

Finanční a nefinanční benefity jako motivační prvky ve Victoria Volksbanken pojišťovně a.s.

Jakub Kopřiva

Bakalářská práce
2011



Univerzita Tomáše Bati ve Zlíně
Fakulta managementu a ekonomiky

Univerzita Tomáše Bati ve Zlíně
Fakulta managementu a ekonomiky

Vyšší odborná škola ekonomická
akademický rok: 2010/2011

ZADÁNÍ BAKALÁŘSKÉ PRÁCE

(PROJEKTU, UMĚLECKÉHO DÍLA, UMĚLECKÉHO VÝKONU)

Jméno a příjmení: **Jakub KOPŘIVA**
Osobní číslo: **M080011**
Studijní program: **B 6208 Ekonomika a management**
Studijní obor: **Marketing**

Téma práce: **Finanční a nefinanční benefity jako motivační prvky ve Victoria Volksbanken pojišťovně a.s.**

Zásady pro vypracování:

Úvod I. Teoretická část

- Prostudujte odbornou literaturu se vztahem ke zvolenému tématu
- Provedte literární průzkum a analýzu teoretických a metodických východisek řešení daného úkolu
- Stručně vypište věci vztahujících se k tématu

II. Praktická část

- Stručně popište firmu
- Provedte analýzu firem ze svého okolí
- Navrhněte managementu firmy řešení daného problému

Závěr

Rozsah bakalářské práce:

Rozsah příloh:

Forma zpracování bakalářské práce: **tištěná**

Seznam odborné literatury:

[1] ALENA SOJKOVÁ, Odměňování pracovníků, 1.vyd. Praha : Havlíčkův brod, a.s., 2009. 448 s. ISBN 978-80-274-2890-2

[2] HANA AMBROSOVÁ a kolektiv, Abeceda personalisty, 2.vyd. Olomouc : Ringier Print CZ a.s., ISBN: 978-80-7263-441-5

[3] ROMAN KOZEL a kolektiv, Moderní marketingový výzkum, 1.vyd. Praha : PBtisk 2006. ISBN: 80-247-0966-X

[4] RUČKOVÁ, P. Pojišťovnictví. 1.vyd. Karviná : Slezská univerzita Opava, 1996. ISBN: 80-85879-55-7

[5] SEQUENSOVÁ, H., HEP, R., RATISLAV, P., Jiří Leták. Lidské zdroje 1.vyd. Havířov-Podlesí, 2005. Tisk Findr, s.r.o., Český Těšín.

Vedoucí bakalářské práce:

Ing. Hana Šedová, Ph.D.

Vyšší odborná škola ekonomická


Datum zadání bakalářské práce:

22. října 2010

Termín odevzdání bakalářské práce:

10. prosince 2010

Ve Zlíně dne 26. listopadu 2010


PaedDr. Josef Rydlo
ř. ZŠPř. děkanka




doc. Ing. Jaroslav Světlík, Ph.D.
ř. ZŠPř. ředitel ústavu

PROHLÁŠENÍ AUTORA BAKALÁŘSKÉ PRÁCE

Beru na vědomí, že:

- odevzdáním bakalářské práce souhlasím se zveřejněním své práce podle zákona č. 111/1998 Sb. o vysokých školách a o změně a doplnění dalších zákonů (zákon o vysokých školách), ve znění pozdějších právních předpisů, bez ohledu na výsledek obhajoby¹;
- bakalářská práce bude uložena v elektronické podobě v univerzitním informačním systému dostupná k nahlédnutí:
 - bez omezení;
 - pouze prezenčně v rámci Univerzity Tomáše Bati ve Zlíně;
- na mou bakalářskou práci se plně vztahuje zákon č. 121/2000 Sb. o právu autorském, o právech souvisejících s právem autorským a o změně některých zákonů (autorský zákon) ve znění pozdějších právních předpisů, zejm. § 35 odst. 3²;
- podle § 60³ odst. 1 autorského zákona má UTB ve Zlíně právo na uzavření licenční smlouvy o užití školního díla v rozsahu § 12 odst. 4 autorského zákona;

¹ zákon č. 111/1998 Sb. o vysokých školách a o změně a doplnění dalších zákonů (zákon o vysokých školách), ve znění pozdějších právních předpisů, § 47b Zveřejňování závěrečných prací:

- (1) Vysoká škola nevydělečně zveřejňuje disertační, diplomové, bakalářské a rigorózní práce, u kterých proběhla obhajoba, včetně posudků oponentů a výsledku obhajoby prostřednictvím databáze kvalifikačních prací, kterou spravuje. Způsob zveřejnění stanoví vnitřní předpis vysoké školy.
- (2) Disertační, diplomové, bakalářské a rigorózní práce odevzdané uchazečem k obhajobě musí být též nejméně pět pracovních dnů před konáním obhajoby zveřejněny k nahlížení veřejnosti v místě určeném vnitřním předpisem vysoké školy nebo není-li tak určeno, v místě pracoviště vysoké školy, kde se má konat obhajoba práce. Každý si může ze zveřejněné práce pořizovat na své náklady výpisy, opisy nebo rozmnoženiny.
- (3) Platí, že odevzdáním práce autor souhlasí se zveřejněním své práce podle tohoto zákona, bez ohledu na výsledek obhajoby.

² zákon č. 121/2000 Sb. o právu autorském, o právech souvisejících s právem autorským a o změně některých zákonů (autorský zákon) ve znění pozdějších právních předpisů, § 35 odst. 3:

- (3) Do práva autorského také nezasahuje škola nebo školské či vzdělávací zařízení, užije-li nikoli za účelem přímého nebo nepřímého hospodářského nebo obchodního prospěchu k výuce nebo k vlastní potřebě dílo vytvořené žákem nebo studentem ke splnění školních nebo studijních povinností vyplývajících z jeho právního vztahu ke škole nebo školskému či vzdělávacímu zařízení (školní dílo).

³ zákon č. 121/2000 Sb. o právu autorském, o právech souvisejících s právem autorským a o změně některých zákonů (autorský zákon) ve znění pozdějších právních předpisů, § 60 Školní dílo:

- (1) Škola nebo školské či vzdělávací zařízení mají za obvyklých podmínek právo na uzavření licenční smlouvy o užití školního díla (§ 35 odst. 3). Odpírá-li autor takového díla udělit svolení bez vážného důvodu, mohou se tyto osoby domáhat nahrazení chybějícího projevu jeho vůle u soudu. Ustanovení § 35 odst. 3 zůstává nedotčeno.

- podle § 60⁴ odst. 2 a 3 mohu užít své dílo – bakalářskou práci - nebo poskytnout licenci k jejímu využití jen s předchozím písemným souhlasem Univerzity Tomáše Bati ve Zlíně, která je oprávněna v takovém případě ode mne požadovat přiměřený příspěvek na úhradu nákladů, které byly Univerzitou Tomáše Bati ve Zlíně na vytvoření díla vynaloženy (až do jejich skutečné výše);
- pokud bylo k vypracování bakalářské práce využito softwaru poskytnutého Univerzitou Tomáše Bati ve Zlíně nebo jinými subjekty pouze ke studijním a výzkumným účelům (tj. k nekomerčnímu využití), nelze výsledky bakalářské práce využít ke komerčním účelům.

Prohlašuji, že:

- jsem bakalářskou práci zpracoval/a samostatně a použité informační zdroje jsem citoval/a;
- odevzdaná verze bakalářské práce a verze elektronická nahraná do IS/STAG jsou totožné.

Ve Zlíně

.....

⁴ zákon č. 121/2000 Sb. o právu autorském, o právech souvisejících s právem autorským a o změně některých zákonů (autorský zákon) ve znění pozdějších právních předpisů, § 60 Školní dílo:

- (2) Není-li sjednáno jinak, může autor školního díla své dílo užít či poskytnout jinému licenci, není-li to v rozporu s oprávněnými zájmy školy nebo školského či vzdělávacího zařízení.
- (3) Škola nebo školské či vzdělávací zařízení jsou oprávněny požadovat, aby jim autor školního díla z výdělku jím dosaženého v souvislosti s užitím díla či poskytnutím licence podle odstavce 2 přiměřeně přispěl na úhradu nákladů, které na vytvoření díla vynaložily, a to podle okolností až do jejich skutečné výše; přitom se přihlédne k výši výdělku dosaženého školou nebo školským či vzdělávacím zařízením z užití školního díla podle odstavce 1.

ABSTRAKT

Bakalářská práce klade důraz na finanční a nefinanční benefity. Jedná se o motivační prvky, které jsou v dnešní době velmi hodně využívány. Práce je rozdělena na dvě části a to teoretickou a analytickou. Teoretická část se zabývá motivací, jednotlivými benefity, potřebami běžného člověka, ale také tvorbou dotazníku. Najdeme zde také teorii zpracování SWOT analýzy. V analytické části je stručně představena, VICTORIA VOLKSBANKEN pojišťovna, a. s. a také jednotlivé produkty, které se řadí mezi ty nejlepší na trhu. Dále pak je pokračováno v jednotlivých pojišťovnách, aby se mohlo v závěru této práce porovnat a vyhodnotit, kdo vlastně používá nejvíce zaměstnaneckých výhod a také doporučit pracovníkům VICTORIA VOLKSBANKEN pojišťovny, a.s. různá zlepšení, která by určitě zpříjemnila tuto práci, všem pojišťovacím zprostředkovatelům, manažerům, ale také asistentkám jednotlivých poboček a ředitelům, kteří musí odvézt opravdu kus tvrdé práce, aby splnili své každodenní plány.

Klíčová slova:

Zaměstnanci, zaměstnavatelé, zaměstnanecké výhody, outsourcing, lidské potřeby, dotazování, swot analýza, pojišťovna, nabízené produkty.

ABSTRACT

This Bachelor thesis will introduce it's reader to the area of financial and non-financial benefits. These incentive measures are used very often at the present time. The thesis is divided into two parts – theoretical and analytical. The theoretical part deals in detail with the particular benefits, the needs of ordinary people and also the compilation of the questionnaire. The theory of SWOT analysis processing can be also found in this part. In the analytical part, I briefly introduced the insurance company Victoria Volksbanken a.s. and also the individual products which ranks among the best in the market. I conducted a survey in several insurance companies in order to find out which company offers the widest range of employee benefits. My findings should be also inspirational for Victoria Volksbanken's management to achieve better motivation not only for managers but also for insurance agents and other employees who work hard to fulfill their daily plans.

Keywords:

employees, employers, employee benefits, outsourcing, human needs, questioning, SWOT analysis, insurance company, featured products

Poděkování

Rád bych poděkoval všem osobám, které se podíleli na tvorbě této bakalářské práce. V první řadě paní Ing. Haně Šedové, Ph.D., za odborné vedení a velmi dobře připravené konzultační hodiny. Dále chci touto formou poděkovat, všem zaměstnancům VICTORIA VOLKSBANKEN pojišťovny a.s., kteří měli na všechny moje otázky velmi fundované odpovědi a pomáhali mi až do samotného konce. Děkuji jim za cenné připomínky a rady.

Motto

„Kdybych měl posledních pět dolarů, tak tři z nich věnuji na reklamu.“

Henry Ford

OBSAH

ÚVOD	10
I TEORETICKÁ ČÁST	12
1 MOTIVACE	13
1.1 PROCES MOTIVACE A JEHO ZÁKLADNÍ ČINITELE	14
1.2 TŘI SITUACE TÝKAJÍCÍ SE MOTIVACE	14
1.2.1 Situace číslo 1: Někdo prostě motivovaný je, někdo ne.....	15
1.2.2 Situace číslo 2: Motivace = manipulace.....	15
1.2.3 Situace číslo 3: Nic nemotivuje lépe než peníze	16
2 MASLOWOVA PYRAMIDA LIDSKÝCH POTŘEB	17
3 BENEFIT A DRUHY BENEFITŮ	18
3.1 ZAMĚSTNANECKÉ VÝHODY	18
3.2 BENEFITY FORMOU OUTSOURCINGU	20
3.3 DRUHY BENEFITŮ	21
3.3.1 Osobní bezpečnost.....	21
3.3.2 Peněžní pomoc	21
3.3.3 Osobní potřeby	22
3.3.4 Zdanitelné zaměstnanecké výhody.....	22
3.3.5 Nezdanitelné zaměstnanecké výhody.....	23
4 MOŽNOSTI DOTAZOVÁNÍ	25
4.1 DOTAZOVÁNÍ.....	25
4.2 OSOBNÍ DOTAZOVÁNÍ	25
4.3 PÍSEMNÉ DOTAZOVÁNÍ	25
4.3.1 Dotazník	25
4.3.1.1 Tvorba dotazníku.....	26
5 SWOT ANALÝZA	27
5.1 POPIS SWOT ANALÝZY	27
II ANALYTICKÁ ČÁST	28
6 OBECNĚ O POJIŠTĚNÍ	29
6.1 VZNIK POJISTNÉ MYŠLENKY	29
6.2 DEFINICE POJIŠTĚNÍ	29
7 PŘEDMĚT PODNIKÁNÍ	31
7.1 PROFIL SPOLEČNOSTI	31
7.2 PŮSOBENÍ FIRMY V RÁMCI ČR.....	33
7.3 ORGANIZAČNÍ STRUKTURA POBOČKY	33
7.4 KARIÉRNÍ POSTUP	34
7.5 NABÍZENÉ PRODUKTY	35
7.5.1 Životní pojištění	36
7.5.2 Investiční životní pojištění VEKTOR	36

7.5.3	Důchodové pojištění RENTA	36
7.5.4	Preminat plus	36
7.5.5	Zdravotní pojištění cizinců Welcome.....	37
7.5.6	Úrazové pojištění.....	37
7.5.7	Bezpečný domov	37
7.5.8	Cestovní pojištění	38
8	SWOT ANALÝZA	41
9	ANALÝZA VE FIRMÁCH Z MÉHO OKOLÍ	43
9.1	INTERNETOVÝ PRŮZKUM	43
9.2	OSLOVENÍ PŘES E-MAIL	43
9.3	OSOBNÍ DOTAZOVÁNÍ	43
10	VÝSTUPY ANALÝZY	44
10.1	FIREMNÍ LOGA JEDNOTLIVÝCH POJIŠŤOVEN	44
10.2	GRAFICKÉ ZPRACOVÁNÍ.....	45
10.3	BENEFITY U JEDNOTLIVÝCH POJIŠŤOVEN	49
11	DOTAZNÍK PRO ZAMĚSTNANCE VICTORIA VOLKSBANKEN POJIŠŤOVNY, A.S.	53
11.1	ROZDĚLENÍ JEDNOTLIVÝCH PRACOVNÍKŮ.....	53
11.2	INFORMOVANOST PRACOVNÍKŮ	55
11.3	DOSTATEČNÁ MOTIVACE	56
11.4	BENEFIT – PÉČE O DĚTI V PODNIKOVÝCH ZAŘÍZENÍCH	56
11.5	NÁVRHY DALŠÍCH BENEFITŮ PRO FIRMU.....	56
12	NAVRHOVANÉ DOPORUČENÍ.....	57
12.1	LEPŠÍ PŘENOS INFORMACÍ.....	57
12.2	ZAVEDENÍ NOVÝCH BENEFITŮ	57
	ZÁVĚR	62
	RESUMÉ	63
	SEZNAM POUŽITÉ LITERATURY.....	64
	SEZNAM POUŽITÝCH SYMBOLŮ A ZKRATEK.....	66
	SEZNAM OBRÁZKŮ	67
	SEZNAM TABULEK.....	68
	SEZNAM GRAFŮ	69
	SEZNAM PŘÍLOH.....	70

ÚVOD

Téma práce, které je v bakalářské práci zpracováno, souvisí se společností VICTORIA VOLKSBANKEN pojišťovna a.s., která má v dnešní době široké pole působnosti a spoustu spokojených klientů. V této společnosti pracuji třetím rokem. Náplní mé práce je vyhledávání nových obchodních příležitostí, péče o stávající klientelu a někdy také zaškolení nováčků.

Společnost VICTORIA VOLKSBANKEN pojišťovna, a.s. moc dobře ví, že tajemství jejího úspěchu, jsou spokojení a loajální zaměstnanci a proto se snaží poskytovat velké množství motivačních prostředků, bez kterých by nebylo možné v dnešní době zaměstnance udržet, v dobrém pracovním tempu.

Záměrem této práce je na základě nových informací a vlastních zkušeností odborně popsat základní pravidla motivace, zhodnotit jednotlivé hmotné i nehmotné benefity a uvést příklady jednotlivých motivátorů v konkurenčním prostředí. Na základě těchto informací provést analýzu z pohledu odměňování zaměstnanců působících ve společnosti VICTORIA VOLKSBANKEN pojišťovně, a.s. a předat jednotlivé návrhy na zlepšení přímo vedení společnosti.

Bakalářská práce obsahuje teoretickou i praktickou část. V teoretické části je čtenář seznámen se základní definicí motivace, dále budeme řešit jednotlivé druhy benefitů, setkáme se také s velmi známou pyramidou Abrahama Maslowa, postupy dotazování i SWOT analýzou. Je vycházeno z jednotlivých odborných publikací, které můžeme najít v knihovně UTB. Postupně se dostaneme k analytické části.

V analytické části si představíme VICTORIA VOLKSBANKEN pojišťovnu, a.s., dále se budeme zabývat jejími produkty, které hrají velkou roli při budování úspěšné kariéry obchodních zástupců a neustále rozvíjejících se poboček. Nedílnou součástí této práce je také SWOT analýza, kterou podrobně rozpracuji. Setkáme se také s analýzou ve firmách z mého okolí, kde vybereme jednotlivé finanční a nefinanční benefity a oslovíme jednotlivé pojišťovny, abychom se dozvěděli velmi cenné informace z konkurenčního prostředí, budeme postupovat podle odborných literární rešerší. Zjistíme, jaký mají názor na tohle téma přímo zaměstnanci společnosti. Výsledky budou zpracovány formou tabulky i grafů.

