

## OBSAH

Úvod.....	3
1. Pojistný trh v České republice.....	4
1.1. Druhy pojištění .....	4
1.2. Provozování činností v pojištnictví.....	5
1.3. Činnosti pojišťoven .....	6
1.4. Právní formy .....	7
2. Podnikání v pojištnictví ve srovnání s podnikáním v průmyslu .....	7
3. Kvalita služeb v pojištnictví .....	8
4. Generali Česká pojišťovna a. s. ....	9
4.1. Ocenění.....	9
4.2. Zařazení do CZ-NACE .....	10
4.3. Struktura koncernu a skupiny Generali Cee Holding B.V.....	11
4.4. Trendy v pojištnictví .....	12
4.5. Benefity pro zaměstnance .....	13
4.6. Marketingový mix.....	14
4.6.1. Produkt (product) .....	15
4.6.2. Cena (price) .....	15
4.6.3. Místo (place).....	15
4.6.4. Propagace (promotion) .....	15
4.6.5. Lidé (people) .....	15
4.6.6. Procesy (process).....	15
4.6.7. Materiální prostředí (physical evidence) .....	15
4.7. Konkurence.....	16
4.8. SWOT analýza .....	17
4.8.1. Silné stránky .....	17
4.8.2. Slabé stránky.....	18
4.8.3. Příležitosti .....	18
4.8.4. Hrozby.....	18
4.9. Finanční stránka.....	19
4.9.1. Výkaz zisku a ztráty.....	20
4.9.2. Výkaz o peněžních tocích .....	20
4.9.3. Investiční politika .....	22
4.9.4. Vyhodnocení finanční stránky .....	22
ZÁVĚR .....	23

## Úvod

Náš výběr tématu byl ovlivněn hlavně přímým působením v jedné z předních pojišťoven na českém trhu. Mezi nejstarší a největší české pojišťovny v České republice patří Generali Česká pojišťovna, ve které pracuje jeden z autorů tohoto projektu již od roku 2019. V tomto roce získal český trh leadra na trhu, protože došlo ke sloučení České pojišťovny a pojišťovny Generali. Jelikož už tehdy byly obě pojišťovny na velice dobré úrovni, tzn. měly dobré postavení na trhu, bylo jasné, že po jejich sloučení bude nově Generali Česká pojišťovna jednou z největších v oboru na tuzemském trhu.

Jelikož historie pojišťovnictví zasahuje do dávných dob, můžeme konstatovat, že se aktuální nabídka a druhy pojištění ve srovnání s nabídkou pojištění v minulosti nedá srovnávat. Budeme se tedy věnovat aktuální situaci pojišťoven na trhu a objasníme důležitost a potenciální rizika spojená s odmítáním pojištění.

V naší práci po teoretické stránce popisujeme pojistný trh v České republice. Píšeme o druzích pojištění, možnostech založení pojišťovny, činnostech a právních formách pojišťoven. Rozebíráme rozdíl mezi podnikáním ve službách a v průmyslu a vyhodnocujeme kvalitu nabízených služeb. V praktické části se věnujeme představení Generali České pojišťovny, organizační struktuře pojišťovny, trendům v pojišťovnictví, marketingovému mixu, konkurenci a finanční stránce této instituce.

Hlavním cílem tohoto skupinového projektu je seznámení se s fungováním pojišťoven na trhu, odlišení podnikání ve službách a ve výrobě, rozebrání nejdůležitějších faktorů ovlivňujících podnikání v pojišťovnictví a rozšíření povědomí o důležitosti poskytování a sjednávání pojištění.

# 1. Pojistný trh v České republice

Na začátku je důležité se seznámit se smyslem pojištění, kdy prvním z mnoha smyslů podnikání v pojišťovnictví může být finanční zabezpečení pojištěného v případě různých nepříznivých událostí a dalším smyslem může být např. zmírnění následků nepříznivých událostí.

Ministerstvo financí konstatuje, že „na pojistném trhu České republiky působí pojišťovny na základě povolení uděleného Českou národní bankou tuzemské pojišťovny, které se podle charakteru pojišťovací činnosti člení na pojišťovny životní neživotní a pojišťovny se smíšenou činností a tuzemské zajišťovny.“, z čehož vyplývá, že pro podnikání v pojišťovnictví potřebujeme povolení. (Ministerstvo financí České republiky, 2018)

## 1.1. Druhy pojištění

Pojišťovny jsou organizace, které za účelem zisku poskytují podnikatelům, ale i občanům ochranu před rizikem. Pro to, aby pojišťovna dokázala nabídnout klientovi vhodné pojištění, je třeba vydefinovat formy pojištění:

- Komerční
  - Dobrovolné smluvní pojištění - Pojistná smlouva se sjednává na základě dobrovolného rozhodnutí klienta. Jedná se o nejstarší, ale stále nejobvyklejší způsob pojištění. Ukončení pojištění závisí také na rozhodnutí klienta. Ukončení, resp. výpověď smlouvy, může být z několika důvodů. Klient může vypovědět smlouvu např. proto, že mu už nevyhovují pojistné podmínky, nelíbí se mu cena pojištění nebo není spokojen se službami dané pojišťovny. Může se jednat např. o cestovní pojištění, havarijní pojištění, pojištění majetku, mazlíčků atp.
  - Povinné smluvní pojištění- Povinnost sjednat toto pojištění ukládá právní norma, jehož funkce spočívá v ochraně proti následkům činností, které mohou být zdrojem zvýšeného rizika. Jde například o povinné pojištění k určitým povoláním nebo povinné ručení, což je nejvyužívanějších a nejznámější produkt většiny pojišťoven na tuzemském trhu. Všichni vlastníci automobilu by měli mít sjednáno povinné ručení, které slouží jako krytí v případě způsobení dopravní nehody.

- Zákonné pojištění - Vzniká automaticky přímo ze zákona a je zvláště právně upraveno, neuzavírá se na něj pojistná smlouva a pojištění musí být do stanoveného termínu uhrazeno. Příkladem zákonného pojištění je pojištění odpovědnosti zaměstnavatele za škodu při pracovním úrazu nebo nemoci z povolání, které se začalo prosazovat už před rokem 2000.
- Nekomerční
- Zdravotní pojištění - Slouží k úhradě nezbytné zdravotní péče, např. v době nemoci, po úrazu, na preventivní prohlídky nebo na rehabilitace. Povinně ho některé ze zdravotních pojišťoven platí zaměstnanci, osoby samostatně výdělečně činné (OSVČ) i osoby bez zdanitelných příjmů (OBZP). Za zaměstnance platí část zdravotního pojištění zaměstnavatel, a to ve výši 9 % z hrubé mzdy, část hradí zaměstnanec, ve výši 4,5 % z hrubé mzdy (sazby jsou platné pro rok 2023)
  - Sociální pojištění - Spravuje Česká správa sociálního zabezpečení, případně Okresní správa sociálního zabezpečení. Sociální pojištění se dále dělí na pojistné na nemocenské pojištění, pojistné na důchodové pojištění a příspěvek na státní politiku zaměstnanosti. Sazby pojistného na sociální pojištění jsou od 1. 7. 2019 u zaměstnavatele 24,8 % z vyměřovacího základu, a u zaměstnance 6,5 % z vyměřovacího základu.
  - Penzijní pojištění - Častěji nazýváno penzijním připojištěním. Je dobrovolné a nabízejí ho penzijní fondy. Stát přidává ke vkladům státní příspěvek. Vklady jsou úročené. S ohledem na aktuální krizovou dobu bychom doporučili založit si penzijní pojištění v co nejnižším věku a spořit tak na stáří. (Švejdová, 2011), (Česká asociace pojišťoven, 2023), (Ministerstvo financí České republiky, 2018), (Zdravotní pojištění, 2023), (Ministerstvo práce a sociálních věcí, 2023)

## 1.2. Provozování činností v pojišťovnictví

Jelikož je pojišťovnictví, stejně jako v jiných formách podnikání, spravováno v zákonech, je důležité si vydefinovat, jaké základní podmínky máme vymezené v Zákonu č. 277/2009 Sb., což je Zákon o pojišťovnictví. Tento zákon nám říká, jaké máme povinnosti při provozování pojišťovacích služeb.

Mezi nejzákladnější a nejdůležitější provozovací podmínky v pojišťovnictví patří:

- Vymezení osob, které mohou tuto činnost provozovat
  - Pojišťovací činnost v České republice může provozovat jen tuzemská pojišťovna nebo pojišťovna z třetího státu, ale pouze v případě, že jí bylo Českou národní bankou uděleno povolení k provozování této činnosti. Dále pak pojišťovna z jiného členského státu, na základě práva zřizovat pobočky nebo na základě svobody dočasně poskytovat služby.
  - Provozovat činnost může také pouze ta pojišťovna, jejíž skutečné sídlo a sídlo zapsané ve veřejném nebo obdobném rejstříku je umístěno ve stejném státě, jako je stát jejího dohledového orgánu.
- Zavedení, udržení a uplatnění účinných řídicích a kontrolních systémů, které zajišťují řádné a obezřetné řízení její činnosti a dodržování různých požadavků.
- Zajištění všech klíčových osob v pojišťovně nebo zajišťovně tak, aby nebyly ve střetu zájmů, který by byl na újmu jejího řádného a obezřetného řízení.
- Zajištění účinného systému řízení rizik, který zahrne strategický plán a postupy.
- Zavedení a uplatnění vnitřního auditu
- Správu a vedení pojistněmatematických činností, např. výpočet technických rezerv, porovnávání hodnot, dohlížení nad správnými výpočty apod.
- Výše stanovení základního kapitálu.
  - Základní kapitál pro životní pojišťovny je 105 000 000 Kč a pro neživotní pojišťovny od 70 000 000 do 200 000 000 Kč podle typu činnosti. (277/2009 Sb. Zákon o pojišťovnictví, § 4-7j)

### 1.3. Činnosti pojišťoven

Jelikož jsme vydefinovali, jak je možné založit si pojišťovnu a co je potřeba splnit pro podnikání v pojišťovnictví, je důležité shrnout činnosti pojišťoven:

- Pojišťovací činnost – v této oblasti činností si můžeme představit sjednání nebo správu pojištění, zajištění plnění pojistných událostí.
- Zajišťovací činnost – jedná se o pojištění rizika pojišťovnou zajistitele. K této činnosti musí mít pojišťovna povolení Ministerstva financí ČR.
- Zábranná činnost – v této oblasti činnosti si můžeme představit takové akce, které se pokusí zabraňovat vzniku pojistných událostí (např. propagační činnost směřující k preventivnímu chování pojištěných v oblastech bezpečnosti silničního provozu, bezpečnosti při práci nebo protipožární ochrana).

