

EKONOMICKÁ UNIVERZITA V BRATISLAVE
NÁRODOHOSPODÁRSKA FAKULTA

Evidenčné číslo: 101008/I/2019/36093656568595972

DISTRIBUČNÉ KANÁLY V POISŤOVNIACH

Diplomová práca

2019

Bc. Marek Greško

EKONOMICKÁ UNIVERZITA V BRATISLAVE
NÁRODOHOSPODÁRSKA FAKULTA



DISTRIBUČNÉ KANÁLY V POISŤOVNIACH

Diplomová práca

Študijný program: Poisťovníctvo
Študijný odbor: Poisťovníctvo
Školiace pracovisko: Katedra poisťovníctva
Školiteľ: prof. Ing. Erika Pastoráková, PhD.

Bratislava 2019

Bc. Marek Greško

ZADANIE ZÁVEREČNEJ PRÁCE

Meno a priezvisko študenta: Bc. Marek Greško
Študijný program: poisťovníctvo (Jednoodborové štúdium, inžiniersky II. st., denná forma)
Študijný odbor: 3.3.8 Poisťovníctvo
Typ záverečnej práce: Inžinierska záverečná práca
Jazyk záverečnej práce: slovenský
Sekundárny jazyk: anglický

Názov: Distribučné kanály v poisťovniach

Anotácia: Distribučné kanály, ich nastavenie a výsledky patria medzi najviditeľnejšie činnosti v poisťovniach. S rozvojom spoločnosti sa vyvíjajú aj distribučné kanály. Diplomová práca sa zaoberá výhodami a nevýhodami jednotlivých možností distribúcie poisťných produktov a komparuje systémy používané v súčasnosti.

Vedúci: prof. Ing. Erika Pastoráková, PhD.
Katedra: KPOI NHF - Katedra poisťovníctva NHF

Dátum zadania: 01.02.2017

Dátum schválenia: 01.02.2017

prof. Ing. Erika Pastoráková, PhD.
vedúci katedry

Pod'akovanie

Ďakujem pani profesorky Ing. Erike Pastorákovej, PhD. za jej trpezlivosť a veľký prínos k môjmu vzdelaniu. Osobne si cením spoluprácu pri písaní záverečnej práce a všetky vedomosti získané počas štúdia vďaka jej úsiliu.

Abstrakt

GREŠKO, Marek, Bc.: Distribučné kanály v poisťovniach. Ekonomická univerzita v Bratislave, Národohospodárska fakulta, Katedra poisťovníctva. Vedúca záverečnej práce: prof. Ing. Erika Pastoráková, PhD. Bratislava, NHF EU: 2019. 71 s.

Distribučné kanály, ich nastavenie a výsledky patria medzi najviditeľnejšie činnosti v poisťovniach. S rozvojom spoločnosti sa vyvíjajú aj distribučné kanály. Diplomová práca sa zaoberá výhodami a nevýhodami jednotlivých možností distribúcie poisťných produktov a komparuje systémy používané v súčasnosti. Prvá kapitola definuje distribúciu poistenia, jej delenie a využívané distribučné kanály. Vo výsledkoch práce sú zhrnuté a graficky vyobrazené zistené poznatky s cieľom preukázať dôležitosť multi-kanálovej distribučnej politiky v poisťovniach.

Kľúčové slová:

Distribučné kanály v poisťovniach, Distribučné siete v poisťovniach, Distribúcia v poisťovníctve

Abstract

GRESKO, Marek, Bc.: Distribution channels of insurance products. University of Economics in Bratislava, Faculty of Economy, Department of Insurance. Thesis supervisor: prof. Ing. Erika Pastorakova, PhD. Bratislava, NHF EU: 2019. 71 p.

Distribution channels, their setup and results are considered to be the most visible activities in insurance companies. Distribution channels are developing alongside company's development. The diploma thesis deals with the advantages and disadvantages of individual possibilities of distribution of insurance products and compares the systems being used at present. The first chapter defines the distribution of insurance, its division and used distribution channels. The results of the diploma thesis summarize and graphically illustrate the findings in order to demonstrate the importance of multi-channel distribution policy in insurance companies.

Keywords:

Distribution channels of insurance products

Obsah

Zoznam skratiek	7
Úvod	8
1 Súčasný stav riešenej problematiky doma a v zahraničí	10
1.1 Distribúcia a poisťovníctvo	10
1.2 Distribučné kanály v poisťovniach	12
1.2.1 Právna úprava distribúcie poistenia v EHP	17
1.3 Distribučné kanály v podmienkach Slovenskej republiky	24
1.3.1 Priama distribúcia poistenia	24
1.3.2 Nepriama distribúcia poistenia	25
1.3.3 Register finančných agentov a výkon dohľadu	26
1.3.4 Odborná spôsobilosť a vzdelávanie	28
2 Cieľ práce	31
3 Metodika práce a metódy skúmania	33
4 Výsledky práce a diskusia	35
4.1 Využitie distribučných kanálov vo vybraných krajinách	35
4.1.1 Nemecko	37
4.1.2 Belgicko	40
4.1.3 Francúzsko	43
4.1.4 Chorvátsko	46
4.1.5 Slovensko	49
4.2 Vplyv voľby distribučného kanála na výsledné poistné	53
4.3 Sprostredkovatelia ako stabilná súčasť poistného trhu	58
Záver	64
Zoznam použitej literatúry	66
Zoznam príloh	71

Zoznam skratiek

- EÚ – Európska únia
- EHP – Európsky hospodársky priestor
- HDP – Hrubý domáci produkt
- HPP – Hrubé predpísané poistné
- MV – Motorové vozidlo
- NBS – Národná banka Slovenska
- ND – Nepriama distribúcia
- NP – Neživotné poistenie
- PD – Priama distribúcia
- PFA – Podriadený finančný agent
- SDP – Sprostredkovateľ doplnkového poistenia
- SFA – Samostatný finančný agent
- VFA – Viazaný finančný agent
- VIA – Viazaný investičný agent
- ŽP – Životné poistenie

Úvod

Distribúcia, distribučné kanály a správne nastavenie distribučnej politiky je v poisťovníctve jedným zo základných prvkov úspešného fungovania na trhu. Poisťovne stoja pred ťažkou otázkou ako predávať svoje poisťné produkty klientom, pretože rozhodnutie, ktoré učinia sa prejaví v ich konečnom hospodárení. Pozadie rozhodovania o správnom nastavení distribučných kanálov je dlhým procesom analyzovania minulých údajov a predpokladania budúceho vývoja, pričom je nutné zvažovať aj prvky distribúcie, ktoré nie sú konvenčné. V popredí sú však predovšetkým tradičné spôsoby distribúcie, ktoré sa využívajú dlhodobo a s pomocou výtvarných technológií sa modernizujú a prispôbujú súčasným potrebám klientov. Distribučné cesty sa delia hlavne na priamou distribúciu, realizovanú v kompetencii poisťovní a nepriamu distribúciu, kde do procesu distribúcie poisťných produktov vstupujú aj sprostredkovatelia, ako medzičlánok medzi poisťovňou a klientom. Väčší počet distribučných kanálov dáva spotrebiteľom slobodu a na základe vlastných preferencií sa môžu rozhodnúť ako uzatvoria potrebnú poisťnú zmluvu. Žiadny z distribučných kanálov nie je úplne bezrizikový, avšak väčšinou so sebou prinášajú aj nejaké výhody.

Zapojenie distribučných kanálov do predaja poisťných produktov môže byť odlišné na národných poisťných trhoch, keďže integrácia poisťných trhov sa začala až spolu s podporou globalizácie, ťahanej rozvojom moderných technológií. Zmyslom prijatia nových pravidiel v Európskej únii sa síce sleduje zlepšenie spolupráce medzi jednotlivými poisťnými trhmi navzájom, zvýšenie ich dôveryhodnosti a ochrana klientov, avšak distribúcia poistenia je odrazom kultúrneho vývoja v krajine a preto využitie známych distribučných kanálov nemusí byť totožné.

Pri aplikácii nástrojov priamej a nepriamej distribúcie vznikajú poisťovníam rôzne náklady. Predovšetkým v prípade nepriamej distribúcie, kde je do procesu zapojený aj subjekt vykonávajúci sprostredkovateľskú činnosť za odmenu. Keďže táto odmena je pre poisťovňu dodatočným nákladom a pri ciele dosiahnuť zisk je nutné túto odmenu zahrnúť do brutto poisťného, výsledné poisťné sa tak stáva pre klienta drahším. V prípade, že klient využije na uzatvorenie poisťnej zmluvy kanál spadajúci do priamej distribúcie, teoreticky môže ušetriť. Poisťovňa môže dosiahnuť rovnaký zisk na totožnej poisťnej zmluve uzatvorenej bez sprostredkovateľa nárokovujúceho si odmenu aj pri nižšom výslednom poisťnom.

Sprostredkovatelia sú v celom procese všeobecne chápaní ako odborníci na danú problematiku. Pre výkon činnosti musia v súlade s legislatívou absolvovať odborné vzdelávanie a taktiež by mali poznať produkty, ktoré ponúkajú. Pre poisťovňu sú zas významným prínosom v podobe upísaného poistného, keďže prinášajú klientov do kmeňa. Z tohto však plynie, že sprostredkovatelia sú obchodníci, ktorých činnosťou je predávať a ich odmenou je zväčša provízia. Pôsobenie sprostredkovateľov na poistnom trhu je prospešné a je prínosom pre obidve strany, no nie vždy prospieva ku stabilite poistného trhu. Medzi sprostredkovateľmi sa objavuje vysoká fluktuácia a svoju činnosť vykonávajú častokrát len krátkodobo a tým nenapĺňajú zmysel svojho povolania.

Keďže by sa pri zamyslení nad výhodami a nevýhodami jednotlivých distribučných kanálov mohla pozdávať myšlienka ich vynechania z procesu distribúcie, nastáva otázka, či by to bolo vhodné. Klienti majú rôzne preferencie a v prípade, že poisťovňa chce byť konkurencie schopná, mala by optimalizovať svoju distribučnú politiku. Multi-kanálová distribúcia poistných produktov sa javí ako vhodné riešenie za predpokladu, že poisťovňa potrebuje neustále oslovovať spotrebiteľov a tým si zachovávať alebo prehlbovať svoje postavenie na poistnom trhu.

1 Súčasný stav riešenej problematiky doma a v zahraničí

Poisťovníctvo je špecifická oblasť ekonomického systému, ktorá ponúka možnosť prenosu rizika z jednotlivých subjektov hospodárstva na poisťovňu. Nastátie rizika je v tomto prípade spojené so vznikom finančných strát v dôsledku nepriaznivej situácie. V súčasnosti je definované široké spektrum poistiteľných rizík, pôsobiacich v rozličnej miere na všetky subjekty hospodárstva. Možnosť nastátia škodovej udalosti sa vyskytuje, či už medzi obyvateľmi krajiny, ale rovnako ohrozuje aj ostatné subjekty hospodárstva. Na poistnom trhu sa teda stretáva ponuka poistných služieb zo strany poisťovní a dopyt po poistení, reprezentovaný bežnými ľuďmi, podnikmi, samosprávami a štátom.¹ Poisťovne preberaním rizík ponúkajú poistnú ochranu, ktorá je však podmienená podpisom poistnej zmluvy. Poistnou zmlouvou² sa rozumie záväzok dvoch strán, kde sa poisťovateľ zaväzuje za vopred určenú finančnú odmenu uhradiť následky vzniknutých škôd v prípade, že sa naplní skutková podstata poisteného rizika a poistený sa zaväzuje platiť poistné. Z uvedeného vyplýva, že pre uzatvorenie poistnej zmluvy je potrebný vznik vzťahu medzi poisťovateľom a klientom. Poisťovne sú tak nútené svoje služby doručovať klientom a teda distribúcia má v poisťovníctve kľúčovú rolu.

1.1 Distribúcia a poisťovníctvo

Všeobecne možno distribúciu charakterizovať ako komplexnú činnosť zabezpečujúcu presun tovaru a služieb od výrobcov, respektíve poskytovateľov služieb k spotrebiteľom na miesto, v čase a v množstve, tak ako spotrebiteľia požadujú.³ Úlohou distribúcie je teda zabezpečiť prenos tovaru a služieb od producentov k odberateľom. Tento krok je z pohľadu výrobcov a poskytovateľov služieb absolútne nevyhnutný, pretože ich cieľom je predovšetkým umiestniť produkty na trh s motiváciou tvorby zisku a teda tieto produkty predat' spotrebiteľom. Producenti na túto činnosť využívajú rôzne nástroje a spôsoby presunu tovarov a služieb k odberateľom, ktoré nazývame distribučné kanály.

¹ PASTORÁKOVÁ, Erika, Zuzana BROKEŠOVÁ a Tomáš ONDRUŠKA. Poistný trh. Bratislava: Vydavateľstvo EKONÓM, 2017, 193 s. [11,23 AH]. ISBN 978-80-225-4431-3.

² Zákon č. 40/1964 Zb. : Občiansky zákonník z 26. februára 1964 prijatý federálnym zhromaždením Českej a Slovenskej Federatívnej Republiky v časovej verzii predpisu účinnej od 30.01.2019, § 788

³ KORAUŠ, Antonín. *Marketing v poisťovníctve*. Bratislava: Sprint v.fra, 2001, s. 137. ISBN 80-88848-91-1.

Distribučný kanál je súbor vzájomne závislých štruktúr, zapojených do procesu sprístupnenia produktov a služieb určených na spotrebu.⁴ Všetky prostriedky a organizácie, zapojené do procesu distribúcie produktov a služieb k spotrebiteľom, sú na sebe navzájom závislé a ich činnosť je podmienená splnením predchádzajúcich a následných krokov. To znamená, aby produkt bolo možné doručiť spotrebiteľovi, je nutné ho najskôr vyrobiť a až následne je možné fyzicky doručiť vyrobený produkt spotrebiteľovi. Platí aj opačná závislosť, kedy výrobca nebude pokračovať vo výrobe, pokiaľ nepredá už vyrobené produkty. *Pri marketingu služby sú výroba, distribúcia a spotreba jediným procesom v určitom časovom úseku.*⁵ Služba sa fyzicky nedoručuje, avšak je dôležité fyzické miesto predaja a účasť spotrebiteľa. Do celého procesu môže byť zapojených mnoho účastníkov, respektíve distribútorov, ktorí vykonávajú distribúciu spoločne, pričom tvoria systém **distribučnej siete**.⁶ Aj tu však platí, že každý ďalší účastník v procese distribúcie je závislý na konaní ostatných.

Poistenie je špecifickou finančnou službou, pri ktorej je distribúcia a spotreba striktno oddelená. Vzhľadom na princípy poistenia nie je nikdy možné vopred povedať, či a kedy dôjde k spotrebe. Dopyt po poistení u spotrebiteľov teda nie je vyvolaný požiadavkou uspokojiť svoje fyzické potreby, keďže nedochádza k okamžitej spotrebe. Distribúcia predchádza spotrebu a je nutné si uvedomiť, aký význam v tomto prípade má distribúcia pre poisťovňu. Distribúcia predstavuje pre poisťovňu proces umiestenia svojich produktov a služieb na trh a ich prenos ku klientom, pričom adekvátne nastavenie distribučnej politiky odlišuje poisťovňu od konkurencie.⁷ **Distribučnú politiku** poisťovne definujeme ako tvorbu, riadenie a rozvoj distribúcie v súlade so špecifickými cieľmi poisťovne. Jej obsahom je výber, plánovanie, koordinácia a kontrola distribučných kanálov.⁸ Potreba optimalizácie distribučných kanálov pramení z nutnosti reagovať na súčasné a budúce zmeny na poisťovnom trhu a taktiež zohľadňovať globálne vývojové trendy v spoločenskom živote.⁹

⁴ COUGHLAN, Anne T. *Marketing channels*. 7th ed. Upper Saddle River: Pearson/Prentice Hall, 2006, xxii, s. 2 - 3. ISBN 0-13-191346-8.

⁵ KORAUŠ, Antonín. *Marketing v poisťovníctve*. Bratislava: Sprint vfra, 2001, s. 138. ISBN 80-88848-91-1.

⁶ KORAUŠ, Antonín. *Marketing v poisťovníctve*. Bratislava: Sprint vfra, 2001, s. 137. ISBN 80-88848-91-1.

⁷ KORAUŠ, Antonín. *Marketing v poisťovníctve*. Bratislava: Sprint vfra, 2001, s. 138. ISBN 80-88848-91-1.

⁸ MESRŠMÍD, Jaroslav. *Marketing v pojišťovníctví*. Praha: Kamil Mařík - Professional Publishing, 2016, s. 124. ISBN 978-80-7431-158-1.

⁹ KORAUŠ, Antonín. *Marketing v poisťovníctve*. Bratislava: Sprint vfra, 2001, s. 138. ISBN 80-88848-91-1.

1.2 Distribučné kanály v poisťovniach

Distribučné kanály a ich správne využitie je pre poisťovňu významným nástrojom dosahovania priaznivých ekonomických výsledkov. Cieľom poisťovne je uzavrieť optimálne množstvo poistných zmlúv a zachovať nízke náklady na distribúciu. Existuje mnoho ciest ako doručiť ponúkaný poistný produkt k spotrebiteľom, pričom poisťovne na distribúciu svojich produktov využívajú kombináciu rôznej formy distribučných kanálov. V zásade možno rozdeliť distribučné kanály na dve skupiny:¹⁰

1. **Priamy obchod**, respektíve priama distribúcia poistenia. V tomto prípade poisťovňa vytvára vlastnú distribučnú cestu, tvorenú vlastnými zamestnancami. V princípe ide o predaj poistenia za tzv. priehradkou, využitím call centra alebo online predaj poistenia prostredníctvom internetovej stránky poisťovne.
2. **Nepriamy obchod** alebo nepriama distribúcia poistenia, s využitím sprostredkovateľa. Pri tejto metóde ponúka poisťovňa svoje poistné produkty s využitím služieb sprostredkovateľa, ktorý vystupuje ako samostatný podnikateľský subjekt. Vzhľadom na vzájomné postavenie sprostredkovateľov a poisťovne, existujú štyri typy nepriamej distribúcie:¹¹
 - a. *Tradičná*, charakterizovaná tromi článkami v reťazci, výrobca-veľkoobchodník-maloobchodník, fungujúcimi pomerne nezávisle. Snahou každého článku je maximalizácia vlastného zisku, pričom takmer neexistuje vzájomná možnosť kontroly.
 - b. *Vertikálna*, umožňujúca harmóniu medzi jednotlivými článkami distribúcie, ukotvenú zmluvou, odovzdaním časti právomocí alebo existujúcou vzájomnou kontrolou nad činnosťou účastníkov v reťazci.
 - c. *Horizontálna*, predstavujúca združenie viacerých účastníkov trhu, vyhľadávajúcich spoločné príležitosti. Príkladom sú finančné

¹⁰ MESRŠMÍD, Jaroslav. *Marketing v pojišťovníctví*. Praha: Kamil Mařík - Professional Publishing, 2016, 262 s. ISBN 978-80-7431-158-1. & ZLIECHOVCOVÁ, Adriana. Perspektívy online poistenia. [online]. *Konferencie FMK : Quo Vadis*, Trnava: FMK UCM v Trnave, 07.04.2013. [cit. 02.02.2019]. Dostupné na: <http://konferencie.fmk.sk/perspektivy-online-poistenia/>

¹¹ KORAUŠ, Antonín. *Marketing v poisťovníctve*. Bratislava: Sprint vfra, 2001, s. 141-142. ISBN 80-88848-91-1.

- syndikáty bánk, poisťovní alebo iných finančných inštitúcií, ktoré spájajú svoje nástroje za účelom vybudovania lepšej pozície na trhu.
- d. *Multi-kanálová*, vyznačujúca sa zapojením kombinácie predošlých distribučných ciest do distribúcie poistných produktov.

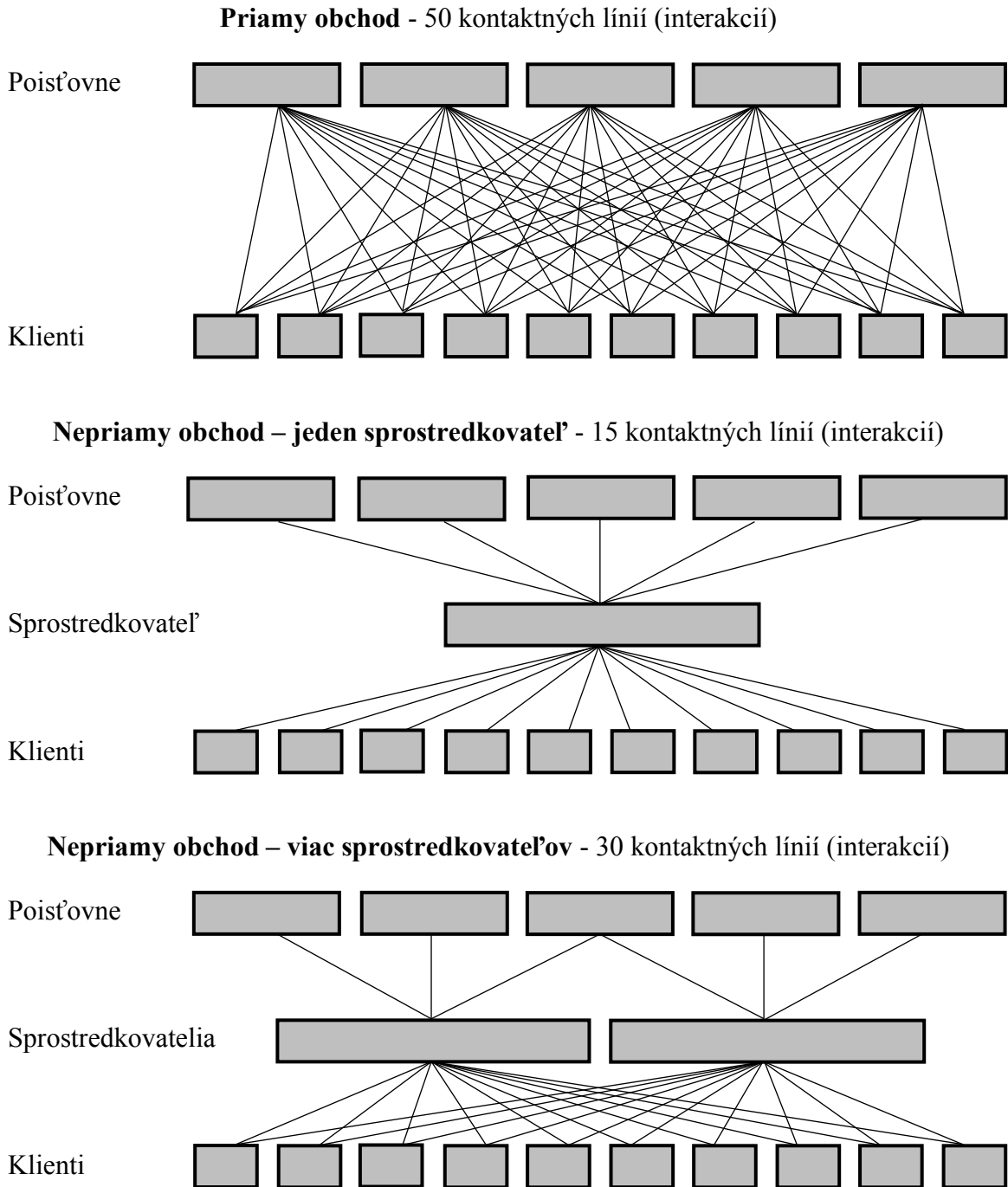
V praxi sa často stretávame s delením na **internú** (vnútornú) a **externú** (vonkajšiu) **sieť distribučných kanálov**. Toto delenie má znaky uvedeného delenia na priamu a nepriamu distribúciu, avšak skrýva významný rozdiel. Súčasťou internej siete sú aj viazaní finanční agenti, ktorí majú s poisťovňou uzavretú písomnú zmluvu o sprostredkovaní poistenia a teda nie sú zamestnancami poisťovne. Vystupujú ako samostatné hospodárske subjekty a predaj poistenia pomocou viazaných finančných agentov nie je priamym predajom poistenia samotnou inštitúciou.