Na závěr této práce bude velmi důležité uvést jednotlivé návrhy a doporučení pro jednotlivé pracovníky.

Vedení společnosti se rozhodlo dávat peníze spíše do provizí jednotlivých oblastních ředitelů, manažerů, nebo obchodních zástupců, proto nevidíme v televizi žádnou reklamu, která by se nám dostala do našeho podvědomí, takže velká spousta lidí ani neví, že vůbec pojišťovna existuje. Tato otázka mě zaujala natolik, že jsem se rozhodl položit ji muži nejvýše postavenému v České republice v tomto oboru a to řediteli obchodní sítě Mgr. Romanovi Stiegrovi. Odpověď byla jednoznačná – největší reklamou, kterou VICTORIA VOLKSBANKEN pojišťovna, a.s., má, jsou právě její pracovníci, kteří musí být neustále motivováni k tomu, aby dělali svou práci odpovědně a pečlivě.

Jeden z dalších důvodů, který mne vedl, ke zvolení tohoto tématu bylo, že vedení společnosti VICTORIA VOLKSBANKEN pojišťovny, a.s. potřebuje neustále další informace z konkurenčního i vnitřního prostředí a velmi dobře dokáže ocenit jejich důkladné zpracování. Bakalářská práce tedy bude určitě přínosem pro obě strany.

I TEORETICKÁ ČÁST

1 MOTIVACE

Jak autor uvádí všechny organizace, se zajímají o to, co by se mělo udělat pro dosažení trvale vysoké úrovně výkonu lidí. Znamená to věnovat zvýšenou pozornost nejvhodnějšímu způsobu motivování lidí pomocí takových nástrojů, jako jsou různé stimuly, odměny, vedení lidí a – co je nejdůležitější – práce, kterou vykonávají, a podmínek v organizaci, za nichž tuto práci vykonávají. Cílem je samozřejmě vytvářet a rozvíjet motivační procesy a pracovní prostředí, které napomáhá tomu, aby jednotliví pracovníci dosahovali výsledků odpovídajících očekávání managementu.

Teorie motivace zkoumá proces motivování, proces utváření motivací. Vysvětluje, proč se lidé při práci chovají určitým způsobem, proč vyvíjí určité úsilí v konkrétním směru. Popisuje to, co mohou organizace udělat pro povzbuzování lidí, aby uplatnili své schopnosti a vyvinuli úsilí způsobem, který podpoří splnění cílů organizace i uspokojení jejich vlastních potřeb. Zabývá se rovněž spokojeností s prací – faktory, které ji vytvářejí, a jejím vlivem na pracovní výkon.

Cíle chápání a uplatňování motivační teorie je získat prostřednictvím lidí přidanou hodnotu v tom smyslu, že hodnota jejich výstupů přesáhne náklady jejího vytváření. Toho lze dosáhnout pomocí svobody jednání a rozhodování, řízení se vlastním úsudkem. Ve většině rolí – a možná že ve všech – existuje prostor pro to, aby se pracovníci rozhodli, kolik úsilí chtějí vynakládat. Mohou dělat jenom tolik, aby se s rolí vyrovnali, nebo se mohou vrhnout do své práce a přinášet přidanou hodnotu. Dobrovolné úsilí, závislé na vůli pracovníka, může být klíčovou složkou výkonu organizace.

Naneštěstí jsou přístupy k motivování lidí příliš často podepřeny zjednodušenými představami o tom, jak motivace funguje. Proces motivace je mnohem komplikovanější, než se mnozí lidé domnívají. Lidé mají různé potřeby, stanovují si různé cíle, aby své potřeby uspokojili, a podnikají různé kroky směřující ke splnění těchto cílů. Je mylné se domnívat, že jeden přístup k motivování bude vyhovovat všem lidem. To je důvod, proč předpoklady, na nichž je založena víra v to, že odměna, odrážející výkon účinkuje jako motivátor, jsou zjednodušující. Motivování bude s největší pravděpodobností fungovat efektivně, bude-li založeno na řádném poznání a pochopení toho, co je ve hře. [1]

1.1 Proces motivace a jeho základní činitele

Motivace je vnitřním procesem, který vyjadřuje touhu a vůli (ochotu) člověka vyvinout určité úsilí vedoucího k dosažení subjektivně významného cíle nebo výsledku. Podle této definice je tedy motivace vztažena k chování, respektive k jeho projevům – hovoříme o motivovaném jednání. I v běžné řeči se přece setkáváme, se spojením *nemám motivaci, chybí mi* (rozuměj, nechce se mi – nemám důvod něco dělat). To, co v konkrétním případě chybí je určitý hybatel, který je psychologickou příčinou toho, že jedinec bude mít zájem, jinými slovy bude motivován k tomu, aby se po určitou dobu, s určitou silou určitým způsobem choval. Oním hybatelem motivace jsou vedle výše uvedených zájmů také přání, potřeby a k nim komplementární hodnoty, respektive ideály, ty všechny souborově označeny jako motivy. [2]

Model procesu motivace ukazuje, že je motivace iniciována vědomým nebo mimovolným zjištěním neuspokojených potřeb. Tyto potřeby vytvářejí přání dosáhnout něčeho nebo něco získat. Poté jsou stanoveny cíle, o nichž se věří, že uspokojí tyto potřeby a přání, a volí se cesty nebo způsoby chování, od nichž se očekává, že povedou k dosažení stanovení cílů. Jestliže je určitého cíle dosaženo, potřeba je uspokojena a je pravděpodobné, že chování, které vedlo k cíli, se napříště zopakuje v případě, že se objeví podobná potřeba. Pokud není cíle dosaženo, je méně pravděpodobné, že se budou tytéž kroky v budoucnu opakovat. Tento proces opakování úspěšného chování nebo kroků se nazývá upevňování přesvědčení nebo také zákon příčiny a účinku (Hull, 1951). [1]

1.2 Tři situace týkající se motivace

Jak autor uvádí, motivace patří mezi pojmy, které se těší velké oblibě. Být sám dobře motivovaný a být schopen motivovat druhé – to se považuje za mimořádně lákavou záležitost. Patrně i proto, že motivace je důležitým faktorem úspěšnosti. Podniky očekávají od lidí, kteří se u nich ucházejí o práci, že jsou vysoce motivovaní, aktivní a iniciativní. Za samozřejmou kvalifikaci a vlastnost řadových pracovníků se motivace považuje proto, že už jistou míru motivace v sobě mají. U vedoucích pracovníků se očekává nejen jejich vlastní vnitřní motivace, nýbrž navíc i schopnost motivovat k práci ostatní, umět je pro ni přímo nadchnout.

Jestliže se přikládá motivaci takový význam a tolik se o ní hovoří a píše, pak se musíme zeptat: jsme snad nedostatečně motivovaní? A máme snad nedostatečný talent pro motivování druhých?

Často slyšíme v podnicích stížnosti, že spolupracovníci projevují příliš malou angažovanost, svoje úkoly si odpracují bez chuti a zájmu, nesnaží se iniciativně udělat něco na víc. Z šéfovských pater zaznívá: Potřebujeme motivovanější pracovní síly!

Bohužel většinou však zůstane jen u tohoto požadavku. A i proto, že ne vždy se dostatečně přesně ví, co vůbec motivace je a jak funguje. A tím se dostáváme k našemu tématu: k nejfrekventovanějším omylům v pojetí motivace. [3]

1.2.1 Situace číslo 1: Někdo prostě motivovaný je, někdo ne

Mnozí lidé se domnívají, že motivace je lidská vlastnost jako třeba spořivost, řemeslná zručnost nebo hudební nadání. Mělo by tedy platit, že někteří z nás, když se motivace rozdávala, dostali pořádnou porci, zatímco jiní přišli prostě poněkud zkrátka. A tak jsou někteří naši bližní přesvědčeni, že motivace je jednou provždy danou charakteristikou osobnosti a že se na tom také nedá nic změnit.

Jenomže motivace není prapůvodní vrozená lidská vlastnost. Abyste si toto tvrzení ověřili, musíte své kolegy pozorovat s odstupem, jako celistvé lidské bytosti, tedy nejen na pracovišti, ale i jako soukromé osoby. Rychle pak zjistíte, že prakticky každý má nějakou oblast, v níž se angažuje. A není-li to zrovna práce, pak je to určitě něco jiného: sportovní klub, zahrádka nebo dlouhotoužebně očekávaný přírůstek do rodiny. Jestliže někdo v podniku neprojevuje žádoucí motivaci, nemůže to spočívat v charakteru jednotlivce. [3]

1.2.2 Situace číslo 2: Motivace = manipulace

Zastánci tohoto názoru jsou přesvědčeni, že motivace je prostě jen hezcí výraz pro manipulaci. Vedoucí pracovníci proto potřebují jen ovládat a používat pár šikovných triků a jejich podřízení a spolupracovníci budou radostně tančit podle toho, jak oni budou pískat.

Motivaci nesmíme ztotožňovat s manipulací. Právě naopak. Motivace nemůže zdárně fungovat bez existence mezilidských vztahů, v nichž dominuje důvěryhodnost a férovost. Je přirozené, že chování vedoucích pracovníků má nepochybně na motivaci jim podřízených spolupracovníků velký vliv. Ale pozor! Klíčem k úspěchu nejsou jakékoli triky. Mnohem spíše jde o to, aby šéfové pečovali o rozvoj svých spolupracovníků a vytvářeli v podniku ideální rámcové podmínky. [3]

1.2.3 Situace číslo 3: Nic nemotivuje lépe než peníze

Mnozí lidé jsou přesvědčeni, že skutečným a opravdovým základem motivace lidí jsou právě peníze. Jsou-li mzdy dobře nastavené, pak pracovníci pracují na nejvyšší obrátky. Peníze probouzejí ospalé dušičky a pilní, snaživí a ctižádostiví spolupracovníci se budou snažit ještě více, pokud je nalákáte na zvýšení platu. Stručně řečeno: kdo chce motivované spolupracovníky, musí jim pořád mávat před nosem tučným balíkem bankovek.

Pracovníci ovšem reagují nanejvýš pobouřeně, když zjistí, že v jiných podnicích by byl jejich výkon honorován výrazně lépe. Jenže na nic si člověk nezvykne tak rychle jako na dobrý plat. Tak proč se potom angažovat...[3]

2 MASLOWOVA PYRAMIDA LIDSKÝCH POTŘEB

Mnoho pracovníků, zvláště na nejvyšších úrovních, nepožaduje od zaměstnavatele maximální mzdu, ale spíše ocenění, uznání – **nefinanční benefit**. Dobrým příkladem je **Maslowova pyramida lidských potřeb**.^[4]

Abraham Harold Maslow (1. dubna 1908 – 8. června 1970) byl americký psycholog, jeden ze zakladatelů humanistického proudu v psychologii. Nejčastěji bývá uváděn jako autor hierarchie lidských potřeb. Tvrdí, že člověk své potřeby neuspokojuje na stejné úrovni, takže srovnává potřeby do pěti stupňů:

1. Fyziologie

Uspokojuje se u málo hmotně zajištěných a málo kvalifikovaných pracovníků.

2. Jistota a bezpečí

Vyskytuje se u pracovníků, kteří si upevňují pracovní pozici a mají nízké kvalifikační předpoklady.

3. Sociální potřeby

Objevuje se u pracovníků, kteří již dosáhli předchozích dvou stupňů potřeb. Aby byli uspokojeni, je třeba vytvořit dobré vztahy na pracovišti a zajistit dobrou komunikaci s vedoucími pracovníky.

4. Úcta a sebeúcta

Objevuje se u kvalifikovaných pracovníků, u specialistů, kteří chtějí být úspěšní a uznávaní.

5. Seberealizace

Nejvyšší stupeň. Vyskytuje se u vynikajících pracovníků, kteří jsou práci oddaní, chtějí se v ní rozvíjet – zaměstnavatel by měl vytvořit vedoucí podmínky pro tvůrčí práci a nezatěžovat je administrativními překážkami.

Uplatňování následujících odměn často vyžaduje podrobnější znalost hodnotového žebříčku vašich zaměstnanců - úspěšně je lze cílit hlavně na pracovníky, kteří je dokáží náležitě ocenit.^[4]

3 BENEFIT A DRUHY BENEFITŮ

Nyní si podrobně popíšeme zaměstnanecké výhody poskytované zaměstnavatelem. Seznámíme se s jednotlivými druhy a poukážeme na daňové hledisko jednotlivých benefitů.

3.1 Zaměstnanecké výhody

Jak autor uvádí, v souladu se zákoníkem práce přísluší zaměstnanci za vykonanou práci mzda nebo plat (§109 zákoníku práce). Mzda je a nadále zůstane tou rozhodující motivací k práci. V posledním období, ale dochází k řadě významných změn, personální oblast nevyjímaje, a to zásadním způsobem ovlivňuje postoj firem i zaměstnanců, pokud jde o oblast motivace k práci. Výzkumy ukazují, že důležitým předpokladem stability a dobrého fungování každé firmy je nejenom dobrý výrobní program, ale také to, jak dovede pracovat s lidským potenciálem, jak dokáže využívat vzdělání zaměstnanců a motivovat je, a to nejenom po stránce finanční, ale i vytvořením optimálních pracovních a sociálních podmínek, v nichž má být práce konána.

Firmy tak stále častěji vedle mzdy poskytují zaměstnancům i další plnění. Pro tato plnění poskytována zaměstnavatelem navíc ke mzdě či platu se vžil výraz zaměstnanecké výhody (employee benefits) nebo jednoduše benefity. [5]

Kvalitní systém zaměstnaneckých výhod, neboli benefitů vyžaduje důkladnou analýzu. Toho si jsou vědomi zvláště nadnárodní společnosti, které tyto benefity mají velmi dobře propracované. Musíte si stanovit, čeho vlastně chcete mimoplatovými odměnami dosáhnout, co si od nich slibujete. Než vůbec začnete nějaký takový systém tvořit, analyzujte potřeby zaměstnanců, např. v anonymní anketě.

Po vlastní realizaci systému odměn musíte sledovat zpětnou vazbu, jak jsou výhody vnímány a co přinášejí jak zaměstnancům, tak vám jako zaměstnavateli. Celý proces není jednoduchý a už vůbec ne levný, proto některé menší společnosti od benefitů ustoupily a snaží se vše kompenzovat platem. Ne vždy je ale přidání platu stejně účinné jako jiné typy výhod. Hodí se k tomu staré známé přísloví, není všechno zlato, co se třpytí.

Starší generace zpravidla více uznává hodnoty, plat podle funkce, postup podle odpracovaných let a hierarchické struktury. Střední generace volí nezávislost, znalost nové techniky, očekává rychlou odezvu a podíl na řízení rozhodování. Konečně nejmladší

generace žádá nové technologie a internet ví, co chce a říká to nahlas, je loajální k těm, které obdivuje a udržuje rovnováhu mezi volným časem a prací.

Zaměstnanecké výhody může dostat jen zaměstnanec, tj. osoba, která se zaměstnavatelem uzavřela pracovněprávní vztah. Tyto výhody nelze aplikovat u živnostníka, který pravidelně poskytuje firmě službu (např. i tzv. švarc-systém). Stravenky, internet domů či služební telefon a další odměny tak dostanou skutečně jenom ti, kteří ve firmě pracují na běžnou pracovní smlouvu.

Zaměstnavatelé nemohou poskytovat všechny možné typy výhod, zpravidla vybírají jen některé – ty, které budou mít největší efekt. Výše či lukrativita výhod většinou odráží pozici, na které zaměstnanec pracuje. Jiné výhody může očekávat řadový pracovník a jiné vrcholový management. Záleží na důležitosti a nepostradatelnosti konkrétního zaměstnance, na tom, jak si ho ceníte. Manažera potěšíte mobilním telefonem s možností soukromých hovorů, pracovníka u pásu spíše permanentkou na masáže nebo do bazénu.

Zaměstnanecké výhody tedy mohou být jakékoliv, ale je také důležité kontrolovat meze zákona a následně z tohoto vycházet. Ženy tak jsou zklamány, když jim zaměstnavatel neposkytne předplatné ke kadeřníkovi, muži mohou těžce nést absenci předplatného na fotbal. Všechny tyto benefity navíc musí mít nepeněžitou hodnotu, nelze např. vyplatit hotovost.

Dobře zvolená odměna má výhody pro obě strany. Přestože je pro zaměstnavatele benefit většinou daňově nezapočitatelný náklad, pro odměněného pracovníka je to další výzva a motivace, proč u zaměstnavatele zůstat, což se navíc může projevit na jeho zvýšené produktivitě.

Pro zaměstnavatele mají mimo platové odměny výhodu ve formě absence placení sociálního a zdravotního pojištění, benefity nelze v některých případech uznat jako daňový základ. V případě vhodně zvolených odměn je výhodou motivační a stabilizační efekt bez nutnosti zvyšovat plat a poskytnutí výhod je vnímáno jako konkurenční výhoda.

Zaměstnancům pak mimo platové výhody šetří soukromé výdaje, mají pocit jakéhosi přilepšení. Jinak budou zaměstnanci vnímat soukromé hovory z mobilu zdarma a jinak zvýšení platu na pokrytí hovorů ze soukromého telefonu – v prvním případě o nic nepřichází, v druhém už musí platit ze svého, i když mají více peněz. Celé je to v podstatě o pocitu - kromě platu získávají zaměstnanci něco navíc.