- Asistenční služby – tyto služby jsou známe např. při cestách klientů mimo trvalé bydliště, především při cestách do zahraničí. Patří sem např. odtah poškozeného vozidla, transfer na hotel, doprava do zdravotnického zařízení a další.
- Poradenská činnost – pod těmito činnostmi si můžeme představit informování vedoucích pracovníků o možnostech a druzích pojištění. (Česká asociace pojišťoven, 2014)

## 1.4. Právní formy

Pojišťovny spadají do oblasti služeb, které jsou už dlouhodobě vysoce ziskové, proto jsou v zákoně striktně stanoveny právní formy pojišťoven.

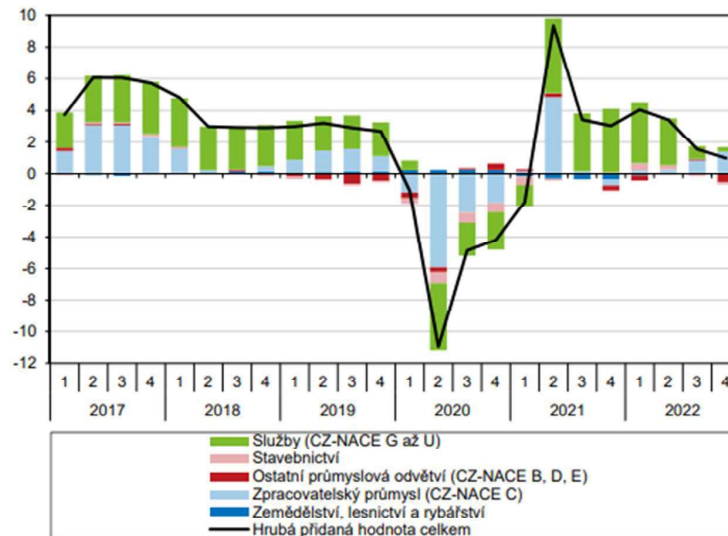
*„Tuzemská pojišťovna je oprávněna provozovat pojišťovací činnost na základě a v rozsahu povolení uděleného Českou národní bankou jako akciová společnost nebo družstvo a je-li její sídlo na území České republiky.“ (277/2009 Sb. Zákon o pojišťovnictví, § 13)*

## 2. Podnikání v pojišťovnictví ve srovnání s podnikáním v průmyslu

V další kapitole se pokusíme vysvětlit rozdíl mezi podnikáním ve službách a ve výrobě. Podnikání ve službách se totiž liší od průmyslu v několika ohledech. Služby jsou součástí terciárního sektoru ekonomiky, zatímco průmysl je součástí sekundárního sektoru. Pojišťovnictví poskytuje služby spojené s ochranou majetku a osob před riziky, zatímco průmysl vyrábí zboží nebo zpracovává suroviny. Poskytování pojištění je založeno na statistice, pravděpodobnosti a rizikovosti, zatímco průmysl je založen na technologii, inovaci a efektivitě. Odvětví pojištění je silně regulované státem a podléhá různým právním a etickým normám, zatímco průmysl je více ovlivněn trhem a konkurencí. Pojišťovnictví má nižší nároky na materiální a energetické zdroje, ale vyšší nároky na lidský kapitál a informační systémy, zatímco průmysl má opačné poměry. (IPodnikatel, 2020), (Managementmania, 2010), (Patočková, 2008)

Český statistický úřad zveřejnil meziroční (kvartální) porovnání příspěvků odvětví k reálné změně HPH (hrubá přidaná hodnota). Z grafu vyplývá, že největší propad jsme zaznamenali v roce 2020, což je podle našeho názoru proto, že byla krize v důsledku pandemie Covid. V tu dobu nebylo možné navštěvovat většinu služeb. V roce 2021 se opatření spojená s pandemií rozvolnila, a proto je vidět vysoký nárůst. V roce 2022 se naopak promítá energetická krize. Co je pozitivní zpráva, že pokud si mezi sebou porovnáme 4Q2021 a 4Q2023, vidíme přestup ze záporných hodnot do kladných (viz graf č. 1).

**Graf č. 3 Příspěvky odvětví k reálné změně HPH (objemové indexy, meziroční příspěvky v p. b., HPH v %)**



Zdroj: ČSÚ

**Obr. 1** – Příspěvky odvětví k reálné změně HPH (hrubá přidaná hodnota) v %

Zdroj: Český statistický úřad, 2022

### 3. Kvalita služeb v pojišťovnictví

V současné době se všechny komerční pojišťovny zaměřují tak, aby jejich přístup byl proklientský. Ke zkvalitňování služeb napomáhá mimo jiné například mystery shopping. Tento termín se většinou do češtiny nepřekládá, pokud bychom ale přesto chtěli najít nějaký český ekvivalent, mohli bychom použít termín „fiktivní nákup“ nebo „tajný nákup“. (The Market Research Society, 2014)

*„The Market Research Society definuje tuto metodu takto: „Mystery shopping or mystery customer research are the same activity and is the use of individuals trained to experience and measure any customer service process, by acting as potential customers and in some way reporting back on their experiences in a detailed and objective way.“<sup>1</sup> (The Market Research Society, 2014, s. 8)*

Je také nutné se zamyslet, podle jakých kritérií lze kvalitu jednotlivých služeb posuzovat a jak by samotná služba měla vypadat. Dá se předpokládat, že minimálně služby nejlépe hodnocených pojišťoven (například na základě ankety, kterou každoročně vyhláší Asociace českých pojišťovacích makléřů (AČPM) ve spolupráci s Českou asociací pojišťoven (ČAP) a specializovaným serverem oPojisteni.cz) budou na vysoké úrovni. (OPojisteni, 2023)

<sup>1</sup> Překlad: „Mystery shopping lze definovat jako využití jedinců, kteří jsou schopni (roz)poznat a posoudit dodržování postupů při poskytování služeb klientům, a to tím, že si hrají na potenciální/skutečné zákazníky. O svých zážitcích pak podávají podrobnou a objektivní zprávu.“



Mezi klíčové faktory kvality služeb v pojištnictví patří rychlost a spolehlivost plnění pojistných událostí, přátelský a efektivní způsob komunikace s klienty, transparentnost a spravedlnost v rozhodování o nároku na pojistné plnění a vůbec celková spokojenost klientů s poskytovanými službami.

Z našeho pohledu dobré pojišťovny vynakládají značné úsilí na poskytování vysoké kvality služeb a zajišťují, aby jejich zaměstnanci měli dostatečnou odbornost a kompetence. Tyto pojišťovny také věnují zvláštní pozornost zpracování reklamací a řešení sporů, což je klíčové pro udržení důvěry klientů v pojišťovnu.

## 4. Generali Česká pojišťovna a. s.

Generali Česká pojišťovna představuje moderní finanční instituci se silnou znalostí českého trhu a mezinárodním zázemím. Jelikož autorka této práce v této pojišťovně pracuje, rozhodli jsme se, že budeme naši praktickou část orientovat právě na tuto pojišťovnu. (Generali Česká pojišťovna a.s., 2023)

*Už při pročetí mnoha článků na internetu je jasné, že prosperita společnosti je vynikající. V článku z Forbes se dočteme, že „Generali je jedním z největších světových poskytovatelů pojištění a správy aktiv. Skupina byla založena v roce 1831 a působí v padesáti zemích světa. Generali Česká pojišťovna je podle svých internetových stránek jedničkou na českém trhu, na kterém představuje zhruba šestadvacetiprocentní podíl.“ (Forbes, 2023)*

Kořeny této pojišťovny sahají hluboko do 19. století. Velikost pojišťovny a její stabilita zaručují, že Generali Česká pojišťovna bude za všech okolností schopná dostát svým závazkům. Stejně jako přinášet zásadní technologické inovace i rychlé a profesionální služby. (Generali Česká pojišťovna a.s., 2023)

### 4.1. Ocenění

Firma pravidelně získává nejrůznější ocenění, díky čemuž lze předpokládat, že je nejen oblíbená, ale i finančně a kapitálově stabilní. Anketa, které proběhla v roce 2022 zpětně za rok 2021 a v jejímž rámci Hospodářské noviny vyhlásují nejvýkonnější a nejlépe fungující bankovní a pojišťovací instituce v České republice uvádí, že Generali Česká pojišťovna je klientsky nejpřívětivější životní pojišťovna roku 2021, nejlepší neživotní pojišťovna 2021, ale také klientsky nejpřívětivější neživotní pojišťovna 2021 s vysokým procentuálním skóre (viz obrázek č. 1). Pojišťovny byly hodnoceny z pohledu klienta a akcionáře, kdy oba měli ve výsledku stejnou váhu, s ohledem na výši pojistného a z analýzy vyhodnocení návratnosti kapitálu a nákladovosti. (Mašek, 2022)