Pri distribúcii poistenia dochádza k interakcii medzi jednotlivými účastníkmi trhu. Snahou poisťovní je prevziať riziko od klientov, za určitú finančnú odmenu a tak vytvoriť zisk. Otázkou teda ostáva, prečo poisťovňa nedistribuuje poistné produkty konečným spotrebiteľom iba priamo, pomocou vlastnej siete, ale využíva aj sprostredkovateľov? Odpoveď môžeme nájsť pri pohľade na obidve strany trhu a to na stranu dopytu ako aj na stranu ponuky. Keďže na poistnom trhu pôsobí veľké množstvo účastníkov, dochádza k situácii, kedy si spotrebiteľ nie je istý, pre aký produkt sa rozhodnúť. Poisťovateľ zas nevie, či oslovil správnu cieľovú skupinu. Bez sprostredkovateľov by spotrebiteľia museli mať prehľad o produktoch ponúkaných na trhu a poisťovne by museli vynakladať veľké úsilie, aby vybudovali povedomie o sebe a svojich produktoch. Vznikala by teda značná informačná nerovnováha. Sprostredkovateľ je teda medzičlánkom v procese distribúcie, ktorého úlohou je zhromažďovať informácie od poisťovateľov a tie následne korektne interpretovať klientom. V celom procese je dôležité zaručiť vysokú úroveň profesionality a odbornosti sprostredkovateľov poistenia a zamestnancov poisťovní, ktorí sú zapojení do činnosti v rámci prípravy predaja, počas predaja a po predaji zmlúv o poistení.¹² Aby bola na poistnom trhu bez účasti sprostredkovateľov zachovaná informačná rovnováha, poisťovateľ by musel oslovovať všetkých potenciálnych klientov samostatne. Ako možno vidieť v Schéme č. 1, bolo by nutné vytvoriť širokú distribučnú sieť, charakterizovanú veľkým počtom interakcií, respektíve kontaktných línií medzi jednotlivými poisťovňami a klientami. S využitím sprostredkovateľa sa počet kontaktných línií predovšetkým

¹² Smernica č. 32016L0097 : Smernica Európskeho parlamentu a rady (EÚ) 2016/97 z 20. januára 2016 o distribúcii poistenia, čl. 28, s. 4.

z pohľadu poisťovne značne znižuje, napriek tomu, že počet oslovených potenciálnych klientov ostáva nezmenený.¹³

Schéma 1: Interakcia na poisťnom trhu bez a s využitím sprostredkovateľov



Zdroj: Vlastné spracovanie podľa Anne Coughlan¹⁴

¹³ COUGHLAN, Anne T. *Marketing channels*. 7th ed. Upper Saddle River: Pearson/Prentice Hall, 2006, xxii, s. 5 - 10. ISBN 0-13-191346-8.

¹⁴ COUGHLAN, Anne T. *Marketing channels*. 7th ed. Upper Saddle River: Pearson/Prentice Hall, 2006, xxii, s. 9. ISBN 0-13-191346-8.

Zo všeobecného delenia distribučných kanálov, na priamy obchod a nepriamy obchod, vychádza aj nasledujúce rozdelenie systému distribúcie poistenia. Predovšetkým pre účely vykazovania a analýz klasifikoval a rozdelil európsky inštitút pre poistenie Insurance Europe¹⁵ distribučné kanály týmto spôsobom:

- Priamy predaj,
- sprostredkovatelia:
 - finaiční/poistní agenti,
 - poistní makléři,
 - ostatní sprostredkovatelia;
- bankopoistenie,
- iné spôsoby sprostredkovania poistenia.

Uvedené rozdelenie distribučných kanálov možno zúžiť na tri hlavné skupiny, vykazujúce podobné znaky ako všeobecná klasifikácia. Taktiež vychádza primárne z predpokladu, že na distribúciu poistných produktov používa poisťovňa najmä vlastné kapacity a sprostredkovateľov, pričom sprostredkovaný obchod je možné vykonávať aj zapojením distribučnej siete iných organizácií, pôsobiacich na finančnom trhu. Využitím zadaného delenia distribučných ciest inštitútom Insurance Europe ako predlohy, možno distribúciu klasifikovať nasledovne:¹⁶

1. **Priamy obchod** – poistenie je distribuované bez zapojenia sprostredkovateľov a to s využitím priameho marketingu poisťovne. Priamy predaj sa môže vykonávať pomocou:
 - a. *zamestnancov*, ktorí pôsobia v kamenných pobočkách poisťovní;
 - b. *dial'kovým predajom*, s využitím technológie ako napríklad call centrum, webová adresa poisťovne a podobne.
2. **Sprostredkovatelia** – veľká skupina účastníkov v procese distribúcie poistenia, ktorá predstavuje pre poisťovňu externý spôsob predaja poistných produktov klientom. Poisťovňa teda nevyužíva svoje vlastné kapacity a marketing na distribúciu, ale predaj realizuje za pomoci medzičlánku. *Sprostredkovateľom poistenia je osoba, ktorá za peňažnú alebo za nepeňažnú*

¹⁵ Insurance Europe je európska federácia poisťovní a zaistovní, združujúca 34 národných asociácií, so sídlom v Bruseli.

¹⁶ MESRŠMÍD, Jaroslav. *Marketing v pojišťovnictví*. Praha: Kamil Mařík - Professional Publishing, 2016, s. 130. ISBN 978-80-7431-158-1.

*odmenu vykonáva sprostredkovanie poistenia.*¹⁷ Medzi sprostredkovateľov poistenia zahrňujeme:

- a. *Finančných, resp. poistných agentov* – zastupujú záujmy poisťovne, vykonávajú sprostredkovateľskú činnosť na základe písomnej zmluvy uzavretej s jednou poisťovňou – viazaný finančný agent; s viacerými poisťovňami – samostatný finančný agent alebo podriadený finančný agent, ktorý vykonáva sprostredkovateľskú činnosť na základe písomnej zmluvy so samostatným finančným agentom.
 - b. *Poistných maklérov* – ich úlohou je obhajovať záujmy klientov a teda sprostredkovanie vykonávajú na základe zmluvy s klientom. *Poisťovací maklér vypracúva nestrannú a podrobnú analýzu dostatočného počtu produktov dostupných na poistnom trhu a na základe tejto analýzy odporúča klientovi uzatvorenie poistnej zmluvy zodpovedajúcej jeho požiadavkám.*¹⁸
 - c. *Ostatných sprostredkovateľov poistenia* – rôzne skupiny predajcov iných produktov a služieb, ktorí svojim zákazníkom môžu sprostredkovane ponúknuť poistné krytie ako doplnkovú službu. Sú to napríklad predajcovia áut alebo cestovné kancelárie.
3. **Bankopoistenie** – k predaju poistného krytia dochádza v iných finančných inštitúciách, ako sú napríklad banky. Banky poskytujúce svojim klientom úvery môžu napríklad vyžadovať uzatvorenie poistenia pre prípad, že by sa žiadateľ o úver z rôznych dôvodov stal neschopným plniť povinnosť splácať úver. Banka však neposkytuje poistenie, jedná sa o spoluprácu medzi bankou a poisťovňou pri predaji bankových a poistných produktov. Z ekonomického hľadiska a marketingových dôvodov je výhodné ponúkať rôzne spektrum finančných produktov spoločne, pretože využitím synergie dvoch alebo viacerých spoločností dochádza k znižovaniu nákladov a ku komplexnej ponuke finančných služieb, dostupných pre klienta na jednom mieste.

¹⁷ MAJTÁNOVÁ, Anna, Zuzana KRÁTKA, Zuzana LITTOVÁ a Ingrid VACHÁLKOVÁ. *Poisťovníctvo*. Bratislava: Iura Edition, 2009, s. 79. Ekonómia. ISBN 978-80-8078-260-3.

¹⁸ MAJTÁNOVÁ, Anna, Zuzana KRÁTKA, Zuzana LITTOVÁ a Ingrid VACHÁLKOVÁ. *Poisťovníctvo*. Bratislava: Iura Edition, 2009, s. 80. Ekonómia. ISBN 978-80-8078-260-3.

Jednotlivé kategórie vymedzené inštitútom Insurance Europe sú v členských krajinách upravené príslušnou legislatívou a teda sa môžu líšiť. Cieľom kategorizácie je predovšetkým zlepšenie analytického pohľadu na jednotlivé distribučné kanály, ktorý poskytuje prehľad štruktúry poisťného trhu v jednotlivých krajinách. Z legislatívneho hľadiska v Európskom hospodárskom priestore upravuje práva a povinnosti distribučných kanálov Smernica Európskeho parlamentu a rady (EÚ) 2016/97 z 20. januára 2016 o distribúcii poistenia (ďalej len „smernica“), ktorá nahradila smernicu 2002/92/ES Európskeho parlamentu a Rady z 9. decembra 2002 o sprostredkovaní poistenia. S cieľom zjednotiť právne predpisy naprieč Európskou úniou, respektíve Európskym hospodárskym priestorom, sú členské krajiny povinné implementovať smernicu do svojho právneho systému a zabezpečiť tak zlepšenie integrity európskeho poisťného trhu. Lehota na prebratie smernice (EÚ) 2016/97 bola stanovená do 23. februára 2018. Slovenská republika prebrala smernicu do legislatívneho systému návrhom zákona¹⁹ o zmene a doplnení zákona č. 186/2009 Z. z. o finančnom sprostredkovaní a finančnom poradenstve a o zmene a doplnení niektorých zákonov v znení neskorších predpisov a ktorým sa dopĺňa zákon č. 39/2015 Z. z. o poisťovníctve a o zmene a doplnení niektorých zákonov v znení neskorších predpisov, ktorý predložilo Ministerstvo financií Slovenskej republiky v súlade s Plánom legislatívnych úloh vlády Slovenskej republiky na rok 2017. Návrh zákona bol schválený vládou Slovenskej republiky dňa 16. augusta 2017.²⁰

1.2.1 Právna úprava distribúcie poistenia v EHP²¹

Hlavným cieľom smernice (EÚ) 2016/97 je harmonizovať vnútroštátne ustanovenia týkajúce sa distribúcie poistenia a zaistenia. Forma smernice je vhodná pre potreby prispôsobenia jej implementácie špecifikám konkrétneho trhu a právneho systému v každom členskom štáte. Smernica je zameraná aj na koordináciu vnútroštátnych pravidiel týkajúcich sa prístupu k činnostiam distribúcie poistenia a zaistenia. Sprostredkovatelia hrajú hlavnú úlohu pri distribúcii poisťných produktov

¹⁹ Zákon č. 282/2017 Z. z. : Zákon 282 z 11. októbra 2017, ktorým sa mení a dopĺňa zákon č. 186/2009 Z. z. o finančnom sprostredkovaní a finančnom poradenstve a o zmene a doplnení niektorých zákonov v znení neskorších predpisov a ktorým sa mení a dopĺňa zákon č. 39/2015 Z. z. o poisťovníctve a o zmene a doplnení niektorých zákonov v znení neskorších predpisov

²⁰ Príloha 1: Dôvodová správa k návrhu zákona č. 282/2017 Z. z.

²¹ Smernica č. 32016L0097 : Smernica Európskeho parlamentu a rady (EÚ) 2016/97 z 20. januára 2016 o distribúcii poistenia

v Únii a rôzne kategórie osôb alebo inštitúcií, ako sú agenti, makléri a distribútori bankopoistenia, poisťovne, cestovné agentúry a požičovne automobilov, môžu distribuovať poistné produkty. Rovnosť zaobchádzania medzi distribútormi a ochrana zákazníka si vyžadujú, aby sa na všetky uvedené osoby alebo inštitúcie vzťahovali zhodné pravidlá. Pre zabezpečenie rovnakej úrovne ochrany aj napriek rozdielom medzi distribučnými kanálmi a adekvátneho prístupu spotrebiteľov k informáciám, je nevyhnutné zaistiť rovnaké podmienky medzi distribútormi. Uplatňovaním predchádzajúcej smernice 2002/92/ES²² sa preukázalo, že ochrana spotrebiteľov si vyžaduje rozšírenie rozsahu pôsobnosti smernice na všetky druhy distribučných kanálov. To platí rovnako pre sprostredkovateľov, poisťovne predávajúce poistné produkty priamo, ale aj pre iných účastníkov trhu, ktorí predávajú poistné produkty v rámci doplnkovej činnosti. S cieľom zabezpečiť rovnakú úroveň ochrany zákazníkov je potrebné legislatívne upraviť všetky distribučné kanály na podobnom základe. Smernica sa teda zameriava na všetky osoby, ktorých činnosť spočíva v poskytovaní služieb distribúcie poistenia alebo zaistenia tretím stranám, avšak je nutné taktiež zohľadňovať rozdiely v druhoch distribučných kanálov a stanoviť vhodné a primerané podmienky vzťahujúce sa na rôzne druhy distribúcie.

Uplatňovaním rovnosti na poistnom trhu je dôležité zaručiť vysokú úroveň profesionality a odbornosti sprostredkovateľov poistenia a zamestnancov poisťovní a zaistovní, ktorí sú zapojení do činností v rámci prípravy predaja, počas predaja a po predaji poistných produktov. Z tohto dôvodu sa vyžaduje, aby odborné znalosti účastníkov zodpovedali úrovni zložitosti uvedených činností. Odborná príprava a rozvoj by mali zahŕňať rôzne možnosti štúdiá vrátane kurzov, elektronického vzdelávania a tútorstva. Otázky formy, predmetu a požadovaných osvedčení alebo iných primeraných dôkazov, ako napríklad zápis v registri alebo úspešné absolvovanie skúšky, by mali regulovať členské štáty. Okrem odbornej pripravenosti je nutné splňať taktiež požiadavky týkajúce sa bezúhonnosti, ktoré prispievajú k zdravému a spoľahlivému sektoru poisťovníctva. Rovnako dôležité je aj to, aby všetky osoby, ako napríklad riadiaci pracovníci alebo iní zamestnanci podieľajúci sa na distribúcii poistných produktov, mali primeranú úroveň znalostí a schopností v súvislosti s distribučnou činnosťou. Primeranosť úrovne znalostí a schopností by sa mala zabezpečovať prostredníctvom uplatňovania osobitných vedomostných a odborných požiadaviek na uvedené osoby.

²² Smernica č. 32002L0092 : Smernica Európskeho parlamentu a rady (EÚ) 2002/92 z 9. decembra 2002 o sprostredkovaní poistenia

Disponovanie znalosťami a schopnosťami na primeranej úrovni vo vzťahu k ponúkaným produktom sa vyžaduje predovšetkým od sprostredkovateľov poistenia a poisťovní, predávajúcich alebo poskytujúcich poradenstvo k poistným produktom založených na investovaní. Takéto znalosti a schopnosti sú osobitne dôležité vzhľadom na čoraz väčšiu zložitosť investičných poistných produktov. Nákup uvedených poistných produktov so sebou prináša riziko a investori by mali mať možnosť spoľahnúť sa na poskytnuté informácie a kvalitu poskytnutého posúdenia vhodnosti. Koordinácia vnútroštátnych ustanovení týkajúcich sa odborných požiadaviek a registrácie osôb, vykonávajúcich činnosť distribúcie poistenia, môže prispieť k dobudovaniu vnútorného trhu s finančnými službami a k zlepšeniu ochrany spotrebiteľov v tejto oblasti.

Spektrum činností, vykonávané sprostredkovateľmi poistenia a poisťovňami súčasne, zvyšuje potenciál pre možné konflikty záujmov medzi týmito rôznymi činnosťami a záujmami ich zákazníkov. Je potrebné zabezpečiť, aby takéto konflikty záujmov nemali nepriaznivý vplyv na záujmy zákazníka. Zákazníkom by sa mali pred uzavretím zmluvy poskytnúť jasné informácie o štatúte osôb, predávajúcich poistný produkt, informácie o vzťahu medzi poisťovňou a sprostredkovateľom a informácie o druhu a výške odmeny, ktorú dostávajú. V snahe zabrániť narušeniu hospodárskej súťaže a podnecovaniu predávať produkty priamo, by mali poisťovne taktiež povinne poskytnúť zákazníkovi informácie o druhu odmeny, ktorú ich zamestnanci dostávajú za predaj poistných produktov. Zavádzajúci predaj poistenia s cieľom zvýšenia vlastného prospechu je neprijateľný a predaj poistných produktov by malo vždy sprevádzať preskúmanie požiadaviek a potrieb zákazníka. Akýkoľvek poistný produkt ponúknutý zákazníkovi musí byť vždy v súlade s jeho požiadavkami a potrebami a mal by sa predložiť zrozumiteľným spôsobom, tak aby zákazník mohol prijať informované rozhodnutie. Zákazník by mal dostať relevantné informácie o poistnom produkte pred uzatvorením poistnej zmluvy. Vzniká povinnosť zostaviť informačný dokument k poistnému produktu v štandardizovanej podobe, poskytujúcej informácie o podmienkach poistenia. Tento štandardizovaný informačný produkt by mala zostaviť príslušná poisťovňa, ktorá vytvára poistný produkt. Úlohou predajcu poistenia je zákazníkovi vysvetliť, aké sú hlavné charakteristiky predávaných poistných produktov. V prípade krížového predaja, ak sa poistný produkt ponúka v balíku spolu s doplnkovým produktom alebo službou, ktoré nie sú poistením, úlohou distribútora poistenia je informovať zákazníka o možnostiach kúpiť jednotlivé zložky balíka osobitne.

Cieľom smernice nie je zaťažovať malých a stredných distribútorov poistenia a zaistenia, avšak jedným z nástrojov na dosiahnutie rovnováhy na poistnom trhu je riadne uplatňovanie zásady proporcionality. Uvedená zásada sa vzťahuje na požiadavky uložené distribútorom poistenia a taktiež na vykonávanie právomocí dohľadu. Príslušné orgány sa splnomocňujú ukladať peňažné sankcie, dostatočne vysoké na to, aby odradili distribútorov poistenia od správania, ktoré sa považuje za správanie poškodzujúce zákazníkov. Cieľom je, aby distribútori poistenia pri vykonávaní distribúcie poistenia konali vždy čestne, spravodlivo a profesionálne v súlade s najlepšimi záujmami svojich zákazníkov.

Pre ujasnenie pojmov použitých pri stručnom výklade náležitostí smernice (EÚ) 2016/97, vymedzuje smernica tieto pojmy nasledovne:

1. **Distribúcia poistenia** sú činnosti spočívajúce v poradenstve, navrhovaní alebo vykonávaní iných prípravných prác vedúcich k uzavretiu zmlúv o poistení, uzatváraní takýchto zmlúv alebo spolupôsobení pri správe a plnení takýchto zmlúv, najmä v prípade poistného nároku vrátane poskytovania informácií o jednej alebo viacerých poistných zmluvách v súlade s kritériami, ktoré si zákazníci zvolia prostredníctvom webového sídla alebo iných médií, ako aj predloženie rebríčka poistných produktov vrátane ceny a porovnania produktov alebo poskytnutie zľavy z ceny poistnej zmluvy, keď zákazník môže na konci procesu priamo alebo nepriamo uzatvoriť zmluvu o poistení prostredníctvom webového sídla alebo iných médií.²³ Za distribúciu poistenia sa nepovažuje:
 - a. poskytovanie príležitostných informácií v súvislosti s inou odbornou činnosťou, ak:
 - i. poskytovateľ nepodnikne ďalšie kroky, aby pomohol pri uzavretí alebo plnení zmluvy o poistení;
 - ii. účelom uvedenej činnosti nie je pomoc zákazníkovi pri uzavretí alebo plnení zmluvy o zaistení;
 - b. profesionálna správa poistných nárokov poisťovne alebo zaisťovne, likvidácia poistných nárokov a odborné ohodnotenie nárokov;

²³ Smernica č. 32016L0097 : Smernica Európskeho parlamentu a rady (EÚ) 2016/97 z 20. januára 2016 o distribúcii poistenia, čl. 2, ods. 1, odstavec 1

- c. *výlučné poskytovanie údajov a informácií o potenciálnych poistníkoch sprostredkovateľom poistenia, sprostredkovateľom zaistenia, poisťovniam alebo zaist'ovniam, ak poskytovateľ nepodnikne žiadne ďalšie kroky na pomoc pri uzavretí zmluvy o poistení alebo zaistení;*
 - d. *výlučné poskytovanie informácií o poistných produktoch alebo produktoch zaistenia, o sprostredkovateľovi poistenia, sprostredkovateľovi zaistenia, poisťovni alebo zaist'ovni potenciálnym poistníkom, ak poskytovateľ nepodnikne žiadne ďalšie kroky na pomoc pri uzavretí zmluvy o poistení alebo zaistení.*²⁴
2. **Sprostredkovateľ poistenia** je každá fyzická alebo právnická osoba s výnimkou poisťovne alebo zaist'ovne, alebo ich zamestnancov a s výnimkou sprostredkovateľa doplnkového poistenia, ktorá za odmenu začína vykonávať alebo vykonáva činnosť distribúcie poistenia.²⁵
 3. **Distribútor poistenia** je akýkoľvek sprostredkovateľ poistenia, sprostredkovateľ doplnkového poistenia alebo poisťovňa.²⁶
 4. **Odmena** je akákoľvek provízia, poplatok alebo iný druh platby vrátane ekonomickej výhody akéhokoľvek druhu alebo akákoľvek iná finančná alebo nefinančná výhoda či stimul, ktoré sa ponúkajú alebo dávajú v súvislosti s činnosťami distribúcie poistenia.²⁷
 5. **Poradenstvo** je poskytovanie osobných odporúčaní zákazníkovi buď na jeho žiadosť, alebo z iniciatívy distribútora poistenia v súvislosti s jednou alebo viacerými zmluvami o poistení.²⁸
 6. **Investičný produkt založený na poistení** je poistný produkt, ktorý ponúka hodnotu splatnosti alebo odkupnú hodnotu, pričom táto hodnota splatnosti alebo odkupná hodnota sú úplne alebo čiastočne, priamo alebo nepriamo

²⁴ Smernica č. 32016L0097 : Smernica Európskeho parlamentu a rady (EÚ) 2016/97 z 20. januára 2016 o distribúcii poistenia, čl. 2, ods. 2

²⁵ Smernica č. 32016L0097 : Smernica Európskeho parlamentu a rady (EÚ) 2016/97 z 20. januára 2016 o distribúcii poistenia, čl. 2, ods. 1, odstavec 3

²⁶ Smernica č. 32016L0097 : Smernica Európskeho parlamentu a rady (EÚ) 2016/97 z 20. januára 2016 o distribúcii poistenia, čl. 2, ods. 1, odstavec 8

²⁷ Smernica č. 32016L0097 : Smernica Európskeho parlamentu a rady (EÚ) 2016/97 z 20. januára 2016 o distribúcii poistenia, čl. 2, ods. 1, odstavec 9

²⁸ Smernica č. 32016L0097 : Smernica Európskeho parlamentu a rady (EÚ) 2016/97 z 20. januára 2016 o distribúcii poistenia, čl. 2, ods. 1, odstavec 15

vystavené fluktuáciám na trhu,²⁹ pričom nezahŕňa: produkty odvetvia neživotného poistenia, zmluvy životného poistenia s dávkami splatnými v prípade smrti alebo invalidity, dôchodkové produkt založené na základe vnútroštátneho práva s cieľom poskytnúť investorovi príjem počas dôchodku, oficiálne uznané systémy dôchodkového zabezpečenia zamestnancov a samostatné dôchodkové produkty požadujúce podľa vnútroštátneho práva finančný príspevok od zamestnávateľa.