V případě cizích státních příslušníků, kteří mají pracovní smlouvu uzavřenou podle jiného než českého práva, však dochází při uplatňování zaměstnaneckých benefitů k výrazným odlišnostem. Zdůrazňujeme, že nejde o jakékoliv cizince zaměstnané v tuzemsku, ale pouze o cizince pracující na základě „zahraniční“ pracovní smlouvy. Většinou tedy jde o zaměstnance vyslané do České republiky zahraniční firmou, nikoliv o cizince najaté českou společností. V jejich případě je nutné uplatňovat speciální pravidlo. Předmětem zdravotního a sociálního pojištění se u těchto cizinců stává vše kromě náhrady výdajů nebo škody vzniklé v souvislosti s tímto pracovním vztahem. Pojistné se tedy odvádí i ze zaměstnaneckých benefitů.

Uvedené pravidlo tedy jistým způsobem diskriminuje některé cizince oproti osobám, které mají pracovníprávní vztah uzavřený podle českého zákoníku práce. Vzhledem k tomu, že rozhodnutí soudů, které by danou diskriminaci řešily, zatím nejsou k dispozici, je nezbytné řídit se platným zněním zákona a pojistné z benefitů odvádět.[13]

3.2 Benefity formou outsourcingu

V poslední době se začínají objevovat firmy, které se rozhodly k zásadní změně. Administrativní stránku poskytování svých zaměstnaneckých výhod (zčásti nebo úplně) svěřují specializované firmě. Výběr benefitů a rozpočet je záležitostí firmy (zaměstnavatele). Zaměstnanci si mohou vybírat z nabídky zaměstnaneckých výhod v rámci svého ročního rozpočtu, ale administrativně vše spravuje speciální firma. Na trhu již existuje několik firem, které se specializují na outsourcing cafeteria systémů. Nabízejí účelově vázané nebo univerzální peněžní poukázky nebo internetové samoobslužné aplikace. Využívat lze i systémy přeplacených platebních karet, kterými mohou zaměstnanci platit ve vybrané síti kulturních a sportovních zařízení. V rámci internetové aplikace si každá firma může sama navolit jednotlivé skupiny benefitů, které chce svým zaměstnancům poskytovat. Nejčastěji jsou v těchto systémech poskytovány příspěvky na využívání sportovních, kulturních, rekreačních a vzdělávacích zařízení, ale také příspěvky na úhradu nadstandardní zdravotní péče. Zaměstnavatelé většinou volí benefity, které jsou osvobozeny od daně na straně zaměstnance, ale objevují se také benefity, které jsou u zaměstnance zdanitelným příjmem, např. příspěvek na benzín, možnost nákupu kupónů MHD, příspěvek na stavební spoření apod. [6]

3.3 Druhy benefitů

Hlavní zaměstnanecké výhody se týkají osobní bezpečnosti, peněžní pomoci, osobních potřeb, výhody můžeme členit, ale také podle zdanitelného plnění na zdanitelné a nezdanitelné zaměstnanecké výhody. [7]

3.3.1 Osobní bezpečnost

Zaměstnanecké výhody zaměřené na osobní bezpečnost zahrnují:

- **Zdravotní péči** – zabezpečení soukromé zdravotní péče prostřednictvím zdravotního pojištění, které kryje náklady léčení v soukromých nemocnicích (permanentní zdravotní pojištění), zabezpečování periodických lékařských prohlídek a někdy i pojištění pro účely péče o chrup.
- **Pojištění pro případ úmrtí v zaměstnání** (pokud už to není zabezpečeno v penzijním systému), osobních úrazů a služebních cest.
- **Nemocenské dávky**, poskytují plnou mzdu/plat po určité danou dobu nemoci a určitou část mzdy/platu (obvykle polovinu) poté. Nárok na nemocenské dávky má vazbu na docházku/přítomnosti v práci, mohou být nemocenské dávky nákladné.
- **Dodatečné odstupné** při propouštění z důvodu nadbytečnosti – může existovat navíc k odstupnému ze zákona, přičemž sem patří i zvláštní odškodné za výpověď, zvláštní dávky vázané na dobu zaměstnání (např. jedna měsíční mzda/plat za každý rok zaměstnání) a zvláštní platby poskytované ředitelům a exekutivním pracovníkům jako kompenzaci za ztrátu funkce (někdy se tomu říká zlaté rozloučení, či zlatý padák).
- **Poradenství týkající se kariéry** (služba pracovníkům propuštěným z důvodu nadbytečnosti) mohou pracovníkům, kteří jsou propuštěni z důvodu nadbytečnosti, poskytovat poradci-specialisté.[7]

3.3.2 Peněžní pomoc

Peněžní pomoc může mít následující formy:

- **Podnikové půjčky** – bezúročné menší půjčky nebo větší půjčky s nízkým úrokem, které jsou obvykle hrazeny na speciální účely, jako jsou vylepšení bydlení nebo domácnosti.

- **Půjčky na permanentky** – bezúročné půjčky na měsíční/roční předplatné jízdenky či na předplatné na kulturní či sportovní události.
- **Pomoc při splácení hypoték** – dotované platby úroků z hypoték do určité výše. Tuto zaměstnaneckou výhodu poskytují nečastěji podniky finančních služeb.
- **Příspěvky na přemístění** – jsou určeny pracovníky, které organizace přemístila jinam nebo odjinud, mohou být refundovány náklady na stěhování a honoráře realitních agentů.
- **Členské příspěvky v profesních organizacích** – např. v nějakém sdružení personalistů, účetních, manažerů, apod.[7]

3.3.3 Osobní potřeby

Zaměstnanecké výhody uspokojující osobní potřeby zahrnují:

- **Mateřskou a otcovskou dovolenou** a dávky během ní, poskytované nad zákonné minimum.
- **Volno z osobních důvodů.**
- **Péče o děti v podnikových zařízeních** (jeslích, mateřských školách) nebo poukázky s příspěvky na tuto péči.
- **Poradenské služby před odchodem do důchodu.**
- **Osobní poradenské služby** prostřednictvím programů pomoci pracovníkům.
- **Kultura, sport.**
- **Podnikové slevy** – pracovníci si mohou koupit za nižší ceny výrobky nebo služby nabízené podnikem.
- **Maloobchodní poukázky** na nákup zboží v obchodních řetězcích. [7]

3.3.4 Zdanitelné zaměstnanecké výhody

- **Podnikové automobily.** Daň z užívání podnikových automobilů je založena na „úplných nákladech“ automobilu za rok. „Úplné náklady“ zahrnují provozní náklady a hlavní fixní náklady, jako jsou odpisy a finanční náklady.

- **Bezplatně poskytované pohonné hmoty** jsou zdaněny na základě pevné stupnice zdanění pro podnikové automobily, které jsou k dispozici pro soukromé využití. Tato stupnice se uplatňuje, ať už se ujede jakékoliv množství „soukromých“ km, takže tato bezplatná výhoda může být určitou překážkou, když počet ujetých kilometrů klesne pod určitou úroveň.
- **Odpočet na ujetou vzdálenost.** Na základě pevného systému pro služební/zisku sloužící automobily je stanovena stupnice velikosti odpočtu, který je zdanitelný, a to v závislosti na obsahu motoru a ujeté vzdálenosti.
- **Levné nebo bezúročné půjčky.** Daň se platí na základě zdanitelného užítku půjčky. Ten se vypočítává jako rozdíl mezi úrokem, pokud existuje, placeným pracovníkem a úrokem z půjčky, vypočítaným jako „úřední úroková sazba“, stanovena finančním úřadem.
- **Bydlení/ubytování.** Všichni pracovníci a ředitelé mají povinnost platit daň z výhody zaměstnavatelem poskytovaného bezplatného nebo levného ubytování, pokud nepatří do určitých zvláštních kategorií, jako jsou lidé, od nichž se vyžaduje, aby bydleli v areálu organizace.
- **Soukromá zdravotní/léčebná péče** – soukromé zdravotní pojištění je zdanitelné na základě nákladů zaměstnavatele.
- **Dary poukázky** – jsou zdaněné na základě plné realizovatelné hodnoty daru, nebo jeho plné hodnoty, jestliže je tento dar zakoupen na poukázku nebo kredit.
- **Ceny a pobídkové odměny** - peněžní odměny jsou zdaňovány normálním způsobem. Odměny v podobě zboží, poukázek nebo služeb, jako např. služby související s dovolenou, jsou zdaněny na základě hodnoty odměny. Zaměstnavatelé mohou s finančním úřadem dohodnout, že zaplatí daň z nepeněžních pobídek za své pracovníky sami, aby odměna byla bez daně.
- **Mobilní telefony**[7].

3.3.5 Nezdanitelné zaměstnanecké výhody

- **Členské příspěvky** ve schválených profesních institucích nebo vzdělávacích společnostech. [7]

- **Poukázky na oběd/stravenky.** Stravování zaměstnanců lze snadno a rychle vyřešit pomocí stravenek, které jsou nejčastějším způsobem, jak zaměstnavatelé přispívají na stravování svých zaměstnanců. Legislativa týkající se stravenek umožňuje zaměstnavatelům do svých nákladů započítat 55 % ceny jednoho jídla (hodnoty stravenky). Tato částka byla od 1. 1. 2010 zvýšena na 51,10 Kč (původně 50,40Kč) na jednu stravenku. Nejvýhodnější nominální hodnota činí 92,- Kč. [14]
- **Vánoční večírky a jiné společenské podniky.** Pracovníci nezdaňují hodnotu vánočního večírku nebo jiného společenského podniku poskytovaného zaměstnavatelem, pokud je přístupný všem pracovníkům bez výjimky a náklady na osobu nepřesáhnou stanovenou částku na osobu.
- **Malé dárky a zábavné akce** poskytované třetími stranami. Dárky se nezdaňují až do výše určité hodnoty a stejně tak akce poskytované třetí stranou (tj. nikoliv zaměstnavatelem).
- **Výdaje na přemístění/stěhování.** Od daní jsou osvobozeny různé náklady na přemístění/stěhování až do určité výše.
- **Poradenská služba** pro pracovníky propuštěné z důvodu nadbytečnosti se nezdaňuje.
- **Vzdělávání a výcvik.** Pracovníci nejsou povinni platit daně z dalšího vzdělávání nebo výcviku hrazeného jejich zaměstnavatelem, pokud to vede k osvojení znalostí a dovedností, které jsou buď nezbytné pro výkon práce, nebo zvyšují efektivnost pracovníka při práci. Pokud jde o kurzy všeobecného vzdělávání, pak pracovníci musejí být při zahájení kurzu mladší 21 let.
- **Podnikové jesle.** Pracovníci, jejichž děti jsou umístěny v zaměstnavatelem poskytovaných podnikových jeslích, nemusejí z této výhody platit daně.
- **Parkoviště** v areálu organizace nebo přilehlých místech.[7]

4 MOŽNOSTI DOTAZOVÁNÍ

4.1 Dotazování

Smyslem dotazování je zadávání otázek respondentům. Jejich odpovědi jsou podkladem pro získávání požadovaných primárních údajů. Vybraní respondenti, kteří budou dotazováni, musí odpovídat cíli a záměrům výzkumu.

Výběr vhodného typu dotazování závisí na různých faktorech, především na charakteru a rozsahu zjišťovaných informací, skupině respondentů, časových a finančních limitech, kvalifikaci tazatele atd. V praxi se většinou jednotlivé typy navzájem kombinují.[8]

4.2 Osobní dotazování

Obsah dotazníku může být určena tazatelům, respondentům, nebo oběma současně. Proto v závislosti na čtenářích dotazníku by např. instrukce pro tazatele měly být vystiženy výrazně odlišně (tučně, kurzívou, barevně), aby je tazatel omylem nepřečetl respondentovi. Pokud budeme používat škály, můžeme je respondentovi ukazovat na kartách. Určitě využijeme i dalších pomůcek, jakou jsou vzorky, plánky, aj.[8]

4.3 Písemné dotazování

Respondent vyplňuje dotazník bez cizí pomoci, proto jsou požadavky na dotazník při tomto typu dotazování největší. Otázky formulujeme co možná nejprecizněji, aby respondent pochopil, co po něm v konkrétní otázce vlastně chceme. Součástí dotazníku je motivační průvodní dopis a ofrankovaná obálka, čímž eliminuje riziko nízké návratnosti písemného dotazování. [8]

4.3.1 Dotazník

Dotazování písemnou formou je jednou z nejstarších metod marketingového výzkumu. První dotazníky byly sestavovány už v letech 1920-1930. [9]

Jak autor uvádí nejdůležitější částí výzkumu je zákazník. Důležité je uvědomit si, koho se bude dotazovat. Zda půjde o naše zákazníky, o návštěvu veletrhu či o čtenáře časopisu. Předpokládá se, že ti, co odpovídají, jsou obrazem dané skupiny zákazníků a reprezentují názory a postoje všech zákazníků, nebo alespoň většiny.

Otázky by měly být kladeny normálně, tak jak se ptáme v běžném rozhovoru. Čím je otázka jednodušší, tím jasnější dostaneme odpověď. Vyhnout bychom se měli sugestivním otázkám (např. Rozumíte anglickému názvu našeho výrobku?). Neměli bychom používat otázky, u nichž můžeme s jistotou předpovědět jednoznačnou odpověď (např. Snížili byste ceny u pečiva?)

Informace, na které se běžně ptáme:

- ⇒ na minulé chování (kde jste koupil, co jste koupil),
- ⇒ na současná fakta (kde nakupujete, co nakupujete),
- ⇒ na názory preference,
- ⇒ na současné nákupní úmysly.

Informace, na které se neptáme:

- ⇒ na budoucí chování,
- ⇒ informace formulované do podmiňovacího způsobu,
- ⇒ na informace, které nejsou prožité a nejsou uvědomovány,
- ⇒ na informace z osobního života (např. Jaký máte plat?),
- ⇒ na intimní informace. [10]

4.3.1.1 Tvorba dotazníku

Prvním krokem pro sestavení dotazníku je tzv. předprůzkum, kterého se zúčastní hlavní autor dotazníku. Předprůzkum může být buď formou volného rozhovoru na dané téma, nebo formou skupinového rozhovoru.

Sestavený dotazník máme vyplnit několika osobám a tak si ověříme, že jeho struktura a obsah jsou správně formulované. Je vhodné si sestavit předem scénář dotazníku. Měli bychom mít promyšlené, jaké otázky budou kladeny, jejich pořadí, možnosti odpovědí, na jaké hlavní problémy se zaměříme a jak bude vyplněné dotazníky zpracovávat.

Dotazník by měl být logický a za maximum považujeme 40 otázek.

Při tvorbě dotazníku sestavíme kritéria třídění, tzv. identifikační znaky jako např. pohlaví, věk, vzdělání, příjmy, apod. Využít můžeme také kritéria získané jako odpověď na otázku v dotazníku např. vybavenost domácnosti počítačem.

V současné době jsou dotazníky zpracovávány na počítači za pomoci různých statistických programů. [10]

5 SWOT ANALÝZA

SWOT analýza hodnotí silné (Strengths), slabé (Weaknesses) stránky společnosti, hrozby (Threats) a příležitosti (Opportunities) spojené s podnikáterským záměrem, projektem, strategií nebo i restrukturalizací procesů. Díky SWOT analýze dokážeme komplexně vyhodnotit fungování firmy, nalézt problémy nebo nové možnosti růstu. **SWOT analýza je součástí strategického (dlouhodobého) plánování společnosti.**

SWOT analýza byla vyvinuta Albertem Humphreym ze Stanfordovy univerzity. V šedesátých letech vedl výzkumný projekt, při němž byla využita data od 500 nejvýznamnějších amerických společností.[15]

5.1 Popis SWOT analýzy

Analýza spočívá v rozboru a hodnocení současného stavu firmy (vnitřní prostředí) a současné situace okolí firmy (vnější prostředí). Ve vnitřním prostředí hledá a klasifikuje silné a slabé stránky firmy. Ve vnějším prostředí hledá a klasifikuje příležitosti a hrozby pro firmu. Pro vypsání jednotlivých např. silných stránek bývá využit brainstorming s managementem firmy a specialisty na oblast, kterých se SWOT analýza týká. Po brainstormingu se vše roztrídí podle relevantnosti k záměru použití SWOT. Následně nastupuje kvantifikované hodnocení jednotlivých položek všemi zúčastněnými. Po zhodnocení a spočítání váhy jednotlivých např. silných stránek celým týmem se seřadí dle důležitosti. Dále musí proběhnout jasné rozhodnutí managementu, jak s výsledky analýzy naloží a co bude realizovat.[15]

II ANALYTICKÁ ČÁST

6 OBECNĚ O POJIŠTĚNÍ

6.1 Vznik pojistné myšlenky

Na základě literárních rešerší v oblasti pojišťovnictví bylo zjištěno že, pojistná myšlenka je ztělesněním zásady vzájemnosti s cílem pomáhat v takových situacích, kdy se jednotlivec nemůže ubránit škodě a jejím následkům. Kdyby tedy neexistovalo nebezpečí či jakékoliv riziko, nezrodila by se pravděpodobně ani spontánní touha po spolupráci a po vzájemnosti.

Hlavním inspirátorem zrodu pojistné myšlenky byl bezesporu strach, obavy a starosti. Člověk je zřejmě jediná bytost, kterou bude asi vždy sužovat strach ze smrti, neboť pouze člověk si uvědomuje blízkost smrti. Proto má děti, které jsou pokračovatelé jeho života a rodu. S dětmi však přicházejí další obavy (o jejich zdraví, život, budoucnost, apod.). Člověk má dále obavy o výsledek své práce, o svůj majetek, o zachování životní úrovně. Strach, obvykle lidi sjednocuje a vede je k hledání obrany před riziky a nebezpečím, obecně před škodami.