**Nejlepší životní  
pojišťovna 2021**

pořadí	banka	skóre
1.	Komerční pojišťovna	75,9 %
2.	Kooperativa	74,9 %
3.	Generali Česká pojišťovna	71 %
4.	NN Životní pojišťovna	65,1 %
5.	ČSOB Pojišťovna	64,9 %
6.	Česká podnikatelská pojišťovna	62,7 %
7.	Uniqa	59,4 %
8.	Allianz	36,4 %
9.	Ergo	36,1 %
10.	Pillow	18,6 %

**Klientsky nejpřívětivější  
životní pojišťovna 2021**

pořadí	banka	skóre
1.	Generali Česká pojišťovna	89,6 %
2.	Komerční pojišťovna	86,8 %
3.	Kooperativa	78,7 %
4.	ČSOB Pojišťovna	72,8 %
5.	Česká podnikatelská pojišťovna	72,4 %
6.	NN Životní pojišťovna	67,5 %
7.	Uniqa	57,1 %
8.	Allianz	55,8 %
9.	Pillow	37,2 %
10.	Ergo	14,8 %

**Nejlepší neživotní  
pojišťovna 2021**

pořadí	banka	skóre
1.	Generali Česká pojišťovna	80,7 %
2.	ČSOB Pojišťovna	69,8 %
3.	Česká podnikatelská pojišťovna	68,8 %
4.	Kooperativa	62,7 %
5.	Direct	59,8 %
6.	Uniqa	51,9 %
7.	Allianz	46,1 %
8.	Komerční pojišťovna	40 %
9.	Maxima	31,6 %
10.	Ergo	26,5 %
11.	Pillow	21,6 %

**Klientsky nejpřívětivější  
neživotní pojišťovna 2021**

pořadí	banka	skóre
1.	Generali Česká pojišťovna	86,7 %
2.	ČSOB Pojišťovna	81,7 %
3.	Direct	78,8 %
4.	Česká podnikatelská pojišťovna	75,4 %
5.	Kooperativa	61,1 %
6.	Allianz	60 %
7.	Uniqa	38 %
8.	Komerční pojišťovna	36,6 %
9.	Ergo	34,3 %
10.	Maxima	29 %
11.	Pillow	19,3 %

Grafika: Michal Vocel

Zdroj: Datank

**Obr. 2** – Vyhodnocení Nejlepší pojišťovna roku 2021 v Hospodářských novinách

Zdroj: Datank, Hospodářské noviny, 2022

## 4.2. Zařazení do CZ-NACE

Podnikání v různých službách je třeba rozřazovat do různých klasifikačních kategorií, k čemuž slouží CZ-NACE. NACE je „akronym (akronym z názvu „Nomenclature générale des Activités économiques dans les Communautés Européennes“). Statistika, které vzniknou za použití klasifikace NACE, lze srovnávat v celé Evropské unii. S nižší mírou podrobnosti (na vyšších úrovních) je možné srovnání i se světovými statistikami. Používání NACE je povinné pro všechny členské státy Evropské unie.“ (Český statistický úřad, 2020)

Struktura NACE je založena na kombinaci písmen a čísel, je tedy alfanumerická. Je uspořádána hierarchicky a má čtyři úrovně:

1. označeny alfabetycky – sekce,
2. označeny dvomístným číselným kódem – oddíly,
3. označeny třímístným číselným kódem – skupiny,
4. označeny čtyřmístným číselným kódem – třídy. (EUF-LEX, 2017)

Pojišřovnictví patří do sekce K, oddílu 65, 66, skupiny 651, 652, 653, 661, 662, 663 a navazující třídy 65xxx a 66xxx (viz obrázek č. 2). (NACE, 2018)

- ▼ K - Peněžnictví a pojišťovnictví
  - > 64 - Finanční zprostředkování, kromě pojišťovnictví, penz. financ.
  - ▼ 65 - Pojištění, zajištění, penz. financování, kromě povin. soc. zabezp.
    - > 651 - Pojištění
    - > 652 - Zajištění
    - > 653 - Penzijní financování
  - ▼ 66 - Ostatní finanční činnosti
    - > 661 - Pomocné činnosti související s finančním zprostředkováním
    - > 662 - Pomocné činnosti souv. s pojišťovnictvím, penzij. financováním
    - > 663 - Správa fondů

**Obr. 3** – Struktura CZ-NACE kategorií

Zdroj: NACE, 2018

### 4.3. Struktura koncernu a skupiny Generali Cee Holding B.V.

Pokud se budeme bavit o uspořádání organizační struktury v podnicích, je důležité mít již před začátkem podnikání jasnou vizi o chodu ve společnosti. Organizační struktura velkých společností může být komplikovaná, a proto je třeba, aby každý zaměstnanec věděl, jaká je jeho funkce a na koho se má s případnými problémy obracet.

Struktura koncernu a skupiny Generali Cee Holding B.V. je liniově štábní, kdy liniová jednotka deleguje část svých rozhodovacích pravomocí na štábní útvary. Tyto pak uplatňují svou liniovou pravomoc vůči jiným útvarům, a to v jednoznačně vymezené funkční oblasti. LŠ struktury jsou nejrozšířenější formou organizace ve velkých podnicích. (Generali Česká pojišťovna a.s., 2023)

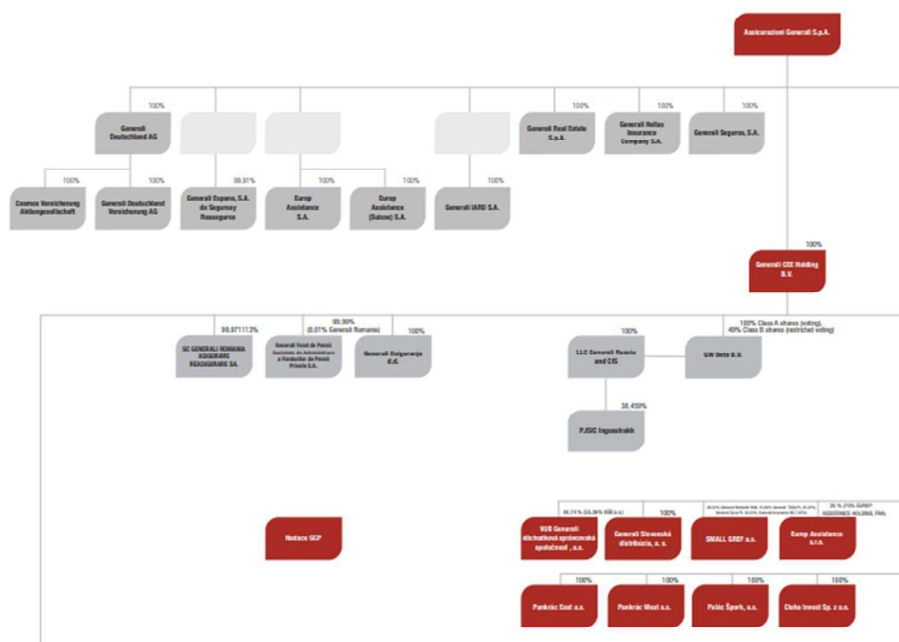
Mezi hlavní výhody liniově štábní struktury můžeme zařadit například nižší zatížení jednotlivých linií, zlepšení kvality rozhodování a širokou využitelnost. Hlavní akcent je kladen především na otázky typu „kde“, „co“, „kdy“ a „jak“. Rozhodující pravomoc zůstává na jednotlivých liniích a jejich pomocné štábní týmy zpracovávají jednotlivé úkoly a mají přesně vymezené kompetence. Jednotlivé úkoly přidělují a schvalují vedoucí, což zabraňuje protichůdným rozhodnutím a zlepšuje celkovou organizaci podniku. (Businessinfo, 2020)

Naopak mezi nevýhody patří nebezpečí izolace štábních míst, nebezpečí nekontrolovaného růstu počtu štábních útvarů nebo kompetentní konflikty mezi linií a štábnem. (Štěpán, 2012)

Ve výroční zprávě roku 2022 Generali České pojišťovny můžeme vidět propracovanou organizační strukturu (viz obrázek č. 3). (Generali Česká pojišťovna a.s., 2023)

# STRUKTURA KONCERNU A SKUPINY GENERALI CEE HOLDING B.V.

k 31. prosinci 2022



**Obr. 4** – Organizační struktura koncernu a skupiny Generali Cee Holding B.V. k 31.12.2022

Zdroj: Generali Česká pojišťovna a.s., 2023

## 4.4. Trendy v pojišťovnictví

Další z důležitých témat, které chceme zmínit, jsou trendy v pojišťovnictví, protože aktuální situace v terciálním sektoru se rychle mění a vyvíjí s ohledem na požadavky klientů.

