csob.cz/cz/Csob/Vztahy-k-investorum/Stranky/Vyrocní-a-pololetní-zpravy.aspx>.

Nejvíce smluv o neživotním pojištění uzavřela v roce 2014 ČSOB Pojišťovna (cca 80 %), dále pak ČSOB (10 %) a zbytek uzavřela ostatní společnosti skupiny ČSOB.

### ČSOB Pojišťovna

Struktura vlastníků ČSOB Pojišťovny zůstala neměnná. KBC Insurance stále vlastní 99,76 % základního kapitálu a zbývajících 0,24 % ČSOB. Pojišťovně se podařilo vytvořit čistý zisk 747 mil. Kč. Oproti roku 2013 došlo k navýšení čistého zisku (Výroční zpráva ČSOB, 2014).

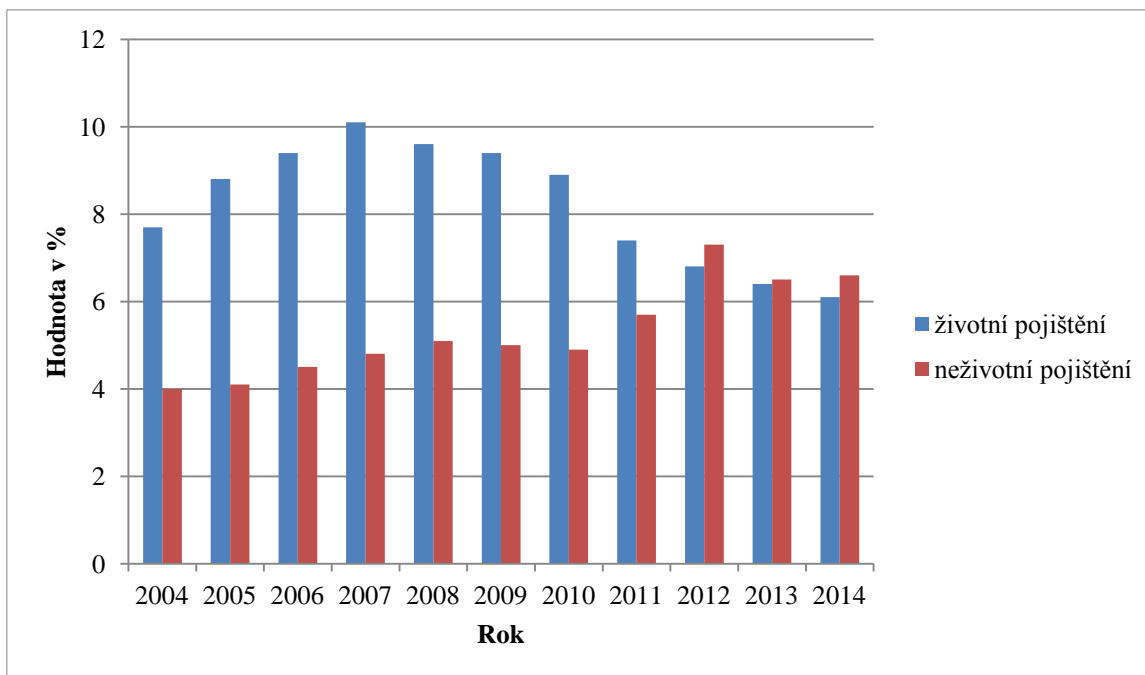
Tabulka 26 - Charakteristiky ČSOB Pojišťovny v roce 2014

<b>Charakteristika</b>	<b>Hodnota</b>
Předepsané pojistné – životní pojištění	4 416
Předepsané pojistné – neživotní pojištění	4 645
Počet poboček	88
Klienti (fyzické a právnické osoby, malé a střední podniky, velké podniky)	cca 1 094 000

Zdroj: Výroční zpráva ČSOB 2014, dostupné z: <http://www.csob.cz/cz/Csob/Vztahy-k-investorum/Stranky/Vyrocní-a-pololetní-zpravy.aspx>.

## 5.5 Shrnutí

Skupina ČSOB patří na českém finančním trhu mezi velmi silné společnosti. Jako první přišla s myšlenkou bankopojištění a má tedy nejvíce zkušeností. Jejím jediným akcionářem je belgická společnost KBC Bank NV. Skupina ČSOB nabízí následující služby: hypotéky a stavební spoření, bankovní služby, podílové fondy, obchodování s cennými papíry, penzijní fondy, leasing, factoring, pojištění a asset management. Jako jednička na trhu působí v poskytování financování bydlení již od roku 2004. Následující graf ukazuje, jak se v průběhu let měnil její tržní podíl v poskytování životního a neživotního pojištění.



Obrázek 13 – Vývoj tržního podílu ČSOB (životní a neživotní pojištění)

Zdroj: Výroční zprávy ČSOB 2004-2014, dostupné z: <http://www.csob.cz/cz/Csob/Vztahy-k-investorům/Stranky/Vyrocní-a-pololetní-zpravy.aspx>.

Jak je z grafu patrné, tržní podíl u životního pojištění má od roku 2004 tendenci růst do roku 2007, kdy z důvodu finanční krize lidé začali více šetřit na běžnou spotřebu a tolik neuzavírali pojistné smlouvy. U neživotního pojištění tomu je naopak, ČSOB dosáhla zatím největšího tržního podílu v roce 2012 (7,3 %). Dá se tedy přepokládat, že zájem o životní pojištění od roku 2007 upadá a zájem o neživotní pojištění naopak s přihlédnutím k roků minulým roste. Skupina ČSOB by chtěla být nejlepší bankopojišťovací skupinou působící na českém finančním trhu.

Jak je patrné z grafů uvedených v této práci u jednotlivých let, životní i neživotní pojištění nejlépe prodává ČSOB Pojišťovna a. s. Československá banka je více nápomocná v prodeji životního pojištění než neživotního.

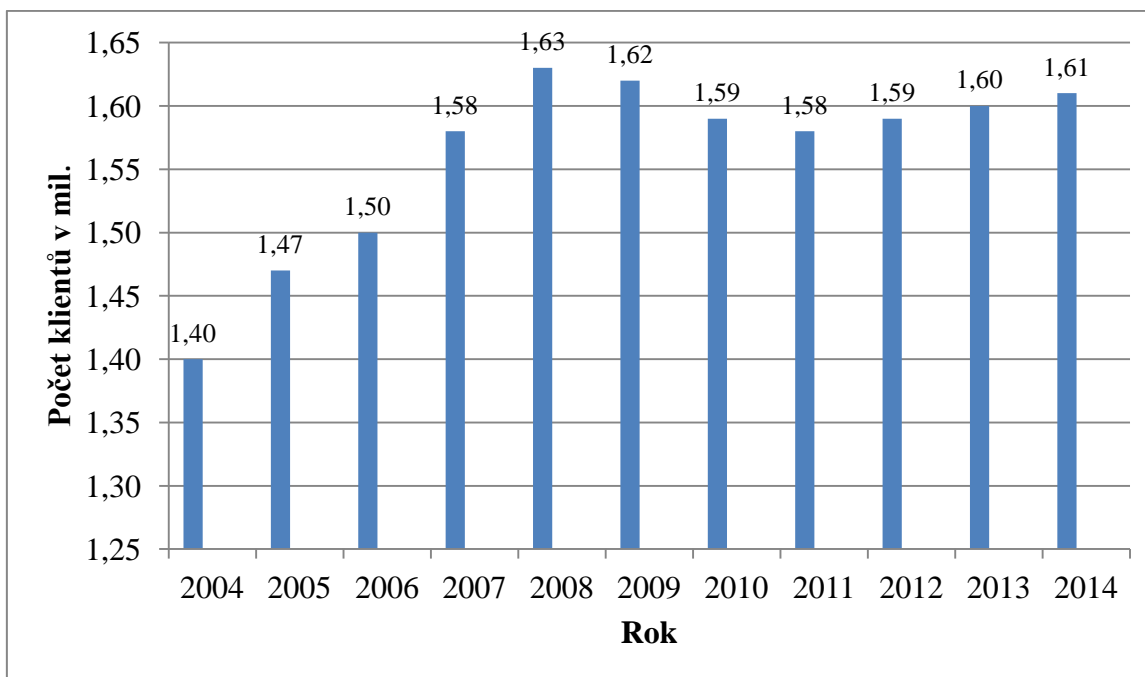
Skupina ČSOB by chtěla dosáhnout poskytování allfinance, kdy je schopna pro klienta zařídit celé finanční řešení. Je to tedy pro klienta pohodlnější než vyřizování svých finančních potřeb u různých finančních institucí.



## 6. Komerční banka, a. s.

### 6.1 O společnosti

KB vznikla jako státní instituce v roce 1990 oddělením obchodní činnosti ze Státní banky československé. V roce 1992 byla transformována na akciovou společnost. Je součástí mezinárodní skupiny Sociétés Générale, která v roce 2001 koupila 60% podíl v KB. Komerční banka nabízí penzijní připojištění, stavební spoření, faktoring, spotřebitelské úvěry a pojištění (Komerční banka.cz, 2014). V následujícím grafu je uveden počet klientů společnosti od roku 2004.

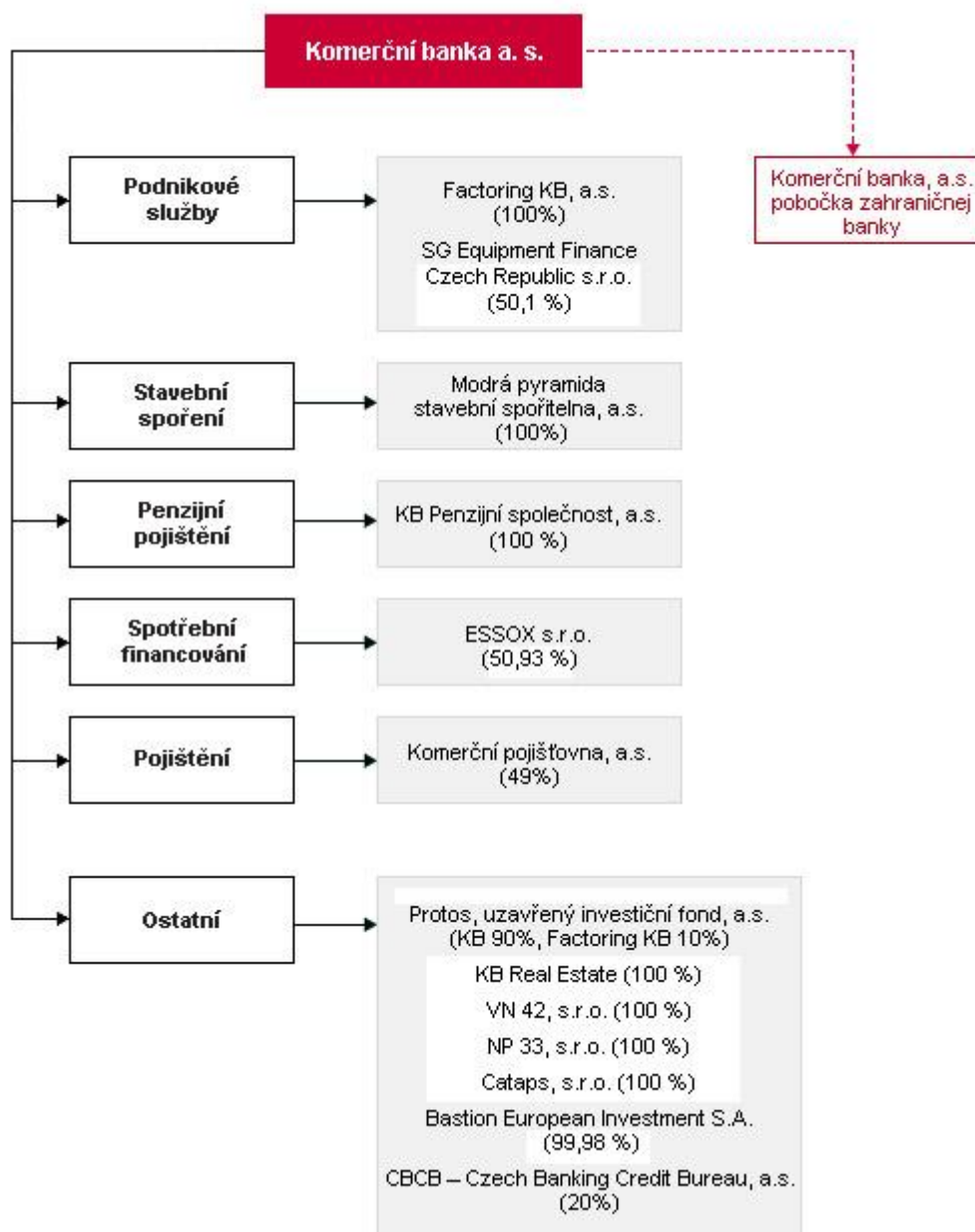


Obrázek 14 - Počet klientů Komerční banky, a. s. v České republice (v mil.)

Zdroj: : Výroční zprávy KB, rok 2004-2014. Dostupné z: <http://www.kb.cz/cs/o-bance/vztahy-s-investory/vykazy-a-vysledky/vyrocní-zpravy.shtml>.

Do roku 2008 počet klientů stále narůstal mírným tempem. Poté byl zaznamenán mírný pokles a od roku 2011 jejich počet opět roste.

Na dalších obrázku jsou uvedeny dceřiné a přidružené společnosti skupiny Komerční banky.



Obrázek 15- Přehled dceřiných a přidružených společností skupiny Komerční banky

Zdroj: KB.cz. o nás – finanční skupina KB. Dostupné z: <http://www.kb.cz/cs/o-bance/o-nas/skupina-komerni-banky/financni-skupina-kb.shtml>.

Jak je teoreticky popsáno v kapitole 5.2.1 – Typologie finančních konglomerátů, jedná se o britský model. Došlo ke spojení mateřské banky a nebankovních dceřiných společností. Dle kapitoly 5.2.2, se jedná o výhradní bankovní finanční konglomerát v čele s mateřskou bankou.

## 6.2 Skupina Société Générale

Société Générale působí v ekonomice jí 150 let v 76 zemích světa. Tato skupina obsluhuje individu ln , firemní i institucion ln  klienty. Zam rhuje se p edev m na 3 kl ov  oblasti (Komerční banka.cz, 2014):

- retailové bankovnictví ve Francii – nabízí v cekan lov  finanční služby;
- mezinárodní retailové bankovnictví + pojištění a finanční služby – působnost na rozvíjejících trzích (Komerční banka je součastí této oblasti);
- podnikov , investicn  a privátní bankovnictví + správa aktiv a služby s cennými papíry – nabídka integrovaných ře en .

## 6.3 Strategie skupiny KB

Viz  společnosti Komerční banky je dosa en  dlouhodob  vz jemn  prosp rn ch vztahů s klienty a dal mi partnery. Misí KB je vytv ren  hodnoty pro zákazníky, akcion re a zaměstnance. Skupina KB všechny své činnosti lad  dle klienta. Klient je na prvním místě, sna i se o jeho pohodlí, loajalitu, být volbou  . 1 pro všechny klienty. Tato skupina obsluhuje jak fyzick  osoby, tak i velk  a st edn  podniky. Dále uvedu opět strategie pro uplynul  3 roky.

### **Strategie pro rok 2012:**

Komerční banka má za cíl být referenční bankou na českém trhu. Jejími 4 pil ri jsou: zákazníci, zaměstnanci, efektivnost a synergie. Pou z v  univerzální model bankovnictví a její hlavní snahou jsou dlouhodob  a v hodn  vztahy se zákazníky.

*„Strategie KB vy žaduje vynikající znalost zákazníků, vysokou úroveň poskytovaných služeb, provozní efektivnost a obez etn  řízení rizik.“* (Výroční zpráva KB, 2012).

Budovanou loajalitu zákazníků podporují poskytovanými odměnami s cílem křížového prodeje. Ceny produktů stanovuje tak, aby zůstala zachována finanční stabilita i přes změny v tržních podmínkách. Komerční banka chce dosáhnout uspokojení náročných

potřeb zákazníků, zajistit jim nabídku odpovídajících produktů a služeb a poskytovat individuální finanční poradenství s aktivním přístupem poradců (Výroční zpráva KB, 2012).