7. **Informačný dokument o poistnom produkte** je krátkym a samostatným dokumentom, upraveným a navrhnutý tak, aby bol jasný a ľahko čitateľný. Je napísaný v úradných jazykoch členských štátov, v ktorom sa poistný produkt ponúka, ak sa spotrebiteľ a distribútor nedohodli inak. Musí byť presný a nemôže byť zavádzajúci. EIOPA po konzultácii s vnútroštátnymi orgánmi a po spotrebiteľských testoch vypracovala návrh štandardizovaného formátu informačného dokumentu o poistnom produkte s uvedením podrobností k podobe uvádzaných informáciách. V informačnom dokumente o poistnom produkte sa uvádzajú tieto informácie:

- a. *informácie o druhu poistenia;*
- b. *zhrnutie poistného krytia vrátane hlavných poistených rizík, poistná suma a prípadne i geografický rozsah a zhrnutie vylúčených rizík;*
- c. *spôsob platby poistného a trvanie platieb;*
- d. *hlavné vylúčenia, v prípade ktorých si nemožno uplatniť nárok;*
- e. *povinnosti na začiatku platnosti zmluvy;*
- f. *povinnosti počas trvania zmluvy;*
- g. *povinnosti v prípade uplatnenia uvedeného nároku;*
- h. *obdobie platnosti zmluvy vrátane uvedenia dátumov začiatku a konca platnosti zmluvy;*
- i. *spôsob ukončenia zmluvy.*³⁰

Smernica vyžaduje odborne pripravených distribútorov poistenia, ktorí podávajú zákazníkovi zrozumiteľné a adekvátne informácie, také, aby zákazníci mohli prijať informované rozhodnutie. Pre ujasnenie povinností distribútora poistenia,

²⁹ Smernica č. 32016L0097 : Smernica Európskeho parlamentu a rady (EÚ) 2016/97 z 20. januára 2016 o distribúcii poistenia, čl. 2, ods. 1, odstavec 17

³⁰ Smernica č. 32016L0097 : Smernica Európskeho parlamentu a rady (EÚ) 2016/97 z 20. januára 2016 o distribúcii poistenia, čl. 20, ods. 8

predchádzajúcich uzatvoreniu poisťného kontraktu, navrhuje smernica dodržiavať nasledujúce zásady:

1. V prvom kroku distribútor získa od zákazníka informácie o jeho požiadavkách a potrebách, vyhodnotí ich a následne mu predloží objektívne informácie o možnostiach uzatvorenia poisťovania tak, aby mohol zákazník prijať informované rozhodnutie. Akákoľvek navrhovaná zmluva musí spĺňať poisťné požiadavky a potreby zákazníka. V prípade poskytovaného poradenstva, distribútor poisťovania zákazníkovi objasní, prečo by konkrétny produkt najlepšie spĺňal požiadavky a potreby zákazníka.
2. Podrobnosti uvedené v bode č. 1 sa upravujú podľa zložitosti navrhovaného poisťného produktu a typu zákazníka.
3. Ak sprostredkovateľ poisťovania deklaruje, že poskytuje poradenstvo na základe objektívnej a osobnej analýzy, musí toto poradenstvo poskytnúť na základe analýzy dostatočne veľkého počtu poisťných zmlúv dostupných na trhu. Následne poskytne zákazníkovi osobné odporúčanie v súlade s odbornými kritériami o najvhodnejšej alternatíve, ktorá bude primeraná potrebám zákazníka.
4. V každom prípade poskytovania poisťnej služby je distribútor povinný podať zákazníkovi príslušné informácie o poisťnom produkte zrozumiteľnou formou, s cieľom umožniť zákazníkovi prijať informované rozhodnutie s prihliadnutím na zložitosť poisťného produktu a typ zákazníka.
5. V súvislosti s predajom produktov neživotného poisťovania sa informácie o poisťnom produkte poskytnú prostredníctvom predloženia štandardizovaného informačného dokumentu o poisťnom produkte v papierovej podobe alebo na inom trvanlivom médiu. Informačný dokument o poisťnom produkte vytvorí poisťovateľ, poskytujúci daný produkt neživotného poisťovania.
6. Pokiaľ ide o distribúciu investičných produktov založených na poisťovaní, sprostredkovateľ poisťovania alebo poisťovňa majú povinnosť poskytovať uvedené informácie obsahujú aspoň nasledujúce:
 - a. pravidelné posúdenie vhodnosti jemu odporučených investičných produktov založených na poisťovaní;

- b. vhodné usmernenia a upozornenia na riziká spojené s investičnými produktmi založenými na poistení alebo s konkrétnymi navrhovanými investičnými stratégiami;
- c. informácie o všetkých nákladoch a súvisiacich poplatkoch, informácie o distribúcii investičného produktu založeného na poistení vrátane prípadných nákladov na poradenstvo, nákladov na investičný produkt založený na poistení, ktorý sa odporúča alebo predáva zákazníkovi, a informácie o tom, ako zaň zákazník môže zaplatiť, vrátane akýchkoľvek platieb tretej strane.

Informácie o všetkých nákladoch a poplatkoch vrátane nákladov a poplatkov súvisiacich s distribúciou investičného produktu založeného na poistení, ktoré nie sú spôsobené trhovým rizikom, musia byť v súhrnnej podobe, aby zákazník porozumel celkovým nákladom, ako aj kumulatívnej účinku na návratnosť investície, a na žiadosť zákazníka mu musí byť poskytnutý rozpis nákladov a poplatkov. V relevantných prípadoch sa takéto informácie poskytujú zákazníkovi pravidelne v priebehu celého životného cyklu investície, a to najmenej raz ročne.³¹

1.3 Distribučné kanály v podmienkach Slovenskej republiky

1.3.1 Priama distribúcia poistenia

Priama distribúcia alebo priamy obchod je všeobecne charakterizovaná ako priamy predaj poistných produktov klientom. Dochádza k priamej interakcii medzi poisťovňou a jej klientami na čo poisťovňa využíva svoje vlastné predajné kapacity.³² Smernica Európskeho parlamentu a rady (EÚ) 2016/97, už aplikovaná aj do slovenskej legislatívy³³ upravuje rovnako aj činnosť zamestnancov poisťovne ponúkajúcich poistné produkty a taktiež aj činnosť diaľkového predaja poistných produktov, využívajúci moderné technológie aplikované do predajnej siete, ako sú call centrá, webové stránky alebo mobilné aplikácie.³⁴

³¹ Smernica č. 32016L0097 : Smernica Európskeho parlamentu a rady (EÚ) 2016/97 z 20. januára 2016 o distribúcii poistenia, čl. 29

³² KORAUŠ, Antonín. Marketing v poisťovníctve. Bratislava: Sprint vfra, 2001, s. 140 - 141 ISBN 80-88848-91-1.

³³ Príloha 1: Dôvodová správa k návrhu zákona č. 282/2017 Z. z.

³⁴ MESRŠMÍD, Jaroslav. Marketing v pojišťovníctví. Praha: Kamil Mařík - Professional Publishing, 2016, s. 130 ISBN 978-80-7431-158-1.

1.3.2 Nepriama distribúcia poistenia³⁵

Nepriamou distribúciou poistenia sa rozumie predaj poistných produktov prostredníctvom sprostredkovateľov. Vo finančnom sektore, predovšetkým v poisťovníctve, je **sprostredkovanie** charakterizované ako činnosť spojená s predkladaním ponúk, uzatváraním poistných zmlúv, respektíve výkon iných činností, vedúcich k uzatvoreniu poistnej zmluvy. Medzi tieto činnosti patrí poskytovanie odbornej pomoci, informácií a odporúčaní alebo spolupráca pri správe zmluvy a pri vybavovaní nárokov na plnenia, ktoré plynú klientovi zo zmluvy. **Poradenstvo** k poistným produktom na trhu vykonávajú aj finanční poradcovia, avšak cieľom finančného sprostredkovateľa, na rozdiel od finančného poradcu, je predovšetkým uzatvorenie poistnej zmluvy. **Finančný poradca** vykonáva svoju činnosť na účet a v mene klienta a teda poskytuje vypracovanie nestrannej analýzy, ktorá klientovi posluží pri uzatvorení poistnej zmluvy. Konkrétna osoba, vykonávajúca finančné sprostredkovanie, je definovaná ako finančný agent. *Finančným agentom v sektore poistenia alebo zaistenia je osoba so sídlom alebo ústredím na území Slovenskej republiky, ak ide o právnickú osobu alebo osoba s trvalým pobytom alebo prechodným pobytom a miestom podnikania na území Slovenskej republiky, ak ide o fyzickú osobu.*³⁶ **Platí, že finančný agent, vykonávajúci finančné sprostredkovanie, nesmie vykonávať finančné poradenstvo.**

Slovenská legislatíva vymedzuje 5 kategórií finančných agentov s povolením vykonávať finančné sprostredkovanie v sektore poistenia a to:

1. **Samostatný finančný agent**, ktorý vykonáva finančné sprostredkovanie na základe písomnej zmluvy s finančnou inštitúciou; pričom súčasne, v tom istom čase, môže mať uzavreté písomné zmluvy s viacerými finančnými inštitúciami.
2. **Viazaný finančný agent**, vykonávajúci finančné sprostredkovanie na základe písomnej zmluvy s finančnou inštitúciou, pričom súčasne môže mať uzavretú písomnú zmluvu v jednom sektore najviac s jednou finančnou inštitúciou, s výnimkou sektora poistenia alebo zaistenia. Pre sektor poistenia alebo zaistenia platí, že viazaný finančný agent môže mať uzavretú písomnú

³⁵ Zákon č. 186/2009 Z. z. : Zákon č. 186 z 24. apríla 2009 o finančnom sprostredkovaní a finančnom poradenstve a o zmene a doplnení niektorých zákonov

³⁶ Zákon č. 186/2009 Z. z. : Zákon č. 186 z 24. apríla 2009 o finančnom sprostredkovaní a finančnom poradenstve a o zmene a doplnení niektorých zákonov, § 6, ods. 1

zmluvu najviac s jednou poisťovňou vykonávajúcou len životné poistenie a zároveň najviac s jednou poisťovňou vykonávajúcou neživotné poistenie.

3. **Podriadený finančný agent**, ktorý vykonáva finančné sprostredkovanie v súlade s písomnou zmluvou so samostatným finančným agentom, pričom v tom istom čase môže mať podriadený finančný agent uzavretú písomnú zmluvu najviac s jedným samostatným finančným agentom alebo finančnou inštitúciou, ktorá má povolenie vykonávať činnosť samostatného finančného agenta.
4. **Sprostredkovateľ doplnkového poistenia** je osoba, ktorá za odmenu vykonáva finančné sprostredkovanie v sektore poistenia alebo zaistenia ako doplnkovú činnosť a teda jej hlavnou zárobkovou činnosťou nie je finančné sprostredkovanie alebo finančné poradenstvo v sektore poistenia alebo zaistenia. Sprostredkovateľ doplnkového poistenia ponúka len také poistné produkty, ktoré sú doplnkom k jeho ponúkanému tovaru alebo službách, s vylúčením životného poistenia a poistenia rizík, vyplývajúcich zo zodpovednosti. Z legislatívneho hľadiska sa na sprostredkovateľa doplnkového poistenia, v závislosti od osoby navrhovateľa, uplatňujú rovnaké podmienky ako na podriadeného, respektíve viazaného finančného agenta.
5. **Viazaný investičný agent**, ktorý v mene finančnej inštitúcie, operujúcej na kapitálovom trhu, vykonáva finančné sprostredkovanie na kapitálovom trhu.

1.3.3 Register finančných agentov a výkon dohľadu³⁷

V súlade s celistvosťou európskeho poistného trhu je každý členský štát povinný zriaďovať a viesť register finančných agentov a finančných poradcov (ďalej len „register“). Na Slovensku zriaďuje a vedie register Národná banka Slovenska. Register sa člení na 5 podregistrov pre jednotlivé sektory finančného trhu, ktoré sa ďalej členia na príslušné zoznamy. V prípade podregistra poistenia a zaistenia dochádza ku členeniu na nasledujúce zoznamy:

- Zoznam samostatných finančných agentov,

³⁷ Národná banka Slovenska : Register finančných agentov a finančných poradcov. regfap.nbs.sk, [cit. 20. 02. 2019]. Dostupné online na: <https://regfap.nbs.sk/> a Zákon č. 186/2009 Z. z. : Zákon č. 186 z 24. apríla 2009 o finančnom sprostredkovaní a finančnom poradenstve a o zmene a doplnení niektorých zákonov

- zoznam viazaných finančných agentov,
- zoznam podriadených finančných agentov,
- zoznam finančných poradcov,
- zoznam finančných sprostredkovateľov z iného členského štátu v sektore poistenia alebo zaistenia,
- zoznam sprostredkovateľov doplnkového poistenia.

Každá osoba môže byť v príslušnom podregistri v každom zo zoznamov zapísaná iba raz. V prípade viazaných alebo podriadených finančných agentov a sprostredkovateľov doplnkového poistenia je možné zápis vykonať len na základe návrhu osoby alebo inštitúcie, s ktorou majú uzavretú písomnú zmluvu. Činnosť finančného sprostredkovania môže vykonávať len osoba, ktorá spĺňa podmienku zápisu do príslušného registra. V prípade zaniknutia oprávnenia na výkon finančného sprostredkovania alebo poradenstva, respektíve ukončenia účinnosti písomnej zmluvy medzi nadriadeným a podriadeným subjektom, Národná banka Slovenska zruší zápis v registri, čím zaniká aj povolenie na výkon činnosti finančného sprostredkovania. Evidované a zverejňované údaje v registri, rovnako ako aj podmienky na zápis do registra sú vymedzené príslušným zákonom.

Národná banka Slovenska súčasne vykonáva aj dohľad nad finančným trhom s cieľom prispievať ku stabilite finančného trhu ako celku. Snahou je zaručiť bezpečné a zdravé fungovanie v záujme udržiavania dôveryhodnosti finančného trhu, ochranu spotrebiteľov a zachovanie pravidiel hospodárskej súťaže.³⁸ V prípade zistenia nedostatkov v činnosti finančných sprostredkovateľov alebo poradcov, spočívajúcich v nedodržiavaní podmienok a povinností vyplývajúcich z rozhodnutí vydaných Národnou bankou Slovenska alebo v prípade nedodržiavania alebo obchádzania ustanovení zákona, smie Národná banka Slovenska vyvodit' dôsledky a sankcionovať takýto subjekt. V prípade pochybností má Národná banka Slovenska právomoc uložiť sankcionovanému subjektu povinnosť prijať opatrenia na odstránenie a nápravu zistených nedostatkov, finančnú pokutu, obmedziť alebo pozastaviť jeho činnosť, odobrať povolenie na výkon činnosti alebo uložiť iné sankcie v súlade so zákonom.³⁹

³⁸ Zákon č. 186/2009 Z. z. : Zákon č. 186 z 24. apríla 2009 o finančnom sprostredkovaní a finančnom poradenstve a o zmene a doplnení niektorých zákonov

³⁹ Zákon č. 186/2009 Z. z. : Zákon č. 186 z 24. apríla 2009 o finančnom sprostredkovaní a finančnom poradenstve a o zmene a doplnení niektorých zákonov, § 39, ods. 1, odstavce a - h

1.3.4 Odborná spôsobilosť a vzdelávanie⁴⁰

Je nevyhnutné, aby osoby vykonávajúce finančné sprostredkovanie alebo poradenstvo spĺňali zákonom stanovené požiadavky, ako sú bezúhonnosť, dôveryhodnosť alebo odborná spôsobilosť. Odbornou spôsobilosťou sa rozumie miera odborných vedomostí fyzických osôb, vykonávajúcich finančné sprostredkovanie alebo finančné poradenstvo, na dostatočnej odbornej úrovni. Tabuľka č. 1 zobrazuje jednotlivé stupne odbornej spôsobilosti v sektore poistenia a zaistenia, spolu s požiadavkami nevyhnutnými pre ich dosiahnutie. Každý finančný agent alebo finančný poradca musí úroveň svojej odbornej spôsobilosti deklarovať pred začiatkom výkonu činnosti a svoje znalosti musí pravidelne rozvíjať. Pre základný stupeň odbornej spôsobilosti je nutné mať ukončené najmenej stredné odborné vzdelanie a každoročne absolvovať osobitné finančné vzdelávanie pre každý sektor, v ktorom má oprávnenie vykonávať finančné sprostredkovanie. Stredný stupeň navyše vyžaduje pravidelné úspešné absolvovanie odbornej skúšky, ktorej vykonanie zabezpečuje Národná banka Slovenska. Vyšší stupeň odbornej spôsobilosti môže sprostredkovateľ poistenia dosiahnuť až po troch rokoch praxe v odbore. Pre najvyšší stupeň odbornej spôsobilosti je nevyhnutné mať ukončené úplné stredné odborné vzdelanie a prinajmenšom sedemročnú odbornú prax v sektore, v ktorom smie vykonávať finančné poradenstvo.

Tabuľka 1: Stupne odbornej spôsobilosti a požiadavky na ich dosiahnutie

Stupeň odbornej spôsobilosti	Požiadavky			
	Vzdelanie	Prax v sektore	Osobitné finančné vzdelávanie v sektore	Odborná skúška v sektore
Základný	Najmenej stredné odborné	Nie	Áno (každý rok)	Nie
Stredný	Najmenej stredné odborné	Nie	Áno (každý rok)	Áno (každé 4 roky)
Vyšší	Najmenej stredné odborné	3 roky	Áno (každý rok)	Áno (každé 4 roky)

⁴⁰ Zákon č. 186/2009 Z. z. : Zákon č. 186 z 24. apríla 2009 o finančnom sprostredkovaní a finančnom poradenstve a o zmene a doplnení niektorých zákonov, § 21

Stupeň odbornej spôsobilosti	Požiadavky			
	Vzdelanie	Prax v sektore	Osobitné finančné vzdelávanie v sektore	Odborná skúška v sektore
Najvyšší	Najmenej úplné stredné odborné	7 rokov	Áno (každý rok)	Áno (každé 4 roky)

Zdroj: Vlastné spracovanie podľa Národná banka Slovenska⁴¹

V súlade s požiadavkami na dosiahnutie jednotlivých stupňov odbornej spôsobilosti, Tabuľka č. 2 ohraničuje stupeň odbornej spôsobilosti, ktorý je nevyhnutné spĺňať pre jednotlivé kategórie finančných agentov a poradcov v sektore poistenia a zaistenia a stupeň, ktorý musia spĺňať v rámci organizačnej štruktúry spoločnosti, v ktorej vykonávajú svoju činnosť. Vzhľadom na skutočnosť, že finančný agent a finančný poradca sú zodpovední za prípadnú škodu spôsobenú zlým úsudkom pri vykonávaní finančného sprostredkovania alebo finančného poradenstva, samostatný finančný agent a finančný poradca musia byť poistení pre prípad zodpovednosti za škodu a to pred začatím činnosti a toto poistenie musí trvať po celú dobu ich zápisu v registri.

Tabuľka 2: Minimálny stupeň odbornej spôsobilosti nevyhnutný pre výkon činnosti

	Typ agenta					Finančný poradca
	VFA	PFA	VIA	SFA	SDP	
Stupeň odbornej spôsobilosti	Základný	Stredný	Stredný	Vyšší	Základný	Najvyšší
Zamestnanec	Základný	Základný	Stredný	Stredný	Základný	Vyšší
Člen štatutárneho orgánu	Základný	Základný	Stredný	Stredný ⁴²	Základný	Vyšší

⁴¹ Národná banka Slovenska : Odborná spôsobilosť - Stupne odbornej spôsobilosti podľa typu agentov. www.nbs.sk, [cit. 10. 03. 2019]. Dostupné online na: <http://www.nbs.sk/sk/dohlad-nad-financnym-trhom/dohlad/financne-sprostredkovanie-a-financne-poradenstvo/informacie/odborna-sposobilost>

⁴² Všetci členovia štatutárneho orgánu SFA, ktorí budú zodpovední za finančné sprostredkovanie v danom sektore, musia spĺňať požiadavky pre vyšší stupeň odbornej spôsobilosti.

	Typ agenta					Finančný poradca
	VFA	PFA	VIA	SFA	SDP	
Odborný garant	Základný	Stredný	Stredný	Vyšší	Základný	Najvyšší
Mentor	Stredný	Stredný	Stredný	Stredný	-	-

Zdroj: *Vlastné spracovanie podľa Národná banka Slovenska*⁴³

Aby sa predišlo nesprávnym odporúčaniam zo strany finančných sprostredkovateľov alebo finančných poradcov, je nevyhnutné aby neustále prehľbovali svoje znalosti. Finančný trh je dynamický a neustále dochádza k zásadným zmenám, ktoré musia finanční agenti a poradcovia zohľadňovať pri svojej činnosti a preto podliehajú povinnosti osobného rozvoja v podobe osobitného finančného vzdelávania. Osobitným finančným vzdelávaním sa rozumejú školenia, kurzy a iné formy vzdelávania, ktorých účelom je zabezpečiť pre fyzickú osobu, ktorá ich absolvovala, dostatočnú informovanosť o finančných službách, zlepšiť kvalitu jej teoretických znalostí a praktických schopností potrebných na vykonávanie finančného sprostredkovania alebo finančného poradenstva.

⁴³Národná banka Slovenska : Odborná spôsobilosť - Stupne odbornej spôsobilosti podľa typu agentov. www.nbs.sk, [cit. 10. 03. 2019]. Dostupné online na: <http://www.nbs.sk/sk/dohlad-nad-financnym-trhom/dohlad/financne-sprostredkovanie-a-financne-poradenstvo/informacie/odborna-sposobilost>

2 Cieľ práce

Práca poskytuje ucelený a zjednodušený prehľad využitia distribučných sietí pri predaji poistných produktov v praxi. Komparuje jednotlivé systémy, analyzuje ich výhody a nevýhody a zobrazuje podiel jednotlivých distribučných kanálov na predpísanom poistnom. **Hlavným cieľom práce je preukázať, že multi-kanálová distribučná politika optimalizuje efektívnosť distribúcie poistenia.** Za týmto tvrdením stojí predovšetkým fakt, že spotrebiteľia majú odlišné preferencie a tie sa prejavujú v spôsobe, akým si zakupujú poistnú ochranu. Kým jedna časť spotrebiteľov preferuje uzatvorenie poistnej zmluvy priamo v poisťovni, iní radšej vyhľadajú sprostredkovateľov, ktorých činnosť je charakterizovaná aj následnou starostlivosťou o klientov. V niektorých krajinách je ako spôsob distribúcie poistenia zas preferované bankopoistenie a teda predaj poistných produktov v iných finančných inštitúciách, predovšetkým v bankách. Hlavný cieľ práce budeme dokazovať prostredníctvom potvrdenia alebo vyvrátenia čiastkových hypotéz. Čiastkové hypotézy sú navrhnuté tak, aby závery vyvedené ich preskúmaním korešpondovali s hlavným cieľom a teda potvrdením dôležitosti mutli-kanálovej distribúcie.

Prvé tvrdenie hovorí, že štruktúra distribučných sietí nie je štandardizovaná a vykazuje významné rozdiely na národných trhoch. Inak povedané, v tomto prípade budeme porovnávať zapojenie distribučných kanálov do distribúcie poistných produktov a budeme sledovať v akej miere sa podieľajú na hrubom predpísanom poistnom vo vybraných krajinách. Rozdiely môžu vznikáť aj pri distribúcii produktov životného a neživotného poistenia, keďže riziká a predovšetkým poistná doba pri druhoch poistenia je odlišná a teda pri uzatváraní poistných zmlúv sú zo strany klientov kladené odlišné požiadavky. V prípade potvrdenia tohto tvrdenia môžeme konštatovať, že poisťovne pôsobiace na viacerých trhoch musia na jednotlivých trhoch upraviť svoju distribučnú politiku tak, aby bola v súlade s požiadavkami trhu.

Druhá čiastková hypotéza tvrdí, že uzatvorenie poistenia priamou formou je pre spotrebiteľov finančne výhodnejšie. Predpokladáme, že sprostredkovateľ je v procese distribúcie pre poisťovňu dodatočným nákladom a teda jeho činnosť znižuje potenciálny zisk poisťovne. Poisťovňa si tento znížený potenciálny zisk môže kompenzovať zvýšením brutto poistného a teda poistenie sa pre klienta stáva drahším, keďže vo výslednom ročnom poistnom, ktoré uhradí, sa musí zohľadniť aj provízia sprostredkovateľa. Vynechaním sprostredkovateľa v procese distribúcie a teda priamym

predajom poistného produktu klientovi poisťovňa nepríde o svoju časť zisku a teda vo výslednom poistnom nepotrebuje rátať s províziou pre sprostredkovateľa a môže požadovať nižšie poistné.