Stále větší množství lidí si uvědomuje tato nebezpečí a z tohoto důvodu vyžadují od příslušných státních a podobných institucí důslednější zajištění bezpečnosti. Život tudíž vyžaduje rozvíjení nových forem ochrany společnosti, rozvíjení nových služeb, nové procesy plánování a prognózování a především nové formy organizace a řízení společnosti, jež budou lépe předvídat a eliminovat možné negativní důsledky. [11]

6.2 Definice pojištění

Pojištění je v právní terminologii smlouva, ve které se jedna strana, tedy pojišťovna zavazuje, že poskytne druhé straně – pojištěnému nebo jiné třetí osobě – finanční náhradu v případě, že nastane určitá, zpravidla hospodářsky škodlivá událost. Charakteristické pro tento vztah je, že ani jedna ze stran nesmí vědět, zda k pojistné události dojde nebo kdy k ní nedojde.

Podstatou pojištění je zabezpečení určitého subjektu před důsledky vystavování se riziku, tedy jde o určitou formu rizika negativního dopadu nahodilosti z ekonomického subjektu na speciální instituci – v našich právních podmínkách pouze na pojišťovnu či pojišťovací společnost.

Z ekonomického hlediska je podstatou pojištění princip tvorby a použití rezerv. Právě zaměření se na tvorbu rezerv a jejich používání k úhradě potřeb vznikajících v souvislosti s negativními událostmi (mající charakter nahodilosti), má za následek fakt, že součástí norem v oblasti pojišťovnictví je také výčet povinných rezervních fondů, které jsou pojišťovny povinny vytvářet v souladu s vymezeným předmětem podnikání. Tento předpoklad je velmi podstatný především z hlediska splnitelnosti závazků pojišťovny a tím i ochrany klientů pojištěven.

Tvorba rezerv a jejich použití příznivě působí na měnovou stabilitu v ekonomice, i když v České republice nejsou stále ještě vytvořeny předpoklady pro to, aby tento nástroj obnovování měnové rovnováhy fungoval a byl beze zbytku využit.

Ekonomický subjekt má v podstatě dvě možnosti, jak čelit důsledkům negativních nahodilostí. Prvním způsobem může být ten, kdy je potřeba k nahrazení vzniklých škod vytvářet vlastní finanční fond, tzn. samopojištění. Tento způsob může být úspěšný pouze tehdy, jde-li o důsledky projevující se jako více méně předvídatelné, pravidelně se opakující, zhruba stejně intenzivní škody, jejichž krytí je plně ve finančních možnostech ekonomického subjektu i např. včetně eventuálního využití úvěru apod. Otázka vlastního krytí je velmi složitá, neboť zahrnuje nutnost zkoumání finanční situace podniku: malé škody by měly být kryty běžnými náklady, střední škody z vytvořených rezerv. Rozhodnutí o vlastním krytí rizika je ovšem racionální jen tehdy, jestliže je samofinancování ztrát v kapacitních možnostech ekonomického subjektu a krytí škod z vlastních prostředků v delším časovém období levnější než přenesení rizik na pojišťovnu.

Druhý způsob je charakteristický tím, že ekonomický subjekt může předem zaplatit určitou částku speciální instituci (pojišťovně), která se zaváže za tuto úplatu (pojistné) nahradit záporné finanční důsledky nahodilostí, dojde-li k realizaci pojistitelného nebezpečí. Podnikatel pojištěním vlastně přeměňuje možnost vzniku i katastrofální škody s dopředu neodhadnutelnými finančními důsledky za poměrně malý, dopředu známý náklad – poplatek za pojištění, tedy pojistné. [11]

7 PŘEDMĚT PODNIKÁNÍ

VICTORIA VOLKSBANKEN pojišťovna, a.s., člen významné mezinárodní skupiny ERGO, se zaměřuje na prodej životního a důchodového pojištění spolu s doplňkovými produkty a výrazně se profiluje také na trhu s cestovním pojištěním. Zajímavá je nabídka pojistných produktů pro cizince při jejich pobytu v ČR. Zákazníky oslovuje zejména díky produktům, které pokrývají léčebné výlohy podle volby klienta na celém světě, v Evropě navíc bez limitu pojistného plnění, jakož i kvalitním programem umožňující výplatu doživotní renty nejen z vlastních naspořených peněz, ale také v případě vážného úrazu.



Obr. 1: Logo pojišťovny

Zdroj:[16]

7.1 Profil společnosti

Obchodní jméno:	VICTORIA VOLKSBANKEN pojišťovna, a.s.
Základní kapitál:	246 000 000,-Kč, Splaceno 100%
Sídlo:	Praha 2, Francouzská 28, PSČ 120 00
Telefon:	+420 221 585 111
E-mail:	victoria@victoria.cz
WWW:	www.victoria.cz
IČO:	61858714
Zápis do O.R.:	22.09.1994
Právní forma:	Akciová společnost

VICTORIA VOLKSBANKEN pojišťovna, a.s. zaručuje:

- garanci jedné z nejvyšších pojistných částek v ČR,
- úplný rozsah pojistné ochrany u nabízených programů,
- individuální přístup ke každému zákazníkovi,
- garanci vysokého zúročení vložených prostředků,
- nejvyšší možnou technickou úrokovou míru na českém trhu,
- zázemí silné zahraniční společnosti.



Obr. 2: Logo spol. DAS

Zdroj: [16]

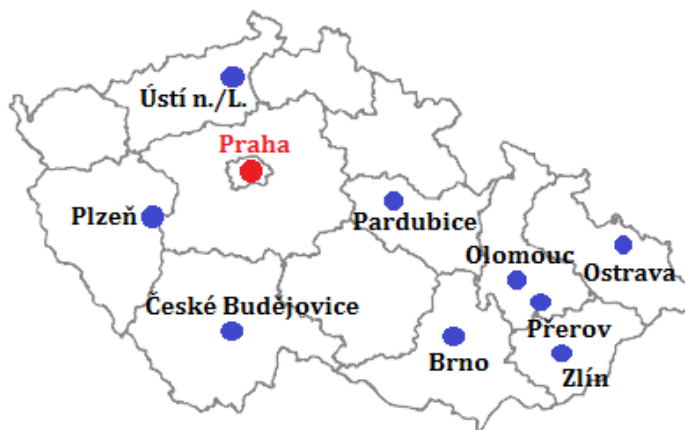
Koncern ERGO je jednou z největších evropských pojišťovacích skupin se sídlem v Německu, v Düsseldorfu. Tam patří ERGO se svými značkami: VICTORIA, D.A.S., DKV, Hamburg-Mannheimer a KarstadtQuelle k vedoucím firmám na trhu. Hlavním akcionářem s 94,7% podílu je Münchener Rückversicherung (Mnichovská zajišťovna), jedna z hlavních nositelů rizika.

Několik čísel:

- je zastoupena ve 30 zemích po celém světě,
- 40 milionů zákazníků,
- 17,7 miliard euro příjem z pojistného,
- více než 100 miliard euro kapitálových investic,
- pro pojišťovací skupinu ERGO pracuje 50.000 lidí,
- Je číslo 1 v Evropě ve zdravotním pojištění a v pojištění právní ochrany.[16]

7.2 Působení firmy v rámci ČR

Hlavní centála firmy je v Praze. Pokud vytočíte číslo +420 221 585 111 dozvíte se bližší informace ohledně vaší pojistné smlouvy, pokud Vám není zrovna něco jasné, odborný personál Vám dokáže vždy velmi dobře poradit. Na centrále se velmi často vyskytuje také ředitel obchodní sítě pro ČR, který je ochotný naslouchat požadavkům a přáním jednotlivých pracovníků, ale také klientů.



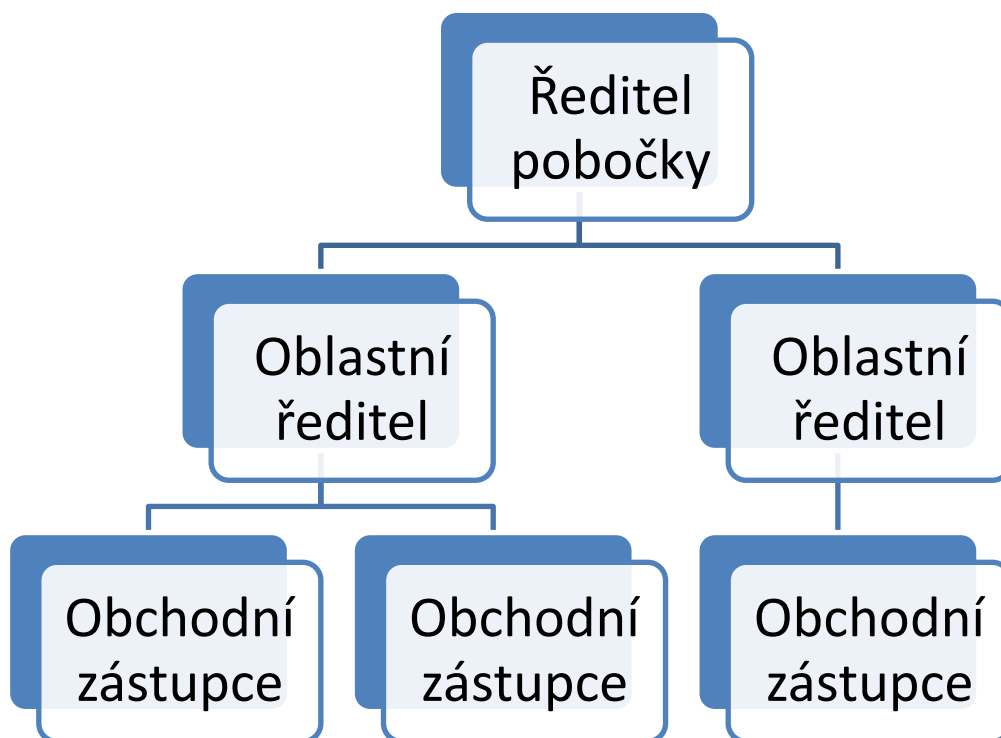
Obr. 3: Pobočky v ČR

Zdroj: Vlastní zpracování

Jednotlivé pobočky jsou vyznačeny modrou barvou. Každá pobočka má za úkol vytvořit co největší obrat v rámci nově uzavřených pojistných smlouvách. Je zde tedy kladen důraz na každodenní tvrdou práci jednotlivých ředitelů poboček, ale také dalších článků jednotlivých týmů. Probíhá zde každý týden školení jednotlivých obchodních zástupců. Systém zpracování se skládá z produktového školení a prodejních dovedností.

7.3 Organizační struktura pobočky

Velmi důležitou součástí správného fungování celého systému je organizační struktura. Díky tomu každý přesně ví, jaké jsou jeho povinnosti a komu si může jít stěžovat, když nastane nějaký problém, který se musí okamžitě řešit.



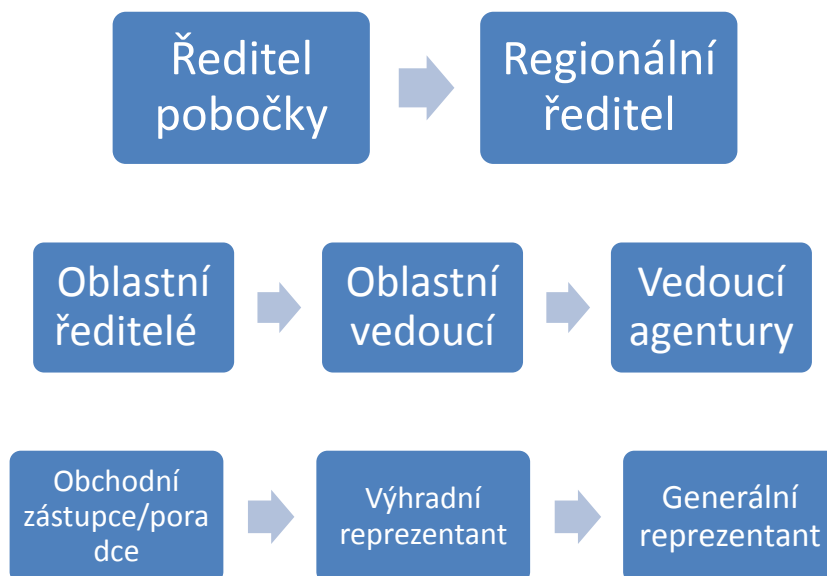
Obr. 4: Organizační struktura pobočky

Zdroj: Vlastní zpracování

V současné době působí na pobočce ve Zlíně pět Oblastních ředitelů, kteří mají pod sebou různý počet prodejců. Cílem každého oblastního vedoucího je, aby vytvořil tým deseti aktivních Obchodních zástupců. Aktivními pracovníky se rozumí osoby, které se drží na pozici Výhradního reprezentanta. Nutné také zdůraznit, že v současné době všichni Obchodní zástupci pracují na ŽL a zbývající zaměstnanci na HPP. O struktuře jednotlivých pozicí Vás informuji v následujících řádcích.

7.4 Kariérní postup

Pokud nastoupíte do VICTORIA VOLKSBANKEN pojišťovny, a.s., máte kariéru doslova ve svých rukou. Je pouze na každém jednotlivém pracovníkovi jak využije příležitost, kterou dostane. Nyní se pojdme podívat na jednotlivé pozice, které jsou velmi dobrou motivací pro všechny naše pracovníky.



Obr. 5: Kariérní růst

Zdroj: Vlastní zpracování

Všechno závisí hlavně na tom, jak budete pracovat a jak se Vám bude dařit oslovovat nové potencionální zákazníky, dělat náborů nových zaměstnanců, zvládat různé stresové situace, ale také řešit žádosti jednotlivých klientů. Pokud dosáhnete v hodnotícím období kritéria, která jsou, potřeba splnit, postoupíte na pozici výhradního reprezentanta. Získáte tak mnohem větší provize za jednotlivé smlouvy. To samé platí u jednotlivých Oblastních ředitelů a Ředitelů poboček. Důležité je se také zmínit že na posledních dvou pozicích je důležité znát velmi dobře manažerské vlastnosti a mít určité zkušenosti. Můžete si tedy začít budovat kariéru, jedním ze třech stupňů a záleží jen na Vás, kde hodláte zůstat a čeho chcete dosáhnout.

7.5 Nabízené produkty

VICTORIA VOLKSBANKEN pojišťovna, a. s., se neustále snaží, aby se stala tím nejlepším možným řešením pro své klienty a oni se tak cítili bezpečně ve svém osobním i pracovním životě. Pojišťovna má bohaté zkušenosti, dlouholetou tradici a tým zkušených profesionálů, kteří se starají o jednotlivé potřeby klientů.

Díky nabídce VICTORIA VOLKSBANKEN pojišťovny, a. s. jsou klienti zajištěni v běžném, osobním i pracovním životě, a to jak doma, tak i na cestách po celém světě. Nyní si můžeme představit jednotlivé produkty, které se neustále vyvíjí.

7.5.1 Životní pojištění

Klienti životního pojištění, se nemusí bát o své vložené finanční prostředky, díky zajišťovně Munich Re, která má více než stoletou tradici. Jakmile sjednáte životní pojištění, jste pojištěni pro případ smrti i dožití, můžete naspořit dětem a získat další možnosti připojištění. Díky flexibilitě si můžete kdykoliv snížit nebo zvýšit pojistné a volit frekvenci pojistného. Dobu pojistné smlouvy můžete také prodloužit, nebo zkrátit a provádět změny oprávněných osob v případě vaší smrti. U pojišťovny se setkáte z jednou nejvyšších pojistných částek na našem trhu. Garance technické úrokové míry 2,4% je taky velkým plusem pro většinu našich obyvatel.

7.5.2 Investiční životní pojištění VEKTOR

Tímto produktem chce VICTORIA VOLKSBANKEN pojišťovna, a. s. dát příležitost lidem, kteří chtějí zkombinovat pojistnou ochranu s investováním prostředků do investičních fondů. O Vaše portfolio se bude starat přední investiční manager „CONSEQ“. Díky tomuhle produktu získáte efektivní způsob investování volných peněžních prostředků. Sami se můžete rozhodnout, jaká strategie se Vám nejvíce zamlouvá (konzervativní, vyvážená či dynamická) a v průběhu vašeho života také tuto strategii bezplatně měnit. Jedna z dalších výhod je, že Vás bude investiční manažer pravidelně informovat, jak se Vámi zvolenému portfoliu daří. V příloze P I si můžete zprávu pořádně prohlédnout.

7.5.3 Důchodové pojištění RENTA

Všichni ve věku od 15-56 let si můžou sjednat tenhle produkt. Jedná se o jednu z nezbytných forem spoření na důchod. Můžete si měnit výši Vašeho spoření v průběhu trvání smlouvy a přizpůsobit ji tak aktuální životní situaci. Také si můžete zvolit, jestli Vám peníze vyplatí jednorázově, nebo doživotní rentou. Technická úroková míra je opět 2,4%. V příloze P II opět najdeme ukázkou návrhu na uzavření smlouvy.

7.5.4 Preminat plus

Okamžikem získání rodného listu je možné pojistit dítě tímto produktem. Minimální pojistné je již od 150,-/měsíc. Získáte dětské důchodové pojištění + úrazové pojištění. Díky téhle kombinaci získá dítě peníze na budoucí studia, nebo koupí něčeho co bude v budoucnu potřebovat.