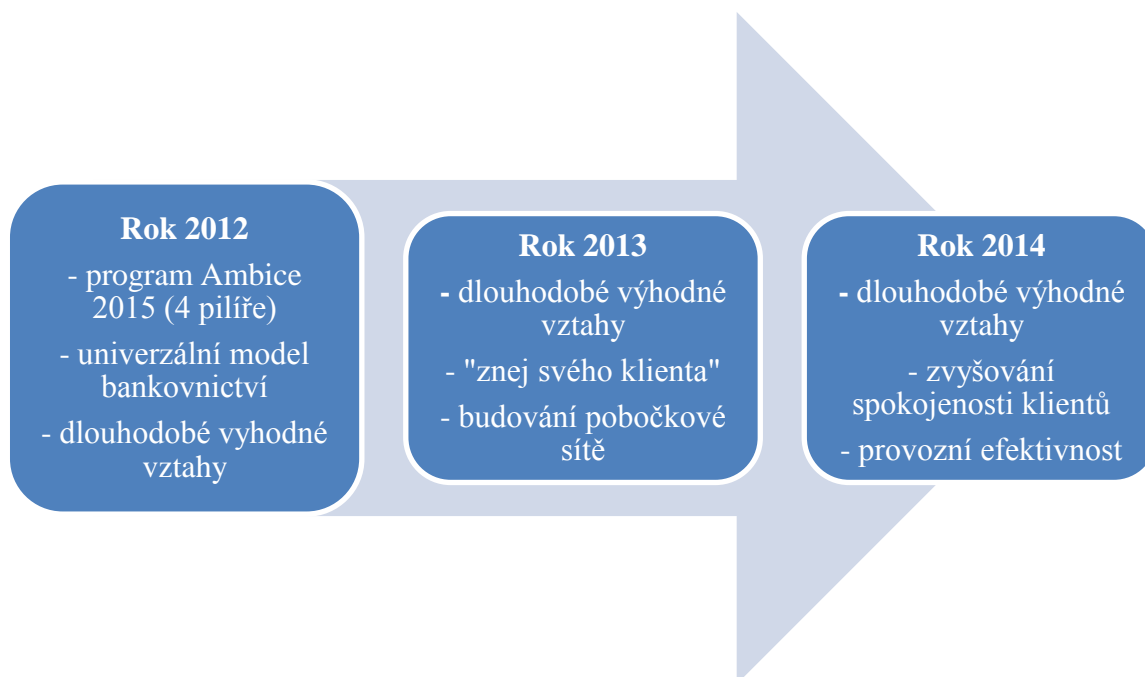
### **Strategie pro rok 2013:**

V roce 2013 si KB stanovila stejnou strategii jako pro rok 2012. Na prvním místě je stále klient a jeho přání. Aby mohla přání plnit, nadále buduje svoji pobočkovou síť. Každý zákazník má svého bankovního poradce. Dále rozvíjí koncept „poznej svého klienta“. Je to projekt, kdy bankovní poradci musí znát detailně svého klienta a jeho přání. Takto zkušenosti bankovní poradci a rozsáhlá pobočková síť jsou hlavními konkurenčními výhodami banky (Výroční zpráva KB, 2013).

### **Strategie pro rok 2014:**

Komerční banka přizpůsobuje nabídku svých služeb a produktů tak, aby dosáhla dlouhodobých a vzájemně výhodných vztahů s klienty. Předností banky nadále zůstává její vynikající znalost svých klientů, kvalitní poradenství, kvalifikovaní zaměstnanci, rozsáhlá nabídka produktů, rostoucí síť bankovních poboček a pokročilé přímé bankovníctví. Banka si klade za cíl neustále zvyšování spokojenosti klientů. Bude docházet k úpravě designu poboček tak, aby vzniklo větší soukromí klientů. Bude klást důraz na provozní efektivnost a to vše s cílem vidiny spokojeného klienta (Výroční zpráva KB, 2014).

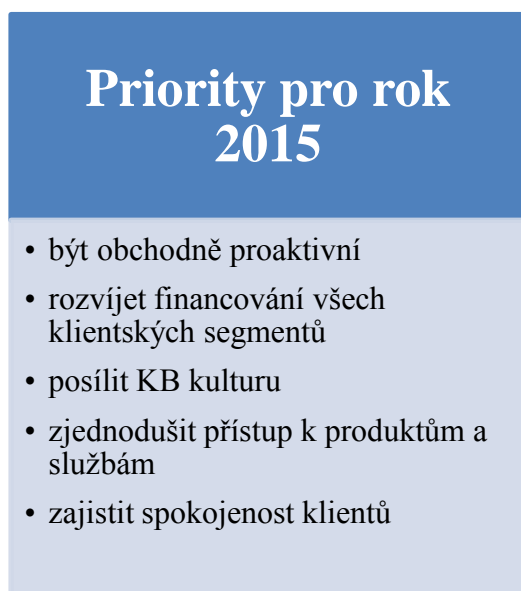
Následující schéma vyjadřuje strategie Komerční banky v letech 2012-2014.



Obrázek 16 – Strategie skupiny KB v letech 2012-2014

Zdroj: vlastní zpracování z výročních zpráv KB 2012-2014, dostupné z: <http://www.kb.cz/cs/o-bance/vztahy-s-investory/vykazy-a-vysledky/vyrocní-zpravy.shtml>.

Skupina KB si vytvořila priority pro rok 2015. Jsou uvedeny na následujícím obrázku.



Obrázek 17 – Priority skupiny KB pro rok 2015

Zdroj: Výroční zpráva KB 2014, dostupné z: <http://www.kb.cz/cs/o-bance/vztahy-s-investory/vykazy-a-vysledky/vyrocní-zpravy.shtml>.

Tyto priority slouží k naplnění hlavní strategie Komerční banky, což jsou dlouhodobé vzájemně prospěšné vztahy s klienty a partnery. V případě, že banka dodrží tyto stanovené priority, mohla by se stát referenční bankou na českém trhu. Komerční banka myslí jak na své klienty, tak i na své zaměstnance, které jsou pro ni také velmi důležité – požaduje posílení firemní kultury.

## **6.4 Bankopojištění**

Komerční banka má na prvním místě svého klienta, snaží se vyhovět všem jeho požadavkům a zjednodušit pro něj pobyt v bance. Nabízí tedy pojistné produkty pod jednou střešou banky. V dalších podkapitolách vždy zanalyzuji jeden rok z pohledu podnikání banky.

### **6.4.1 Rok 2004**

Skupině KB se v roce 2004 podařilo dosáhnout čistého zisku 9,302 mld. Kč náležejícího akcionářům. Od října 2011 je KB součástí skupiny Sociétés Générale. Aktivity této skupiny se dělí na 5 divizí: francouzská síť, mezinárodní retailové bankovníctví, finanční služby, globální investiční management a služby, podnikové a investiční bankovníctví. KB je prvním bankou, která nabídla svým klientům služby ombudsmana pro nezávislé řešení sporů. Komerční banka nadále rozvíjí svůj obchodní model, který je založen na osobním přístupu bankovních poradců. Snaží se propojit bankovní a ostatní finanční služby. Využívá synergických efektů ve skupině KB (Výroční zpráva KB, 2004).

### **OCENĚNÍ**

Jako známku kvalitní bankopojišťovny vždy uvedu vybraná ocenění, která KB získala. V roce 2004 získala Komerční banka ocenění Banka roku 2004. Tuto soutěž pořádá společnost MasterCard (Výroční zpráva KB, 2004).

## **BANKOPOJIŠTĚNÍ**

Jak je teoreticky popsáno v kapitole 4.7. Modely bankopojištění, v roce 2004 uzavřela KB partnerství s Allianz pojišťovnou. Jedná se o dohodu o křížovém prodeji. Přímo na pobočce komerční banky si klienti mohou sjednat standardní produkty pojištění domácnosti a nemovitosti od pojišťovny Allianz. Zároveň KB uvedla na trh nový produkt MERLIN. Jedná se o pojištění proti zneužití platební karty. Toto pojištění kryje riziko výběru hotovosti odcizenou platební kartou a riziko odcizení osobních dokladů spolu s platební kartou. Ke konci roku 2004 si toto pojištění sjednalo přes 85 000 klientů (Výroční zpráva KB, 2004).

### **KB Pojišťovna**

V roce 2004 byla KB Pojišťovna vlastně pouze Komerční bankou, a. s. Mezi hlavní produkty, které poskytuje, jsou: kapitálové pojištění pro fyzické i právnické osoby, pojištění ke spotřebitelským úvěrům, rizikové životní pojištění k hypotečním úvěrům, pojištění pro případ smrti, pojištění při ztrátě karty a cestovní pojištění. Podařilo se jí dosáhnout zisku 2 297 tis. Kč. Hrubé předepsané pojistné činí 2 977 221 tis. Kč a celková spravovaná aktiva jsou ve výši 7 710 346 tis. Kč (Výroční zpráva KB, 2004).

### **6.4.2 Rok 2005**

V roce 2005 vytvořila KB konsolidovaný čistý zisk 8,911 mld. Kč. Komerční banka byla v tomto roce úspěšná v řízení rizik a nákladů. Soustředila se na růst výnosů. Bylo otevřeno 25 nových poboček a 52 bankomatů. Banka se zaměřila na zvýšení křížového prodeje, rozšiřování distribuční sítě a zvýšení kvality obsluhy. Jak je uvedeno v kapitole 4.7. Modely bankopojištění, v případě křížového prodeje se jedná o jednoduchý model bankopojištění na principu partnerství. Je to rychlé a levné. Obchodní model banky je nadále postaven na budování dlouhodobého vztahu s klientem. V roce 2005 uvedla KB na trh opět novinky. Pro zákazníky Makra byla představena nová platební karta sloužící pro placení vstup do obchodu díky čárovému kódu. Na začátku roku 2005 jako 1. banka v České republice zavedla garantovanou úroveň služeb. Přislíbila dodržování jasně definovaných principů ohledně služeb, přístupu ke klientům a produktů. Tato garantovaná

úroveň služeb je založena na 4 pevných pilířích: důvěra, rychlost, bezpečnost a spolehlivost (Výroční zpráva KB, 2005).

## **OCENĚNÍ**

I v roce 2005 získala Komerční banka, a. s., ocenění od společnosti MasterCard, Banka roku 2005 (Výroční zpráva KB, 2005).

## **BANKOPOJIŠTĚNÍ**

Komerční banka nadále na svých pobočkách prodává pojistné produkty od společnosti Allianz. Zároveň agenti Allianz pojišťovny prodávají hypotéky Komerční banky. Dalo by se to nazvat poskytování assurfinance o kterém hovoří kapitola 4.6.

Pojistný produkt MERLIN si za rok sjednalo přibližně 140 000 klientů. V roce 2005 bylo klientům nabídnuto nové rizikové životní pojištění k hypotečním úvěrům, které kryje riziko smrti, úplné a trvalé ztráty soběstačnosti (Výroční zpráva KB, 2005).

## **KB Pojišťovna**

Akcionářská struktura se oproti roku 2004 změnila. Nyní vlastní 51 % Sogecap a zbývajících 49 % Komerční banka, a. s. KB Pojišťovna zastává 6. místo na trhu životního pojištění. Produkty, které pojišťovna nabízí navíc ke klasickým produktům, jsou: cestovní pojištění k platebním kartám, rizikové životní pojištění ke kreditním kartám a rizikové životní pojištění ke spotřebitelským úvěrům. Rok 2005 pojišťovna uzavřela se ztrátou 50 015 tis. Kč. Obhospodařovaná aktiva byla ve výši 9 814 516 tis. Kč a předepsané hrubé pojistné činilo 2 633 775 tis. Kč (Výroční zpráva KB, 2005).

### **6.4.3 Rok 2006**

V roce 2006 Komerční banka vytvořila čistý zisk náležející akcionářům ve výši 9,120 mld. Kč (konsolidovaný). Přihlásila se ke Kodexu vztahů mezi bankami a klienty, který byl vypracován v rámci České bankovní asociace. V roce 2006 si Komerční banka dala za cíl zvýšit počet klientů ve všech segmentech trhu, včetně studentů. Bude se snažit neustále zlepšovat své produkty a služby, zároveň bude nadále zjišťovat přání klientů a navrhopvat



jim produkty šité na míru. Bude dále rozvíjet křížový prodej. Klienti mají nyní přístup k informacím o úvěrových limitech přes internet. KB zavedla novou kreditní kartu a debetní limit pro studenty (Výroční zpráva KB, 2006).

V říjnu 2006 se Komerční banka stala jediným vlastníkem Modré Pyramidy stavební spořitelny, a. s. Tím může oslovit více než 800 tisíc zákazníků Modré Pyramidy. Může tak expandovat na domácím finančním trhu, 6 tisíc zákazníků Modré Pyramidy nebylo klienty banky. Komerční banka tak může posílit křížový prodej a využít synergií pramenící z klientské základny Modré Pyramidy, kterou může nyní použít (Výroční zpráva KB, 2006).

## **OCENĚNÍ**

V roce 2006 získala KB vybraná ocenění (Výroční zpráva KB, 2006):

- 1. místo webové stránky – soutěž WebTop 100;
- firemní banka roku 2006 – MasterCard;
- nejlepší transakce roku 2006 – časopis Global Trade Review, za realizaci 1. multisourcingového finančního exportu v historii České republiky.

## **BANKOPOJIŠTĚNÍ**

Typický produkt bankopojištění – pojištění platebních karet, MERLIN mělo uzavřeno k 30. září 2006 celkem přes 235 000 klientů. Jako hlavní výhoda tohoto pojištění je uváděno, že pro výplatu pojistného plnění není rozhodující, kdy byla karta zneužita. Klient tak není vystaven situaci, kdy o zneužití ještě neví a přichází o peníze (Výroční zpráva KB, 2006).

## **KB Pojišťovna**

Akcionářská struktura zůstala neměnná od roku 2005, tedy 51 % Sogecap a 49 % Komerční banka, a. s. Dále si pojišťovna drží svoji pozici na trhu – 6. místo na trhu životního pojištění s tržním podílem 5,5 %. V roce 2006 se pojišťovně podařilo po nevydařeném předchozím roce vytvořit zisk ve výši 193 134 tis. Kč. Celková spravovaná

aktiva dosáhla výše 11 629 137 tis. Kč, což je znatelné zvýšení oproti roku 2005. Předepsané hrubé pojistné v roce 2006 činilo 2 655 736 tis. Kč (Výroční zpráva KB, 2006).

#### **6.4.4 Rok 2007**

Komerční banka a. s. je mateřskou společností skupiny KB a je součástí mezinárodní skupiny Sociétés Générale. Komerční banka vytvořila čistý zisk 11,225 mld. Kč (konsolidovaný). KB bude nadále zlepšovat své služby a produkty a proto přišla na trh opět s novinkami. Nově nabídla produkt Flexibilní hypotéka. Jedná se o hypotéku, kdy klient může přerušit nebo změnit výši měsíčních splátek. Klienti si mohou změnit PIN v bankomatech a sami si mohou vybrat design platební karty. KB nově poskytuje elektronické výpisy. KB se bude nadále snažit zajistit klientům snadný přístup k bance, bude rozšiřovat individuální přístup ke svým klientům (Výroční zpráva KB, 2007).

#### **OCENĚNÍ**

V roce 2007 získala KB vybraná ocenění (Výroční zpráva KB, 2007):

- banka roku 2007 – MasterCard;
- firemní banka roku 2007 – MasterCard.

Modrá Pyramida získala ocenění Stavební spořitelna roku 2007.

#### **BANKOPOJIŠTĚNÍ**

Komerční banka v roce 2007 prohloubila nabídku fondů investičního životního pojištění VITAL INVEST ve spolupráci s KB Pojišťovnou. Jedná se o fond s garantovaným zhodnocením a dynamický PLUS fond (Výroční zpráva KB, 2007).

#### **KB Pojišťovna**

V roce 2007 vytvořila Komerční pojišťovna dvojnásobný zisk než v roce předchozím. Zisk byl ve výši 385 649 tis. Kč. Akcionáři zůstali opět stejní: 51 % Sogecap a 49 % Komerční banka, a. s. Dle předepsaného hrubého pojistného má pojišťovna tržní podíl 3,5 % u životního pojištění. Celková spravovaná aktiva jsou ve výši 12 080 767 tis. Kč. Oproti

roku 2006 došlo opět ke zvýšení celkových aktiv. Předepsané hrubé pojistné dosáhlo výše 2 211 229 tis. Kč (Výroční zpráva KB, 2007).

#### **6.4.5 Rok 2008**

V lednu 2008 se KB zavázala nové úrovni služeb, která spočívá v 5 závazcích: bezpečnost, spolehlivost, rychlost, důvěryhodnost a individuální přístup. Komerční banka vytvořila v roce 2008 čistý zisk 13,2 mld. Kč (konsolidovaný). Skupina Sociétés Générale zaměstnává po celém světě přibližně 151 tisíc lidí v oblastech: retailové bankovníctví a finanční služby, globální investiční management a služby, podnikové a investiční bankovníctví. KB spadá do oblasti retailové bankovníctví a finanční služby. Komerční banka zavedla jednoduché a bezpečné placení na internetu pomocí funkce MojePlatba. Pro tarifní zákazníky zavedla KB společně se společností T-Mobile Bonus kartu. Díky této kartě zákazníci získají nejdelší bezúročné období. Zároveň představila nový úvěr pro podnikatele „Profi úvěr FIX“. U tohoto úvěru je pevně daná úroková sazba a splácení možné formou anuit. KB se dále snaží zajistit dlouhodobý vztah s klientem. Strategií banky je péče o klienta po celý jeho život. Dále má každý klient svého bankovního poradce, který ho dobře zná a dokáže jeho potřeby předpovídat (Výroční zpráva KB, 2008).