Tretia hypotéza nadobúda negatívny charakter, aby sme podporili tvrdenie hlavného cieľa. Hovorí, že sprostredkovatelia svojou činnosťou neprispievajú k stabilite poistného trhu. Sprostredkovatelia by mali byť odborníci na poistné produkty a zároveň by mali byť obchodníkmi, ktorí tieto produkty predávajú koncovým spotrebiteľom. Pri dokazovaní tejto hypotézy sa pozrieme na nepriaznivé stránky sprostredkovateľskej činnosti, ktoré neohrozujú len klientov ale prinášajú aj nepriaznivý pohľad na poistný trh. V prípade potvrdenia tohto tvrdenia sa väčšmi preukáže potreba mutli-kanálovej distribúcie, ktorá ponúka klientom možnosť voľby.

3 Metodika práce a metódy skúmania

V úvode práce sme použili množstvo zdrojov, ktoré nám nadstavili smer, akým sa bude práca uberať. Zadefinovali sme si pojmy a delenie distribučných kanálov nastavené autormi publikácií a považované za všeobecne platné. Aby sme tieto definície a delenie potvrdili, zamerali sme sa aj na legislatívnu úpravu a tak sme exaktne zadefinovali čo je to distribúcia poistenia a aké kanály používa. Keďže existuje odlišnosť medzi slovenskou právnou úpravou a európskym chápaním delenia distribučných kanálov, objasnili sme aj túto skutočnosť tak, aby teoretický podklad práce bol v súlade s jej výsledkami.

Pri dokazovaní hlavného cieľa práce sme si určili tri čiastkové tvrdenia, ktoré sú v súlade s hlavným cieľom a ich potvrdenia budú smerovať ku konečnému vyhodnoteniu práce. Hlavný cieľ práce a teda tvrdenie, že *multi-kanálová distribučná politika optimalizuje efektívnosť distribúcie poistenia*, sme vyhodnotili za použitia metódy dedukcie z výsledkov plynúcich z čiastkových tvrdení.

Pre potvrdenie alebo vyvrátenie prvej hypotézy stanovenej výrokom *štruktúra distribučných sietí nie je standardizovaná a vykazuje významné rozdiely na národných trhoch*, sme použili údaje sledované organizáciou Insurance Europe, ktorá zbiera a vyhodnocuje dáta svojich členov. Dáta prevzaté z databázy spomínanej organizácie sme v prvom rade museli analyzovať, roztriediť a zoskupiť, aby sme následne mohli vytvoriť tabuľkový prehľad a grafické vyobrazenie týchto údajov pre účely práce. Takto spracované dáta sme následne popísali a teda sme využili deskriptívnu vedeckú metódu.

Druhé tvrdenie, že *uzatvorenie poistenia priamou formou je pre spotrebiteľov finančne výhodnejšie* sme dokazovali pomocou experimentu. Navrhli sme si modelové osoby a predmety poistenia, zvolili sme poistný produkt, sledované poisťovne a distribučné kanály, následne sme pokračovali prieskumom trhu. Prioritne sme zisťovali výšku poistného vo všetkých kombináciách modelových osôb a predmetov poistenia pri uzatvorení poistnej zmluvy cez zvolené distribučné kanály u všetkých poisťovateľov. Výsledky sme zaznamenali v tabuľkách a v závere sme zhodnotili výsledky dokazovania.

Tretia a zároveň posledná čiastková hypotéza v znení *sprostredkovatelia svojou činnosťou neprispievajú k stabilite poistného trhu* bola stanovená ako podporenie hlavného cieľa a teda aj keď sa z pohľadu poisťovní javí tento kanál ako najefektívnejší, je vyžadované byť opatrný a doplniť ho aj inými podpornými kanálmi. Celé toto tvrdenie sme dokazovali za pomoci údajov získaných od Národnej banky Slovenska. Získané údaje sa týkali subjektov pôsobiacich na slovenskom poistnom trhu na základe licencie

NBS, pričom získané údaje boli veľmi rozsiahle, takže sme sa rozhodli pracovať s výberovým súborom údajov. Pre roztriedenie daných výberových súborov sme využili kontingenčné tabuľky, aby sme získali potrebný výsledok pozorovania. Údaje sme graficky spracovali a následne aplikovaním na teoretické pozadie definície činnosti sprostredkovateľa sme deduktívne zhodnotili výsledok pozorovania.

4 Výsledky práce a diskusia

Nastavenie distribučnej politiky ovplyvňuje celkovú hospodársku činnosť poisťovne. Správny výber a použitie distribučných kanálov patrí medzi rozhodujúce činitele podieľajúce sa na konečnom ekonomickom výsledku a preto je dôležité ich správne nastavenie. Adekvátne nastavenie distribučných sietí je úzko prepojené aj s históriou a kultúrou krajiny. V rôznych krajinách je zaužívaný odlišný spôsob využitia distribučných kanálov a preto sa na predajnosti poistných produktov, respektíve na celkovom upísanom poistnom podieľajú v rozličnej miere. Kým u nás prevláda predovšetkým predaj prostredníctvom finančných agentov, v niektorých európskych krajinách je situácia odlišná, pričom odlišnosti využitia distribučných kanálov nájdeme aj medzi životným a neživotným poistením. Pre priblíženie rozdielov budeme v nasledujúcej podkapitole komparovať historický vývoj a súčasné zapojenie jednotlivých druhov distribučných kanálov vo vybraných európskych krajinách. V nadväznosti na využitie distribučných sietí si priblížime, aké výhody so sebou prinášajú jednotlivé distribučné kanály pre spotrebiteľov na slovenskom poistnom trhu a v závere zhodnotíme postavenie sprostredkovateľov, ako neoddeliteľnej súčasť distribúcie poistenia.

4.1 Využitie distribučných kanálov vo vybraných krajinách

Pre porovnanie vývoja účasti jednotlivých distribučných kanálov využívaných na distribúciu poistných produktov spotrebiteľom sme zvolili nasledujúce krajiny: Nemecko, Belgicko, Francúzsko, Chorvátsko a Slovensko. Krajiny boli vybrané na základe odlišností spôsobu distribúcie a veľkosti trhu s ohľadom na dostupnosť údajov.⁴⁴ Insurance Europe sleduje vývoj distribúcie na poistnom trhu v období medzi rokmi 2004 – 2016, avšak sledované krajiny vykazujú tieto údaje za rozličné obdobia a teda dostupnosť údajov sa líši. Tabuľka 3 a Graf 1 zobrazujú za účelom zhodnotenia pozície poisťovníctva v štruktúre hospodárstva krajiny strednodobú situáciu na poistných trhoch vo vybraných krajinách a to objem hrubého predpísaného poistného v životnom a neživotnom poistení, poistné pripadajúce na jedného obyvateľa krajiny a taktiež podiel poistenia na HDP zvolených krajín.

⁴⁴ Rozšírený pohľad na distribučné siete v krajinách sledovaných organizáciou Insurance Europe poskytuje Príloha 2: Distribučné kanály v členských a partnerských krajinách Insurance Europe.

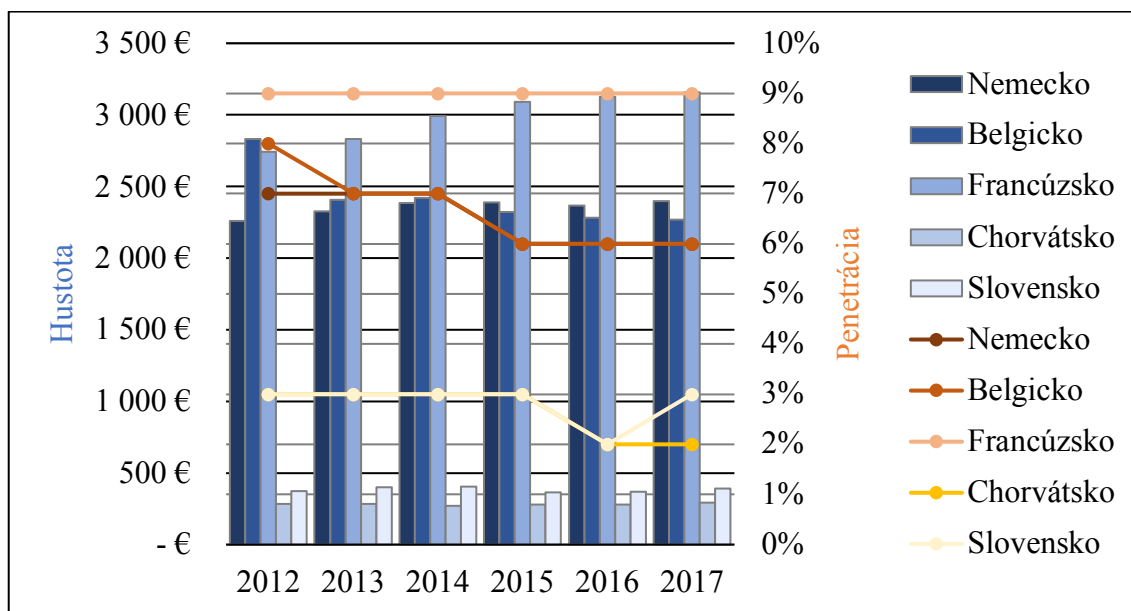
Tabuľka 3: Porovnanie vývoja HPP vo vybraných krajinách v rokoch 2012 - 2017

v mil. EUR		2012	2013	2014	2015	2016	2017	Trend
HPP ŽP	Nemecko	87 340	90 826	93 676	92 659	90 774	90 657	
	Belgicko	20 971	16 166	16 193	15 247	14 852	14 572	
	Francúzsko	113 251	118 834	128 948	135 527	133 918	134 622	
	Chorvátsko	326	333	344	384	386	395	
	Slovensko	1 166	1 234	1 216	1 054	1 000	1 072	
HPP NP	Nemecko	58 619	60 556	62 581	64 422	66 296	68 320	
	Belgicko	9 027	9 262	9 406	9 330	9 435	9 536	
	Francúzsko	55 672	56 598	57 455	62 089	63 296	64 982	
	Chorvátsko	839	825	737	715	719	756	
	Slovensko	863	902	929	962	932	994	

Zdroj: Vlastné spracovanie podľa údajov získaných z Insurance Europe

Vo veľkosti predpísaného poistného je medzi krajinami pozorovateľný značný rozdiel. Najrozvinutejší poistný trh s najväčším objemom predpísaného poistného spomedzi zvolených krajín má Francúzsko. Hustota poistenia tu presahuje 3 000 eur a penetrácia je na úrovni 9%. Vo všetkých zvolených krajinách pozorujeme v strednom období úbytok, respektíve pokles rastu objemu predpísaného poistného v životnom poistení. V neživotnom poistení je situácia opačná a s výnimkou Chorvátska je rast predpísaného poistného takmer konštantný. Nemecký a belgický trh s odhliadnutím od predpísaného poistného navzájom vykazujú podobné znaky. Rovnako je to aj v prípade chorvátskeho a slovenského poistného trhu, ktoré sú z hľadiska pozorovanej štatistiky navzájom podobné.

Graf 1: Štruktúra poistných trhov vo vybraných krajinách s ohľadom na účasť poistenia na HDP (penetrácia) a podielu HPP vo vybranej krajine na obyvateľa (hustota)



Zdroj: Vlastné spracovanie podľa údajov získaných z Insurance Europe

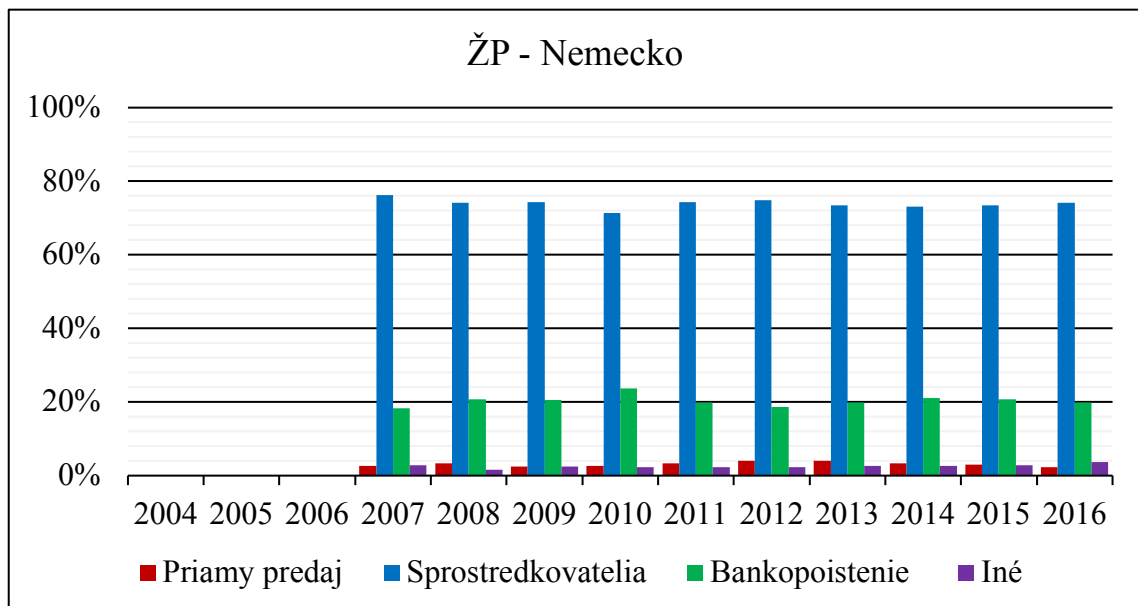
4.1.1 Nemecko

Nemecký poistný trh patrí medzi popredné a najrozvinutejšie trhy s poistením v Európskej únii. V Nemecku pôsobí viac ako 500 inštitúcií ponúkajúcich poistné služby, či už v rámci životného, neživotného alebo zdravotného poistenia. Celková penetrácia na nemeckom poistnom trhu, respektíve podiel hrubého predpísaného poistného na HDP za posledné roky prekračuje hranicu 6% a teda poistenie má v Nemecku silnú pozíciu. Poisťovne pôsobiace na nemeckom poistnom trhu používajú rôzne distribučné cesty na predaj poistných produktov klientom, avšak výrazne najsilnejšiu pozíciu majú sprostredkovatelia. Z dostupných údajov je zjavné, že svoju silnú pozíciu pri predaji poistných produktov klientom si sprostredkovatelia držia dlhodobo a aj napriek inováciám v distribúcii poistenia sa ich podiel na hrubom predpísanom poistnom nijako zásadne nemení. Pri bližšej analýze kategórie sprostredkovateľov je zjavné, že poistní agenti majú výrazne silnejšiu pozíciu ako poistní makléri, pretože ich podiel na hrubom predpísanom poistnom predstavuje viac ako dve tretiny z celkového hrubého predpísaného poistného sprostredkovateľmi, respektíve v konečnom meradle zhruba polovicu na celkovom hrubom predpísanom poistnom.

Ako nám ukazuje Graf 2, životné poistenie je v Nemecku distribuované predovšetkým poistnými sprostredkovateľmi, avšak dôležitou súčasťou systému

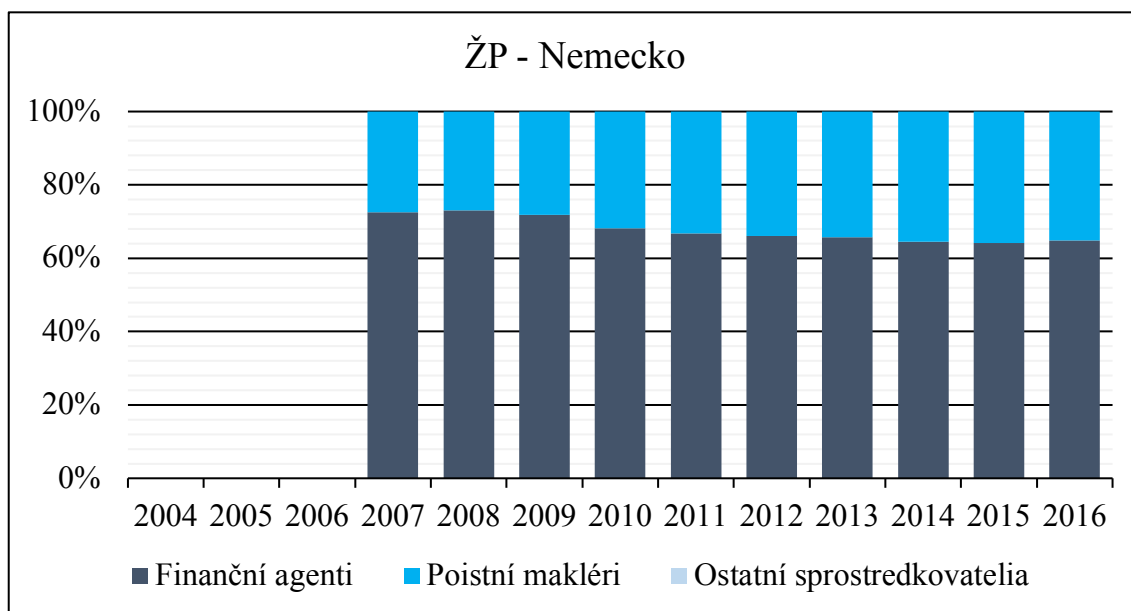
distribúcie sú aj iné finančné inštitúcie a teda banky. Podiel sprostredkovateľov na celkovom predpísanom hrubom poistnom sa v sledovanom období, v tomto prípade medzi rokmi 2007 až 2016, pohybuje nad úrovňou 70% s medziročným kolísaním atakujúcim hranicu 75%. Pri bližšom pohľade na sprostredkovateľov v Grafe 3 je zjavný najmä vplyv finančných agentov, ktorí v sledovanom období upísali viac ako dve tretiny z podielu sprostredkovateľov na predpísanom poistnom. Od začiatku sledovaného obdobia však podiel agentov mierne klesá a zaznamenávame rast účasti poistných maklérov, konajúcich v mene klientov. Bankopoistenie stabilne zastrešuje okolo 20% upísaného poistného s miernymi výkyvmi. Priamy predaj je v porovnaní s využitím sprostredkovateľov a bankopoistenia takmer zanedbateľný.

Graf 2: Podiel distribučných kanálov na HPP v životnom poistení - Nemecko



Zdroj: Vlastné spracovanie podľa údajov získaných z Insurance Europe

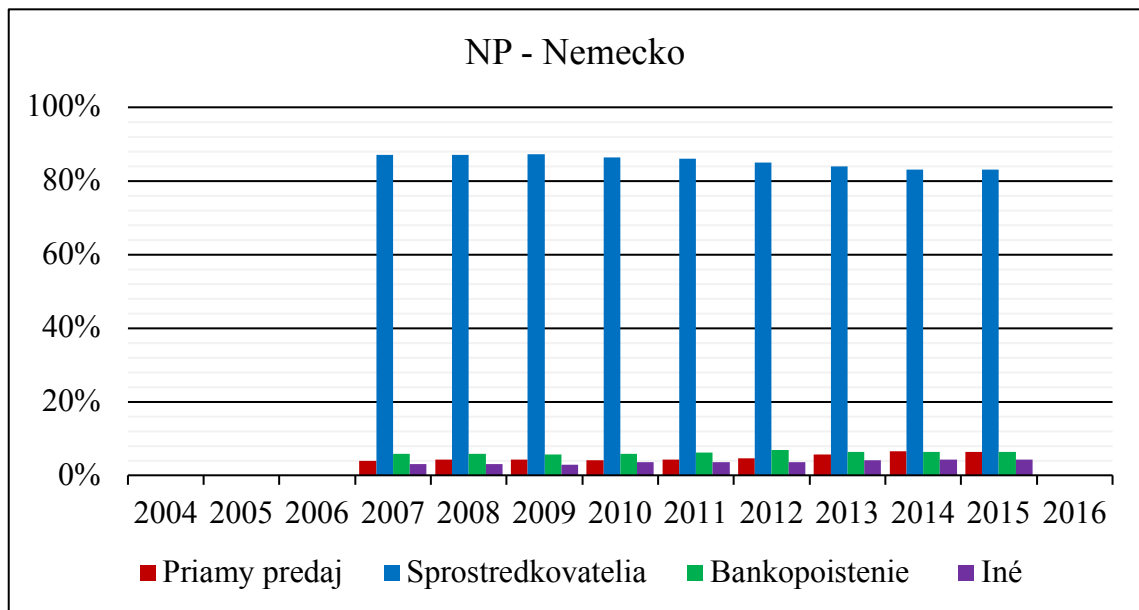
Graf 3: Podiel na HPP upísanom sprostredkovateľmi v životnom poistení - Nemecko



Zdroj: Vlastné spracovanie podľa údajov získaných z Insurance Europe

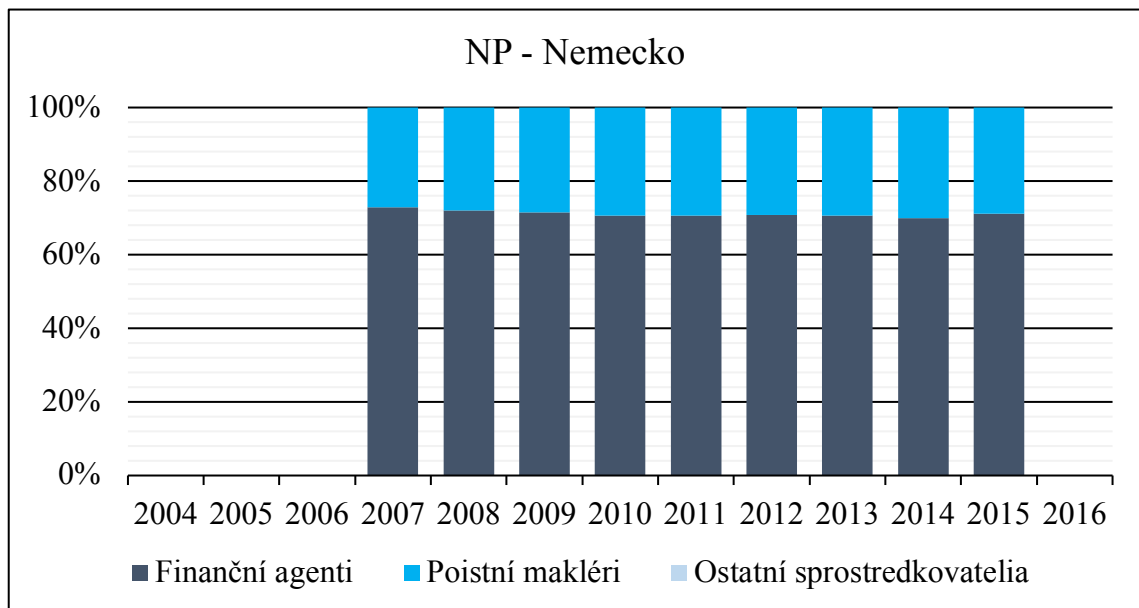
V prípade neživotného poistenia je podiel sprostredkovateľov na celkovom hrubom predpísanom poistnom ešte výraznejší, takmer 85%, z čoho v medziročnom porovnaní stabilne viac ako 70% upísali finanční agenti. V neživotnom poistení je možné sledovať mierny nárast podielu priameho obchodu, ktorý začína dobiehať zastúpenie bankopoistenia. Vzhľadom na početné investície poisťovní do informačných systémov a teda aj do online predaja poistenia, sa tieto investície postupne začínajú ukazovať v konečných štatistikách a ich prínos na predpísanom poistnom rastie. Tieto investície vynaložené na rozvoj online poistenia poisťovne pravidelne deklarujú vo svojich výročných správach naprieč celou EÚ, avšak nie je možné preukázať skutočné zastúpenie inovatívnych spôsobov priameho predaja poistenia, keďže tieto údaje nie je povinné zverejňovať a s prihliadnutím na konkurenčný boj ich poisťovne nezverejňujú ani dobrovoľne. Jedná sa tak o interný údaj nedostupný verejnosti.