Hlavním trendem v Generali České pojišťovně je digitalizace, neboli zjednodušení a zrychlení vnitropodnikových, ale i pro-klientských procesů. S tímto trendem je spojeno zavedení ChatBot systému Leo, který si dokáže poradit např. s přihlášením do Klientské zóny, dotazy na inkaso/exkaso, přiložením dokumentu, sjednáním pojistné smlouvy, nahlášením pojistné události a dalšími úkoly. Pro některé klienty, zejména starší generace, může být využití elektronického robota (resp. umělé inteligence) nepochopitelné a mnohdy nepřijatelné. (Generali Česká pojišťovna a.s., 2020)

Konkurenční trh vede ke snížení rozsahu výluk. Specifická ustanovení mizí z podmínek velice rychle. Nižší počet výluk a omezení umožňuje razantně zkrátit pojistné podmínky. Dříve běžná omezení typu pracovní neschopnost z důvodu bolesti zad, zastropování max. doby léčení u neschopenky, specifická výluka v souvislosti s HIV, neúmyslný trestný čin – to vše je minulostí. (Poradci sobě - Pojištění, PR, 2022)

Zajímavý je kontrast mezi jednoduchostí vs. nabídkou více možností v sektoru pojišťovnictví. Naše probíraná pojišťovna se orientuje na jednoduchost. Jedná se například o zajištění jednoduché nabídky pojištění a s tím spojená jednoduchá vizualizace webových stránek.

#### 4.5. Benefity pro zaměstnance

Dalších specifickým tématem, které je důležité zejména pro zaměstnance Generali České pojišťovny, jsou benefity. Tato společnost nabízí pro své zaměstnance mnoho benefitů. Tím nejzásadnějším v dnešní době digitalizace je práce v režimu SMARTWORKINGU, který se stal nedílnou součástí firemní kultury. Aktuálně je zvolen režim práce 3 dny v týdnu práce z domova (tzv. Home Office) a 2 dny osobně v práci. (Generali Česká pojišťovna a.s., 2023)

Dalším velice příjemným a očekávaným benefitem je sleva na pojištění. Je nabízena sleva na povinné ručení, majetek, havarijní pojištění ve výši 50 % a sleva 40 % na životní pojištění. Následně i výhodné cestovní pojištění za 100 Kč na celý rok s platností po celém světě i pro rodinné příslušníky. (Generali Česká pojišťovna a.s., 2023)

Zaměstnanci mají nárok na 25 dní dovolené, 5 dnů volna navíc na osobní důvody či zdravotní volno a 2 dny na dobročinné účely. (Generali Česká pojišťovna a.s., 2023)

Společnost hledí i na rodinné vztahy zaměstnanců a na jejich soukromí, proto nabízí i 3 dny volna pro druhého rodiče po narození dítěte, rodinný den v Milovickém parku Mirakulu nebo den volna 1. září pro rodiče prvňáčků. Z vlastní zkušenosti autorky můžeme říct, že je tento benefit velice oblíbený. (Generali Česká pojišťovna a.s., 2023)

Skvělým "peněžním" benefitem je i Cafeterie (Benefit Plus) v hodnotě 12 000 Kč/rok, kterou je možné využít na cestování, sport, kulturu, zdraví nebo vzdělávání. (Generali Česká pojišťovna a.s., 2023)

Pro aktivní zaměstnance je možnost pořízení Multisport karty, kterou je možné objednat přes Cafeterii (Benefit Plus) nebo také možnost úschovy kola v budově při cestě do práce na kole. (Generali Česká pojišťovna a.s., 2023)

„Na konci roku 2022 proběhl každoroční celofiremní průzkum spokojenosti, který monitoruje angažovanost a spokojenost zaměstnanců Společnosti. Na základě výsledků zaměstnaneckého průzkumu a ve snaze zkvalitnit péči o zaměstnance jsou i nadále rozvíjeny benefity v oblastech, které reflektují klíčové životní potřeby zaměstnanců.“ (Generali Česká pojišťovna, 2023)

Z pohledu autorky této práce všechny nabízené benefity velice lákavé, a proto je zřejmé, že pojišťovna nemá problém s nabíráním nových zaměstnanců. Autorka této práce využívá všechny zmíněné benefity, kdy při zhodnocení všech možných se jí nejvíce líbí možnost práce z domova a využití “peněžního“ benefitu v Cafeterii.

## 4.6. Marketingový mix

V návaznosti na předchozí kapitoly považujeme za důležité věnovat se marketinovému mixu. Původně navržený marketingový mix 4P – Produkt, Cena, Místo, Propagace (Product, Price, Place, Promotion) byl spjat s výrobky, ale později se začal používat také pro služby. Obohacený marketinový mix 7P dále rozšiřuje tento koncept o další prvky specifické pro služby. Koncept rozšíření marketinového mixu o další 3P je popisován v knize z roku 1981 "Marketing Services". Autoři této knihy rozšířili původní 4P model o další tři prvky specifické pro služby – lidé, procesy a materiální prostředí (people, process, physical evidence). (Zeithaml, Bitner, Gremler, 2016)

Důvodem pro rozšíření marketinového mixu byla potřeba komplexnějšího přístupu k marketingu služeb. Služby jsou totiž velmi odlišné od hmotných výrobků a mají specifické charakteristiky, jako je například nehmotný charakter, nemožnost skladování nebo přepravy, nutnost aktivní účasti zákazníka a další. Tyto charakteristiky vyžadují specifický přístup k marketingu, který byl doplněn o tři další prvky v rámci marketinového mixu. V současné době je model 7P (viz obrázek č. 4) velmi rozšířený a používá se v mnoha oblastech služeb, jako je například bankovníctví, pojišťovnictví, cestovní ruch, telekomunikace a další. (Kotler, Keller, 2013)



**Obr. 5** – Jednoduché schéma modelu 7P

Zdroj: ledunote, 2023

#### 4.6.1. Produkt (product)

Generali Česká pojišťovna nabízí různé produkty pojištění, jako jsou životní pojištění, úrazové pojištění, cestovní pojištění, pojištění domácnosti a další. Například nabídka životního pojištění může obsahovat různé varianty a kombinace krytí (například smrtelné nebo trvalé následky úrazu, vážná onemocnění, možnost spojení s penzijním připojištěním atd.). (Generali Česká pojišťovna a.s., 2023)

#### 4.6.2. Cena (price)

Ceny pojištění se odvíjejí od konkrétního produktu a jeho charakteristik, ale také od klienta samotného. Například u životního pojištění se cena odvíjí od věku klienta, jeho zdravotního stavu a dalších faktorů.

#### 4.6.3. Místo (place)

Generali Česká pojišťovna má rozsáhlou síť prodejních míst a zastoupení po celém světě. Zákazníci mohou kontaktovat Generali Českou pojišťovnu prostřednictvím telefonu, e-mailu, online chatu nebo osobně v kanceláři.

#### 4.6.4. Propagace (promotion)

Generali Česká pojišťovna používá různé formy propagace, jako jsou televizní reklamy, tiskové inzeráty, online reklamy, billboardy a sponzorství sportovních akcí. Komunikuje s klienty také prostřednictvím sociálních médií.

#### 4.6.5. Lidé (people)

Zaměstnanci Generali jsou odborníci v oboru pojišťovnictví a snaží se poskytnout klientům, co nejlepší služby. Toto se odráží také v kvalitě poradenství a komunikaci s klienty. Zaměstnanci Generali České pojišťovny jsou vyškoleni tak, aby poskytovali vysokou úroveň zákaznického servisu a poradenství. Společnost má také oddělení pro zákaznické reklamace a řešení stížností. (Generali Česká pojišťovna a.s., 2023)

#### 4.6.6. Procesy (process)

Generali Česká pojišťovna vynakládá úsilí na zlepšování svých procesů a na optimalizaci interakce s klienty. Například sjednání pojištění online je jednoduché a rychlé a klienti mají k dispozici také online služby pro správu svého pojištění.

#### 4.6.7. Materiální prostředí (physical evidence)

Kanceláře a prodejní místa Generali Česká pojišťovna jsou navrženy tak, aby byly přívětivé a příjemné pro zákazníky. Fyzické prostředí zahrnuje také webové stránky a mobilní aplikace, které jsou snadno použitelné pro zákazníky a usnadňují tak jednoduché sjednání pojištění online.

## 4.7. Konkurence

Na základě našich znalostí jsme se rozhodli rozebrat konkurenční trh a jeho nátlak na Generali Českou pojišťovnu. Výhody Generali České pojišťovny oproti konkurenci se mohou lišit v závislosti na konkrétním produktu a segmentu trhu, nicméně obecně lze uvést několik faktorů, které mohou být pro zákazníky důležité. Nabízí rozsáhlou škálu produktů v oblasti životního pojištění, neživotního pojištění a investic. Díky tomu si zákazníci mohou vybrat produkt, který nejlépe vyhovuje jejich potřebám.

Pojišťovna chce být v oblasti inovací na trhu přední a nabízet zákazníkům moderní produkty a služby. Například v roce 2020 uvedla Generali na trh nový produkt Smart Invest, který umožňuje zákazníkům investovat do portfolia fondů s minimálními náklady. (Generali Česká pojišťovna a.s., 2023)

Mezinárodní zázemí Generali české pojišťovny je součástí mezinárodní skupiny Generali, která působí v mnoha zemích světa. Díky tomu má přístup ke globálním zdrojům a know-how, což může být v některých případech výhodou pro zákazníky. (Generali Česká pojišťovna a.s., 2023)

Tyto výhody jsou však pouze obecné a konkrétní výhody oproti konkurenci se mohou lišit v závislosti na konkrétním produktu, segmentu trhu a potřebách zákazníků.

Z našeho pohledu jsou největšími konkurenty porovnávané pojišťovny:

- Kooperativa,
- ČSOB pojišťovna,
- Allianz.

Na základě zveřejněných statistických údajů o předepsaném smluvním pojistném dle metodiky ČAP se za 1Q2023 podařilo uzavřít nejvíce pojistných smluv pojišťovně Kooperativa. Oproti Generali České pojišťovně to bylo o 348 687 tis. Kč více, v podílu o 0,9 %. Na třetím místě se umístila Allianz pojišťovna, která má ale pouze 11,3% podíl. Na čtvrtém místě je ČSOB pojišťovna, která disponuje 8,7% podílem, což je oproti Generali České pojišťovně o 15,1 % méně (viz tabulka č. 1).