#### **OCENĚNÍ**

V roce 2008 získala KB vybraná ocenění (Výroční zpráva KB, 2008):

- hypotéka roku 2008 – získala Flexibilní hypotéka, soutěž od společnosti MasterCard;
- nejlepší obchod roku 2008 – časopis Global Trade Review, exportní odběratelský úvěr na financování dodávky a montáže zdravotnického zařízení pro VIP privátní kliniku v Kazchstánu.

#### **BANKOPOJIŠTĚNÍ**

Pojistný produkt PROFÍ MERLIN si během 3 let od jeho uvedení na trh uzavřelo 80 tisíc klientů. Jedná se o pojištění pro podnikatele, které jako jediné kryje riziko krádeže tržby.

Klient je chráněn i v případě, kdy nese hotovost na pobočku Komerční banky (Výroční zpráva KB, 2008).

### **KB Pojišťovna**

Akcionáři pojišťovny zůstali v roce 2008 stejní: 51 % Sogecap a 49 % Komerční banka, a. s. Postavení na trhu dle předepsaného pojistného životního pojištění se mírně zhoršil (3 %). Celková spravovaná aktiva dosáhla výše 11 930 815 tis. Kč. Díky hospodářské krizi, která zasáhla všechen finanční sektor, se pojišťovně podařilo vytvořit nižší zisk než v roce předchozím. V roce 2008 činil 25 006 tis. Kč. Předepsané hrubé pojistné dosáhlo částky 2 030 264 tis. Kč (Výroční zpráva KB, 2008).

### **6.4.6 Rok 2009**

V roce 2009 KB vytvořila čistý konsolidovaný zisk 11,007 mld. Kč. Nadále pokračovala ve strategii dlouhodobého vzájemného vztahu s klientem. Pro své klienty připravuje inovace produktů a služeb tak, aby pokryla všechny jejich potřeby a přání. V tomto roce KB představila platební kartu PLATINUM. Karta čítá mimořádné výhody, jako například asistenční služby a nadstandardní cestovní pojištění (Výroční zpráva KB, 2009).

### **OCENĚNÍ**

KB získala ocenění Firemní banka roku 2009. Tuto soutěž pořádá Czech Top 100 a společnost MasterCard Europe. Hlasují finanční ředitelé 100 nejvýznamnějších společností v České republice (Výroční zpráva KB, 2009).

### **BANKOPOJIŠTĚNÍ**

V říjnu 2009 uzavřela Komerční banka a. s. spolu s Českou pojišťovnou a. s. spolupráci v oblasti vzájemné distribuce produktů. Klienti si mohou na pobočce KB uzavřít majetková pojištění od České pojišťovny a. s. Jedná se o pojištění majetku, povinné ručení, havarijní pojištění, pojištění odpovědnosti, pojištění finančních a zemědělských rizik. Česká pojišťovna umožní klientům na svých pobočkách uzavřít hypoteční úvěry KB. Jak uvádí kapitola 4.7, jedná se o strategickou alianci v případě, kdy banka prodává produkty jedné pojišťovny. V případě, kdy pojišťovna nabízí produkty banky, jedná se

o assurfinance, jak je uvedeno v kapitole 4.7. Dále ve spolupráci představili nový společný produkt pojištění fotovoltaických zdrojů. Pojistná ochrana zahrnuje krytí proti živelním škodám, provozním škodám, odcizení, vandalismu a škony na skladovaném materiálu. U bankopojistného produktu – cestovní pojištění – byly navýšeny limity, byla rozšířena pojištěná rizika a pojištění se nově vztahuje na celou rodinu (Výroční zpráva KB, 2009).

### **KB Pojišťovna**

Akcionáři zůstali i v roce 2009 stejní. Nadále 51 % vlastní Sogecap a zbývajících 49 % KB. Rok 2009 ukončila KB Pojišťovna s tržním podílem 7,7 % na trhu životního pojištění. K hlavním produktům pojišťovny jsou nabízeny produkty: cestovní pojištění k platebním kartám, rizikové životní pojištění ke kreditním kartám a rizikové životní pojištění ke spotřebitelským úvěrům. Tyto benefity by se daly klasifikovat jako bankopojistné produkty v případě, že je nabízí banka. V případě, že si lze založit například platební kartu v pojišťovně, jedná se o poskytování assurfinance. u PROFI úvěru FIX došlo ke snížení úrokové sazby a navíc bylo nabídnuto zdarma pojištění schopnosti splácet na základě vyplněného dotazníku o zdravotním stavu. Předpsané hrubé pojistné dosáhlo výše 4 824 610 tisíc Kč (Výroční zpráva KB, 2009).

### **6.4.7 Rok 2010**

V roce 2010 se KB podařilo zvýšit čistý zisk na 13,3 mld. Kč. U produktu Flexibilní hypotéka došlok nové možnosti. Nyní banka umožní mimořádné splátky až do výše 20 % původní částky splátky. Byla představena PREMIUM půjčka. Jedná se o úvěr bez dokládání účelu a bez zajištění. Výše úvěru může být až 2,5 mil. Kč. Úvěr lze kdykoliv předčasně splatit. Navíc je k němu poskytováno zdarma pojištění schopnosti splácet (Výroční zpráva KB, 2010).

### **OCENĚNÍ**

V roce 2010 získala KB vybraná ocenění (Výroční zpráva KB, 2010):

- banka roku 2010 – 2. místo, společnost MasterCard;
- nejdůvěryhodnější banka roku – 2. místo, hlasování veřejnosti;

- gartner Business Intelligence Excellence Award – nejlepší řešení z oblasti business intelligence v regionu Evropa, Blízký východ a Afrika.

## **BANKOPOJIŠTĚNÍ**

V roce 2010 dále pokračovala spolupráce s Českou pojišťovnou. Dále byl prodáván základní produkt bankopojištění – cestovní pojištění na pobočkách KB (Výroční zpráva KB, 2010).

### **KB Pojišťovna**

Akcionářská struktura zůstala neměnná od roku předchozího. V březnu 2010 se KB Pojišťovna stala 2. nejvýznamnější pojišťovnou na českém trhu životního pojištění dle výše předepsaného pojistného, které činí 8 981 639 tis. Kč. Pojišťovně se také podařilo vytvořit vyšší zisk než v roce 2009 a to 139 116 tis. Kč (Výroční zpráva KB, 2010).

### **6.4.8 Rok 2011**

V roce 2011 pokračovala KB v programu AMBICE 2015 s cílem stát se referenční bankou na českém trhu. Chtěla by se stát respektovanou bankou a být volbou č. 1 pro klienty. Tato strategie má 4 pilíře:

- 1) zákazníci – jsou vždy na prvním místě, banka si dává za cíl, aby byli úspěšní, spokojení a tím se stali loajální;
- 2) zaměstnanci – díky skvělým zaměstnancům dosahuje banka svých cílů a tak požaduje talentované a správně motivované zaměstnance;
- 3) efektivnost – banka chce zlepšit úroveň služeb;
- 4) synergie – ta nejlepší řešení od Skupiny KB a Société Générale.

Podařilo se jí vytvořit čistý konsolidovaný zisk 9,475 mld. Kč. Dále pokračovala v programu Moje odměny, kdy za každou platbu debetní nebo kreditní kartou vrátí zaplacený poplatek za 1 výběr z bankomatu. Představila 2 nové kreditní karty, které v sobě

mají doplňkové služby, jako například slevové programy, pojištění, asistenční služby apod. (Výroční zpráva KB, 2011).

## **OCENĚNÍ**

V roce 2011 získala KB vybraná ocenění (Výroční zpráva KB, 2011):

- banka roku 2011 – Fincentrum;
- bankovní inovátor roku – Hospodářské noviny;
- nejdůvěryhodnější banka roku 2011 – 2. místo, pořádané od Fincentrum;
- banka bez bariér – 3. místo, pořádané od Fincentrum.

## **BANKOPOJIŠTĚNÍ**

Komerční banka společně s pojišťovnou uvedly na trh nové pojištění ke kreditním kartám Lady karta a A karta. Jedná se tedy o bankopojistný produkt. Dále bylo představeno životní pojištění k produktům společnosti ESSOX. Společnost Modrá Pyramida nově nabízí produkt KB Vital Invest a dále prodej úvěru MojeAuto a hypotéky KB. Opět se jedná o křížový prodej. Produkty jsou prodávány dle dohody mezi společnostmi.(Výroční zpráva KB, 2011).

## **KB Pojišťovna**

Komerční pojišťovna je zaměřena především na poskytování životního pojištění. Její akcionářská struktura zůstala opět neměnná: 51 % Sogecap a 49 % KB. S podílem na trhu si oproti roku 2010, kdy měla tržní podíl 12,3 %, mírně pohoršila. V roce 2011 měla tržní podíl 9,3 % na trhu životního pojištění dle předepsaného hrubého pojistného, které činilo 6 850 897 tis. Kč. Oproti tomu se jí v roce 2011 podařilo vytvořit vyšší čistý zisk – 251 046 tis. Kč. V roce 2010 dosáhla pouze 139 116 tis. Kč (Výroční zpráva KB, 2011).

## **6.4.9 Rok 2012**

V roce 2012 vytvořila KB čistý konsolidovaný zisk 13,953 mld. Kč. Zavedla službu „Videobankéř“. Jedná se o online spojení s bankovními poradci, kteří klientovi doporučí nejlepší produkt. KB zavedla pro klienty platbu pomocí QR kódu pro mobilní telefony. Dále pro podnikatele zavedla KB korporátní kartu, kdy lze sledovat zaměstnanců na služební cestě, vyhodnocovat je a exportovat do účetních systémů. Společnost MasterCard ji vyhlásila kartou roku 2012 v České republice (Výroční zpráva KB, 2012).

### **OCENĚNÍ**

V roce 2012 získala KB vybraná ocenění (Výroční zpráva KB, 2012):

- banka roku 2012 – ocenění získala po páté za sebou;
- nejlepší banka roku 2012 – cena Hospodářských novin;
- nejžádanější zaměstnavatel desetiletí u studentů – soutěž Sodexo, zaměstnavatel roku;
- banka bez bariér – 3. místo, od společnosti Fincentrum;
- nejdůvěryhodnější banka roku – 2. místo, Fincentrum.

### **BANKOPOJIŠTĚNÍ**

K Profí úvěru bylo klientům nově nabízeno rizikové pojištění schopnosti splácet. Toto pojištění kryje rizika dlouhodobé pracovní neschopnosti, plné invalidity a smrti. Nadále bylo nabízeno cestovní pojištění k platebním kartám, pojištění hypoték apod. (Výroční zpráva KB, 2012).

### **KB Pojišťovna**

Akcionáři pojišťovny zůstali opět jako roky předchozí něměnní: 51 % Sogecap a 49 % KB. Pojišťovna byla oceněna ekonomickým magazínem World Finance jako Pojišťovna roku 2012. Rok 2012 ukončila s tržním podílem 8 % na trhu životního pojištění. Pojišťovně se



podářilo vytvořit čistý zisk 175 418 tis. Kč. Předepsané hrubé pojistné dosáhlo výše 6 148 770 tis. Kč (Výroční zpráva KB, 2012).

#### **6.4.10 Rok 2013**

Komerční banka v roce 2013 dále pokračovala ve strategii dlouhodobého vztahu s klientem. Rozvíjí koncept „znej svého klienta“, kdy má každý kliente svého bankovního poradce, který by ho měl dokonale znát. Čistý konsolidovaný zisk vytvořila ve výši 12,528 mld. Kč. KB vypsala grantový program „Nastartujte se“. Díky tomuto programu podporuje mladé a začínající podnikatele. Dále zavedla program KB Rodina. Klienti si sami volí partnera pro společné čerpání odměn z MojeOdměny (Výroční zpráva KB, 2013).

#### **OCENĚNÍ**

V roce 2013 získala KB vybraná ocenění (Výroční zpráva KB, 2013):

- komeční karta roku 2012 v ČR – získala KB Korporátní karta, od společnosti MasterCard;
- nejlepší banka 2013 – 2. místo, cena Hospodářských novin;
- ocenění Zlatá Koruna – pro KB Flexibilní hypotéku, pro nejlepší hypotéku na českém trhu.

#### **BANKOPOJIŠTĚNÍ**

V tomto roce se nepodařilo sehnat detailnější informace o bankopojistných produktech. i přesto nadále pokračoval prodej cestovního pojištění u platebních karet KB a pojištění u hypoték.

#### **KB Pojišťovna**

Akcionářská struktura je nadále neměnná: 51 % Sogecap a 49 % KB. KB Pojišťovna získala ocenění jako klientsky nejpřívětivější životní pojišťovna roku 2013 dle Hospodářských novin. Na 2. místě se umístila jako nejlepší životní pojišťovna roku 2013

dle Hospodářských novin. Ekonomický magazín World Finance ji ocenil životní pojišťovnou roku 2013 v České republice. Pojišťovna zavedla nové rizikové životní pojištění Moje Jistota. Toto pojištění chrání při ztrátě příjmu, úrazu, úmrtí a nabízí asistenční a zdravotní služby. Rok 2013 ukončila s tržním podílem 12 % na trhu životního pojištění. Vytvořila čistý zisk 418 372 tis. Kč, celkové předepsané hrubé pojistné činilo 8 350 969 tis. Kč a celková spravovaná aktiva 37 617 835 tis. Kč (Výroční zpráva KB, 2013).

#### **6.4.11 Rok 2014**

I v roce 2014 KB držela svého univerzálního obchodního modelu a její strategií byly dlouhodobé vzájemně výhodné vztahy s klienty. Pro dosažení této strategie uvedla na trh opět další novace. V lednu 2014 představila program EU JESSICA, který nabízí zvýhodněné úvěry na opravy a modernizaci. Zavedla aplikaci e Trading, kdy klienti mohou měnit cizí měny. Představila novou technologii 3D Secure pro zabezpečené platby kartou na internetu. V roce 2014 vytvořila čistý konsolidovaný zisk 12,985 mld. Kč (Výroční zpráva KB, 2014).

#### **OCENĚNÍ**

V roce 2014 získala ocenění nejlepší banka od Hospodářských novin. Všechna ocenění jsou uvedena na webových stránkách KB (Výroční zpráva KB, 2014).

#### **BANKOPOJIŠTĚNÍ**

V roce 2014 se mi nepodařilo najít detailnější informace o bankopojistných produktech.

#### **KB Pojišťovna**

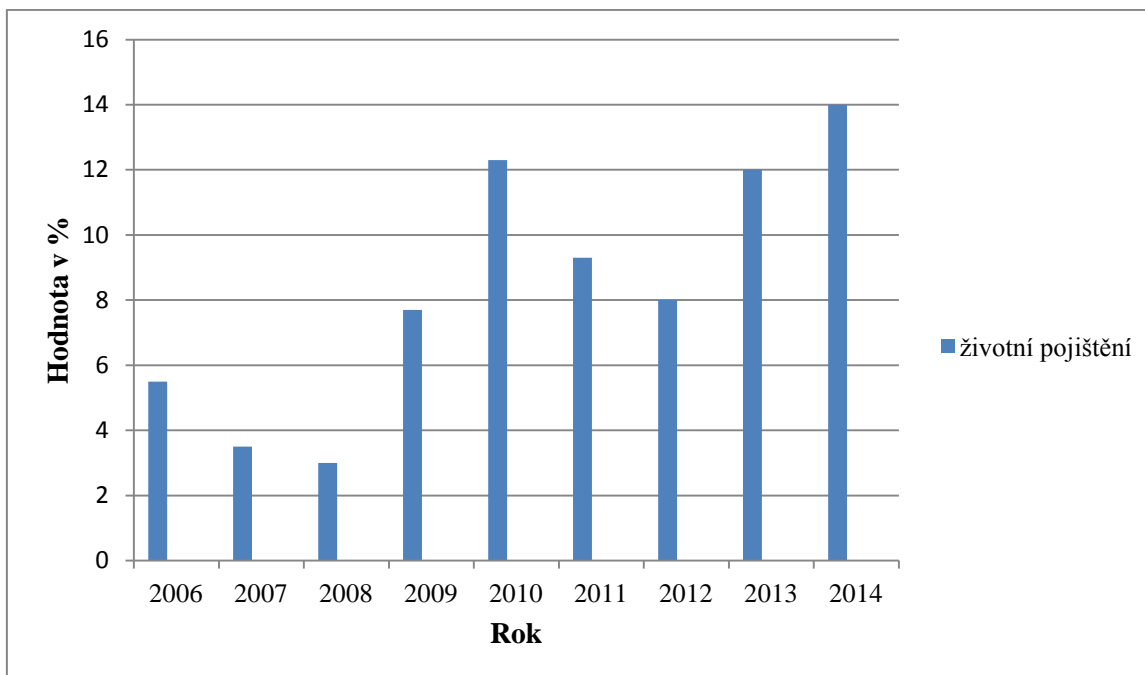
Akcionářská struktura zůstala i v roce 2014 stále stejná: 51 % Sogecap a 49 % KB. V roce 2014 měla KB Pojišťovna podíl na trhu životního pojištění 14 % dle hrubého předepsaného pojistného. Vytvořila čistý zisk 283 082 tis. Kč. Oproti roku 2013 došlo ke snížení, v roce 2013 čistý zisk byl vytvořen ve výši 418 382 tis. Kč. Hlavní produkty, které pojišťovna nabízí, jsou: různé formy životního pojištění a cestovní pojištění. Předepsané hrubé pojistné činilo 10 192 285 tis. Kč. Došlo k navýšení oproti roku předchozímu

(8 350 969 tis. Kč). Celková spravovaná aktiva byla ve výši 45 273 502 tis. Kč (Výroční zpráva KB, 2014).