Graf 4: Podiel distribučných kanálov na HPP v neživotnom poistení - Nemecko



Zdroj: Vlastné spracovanie podľa údajov získaných z Insurance Europe

Graf 5: Podiel na HPP upísanom sprostredkovateľmi v neživotnom poistení - Nemecko



Zdroj: Vlastné spracovanie podľa údajov získaných z Insurance Europe

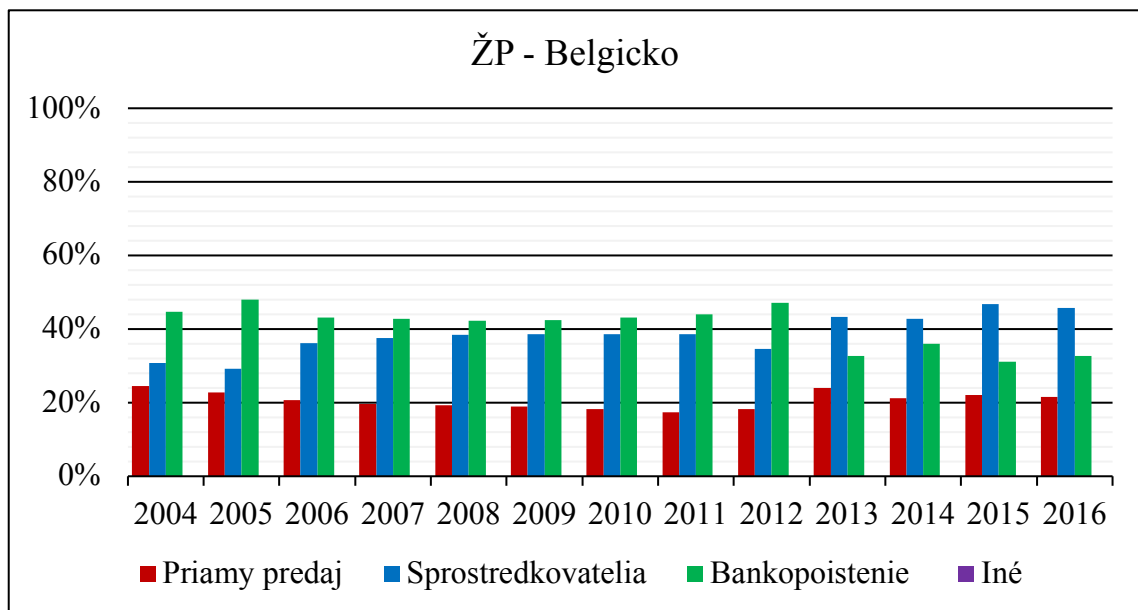
4.1.2 Belgicko

Belgický poisťný trh, na rozdiel od stabilného nemeckého poisťného trhu, v posledných rokoch vykazuje značný prepád úrovne poistenosti obyvateľstva. Kým v roku 2012 predstavoval podiel poistenia na HDP 8%, postupne až do roku 2017 môžeme sledovať pokles až k úrovni 6%. Značný pokles upísaného poisťného je viditeľný

v životnom poistení, kde sa celková úroveň hrubého predpísaného poistného prepadla v priebehu sledovaného obdobia takmer až o tretinu. V prípade neživotného poistenia je tendencia opačná a teda sledujeme mierny rast.

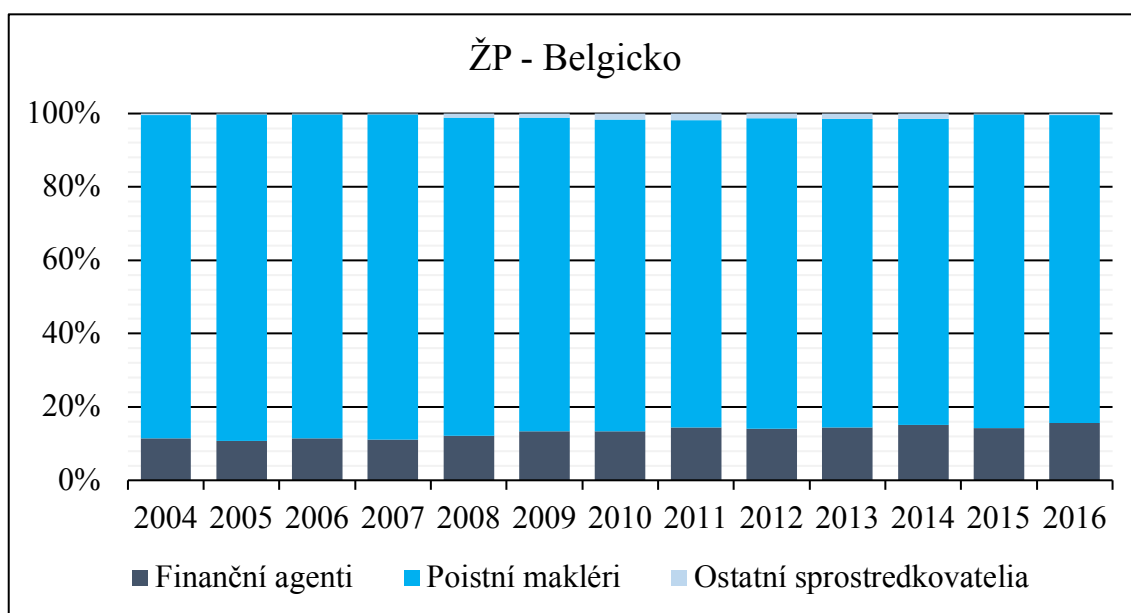
Na belgickom trhu životného poistenia v nedávnej minulosti dominovalo predovšetkým bankopoistenie s podielom oscilujúcim okolo úrovne 45%. V tesnom závесе od roku 2006 boli sprostredkovatelia s takmer 40% podielom na trhu a zvyšné poistné bolo upisované priamo poisťovňami. Zmena v rozložení využitia distribučných kanálov nastala odkedy sledujeme výrazný pokles upísaného poistného v životnom poistení. Od roku 2012 rastie podiel sprostredkovateľov, ale aj priameho obchodu, pričom bankopoistenie zaznamenáva pokles až pod úroveň sprostredkovateľov. Pri bližšom pohľade na účasť jednotlivých druhov sprostredkovateľov jednoznačne dominujú poistný makléri, avšak ich podiel v sledovanom období klesol o viac ako 4 percentuálne body na poslednú známu úroveň 84% z trhového podielu sprostredkovateľov.

Graf 6: Podiel distribučných kanálov na HPP v životnom poistení - Belgicko



Zdroj: Vlastné spracovanie podľa údajov získaných z Insurance Europe

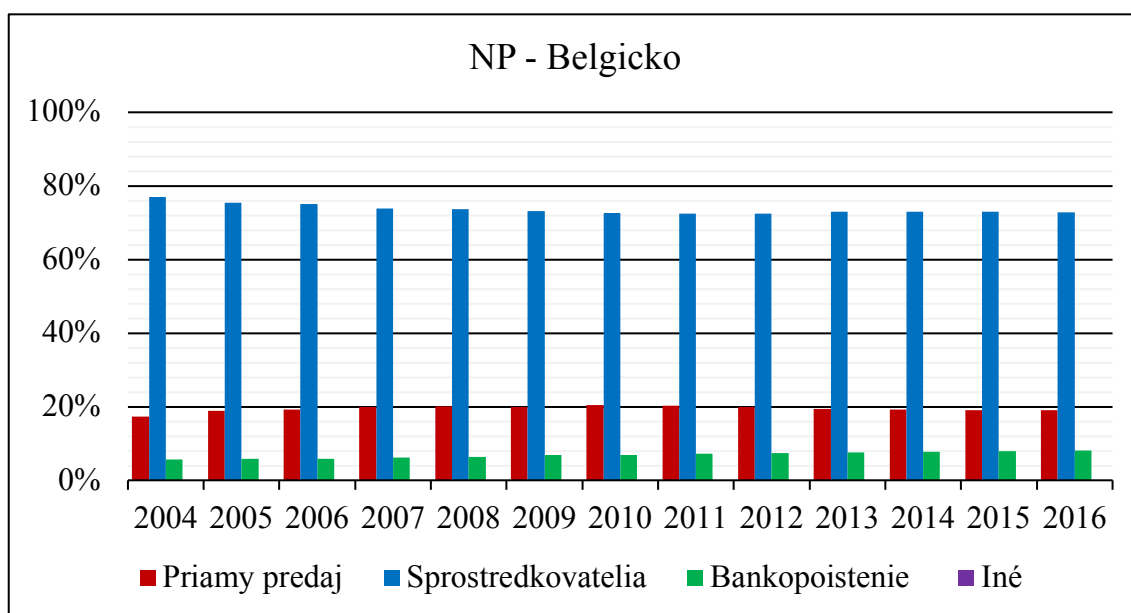
Graf 7: Podiel na HPP upísanom sprostredkovateľmi v životnom poistení - Belgicko



Zdroj: Vlastné spracovanie podľa údajov získaných z Insurance Europe

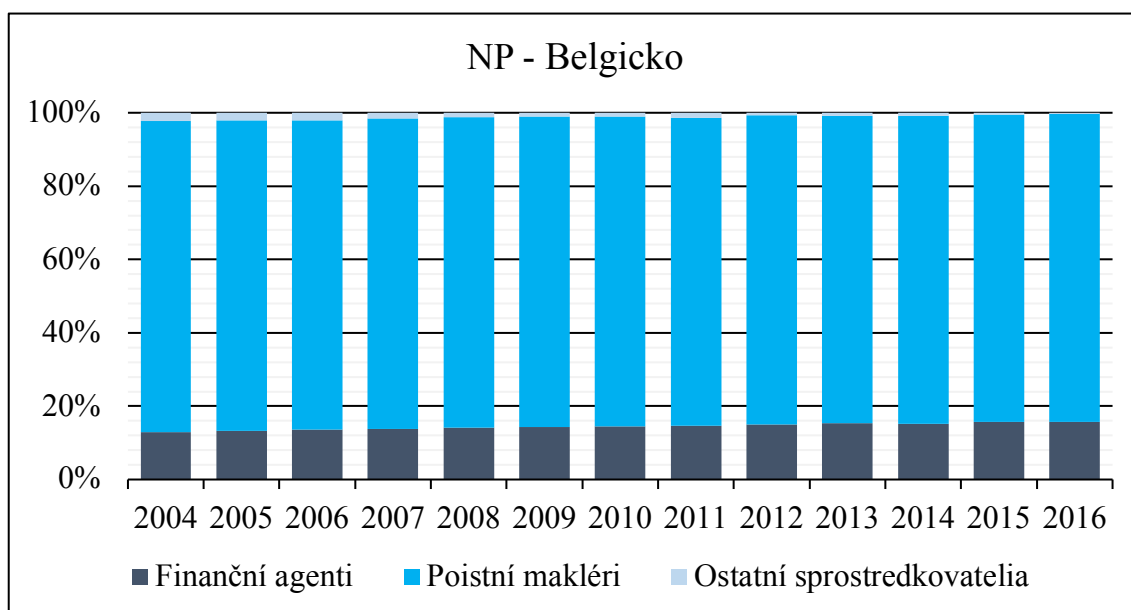
V neživotnom poistení je využitie distribučných kanálov výrazne odlišné. Jednoznačne najväčšiu časť predpísaného poistného upisujú sprostredkovatelia, aj keď ich podiel má tendenciu klesať. Podľa posledných dostupných informácií sa podiel sprostredkovateľov pohybuje na úrovni 73%. Bez výraznejších výkyvov 20% poistného je upísaného priamym predajom a na zvyšku participuje bankopoistenia, ktoré zaznamenáva mierny rast. Podobne ako v životnom poistení, v rámci sprostredkovateľov prevládajú poistní makléři, ktorých podiel na upísanom poistnom sprostredkovateľmi sa pohybuje tesne pod 85%, čo predstavuje viac ako 60% na celkovom predpísanom hrubom poistnom v neživotnom poistení na belgickom poistnom trhu.

Graf 8: Podiel distribučných kanálov na HPP v neživotnom poistení - Belgicko



Zdroj: Vlastné spracovanie podľa údajov získaných z Insurance Europe

Graf 9: Podiel na HPP upísanom sprostredkovateľmi v neživotnom poistení - Belgicko



Zdroj: Vlastné spracovanie podľa údajov získaných z Insurance Europe

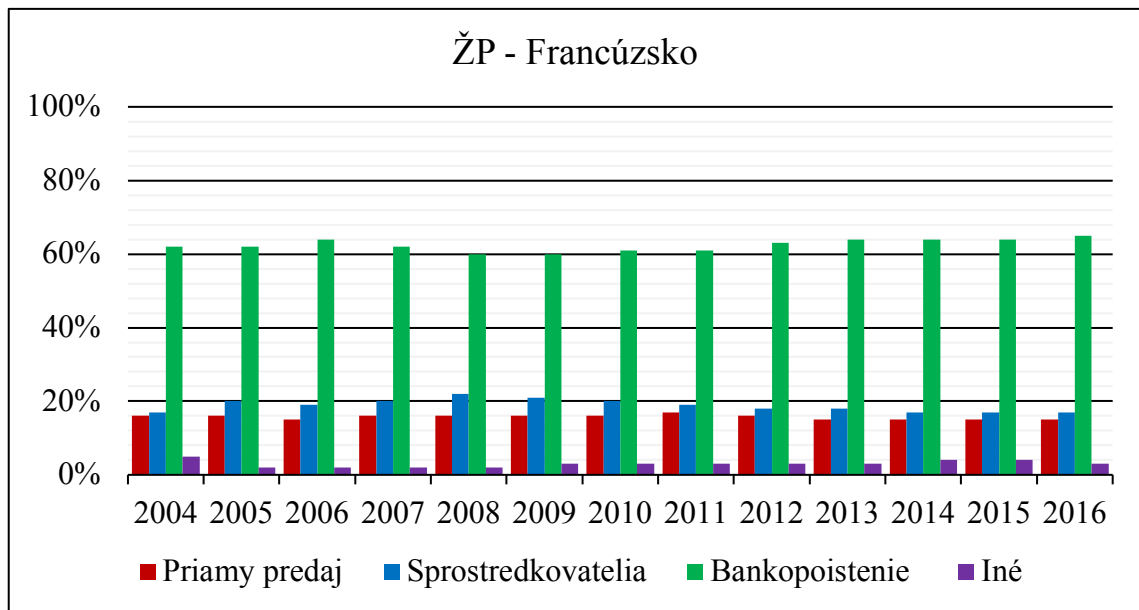
4.1.3 Francúzsko

Francúzsko je krajina s výrazným a stabilným podielom poistenia na HDP na úrovni 9% počas celého sledovaného obdobia. Trh navyše zaznamenáva rast v upísanom poistnom vo všetkých poistných druhoch. Ako jediná zo sledovaných krajín presahuje hodnotu 3 000 eur v predpísanom poistnom pripadajúcom na obyvateľa. Rovnako ako

v prípade belgického poistného trhu aj vo Francúzsku je značne odlišné využitie distribučných kanálov pre životné a neživotné poistenie.

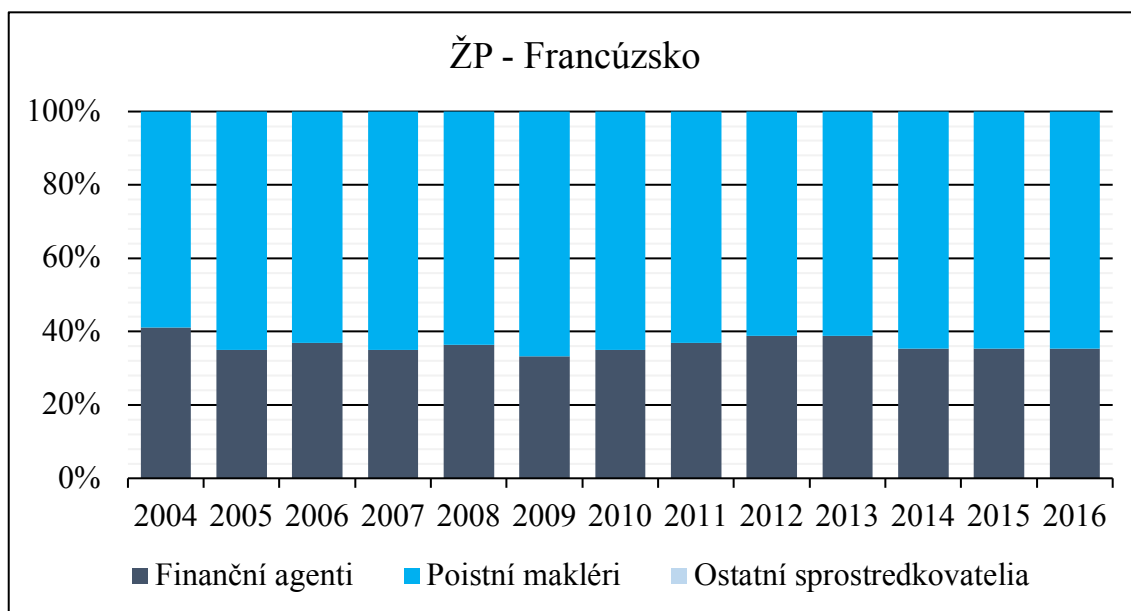
V životnom poistení má najsilnejšie postavenie na trhu bankopoistenie, ktorého podiel na upísanom poistnom sa šplhá k dvom tretinám z celkového hrubého predpísaného poistného. Sprostredkovatelia v prípade francúzskeho poistného trhu nemajú až tak významné postavenie ako v predchádzajúcich prípadoch a spolu s vlastnou obchodnou sieťou poisťovní sa pohybujú pod úrovňou 20%. Pri bližšej analýze sprostredkovateľov prevažuje podiel poistných maklérov pred finančnými agentmi, pohybujúci sa v čase okolo hladiny 63% z celkového poistného upísaného sprostredkovateľmi. V grafe sa v minimálnom zastúpení objavujú aj iné formy distribučných kanálov, ktoré nie sú nijako bližšie špecifikované.

Graf 10: Podiel distribučných kanálov na HPP v životnom poistení - Francúzsko



Zdroj: Vlastné spracovanie podľa údajov získaných z Insurance Europe

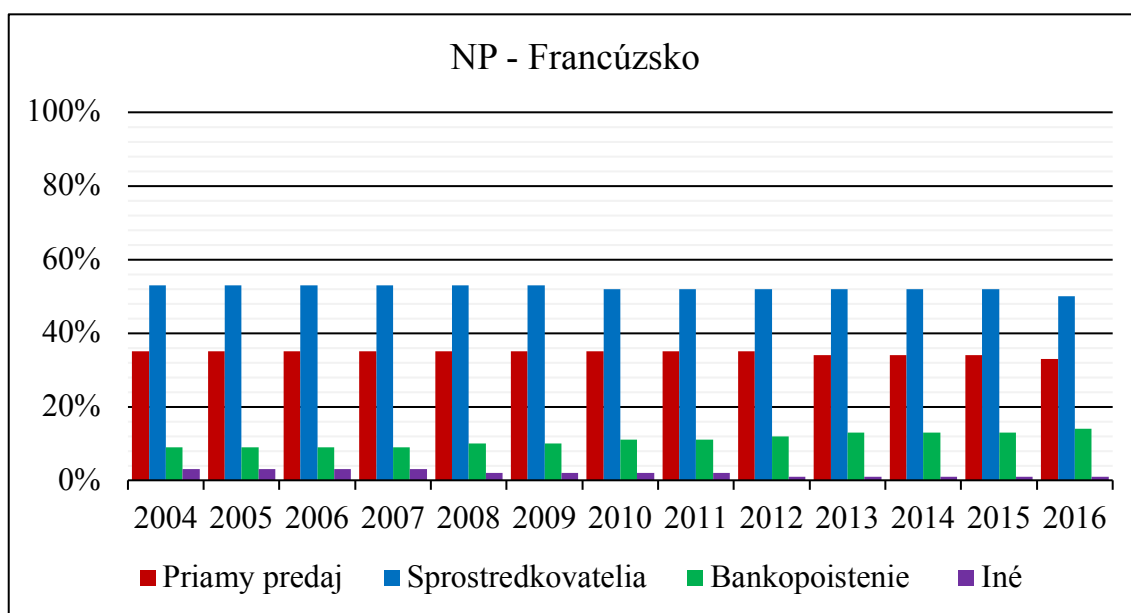
Graf 11: Podiel na HPP upísanom sprostredkovateľmi v životnom poistení - Francúzsko



Zdroj: Vlastné spracovanie podľa údajov získaných z Insurance Europe

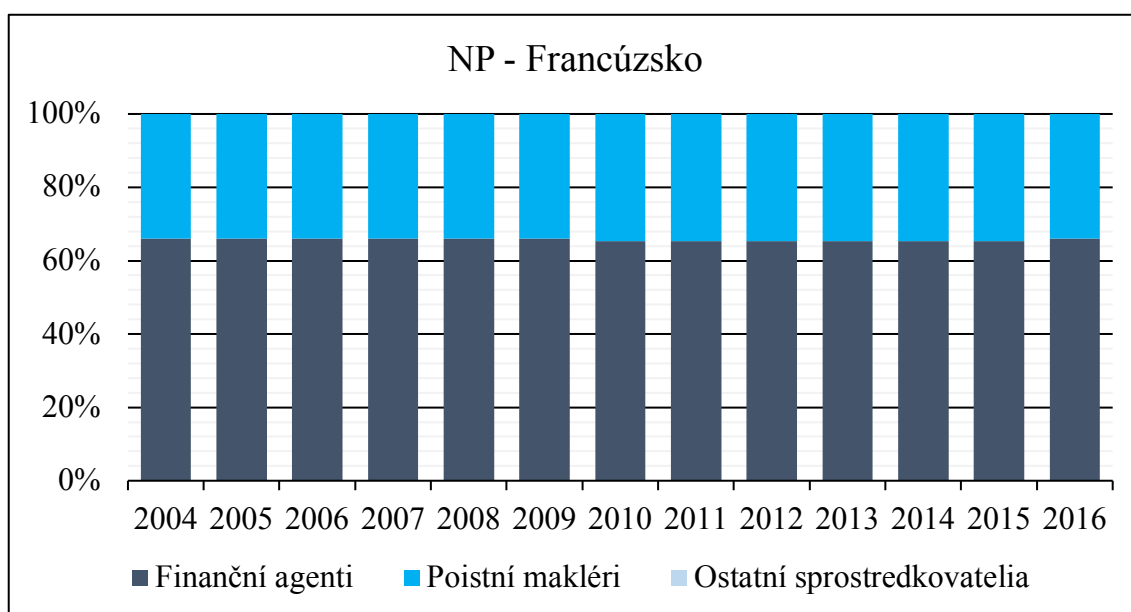
Na trhu s neživotným poistením je situácia odlišná a väčšinový podiel na celkovom predpísanom poistnom majú sprostredkovatelia, ktorí ovládajú viac ako polovicu trhu. Na rozdiel od životného poistenia je rozloženie podielu na upísanom poistnom sprostredkovateľmi opačné a až dve tretiny z tohto podielu sú upísané finančnými agentmi. V porovnaní s predchádzajúcimi krajinami má významný podiel na celkovom predpísanom hrubom poistnom aj priamy obchod. Až tretina upísaného poistného v neživotnom poistení je pokrytá vlastnou obchodnou činnosťou poisťovní pôsobiacich vo Francúzsku. Bankopoistenie zaznamenáva v neživotnom poistení mierny rastový trend. V roku 2016 sa pohybovalo na úrovni 13% z predpísaného poistného, čo predstavuje rast o 3 percentuálne body v porovnaní s rokom 2004. Tento rast je na úkor ostatných distribučných kanálov, ktoré naopak zaznamenávajú mierny prepád.