7.5.5 Zdravotní pojištění cizinců Welcome

Produkt Welcome je určen pro cizince, kteří se nachází na území ČR. Klienti si můžou vybrat ze dvou druhů:

- **Welcome Standart** - který obsahuje základní pojistnou ochranu potřebou pro získání či prodloužení víza pro účely pobytu cizinců na území ČR.
- **Welcome Plus** - obsahuje další nadstandardní krytí a vyšší limit pojistného plnění. Předmětem pojištění se stávají léčebné výlohy, vícenáklady na zdravotně nutný převoz, repatriace (odeslání do vlasti, stomatologie).

7.5.6 Úrazové pojištění

Pokud si sjednáme úrazové pojištění, získáme pocit jistoty. Statistické údaje jsou hodně nepříjemné. Každým rokem se v ČR přihodí - 1.824.015 úrazů tzn., že každou hodinu 180 úrazů. Pokud si spočítáme například průměrný invalidní důchod a porovnáme s průměrnou hranicí platů v ČR, vznikne v našem příjmu nemalý deficit. Díky úrazovému pojištění můžeme snížit riziko toho, že se dostaneme do nenadálé finanční tísně, nebo osobního bankrotu.

7.5.7 Bezpečný domov

Absolutní novinkou na našem trhu v roce 2010 se stal produkt Bezpečný domov. Název vyznačuje jednoduchou cestu k jistotě a bezpečí, jelikož VICTORIA VOLKSBANKEN pojišťovna, a.s. neřeší různé základní, standardní, nebo nadstandardní pojištění. Bezpečný domov nabízí pouze jednu jedinou a to nejlepší variantu, která je pro klienta velmi jednoduchá a srozumitelná. Bezpečný domov je jeden z nejlepších produktů na našem trhu.

V rámci pojistné částky jsou pojištěna kromě obecných rizik také další rizika:

- kouř (většinou nebývá v základním balíčku pojištění),
- vandalismus včetně graffiti bez ohledu na vypátrání viníka,
- pád stromu a stožáru,
- sesuv hornin a lavin,
- srážková voda,

- zpětné vzduť kanalizace,
- poškození budovy neoprávněnou třetí osobou.

Pojišťovna také nabízí náhradní ubytování v trvání až 12 měsíců. Pokud dojde k požáru v rámci pojistné částky, vyplatí klientovi za škody vzniklé na keřích, stromech, plotech, volně stojícím osvětlení, stavebních materiálech, zařízení staveniště, škody na automobilu v garáži, slunečních kolektorech, fotovoltaických zařízeních na pojištěném pozemku a také škody na zastřešení. Pokud se stane, že se voda dostane, z vodovodního zařízení pojišťovna zaplatí výměnu vodovodního potrubí (10 metrů), škody způsobené mrazem, opotřebením, korozi, špatným ucpáním a těsněním, jsou také automaticky pojištěná, ale také podlahové a stěnové vytápění.

Pojistné plnění se vyplácí pokaždé v nových cenách. Pojištění se vztahuje tedy na novou hodnotu, to znamená, že se např. hodnota elektroniky vlivem stáří nesnižuje. V ceně pojištění jsou zahrnuty také vysoké limity plnění za bicykly, audio-video, a dokonce i dodatečné krytí v podobě pojištění automobilu v garáži pro případ požáru, zavazadel v kufru automobilu, neoprávněné volání z telefonu (použije-li zloděj Váš telefon).

Speciálním bonusem k pojistné smlouvě je zasílání krátkých varovných textových zpráv. SMS zpráva vypadá např. takhle: VICTORIA varování stupeň 3: Přes váš region se přehání bouřka s přívalovým deštěm, kroupy a nárazy větru, PSC 61600, 10.3.14.00 – 10.3.15.00.

Asistenční služba CORIS Praha je klientům k dispozici také. Služba je k dispozici 24 hodin denně (informace, rady v nouzi), zajištění stěhovací služby, skladovací prostor, řemeslnické služby, zámečnické (náklady na otevření dveří), náklady na výměnu klíčů (náklady na výměnu zámku), střežení pojištěných místností do dalšího pracovního dne, krátkodobé ubytování.

Rozestavěná stavba je automaticky pojištěna za předpokladu sjednání alespoň 3leté smlouvy. Nemovitost ve stavbě tak bude pojištěna bezplatně celý rok.

7.5.8 Cestovní pojištění

Pokud občas jezdíte do zahraničí tak se můžete stát velmi rychle klientem a to takovým, který hledá pocit bezpečí právě na zahraničních cestách. Stačí těžší chřipka a finanční rozpočet, plánovaný pro pobyt v zahraničí, vezme za své.

Předmětem pojištění jsou náklady na léčebné výlohy, pobyt v nemocnici a zotavené, ale také vícenáklady na zdravotně nutný převoz zpět do ČR. Díky variabilitě si můžete také sjednat různá připojištění jako např. (rizika sportovních aktivit, odpovědnost za škody, zavazadla).

Druhy tarifů:

Rozdělení pojištění z hlediska doby trvání:

- pojištění pro jednorázovou cestu,
- pojištění pro opakované cesty.

Rozdělení pojištění z hlediska pojištěných osob:

- pojištění individuální (max. 6 osob),
- pojištění skupinové (min. 7 osob).

Rozdělení pojištění z hlediska cílové destinace:

- pojištění do zahraničí,
- pojištění do ČR.

Skupinové pojištění je možno uzavřít pro zaměstnance firem, členy svazů nebo spolků apod.

- jako pojistník se uvede název firmy,
- pojistit lze více skupin dle daných tarifů,
- všechny skupiny v rámci jedné smlouvy však musí být pojištěny buď pro jednorázovou cestu, nebo opakované cesty.[17]

Slevy za počet osob

Pokud se rozhodnete odjet na dovolenou ve větším počtu, získáte různé slevové bonusy, které jsou uvedené v následující tabulce. Velký zájem projevují školy, letní tábory, ale také sportovci různých odvětví.

Tab. 1: Slevy za počet osob,

5. – 10. osoba	10%
11. – 13. osoba	15%
31. – 100. osoba	20%
101. – 500. osoba	25%
500. osoba a další	30%

Zdroj: Vlastní zpracování

Na závěr kapitoly bych rád doplnil, že výše uvedené produkty úzce souvisí s Maslowovou pyramidou lidských potřeb, nejvíce nás bude zajímat potřeba bezpečí. Díky našim produktům výrazně dokážeme pomoci tomu, abychom se cítili bezpečně v nejrůznějších koutech světa.

8 SWOT ANALÝZA

Níže uvedená tabulka přehledně zobrazuje silné a slabé stránky, příležitosti a hrozby VICTORIA VOLKSBANKEN pojišťovny, a.s.

Tab. 2: SWOT Analýza ve VICTORIA VOLKSBANKEN pojišťovně, a.s.

Silné stránky	Slabé stránky
Člen koncernu ERGO	Velmi mladá pojišťovna na trhu
Realizace požadavků šitých na míru	Nedostatek kvalifikovaných pracovníků
Vysoké nasazení směrem k zákazníkovi	Velký počet smluv, které jdou do storna
Rychlost uspokojení požadavků klienta	Vysoká fluktuace, disciplína zaměstnanců
Využití moderní technologie při školení	Chybí produkt povinné ručení
	Téměř žádná reklama
Příležitosti	Hrozby
Vstup na nové tržní segmenty a jejich růst	Potenciální noví konkurenti
Spojení se strategickým partnerem v oboru	Silný tržní nápor stávající konkurence
Díky svým cenám může získat více zákazníků	Cenová válka
Vývoj nových produktů	Finanční krize – lidé ruší pojistky

Zdroj: Vlastní zpracování

Díky provedené analýze můžeme snadno vypožorovat, které věci by měla společnost zlepšit. Na druhou stranu jde také dobře vidět, že silných stránek a příležitostí je opravdu mnoho, proto můžeme očekávat rozšíření společnosti do všech segmentů, které známe na trhu.

Ve všech pojišťovnách je všeobecně známa problémová oblast, kterou tvoří zejména fluktuace zaměstnanců. Tento fakt je asi největší kámen úrazu všech, protože školení jednotlivých uchazečů a budoucích zaměstnanců stojí nemalé úsilí všech vedoucích pracovníků. Pokud by se dokázala tato nevýhoda zlepšit na rozumnou míru, byl by to jistý přínos pro všechny. Bohužel v praxi se spíše setkáváme s velkým a nerozvážným nábořem nových zaměstnanců. Dalo by se říci, že se každý snaží z každého náboru dostat maximální počet uchazečů a to bez ohledu na jejich kvalitu.

Na praxi jsem si také všiml, že velkým problémem je udržení disciplíny zaměstnanců. Na porady, které jsou pravidelně každé pondělí, chodí velmi málo aktivních obchodních zástupců. Pracovníci jsou málo motivováni k tomu, aby se zde přinejmenším ukázali. Každý si je samozřejmě dobře vědom toho, že získá nové informace, které může následně prodat u klienta na obchodní schůzce, ale zřejmě to nefunguje jako ta správná motivace.

Velmi velký problém souvisí s novým produktem VEKTOR, který byl představen v lednu letošního roku. Jedná se o investiční životní pojištění. Většinou u všech pojišťoven obchodní zástupci ručí za své smlouvy po dobu dvou let. Ve VICTORIA VOLKSBANKEN pojišťovně a.s, se s tím můžeme setkat také, ale také se zde můžeme setkat s nejvyššími provizemi na trhu.

Na první pohled to zní velmi dobře – vysoké provize, ale pokud vezmeme v úvahu, že klient musí platit své investiční životní pojištění po dobu dvou let, jinak vrací poradci všechny peníze zpět, už to tak výhodné není. Proto se také snaží svou práci dělat maximálně profesionálně a klientovi dát veškeré správné informace, aby nevzniklo v budoucnu nějaké nedopatření. Osobně jsem viděl několik bývalých pojišťovacích zprostředkovatelů padnout na samé dno, jen díky tomu, že museli vracet velkou část svých provizí, díky špatně odvedené práci.

Každý si jednoduše musí najít tu správnou cestu, po které se vydá. Někdo může brát svou kariéru jako běh na krátkou trať. Tedy jednorázově vydělat peníze a potom ukončit pracovní smlouvu a už se nikdy nevrátit, ale další se může stát také profesionálním prodejcem, manažerem a v budoucnu klidně i ředitelem v různých oblastech. Každý zde má budoucnost ve vlastních rukou.

9 ANALÝZA VE FIRMÁCH Z MÉHO OKOLÍ

Jakmile jsem se rozhodl udělat následný krok, okamžitě mě napadlo zpracovat jednoduchou a také přehlednou tabulku, ve které přesně uvidíme výsledky z pohledu finančních a nefinančních benefitů v jednotlivých pojišťovnách, které působí na českém trhu. Po navrhnutí tabulky stačilo získat potřebné informace.

9.1 Internetový průzkum

Napadlo mě, že tato část bude nejsnadnější, proto jsem se rozhodl navštívit stránky jednotlivých pojišťoven. Na některých internetových stránkách byly určité zaměstnanecké výhody, které pojišťovny svým zaměstnancům nabízí, nicméně většinou nebyly zdaleka všechny uvedeny a navíc někde současně neprobíhá nábor nových zaměstnanců. Nicméně tabulka musí být kompletní a proto jsem udělal další krok.

9.2 Oslovení přes e-mail

Jak samotný název napovídá, oslovil jsem touto formou jednotlivé pojišťovny. Slušné, stručné představení, přiložená nevyplněná tabulka - tak vypadal oslovující e-mail. Asi od dvou dotazovaných mi došel obratem e-mail, že děkují za obdržení dotazu a upozornění, že reakce bývají standardně do 3 dnů. Proto jsem se rozhodl počkat na jednotlivé odpovědi a o výsledcích Vás informovat v následujících řádcích.

Po uplynutí čtyř dní byla vyplněna polovina tabulky a mohl jsem pokračovat ve svém dalším výzkumu. Osobní dotazování bylo dalším krokem směrem dopředu.

9.3 Osobní dotazování

Díky velkému odhodlání jsem navštívil zbývající pobočky jednotlivých pojišťoven osobně. Po předchozím dialogu jsem všude zanechal nevyplněnou tabulku a kontakt na můj mobilní telefon. Všude mi také bylo řečeno, že se mám dostavit za dva až čtyři dny a všechno budu mít připravené. Ředitelé jednotlivých poboček dostáli svým závazkům a já měl konečně vyplněnou tabulku.

10 VÝSTUPY ANALÝZY

Po vyplnění tabulky, která je uvedena v příloze PV, byly přehledně zpracovány výsledky v jednoduchých grafech. Vzhledem k tomu, že jsem před začátkem průzkumu měl určitou představu o výsledku, zahrnul jsem pro porovnání předpoklad, na který jsem se zeptal přímo Regionálního ředitele pobočky ve Zlíně. Nyní, se můžeme podívat na jednotlivé výsledky, ale nejprve si ještě připomeneme, u kterých pojišťoven byl průzkum prováděn. Oslovil jsem všechny pojišťovny, které jsou na českém trhu a pouze ty, které chtěly spolupracovat, jsem v následujících řádcích zveřejnil. Orientace byla zaměřena na regionální pobočky, protože se informace dají získat zde, mnohem snadněji, než kdybych se rozhodl navštívit jednotlivé centrály, které jsou umístěny převážně v Praze.

10.1 Firemní loga jednotlivých pojišťoven

V následující tabulce můžeme vidět, které pojišťovny jsem zahrnul do mé marketingové analýzy.

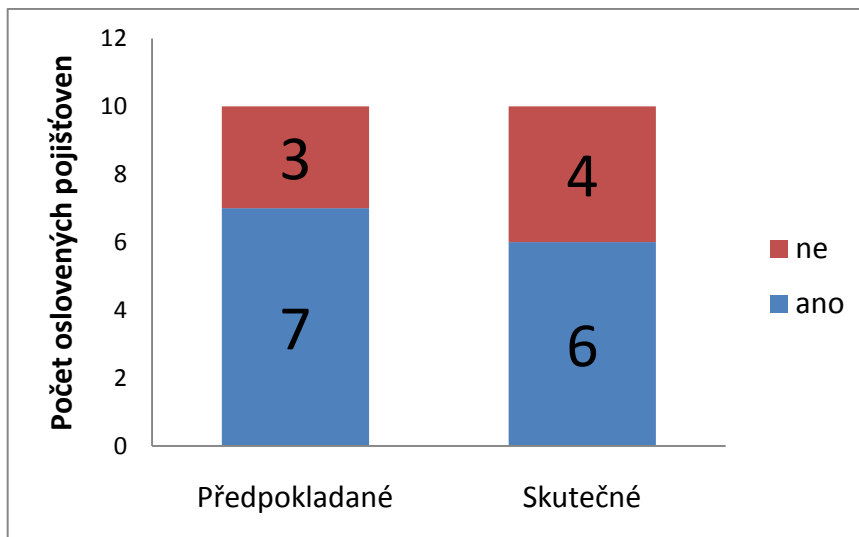
Tab. 3: Firemní loga jednotlivých pojišťoven

	Allianz
	Axa
	Česká pojišťovna
	Česká podnikatelská pojišťovna
	ČSOB
	Generali
	Kooperativa
	Triglav
	Uniqa
	Victoria Volksbanken pojišťovna

Zdroj: Vlastní zpracování

10.2 Grafické zpracování

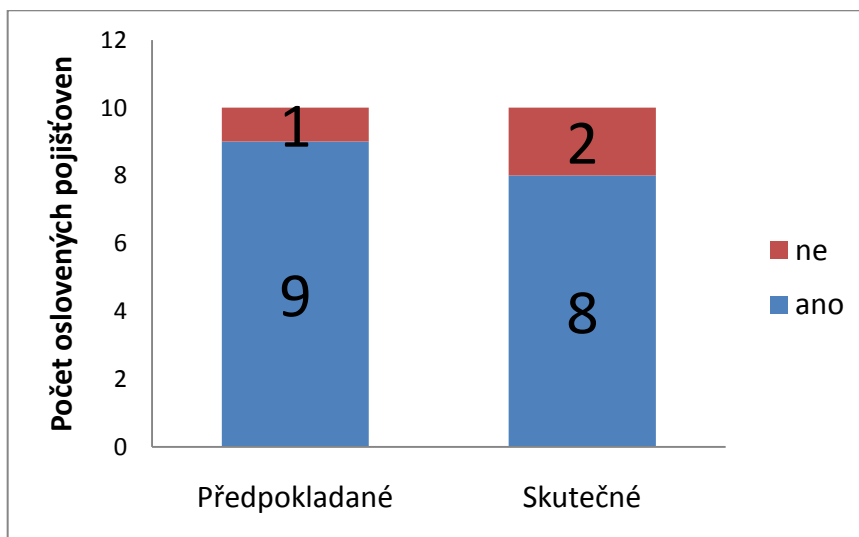
V první otázce odpovídaly jednotlivé pobočky, zda používají nefinanční benefit osobní a poradenské služby prostřednictvím programů pomocí pracovníků. Z grafu (Graf 1.) můžeme vypočítat, že se předpoklad příliš neliší od skutečnosti.