## **6.5 Shrnutí**

Komerční banka je mateřskou společností skupiny KB a patří do mezinárodní skupiny Sociétés Générale. Tato skupina nabízí retailové, podnikové a investiční bankovníctví. Strategii skupiny KB je být volbou č. 1 pro své klienty. Spokojený a loajální klient je nadřazen všem ostatním cílům banky. Společnosti skupiny nabízí služby v oblasti: penzijní připojištění, stavební spoření, faktoring, spotřebitelské úvěry a pojištění. K nabídce stavebního spoření přispělo převzetí Modré Pyramidy stavební spořitelny v roce 2006. Díky tomu Komerční banka mohla nově nabízet své produkty novým klientům a rozvíjet křížový prodej. Na pobočkách banky si klienti mohou sjednat pojištění, jedná se tedy o bankopojistné produkty. Je to především cestovní pojištění a pojištění u hypoték. Na druhou stranu si klient může sjednat bankovní produkt na pobočce KB Pojišťovny, to lze dle teorie výše popsané nazvat assurfinance.

K 30. září 2015 byla Komerční banka vlastněná z 60,4 % Sociétés Générale S. A. Celkový počet akcionářů banky činil v roce 2015 celkem 42 990 právnických a fyzických osob. Následující graf ukazuje vývoj tržního podílu KB Pojišťovny od roku 2006.



Obrázek 18 – Tržní podíl KB Pojišťovny v letech 2006-2014

Zdroj: Výroční zprávy KB 2006-2014, dostupné z: <http://www.kb.cz/cs/o-bance/vztahy-s-investory/vykazy-a-vysledky/vyrocní-zpravy.shtml>.

Jak je z grafu patrné, nejlepšího tržního podílu dle předepsaného hrubého pojistného životního pojištění dosáhla KB Pojišťovna v roce 2014. Nejmenšího tržního podílu dosáhla v roce 2008. Mohlo to být způsobeno finanční krizí, která se nevyhla ani skupině KB.

Stejně tak jako u ČSOB je pro Komerční banku na prvním místě vždy klient a jeho potřeby. Každý rok se snaží přijít na trh s novými pro klienty pohodlnějšími produkty, proto se domnívám, že se bude také snažit o poskytování allfinance.

## **7. Česká spořitelna**

Jako poslední bankopojišťovnu jsem si pro svoji práci vybrala Českou spořitelnu, protože se jedná o banku s dlouholetou tradicí, která patří mezi největší české banky dle počtu klientů.

### **7.1 O společnosti**

Společnost vznikla v roce 1825 za účelem pomoci lidem stát na vlastních nohou. Česká spořitelna je vlastněna z 98,97 % Erste Group. Je členem koncernu Erste Group od roku 2000. Zároveň je řídicí osobu finanční skupiny České spořitelny. K 30. červnu 2014 spravovala aktiva ve výši 923,5 mld. Kč a obsluhovala 4 982 584 klientů. Česká spořitelna patří mezi největší banky v České republice. Každoročně investuje 10 mil. Kč do vzdělávání ke konkurenceschopnosti. Zároveň založila svoji nadaci pro pomoc těm, od kterých se společnost odklonila (Česká spořitelna, 2015).

### **7.2 Skupina Erste Group**

Její členem se Česká spořitelna stala v roce 2000. Mateřskou společností koncernu Erste Group je Erste Group Bank AG, která sídlí ve Vídni. Skupina Erste Group byla založena v roce 1819 jako 1. rakouská spořitelna. Nyní má okolo 46 000 zaměstnanců. Působí v 7 zemích – Rakousko, Česká republika, Rumunsko, Maďarsko, Chorvatsko a Srbsko (Česká spořitelna, 2015).

### **7.3 Strategie skupiny Erste Group**

Misí České spořitelny je být bankou první volby pro všechny cílové skupiny (klienty, akcionáře, zaměstnance a tuto zemi). Pro dosažení tohoto cíle se banka musí stát bankou první volby pro zaměstnance. Víze vychází z mise, Česká spořitelna si jako vizi zvolila opět být bankou první volby pro všechny skupiny klientů. Při stanovení své strategie je i pro Českou spořitelnu na prvním místě klient a jeho přání a pohodlí. V dnešní době musí

mít banka svou strategii postavenou tak, aby byla schopna konkurovat okolním bankám. Dále opět uvedu strategii pro uplynulé 3 roky.

### **Strategie pro rok 2012:**

Česká spořitelna by se chtěla stát vedoucí bankou ve všech hlavních segmentech drobného i korporátního bankovníctví. Chtěla by být užitečná a srozumitelná pro své klienty. Její strategie je založená na důvěryhodném vztahu s klientem. Banka staví na své zavedené tradici pomáhat rozvoji společnosti a čerpá z jistoty jejich klientů, že jsou jejich peníze v bezpečí (Výroční zpráva ČS, 2012).

### **Strategie pro rok 2013:**

Česká spořitelna by chtěla dosáhnout loajality svých klientů a dosáhnout finančních výsledků nad průměrem trhu. Stanovila si priority (Výroční zpráva ČS, 2013):

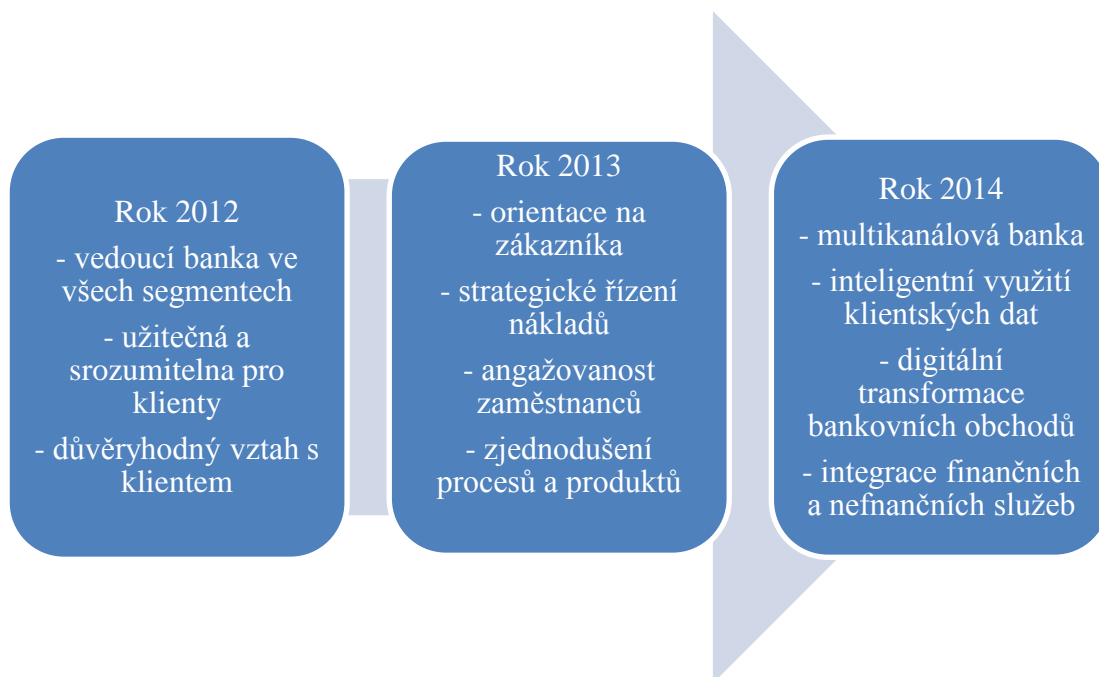
- orientace na zákazníka;
- strategické řízení nákladů;
- angažovanost zaměstnanců;
- zjednodušení procesů a produktů.

### **Strategie pro rok 2014:**

Česká spořitelna by se chtěla stát bankou svých klientů a získat jejich loajalitu. Zároveň by chtěla dosáhnout nadprůměrných finančních výsledku na českém trhu. Stanovila si priority (Výroční zpráva ČS, 2014):

- být multikanálová banka;
- inteligentně využívat klientská data;
- digitální transformace bankovních obchodů;
- integrace finančních a nefinančních služeb.

Následující schéma vyjadřuje strategii České spořitelny v letech 2012-2014.



Obrázek 19 - Strategie skupiny České spořitelny v letech 2012-2014

Zdroj: vlastní zpracování z výročních zpráv ČS 2012-2014, dostupné z: [http://www.csas.cz/banka/appmanager/portal/banka?\\_nfpb=true&\\_pageLabel=downloads\\_subporta101&rootId=10&slnod=17](http://www.csas.cz/banka/appmanager/portal/banka?_nfpb=true&_pageLabel=downloads_subporta101&rootId=10&slnod=17)

## 7.4 Bankopojištění

I jako ostatní analyzované bankopojišťovny se snaží Česká spořitelna o poskytování komplexních finančních produktů.

### 7.4.1 Rok 2004

V roce 2004 vytvořila Česká spořitelna čistý konsolidovaný zisk 8,6 mld. Kč. Zavedla bezpečné platby kartou na internetu pomocí nové služby e-commerce 3D Secure. Stala se většinovým vlastníkem Stavební spořitelny České spořitelny (95 %). Nově si klienti mohou dobít SIM kartu přímo z mobilu (Výroční zpráva ČS, 2004).

## **OCENĚNÍ**

Jako známku kvalitní bankopojišťovny vždy uvedu vybraná ocenění, která Česká spořitelna získala. V roce 2004 získala vybraná ocenění (Výroční zpráva ČS, 2004):

- banka roku 2004 pro Českou republiku – soutěž The Banker Awards;
- nejdůvěryhodnější banka – soutěž od společnosti MasterCard;
- nejoblíbenější finanční produkt roku 2004 – produkt SERVIS 24 služba přímého bankovníctví, soutěž Zlatá koruna.

## **BANKOPOJIŠTĚNÍ**

Pojistné produkty poskytuje Česká spořitelna v rámci spolupráce s Pojišťovnou České spořitelny a Kooperativy.

## **POJIŠŤOVNA ČESKÉ SPOŘITELNY**

V roce 2004 došlo k převodu 640 000 pojistných smluv o neživotním pojištění na Kooperativu a nově se Pojišťovna České spořitelny orientuje především na prodej životního pojištění. Akcionářská struktura je následující: 55,25 % ČS a 44,75 % rakouská společnost Sparkasse Versicherung. Pojišťovna patří mezi 5 největších životních pojišťoven v ČR. Pojišťovna dosáhla čistého zisku 2 280 mil. Kč, předepsané pojistné činilo 3,9 mld. Kč, a uzavřela 399 tisíc nových smluv. Tento rok ukončila s tržním podílem 7,39 % u životního pojištění a 0,93 % u neživotního pojištění (Výroční zpráva ČS, 2004).

### **7.4.2 Rok 2005**

V roce 2005 se České spořitelně podařilo vytvořit vyšší čistý zisk 12,3 mld. Kč. Přijala kodex bankovních služeb, který upravuje práva a povinnosti peněžního ústavu a klientů. Snaží se o vybudování sítě speciálních bankomatů pro nevidomé – ke konci roku 2005 jich bylo 35. Zavedla Program efektivity 2005-2006, který má za cíl snížit všeobecné provozní náklady o 750 mil. Kč.



## **OCENĚNÍ**

V roce 2005 získala vybraná ocenění (Výroční zpráva ČS, 2005):

- nejdůvěryhodnější banka – od společnosti MasterCard;
- banka roku 2005 – The Banker Awards dle hodnocení mezinárodní poroty;
- internetová banka roku 2005 – dle hodnocení odborné poroty peníze.cz.

## **BANKOPOJIŠTĚNÍ**

V květnu došlo k rozšíření pojištění zneužití platební karty v případě ztráty nebo odcizení. Nově se pojistné plnění vztahuje na náhradu za ztrátu nebo odcizení klíčů od domu a náhradu za ztracené doklady. Nově je vrácen poplatek za zablokování karty (Výroční zpráva ČS, 2005).

## **POJIŠŤOVNA ČESKÉ SPOŘITELNY**

Akcionářská struktura se od předchozího roku nezměnila. Předepsané pojistné dosáhlo výše 2,5 mld. Kč, došlo tedy k jeho poklesu oproti roku 2004. Zhoršil se i čistý zisk pojišťovny, který byl ve výši 175 mil. Kč. Naproti tomu došlo ke zvýšení počtu nových smluv, kterých bylo v roce 2005 celkem 464 tisíc. Rok 2005 pojišťovna ukončila s tržním podílem 5,44 % u životního pojištění a 0,02 % u neživotního pojištění (Výroční zpráva ČS, 2005).

### **7.4.3 Rok 2006**

V roce 2006 vytvořila Česká spořitelna čistý zisk 10 mld. Kč. Vytvořila strategický program nazvaný Banka první volby 2006-2008, který má základní kameny: služby a produkty, procesy, řízení služeb, kultura, pobočky, společenská odpovědnost a klienti (Výroční zpráva ČS, 2006).

## **OCENĚNÍ**

V roce 2006 získala vybraná ocenění (Výroční zpráva ČS, 2006):

- banka roku 2006 – od společnosti MasterCard;

- nejdůvěryhodnější banka roku – MasterCard;
- firemní banka roku 2006 – taktéž od společnosti MasterCard.

## **BANKOPOJIŠTĚNÍ**

Česká spořitelna nabízí ve spolupráci s Pojišťovnou České spořitelny flexibilní životní pojištění, dále nabízí úvěrová pojištění – pojištění k úvěrům finanční skupiny ČS, úvěrové životní pojištění hypotéka, dále cestovní pojištění k platebním kartám (Výroční zpráva ČS, 2006).

## **POJIŠŤOVNA ČESKÉ SPOŘITELNY**

V roce 2006 se pojišťovna snažila o rozvoj nabídky služeb v oblasti životního pojištění a k prohloubení spolupráce v oblasti bankopojištění. Vytvořila čistý zisk ve výši 312 mil. Kč, předepsané pojistné ve výši 4,4 mld. Kč. Nových smluv v tomto roce uzavřela 509 tisíc. Dochází tedy zatím každý rok k navýšení počtu nových smluv. Její tržní podíl životního pojištění se zlepšil (9,36 %) u neživotního pojištění se také mírně zlepšil - 0,03 % (Výroční zpráva ČS, 2006).

### **7.4.4 Rok 2007**

V roce 2007 se ČS podařilo dosáhnout čistého zisku 12,5 mld. Kč. Den 18. května označila Česká spořitelna dnem pro charitu. Navázala na dlouhodobé projekty a aktivity Nadace České spořitelny. Dlouhodobou strategií ČS je nabídka cenově přijatelných klientům na míru šitých produktů. Byla představena nová služba FAKTURA 24, která umožňuje zasílání faktur mezi firmami v elektronické podobě (Výroční zpráva ČS, 2007).

## **OCENĚNÍ**

V roce 2007 získala ČS vybraná ocenění (Výroční zpráva ČS, 2007):

- 2. místo zaměstnavatel roku – dle hlasování odborné poroty;
- 3. místo Firemní banka roku – soutěž od společnosti MasterCard;
- nejdůvěryhodnější banka roku – soutěž od společnosti MasterCard.