Podle našich názorů a zkušeností je Kooperativa oproti Generali České pojišťovně úspěšnější v předepsaném smluvním pojistném v 1Q2023 z toho důvodu, že nabízí levnější pojištění.



## Předepsané smluvní pojistné dle metodiky ČAP podle objemu 1-3/2023

Pojišťovna	Celkem (tis. Kč)	Podíl (%)	Neživotní pojištění* (tis. Kč)	Podíl (%)	Životní pojištění** (tis. Kč)	Podíl (%)
1 KOOP	10 582 612	24,7	6 504 482	21,7	4 078 130	31,4
2 GCP	10 233 925	23,8	7 643 644	25,5	2 590 281	19,9
3 ALLIANZ	4 859 964	11,3	3 871 562	12,9	988 402	7,6
4 ČSOBP	3 724 636	8,7	2 761 532	9,2	963 104	7,4
5 ČPP	3 450 608	8,0	2 701 415	9,0	749 193	5,8
6 UNIQA	3 215 120	7,5	2 289 884	7,7	925 236	7,1
7 NN	1 144 364	2,7			1 144 364	8,8
8 CARDIF	896 168	2,1	816 432	2,7	79 736	0,6
9 DIRECT	822 263	1,9	822 263	2,7		
10 KP	798 360	1,9	342 796	1,1	455 564	3,5
11 METLIFE	744 022	1,7	58 859	0,2	685 163	5,3
12 ERY	452 902	1,1	452 902	1,5		
13 COLONNADE	433 911	1,0	433 911	1,5		
14 SLAVIA	325 589	0,8	325 589	1,1		
15 HVP	285 083	0,7	284 823	1,0	260	
16 MAXIMA	245 780	0,6	221 245	0,7	24 535	0,2
17 SIMPLEA	189 233	0,4			189 233	1,5
18 SV	139 678	0,3	112 024	0,4	27 654	0,2
19 HDI	132 251	0,3	132 251	0,4		
20 D.A.S.	119 018	0,3	119 018	0,4		
21 YOUPLUS	94 383	0,2	2 134		92 249	0,7
22 HALALI	27 361	0,1	27 361	0,1		
23 ČKP	8		8			
<b>CELKEM</b>	<b>42 917 240</b>	<b>100</b>	<b>29 924 135</b>	<b>100</b>	<b>12 993 105</b>	<b>100</b>

\* bez pojistného z neživotního pojištění postoupeného členům ČAP

\*\* jednorázové pojistné přepočteno na bázi 10 let

Poznámka: Údaje nezahnují přeshraniční služby formou pobočky

**Tab. 1** – Předepsané smluvní pojistné zveřejněné Českou asociací pojišťoven podle objemu 1-3/2023

Zdroj: Opojistení, 2023

## 4.8. SWOT analýza

SWOT analýza je analytický nástroj pro hodnocení silných a slabých stránek, příležitostí a hrozeb společnosti v jejím vnějším i vnitřním prostředí. Pomáhá identifikovat klíčové faktory, které ovlivňují konkurenceschopnost a úspěch společnosti a formulovat strategické cíle a plány. (Otáhal, 2012)

### 4.8.1. Silné stránky

Generali Česká pojišťovna je největší pojišťovnou na českém trhu s tržním podílem 21,5 % a má dlouholetou tradici a zkušenosti v pojišťovnictví. Je součástí mezinárodní skupiny Generali Group, která je jednou z největších světových pojišťovacích skupin a poskytuje jí silné zázemí a know-how. (Generali Česká pojišťovna a.s., 2023)

Předností je široké portfolio produktů a služeb pro individuální i firemní klienty v oblasti životního i neživotního pojištění, včetně průmyslových a podnikatelských rizik a zemědělství.

Dalším faktem je, že má rozsáhlou distribuční síť téměř 5 000 zkušených poradců a 550 obchodních míst po celém Česku. Disponuje loajální klientelou s více než 3 miliony klientů a téměř 7,5 miliony pojistných smluv. (Generali Česká pojišťovna a.s., 2023)

Je inovativní a přizpůsobuje se měnícím se potřebám a preferencím odběratelů. Nabízí například online asistenci k vozidlům, online úhradu pojistného nebo klientskou zónu pro snadný přístup k informacím o smlouvách. (Generali Česká pojišťovna a.s., 2023)

V neposlední řadě je spolehlivým partnerem pro klienty a poskytuje kvalitní služby a rychlou likvidaci pojistných událostí. Byla oceněna mnoha cenami a každý rok usiluje o první místo.

#### 4.8.2. Slabé stránky

Slabou stránkou zmíněné pojišťovny je závislost na vývoji českého ekonomického prostředí, které může být ovlivněno vnějšími faktory, jako jsou politická nestabilita, legislativní změny nebo dopady pandemie Covid-19.

Dále čelí silné konkurenci od jiných velkých pojišťoven, které nabízejí podobné nebo lepší produkty a služby za nižší ceny nebo s vyššími benefity. Má nižší tržní podíl v některých segmentech pojištění, jako je například životní pojištění nebo cestovní pojištění.

#### 4.8.3. Příležitosti

Generali Česká pojišťovna rozhodně může využít své mezinárodní zázemí a know-how skupiny Generali Group pro rozvoj nových produktů a služeb, které budou odpovídat aktuálním a budoucím potřebám a preferencím odběratelů.

Jedna z příležitostí může být rozšíření své nabídky v segmentech pojištění, kde má nižší tržní podíl, jako je například životní pojištění nebo cestovní pojištění, a zvýšit tak svou konkurenceschopnost a ziskovost.

Další příležitost se naskýtá v oblasti IT. Měla následovat technologické trendy a inovace v pojišťovnictví, jako jsou například digitalizace, umělá inteligence, internet věcí nebo telematika, pro zlepšení efektivity procesů, personalizaci nabídky, zvýšení spokojenosti klientů a snížení nákladů.

V neposlední řadě se může snažit rozvíjet spolupráci s obchodními partnery, jako jsou například makléři, banky nebo automobilové společnosti, pro zvýšení dostupnosti a propagace svých produktů a služeb.

#### 4.8.4. Hrozby

Generali Česká pojišťovna čelí riziku poklesu poptávky po některých typech pojištění v důsledku ekonomického zpomalení, změny spotřebitelského chování nebo náhrady jinými finančními produkty nebo službami.

Velkým “strašákem” může být riziko ztráty klientů nebo tržního podílu v důsledku silné konkurence od jiných pojišťoven, které nabízejí podobné nebo lepší produkty a služby za nižší ceny nebo s vyššími benefity. Jedním z dalších rizik je zvýšení nákladů nebo snížení příjmů v důsledku legislativních změn, regulace trhu nebo daňové politiky.

V neposlední řadě zde také existují rizika jako například zvýšení škodnosti nebo frekvence pojistných událostí v důsledku klimatických změn, přírodních katastrof, terorismu nebo pandemie Covid-19.

	POZITIVNÍ VLIVY	NEGATIVNÍ VLIVY
VNITŘNÍ VLIVY	<b>Silné stránky</b> - silné know-how, široké portfolio, rozsáhlá distribuční síť, rychlé přizpůsobení trhu a s tím spojené inovace	<b>Slabé stránky</b> - závislost na vývoji českého ekonomického prostředí, konkurence
VNĚJŠÍ VLIVY	<b>Příležitosti</b> - rozvoj nových produktů a služeb s ohledem na know-how, technologické trendy - digitalizace, umělá inteligence, telematika, pro zlepšení efektivity procesů, personalizaci nabídky, rozšíření spolupráce s partnery	<b>Hrozby</b> - riziko poklesu poptávky po některých typech pojištění v důsledku ekonomického zpomalení, riziko ztráty klientů nebo tržního podílu v důsledku silné konkurence, zvýšení nákladů nebo snížení, zvýšení škodnosti příjmů v důsledku legislativních změn

**Obr. 6** – Zpracování SWOT analýzy do tabulky pro Generali Českou pojišťovnu

Zdroj: Vlastní tvorba autorů

Každá pojišťovna na trhu má silné i slabé stránky, které lze mezi sebou různě porovnávat. V této kapitole jsme identifikovali jak silné, tak i slabé stránky Generali České pojišťovny. Pro zlepšení postavení na trhu je důležité soustředit se na silné stránky a ty si udržovat. Dále samozřejmě i zmapovat slabé stránky a pokusit se z nich vytěžit nějaké výhody.

Společnost stojí na trhu jako „leader“ a její působení na trhu je obdivuhodné. Má dobře vymyšlené strategické cíle, a proto lze ze SWOT analýzy odvodit, že převažují silné stránky a příležitosti (viz obrázek č. 5). Slabých stránek má pojišťovna v poměru se silnými stránkami méně a hrozby se pokouší eliminovat, např. v odhalování pojistných podvodů.