Graf 1: Osobní poradenské služby

Zdroj: Vlastní zpracování

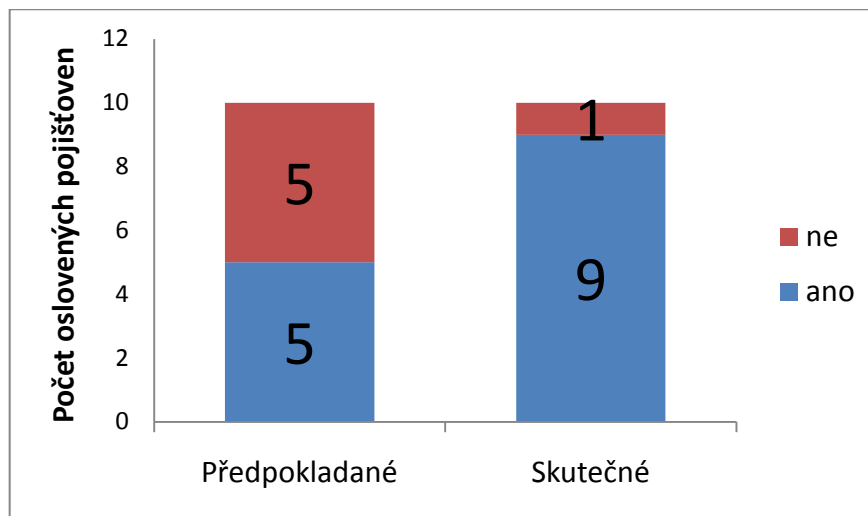
V následujícím grafu (Graf 2.) je jasně vyznačeno, že cenové pobídkové odměny jsou jedny z hlavních nástrojů motivace jednotlivých poboček.



Graf 2: Cenové pobídkové odměny

Zdroj: Vlastní zpracování

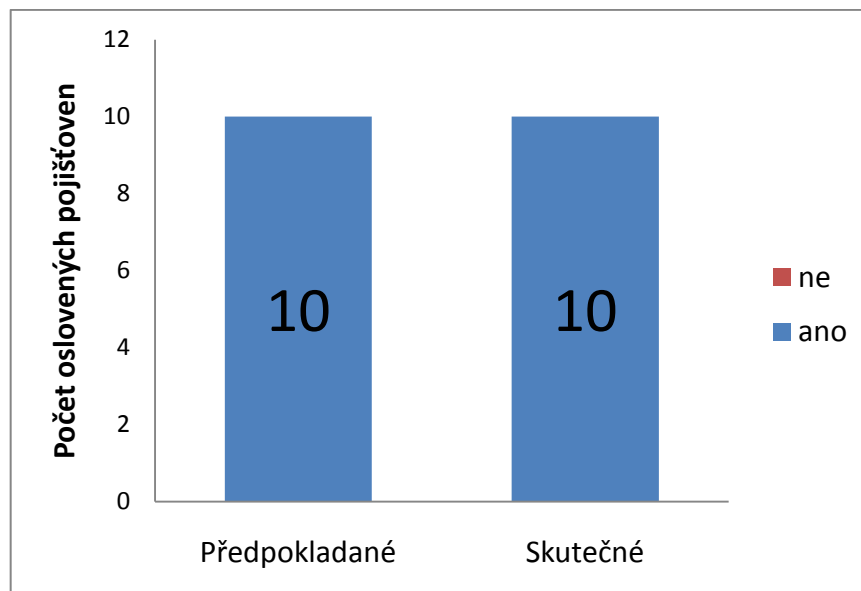
Mobilní telefon patří do kategorie zdanitelných zaměstnaneckých výhod. Z grafu (Graf 3.) nám ukazuje, že představa o používání konkrétního firemních benefitů, byla nepřesná.



Graf 3: Mobilní telefon

Zdroj: Vlastní zpracování

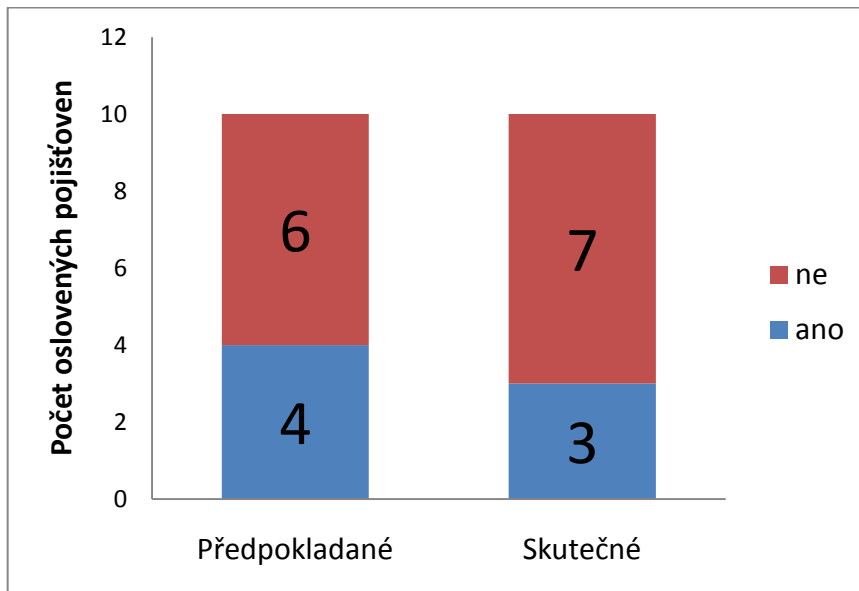
Z následujícího grafu (Graf 4.) vyplývá, že vzdělávací programy jsou v hojném počtu zastoupeny opravdu všude a není potřeba tenhle benefit dlouze přestavovat.



Graf 4: Vzdělávací programy

Zdroj: Vlastní zpracování

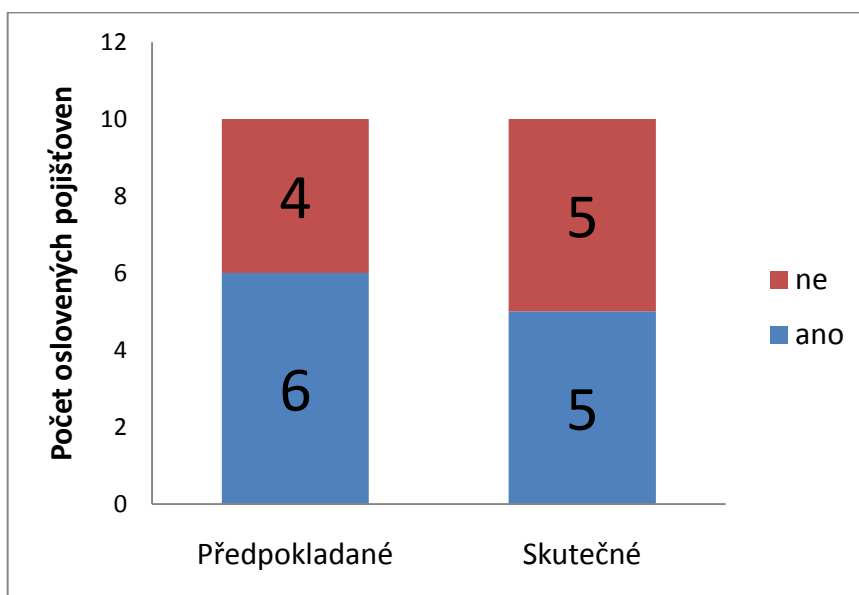
Zaměstnanecká výhoda zaměřená na osobní bezpečí je jednou z možností, pokud pracovníka propustíme z důvodů nadbytečnosti. Jedná se o velmi žádaný benefit z pohledu zaměstnanců. Nicméně ve sféře pojišťovnictví se nevyskytuje příliš často.



Graf 5: Dodatečné odstupné

Zdroj: Vlastní zpracování

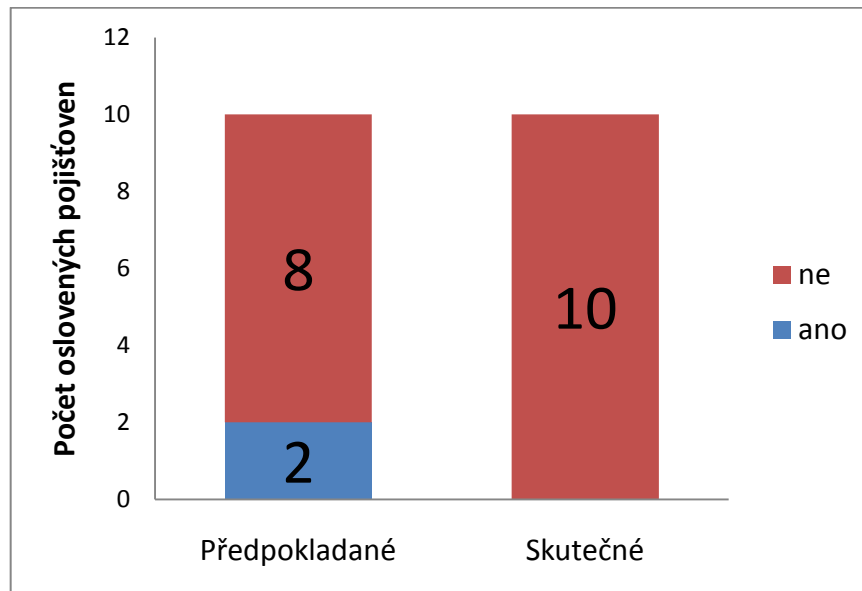
Dalším dostupným benefitem v některých pobočkách jsou podnikové půjčky. Výhodou by měl být pro klienta žádný, nebo minimální úrok.



Graf 6: Podnikové půjčky

Zdroj: Vlastní zpracování

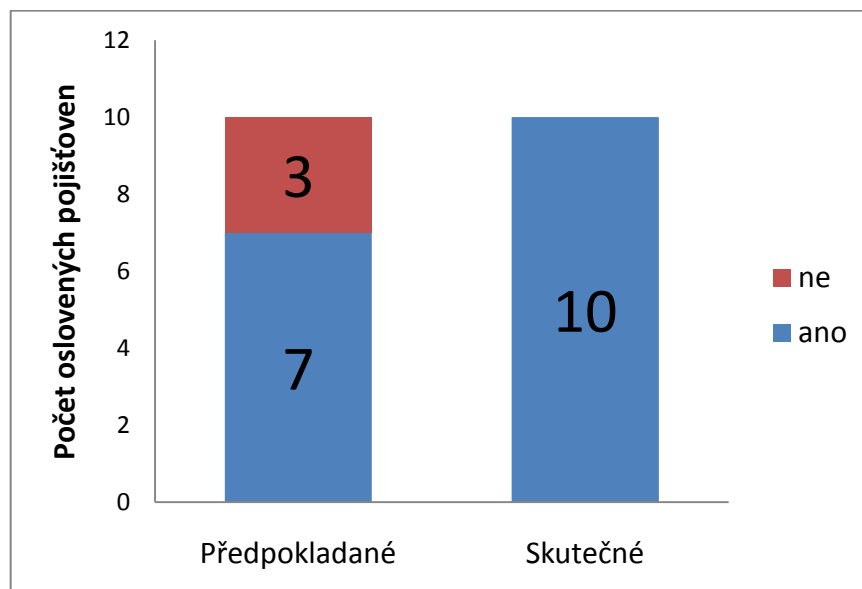
Zde můžeme vidět, že opravdu nikde nebyl nalezen tenhle benefit. Tahle skutečnost mě vede k závěru, že by se měl objevovat opravdu mnohem více, protože v pojišťovnictví hledají uplatnění ve větších počtech matky na mateřských dovolených.



Graf 7: Péče o děti v podnikových zařízeních

Zdroj: Vlastní zpracování

Vánoční večírky jsou hodně známou výhodou, kterou využívá stále více firem, kterým záleží na tom, aby všichni pracovali jako kolektiv a vytvářeli co nejlepší výsledky.



Graf 8: Vánoční večírky a jiné společenské aktivity

Zdroj: Vlastní zpracování

Z grafického zpracování můžeme snadno vypočítat jednotlivé výsledky. Některé pojišťovny by měly více podpořit své zaměstnance v případě větší potřeby peněz a nabídnout jim podnikové půjčky. Mezery jsou také tvořeny v dodatečném odstupném, nebo osobních poradenských službách. Jak můžeme snadno vypočítat největší mezeru, tvoří péče o děti v podnikových zařízeních.

Nesmíme, ale zapomenout na to, že v tabulce bylo uvedeno slovo jiné. Díky tomu měli jednotliví zaměstnanci prostor, pro uvedení určitých výhod, které jejich firmy nabízí.

10.3 Benefity u jednotlivých pojišťoven

Přestože jsem oslovil všechny pojišťovny uvedené v tabulce, v posledním sloupci, bylo pouze šest odpovědí. Nicméně je důležité upozornit, že od největších gigantů na pojišťovacím trhu jsem informace získal a proto výsledky vyhodnocení otázky můžeme vidět v následujících řádcích. Jednotlivé benefity jsou určeny pro všechny kategorie zaměstnanců.

Česká pojišťovna:

- stravenky
- slevy na produkty
- jeden týden dovolené navíc
- relax pasy
- odměna při odchodu do důchodu
- příspěvek na dětský tábor
- pracovní volno na překlenutí krátkodobého onemocnění (sick-day)

Česká podnikatelská pojišťovna:

- stravenky
- slevy na produkty
- jeden týden dovolené navíc
- relax pasy
- příspěvek na dětský tábor
- pracovní volno na překlenutí krátkodobého onemocnění (sick-day)
- zdravotní programy (očkování, programy na bolesti zad, fyzioterapie).

ČSOB pojišťovna:

- slevy na produkty
- jeden týden dovolené navíc
- pracovní volno na překlenutí krátkodobého onemocnění (sick-day)
- home office s příslušným vybavením (např. notebook s externím připojením)

Generali pojišťovna:

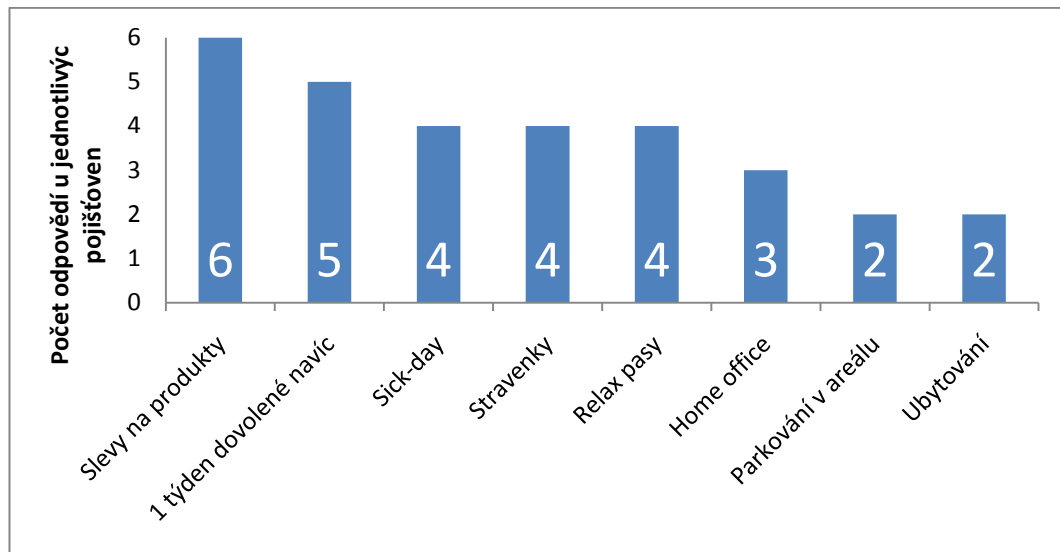
- stravenky
- slevy na produkty
- jeden týden dovolené navíc
- relax pasy
- home office s příslušným vybavením (např. notebook s externím připojením)

Kooperativa pojišťovna:

- stravenky
- slevy na produkty
- jeden týden dovolené navíc
- pracovní volno na překlenutí krátkodobého onemocnění (sick-day)
- volno poskytované těhotným ženám
- odměna při odchodu do důchodu
- program pro bývalé zaměstnance ukončující pracovní poměr pro nadbytečnost
- zdravotní péče
- parkování v areálu

Victoria Volksbanken pojišťovna:

- slevy na produkty
- home office s příslušným vybavením (např. notebook s externím připojením)
- ubytování
- relax pasy
- parkování v areálu



Graf 9: Finanční a nefinanční benefity nabízené pojišťovny

Zdroj: Vlastní zpracování

Graf nám ukazuje jaké benefity, jednotlivé pojišťovny nejvíce využívají pro své zaměstnance. Jistě víme, že jiné výsledky by byly třeba ve stavebnictví nebo jiných oborech, ale momentálně nás zajímá obor pojišťovnictví. Jak vidíme v grafickém zpracování, pojišťovny nejvíce upřednostňují jeden týden dovolené navíc, který dávají svým zaměstnancům. Slevy na produkty jsou běžnou formou výhod, které jsou poskytovány, protože se velmi často říká, že pokud něco prodáváme, musíme tomu i pevně věřit. Proto je taky kladený velký důraz na to, aby každý zaměstnanec, měl v pojišťovně, u které pracuje co největší možné portfolio jednotlivých produktů.

Sick-day, neboli další zajímavý benefit. Tato výhoda dokáže vyřešit opravdu mnoho starostí a v konečném důsledku se stane výhodnou jak pro zaměstnance, tak pro zaměstnavatele. Firmy mají stanoveny určité limity čerpaní. Pouze si připomeneme, že se využívá v případě, kdy je člověk krátkodobě indisponován. Jedná se v podstatě o placené dny nemoci, které navíc posilující loajalitu zaměstnanců k firmě.

Stravenky jsou základním a jednoduše využitelným benefitem, který je používán v širokém spektru jednotlivých firem.