## **BANKOPOJIŠTĚNÍ**

Nově bylo rozšířeno pojištění platební karty. Česká spořitelna ručí za transakce ztracenou/odcizenou platební kartou 48 hodin před blokadou. Dále bylo prodlouženo zneužití karty na 96 hodin. Byl zahájen prodej pojištění schopnosti splácet k úvěrům ke kreditním kartám. Dále Česká spořitelna spolupracuje na vývoji bankopojistných produktů s Pojišťovnou České spořitelny (Výroční zpráva ČS, 2007).

## **POJIŠŤOVNA ČESKÉ SPOŘITELNY**

V roce 2007 vytvořila čistý zisk 367 mil. Kč. Životní pojištění FLEXI získalo ocenění od společnosti MasterCard jako 2. nejlepší životní pojištění v České republice. i v roce 2007 zůstala akcionářská struktura pojišťovny stále stejná: 55,25 % Česká spořitelna a 44,75 % rakouská společnost Sparkasse Versicherung AG. Předepsané pojistné za tento rok bylo ve výši 6,4 mld. Kč, nových smluv bylo uzavřeno 541 tisíc. Rok 2007 pojišťovna uzavřela s tržním podílem 11,9 % na trhu životního pojištění. Došlo tedy k nárůstu tržního podílu (Výroční zpráva ČS, 2007).

### **7.4.5 Rok 2008**

Za svůj cíl si Česká spořitelna pro rok 2008 zvolila zajistit celkové řešení potřeb klienta. Vytvořila čistý zisk 15,81 mld. Kč. Zavedla tzv. poradny při finanční tísní. Stala se strategickým finančním partnerem Univerzity Hradec Králové. V rámci skupiny Erste Group vyšlo rozhodnutí o prodeji Pojišťovny České spořitelny strategickému partnerovi Vienna Insurance Group.

## **OCENĚNÍ**

V roce 2008 získala ČS následující vybraná ocenění (Výroční zpráva ČS, 2008):

- 2. místo nejžádanější zaměstnavatel roku – Fincentrum;
- nejdůvěryhodnější banka roku – MasterCard;
- banka roku 2008 – odborný časopis The Banker.

## **BANKOPOJIŠTĚNÍ**

Došlo ke zlepšení pojištění zneužití platební karty při její ztrátě. Česká spořitelna zrušila časové limity pro oznámení zneužití. Nově spořitelna proplácí náklady na blokaci a na pořízení náhradní karty. Banka se snaží o prohloubení prodeje pojistných produktů ve své distribuční síti. Většina nových úvěrových smluv se uzavírá s nějakou formou pojištění (Výroční zpráva ČS, 2008).

## **POJIŠŤOVNA ČESKÉ SPOŘITELNY**

V roce 2008 došlo k veliké změně ve struktuře vlastníků. Nově vlastní 90 % skupina Vienna Insurance Group, 5 % si ponechala Česká spořitelna a zbývajících 5 % vlastní Kooperativa. Pojišťovna byla oceněna za poskytování životního pojištění společností MasterCard. Vytvořila čistý zisk 220 mil. Kč. Předepsané pojistné dosáhlo výše 6,6 mld. Kč, došlo tedy k mírnému navýšení. Nových smluv bylo uzavřeno 597 tisíc. Tento rok ukončila s tržním podílem 11,71 % na trhu životního pojištění (Výroční zpráva ČS, 2008).

### **7.4.6 Rok 2009**

V roce 2009 vytvořila Česká spořitelna čistý zisk 12 mld. Kč. Byla založena nová dceřiná společnost PARTNER ČS, která bude zaměřena na řízení externího prodeje produktů a služeb finanční skupiny a partnera Vienna Insurance Group (Výroční zpráva ČS, 2009).

## **OCENĚNÍ**

V roce 2008 získala ČS vybraná ocenění (Výroční zpráva ČS, 2009):

- banka roku 2009 – Fincentrum;
- nejdůvěryhodnější banka roku - dle hlasování veřejnosti;
- nejlepší banka v ČR – odborný časopis The Banker;
- 2. místo firemní banka roku – soutěž MasterCard.

## **BANKOPOJIŠTĚNÍ**

Došlo k rozšíření pojištění platební karty, nově se vztahuje například na dioptrické brýle, odcizení mobilu apod. Česká spořitelna stále spolupracuje s Pojišťovnou České spořitelny a Kooperativou na nabídce životního pojištění, pojištění majetku, pojištění schopnosti splácet úvěr, cestovní pojištění atd. Pojištění schopnosti splácet je uzavíráno u 50 % úvěrů (Výroční zpráva ČS, 2009).

## **POJIŠŤOVNA ČESKÉ SPOŘITELNY a. s., VIENNA INSURANCE GROUP**

Většinovým vlastníkem je stále Vienna Insurance Group sídlící ve Vídni. V roce 2009 pojišťovna vytvořila čistý zisk 619 mil. Kč. Uzavřela 673 tisíc smluv, předepsané pojistné činilo 6,9 mld. Kč. Tržní podíl zůstal téměř neměnný oproti roku předchozímu – 11,6 % (Výroční zpráva Pojišťovny České spořitelny, 2009).

### **7.4.7 Rok 2010**

V roce 2010 se České spořitelně podařilo vytvořit čistý zisk 12,052 mld. Kč. Oproti roku 2009 došlo tedy k mírnému zlepšení (rok 2009 – 12 mld. Kč). Zavedla „volno pro otce“. Jedná se o 5 dní pracovního volna po propuštění dítěte z porodnice, které může otec využít po dobu prvních 3 měsíců od jeho narození. Dále byla rozšířena nabídka firemního účtu nejen pro podnikatele, ale i pro bytová družstva, osoby samostatně výdělečně činné apod. Ke konci roku 2010 mělo firemní účet přes 50 tisíc klientů (Výroční zpráva ČS, 2010).

## **OCENĚNÍ**

V roce 2010 získala Česká spořitelna vybraná ocenění (Výroční zpráva ČS, 2010):

- banka roku 2010 – soutěž od společnosti Fincentrum;
- nejdůvěryhodnější banka roku – Fincentrum;
- banka roku pro Českou republiku – dle odborné poroty složené z generálních ředitelů a top manažerů britských firem, časopis The Banker.

## **BANKOPOJIŠTĚNÍ**

Z bankopojistných produktů bylo nejvíce sjednáváno zajištění rizika ztráty zaměstnání. Toto pojištění bylo sjednáno u každého druhého uzavřeného úvěru. K firemnímu účtu je nově nabízeno pojištění klíčových osob a pojištění podnikání (Výroční zpráva ČS, 2010).

## **POJIŠŤOVNA ČESKÉ SPOŘITELNY a. s., VIENNA INSURANCE GROUP**

Pojišťovna dosáhla zisku 603 mil. Kč. Pojistný produkt FLEXI byl oceněn Zlatou korunou za první místo. Nově uzavřených smluv bylo za rok 2010 celkem 734 tisíc, předepsané pojistné činilo 9,2 mld. Kč. Rok 2010 ukončila pojišťovna s tržním podílem 12,1 % na trhu životního pojištění, oproti roku předchozímu došlo k mírnému zlepšení ve výši tržního podílu. Pojistné produkty od skupiny Vienna Insurance Group jsou distribuovány také skupinou Erste Group. Naopak skupina Vienna Insurance Group na svých pobočkách nabízí bankovní produkty Erste Group – jedná se tedy o assurfinance (Výroční zpráva Pojišťovny České spořitelny, 2010).

### **7.4.8 Rok 2011**

V roce 2011 vytvořila Česká spořitelna vyšší zisk než v roce předchozím. Dosáhla zisku 13,6 mld. Kč. Zavedla osobní účet ABSOLVENT – po ukončení studia může absolvent čerpat výhody ještě po dobu 2 let. Na trh přišla s bezkontaktními kartami, díky nimž může klient platit bez zadání PIN do výše 500 Kč. Ke konci roku 2011 bylo vydáno 220 tisíc bezkontaktních karet. Zároveň Česká spořitelna vytvořila zábavně-vzdělávací program pro děti. Děti se hrou učí hospodařit s penězi (Výroční zpráva ČS, 2011).

## **OCENĚNÍ**

V roce 2011 získala Česká spořitelna vybraná ocenění (Výroční zpráva ČS, 2011):

- banka desetiletí - Fincentrum, hlasování odborné poroty;
- nejdůvěryhodnější banka roku 2011 – Fincentrum, hlasování veřejnosti;
- firma roku: rovné příležitosti 2011 – 1. místo, pořádá obecně prospěšná společnost Gender Studies.

## **BANKOPOJIŠTĚNÍ**

V roce 2011 nadále spolupracovala Česká pojišťovna s Pojišťovnou České spořitelny a Kooperativou. Dále poskytovala svým klientům životní pojištění, cestovní k platebním kartám a majetková pojištění (Výroční zpráva ČS, 2011).

## **POJIŠŤOVNA ČESKÉ SPOŘITELNY a. s., VIENNA INSURANCE GROUP**

V roce 2011 vytvořila zisk ve výši 417 mil. Kč. Předepsané pojistné oproti roku předchozímu opět vzrostlo, bylo ve výši 10,6 mld. Kč. Tržního podíl na trhu životního pojištění dosáhla ve výši 11,7 %. Nových smluv bylo uzavřeno 774 tisíc. Pojišťovna byla také oceněna. Pojistný produkt FLEXI získal opět 1. místo jako životní pojištění roku 2011 od hodnocení Zlatá koruna. Dle hospodářských novin byla pojišťovna nejlepší pojišťovnou roku 2011 a klientsky nejpřívětivější bankou roku 2011 (Výroční zpráva Pojišťovny České spořitelny, 2011).

### **7.4.9 Rok 2012**

V roce 2012 dosáhla zisku 16,61 mld. Kč. Majitelé IPhonu mohou nově pomocí svého telefonu zaplatit složenky. Jako 1. banka v České republice zavedla službu e-fakturace. Nově si mohou i neklienti ČS sjednat online schůzku s bankovním poradcem. Při platbě kreditní kartou ve výši nejméně 1 000 Kč obdrží klient 10 Kč na účet svého stavebního spoření u Stavební spořitelny České spořitelny (Výroční zpráva ČS, 2012).

## **OCENĚNÍ**

V roce 2012 získala Česká spořitelna vybraná ocenění (Výroční zpráva ČS, 2012):

- nejdůvěryhodnější banka roku – soutěž od Fincentrum;
- banka roku 2012 – časopis The Banker;
- nejatraktivnější zaměstnavatel v bankovníctví a pojišťovnictví – průzkum České studentské unie;
- nejlepší banka v České republice – odborný magazín Euromoney.

## **BANKOPOJIŠTĚNÍ**

Bankopojištění je prodáváno pomocí 2 distribučních sítí – pobočková síť České spořitelny a externí síť Pojišťovny České spořitelny (Výroční zpráva ČS, 2012).

### **POJIŠŤOVNA ČESKÉ SPOŘITELNY a. s., VIENNA INSURANCE GROUP**

Pojišťovna vytvořila zisk 1 018 418 tisíc Kč. Výše předepsaného pojistného zůstala oproti roku 2011 téměř neměnná – 10,7 mld. Kč. Nových smluv bylo uzavřeno 789 tisíc. Pojišťovna získala ocenění od Zlaté koruny – 1. místo v poskytování životního pojištění. Rok 2012 ukončila s tržním podílem 12,8 % na trhu životního pojištění (Výroční zpráva Pojišťovny České spořitelny, 2012).

#### **7.4.10 Rok 2013**

V roce 2013 dosáhla Česká spořitelna zisku 15,5 mld. Kč. Banka zavedla nabídku platby faktur přes QR kódy ve všech platbomatech. Představila nové bezkontaktní nálepky, které plní funkci debetní karty. Lze je aplikovat na cokoliv, nejlépe na mobilní telefon. Podnikatelé mohou díky Business 24 databanking odesílat platební příkazy z účetního systému (Výroční zpráva ČS, 2013).

## **OCENĚNÍ**

V roce 2013 získala Česká spořitelna vybraná ocenění (Výroční zpráva ČS, 2013):

- banka roku 2013 – Fincentrum;
- nejdůvěryhodnější banka roku – Fincentrum, hlasují výhradně klienti;
- nejlepší banka v České republice – odborný časopis Global Finance;
- nejlepší banka v ČR – časopis Euromoney.

## **BANKOPOJIŠTĚNÍ**

Česká spořitelna ve spolupráci s Pojišťovnou České spořitelny nabízí skupinové pojištění osob a cestovní pojištění k platebním kartám. Téměř každý úvěr je sjednán zároveň s pojištěním např. schopnosti splácet nebo životním pojištěním (Výroční zpráva ČS, 2013).



## **POJIŠŤOVNA ČESKÉ SPOŘITELNY a. s., VIENNA INSURANCE GROUP**

V roce 2013 vytvořila pojišťovna zisk 792 mil. Kč. Nově bylo uzavřeno 782 tisíc smluv. Akcionářská struktura zůstává nadále stejná: 90 % skupina Vienna Insurance Group, 5 % Česká spořitelna a zbývajících 5 % vlastní Kooperativa. Pojišťovna získala ocenění Životní pojišťovna roku dle hodnoce od Fincentrum. Předepsané pojistné opět vzrostlo – 11,4 mld. Kč. Pojišťovna si polepšila i na trhu životního pojištění – dosáhla tržního podílu 15,16 % (Výroční zpráva Pojišťovny České spořitelny, 2013).

### **7.4.11 Rok 2014**

V roce 2014 vytvořila Česká spořitelna zisk 15 mld. Kč. Zavedla prodej hypoték přes Facebook za zvýhodněnou úrokovou sazbu, dále zavedla 3D Secure platby přes internet. Klienti si i nadále mohou sjednat schůzku online nově přes mobilní aplikaci. Byla jako v ČSOB nově nabídnuta služba videobankéř, kdy bankéři komunikují s klientem online a radí mu (Výroční zpráva ČS, 2014).

### **OCENĚNÍ**

V roce 2014 získala ČS vybraná ocenění (Výroční zpráva ČS, 2014):

- nejdůvěryhodnější banka roku 2014 – od společnosti Fincentrum;
- banka roku 2014 – magazín The Banker;
- 1. místo TOP zaměstnavatel roku 2014 v bankovníctví a pojišťovnictví – dle české studentské unie, hlasují studenti vysokých škol a univerzit.

### **BANKOPOJIŠTĚNÍ**

V roce 2014 nadále pokračuje spolupráce České spořitelny s Pojišťovnou České spořitelny. V bankovní síti jsou nabízeny pojistné produkty, buď samotné produkty, nebo jako doplněk k bankovnímu produktům – například pojištění schopnosti splácet k hypotečnímu úvěru, které je popsáno v kapitole 9.7., nebo cestovní pojištění k platební kartě, popsáno v kapitole 9.3 (Výroční zpráva ČS, 2014).

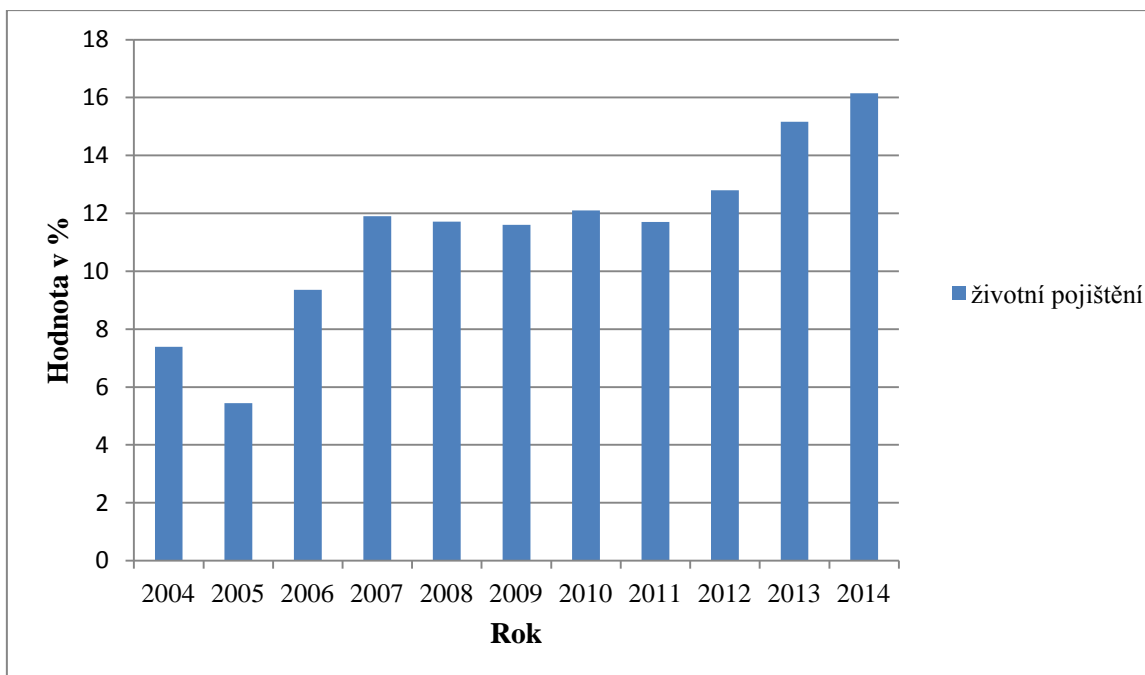
## **POJIŠŤOVNA ČESKÉ SPOŘITELNY a. s., VIENNA INSURANCE GROUP**

V roce 2014 se podařilo pojišťovně vytvořit ještě vyšší zisk než v roce předchozím. Dosáhla zisku 855 mil. Kč. Uzavřela 786 tisíc nových smluv, předešlé pojistné opět vzrostlo – 11,9 mld. Kč. Pojišťovna se umístila na 2. místě jako životní pojišťovna roku v soutěži pořádané od Fincetrum. Získala ocenění od Zlaté koruny jako životní pojišťovna roku 2014. V roce 2014 měla tržní podíl 16,15 % na trhu životního pojištění (Výroční zpráva Pojišťovny České spořitelny, 2014).