## 4.9. Finanční stránka

V naší poslední kapitole si shrneme a dokážeme na reálných datech k 31.12.2022, jak Generali Česká pojišťovna hospodaří. Promítneme si výkaz zisku a ztráty, který ukazuje, jakého výsledku hospodaření společnost dosáhla za rok 2021 a 2022. Poté i výkaz o peněžních tocích, který zobrazuje zdroj a využití peněžních prostředků a peněžních ekvivalentů podniku. Nakonec si shrneme i investiční stránku pojišťovny a vyhodnotíme celkovou finanční stránku. (Daňhel, Majtánová, Ducháčková, Kafková, 2006)

#### 4.9.1. Výkaz zisku a ztráty

Výkaz zisku a ztráty zmíněné pojišťovny ukazuje, jakého výsledku hospodaření účetní jednotka dosáhla za sledované období, včetně porovnání s obdobím minulým. Ve výroční zprávě Generali České pojišťovny byl zveřejněn výkaz zisku a ztráty k 31.12.2022, ze kterého vyplývá, že zasloužené pojistné, které je očištěné od zajištění, meziročně vzrostlo o 6 209 milionů. Výnosy vzrostly o 24 milionů, ale k tomu tak vzrostly náklady o 3 953 milionů (viz tabulka č. 2). Jedním z faktorů zvýšení nákladů mohou být vysoké pojistné plnění, zavedení a nákup techniky pro digitalizaci a optimalizaci nebo energetická krize.

V milionech Kč	Kapitola	2022	2021
Zasloužené pojistné, očištěné od zajištění	E.15	30 619	24 410
Zasloužené pojistné		47 941	38 782
Pojistné postoupené zajištělům		-17 322	-14 372
Úrokové a ostatní výnosy z investic		1 607	1 266
Příjmy od dceřiných a přidružených společností	E.17	344	5 828
Ostatní výnosy z finančních nástrojů a ostatních investic		890	326
Čistý zisk/ ztráta (-) z finančních investic oceňovaných reálnou hodnotou proti zisku nebo ztrátě		-655	2 627
Ostatní výnosy		4 868	3 192
<b>Výnosy celkem</b>		<b>37 673</b>	<b>37 649</b>
Čistá výše nákladů na pojistná plnění	E.20	-14 358	-15 700
Hrubé náklady na pojistná plnění		-21 756	-23 815
Podíl zajištělů		7 398	8 115
Náklady na majetkové účasti v dceřiných a přidružených společnostech	E.22	-1	-
Ostatní náklady na finanční nástroje a ostatní investice	E.21	-3 801	-1 926
Požizovací náklady	E.23	-5 812	-3 665
Administrativní náklady	E.23	-2 956	-2 410
Ostatní náklady	E.24	-5 361	-4 570
Náklady na ukončované činnosti	E.6	-	-65
<b>Náklady celkem</b>		<b>-32 289</b>	<b>-28 336</b>
Zisk před zdaněním		5 384	9 313
Daň z příjmů	E.25	-854	328
Výsledek hospodaření v běžném účetním období		4 530	9 641

**Tab. 2 – Výkaz zisku a ztráty k 31.12.2022 Generali České pojišťovny**

Zdroj: Generali Česká pojišťovna a.s., 2023

#### 4.9.2. Výkaz o peněžních tocích

Výkaz o peněžních tocích pomáhá zjistit informace o tom, jakými peněžními prostředky nebo ekvivalenty disponuje účetní jednotka k datu sestavení účetního výkazu. Výkaz naší instituce je rozdělen na část peněžních toků z provozní činnosti a část toků z investiční činnosti.

Pokud se podíváme na část z provozní činnosti, můžeme vyčíst, že zisk z běžné činnosti před zdaněním klesl meziročně o 3 929 milionů. Čisté peněžní toky z provozní činnosti, které jsou očištěny o mnoho faktorů, na které se můžeme podívat do přehledu níže, klesly meziročně o 3 932 milionů (viz tabulka č. 3).

V milionech Kč	Kapitola	2022	2021
<b>Peněžní toky z provozní činnosti</b>			
Zisk z běžné činnosti před zdaněním	E.25	5 384	9 313
Úpravy o:			
Odpisy hmotného a nehmotného majetku	E.21.E.24	881	763
Zaúčtování/zrušení trvalého snížení hodnoty krátkodobých a dlouhodobých aktiv		1 056	192
Zisky/ztráty z prodeje pozemků, budov a zařízení, nehmotného majetku a investic do nemovitostí		-	3
Zisky/ztráty z prodeje a přecenění finančních aktiv		617	273
Zisky/ztráty z prodeje majetkových účastí v dočasných a přidružených společnostech	E.17	-17	-4 233
Příjmy z dividend		-474	-1 714
Úrokové náklady		82	38
Úrokové výnosy		-1 397	-1 091
Ostatní výnosy/náklady, které nepředstavují peněžní toky		1 711	-189
Akciové náhrady		-10	15
<b>Peněžní toky z provozní činnosti z neproměnlivých položek celkem</b>		<b>2 449</b>	<b>-5 943</b>
Změna stavu úvěrů a půjček bankám		-13	4 064
Změna stavu úvěrů a půjček nebankovním subjektům		28	52
Změna stavu pohledávek		-119	-738
Změna stavu podílů zajištělů na pojistně-technických rezervách		227	-1 310
Změna stavu ostatních aktiv, nákladů a příjmů příštích období		-268	-266
Změna stavu závazků		-4 587	1 149
Změna stavu závazků z investičních smluv s prvky dobrovolné spoluúčasti		-142	6
Změna stavu závazků vůči bankám		282	-1 162
Změna stavu závazků vůči nebankovním subjektům		-	-127
Změna stavu závazků z pojištění (kromě DPF)		-6 817	304
Změna stavu ostatních závazků, výdajů a výnosů příštích období		613	-220
Změna stavu ostatních rezerv	E.11	30	45
Úroky z přijatých cenných papírů		1 547	1 224
Přijaté dividendy		479	1 714
Pořízení finančních aktiv oceňovaných reálnou hodnotou proti zisku nebo ztrátě		-3 756	-2 902
Pořízení realizovatelných finančních aktiv		-11 650	-16 375
Příjmy z finančních aktiv oceňovaných reálnou hodnotou proti zisku nebo ztrátě		3 134	3 621
Příjmy z realizovatelných finančních aktiv		16 983	16 095
Krátkodobé leasingové platby, platby za leasingy aktiv s nízkou hodnotou a variabilní leasingové platby	E.23	1	-
Zaplacená daň z příjmů právnických osob		-1 722	-2 529
<b>Čisté peněžní toky z provozní činnosti</b>		<b>2 083</b>	<b>6 015</b>

**Tab. 3 – Výkaz zisku a ztráty Generali České pojišťovny k 31.12.2022**

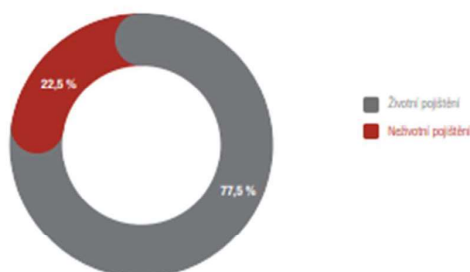
Zdroj: Generali Česká pojišťovna a.s., 2023

### 4.9.3. Investiční politika

Nedílnou součástí fungování podnikání v pojišťovnictví a dobrou prosperitou musí být i dobře řešené a promyšlené investice. V dnešní době válečných a energetických krizí jsou investice jednou z mnoha možných zajištění.

*„Finanční investice tvoří vedle pojištění a zajištění další významnou oblast činnosti Společnosti. Z významné části se podílejí na celkových aktivech Společnosti a jejich zdrojem jsou především technické rezervy a vlastní kapitál. V souladu s novelou zákona o pojišťovnictví platnou od září 2016 investuje pojišťovna na základě zásady obezřetného investování a platné investiční politiky s cílem dosáhnout bezpečnosti, likvidity a rentability tak, aby byla zajištěna schopnost Společnosti v plné míře dostát všem závazkům vůči klientům.“* (Generali Česká pojišťovna, 2023)

Struktura finančních investic (v účetní hodnotě IFRS) dle obchodních segmentů



**Obr. 7** – Graf finančních investic dle obchodních segmentů

Zdroj: Generali Česká pojišťovna a.s., 2023

### 4.9.4. Vyhodnocení finanční stránky

I přesto, že byl trh ovlivněn několika krizemi za sebou, lidé nepřestali myslet na své krytí a stále plnili své závazky tak, že platili své pojistné smlouvy. Trh pojišťovnictví je něco, co se nedá ani v krizi úplně zastavit, a naopak právě při válečných krizích člověk chce mít pojištěného sebe i svůj majetek.

*„Pojistnému trhu se v roce 2022 velmi dařilo navzdory nepříznivým ekonomickým a politickým okolnostem, které způsobily prudký nárůst inflace a energetickou krizi. Pozitivní zprávou je, že firmy i lidé si uvědomují důležitost pojištění a počet nových pojistek stále narůstá. Celkové předepsané pojistné dosáhlo výše 157 mld. Kč, tj. navýšení o 7 %.“* (Generali Česká pojišťovna, 2023)



## ZÁVĚR

Hlavním cílem této skupinové práce bylo zanalyzovat podnikání v pojišťovnictví. V teoretické části jsme shrnuli pojistný trh v České republice, který je z našeho pohledu vyspělý a společnosti podnikající na tomto trhu se snaží jít s trendy digitalizace, což umožňuje srovnání s jinými vyspělými mezinárodními trhy. Specializaci Českého trhu pojišťovnictví lze vidět v propracovaném 277/2009 Sb. Zákoně o pojišťovnictví.

Kvalita služeb a nabídka portfolií různých pojišťoven je propracovaná a je nepravděpodobné, že by si klient nenašel pojištění, které by neodpovídalo jeho potřebám. V případě, že by tato situace nastala, pojišťovny nabízejí sestavení individuálního pojištění.