Z mých pracovních zkušeností a po absolvování praxe můžu také tvrdit, že velmi oblíbenými benefity pro zaměstnance jsou právě zmíněné poslední čtyři. Pro krátkodobou relaxaci zaměstnanců jsou určeny tzv. Relax pasy. Stále větší důraz je kladený také na kvalitní vybavení, neboli home office. Je všeobecně známo, že pokud

pojišťovny chtějí být úspěšné, musí mít taky reprezentativní prostory poblíž centra města. Bohužel i tato skutečnost je častý problém. Proto zde najdeme řešení, když budeme myslet dopředu a vybereme takové prostory, které umožní parkovat svým zaměstnancům přímo v areálu firmy. Ubytování je poslední výhoda, kterou využijí hlavně obchodní zástupci na svých cestách, ale také manažeři a ředitelé, kteří se musí účastnit velkého počtu firemních školení.

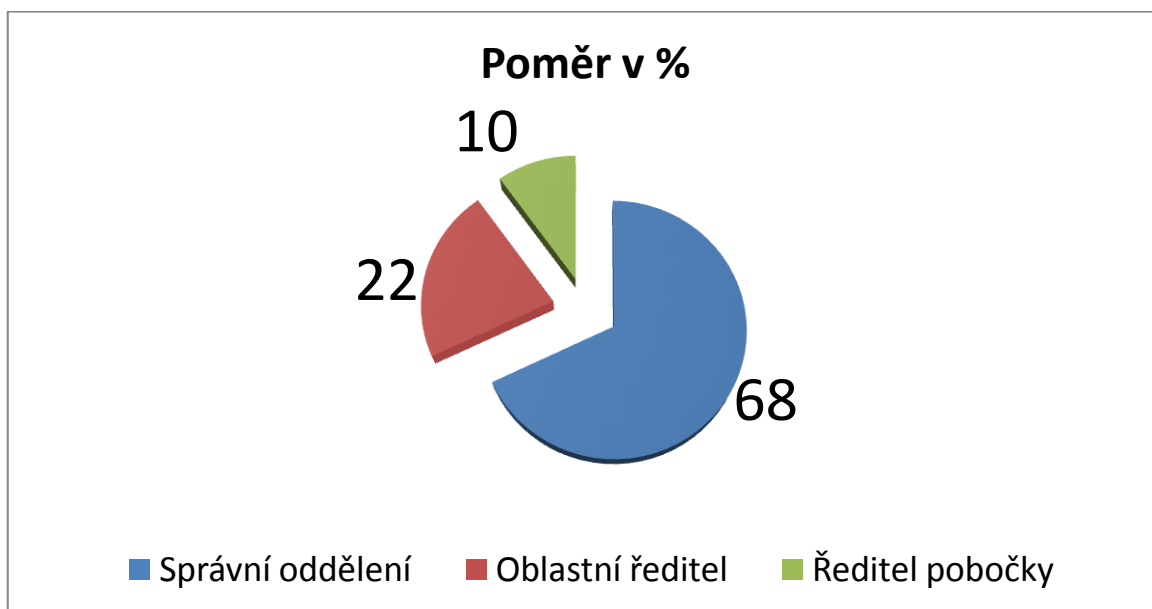
V této fázi výzkumu je cíl dostatečně naplněn, podrobnější závěry jsou rozpracovány v následující kapitole.

11 DOTAZNÍK PRO ZAMĚSTNANCE VICTORIA VOLKSBANKEN POJIŠŤOVNY, A.S.

V předchozí kapitole jsme mohli vidět, jaké benefity jednotlivé pojišťovny nabízí svým zaměstnancům. Nyní se pojdme podívat společně na to, co vlastně požadují právě oni a jak jsou motivováni a informováni o jednotlivých zaměstnaneckých výhodách, které jim firma nabízí. Bylo vybráno 50 respondentů, kteří pracují na HPP a k vyplnění předložen dotazník viz. (Příloha XI).

11.1 Rozdělení jednotlivých pracovníků

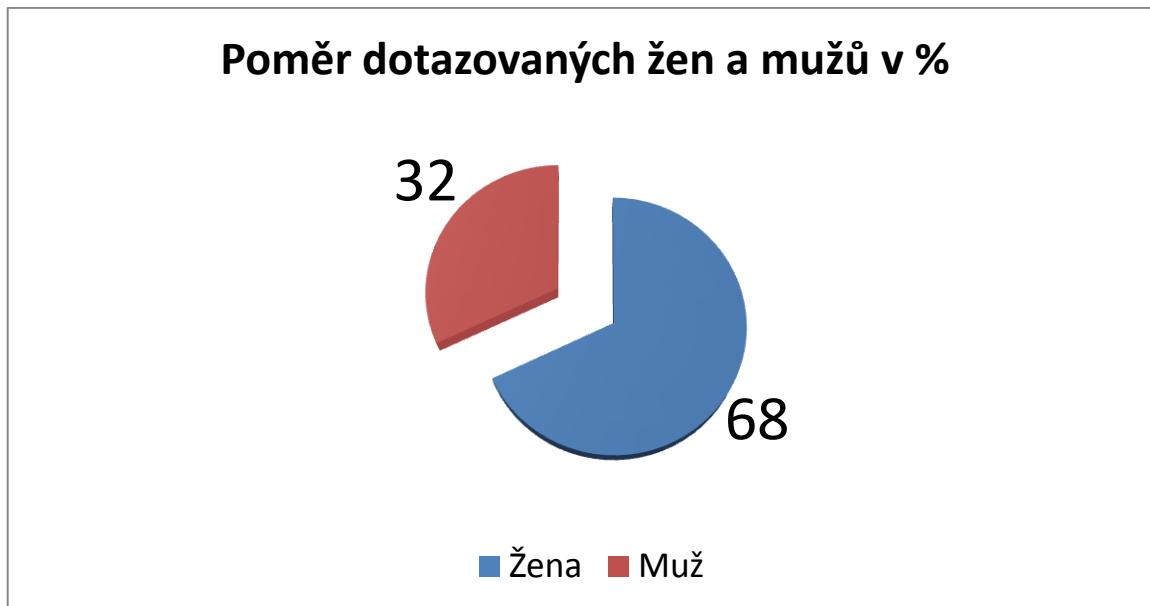
V následujícím grafu můžeme vidět rozdělení jednotlivých pracovníků do třech skupin v závislosti na jejich pracovním zařazení.



Graf 10: Poměr dotazovaných pracovníků v rámci pracovního zařazení

Zdroj: Vlastní zpracování

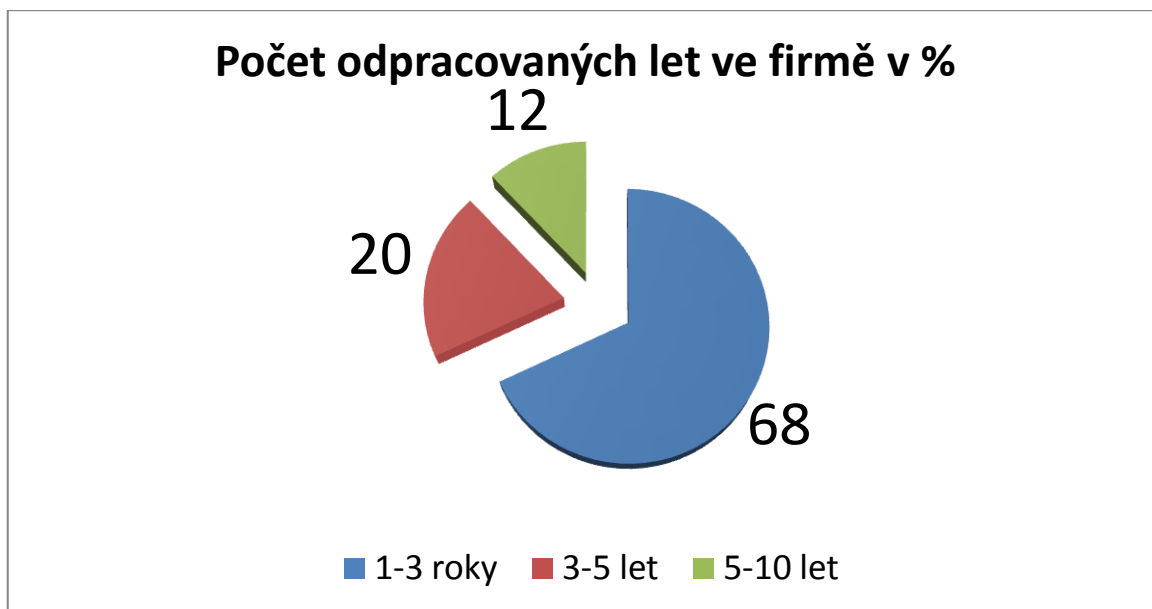
Další graf nám ukazuje, jaký byl počet dotazovaných v procentuálním vyjádření poměru dotazovaných žen a mužů. Je zněj možné odvodit, že mezi všemi pracovníky ve firmě převládají převážně ženy.



Graf 11: Poměr dotazovaných žen a mužů

Zdroj: Vlastní zpracování

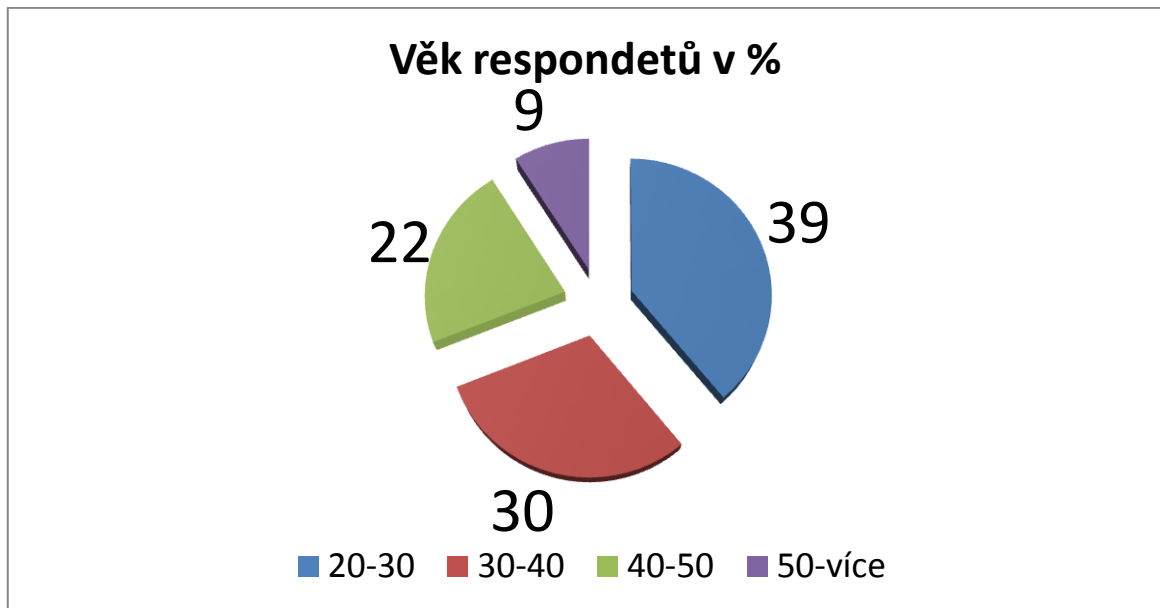
Věkové rozmezí dotazovaných pracovníků nám ukazuje následující graf. Můžeme vidět, že většina nepracuje ve firmě déle jak tři roky. Tenhle graf potvrzuje opět fakt, že fluktuace pracovníků v pojišťovnictví je na velmi vysoké úrovni.



Graf 12: Poměr dotazovaných z pohledu odpracovaných let ve firmě

Zdroj: Vlastní zpracování

Ve VICTORIA VOLKSBANKEN pojišťovně, a.s. je obsažena široká škála pracovníků v různých věkových kategoriích. V jakém procentuálním počtu znázorňuje graf. (Graf 13).

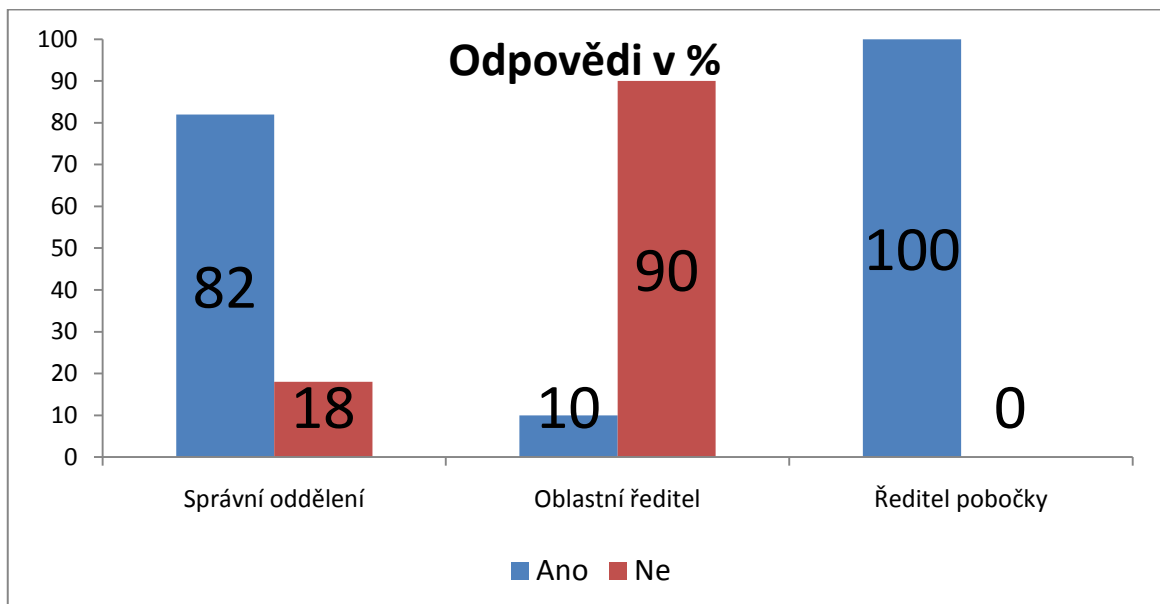


Graf 13: Věk jednotlivých pracovníků

Zdroj: Vlastní zpracování

11.2 Informovanost pracovníků

V první otázce můžeme vidět, značný rozdíl informovanosti na různých pracovních pozicích.

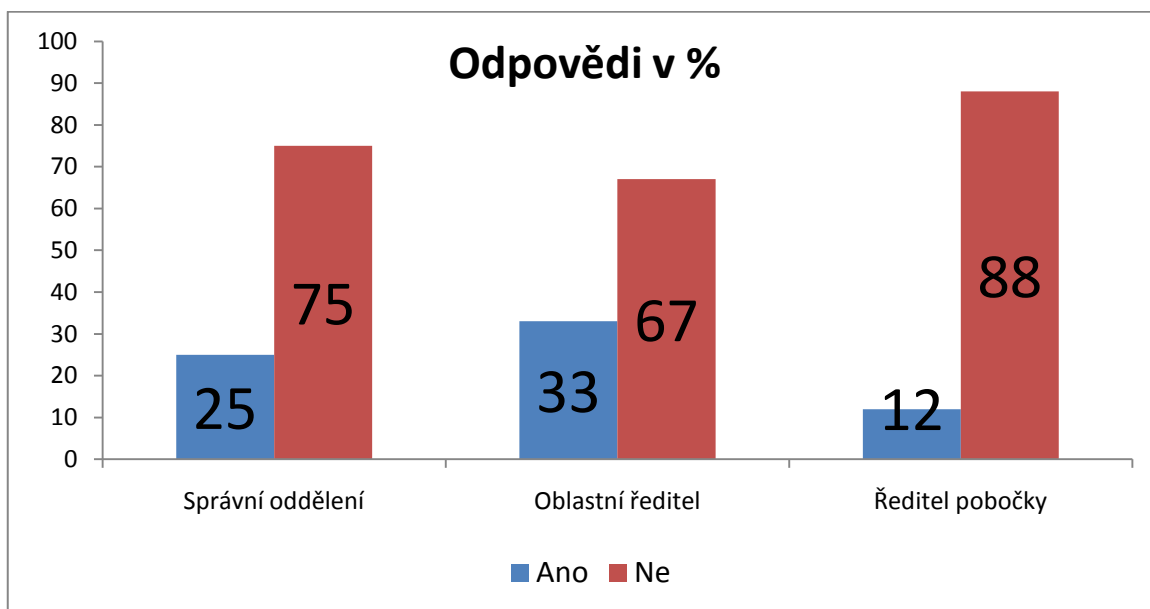


Graf 14: Informovanost pracovníků

Zdroj: Vlastní zpracování

11.3 Dostatečná motivace

Další grafické zpracování mělo ukázat, jestli je motivace jednotlivých pracovníků dostatečná. Zde je velmi dobře vidět (graf 15.), že motivace je ve firmě velmi málo.



Graf 15: Dostatečná nabídka benefitů

Zdroj: Vlastní zpracování

11.4 Benefit – péče o děti v podnikových zařízeních

Na dotaz, zda by zaměstnanci ocenili výše uvedenou výhodu, odpovědělo kladně 84% respondentů z celkového počtu.

11.5 Návrhy dalších benefitů pro firmu

V poslední otázce se nabízela možnost navrhnout benefity, které jim v nabídce chybí. Objevila se jich opravdu celá řada. Některé benefity, už ale zaměstnanci v nabídce mají a bohužel si tenhle fakt nedokázali dostatečně uvědomit. Nicméně objevili se také jiné, které v nabídce VICTORIA VOLKSBANKEN pojišťovny, a.s., doposud chybí. Jako například:

- Stravenky
- Sport, kultura
- Zdravotnická zařízení
- Odměny při odchodu do důchodu
- Podnikové půjčky

Jednotlivé výhody jsou seřazeny od největšího počtu odpovědí po nejmenší.