### **7.5 Shrnutí**

Česká spořitelna je od roku 2000 členem skupiny Erste Group. Jejím většinovým vlastníkem je právě zmiňovaná skupina – 98,97 %. Nabízí služby pro soukromé klienty ale i pro firemní klientelu. Nabízí bankovní produkty, pojistné produkty, leasing, factoring apod. Patří mezi největší banky podnikající na území České republiky. Těží ze své dlouholeté tradice a stále je pro ni na prvním místě klient.

Následující graf poukazuje na vývoj tržního podílu na trhu životního pojištění.



Obrázek 20 – Tržní podíl Pojišťovny České spořitelny v letech 2004-2014

Zdroj: Výroční zprávy Pojišťovny České spořitelny 2004-2014, dostupné z: <https://www.pojistovnacs.cz/o-nas/vyrocní-zpravy/>.

Jak je z grafu patrné, nejdříve její tržní podíl kolísal, ale od roku 2011 má stále rostoucí tendenci. Česká spořitelna nabízí pojistné produkty na svých bankovních pobočkách – jedná se o bankopojištění. Na pobočkách Pojišťovny České spořitelny si naopak můžete sjednat bankovní produkty – jedná se o assurfinance. Na prvním místě je u České spořitelny vždy klient stejně jako u KB a ČSOB.

## 8. Vybrané bankopojistné produkty

V následujících podkapitolách uvedu 2 bankopojistné produkty – cestovní pojištění k platebním kartám a pojištění schopnosti splácet k hypotečnímu úvěru u analyzovaných bankopojišťoven.

### 8.1 Cestovní pojištění k platební kartě – Komerční banka

Jedná se o cestovní pojištění sjednané k platební kartě bez spoluúčasti klienta. Komerční banka nabízí 6 variant tohoto pojištění: cestovní pojištění k embosovaným kartám, cestovní pojištění ke zlatým kartám, pojištění Platinum, cestovní pojištění k modrým kartám, cestovní pojištění ke korporátním kartám a cestovní pojištění ke zlatým korporátním kartám. Dále bude uveden standardní produkt cestovní pojištění k embosovaným kartám (KB Pojišťovna, 2015).

KDO – pojištěn je držitel platební karty a nezaopatřené dítě mladší 21 let cestující s držitelem platební karty.

KDY – neomezený počet soukromých a pracovních zahraničních cest, platí pouze v zahraničí v průběhu souvislých 60 dní od zahájení cesty.

SOUČÁST – asistenční služby AXA Assistance.

RIZIKA – ambulantní lékařské ošetření, lékařský převoz a repatriace do vlasti, převoz zesnulého do ČR, pojištění odpovědnosti za škodu a pojištění léčebných výloh do výše 1 000 000 Kč.

VÝLUKY – obecné: válečné události, vandalismus, působení jaderné energie, požití alkoholu, vědomé nedodržení právních předpisů dané země, úmyslné sebepoškození.

Nebezpečné aktivity: aktivity s využitím padákové a nepadákové techniky, pyrotechnika, horolezectví, bungee jumping, plavna na volném moři s výjimkou komerční lodní přepravy osob apod.

**KONEC POJIŠTĚNÍ** – když vyprší platnost karty, držitel vrátí platební kartu, při výpovědi smluvního vztahu.

**LIMITY** – následující tabulka ukazuje limity pojistného plnění.

*Tabulka 27 – Limity pojistného plnění cestovního pojištění k platební kartě od KB*

<b>Riziko</b>	<b>Limit pojistného plnění</b>
Léčebné výlohy v případě akutního zdravotního stavu	1 000 000 Kč
Lékařský převoz a repatriace	1 000 000 Kč
Převoz zesnulého	100 000 Kč
Pojištění odpovědnosti za škodu na zdraví	1 000 000 Kč
Pojištění odpovědnosti za škodu na věci	500 000 Kč

Zdroj: KB Pojišťovna, 2015. *Cestovní pojištění k embosovaným kartám*. Dostupné z: <http://www.kb-pojistovna.cz/cs/pojisteni/cestovni-pojisteni/cestovni-pojisteni-k-embosovanym-kartam/popis.shtml>.

## **8.2 Cestovní pojištění k platební kartě – ČSOB**

Cestovní pojištění se dá sjednat buď ke kartě, nebo jako klasické cestovní pojištění. ČSOB nabízí 4 typy pojištění: standard exklusive, exklusive family, gold family a gold family plus a platinum family plus. Dále jsou uvedeny informace k cestovnímu pojištění k platební kartě standard od ČSOB (ČSOB, 2015).

**KDO** – pojištěn je držitel platební karty.

**KDY** – platí v zahraničí v průběhu souvislých 90 dní.

**SOUČÁST** – asistenční služba.

RIZIKA – léčebné výlohy a asistenční služby, pojištění odpovědnosti za újmu na zdraví a pojištění odpovědnosti za újmu na majetku.

VÝLUKY – válečné události, povstání, stávky, nepokoje, terorismus, působení jaderné energie, pojištění neplatí na území České republiky, při požití alkoholu, při podání vědomě nepravdivých zkreslených informací, při řízení vozidla bez oprávnění k řízení, pokus o sebevraždu apod.

KONEC POJIŠTĚNÍ – písemná výpověď pojistníka nebo pojistitele.

LIMITY – následující tabulka ukazuje limity pojistného plnění.

*Tabulka 28 - Limity pojistného plnění cestovního pojištění k platební kartě od ČSOB*

<b>Riziko</b>	<b>Limit pojistného plnění</b>
Léčebné výlohy a asistenční služby	1 000 000 Kč
Pojištění odpovědnosti za újmu na zdraví	300 000 Kč
Pojištění odpovědnosti za újmu na majetku	100 000 Kč

Zdroj: ČSOB, 2015. *Cestovní pojištění ke kartám.* Dostupné z: <https://www.csob.cz/portal/lide/produkty/pojisteni/doplnujici-informace/cestovni-pojisteni-ke-kartam>.

### **8.3 Cestovní pojištění k platební kartě – Česká spořitelna**

Cestovní pojištění může být sjednáno ve 3 variantách: comfort – ke všem mezinárodním kartám, exklusive – součást vybraných stříbrných a zlatých karet, gold – součást vybraných stříbrných a zlatých karet. Pojištění poskytuje Česká spořitelna ve spolupráci s Kooperativou. Dále bude analyzováno cestovní pojištění k platební kartě comfort (Česká spořitelna, 2015).

KDO – pojištěn držitel platební karty

KDY – maximální doba pobytu 90 dní

SOUČÁST – asistenční služby Global Assistance

RIZIKA – léčebné výlohy, úrazové pojištění, pojištění odpovědnosti za škodu, ztráta a poškození zavazadel.

VÝLUKY – obecné výluky jako například válečné události, vzpoury, povstání, terorismus, působení jaderné energie, úmyslné jednání pojištěného. Dále jsou výluky specifické dle rizika, kterého se týkají jako např. zhotovení zubních náhrad, úraz již před odjezdem, umělé oplodnění, škoda na neoprávněném užívání věci apod.

KONEC POJIŠTĚNÍ – na základě vyjádření držitele nebo karta zařazena do zákazu z oprávněného důvodu.

LIMITY – následující tabulka předkládá pojistné limity jednotlivých rizik.

*Tabulka 29 - Limity pojistného plnění cestovního pojištění k platební kartě od České spořitelny*

<b>Riziko</b>	<b>Limit pojistného plnění</b>
Léčebné výlohy	1 500 000 Kč
Úrazové pojištění	1 000 000 Kč
Pojištění odpovědnosti za škodu	200 000 Kč
Ztráta a poškození zavazadel	10 000 Kč

Zdroj: Česká spořitelna, 2015. *Cestovní pojištění k platebním kartám*. Dostupné z: <http://www.csas.cz/banka/nav/podnikatele-firmy-a-institute/podnikatele-a-male-firmy/cestovni-pojisteni-k-platebnim-kartam/o-produktu-d00011616>.

## **8.4 Shrnutí cestovního pojištění k platební kartě**

Cestovní pojištění od Komerční banky, ČSOB a České spořitelny jsou si velmi podobná, avšak určité rozdíly jsou zřejmé. V následující tabulce jsou uvedena rizika a rozdílné pojistné limity.

Tabulka 30 – Pojistné limity cestovního pojištění k platební kartě u KB a ČSOB

<b>Riziko</b>	<b>Pojistný limit - KB</b>	<b>Pojistný limit - ČSOB</b>	<b>Pojistný limit – ČS</b>
Léčebné výlohy	1 000 000 Kč	1 000 000 Kč	1 500 000 Kč
Lékařský převoz a repatriace	1 000 000 Kč	není součástí	500 000 Kč
Převoz zesnulého	100 000 Kč	není součástí	250 000 Kč
Pojištění odpovědnosti za škodu na zdraví	100 000 Kč	300 000 Kč	200 000 Kč
Pojištění odpovědnosti za škodu na majetku	500 000 Kč	100 000 Kč	200 000 Kč
Úrazové pojištění	není součástí	není součástí	1 000 000 Kč
Ztráta a poškození zavazadel	není součástí	není součástí	10 000 Kč

Zdroj: vlastní zpracování z KB Pojišťovna, Česká spořitelna a ČSOB, 2015. Dostupné z: <https://www.csob.cz/portal/lide/produkty/pojisteni/doplujici-informace/cestovni-pojisteni-ke-kartam>, <http://www.kb-pojistovna.cz/cs/pojisteni/cestovni-pojisteni/cestovni-pojisteni-k-embosovanim-kartam/popis.shtml> a <http://www.csas.cz/banka/nav/podnikatele-firmy-a-institute/podnikatele-a-male-firmy/cestovni-pojisteni-k-platebnim-kartam/o-produktu-d00011616>

Je nutné podotknout, že se jedná o rozdíly u základního cestovního pojištění k embosované platební kartě od KB, standard platební kartě od ČSOB a platební kartě comfort od České spořitelny. Dále je rozdíl v požadovaných dnech nepřetržité délky pobytu. U KB se musí jednat o 60 souvislých dnů od zahájení cesty, u ČSOB je to 90 dnů a u České spořitelny taktéž 90 dnů. Výluky z pojištění jsou ve všech 3 případech podobné. V pojistné smlouvě jsou uvedena obecná rizika a dále specifická, jako například nebezpečné aktivity apod.



Porovnávání bylo provedeno na základních typech cestovního pojištění k platební kartě u každé pojišťovny. Doporučila bych cestovní pojištění k platební kartě od České spořitelny, protože kryje více rizik a ve většine případů má vyšší limit pojistného plnění.

## **8.5 Pojištění schopnosti splácet k hypotečnímu úvěru – KB**

Toto pojištění k hypotečnímu úvěru, které lze sjednat v Komerční bance zároveň s úvěrem, je nabízeno ve 3 variantách (KB, 2015):

- varianta A – pojištění smrti a plné invalidity;
- varianta B – pojištění smrti, plné invalidity a pracovní neschopnosti;
- varianta C – pojištění smrti, plné invalidity, pracovní neschopnosti a ztráty zaměstnání.

V případě smrti a plné invalidity pojišťovna jednorázově uhradí bankce nesplacenou část úvěru. V případě dlouhodobé pracovní neschopnosti nebo ztráty zaměstnání hradí pojišťovna pravidelné splátky úvěru.

KDO – pojištění může uzavřít fyzická osoba, která dosáhla věku 18ti let a maximálně:

- varianta A a B – maximálně 64 let;
- varianta C – maximálně 45 let.

Dále pojištění může uzavřít občan členského státu Evropské unie s povoleným pobytem nebo občan státu mimo EU s trvalým pobytem v ČR.

DOBA – uzavřeno na dobu trvání smlouvy, maximálně do 75 let věku klienta.

VÝLUKY – v pojistných podmínkách jsem našla například: válečné události, působení jaderné energie, řízení bez dokladů, práce s výbušninami, povolání osobního strážce, krotitel divoké zvěře, vrozené vady nebo úraz před sjednáním pojištění apod (KB, 2015).

LIMITY – v následující tabulce je uveden rozsah pojištění dle typu varianty pojištění:

Tabulka 31 - Rozsah pojištění dle typu varianty pojištění k hypotečnímu úvěru Komerční banky

Typ varianty	Rozsah pojištění
Varianta A	25-100 % z výše úvěru
Varianta B	25-100 % z výše úvěru pro riziko smrti a invalidity
Varianta C	25-100 % z výše úvěru pro riziko smrti a invalidity

Zdroj: předsmlavní informace k pojištění hypotéky získané v Komerční bance

U rizika pracovní neschopnosti a ztráty zaměstnání je klient vždy pojištěn na celou hodnotu úvěru.

## 8.6 Pojištění schopnosti splácet k hypotečnímu úvěru – ČSOB

Toto pojištění, které lze sjednat v Československé obchodní bance zároveň s úvěrem, je nabízeno ve 3 variantách (ČSOB, 2015):

- varianta 1 – pojištění smrti nebo invalidity;
- varianta 2 – pojištění smrti nebo invalidity a pracovní neschopnosti;
- varianta 3 – pojištění smrti nebo invalidity, pracovní neschopnosti a ztráty zaměstnání.

V případě úmrtí nebo invalidity doplatí pojišťovna zbytek hypotéky za klienta. V případě ztráty zaměstnání hradí pojišťovna až 12 měsíčních splátek.

KDO – pro 1 hypotéku mohou pojištění sjednat až 2 fyzické osoby. Věk v den uzavření pojištění nesmí přesahovat 55 let. Pojištění může sjednat pouze fyzická osoba s trvalým pobytem v ČR, která má uzavřenou přihlášku k pojištění hypotéky. Dále pojištění může sjednat pouze fyzická osoba, která se neléčí u odborného lékaře specifikovanými onemocněními uvedenými ve smlouvě. Aby mohlo být pojištění uzavřeno, tak musí být smlouva o hypotečním úvěru splatná více než 3 roky a rozsah pojištění je 25 - 100 %.

DOBA – uzavřeno na dobu trvání smlouvy, maximálně do 72 let věku klienta u varianty 1, maximálně do 65 let věku klienta u varianty 2 a varianty 3.

VÝLUKY – osoba v trestním řízení, válečné konflikty, povstání, řízení bez požadovaného oprávnění, soutěže motorových vozidel, letadel a plavidel, následek sebevraždy nebo pokusu o ni, úmyslné sebepoškození, vědomé nevyhledání zdravotní péče, podání nepravdivých informací apod.

LIMITY – v následující tabulce jsou uvedeny limity různé dle typu varianty pojištění:

*Tabulka 32 – Rozsah pojištění a maximální pojistné plnění dle typu varianty pojištění k hypotečnímu úvěru ČSOB*

<b>Typ varianty</b>	<b>Rozsah pojištění</b>	<b>Maximální pojistné plnění</b>
Varianta 1	25-100 % z výše úvěru	5 000 000 Kč
Varianta 2	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 25-100 % z výše úvěru pro riziko smrti a invalidity</li> <li>• 100 % měsíční splátky úvěru pro pracovní neschopnost</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 5 000 000 Kč</li> <li>• 50 000 Kč na 1 úvěrovou splátku</li> </ul>
Varianta 3	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 25-100 % z výše úvěru pro riziko smrti a invalidity</li> <li>• 100 % měsíční splátky úvěru pro pracovní neschopnost a/nebo ztrátu zaměstnání</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 5 000 000 Kč</li> <li>• 50 000 Kč na 1 úvěrovou splátku</li> </ul>

Zdroj: předmluvní informace k pojištění hypotéky získané v Československé obchodní bance.