Myslíme si, že Generali Česká pojišťovna klade velký důraz, aby měla nejen spokojené klienty, ale i vlastní zaměstnance, kterým kromě mzdy nabízí i mnoho benefitů, jako např. Home Office, 25 dní dovolené, slevy na pojištění nebo také "peněžní" prostředky do Cafeterie.

Z kapitoly Marketingový mix vyplývá, že marketingová strategie 7P je ve společnosti propracovaná a dobře vyhodnotitelná. Ze zhodnocení konkurenčních pojišťoven Generali České pojišťovny vyplývá, že i přes konkurenční nátlak pojišťovny Kooperativa je stále námi popisovaná instituce v předních příčkách. Ze zpracování SWOT analýzy vyplynulo, že silné stránky převažují nad slabými a příležitosti jsou pro pojišťovnu výzvy, které se snaží využít. Hrozby se naopak pokouší eliminovat a předejít jim.

Na základě všech těchto skutečností a analýz je možné potvrdit, že Generali Česká pojišťovna se právem řadí mezi absolutní leadery mezi pojišťovnami v České republice, nabízí komplexní služby v oblasti pojišťovnictví, je zaměřena silně proklientsky a kvalita služeb je na velmi vysoké úrovni.



## Seznam obrázků

Obr. 1: Český statistický úřad: Vývoj ekonomiky České republiky, 2022. *Český statistický úřad* [online]. [cit. 2023-05-11]. Dostupné z:

<https://www.czso.cz/documents/10180/164606736/32019322q4a2.pdf/0adec183-a4f6-4e59-af98-41f5c99ef555?version=1.1>

Obr. 2: ADAM, Mašek, 2022. Nejlepší bankou je letos Moneta. Prvenství slaví i Generali Česká pojišťovna a Komerční pojišťovna. In: *Hospodářské noviny* [online]. 03.11.2022 [cit. 2023-05-12]. Dostupné z: <https://archiv.hn.cz/c1-66996640-nejlepsi-bankou-je-letos-moneta-prvenstvi-slavi-i-generali-ceska-pojistovna-a-komerчни-pojistovna>

Obr. 3: *NACE* [online], 2018. [cit. 2023-05-12]. Dostupné z: <http://www.nace.cz/6622-cinnosti-zastupcu-pojistovny-makleru>

Obr. 4: *Generali Česká pojišťovna a.s.: VÝROČNÍ ZPRÁVA 2022 GENERALI ČESKÁ POJIŠŤOVNA A.S.* [online], 2023. In: . s. 13 [cit. 2023-05-11]. Dostupné z:

[https://www.generaliceska.cz/documents/20183/26794/vyrocní\\_zprava\\_2022.pdf/08ad5881-8c42-40a2-9aa4-9d8673ff4e26](https://www.generaliceska.cz/documents/20183/26794/vyrocní_zprava_2022.pdf/08ad5881-8c42-40a2-9aa4-9d8673ff4e26)

Obr. 5: *IeduNote*, 2023. In: *IeduNote* [online]. [cit. 2023-05-13]. Dostupné z:

<https://www.iedunote.com/7ps-of-marketing>

Obr. 6: Vlastní tvorba autorů

Obr. 7: *Generali Česká pojišťovna a.s.: VÝROČNÍ ZPRÁVA 2022 GENERALI ČESKÁ POJIŠŤOVNA A.S.* [online], 2023. In: . s. 32 [cit. 2023-05-11]. Dostupné z:

[https://www.generaliceska.cz/documents/20183/26794/vyrocní\\_zprava\\_2022.pdf/08ad5881-8c42-40a2-9aa4-9d8673ff4e26](https://www.generaliceska.cz/documents/20183/26794/vyrocní_zprava_2022.pdf/08ad5881-8c42-40a2-9aa4-9d8673ff4e26)

## Seznam tabulek

Tab. 1: Česká asociace pojišťoven: Předepsané smluvní pojistné dle metodiky ČAP podle objemu 1-12/2022, 2023. In: *Česká asociace pojišťoven* [online]. 27.1.2023 [cit. 2023-05-13]. Dostupné z: <https://www.cap.cz/images/statisticke-udaje/vyvoj-pojisteno-trhu/STAT-2022Q4-CAP-CS-2023-01-27-WEB.pdf>

Tab. 2: Generali Česká pojišťovna a.s.: VÝROČNÍ ZPRÁVA 2022 GENERALI ČESKÁ POJIŠŤOVNA A.S. [online], 2023. In: s. 63 [cit. 2023-05-11]. Dostupné z: [https://www.generaliceska.cz/documents/20183/26794/vyrocní\\_zprava\\_2022.pdf/08ad5881-8c42-40a2-9aa4-9d8673ff4e26](https://www.generaliceska.cz/documents/20183/26794/vyrocní_zprava_2022.pdf/08ad5881-8c42-40a2-9aa4-9d8673ff4e26)

Tab. 3: Generali Česká pojišťovna a.s.: VÝROČNÍ ZPRÁVA 2022 GENERALI ČESKÁ POJIŠŤOVNA A.S. [online], 2023. In: s. 66 [cit. 2023-05-11]. Dostupné z: [https://www.generaliceska.cz/documents/20183/26794/vyrocní\\_zprava\\_2022.pdf/08ad5881-8c42-40a2-9aa4-9d8673ff4e26](https://www.generaliceska.cz/documents/20183/26794/vyrocní_zprava_2022.pdf/08ad5881-8c42-40a2-9aa4-9d8673ff4e26)

## Seznam literatury

### Knižní zdroje

- DAŇHEL, Jaroslav, Anna MAJTÁNOVÁ, Eva DUCHÁČKOVÁ a Eva KAFKOVÁ, 2006. Pojišťovnictví - Teorie a praxe. Ekopress. ISBN 8086929191.
- KOTLER, Philip, KELLER, Kevin Lane, 2013. Marketing management. 4. Praha: Grada. ISBN 978-80-247-4150-5.
- PATOČKOVÁ, Soňa. *Geografie: studijní materiály nejen pro maturanty*. V Tribunu EU vydání 1. Uherské Hradiště: TRIBUN EU, 2008. S. 87. ISBN 978-80-7399-578-2.
- ŠTĚPÁN, Jiří, 2012. Organizování a organizační struktury. Grada Publishing. ISBN 978-80-247-4049-6.
- ZEITHAML, V. A, M. BITNER a D. GREMLER, 2016. Services Marketing. 6. USA: McGrawHill. ISBN 978-0078112102.

### Internetové zdroje

- Businessinfo: Typy organizačních struktur a jejich členění, 2020. *Businessinfo* [online]. 06.01.2020 [cit. 2023-04-30]. Dostupné z: [https://www.businessinfo.cz/navody/typy-organizacnich-struktur-cleneni/3/?fbclid=IwAR2xm6FsrUjZbGYRY71PsAErLA\\_exOdtXpaQdh2ldV7EDQzZpeLJCeFk1UA](https://www.businessinfo.cz/navody/typy-organizacnich-struktur-cleneni/3/?fbclid=IwAR2xm6FsrUjZbGYRY71PsAErLA_exOdtXpaQdh2ldV7EDQzZpeLJCeFk1UA)
- Česká asociace pojišťoven: Povinné ručení, 2023. *Česká asociace pojišťoven* [online]. [cit. 2023-05-10]. Dostupné z: <https://www.cap.cz/vse-o-pojisteni/pojisteni-motorovych-vozidel/povinne-ruceni>
- Česká asociace pojišťoven: Slovník pojmů, 2014. *Česká asociace pojišťoven* [online]. 16.04.2014 [cit. 2023-05-08]. Dostupné z: <https://www.cap.cz/slovník-pojmu/1355-zajistovaci-cinnost>
- Český statistický úřad, 2020. *Businessinfo* [online]. 08.01.2020 [cit. 2023-05-07]. Dostupné z: <https://www.businessinfo.cz/navody/klasifikace-ekonomickych-cinnost-cz-nace/>
- Český statistický úřad: Vývoj ekonomiky České republiky, 2022. *Český statistický úřad* [online]. [cit. 2023-05-11]. Dostupné z: <https://www.czso.cz/documents/10180/164606736/32019322q4a2.pdf/0adec183-a4f6-4e59-af98-41f5c99ef555?version=1.1>
- EUF-LEX [online], 2017. 13.11.2017 [cit. 2023-05-09]. Dostupné z: <https://eur-lex.europa.eu/CS/legal-content/summary/statistical-classification-of-economic-activities.html>
- Forbes: Rekordní provozní zisk pro Generali. Italská pojišťovna ho zvýšila o jedenáct procent, 2023. *Forbes* [online]. 14.03.2023 [cit. 2023-05-10]. Dostupné z: <https://forbes.cz/rekordni-provozni-zisk-pro-general-i-italska-pojistovna-ho-zvysila-o-jedenact-procent/>
- Generali Česká pojišťovna a.s., 2020. *Generali Česká pojišťovna a.s.* [online]. 08.07.2020 [cit. 2023-05-11]. Dostupné z: <https://www.generaliceska.cz/-/na-webu-general-iceske-nove-s-klienty-komunikuje-chatbot>
- Generali Česká pojišťovna a.s., 2023. *Generali Česká pojišťovna a.s.* [online]. [cit. 2023-05-10]. Dostupné z: <https://generaliceska.jobs.cz/proc-k-nam>
- Generali Česká pojišťovna a.s.: O nás [online], 2023. [cit. 2023-05-07]. Dostupné z: <https://www.generaliceska.cz/o-nas?fbclid=IwAR1K80zrCLaGR2yoJ-UhHYGxeJCg8gY3NizqHNmpGcmfxdMJdytoUfIdyaw>