Graf 12: Podiel distribučných kanálov na HPP v neživotnom poistení - Francúzsko



Zdroj: Vlastné spracovanie podľa údajov získaných z Insurance Europe

Graf 13: Podiel na HPP upísanom sprostredkovateľmi v neživotnom poistení - Francúzsko



Zdroj: Vlastné spracovanie podľa údajov získaných z Insurance Europe

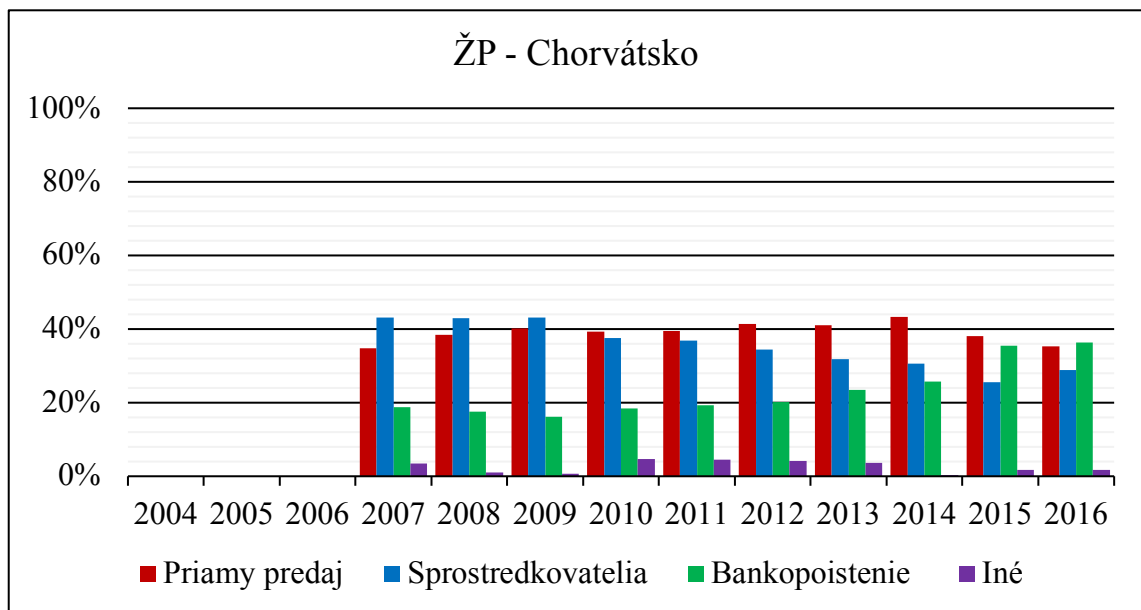
4.1.4 Chorvátsko

Chorvátsko je najmladším členom Európskej únie a spomedzi porovnávaných krajín má najmenej rozvinutý poistný trh. Na HDP sa podieľa len dvomi percentami a podiel celkového predpísaného poistného v krajine na obyvateľa je zhruba 8 – 12

násobne nižší v porovnaní s predchádzajúcimi krajinami. Zapojenie distribučných kanálov do distribúcie poistných produktov je však značne odlišné a priama distribúcia má významne silnejšiu pozíciu ako v ostatných krajinách.

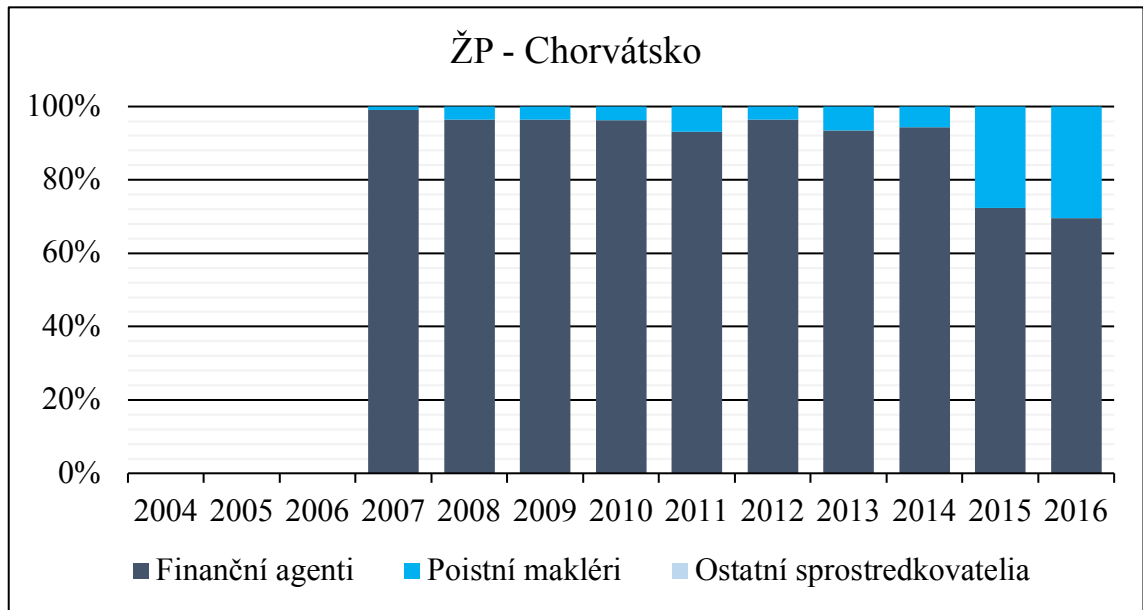
V životnom poistení je vývoj účasti jednotlivých distribučných kanálov pomerne turbulentný s každoročnými zmenami, pričom žiadny distribučný kanál nemá tak výrazný podiel na trhu, ako sme sledovali v predchádzajúcich krajinách. Kým v roku 2007 prevyšoval podiel sprostredkovateľov, v roku 2010 ich prevýšila priama distribúcia. Od začiatku sledovaného obdobia však evidujeme rastový trend bankopoistenia, ktoré postupne dobiehalo ostatné kanály a v roku 2016 malo s miernym nárastom najväčší podiel na upísanom poistnom. Distribúcia životného poistenia je teda v Chorvátsku realizovaná zapojením všetkých dostupných distribučných kanálov v porovnateľnej miere. Čo sa sprostredkovateľov poistenia týka, tu dominujú predovšetkým finanční agenti, no od roku 2015 sa zreteľne presadzujú aj poistní makléri.

Graf 14: Podiel distribučných kanálov na HPP v životnom poistení - Chorvátsko



Zdroj: Vlastné spracovanie podľa údajov získaných z Insurance Europe

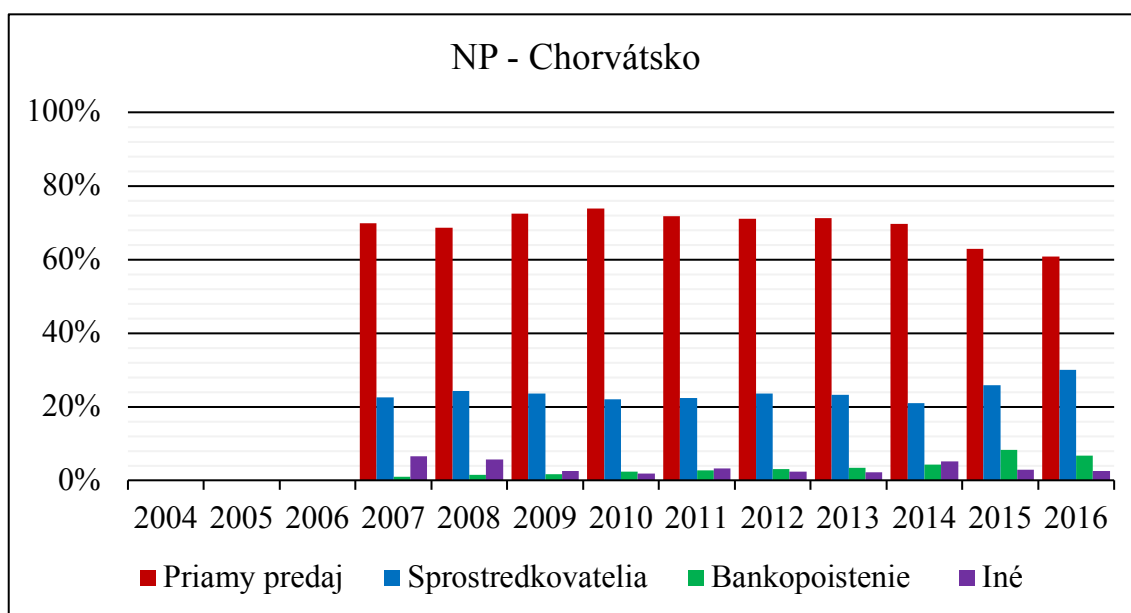
Graf 15: Podiel na HPP upísanom sprostredkovateľmi v životnom poistení - Chorvátsko



Zdroj: Vlastné spracovanie podľa údajov získaných z Insurance Europe

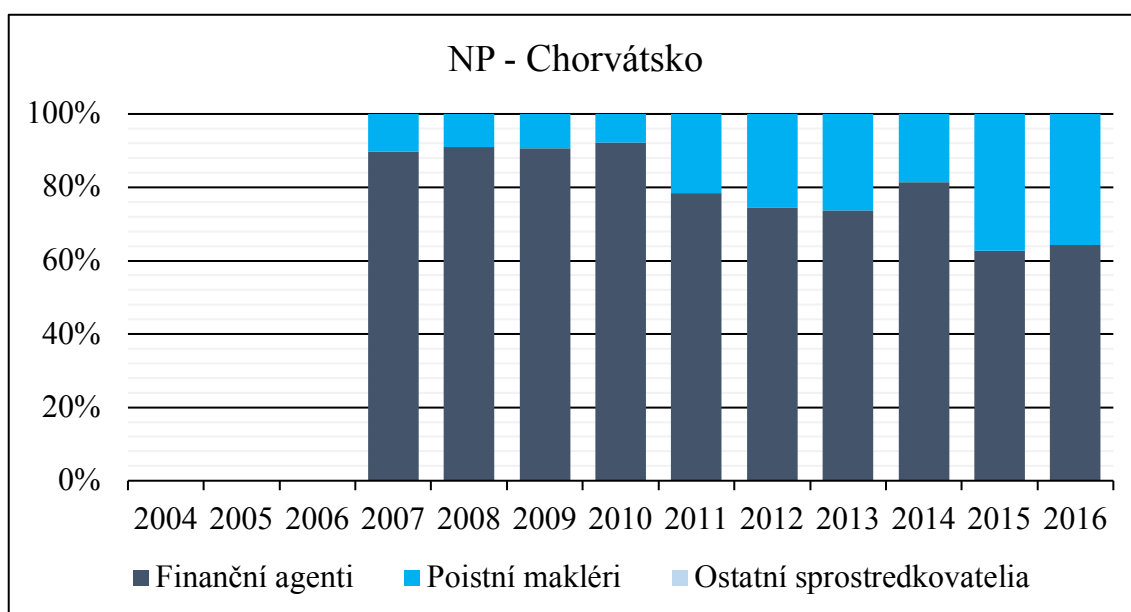
Distribúcia produktov neživotného poistenie je odlišná v porovnaní so životným poistením a predovšetkým v porovnaní so sledovanými krajinami. V Chorvátsku sa neživotné poistenie predáva predovšetkým priamou predajnou aktivitou poisťovní. Podľa posledného dostupného údaju je stále viac ako 60% poistného je upísaného bez využitia iných kanálov, avšak sprostredkovatelia svoj podiel na trhu postupne zvyšujú. Spomedzi sprostredkovateľov narastá aj produkcia poistných maklérov, ktorí v minulosti upisovali podstatne menšiu časť poistného oproti súčasnosti. Všeobecne môžeme zhodnotiť, že medzi pozorovanými krajinami má priama distribúcia najzásadnejšiu tradíciu práve na chorvátskom poistnom trhu.

Graf 16: Podiel distribučných kanálov na HPP v neživotnom poistení - Chorvátsko



Zdroj: Vlastné spracovanie podľa údajov získaných z Insurance Europe

Graf 17: Podiel na HPP upísanom sprostredkovateľmi v neživotnom poistení - Chorvátsko



Zdroj: Vlastné spracovanie podľa údajov získaných z Insurance Europe

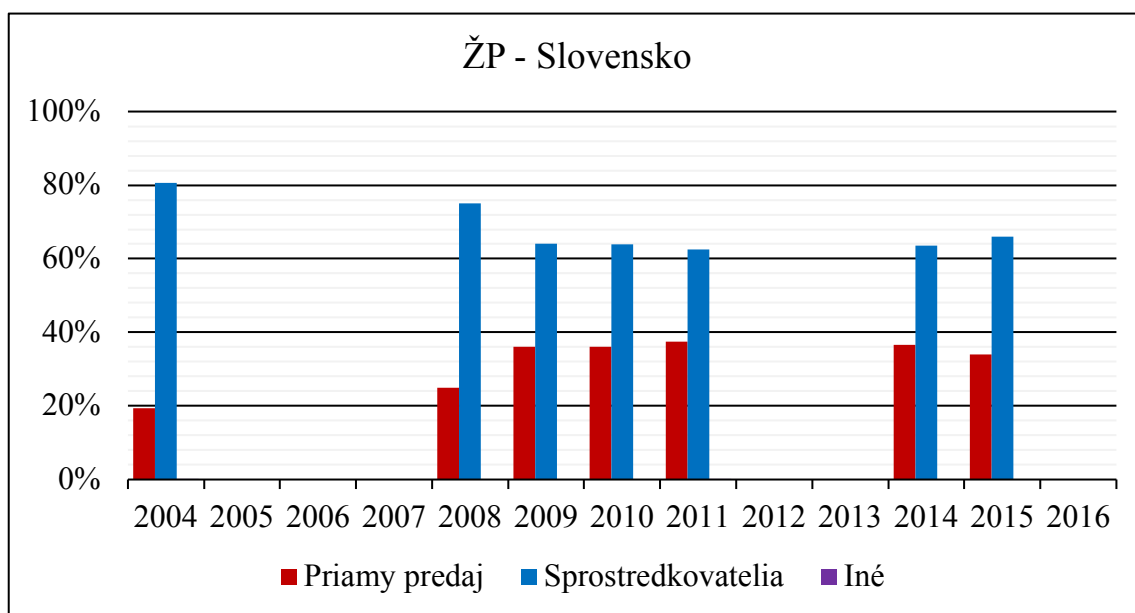
4.1.5 Slovensko

Slovensko je so svojim poistným trhom porovnateľné s Chorvátskom. Podiel poisťovníctva na HDP dosahuje 3% a na obyvateľa pripadá viac ako 300 eur z celkového upísaného poistného. Na začiatok ale musíme podotknúť, že na Slovensku nie sú

dostupné kontinuálne údaje o distribučných sieťach a tak nemôžeme porovnávať medziročný vývoj v celom sledovanom období. Všeobecne je však možné konštatovať, že na slovenskom poisťnom trhu prevažujú sprostredkovatelia nad priamym obchodom poisťovní. V porovnaní s ostatnými krajinami však evidujeme absenciu bankopoisťovania, ktoré v slovenskom legislatívnom systéme nie je definované ako samostatný distribučný kanál a finančné inštitúcie spolupracujúce s poisťovňami pri predaji poisťných produktov sú chápané ako sprostredkovatelia. Činnosť sprostredkovateľa vykonávajú v súlade so zákonom na základe zmluvy s poisťovňou alebo ako finanční agenti.

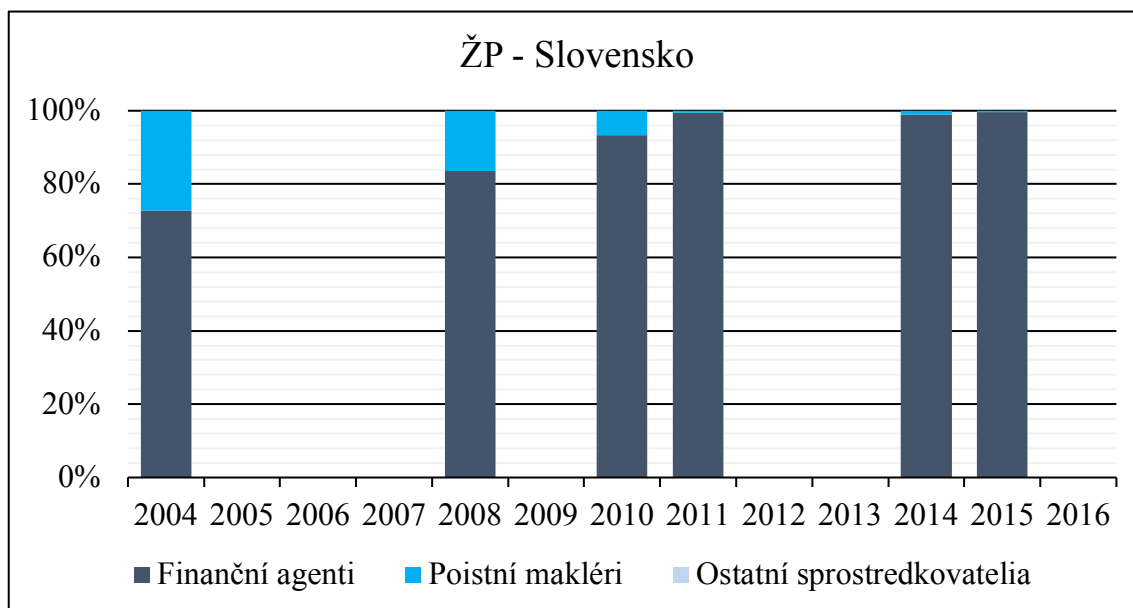
Podiel sprostredkovateľov v životnom poistení sa pohybuje pod hranicou dvoch tretín z celkového objemu predpísaného poisťného. Zvyšnú tretinu poisťovne upisujú priamym predajom svojich produktov životného poistenia klientom. V období veľkého rozmachu životného poistenia na slovenskom trhu bol podiel sprostredkovateľov až takmer 80%, avšak od finančnej krízy v roku 2008 postupne klesá, pričom v posledných rokoch klesá aj celkový objem predpísaného poisťného čo nám ukazuje Tabuľka 1 v úvode kapitoly. Prijatím zákona 186/2009 Z. z. o finančnom sprostredkovaní a finančnom poradenstve sa upravili podmienky pre sprostredkovateľom na poisťnom trhu a boli zdefinované nové kategórie sprostredkovateľov. Vplyvom tohto zákona sa postupne z trhu vytratilí poisťní makléři a úlohu sprostredkovateľov poistenia v súčasnosti zastávajú finanční agenti, ako nám ukazujú grafy č. 19 a č. 21.

Graf 18: Podiel distribučných kanálov na HPP v životnom poistení - Slovensko



Zdroj: Vlastné spracovanie podľa údajov získaných z Insurance Europe

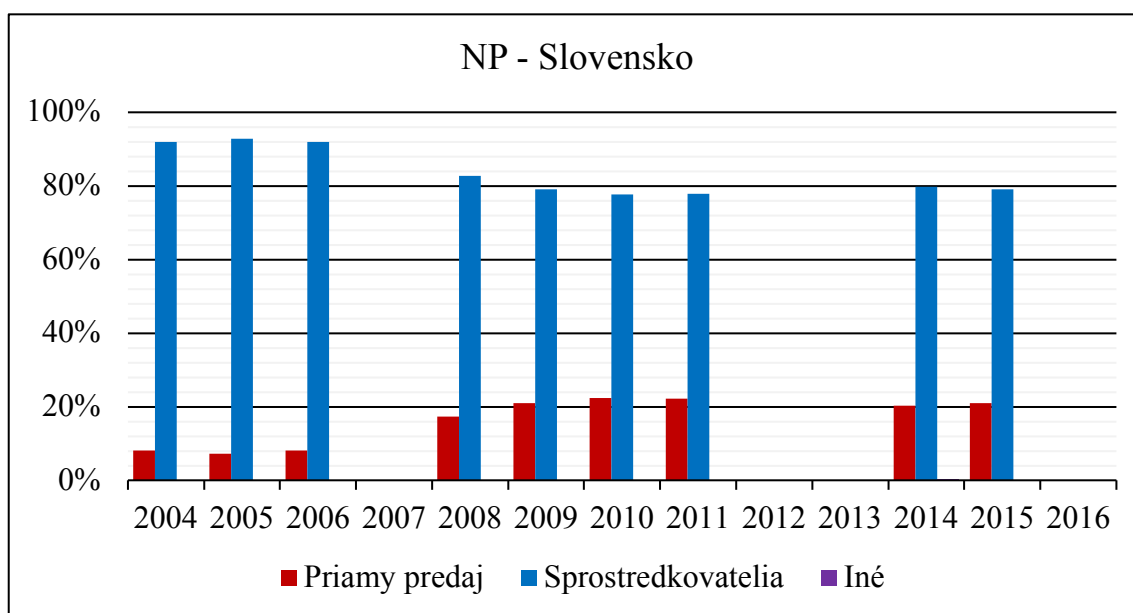
Graf 19: Podiel na HPP upísanom sprostredkovateľmi v životnom poistení - Slovensko



Zdroj: Vlastné spracovanie podľa údajov získaných z Insurance Europe

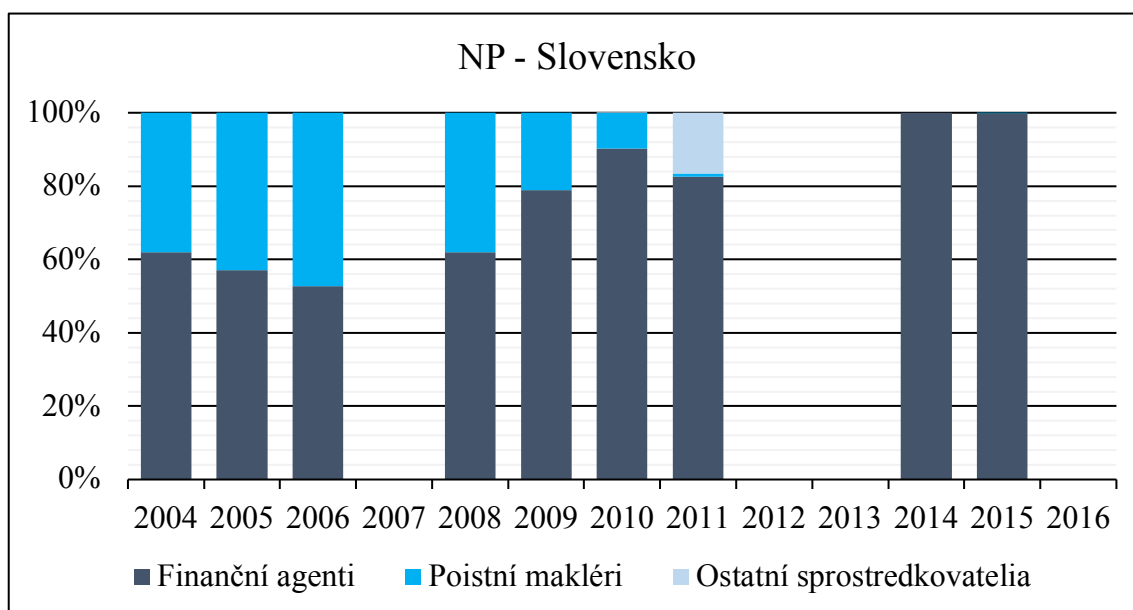
V neživotnom poistení je objem predpísaného poistného sprostredkovateľmi dokonca ešte vyšší, v posledných rokoch dosahujúci takmer 4/5 z celkového hrubého predpísaného poistného. Zvyšná časť je upísaná priamym obchodom, ktorý od roku 2008 na úkor sprostredkovateľov postupne narastá. Poistovne vo svojich výročných správach uvádzajú zvýšenú aktivitu v budovaní digitálnej infraštruktúry a teda aj nových foriem distribúcie poistenia, ktoré spadajú do priamej obchodnej činnosti poisťovní. Snahou inovatívnych foriem distribúcie je osloviť nových klientov, zrýchliť čas nevyhnutný na uzatvorenie poistnej zmluvy alebo dokonca znížiť náklady vynakladané na uzatvorenie a správu poistnej zmluvy.

Graf 20: Podiel distribučných kanálov na HPP v neživotnom poistení - Slovensko



Zdroj: Vlastné spracovanie podľa údajov získaných z Insurance Europe

Graf 21: Podiel na HPP upísanom sprostredkovateľmi v neživotnom poistení - Slovensko



Zdroj: Vlastné spracovanie podľa údajov získaných z Insurance Europe

Distribučné cesty v sledovaných krajinách a ich pomerné zapojenie do distribúcie poistných produktov sa významne líšia a nie je možné tvrdiť, že distribúcia poistných produktov je vo všetkých krajinách zhodná, respektíve podobná. Využitie distribučných kanálov v daných krajinách závisí od množstva faktorov, čo sa prejavuje v ich rozdielnom podiele na predpísanom poistnom v krajinách. Napriek tomu, že všetky

sledované krajiny sú členmi Európskej únie a teda boli povinné prevziať do svojich právnych systémov smernice⁴⁵ upravujúce činnosť poisťovní a sprostredkovateľov poistenia, ukazuje sa, že história vývoja distribučných systémov v daných krajinách je odlišná. Vo výsledku sme teda schopný tvrdiť, že vo všetkých sledovaných krajinách je spôsob distribúcie poistenia a teda využívanie distribučných ciest odlišné, čo v konečnom dôsledku potvrdzuje aj význam multi-kanálovej distribúcie poisťných produktov.