## **8.7 Pojištění schopnosti splácet k hypotečnímu úvěru – Česká spořitelna**

Toto pojištění, které lze sjednat v České spořitelně zároveň s úvěrem, je nabízeno ve 2 variantách (Česká spořitelna, 2015):

- varianta A – pojištění smrti, invalidity a pracovní neschopnosti;
- varianta B – pojištění smrti, invalidity, pracovní neschopnosti a ztráty zaměstnání.

Pojištění je nabízeno ve spolupráci s Pojišťovnou České spořitelny.

KDO – fyzické osoby mladší 60 let pobývající na území České republiky. Stačí vyplnit prohlášení pojištěného, které je součástí úvěrové smlouvy. Klient musí být zdravý, nesmí pobírat invalidní důchod, nesmí být v pravidelné lékařské péči v důsledku chronického onemocnění a není v pracovní neschopnosti.

Další podmínky jsou: žadatel musí být zaměstnanec nebo OSVČ, v pracovním poměru min. 12 měsíců, neběží zkušební doba při uzavření návrhu, není podaná ani obdržená vypověď v posledních 3 měsících před uzavřením úvěru.

VÝLUKY – pojistná událost způsobena úmyslně, jaderná katastrofa, válečné události, sebevražda nebo pokus o ni, profesionálně provozované sporty a dále jsou jako u ostatních pojišťoven klasifikovány specifické výluky.

## **8.8 Shrnutí pojištění schopnosti splácet k hypotečnímu úvěru**

Komerční banka a ČSOB nabízí 3 varianty pojištění schopnosti splácet. Česká spořitelna nabízí pouze 2 varianty pojištění. Rozdíl spočívá v tom, že KB a ČSOB mají 1 variantu, která kryje pouze rizika smrti a invalidity. Česká spořitelna spojila tato rizika zároveň s rizikem pracovní neschopnosti.

Další rozdíl spočívá ve věku, který nesmí žadatel překročit při uzavírání pojištění. U Komerční banky je to u varianty A + B 64 let, u varianty C činí 45 let. V ČSOB si toto pojištění může sjednat osoba mladší 55 let, u České spořitelny osoba mladší 60 let.

Výluky z pojistného plnění jsou u všech 3 bankopojišťoven podobné, ve všech najdeme např. úmyslné sebepoškození, sebevraždu a pokus o ni, působení jaderné energie a poskytnutí nepravdivé informace apod. Avšak všechny výluky z pojistného plnění má každá bankopojišťovna upravena ve svých všeobecných podmínkách.

Doporučila bych nejspíše pojištění hypotéky u Komerční banky, protože tam si pojištění může sjednat i osoba starší oproti 2 ostatním bankopojišťovnám. Samozřejmě je nutné prostudovat pojistné podmínky a především výluky z pojištění u konkrétní

bankopojišťovny aby pak nedošlo k nedorozumění při pojistné události. Tyto pojistné podmínky zde nejsou uvedeny z důvodu rozsahu práce.

## 9. Komparace bankopojišťoven

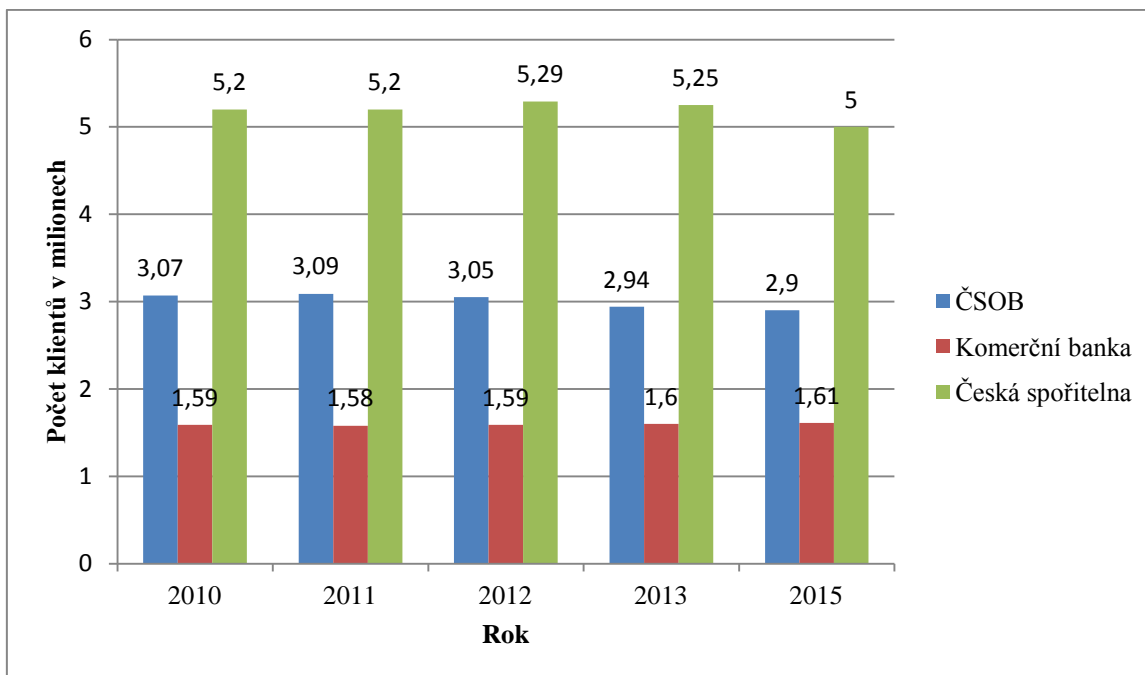
V poslední kapitole své práce porovnám analyzované bankopojišťovny. Vždy použiji posledních 5 let pro porovnání. Nejprve je porovnám dle dosaženého zisku. V následující tabulce je uveden zisk jednotlivých bankopojišťoven v letech 2010-2014.

Tabulka 33 – Porovnání zisku analyzovaných bankopojišťoven v letech 2010-2014 (v mld. Kč)

Rok	Československá obchodní banka	Komerční banka	Česká spořitelna
2010	13,47	13,30	12,05
2011	11,10	9,47	13,60
2012	15,30	13,90	16,61
2013	13,70	12,50	15,50
2014	13,62	12,90	15,00
<b>Průměrný zisk</b>	<b>13,43</b>	<b>12,41</b>	<b>14,55</b>

Zdroj: vlastní zpracování dle výročních zpráv jednotlivých bank

Dle dosaženého zisku jednotlivých let vychází Česká spořitelna jako nejúspěšnější bankopojišťovna z těchto 3 vybraných. Dále porovnám bankopojišťovny dle počtu klientů. Jak ukazuje následující obrázek, v porovnávaných 5 letech vítězí po celou dobu opět Česká spořitelna.



Obrázek 21 – Počet klientů ČSOB, Komerční banky a České spořitelny v letech 2010-2014

Zdroj: vlastní zpracování z výročních zpráv bank

Další porovnání uvedu dle tržního podílu dosaženého na trhu životního pojištění. V následující tabulce jsou uvedeny tržní podíly bankopojišťoven na trhu životního pojištění.

Tabulka 34 – Tržní podíl životního pojištění vybraných bankopojišťoven v letech 2010-2014

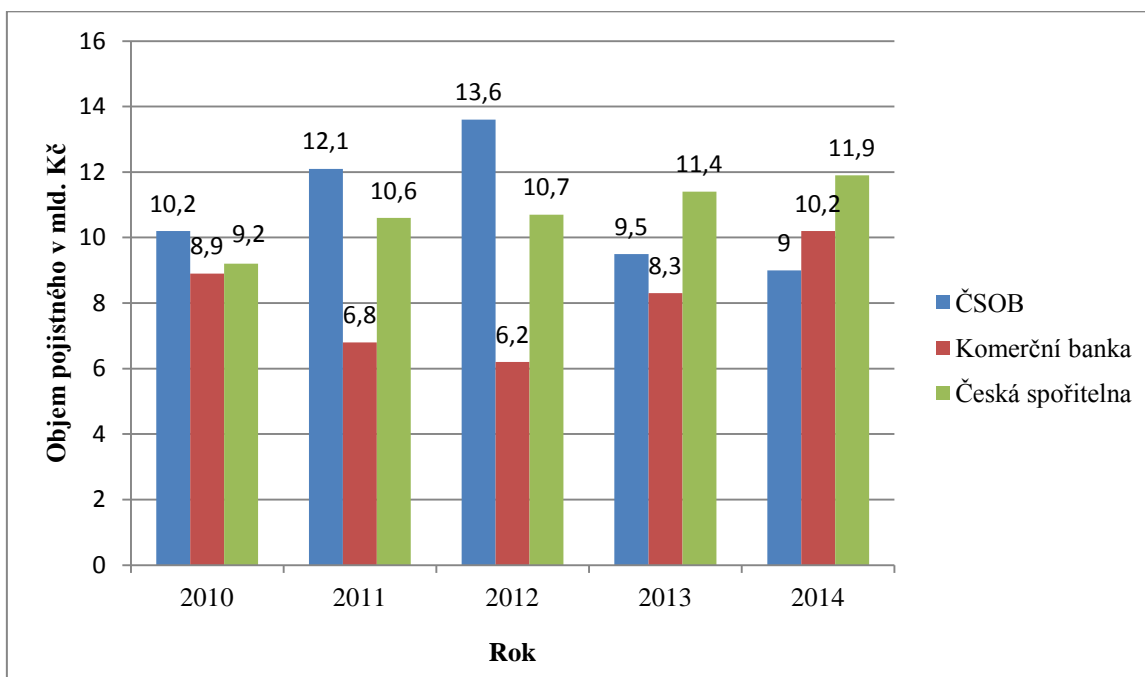
<b>Rok</b>	<b>Československá obchodní banka</b>	<b>Komerční banka</b>	<b>Česká spořitelna</b>
<b>2010</b>	8,9 %	12,3 %	12,1 %
<b>2011</b>	7,4 %	9,3 %	11,7 %
<b>2012</b>	6,8 %	8,0 %	12,8 %
<b>2013</b>	6,4 %	12,0 %	15,16 %
<b>2014</b>	6,1 %	14,0 %	16,15 %
<b>Průměrný tržní podíl</b>	<b>7,12 %</b>	<b>11,12 %</b>	<b>13,6 %</b>

Zdroj: výroční zprávy jednotlivých bank

Dle průměrného dosaženého tržního podílu opět vychází nejlépe Česká spořitelna, na druhém místě je Komerční banka a nejhůře ze tří analyzovaných je na tom Československá obchodní banka.



Jako poslední kritérium k porovnání bankopojišťoven jsem si zvolila celkový objem předepsaného pojistného plnění.



Obrázek 22 – Objem předepsaného pojistného plnění vybraných bankopojišťoven v letech 2010-2014

Zdroj: vlastní zpracování dle výročních zpráv jednotlivých bank

Hodnocení bankopojišťoven dle objemu předepsaného pojistného plnění již není zdaleka tak jednoduché, protože po celou hodnocenou dobu není ve vedení pouze jedna bankopojišťovna. V případě hodnocení dle vyššího dosaženého objemu pojistného plnění je na tom nejlépe Československá obchodní banka – průměrně 10,88 mld. Kč, dále Česká spořitelna – průměrně 10,76 mld. Kč a jako poslední Komerční banka 8,08 mld. Kč.

Pokud beru v úvahu všechna 4 kritéria zároveň, tak jako nejlepší bankopojišťovna vychází Česká spořitelna, možná i z důvodu její dlouholeté tradice, jako druhá by skončila Československá obchodní banka, která se stává v posledních letech velmi oblíbenou a jako poslední Komerční banka.

ČSOB využívá křížový prodej pro distribuci bankopojistných produktů. Prodej bankopojištění je zajištěn prostřednictvím generálních reprezentantů a pomocí exkluzivních pojišťovacích agentů. Životní pojištění je distribuováno nejvíce pomocí

ČSOB Pojišťovny a ČSOB. Neživotní pojištění je prodáváno na pobočkách ČSOB Pojišťovny, ČSOB Leasingu a ČSOB. Lze tedy říci, že bankopojištění je prodáváno pomocí společností skupiny ČSOB.

Klienti Komerční banky si mohou sjednat na její pobočce produkty Allianz pojišťovny. V roce 2006 se Komerční banka stala jediným vlastníkem Modré Pyramidy stavební spořitelny. Její produkty jsou tak distribuovány i pomocí Modré Pyramidy. V roce 2009 začala Komerční banka spolupracovat s Českou pojišťovnou a nabízí na svých pobočkách majetková pojištění. Česká pojišťovna naopak prodává hypotéky KB. Komerční banka tedy využívá pro prodej bankopojištění společnosti skupiny, ale i spolupráci na bázi partnerství nebo strategické aliance.

Bankopojistné produkty České spořitelny jsou prodávány pomocí 2 distribučních sítí – pobočková síť ČS a externí síť pojišťovatelů ČS. Česká spořitelna spolupracuje na distribuci bankopojistných produktů i ve své síti – s Pojišťovnou České spořitelny, která je od roku 2004 specializovaná na prodej životního pojištění. V roce 2009 byla založena dceřiná společnost České spořitelny – PARTNER ČS, která zajišťuje řízení externího prodeje produktů a služeb finanční skupiny.

Všechny 3 vybrané bankopojišťovny mají na prvním místě své strategie klienta a snaží se pro něj vymyslet co nejjednodušší řešení na míru. Všechny by tedy chtěly dosáhnout poskytování allfinance, plně integrovaného finančního řešení. Nejblíže k němu má dle mého názoru skupina ČSOB.

Při porovnání 2 základních bankopojistných produktů jsem došla k závěru: cestovní pojištění k platební kartě má rozdílné limity uvedené v kapitole 8.4. Také se liší dle nepřetržité délky pobytu – ČSOB a Česká spořitelna má 90 dní, Komerční banka jen 60 dnů. Druhý analyzovaný produkt bylo pojištění schopnosti splácet k hypotečnímu úvěru. U všech bankopojišťoven jsou kryta rizika smrti, invalidity a pracovní neschopnosti. Každá bankopojišťovna má upravené podmínky sjednání ve své smlouvě. Liší se věk, který nesmí klient překročit v době sjednání pojištění. Klient ČSOB musí být mladší 55 let, klient České spořitelny mladší 60 let a klient Komerční banky 64 let, respektive 45 let.

Dle výročních zpráv, které byly mým podkladem k této diplomové práci, se dá říci, že nejvíce se problematice bankopojištění, věnuje Československá obchodní banka. Ve výročních zprávách jsou tomu věnovány samostatné kapitoly, banka má školený personál přímo na tuto oblast. Může to být ovlivněno i tím, že byla první bankou, která nabízela bankopojistné produkty.

Při uzavírání pojištění formou bankopojištění nebo jako samostatného produktu je vždy nutné zjistit si konkrétní podmínky smlouvy a dle nich se rozhodnout. Banky v dnešní době nabízejí kvalitní jednoduché bankopojistné produkty jako doplněk k bankovním produktům. Bankopojišťovnám bych poradila, aby zapracovaly na zvýšení kvalifikace zaměstnanců v oblasti pojištění a mohly tak ještě lépe konkurovat institucím specializovaným na sjednávání pojištění.

## Závěr

Diplomová práce se zabývala problematikou bankopojištění na českém finančním trhu. Pod pojmem bankopojištění si lze představit bankovní produkt kombinovaný s pojistným nebo prodej pojistných produktů prostřednictvím banky. Pojem bankopojištění pochází z Francie. Jeho vznik se datuje do 70. let 20. století. Vývoj bankopojištění byl rozdělen J. P. Danielem do 3 etap – před rokem 1980, v letech 1980-1990 a začátek 90. let. V první etapě bylo bankopojištění nabízeno pouze jako doplňková služba až se vyvinulo do kombinovaných produktů. V České republice se bankopojištění začalo objevovat v polovině 90. let 20. století. Jako první banka nabízející pojištění byla v roce 1994 Investiční a Poštovní banka (dnešní ČSOB). O rok později se k ní přidala Česká spořitelna s nabídkou životního a neživotního pojištění a Komerční banka s nabídkou životního pojištění.

Pro banky přináší zejména výhody – snížení distribučních nákladů (jeho prodej může být zajištěn stávajícími zaměstnanci), zvýšení zisku banky a růst její atraktivnosti. Pro pojišťovny nabízí například výhody v podobě širší klientské základny, zvýšení důvěryhodnosti nebo možnost proniknout na nové trhy. Pro klienty nabízí možnost jednoduššího převodu peněžních prostředků, širší nabídku finančních služeb a příznivější podmínky pro standardní produkty.