Generali Česká pojišťovna a.s.: O nás, 2023. *Generali Česká pojišťovna* [online]. [cit. 2023-05-09]. Dostupné z: <https://www.generaliceska.cz/o-nas>

Generali Česká pojišťovna a.s.: Pojištění domácnosti, nemovitosti i odpovědnosti v jednom, 2023. *Generali Česká pojišťovna a.s.* [online]. [cit. 2023-05-06]. Dostupné z: [https://www.generaliceska.cz/pojisteni-majetku?gad=1&gclid=Cj0KCQjwpPKiBhDvARIsACn-gzAp0wM8F24cxRloZevfmrewL6TkxefGLk1TjIXO1IBde7KREArEDRwaAsT-EALw\\_wcB](https://www.generaliceska.cz/pojisteni-majetku?gad=1&gclid=Cj0KCQjwpPKiBhDvARIsACn-gzAp0wM8F24cxRloZevfmrewL6TkxefGLk1TjIXO1IBde7KREArEDRwaAsT-EALw_wcB)

Generali Česká pojišťovna a.s.: VÝROČNÍ ZPRÁVA 2022 GENERALI ČESKÁ POJIŠŤOVNA A.S., 2023. *Generali Česká pojišťovna a.s.* [online]. [cit. 2023-05-09]. Dostupné z: [https://www.generaliceska.cz/documents/20183/26794/vyrocni-zprava\\_2022.pdf/08ad5881-8c42-40a2-9aa4-9d8673ff4e26](https://www.generaliceska.cz/documents/20183/26794/vyrocni-zprava_2022.pdf/08ad5881-8c42-40a2-9aa4-9d8673ff4e26)

Generali Česká pojišťovna a.s.: VÝROČNÍ ZPRÁVA 2022 GENERALI ČESKÁ POJIŠŤOVNA A.S. [online], 2023. In: s. 21 [cit. 2023-05-02]. Dostupné z: [https://www.generaliceska.cz/documents/20183/26794/vyrocni-zprava\\_2022.pdf/08ad5881-8c42-40a2-9aa4-9d8673ff4e26](https://www.generaliceska.cz/documents/20183/26794/vyrocni-zprava_2022.pdf/08ad5881-8c42-40a2-9aa4-9d8673ff4e26)

Generali Česká pojišťovna a.s.: VÝROČNÍ ZPRÁVA 2022 GENERALI ČESKÁ POJIŠŤOVNA A.S. [online], 2023. In: s. 35 [cit. 2023-05-11]. Dostupné z: [https://www.generaliceska.cz/documents/20183/26794/vyrocni-zprava\\_2022.pdf/08ad5881-8c42-40a2-9aa4-9d8673ff4e26](https://www.generaliceska.cz/documents/20183/26794/vyrocni-zprava_2022.pdf/08ad5881-8c42-40a2-9aa4-9d8673ff4e26)

*Generali Česká pojišťovna a.s.: VÝROČNÍ ZPRÁVA 2022 GENERALI ČESKÁ POJIŠŤOVNA A.S.* [online], 2023. In: s. 35 [cit. 2023-05-11]. Dostupné z: [https://www.generaliceska.cz/documents/20183/26794/vyrocni-zprava\\_2022.pdf/08ad5881-8c42-40a2-9aa4-9d8673ff4e26](https://www.generaliceska.cz/documents/20183/26794/vyrocni-zprava_2022.pdf/08ad5881-8c42-40a2-9aa4-9d8673ff4e26)

IPodnikatel, 2020. *IPodnikatel* [online]. 9. 9. 2020 [cit. 2023-05-05]. Dostupné z: <https://www.ipodnikatel.cz/marketing-sluzeb/>

Kurzy: Zdravotní pojištění 2023, 2023. *Kurzycz* [online]. 10.5.2023 [cit. 2023-05-10]. Dostupné z: <https://www.kurzy.cz/mzda/zdravotni-pojisteni/>

Managementmania: Výroba a průmysl (sekundární sektor), 2010. Managementmania [online]. [cit. 2023-04-28]. Dostupné z: <https://managementmania.com/cs/vyroba-a-prumysl-sekundarni-sektor>

MAŠEK, Adam, 2022. Hospodářské noviny: Nejlepší bankou je letos Moneta. Prvenství slaví i Generali Česká pojišťovna a Komerční pojišťovna. *Hospodářské noviny* [online]. 3.11.2022 [cit. 2023-05-08]. Dostupné z: <https://archiv.hn.cz/c1-66996640-nejlepsi-bankou-je-letos-moneta-prvenstvi-slavi-i-generali-ceska-pojistovna-a-komercni-pojistovna>

MFČR: Pojistný trh v České republice, 2018. *Ministerstvo financí České republiky* [online]. Praha: Ministerstvo financí České republiky [cit. 2023-05-10]. Dostupné z: [https://www.mfcr.cz/cs/soukromy-sektor/pojistovnictvi/pojistny-trh-v-ceske-republice?fbclid=IwAR0o75vDyjiGWq0S1EJBj7y4pqu2\\_SyfFslb2N3rLp1rwQSHC1N9IH391ZM](https://www.mfcr.cz/cs/soukromy-sektor/pojistovnictvi/pojistny-trh-v-ceske-republice?fbclid=IwAR0o75vDyjiGWq0S1EJBj7y4pqu2_SyfFslb2N3rLp1rwQSHC1N9IH391ZM)

MFČR: Zákonné pojištění odpovědnosti zaměstnavatele za škodu při pracovním úrazu nebo z nemoci z povolání, 2018. *Ministerstvo financí České republiky* [online]. [cit. 2023-05-10]. Dostupné z: <https://www.mfcr.cz/cs/soukromy-sektor/pojistovnictvi/zakonne-pojisteni-odpovednosti-zamestnav>

MPSV: Sociální pojištění v roce 2023, 2023. Ministerstvo práce a sociálních věcí [online]. [cit. 2023-05-10]. Dostupné z: <https://www.mpsv.cz/socialni-pojisteni>

NACE [online], 2018. [cit. 2023-05-10]. Dostupné z: <http://www.nace.cz/6622-cinnosti-zastupcu-pojistovny-makleru>

OPojisteni: Ve čtvrtek budou předány ceny *ankety Pojišťovna roku. Připomeňte si loňsky ročník* [online], 2023. 09.05.2023 [cit. 2023-05-08]. Dostupné z: [https://www.opojisteni.cz/pojistny-trh/ve-ctvrtek-budou-predany-ceny-ankety-pojistovna-roku-pripomeňte-si-lonsky-rocnik/c:24768/?fbclid=IwAR1TjIm95Kqg4NOT6ZnDsSnNG2Q0Dbm\\_dGj3ep1nUaJJpmWXIvIISunWnUw](https://www.opojisteni.cz/pojistny-trh/ve-ctvrtek-budou-predany-ceny-ankety-pojistovna-roku-pripomeňte-si-lonsky-rocnik/c:24768/?fbclid=IwAR1TjIm95Kqg4NOT6ZnDsSnNG2Q0Dbm_dGj3ep1nUaJJpmWXIvIISunWnUw)

OTÁHAL, Martin, 2012. Co to je SWOT analýza? A k čemu slouží? [online]. [cit. 2023-05-11]. Dostupné z: [https://mladypodnikatel.cz/co-to-je-swot-analyza-t2797?fbclid=IwAR2wAQeGiL-K8oVUYmIATPniVb4gn\\_s43M8XqsQ7EW3jM8xy8WpN\\_4N\\_eaM](https://mladypodnikatel.cz/co-to-je-swot-analyza-t2797?fbclid=IwAR2wAQeGiL-K8oVUYmIATPniVb4gn_s43M8XqsQ7EW3jM8xy8WpN_4N_eaM)

Parlament České republiky: 277/2009 Sb. Zákon o pojišťovnictví, § 4-7j - Díl 1 - Provozování pojišťovací činnosti tuzemskou pojišťovnou, 2023. *Podnikatel* [online]. [cit. 2023-05-01]. Dostupné z: <https://www.podnikatel.cz/zakony/zakon-o-pojistovnictvi/f4006893/>

Parlament České republiky: 277/2009 Sb. Zákon o pojišťovnictví, 2023. *Zákon pro lidi* [online]. Zákon ze dne 22. července 2009, aktuální znění k 01.04.2023 [cit. 2023-05-10]. Dostupné z: <https://www.zakonyprolidi.cz/cs/2009-277#cast2>

Poradci sobě - Pojištění, PR: Pillow, 2022. *Poradci-sobe: Trendy 2022 & pojištění osob* [online]. 23.03.2022 [cit. 2023-05-11]. Dostupné z: <https://poradci-sobe.cz/pojisteni/trendy-2022-pojisteni-osob/>

ŠVEJDOVÁ, Jana, 2011. Metodický portál. *Rámcový vzdělávací program: ISSN: 1802-4785* [online]. [cit. 2023-05-10]. Dostupné z: <https://dum.rvp.cz/materialy/pojistovnictvi.html>

The Market Research Society, 2014. *The Market Research Society: Code of Conduct*, s. 8 [online]. [cit. 2023-05-09]. Dostupné z: [https://www.mrs.org.uk/pdf/mrs%20code%20of%20conduct%202014.pdf?fbclid=IwAR3jIMSyL0y\\_TxeQ1R0I1Pfyv50XWAJBZJ4TvBubKcGEkpDSYmJsNUS5UXs](https://www.mrs.org.uk/pdf/mrs%20code%20of%20conduct%202014.pdf?fbclid=IwAR3jIMSyL0y_TxeQ1R0I1Pfyv50XWAJBZJ4TvBubKcGEkpDSYmJsNUS5UXs)