4.2 Vplyv voľby distribučného kanála na výsledné poistné

Priama distribúcia predstavuje pre poisťovňu priamy kontakt s klientom a teda do procesu predaja poisťných produktov nezaraďuje medzičlánok v podobe sprostredkovateľa. Sprostredkovatelia vykonávajú svoju činnosť za vopred dohodnutú odmenu v podobe provízie, zväčša vyjadrenej v percentuálnej podobe z výsledného technického poistného. Provízia je teda pre poisťovňu obstarávacím nákladom, ktorý je nevyhnutné vynaložiť na uzatvorenie novej poistnej zmluvy. Okrem provízie pri obstaraní vypláca aj následné provízie plynúce z platnej poistnej zmluvy, v závislosti od poistného obdobia. Z toho vyplýva, že uzatvorenie poistnej zmluvy s využitím sprostredkovateľa znižuje potenciálny zisk poisťovne a teda výsledné ročné poistné je v snahe dosiahnuť zisk potrebné navýšiť o odmenu vyplácanú sprostredkovateľovi. Vynechaním medzičlánku v procese distribúcie a teda priamym predajom poistného produktu nepotrebuje zvyšovať náklady vynakladané na uzatvorenie poistnej zmluvy a tým požadovať od klienta vyššie výsledné ročné poistné. Toto tvrdenie platí predovšetkým v prípade produktov neživotného poistenia, pri ktorých poistné obdobie predstavuje 1 rok a teda provízia je sprostredkovateľovi vyplácaná každoročne počas celej doby platnosti poistnej zmluvy. Klienti, ktorí si uzatvoria poistenie v kamennej pobočke poisťovne alebo prostredníctvom webovej lokality by teda mali byť zvýhodnení a ich výsledné ročné poistné by malo byť nižšie ako v prípade tých, ktorí si rovnaký produkt za inak nezmenených podmienok uzatvoria cez sprostredkovateľa.

Ako overenie tohto tvrdenia sme uskutočnili krátky výskum situácie na poistnom trhu. Pre potreby tohto výskumu sme zvolili poisťný produkt Povinného zmluvného poistenia zodpovednosti za škodu spôsobenú prevádzkou motorového vozidla

⁴⁵ Smernica č. 32016L0097 : Smernica Európskeho parlamentu a rady (EÚ) 2016/97 z 20. januára 2016 o distribúcii poistenia a Smernica č. 32002L0092 : Smernica Európskeho parlamentu a rady (EÚ) 2002/92 z 9. decembra 2002 o sprostredkovaní poistenia

s minimálnymi limitmi krytia, ktoré určuje zákon 381/2001 Z. z.⁴⁶ Skúmané subjekty sme zvolili podľa analýzy Slovenskej kancelárie poisťovateľov a vybrali sme 5 najväčších poskytovateľov Povinného zmluvného poistenia zodpovednosti za škodu spôsobenú prevádzkou motorového vozidla v roku 2018⁴⁷, ktorých produkt bolo možné uzavrieť prostredníctvom zvolených distribučných kanálov. Skúmali sme poistné produkty poskytované nasledujúcimi poisťovňami:

- KOOOPERATIVA poisťovňa, a.s. Vienna Insurance Group (KOOP),
- Generali Poisťovňa, a. s. (GEN),
- KOMUNÁLNA poisťovňa, a.s. Vienna Insurance Group (KPAS),
- UNIQA poisťovňa, a.s.,
- AXA pojišťovna a.s., pobočka poisťovne z iného členského štátu.

Vo výskume sme skúmali výsledné ročné poistné pre zvolené motorové vozidlá a modelových poistníkov a zisťovali sme prípadné odlišnosti, ktoré by mohli byť spôsobené výberom distribučného kanála. Pri zisťovaní výsledného ročného poistného sme postupovali nasledovne:

1. *Priama distribúcia* – jedným z distribučných kanálov zaraďujúcich sa do priamej distribúcie poistných produktov je online predaj poistenia, poskytovaný priamo prostredníctvom webového sídla poisťovne. Pre účely nášho výskumu sme teda zvolili internetové lokality poisťovateľov a poistné vypočítali pomocou ich online aplikácií.
2. *Nepriama distribúcia* – aj v prípade nepriameho predaja poistných produktov sme využili možnosti online predaja poistenia, avšak v tomto prípade sa jednalo o webové lokality sprostredkovateľov, respektíve finančných agentov. Pre prípadné zachytenie možných rozdielov vo výslednom ročnom poistnom sme na porovnanie vybrali dvoch sprostredkovateľov s odlišným statusom. Zatiaľ čo prvý zvolený vykonáva činnosť ako samostatný finančný agent, druhý v poradí je podriadeným finančným agentom. Zvolenými sprostredkovateľmi poistenia sú:

⁴⁶ 381/2001 Z. z. : Zákon č. 381 zo 4. septembra 2001 o povinnom zmluvnom poistení zodpovednosti za škodu spôsobenú prevádzkou motorového vozidla a o zmene a doplnení niektorých zákonov

⁴⁷ Príloha 3: Podiel poisťovní na PZP v jednotlivých rokoch podľa počtu poistených vozidiel

- a. Netfinancie, s.r.o.⁴⁸ vykonávajúca činnosť ako samostatný finančný agent, dostupné online na www.netfinancie.sk;
- b. Superpoistenie, s.r.o.⁴⁹ vykonávajúca činnosť podriadeného finančného agenta na základe zmluvy s INSIA SK s.r.o., dostupné online na www.superpoistenie.sk.

Za účelom zvýšenia relevantnosti výskumu sme zvolili 3 modelové motorové vozidlá a taktiež 3 modelové osoby, ako poistníkov. Motorové vozidlá sme vybrali bez vopred udaných kritérií, len s ohľadom na podchytenie širšieho spektra potenciálnych klientov poisťovní, ktorí by mali záujem o uzatvorenie daného poistenia pre vozidlo nižšej kategórie, športovo úžitkové vozidlo a luxusný automobil. Poistníkov sme taktiež zvolili z rôznych kategórií rozhodujúcich pre určenie výšky poistného. Skúmali sme nasledujúce motorové vozidlá:

[A] Škoda Fabia, výkon motora: 81kW, manuálna prevodovka, objem motora: 999 cm³, druh paliva: benzín, rok výroby: 2019, maximálna povolená hmotnosť: 1585kg;

[B] Peugeot 3008, výkon motora: 88kW, manuálna prevodovka, objem motora: 1560 cm³, druh paliva: diesel, rok výroby: 2017, maximálna povolená hmotnosť: 1970kg;

[C] BMW 520d, výkon motora: 130kW, automatická prevodovka, objem motora: 1995 cm³, druh paliva: diesel, rok výroby: 2009, maximálna povolená hmotnosť: 2060kg

a osoby:

1. Fyzická osoba vo veku 24 rokov, miesto bydliska: Banská Bystrica, bez škodový priebeh vodiča/majiteľa vozidla;
2. Fyzická osoba vo veku 45 rokov, miesto bydliska: Bratislava I, bez škodový priebeh vodiča/majiteľa vozidla;

⁴⁸ Netfinancie, s.r.o., Radničné námestie 1 Pezinok 90201, IČO: 36653322, Samostatný finančný agent v sektore poistenia alebo zaistenia, Číslo v registri finančných agentov: 30232

⁴⁹ Superpoistenie s.r.o., Sartorisova 11 Bratislava - mestská časť Ružinov 82108, IČO: 31679242, Podriadený finančný agent v sektore poistenia alebo zaistenia na návrh INSIA SK s.r.o., Číslo v registri finančných agentov: 165140

3. Právnická osoba , sídlo: Košice I, bez škodový priebeh vodiča/majiteľa vozidla.

Výsledky výskumu sú prezentované v tabuľkách 4 až 6, ktoré prinášajú pohľad na reálnu výšku poistného, vypočítanú pomocou online aplikácií príslušných distribútorov poistenia dňa 4. apríla 2019. Tabuľky zobrazujú aj rozdiely vo výslednom ročnom poistnom v porovnaní distribučného kanála priamej distribúcie a poistného vypočítaného sprostredkovateľmi, čo bolo cieľom tohto výskumu.

Tabuľka 4: Výsledky prieskumu

FO 24 rokov, 974 01 Banká Bystrica, bezškodový priebeh						
MV	Distribučný kanál		Poist'ovňa			
			KOOP	GEN	KPAS	UNIQA
[A]	Web poisťovne	PD	89,00 €	214,67 €	140,41 €	123,72 €
	Netfinancie	ND - SFA	89,00 €	214,67 €	140,41 €	137,40 €
	Superpoistenie	ND - PFA	89,00 €	214,67 €	140,41 €	137,40 €
	Výška zľavy pre PD v porovnaní s Netfinancie		0%	0%	0%	10%
	Výška zľavy pre PD v porovnaní s Superpoistenie		0%	0%	0%	10%
[B]	Web poisťovne	PD	119,00 €	248,55 €	155,26 €	193,80 €
	Netfinancie	ND - SFA	119,00 €	248,55 €	155,26 €	215,28 €
	Superpoistenie	ND - PFA	119,00 €	248,55 €	155,26 €	215,28 €
	Výška zľavy pre PD v porovnaní s Netfinancie		0%	0%	0%	10%
	Výška zľavy pre PD v porovnaní s Superpoistenie		0%	0%	0%	10%
[C]	Web poisťovne	PD	159,00 €	315,66 €	253,87 €	265,65 €
	Netfinancie	ND - SFA	159,00 €	315,66 €	253,87 €	295,20 €
	Superpoistenie	ND - PFA	159,00 €	315,66 €	253,87 €	295,20 €
	Výška zľavy pre PD v porovnaní s Netfinancie		0%	0%	0%	10%
	Výška zľavy pre PD v porovnaní s Superpoistenie		0%	0%	0%	10%

Zdroj: Vlastné spracovanie na základe výsledkov prieskumu

Tabuľka 5: Výsledky prieskumu

FO 45 rokov, 810 00 Bratislava, bezškodový priebeh						
MV	Distribučný kanál		Poist'ovňa			
			KOOP	GEN	KPAS	UNIQA
[A]	Web poisťovne	PD	89,00 €	128,80 €	105,07 €	83,76 €
	Netfinancie	ND - SFA	89,00 €	128,80 €	105,07 €	93,12 €
	Superpoistenie	ND - PFA	89,00 €	128,80 €	105,07 €	93,12 €
	Výška zľavy pre PD v porovnaní s Netfinancie		0%	0%	0%	10%
	Výška zľavy pre PD v porovnaní s Superpoistenie		0%	0%	0%	10%
[B]	Web poisťovne	PD	119,00 €	149,13 €	116,18 €	131,28 €
	Netfinancie	ND - SFA	119,00 €	149,13 €	116,18 €	145,80 €
	Superpoistenie	ND - PFA	119,00 €	149,13 €	116,18 €	145,80 €
	Výška zľavy pre PD v porovnaní s Netfinancie		0%	0%	0%	10%
	Výška zľavy pre PD v porovnaní s Superpoistenie		0%	0%	0%	10%
[C]	Web poisťovne	PD	159,00 €	213,34 €	189,97 €	179,88 €
	Netfinancie	ND - SFA	159,00 €	213,34 €	189,97 €	199,92 €
	Superpoistenie	ND - PFA	159,00 €	213,34 €	189,97 €	199,92 €
	Výška zľavy pre PD v porovnaní s Netfinancie		0%	0%	0%	10%
	Výška zľavy pre PD v porovnaní s Superpoistenie		0%	0%	0%	10%

Zdroj: Vlastné spracovanie na základe výsledkov prieskumu

Tabuľka 6: Výsledky prieskumu

PO , 040 01 Košice, bezškodový priebeh						
MV	Distribučný kanál		Poist'ovňa			
			KOOP	GEN	KPAS	UNIQA
[A]	Web poisťovne	PD	89,00 €	143,17 €	120,36 €	111,00 €
	Netfinancie	ND - SFA	89,00 €	143,17 €	120,36 €	111,00 €
	Superpoistenie	ND - PFA	89,00 €	143,17 €	126,09 €	111,00 €
	Výška zľavy pre PD v porovnaní s Netfinancie		0%	0%	0%	0%
	Výška zľavy pre PD v porovnaní s Superpoistenie		0%	0%	5%	0%
[B]	Web poisťovne	PD	119,00 €	165,63 €	133,08 €	174,00 €
	Netfinancie	ND - SFA	119,00 €	165,63 €	133,08 €	174,00 €
	Superpoistenie	ND - PFA	119,00 €	165,63 €	139,42 €	174,00 €

MV	Distribučný kanál		Poist'ovňa			
			KOOP	GEN	KPAS	UNIQA
[B]	Výška zľavy pre PD v porovnaní s Netfinancie		0%	0%	0%	0%
	Výška zľavy pre PD v porovnaní s Superpoistenie		0%	0%	5%	0%
[C]	Web poist'ovne	PD	159,00 €	236,81 €	217,60 €	238,56 €
	Netfinancie	ND - SFA	159,00 €	236,81 €	217,60 €	238,56 €
	Superpoistenie	ND - PFA	159,00 €	236,81 €	227,96 €	238,56 €
	Výška zľavy pre PD v porovnaní s Netfinancie		0%	0%	0%	0%
	Výška zľavy pre PD v porovnaní s Superpoistenie		0%	0%	5%	0%

Zdroj: Vlastné spracovanie na základe výsledkov prieskumu

Spoločnosť AXA pojišťovna a.s., pobočka poisťovne z iného členského štátu deklaruje plošnú zľavu 10% na poisťné pri uzatvorení povinného zmluvného poistenia zodpovednosti za škodu spôsobenú prevádzkou motorového vozidla online.

Z výsledkov výskumu vyplýva, že poisťovne skutočne využívajú cenové zvýhodnenie pre kanály priamej distribúcie, aj keď v súčasnosti je to skôr výnimkou. Cenová konkurencia, ako nástroj konkurenčného boja v distribúcii poisťných produktov sa javí neželaná, keďže štyria z piatich sledovaných poskytovateľov povinného zmluvného poistenia zodpovednosti za škodu spôsobenú prevádzkou motorového vozidla tento nástroj nevyužili.

4.3 Sprostredkovatelia ako stabilná súčasť poisťného trhu

Hlavnou úlohou sprostredkovateľov je ponúknuť klientom taký poisťný produkt, ktorý zohľadní všetky špecifiká ich potrieb a požiadaviek krytia rizika v súlade s výškou poisťného, ktoré sú ochotní a schopní platiť. Neprofesionálny klient nedokáže adekvátne zhodnotiť riziko, ktoré ho ohrozuje a môže sa stať, že ním zvolené poisťné sumy budú neprimerané a dôjde k podpoisteniu alebo nadpoisteniu. Môže sa taktiež stať, že klientom zvolený poisťný produkt neposkytuje také krytie, ktoré by v skutočnosti potreboval a teda v prípade škodovej udalosti mu nebude poskytnuté poisťné plnenie v dostačujúcej výške. Sprostredkovateľ poistenia by mal disponovať zodpovedajúcimi znalosťami tak, aby mohol analyzovať skutočné požiadavky klienta a následne mu sprostredkovať príslušný

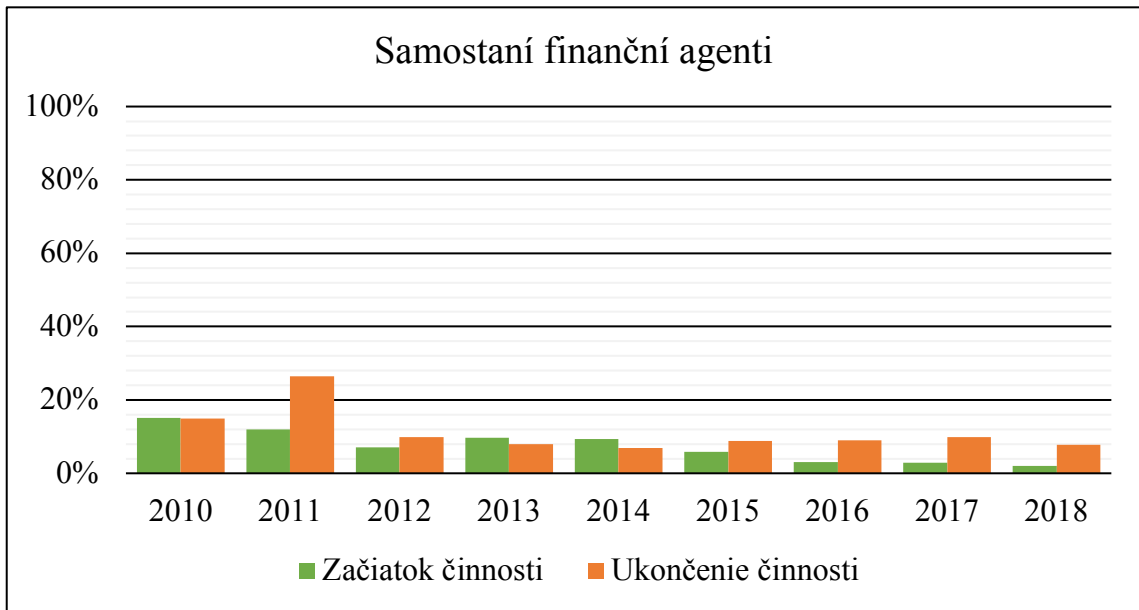
poistný produkt, bez nároku na priamu odplatu od klienta za bežných okolností. Zákon sprostredkovateľom prikazuje povinnosť absolvovať osobitné finančné vzdelávanie, ktoré zabezpečí minimálnu požadovanú úroveň ich znalostí, aby boli schopní vykonávať svoju činnosť profesionálne. Z teoretického hľadiska sú teda poistní sprostredkovatelia odborníci na poistné produkty zohľadňujúce požiadavky ich klientov.

Z praktického hľadiska sú sprostredkovatelia poistenia predovšetkým obchodníci a častokrát sa do popredia ich záujmov dostáva skôr vlastný profit pred prospechom klientov. Sprostredkovatelia poistenia sú školení tak, aby potenciálnych klientov zaujali „výhodnými ponukami“ a takto v nich vyvolali potrebu poistného krytia.⁵⁰ Nábor nových finančných agentov je sprevádzaný školeniami o obchodných taktikách skôr, ako nadobudnú potrebné znalosti na poskytovanie komplexných poistných produktov, čo sa obracia aj v ich neprospech. Na poistnom trhu je vysoká volatilita finančných agentov, ktorí činnosť sprostredkovateľa poistenia vykonávajú len krátkodobo. V grafoch 22 až 24 vidíme, že každoročne z celkového množstva aktívnych finančných agentov pôsobiacich na trhu v danom roku, začína ale aj ukončuje svoju činnosť veľké množstvo subjektov. Ukončenie činnosti je sprevádzané bez exaktného uvedenia dôvodu. Táto nestabilita medzi poistnými sprostredkovateľmi by mohla vyústiť k nedôveryhodnosti poistného trhu, keďže medzi zákonom stanovené úlohy sprostredkovateľa⁵¹ patrí aj následná starostlivosť o klienta v podobe poskytovania pomoci pri vybavovaní nárokov plynúcich z poistného plnenia. Na vytvorenie grafických prehľadov každoročných prírastkov a úbytkov v radoch finančných agentov sme použili výberové súbory údajov získaných od Národnej banky Slovenska.

⁵⁰ Príloha 4: Výber učebných materiálov poskytovaný pri náborovom školení viazaných finančných agentov

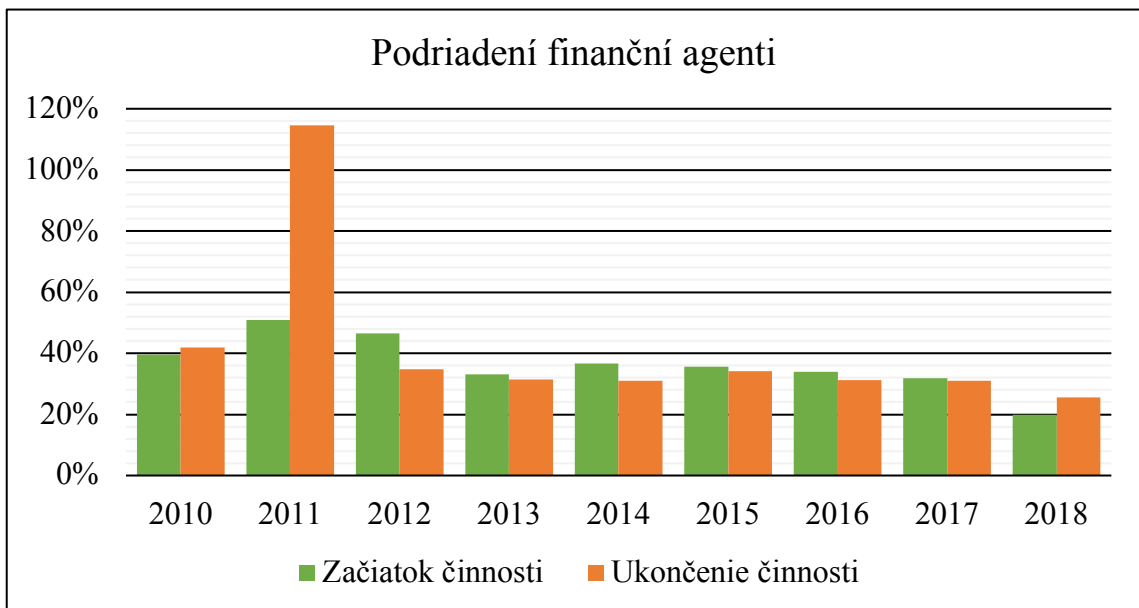
⁵¹ Zákon č. 186/2009 Z. z. : Zákon č. 186 z 24. apríla 2009 o finančnom sprostredkovaní a finančnom poradenstve a o zmene a doplnení niektorých zákonov, §2

Graf 22: Podiel nových a odhlásených SFA v danom roku



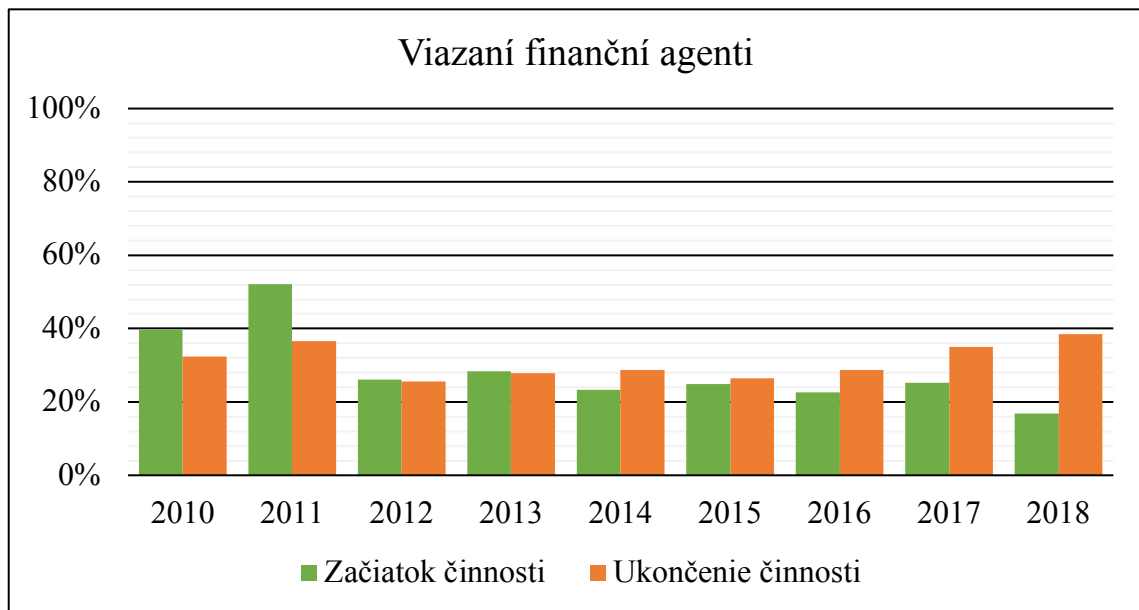
Zdroj: Vlastné spracovanie podložené databázou NBS

Graf 23: Podiel nových a odhlásených PFA v danom roku



Zdroj: Vlastné spracovanie podložené databázou NBS

Graf 24: Podiel nových a odhlásených VFA v danom roku



Zdroj: Vlastné spracovanie podložené databázou NBS

V prezentovaných grafoch vidíme, že každoročný prírastok a úbytok finančných agentov pôsobiacich na poistnom trhu je značný. Predovšetkým v prípade podriadených a viazaných finančných agentov, ktorí nepôsobia samostatne, badáme významné množstvo subjektov, ktoré každoročne ukončia svoju činnosť. Keďže poistné produkty sú zložité komplexné riešenia, zabezpečujúce poistné krytie rizík prebratých od klientov, príslušné orgány zaoberajúce sa správou finančných trhov vidia potrebu ochrany spotrebiteľov pred prípadnými nedostatočnými skúsenosťami a znalosťami sprostredkovateľov. Cieľom prijatia nových riešení je zlepšiť informovanosť spotrebiteľov na poistnom trhu, bez ohľadu na znalosti osôb sprostredkujúcich poistné produkty. S prijatím nových pravidiel⁵² tak vzniká poisťovniam povinnosť prikladať k poistným produktom aj informačné dokumenty⁵³, ktoré sú spracované v prehľadnej forme tak, aby bol klient schopný posúdiť výhodnosť produktu.