Bankopojištění přináší i určité nevýhody. Mezi ně lze zařadit nutnost rozšíření kvalifikace zaměstnanců. Poskytované bankopojistné produkty jsou ze začátku jednodušší. Banka musí také vynaložit peněžní prostředky na zajištění marketingu pro nové bankopojistné produkty. Na druhou stranu společný marketing banky a pojišťovny šetří jejich náklady, ale může bance uškodit v případě, že pojišťovna nemá dobrou pověst. Také odměny zaměstnanců, které se v obou institucích liší, můžeme považovat za určitou hrozbu. Dle mého názoru přes výše uvedené hrozby bankopojištění, tento typ podnikání přináší více výhod než nevýhod.

V literární rešerši byly také popsány finanční konglomeráty. Finanční konglomerátem můžeme nazvat integraci banky, pojišťovny a investiční společnosti. V případě, že jedna

instituce v tomto spojení chybí, nazývá se finanční skupina. Finanční konglomerát může být nazýván finanční skupinou, nikdy ne naopak.

Další část práce byla zaměřena z pohledu praxe. Byly vybrány 3 bankopojišťovny podnikající v České republice – Československá obchodní banka, Komerční banka a Česká spořitelna. U nich byl analyzován vždy jeden rok jejich podnikání za období od roku 2004 do roku 2014. Je nutné podotknout, že všechny vybrané získaly každý rok různá ocenění. Dle aktiv v bilanci byla za rok 2012 největší bankou ČSOB s 828 mld. Kč, druhá se umístila Česká spořitelna s 806 mld. Kč a Komerční banka skončila třetí s aktivy ve výši 677 mld. Kč. Na základě provedené komparace bankopojišťoven jsou v následující tabulce shrnuty výsledky.

*Tabulka 35 – Výsledky porovnání bank*

<b>Typ srovnání</b>	<b>Československá obchodní banka</b>	<b>Komerční banka</b>	<b>Česká spořitelna</b>
Zisk	2.	3.	1.
Počet klientů	2.	3.	1.
Tržní podíl životní pojištění	3.	2.	1.
Předepsané pojistné plnění	1.	3.	2.

Zdroj: vlastní zpracování z výročních zpráv

Dle provedeného porovnání bank vychází jako nejlepší bankopojišťovna Česká spořitelna, která získala prvenství hned třikrát ze čtyř provedených srovnání. Těží z dlouholeté historie a zavedené tradice u klientů. Výsledky porovnání bankopojišťoven a jejich vybraných produktů bych uvedla jako největší přínos této práce.

Dále bylo provedeno porovnání 2 bankopojisných produktů – cestovní pojištění k platební kartě a pojištění schopnosti splácet k hypotečnímu úvěru. Všechny 3 vybrané bankopojišťovny nabízejí velmi podobné cestovní pojištění k platební kartě. Liší se v délce nepřetržité doby pobytu. U Komerční banky se musí jednat o 60 dnů u ČSOB a České spořitelny je to 90 dnů. V případě pojištění schopnosti splácet k hypotečnímu úvěru nabízejí ČSOB a Komerční banka 3 varianty pojištění, Česká spořitelna nabízí 2 varianty, přičemž tyto 2 varianty kryjí stejná rizika jako u prvních dvou zmiňovaných bank. Rozdíl spočívá ve věku, který nesmí klient překročit v době podpisu smlouvy – u ČSOB 55 let, u České spořitelny 60 let a u Komerční banky 64 let.

Z důvodu růstu nejistoty finanční podpory ve stáří roste význam pojištění. Jednou z možností pro banky jak zvýšit svoji konkurenceschopnost a zároveň uspokojit potřeby klientů je bankopojištění. Jak jsem uváděla výše, bankám bych doporučila, aby zapracovaly na zlepšení kvalifikace zaměstnanců v oblasti poskytování pojištění a mohly tak těžit z nově poskytovaných produktů a služeb.

# Seznam použité literatury

## Citace

Bankovní gramotnost. *Historie českého bankovníctví* [online]. 2014 [cit. 2015-04-02]. Dostupné z: [http://www.bankovniagramotnost.cz/gramotnost\\_vstup-do-banky\\_historie-cr](http://www.bankovniagramotnost.cz/gramotnost_vstup-do-banky_historie-cr).

BÖHM, Arnošt a Karina MUŽÁKOVÁ. *Pojišťovnictví a regulace finančních trhů*. Praha: Professional Publishing, 2010. ISBN 978-80-7431-035-5.

ČNB. *Bankopojištění v ČR nepatří jen do oblasti teorie* [online]. 2004 [cit. 2014-11-10]. Dostupné z: [http://www.cnb.cz/cs/verejnost/pro\\_media/clanky\\_rozhovory/media\\_2004/cl\\_04\\_040617a.html](http://www.cnb.cz/cs/verejnost/pro_media/clanky_rozhovory/media_2004/cl_04_040617a.html).

ČNB. *Pravomoci bankovního dohledu* [online]. [cit. 2015-03-04]. Dostupné z: [https://www.cnb.cz/cs/dohled\\_financni\\_trh/vykon\\_dohledu/postaveni\\_dohledu/uverove\\_instituce/pravomoci\\_bd.html](https://www.cnb.cz/cs/dohled_financni_trh/vykon_dohledu/postaveni_dohledu/uverove_instituce/pravomoci_bd.html)

ČNB. *Regulace a dohled nad pojišťovnami a zajišťovnami* [online]. [cit. 2015-02-27]. Dostupné z: [https://www.cnb.cz/cs/dohled\\_financni\\_trh/vykon\\_dohledu/postaveni\\_dohledu/pojistovny\\_zajistovny/index.html](https://www.cnb.cz/cs/dohled_financni_trh/vykon_dohledu/postaveni_dohledu/pojistovny_zajistovny/index.html)

ČSOB. *Cestovní pojištění ke kartám* [online]. 2015 [cit. 2015-10-25]. Dostupné z: <https://www.csob.cz/portal/lide/produkty/pojisteni/doplnujici-informace/cestovni-pojisteni-ke-kartam>.

ČSOB. *o společnosti ČSOB* [online]. 2015 [cit. 2015-03-09]. Dostupné z: <http://www.csob.cz/cz/Csob/O-CSOB/Profil-CSOB/Stranky/default.aspx>.

ČSOB. *Pojištění schopnosti splácet hypotéku* [online]. 2015 [cit. 2015-10-25]. Dostupné z: [https://www.csob.cz/portal/lide/produkty/pojisteni/doplnujici-informace/pojisteni-schopnosti-splacet-hypoteku#vse-o-pojisteni|whsw\\_1](https://www.csob.cz/portal/lide/produkty/pojisteni/doplnujici-informace/pojisteni-schopnosti-splacet-hypoteku#vse-o-pojisteni|whsw_1).

ČSOB. *Pojištění – životní pojištění Maximal Invest* [online]. 2015 [cit. 2015-06-13]. Dostupné z: <http://www.csob.cz/cz/lide/Pojisteni/Zivotni-pojisteni/Stranky/CSOB--Sporici-program-Maximal-Invest.aspx>.

ČSOB Pojišťovna. *Životní pojištění bez obav* [online]. [cit. 2015-06-29]. Dostupné z: <http://www.csobpoj.cz/pojisteni/zivotni-urazove-pojisteni/zivotni-pojisteni-bez-obav-5.2>.

ČSOB. *Výroční zprávy* [online]. Rok 2004-2014 [cit. 2015-05-15]. Dostupné z: <http://www.csob.cz/cz/csob/Vztahy-k-investorum/Stranky/Vyrocní-a-pololetní-zpravy.aspx>.

Česká spořitelna. *Cestovní pojištění k platebním kartám* [online]. 2015 [cit. 2015-11-01] Dostupné z: <http://www.csas.cz/banka/nav/podnikatele-firmy-a-institute/podnikatele-a-male-firmy/cestovni-pojisteni-k-platebnim-kartam/o-produktu-d00011616>.

Česká spořitelna. *Pojištění schopnosti splácet* [online]. 2015 [cit. 2015-11-01]. Dostupné z: <http://www.csas.cz/banka/nav/osobni-finance/pojisteni-schopnosti-splacet/o-produktu-d00019246>.

Česká spořitelna. *Profil České spořitelny* [online]. [cit. 2015-11-01]. Dostupné z: <http://www.csas.cz/banka/nav/o-nas/profil-ceske-sporitelny-d00014413>.

Česká spořitelna. *Profil Erste Group* [online]. [cit. 2015-11-01]. Dostupné z: <http://www.csas.cz/banka/nav/o-nas/profil-erste-group-d00014564>.

Česká spořitelna. *Výroční zprávy* [online]. Rok 2004-2014 [cit. 2015-11-01]. Dostupné z: [http://www.csas.cz/banka/appmanager/portal/banka?\\_nfpb=true&\\_pageLabel=downloads\\_subportal01&rootId=10&slnod=17](http://www.csas.cz/banka/appmanager/portal/banka?_nfpb=true&_pageLabel=downloads_subportal01&rootId=10&slnod=17).

DAŇHEL, Jaroslav et al. *Pojistná teorie*. 2. vyd. Praha: Professional Publishing, 2005. ISBN 80-86419-84-3.

DUCHÁČKOVÁ, Eva. *Principy pojištění a pojišťovnictví*. 2. vyd. Praha: Ekopress, 2005. ISBN 80-86119-92-0.

Elektronická databáze článků ProQuest (knihovna.tul.cz).

ESMA. European Securities and Markets Authority (ESMA). *Identification of Financial Conglomerates: As per end-2012 figures* [online]. 31st July 2013 [cit. 2015-04-13]. Dostupné z: [http://www.esma.europa.eu/system/files/jc\\_2013\\_055\\_identification\\_of\\_financial\\_conglomerates\\_v2.pdf](http://www.esma.europa.eu/system/files/jc_2013_055_identification_of_financial_conglomerates_v2.pdf).

FIORDELISI, Franco a Ornella RICCI. *Bancassurance in Europe: Past, Present and Future*. Palgrave Macmillan, 2011. ISBN 978-02-30271-55-5.

HERRING, Richard J. a Anthony M. SANTOMERO. *The corporate structure of financial conglomerates*. p. 471-479, 1990.

HOSCHKA, Tobias C. *Bancassurance in Europe*. Houndmills: The MacMillan Press Ltd., 1994. ISBN 978-0-3336-2814-0.

KALABIS, Zdeněk. Zlatá Koruna.cz. *Co je bankopojištění* [online]. 2012 [cit. 2014-11-10]. Dostupné z: <http://www.zlatakoruna.info/zpravy/ucty/co-je-bankopojisteni>.

KB Pojišťovna. *Cestovní pojištění k embosovaným kartám* [online]. 2015 [cit. 2015-10-23] Dostupné z: <http://www.kb-pojistovna.cz/cs/pojisteni/cestovni-pojisteni/cestovni-pojisteni-k-embosovanym-kartam/popis.shtml>.



Komerční banka.cz. o *bance – Skupina KB & Société Générale* [online]. [cit. 2015-05-21]. Dostupné z: <http://www.kb.cz/cs/o-bance/o-nas/skupina-komerni-banky/societe-generale.shtml>.

Komerční banka. *Pojištění schopnosti splácet k hypotečnímu úvěru KB* [online]. 2015 [cit. 2015-10-25]. Dostupné z: <http://www.kb.cz/cs/lide/obcane/pojisteni-schopnosti-splacet-k-hypotecnimu-uveru-kb.shtml>.

Komerční banka.cz. *Výroční zprávy* [online]. Rok 2004-2014 [cit. 2015-05-21]. Dostupné z: <http://www.kb.cz/cs/o-bance/vztahy-s-investory/vykazy-a-vysledky/vyrocnizpravy.shtml>.

Komerční banka.cz. *Základní informace* [online]. 2014 [cit. 2015-03-09]. Dostupné z: <http://www.kb.cz/cs/o-bance/o-nas/zakladni-informace.shtml>.

KOBÍK VALIHOROVÁ, Andrea a Karina MUŽÁKOVÁ. *Integrace evropských finančních trhů: Identifikace, klasifikace a analýza faktorů ovlivňujících integraci vybraných segmentů finančního sektoru České republiky*. Liberec: Vysokoškolský podnik Liberec, s. r. o., 2013. ISBN 978-80-7372-935-6.

KORAUŠ, Anton. *Bankopoiš'ovníctvo*. Bratislava: Sprint, 2005. ISBN 80-89085-41-5.

LELYVELD, Iman van a Arnold SCHILDER. *Risk in Financial Conglomerates* [online]. USA, St. Louis, 2002. [cit. 2015-04-06]. Dostupné z: <http://ideas.repec.org/>.

Ministerstvo financí České republiky. *Pojiš'ovníctví – právní rámce* [online]. [cit. 2015-03-03]. Dostupné z: <http://www.mfcr.cz/cs/soukromy-sektor/regulace/pojistovnictvi/pravni-ramce>.

Peníze.cz. *Pojiš'tění – životní pojiš'tění* [online]. [cit. 2015-06-13]. Dostupné z: <http://www.penize.cz/variabilni-zivotni-pojisteni/8078-csob-optimal-profit-jednorazove-placene>.

Pojiš'ovna České spořitelny. *Výroční zprávy 2009-2014* [online]. [cit. 2015-11-04]. Dostupné z: <https://www.pojistovnacs.cz/o-nas/vyrocnizpravy/>.

POLOUČEK, Stanislav et al. *Bankovníctví*. Praha: C. H. Beck, 2006. ISBN 80-7179-462-7.

PR Newswire. *Bancassurance in Europe to 2020: Market Profile* [online databáze]. New York: PR Newswire Association LLC, 2013 [cit. 2015-10-25]. Dostupné z: <http://search.proquest.com/docview/1461905192?accountid=17116>.

PRUDY, S. *Bancassurance – a Suitable Model for India*, AVIVA Life Insurance, Dillí 2002.

SCOR. *Bancassurance* [online]. 2005 [vid. 2014-01-27]. Dostupné z: [http://www.scor.com/images/stories/pdf/library/focus/Life\\_Focus\\_102005\\_EN.pdf](http://www.scor.com/images/stories/pdf/library/focus/Life_Focus_102005_EN.pdf).

SFinance.cz. *Bankopojištění – co to je?* [online]. [cit. 2015-03-09]. Dostupné z: <http://www.sfinance.cz/bankopojisteni-co-to-je/t1988>.

Van den BERGHE, L. A. A. a Kurt VERWEIRE. *Creating the Future with All Finance and Financial Conglomerates*. London, UK: Kluwer Academic Publishers, 2010. ISBN 978-1-4419-5043-7.

Van den BERGHE, L. A. A. *Financial conglomerates: new rules for new players?* Springer, 1995. ISBN 978-0-7923-3753-9.

## Bibliografie

MEJSTRÍK, M., Magda PEČENÁ a Petr TEPLÝ. *Bankovníctví v teorii a praxi*. Praha: Karolinum, 2014. ISBN 978-80-246-2870-7.

MEJSTRÍK, M., Magda PEČENÁ a Petr TEPLÝ. *Základní principy bankovníctví*. Praha: Karolinum, 2008. ISBN 978-80-246-1500-4.

CIPRA, Tomáš. *Zajištění a přenos rizik v pojišťovnictví*. Praha: GRADA Publishing, 2004. ISBN 80-247-0838-8.

DAŇHEL, J., Eva DUCHÁČKOVÁ a Jarmila RADOVÁ. *Analýza globálních trendů ve světovém a českém komerčním pojišťovnictví*. Praha: Oeconomica, 2007. ISBN 978-80-245-1256-3.

DUCHÁČKOVÁ, E. a Jaroslav DAŇHEL. *Pojistné trhy: Změny v postavení pojišťovnictví v globální éře*. Praha: Professional Publishing, 2012. ISBN 978-80-7431-078-2.

DUCHÁČKOVÁ, E. a Jaroslav DAŇHEL. *Teorie pojistných trhů*. Praha: Professional Publishing, 2010. ISBN: 978-80-7431-015-7.

MAJTÁNOVÁ, A., Jaroslav DAŇHEL, Eva DUCHÁČKOVÁ a Eva KAFKOVÁ. *Pojišťovnictví: Teorie a praxe*. Praha: Ekopress, 2006. ISBN 80-86929-19-1.

MUŽÁKOVÁ, Karina. *Integration of financial markets. In Europeanization of the national law, the Lisbon Treaty and some other legal issues*. Brno: Tribun EU s. r. o., 2008. ISBN 978-80-2104-630-6.

REJNUŠ, Oldřich. *Finanční trhy*. 4. vyd. Praha: GRADA Publishing, 2014. ISBN 978-80-247-3671-6.

VÁVROVÁ, Eva. *Finanční řízení komerčních pojišťoven*. Praha: GRADA Publishing, 2014. ISBN 978-80-247-4662-3.