V prípade životného poistenia ide o celoeurópsky formalizovaný predzmluvný informačný dokument, známy pod skratkou PRIIP v rozsahu maximálne 3 strán v zrozumiteľnom jazyku, ktorý musí vypovedať o základných elementoch finančného produktu. Musí upozorňovať na riziká potenciálnych finančných strát a mal by zabezpečiť aj možnosť efektívneho a jednoduchého porovnania investičných produktov.

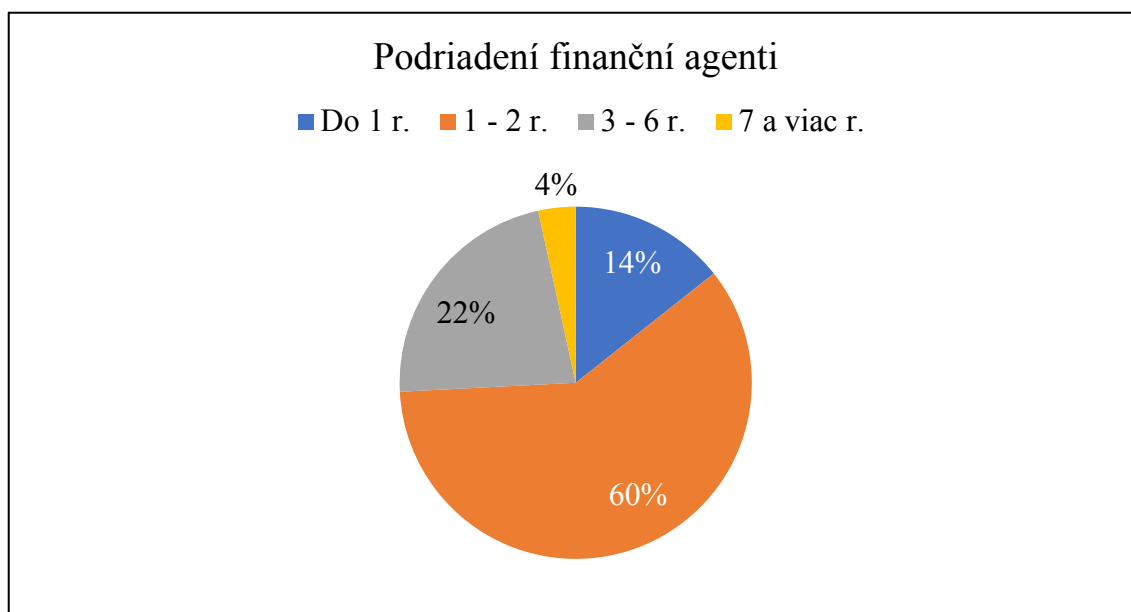
⁵² Smernica č. 32016L0097 : Smernica Európskeho parlamentu a rady (EÚ) 2016/97 z 20. januára 2016 o distribúcii poistenia

⁵³ Vzory dokumentov sú dostupné v Prílohe 5: IPID a PRIIP

Pri neživotnom poistení smernica Európskeho parlamentu a Rady (EÚ) 2016/97 zavádza štandardizovaný informačný dokument o poistnom produkte k produktom neživotného poistenia, známy ako IPID.⁵⁴

Správny odhad rizikovej situácie klienta je založený na znalostiach a skúsenostiach, ktoré je možné nadobudnúť len pôsobením v odbore. Pri bližšom pohľade na dĺžku pôsobenia podriadených a viazaných finančných agentov zachytenú v grafoch 25 a 26 vidíme, že čas strávený výkonom činnosti sprostredkovateľa ani zďaleka nie je postačujúci na získanie vyšších komplexných skúseností a znalostí problematiky, teda pôsobenie týchto sprostredkovateľov sa nejaví ako priaznivé voči stabilizácii poistného trhu. Približne šestina podriadených a viazaných agentov ukončí svoju činnosť ešte v ten rok, ako ju začali vykonávať a spolu viac ako dve tretiny finančných agentov nevykonáva svoju činnosť po dobu minimálne 3 rokov, čo je obdobie po ktorom je možné dosiahnuť vyšší stupeň odbornej spôsobilosti. Vysoká fluktuácia prísunu a odlivu nových subjektov na poistnom trhu teda nepôsobí stabilne a klientov pred týmto nepriaznivým zistením treba chrániť.

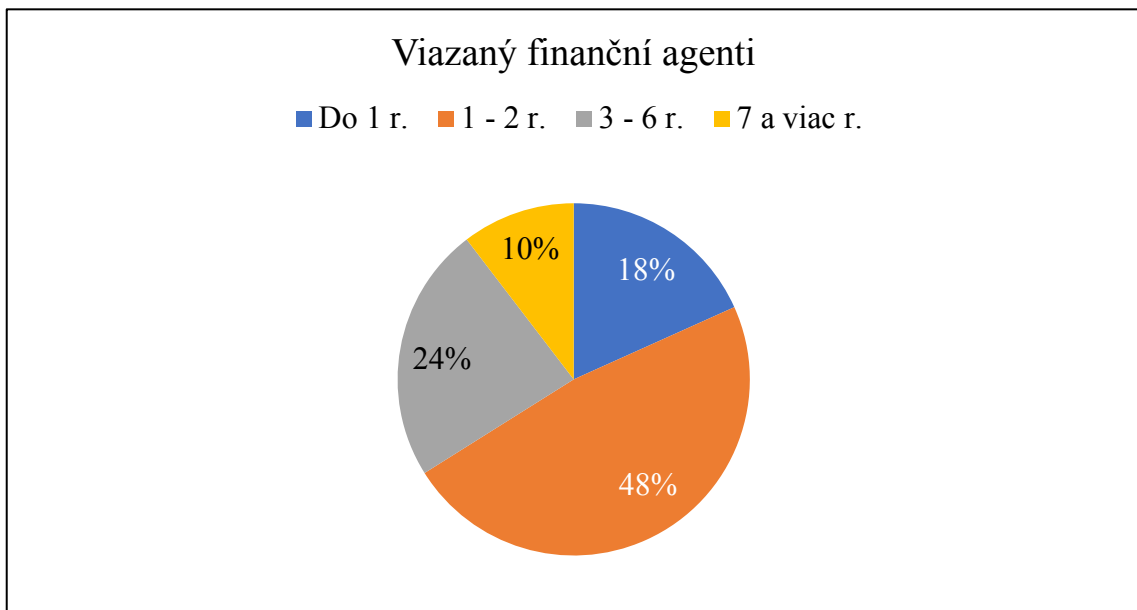
Graf 25: Doba pôsobenia PFA na poistnom trhu, ktorí už ukončili svoju činnosť



Zdroj: Vlastné spracovanie podložené databázou NBS

⁵⁴ Príloha 5: IPID a PRIIP

Graf 26: Doba pôsobenia VFA na poistnom trhu, ktorí už ukončili svoju činnosť



Zdroj: Vlastné spracovanie podložené databázou NBS

Vysoká fluktuácia v radoch sprostredkovateľov neprispieva ku stabilite a z hľadiska definície roly sprostredkovateľa klientom v mnohých prípadoch neponúka dlhoročnú spoluprácu vo forme klient – sprostredkovateľ. Následná starostlivosť o klienta tak prechádza na iné subjekty, respektíve priamo na poisťovňu.

Záver

Pohľad na poistný trh, spôsoby distribúcie poistných produktov a snahu poisťovní osloviť čo najviac potenciálnych klientov, ale aj ponúkať kvalitný servis stálym klientom nám ukazuje potrebu multi-kanálovej distribúcie. Pri uzatváraní bežných poistných zmlúv majú spotrebiteľia v dnešnej dobe viacero možností, ako si poistnú ochranu zakúpiť. Pri priamej distribúcii sú to väčšinou zamestnanci, pôsobiaci na kamenných predajniach, alebo rôzne formy diaľkového predaja ako call centrum, mobilná aplikácia alebo webové sídlo poisťovne. Nepriama distribúcia je charakterizovaná najmä využitím sprostredkovateľov, ktorí taktiež ponúkajú rôzne formy kontaktu. Či už ide o osobné stretnutie s finančným agentom alebo uzatvorenie poistnej zmluvy pomocou internetového porovnávača, spotrebiteľia majú široké spektrum možností. Netreba opomenúť, že jednotlivé distribučné kanály so sebou prinášajú aj rôzne riziká, avšak voľba by mala prináležať práve klientom.

Využitie distribučných ciest nie je všade totožné a podiel jednotlivých distribučných kanálov sa značne odlišuje s ohľadom na národný poistný trh. Kým v niektorých krajinách prevláda nepriama distribúcia, v iných má veľký podiel na upísanom poistnom bankopoistenie alebo priamy predaj. Taktiež je markantný aj rozdiel medzi spôsobmi distribúcie produktov životného a neživotného poistenia. Ako sme pomocou sledovaných krajín dokázali, podmienky sú na jednotlivých poistných trhoch odlišné a využívanie distribučných kanálov je špecifické s ohľadom na faktory ovplyvňujúce poisťovníctvo v danej krajine.

Počet subjektov v procese distribúcie má vplyv aj na výsledné ročné poistné. V prípade priamej distribúcie je predaj poistného produktu realizovaný vlastnou sieťou poisťovne a teda jej nevznikajú dodatočné náklady na uzatvorenie poistnej zmluvy, respektíve na jej správu. Zapojením sprostredkovateľa, ako medzičlánku v distribúcii, sa objavujú dodatočné náklady v podobe provízie, ktoré sa samozrejme prejavujú vo výslednom poistnom. Ako sme dokázali, zakúpenie poistného produktu priamo od poisťovateľa môže byť skutočne cenovo výhodnejšie, aj keď toto tvrdenie je skôr výnimkou ako pravidlom.

Dokázali sme taktiež, že sprostredkovatelia poistenia nie sú v súčasnosti stabilnými účastníkmi trhu, keďže významné množstvo subjektov ukončuje svoju činnosť pred nadobudnutím vyššej kvalifikácie. Vysoká fluktuácia sprostredkovateľov pôsobiacich na poistnom trhu nemôže byť považovaná za zdroj stability a klientom

neprináša dlhodobú spoluprácu v otázke poistnej ochrany, ktorá plynie z definície činnosti sprostredkovateľov. O tejto nepriaznivej situácii svedčí aj fakt, že v súčasnosti pôsobí na slovenskom poistnom trhu s povolením získaným od NBS viac ako 20 tisíc finančných agentov v sektore poistenia alebo zaistenia, no od roku 2005 bolo vydaných viac ako 130 tisíc oprávnení na výkon činnosti pre finančných agentov. S ohľadom na preferencie spotrebiteľov je adekvátnym riešením ponúknuť iný distribučný kanál, ako napríklad možnosť uzatvorenia poistenia cez webové sídlo poisťovne. Zo strany poisťovní sú však sprostredkovatelia neopomenuteľnou súčasťou marketingovej stratégie, keďže minimálne na Slovensku je ich vysoký podiel na upísanom poistnom neprehliadnuteľný.

V konečnom výsledku sme potvrdili, že multi-kanálová distribúcia poistných produktov je optimálnym riešením distribúcie, keďže poskytuje klientom širšiu sieť možností, ako si uzatvoriť poistenie. Klienti si tak podľa osobných preferencií vyberú spôsob uzatvorenia poistnej zmluvy s ohľadom na výhody a nevýhody, ktoré jednotlivé distribučné kanály so sebou prinášajú. Poistný trh je konkurenčné prostredie, kde poisťovne navzájom bojujú o klienta nástrojmi cenovej a necenovej konkurencie a širšie spektrum distribučných sietí ponúkne klientov adekvátnu možnosť voľby.

Zoznam použitej literatúry

Tlačené knihy, monografie, vedecko-kvalifikačné práce

- [1] COUGHLAN, Anne T. *Marketing channels*. 7th ed. Upper Saddle River: Pearson/Prentice Hall, 2006, xxii, 602 s. ISBN 0-13-191346-8.
- [2] KORAUŠ, Antonín. *Marketing v poisťovníctve*. Bratislava: Sprint vfra, 2001, 343 s. ISBN 80-88848-91-1.
- [3] MAJTÁNOVÁ, Anna, Zuzana KRÁTKA, Zuzana LITTOVÁ a Ingrid VACHÁLKOVÁ. *Poisťovníctvo*. Bratislava: Iura Edition, 2009, 322 s. Ekonomia. ISBN 978-80-8078-260-3.
- [4] MESRŠMÍD, Jaroslav. *Marketing v pojišťovníctví*. Praha: Kamil Mařík - Professional Publishing, 2016, 262 s. ISBN 978-80-7431-158-1.
- [5] PASTORÁKOVÁ, Erika, Zuzana BROKEŠOVÁ a Tomáš ONDRUŠKA. *Poistný trh*. Bratislava: Vydavateľstvo EKONÓM, 2017, 193 s. [11,23 AH]. ISBN 978-80-225-4431-3.

Článok v tlačennom časopise

- [6] LEHOTSKÁ, Mária. Distribúcia poistenia po novom. *Poistné rozhľady: časopis slovenského poisťovníctva*. Bratislava: Slovenská asociácia poisťovní, 2016, 22(1), 12-14. ISSN 1335-1044.

Články v elektronických časopisoch, zborníkoch a iné príspevky

- [7] ZLIECHOVCOVÁ, Adriana. Perspektívy online poistenia. [online]. *Konferencie FMK : Quo Vadis*, Trnava: FMK UCM v Trnave, 07.04.2013. [cit. 02.02.2019]. Dostupné na: <http://konferencie.fmk.sk/perspektivy-online-poistenia/>

Normy, zákony, nariadenia a smernice

Slovenská republika:

- [8] Zákon č. 40/1964 Zb. : Občiansky zákonník z 26. februára 1964 prijatý federálnym zhromaždením Českej a Slovenskej Federatívnej Republiky v časovej verzii predpisu účinnej od 30.01.2019

- [9] Zákon č. 381/2001 Z. z. : Zákon č. 381 zo 4. septembra 2001 o povinnom zmluvnom poistení zodpovednosti za škodu spôsobenú prevádzkou motorového vozidla a o zmene a doplnení niektorých zákonov
- [10] Zákon č. 186/2009 Z. z. : Zákon č. 186 z 24. apríla 2009 o finančnom sprostredkovaní a finančnom poradenstve a o zmene a doplnení niektorých zákonov
- [11] Zákon č. 39/2015 Z. z. : Zákon č. 39 z 3. februára 2015 o poisťovníctve a o zmene a doplnení niektorých zákonov
- [12] Zákon č. 282/2017 Z. z. : Zákon 282 z 11. októbra 2017, ktorým sa mení a dopĺňa zákon č. 186/2009 Z. z. o finančnom sprostredkovaní a finančnom poradenstve a o zmene a doplnení niektorých zákonov v znení neskorších predpisov a ktorým sa mení a dopĺňa zákon č. 39/2015 Z. z. o poisťovníctve a o zmene a doplnení niektorých zákonov v znení neskorších predpisov

Európska únia:

- [13] Smernica č. 32016L0097 : Smernica Európskeho parlamentu a rady (EÚ) 2016/97 z 20. januára 2016 o distribúcii poistenia
- [14] Smernica č. 32002L0092 : Smernica Európskeho parlamentu a rady (EÚ) 2002/92 z 9. decembra 2002 o sprostredkovaní poistenia

Internetové zdroje

- [15] Allianz - Slovenská poisťovňa, a.s. : Online poistenie - Povinné zmluvné poistenie. www.allianzsp.sk, [cit. 04. 04. 2019]. Dostupné online na: <https://online.allianzsp.sk/pzp-povinne-zmluvne-poistenie/>
- [16] Assuralia. www.assuralia.be, [cit. 28. 02. 2019]. Dostupné online na: <https://www.assuralia.be/>
- [17] AXA poisťovňa a.s., pobočka poisťovne z iného členského štátu. : Online poistenie. www.axa.sk, [cit. 04. 04. 2019]. Dostupné online na: <https://online.axa.sk/>
- [18] Fédération Française de l'Assurance. www.ffa-assurance.fr, [cit. 28. 02. 2019]. Dostupné online na: <https://www.ffa-assurance.fr/>
- [19] Generali Poisťovňa, a.s. : ONLINE POISTENIE – PZP. www.uniqa.sk, [cit. 04. 04. 2019]. Dostupné online na: <https://pzp.generalisk/?kampan>

- [20] Gesamtverband der Deutschen Versicherungswirtschaft (GDV). www.gdv.de, [cit. 28. 02. 2019]. Dostupné online na: <https://www.gdv.de/>
- [21] Hrvatski ured za osiguranje (HUO). www.huo.hr, [cit. 28. 02. 2019]. Dostupné online na: <http://www.huo.hr/>
- [22] Insurance Europe : First 2017 European insurance stats published. *European Insurance — Key Facts (October 2018)*. 2018, 46s. [cit. 26. 02. 2019]. Dostupné online na: <https://www.insuranceeurope.eu/sites/default/files/attachments/European%20insurance%20-%20Key%20facts%20-%20October%202018.pdf>
- [23] Insurance Europe : Insurance Data. www.insuranceeurope.eu, [cit. 26. 02. 2019]. Dostupné online na: <https://www.insuranceeurope.eu/insurancedata>
- [24] Insurance Europe : Members – Belgium (BE). www.insuranceeurope.eu, [cit. 28. 02. 2019]. Dostupné online na: <https://www.insuranceeurope.eu/members/belgium-be>
- [25] Insurance Europe : Members – Croatia (HR). www.insuranceeurope.eu, [cit. 28. 02. 2019]. Dostupné online na: <https://www.insuranceeurope.eu/members/croatia-hr>
- [26] Insurance Europe : Members – France (FR). www.insuranceeurope.eu, [cit. 28. 02. 2019]. Dostupné online na: <https://www.insuranceeurope.eu/members/france-fr?section=Related%20statistics>
- [27] Insurance Europe : Members – Germany (DE). www.insuranceeurope.eu, [cit. 28. 02. 2019]. Dostupné online na: <https://www.insuranceeurope.eu/members/germany-de>
- [28] Insurance Europe : Members – Slovakia (SK). www.insuranceeurope.eu, [cit. 28. 02. 2019]. Dostupné online na: <https://www.insuranceeurope.eu/members/slovakia-sk>
- [29] Insurance Europe : New insurance industry figures published. *European Insurance in Figures (2016 data)*. 2018, 54s. [cit. 26. 02. 2019]. Dostupné online na: https://www.insuranceeurope.eu/sites/default/files/attachments/WEB_European%20Insurance%20in%20Figures%20-%202016%20data.pdf
- [30] KOMUNÁLNA poisťovňa, a.s. Vienna Insurance Group : PZP MV TR - Online poistenie online. www.kpas.sk, [cit. 04. 04. 2019]. Dostupné online na: <https://webportal.kpas.sk/PZPOnlineKPAS/>

- [31] KOOOPERATIVA poisťovňa, a.s. Vienna Insurance Group : PZP MV TR - Online poistenie online. www.koop.sk, [cit. 04. 04. 2019]. Dostupné online na: <https://webcalc.koop.sk/PZPOnline/>
- [32] Národná banka Slovenska : Register finančných agentov a finančných poradcov. regfap.nbs.sk, [cit. 20. 02. 2019]. Dostupné online na: <https://regfap.nbs.sk/>
- [33] Národná banka Slovenska : Subjekty finančného trhu. subjekty.nbs.sk, [cit. 12. 04. 2019]. Dostupné online na: https://subjekty.nbs.sk/?aktdinput=&aa=select_sector&bb=3&cc=&qq=
- [34] Národná banka Slovenska : Súhrnné štatistické údaje poisťného sektora. www.nbs.sk, [cit. 02. 04. 2019]. Dostupné online na: <https://www.nbs.sk/sk/dohlad-nad-financnym-trhom-prakticke-informacie/publikacie-a-vybrane-udaje/vybrane-udaje/suhrnne-statisticke-udaje-poisneho-sektora>
- [35] Národná banka Slovenska : Odborná spôsobilosť - Stupne odbornej spôsobilosti podľa typu agentov. www.nbs.sk, [cit. 10. 03. 2019]. Dostupné online na: <http://www.nbs.sk/sk/dohlad-nad-financnym-trhom/dohlad/financne-sprostredkovanie-a-financne-poradenstvo/informacie/odborna-sposobilost>
- [36] Netfinancie, s.r.o. : Povinné zmluvné poistenie. www.netfinancie.sk, [cit. 04. 04. 2019]. Dostupné online na: <https://www.netfinancie.sk/pzp/>
- [37] Slovenská asociácia poisťovní : Agregované údaje za poisťovne so sídlom na Slovensku. www.slaspo.sk, [cit. 01. 04. 2019]. Dostupné online na: <https://www.slaspo.sk/22364>
- [38] Slovenská asociácia poisťovní : Analýzy SLASPO. www.slaspo.sk, [cit. 01. 04. 2019]. Dostupné online na: <https://www.slaspo.sk/14865>
- [39] Slovenská kancelária poisťovateľov : Poisťovne štatistiky. www.skp.sk, [cit. 03. 04. 2019]. Dostupné online na: <https://www.skp.sk/webgrafy/index-t.htm>
- [40] Slovenská asociácia poisťovní : Štatistika. www.slaspo.sk, [cit. 01. 04. 2019]. Dostupné online na: <https://www.slaspo.sk/18541>
- [41] Slovenská asociácia poisťovní : NP - vývoj v grafoch. www.slaspo.sk, [cit. 01. 04. 2019]. Dostupné online na: <https://www.slaspo.sk/statistiky-np>
- [42] Superpoistenie, s.r.o. : Povinné zmluvné poistenie. www.superpoistenie.sk, [cit. 04. 04. 2019]. Dostupné online na: <https://online.superpoistenie.sk/pzp/kalkulacka/>

[43] UNIQA poisťovňa, a.s. : Povinné zmluvné poistenie – PZP. www.uniqa.sk, [cit. 04. 04. 2019]. Dostupné online na: <https://www.uniqa.sk/povinne-zmluvne-poistenie-pzp/>

Zoznam príloh

Príloha 1: Dôvodová správa k návrhu zákona č. 282/2017 Z. z.

Príloha 2: Distribučné kanály v členských a partnerských krajinách Insurance Europe

Príloha 3: Podiel poisťovní na PZP v jednotlivých rokoch podľa počtu poistených vozidiel

Príloha 4: Výber učebných materiálov poskytovaný pri náborovom školení viazaných finančných agentov

Príloha 5: IPID a PRIIP