12 NAVRHOVANÉ DOPORUČENÍ

V následující kapitole se pokusím navrhnout možná zlepšení na základně poznatků získaných z dotazníkového šetření.

12.1 Lepší přenos informací

Oblastním ředitelům bude doporučeno, aby dostatečně informovali Oblastní ředitele o výhodách, které jim VICTORIA VOLKSBANKEN, a.s. nabízí. Například by stačilo využít firemní nástěnky umístěné ve školící místnosti, nebo vytisknout několik informačních letáčků, které budou rozdány novým pracovníkům při nástupu do firmy. Více informací o zaměstnaneckých výhodách se může umístit přímo na internetové stránky společnosti.

12.2 Zavedení nových benefitů

Jak už dobře víme z výše uvedeného textu, více jak polovina zaměstnanců není přesvědčena o tom, že je ve firmě dostatečná motivace. Proto jsem se rozhodl pokusit se zvýšit motivaci na všech pobočkách. Po konzultaci se zemským ředitelem a účetním oddělením, jsem navrhl jednotlivé benefity, o které si řekli sami pracovníci a nejčastěji se vyskytují v konkurenčním prostředí. Navíc se můžeme podívat na daňové dopady na jednotlivé subjekty.

- Stravenky

Zaměstnavatel: Daňovými výdaji jsou příspěvky na stravování zajišťované prostřednictvím jiných subjektů, zpravidla prostřednictvím stravenek, a poskytované až do výše 55% ceny jednoho jídla za jednu směnu, maximálně však do výše 70% stravného pro zaměstnance vymezeného v § 6 odst. 7 písm. a) zákona o daních z příjmů – tedy zaměstnance státní sféry – při trvání pracovní cesty 5 až 12 hodin. Příspěvek na stravování lze uplatnit jako výdaj (náklad), pokud přítomnost zaměstnance v práci během této stanovené směny potrvá alespoň 3 hodiny. Příspěvek na stravování lze uplatnit jako výdaj (náklad) na další jídlo zaměstnance, pokud délka jeho směny v úhrnu s povinnou přestávkou v práci, kterou je zaměstnavatel povinen poskytnout zaměstnanci podle zvláštního právního předpisu (zákoníku práce), bude delší než 11 hodin. Příspěvek nelze uplatnit na stravování za zaměstnance, kterému v průběhu směny vznikl nárok na stravné podle zvláštního právního předpisu (zákoníku práce).

Zaměstnanec: Hodnota stravování poskytovaného jako nepeněžní plnění zaměstnavatelem zaměstnancům ke spotřebě na pracovišti, nebo v rámci závodního stravování zajišťovaného prostřednictvím jiných subjektů je od daně z příjmu fyzických osob osvobozena. Peněžní příspěvky nejsou od daně z příjmu fyzických osob osvobozeny.

Pojistné: Hodnota (finanční ocenění) takových poskytnutých nepeněžních plnění, která nepodléhají dani z příjmů fyzických osob, je z vyměřovacího základu pro odvod pojistného na sociální zabezpečení a pojistného na všeobecné zdravotní pojištění vyjmuta. Peněžní plnění však nejsou součástí uvedených vyměřovacích základů.

- Sport, kultura

V případě sportu může jít o pronájmy tělocvičných zařízení, hřišť, sportovišť, bazénů (poskytnutí plavek apod.), kluzišť, příspěvky na vstupné do takových zařízení. Jde o vstupenky do bazénů, posiloven, fitcentr, wellness center, sportovních klubů, apod.

1) Příspěvky na kulturní pořady a sportovní akce jako nepeněžní plnění

Daňový ani odvodový režim se ve srovnání s předchozím obdobím nemění.

Zaměstnavatel: Platba ze sociálního fondu zaměstnavatele. Výdaje na tento nepeněžní benefit osvobozený od daně z příjmů fyzických osob nemohou být výdaji daňovými.

Zaměstnanec: Příjmy z takových nepeněžních plnění jsou na straně zaměstnance od daně z příjmu fyzických osob osvobozeny. Osvobozeny jsou nepeněžní plnění poskytovaná zaměstnavatelem zaměstnancům ze sociálního fondu, ze zisku (příjmu) po jeho zdanění, anebo na vrub výdajů (nákladů), které nejsou výdaji (náklady) na dosažení, zajištění a udržení příjmů, ve formě možnosti používat tělovýchovná a sportovní zařízení, nebo ve formě příspěvku na kulturní pořady a sportovní akce.

Pojistné: Uvedené příjmy nejsou součástí vyměřovacího základu pro odvod pojistného na sociální zabezpečení a pojistného na všeobecné zdravotní pojištění.

2) Příspěvky na kulturní pořady a sportovní akce jako peněžní plnění

Daňový ani odvodový režim se ve srovnání s předchozím obdobím nemění.

Zaměstnavatel: Výdaje je výdajem ze sociálního fondu (zisku, příjmu po jeho zdanění), a u zaměstnavatelů, kteří nevytvořili zisk, výdajem na vrub výdajů (nákladů), které nejsou výdaji (náklady) na dosažení, zajištění a udržení příjmů.

Pokud však je uvedený výdaj, jenž může být peněžním nebo nepeněžním příjmem na straně zaměstnance, dohodnut nebo sjednán jako pracovněprávní nárok, je takový výdaj pro zaměstnavatele daňovým.

Zaměstnanec: Příjem je zdanitelný příjem zaměstnance jako příjem ze závislé činnosti.

Pojistné: Příjem zaměstnance je součástí vyměřovacího základu pro odvod pojistného na sociální zabezpečení a zdravotní pojištění.

- Zdravotnická zařízení

- 1) *Užití zdravotnických zařízení jako nepeněžní plnění*

Zaměstnavatel může svým zaměstnancům zabezpečovat (platit) např. vitaminové a obdobné přípravky k posílení organismu a jiné položky z lékárenského sortimentu, očkování proti chřipce a očkování jiná, rehabilitaci (masáže zad, nohou, pedikúru, atp.), rehabilitační pomůcky. Dále může jít o poskytnutí lázeňského pobytu, lázeňské procedury, výrobu ortopedických pomůcek a brýlí, poskytnutí kontaktních čoček, zhotovení zubních protéz, rehabilitačních pomůcek, ošetření zubů, odstranění kosmetických vad, apod.

Daňový ani odvodový režim se ve srovnání s předchozím obdobím nemění.

Zaměstnavatel: Výdaj je výdajem ze sociálního fondu (zisku, příjmu po jeho zdanění), a u zaměstnavatele, kteří nevytvořili zisk, výdajem na vrub výdajů (nákladů), které nejsou výdaji (náklady) na dosažení, zajištění a udržení příjmů.

Výdaje na tento nepeněžní benefit osvobozený od daně z příjmu fyzických osob nemohou být výdaji daňovými.

Zaměstnanec: Z hlediska zdaňování daní z příjmu fyzických osob je významné, že nepeněžní plnění poskytovaná zaměstnavatelem zaměstnancům ze sociálního fondu nebo zisku (příjmu) po jeho zdanění (u zaměstnavatelů, na něž se vyhláška o fondu kulturních a sociálních potřeb nevztahuje) ve formě možnosti používat rekreační, zdravotnická a vzdělávací zařízení, předškolního zařízení, závodní knihovny, tělovýchovná a sportovní zařízení nebo ve formě příspěvku na takové použití jsou daně z příjmu fyzických osob na straně zaměstnance osvobozena.

Nepeněžní plnění znamená, že zaměstnavatel zboží či službu zaplatí přímo zdravotnickému zařízení a pak poskytne zaměstnanci, nebo mu předá poukázku, na kterou lze takové zboží či službu odebrat, čerpat (poukázku jako doklad o zaplacení zboží či služby zaměstnavatelem. Na ni pak zaměstnanec čerpá službu nebo odebere zboží).

Pojistné: Protože jde o částky osvobozené od daně z příjmu fyzických osob, nejsou součástí vyměřovacích základů pro odvod zdravotního pojištění a sociálního zabezpečení.

Vzhledem k tomu, že za plnění zaměstnavatele zaměstnanci se považuje i stejné plnění poskytnuté rodinným příslušníkům zaměstnance, platí daňové a odvodové osvobození též pro tyto rodinné příslušníky.

Peněžní příjmy zaměstnanců ze sociálního fondu (i když jsou určeny na využití uvedených zařízení) však jsou předmětem daně z příjmů fyzických osob, jsou zdaňovány jako příjmy ze závislé činnosti podle ustanovení § 6 zákona o daních z příjmů, jsou tedy dílčím základem daně z příjmu poplatníků – zaměstnanců. Takové peněžní příjmy jsou také součástí vyměřovacích základů pro odvod sociálního zabezpečení a zdravotního pojištění.

2) Příplatky na zdravotní péči nehrazenou ze zdravotního pojištění a na zdravotní pomůcky

Daňový ani odvodový režim se ve srovnání s předchozím obdobím nemění.

Zaměstnavatel: Výdaj je výdajem ze sociálního fondu (zisku, příjmu po jeho zdanění), a u jeho zaměstnavatelů, kteří nevytvořili zisk, výdajem na vrub výdajů (nákladů), které nejsou výdaji (náklady) na dosažení, zajištění a udržení příjmů.

Pokud však je uvedený výdaj, jenž může být peněžním či nepeněžním příjmem na straně zaměstnance, dohodnut nebo sjednán jako pracovněprávní nárok, je takový výdaj pro zaměstnavatele výdajem daňovým.

Zaměstnanec: Příjem je zdanitelným příjmem zaměstnance jako příjem ze závislé činnosti.

Pojistné: Příjem zaměstnance je součástí vyměřovacích základů pro odvod pojistného na sociální zabezpečení a zdravotní pojištění.

- Odměny při odchodu do důchodu

Daňový ani odvodový režim se ve srovnání s předchozím obdobím nemění.

Zaměstnavatel: Výdaj je placen ze sociálního fondu.

Zaměstnanec: Příjem je do limitu a ve vymezených případech osvobozen o daně z příjmů fyzických osob.

Pojistné: Neplatí se – osvobozený příjem není součástí vyměřovacích základů pro pojistné.

- Podnikové půjčky

Jak autor uvádí, půjčky rozdělujeme:

1) *Půjčky na bytové účely*

Zaměstnavatel: Půjčka je poskytována ze sociálního fondu.

Zaměstnanec: Příjem do limitů osvobozen od daně z příjmů fyzických osob.

Pojistné: Osvobozený příjem není součástí vyměřovacích základů pro pojistné.

2) *Půjčky k překlenutí tíživé finanční situace*

Zaměstnavatel: Půjčka je poskytována ze sociálního fondu.

Zaměstnanec: Příjem do limitů osvobozen od daně z příjmů fyzických osob.

Pojistné: Neplatí se - osvobozený příjem není součástí vyměřovacích základů pro pojistné.

3) *Sociální výpomoci zaměstnancům*

Zaměstnavatel: Výdaj je placen ze sociálního fondu

Zaměstnanec: Příjem do limitu a při splnění zákonných podmínek osvobozen od daně z příjmu fyzických osob.

Pojistné: Neplatí se - od daně osvobozený příjem není součástí vyměřovacích základů pro pojistné.[12]

Díky zavedení výše uvedených zaměstnaneckých výhod se zvýší ve firmě motivace k výkonu práce a nastanou v určitých případech výhody jak pro zaměstnavatele, tak pro zaměstnance.

Benefit péče o děti v podnikových zařízeních, není jednoduché ve firmě zavést, proto bych doporučil oslovit specializovanou firmu, která se přímo zaměří na veškeré potřebné záležitosti a udělá soupis potřebných kroků, které jsou k realizaci opravdu nutné. Jednou z firem je např. www.alfa-firemniskolky.cz, která se postará o všechny věci spojené s provozem školky.

ZÁVĚR

Hlavním cílem této bakalářské práce je zpracování přehledu benefitů jednotlivých pojišťoven v České republice pro využití ve VICTORIA VOLKSBANKEN pojišťovně, a.s.. Jelikož, benefity jsou určitým klíčem k bráně spokojenosti zaměstnanců.

V prvním bodě bych rád připomenul, že reklama by neměla být určitě zanedbávána. Díky ní si zákazník vytvoří určitý obraz o společnosti a hlavně o ní nebude slyšet poprvé, když se ve dveřích objeví někdo z obchodních zástupců.

Díky SWOT analýze jsme přišli také na to, že vysoká storna dělají problémy všem pracovníkům. Proto se musí ustálit do rozumných mezí, díky méně rizikovým obchodům, které pracovníci pojišťovny dělají, většinou před uzávěrkou, aby dohnali zameškanou produkci za jednotlivé měsíce.

Pracovní doba obchodních zástupců, není v naší a v mnoha dalších pojišťovnách přesně stanovena. Každý si vlastně může dělat svou práci, kdy a jak uzná za vhodné. Jenomže praxe ukazuje, že díky tomu, že se rodiče starají doma o své děti, nezbyvá jim už tolik času na svou každodenní práci. Jistě to není jednoduché, proto doporučuji, více benefit (péče o děti v podnikových zařízeních), který lze realizovat v jednotlivých pojišťovnách. Osobně jsem se ptal u jedné z největších pojišťoven na trhu a byl jsem mile překvapen, když mi bylo řečeno, že se o tomhle bodu hodně přemýšlí. Jak jsme mohly zjistit díky provedené analýze, dosud žádná pojišťovna zatím tenhle benefit nepoužívá. Pevně věřím, že se v nejbližší době objeví další a více dostupnější zaměstnanecké výhody, jako jsou např. stravenky, podnikové půjčky, zdravotní programy a další jednotlivé firemní benefity o kterých jsem psal v kapitole Navrhované doporučení.

Bakalářská práce by měla mít přínos pro obě strany. Díky tomu, že jsme si představili VICTORIA VOLKSBANKEN pojišťovnu, a.s., a její produkty, domnívám se že, ten kdo o ní ještě nikdy neslyšel, nyní získal velmi cenné informace, které mu mohou být užitečné v případě, že by se rozhodoval o budoucí spolupráci.

Díky jednotlivým výsledkům a doporučením si může vzít ponaučení také vedení společnosti a vyhodnotit jednotlivé body. Věřím, že se VICTORIA VOLKSBANKEN pojišťovna, a.s. stane ještě silnějším konkurentem pro všechny ostatní pojišťovny a pro jednotlivá hodnotící období, bude získávat jenom ty nejlepší výsledky.

RESUMÉ

I realized few important things during my work on this thesis which are in some way certain key from the customers satisfaction. One of them is the importance of an advertisement. At least some awareness of the company always helps when it comes to first contact between the insurance agent and customer.

The SWOT analysis shows us that the high cancellation causes problems to all employees. That's why it must be pegged to reasonable limits using less risky business carried out before deadline to make up missed production for each months.

Working hours of insurance agents are not strictly determined not just in this insurance company but also in many others. Although the insurance agents are responsible for their working time themselves, some problems can occurred especially when having a child and have to spend the most of the day with them. I think that the benefit of child care workers would be a big help for many employees, not only in insurance companies. Although my research has shown that no insurance company has used this type of benefit so far, this issue is becoming still more and more actual. I firmly believe that it will soon become one of the regular benefits.

I hope that this Bachelor thesis will be beneficial also as a source of information about Victoria Volksbanken insurance company and it's products. People who have never heard about this company before can obtain valuable information that can be useful when deciding the future collaboration. I should be very pleased if the Victoria Volksbanken's management would found my recommendation inspirative and helpful.

SEZNAM POUŽITÉ LITERATURY

SEZNAM ODBORNÉ LITERATURY

- [1] ARMSTRONG, Michael. *Řízení lidských zdrojů : nejnovější trendy a postupy : 10. vydání*. 1. vyd. Praha : Grada, 2007. 789 s. ISBN 978-80-247-1407-3.
- [2] TURECKIOVÁ, Michaela. *Řízení a rozvoj lidí ve firmách*. Vyd. 1. Praha : Grada, 2004. 168 s. ISBN 8024704056.
- [3] NIERMEYER, Rainer; KUNST, Petr; SEYFFERT, Manuel. *Jak motivovat sebe a své spolupracovníky*. 1. vyd. Praha : Grada, 2005. 109 s. ISBN 8024712237.
- [4] SEQUENSOVÁ, H., HEP, R., RATISLAV, P., Jiří Leták. *Lidské zdroje* 1.vyd. Havířov-Podlesí, 2005. Tisk Findr, s.r.o., Český Těšín.
- [5] HANA AMBROSOVÁ a kolektiv, *Abeceda personalisty*, 2.vyd. Olomouc: Ringier Print CZ a.s., ISBN: 978-80-7263-441-5
- [6] VYSEKALOVÁ, Jitka; MIKEŠ, Jiří. *Reklama : jak dělat reklamu*. 3., aktualiz. a dopl. vyd. Praha: Grada, 2010. 208 s. ISBN 978-80-247-3492-7
- [7] ARMSTRONG, Michael. *Odměňování pracovníků*, 1. české vyd. Praha: Grada, a.s., 2009. 442 s. ISBN 978-80-274-2890-2
- [8] ROMAN KOZEL a kolektiv, *Moderní marketingový výzkum*, 1.vyd. Praha: PBtisk 2006. ISBN: 80-247-0966-X
- [9] MALÝ, Václav. *Marketingový Výzkum teorie a praxe*. 1. vyd. Praha : Oeconomica, VŠE, 2008. 188 s. ISBN 978-80-245-1326-3
- [10] KUBÍČKOVÁ, Miloslava. *Průzkum trhu*. 1. vyd. Zlín : VOŠE, 1999. 166 s.
- [11] RUČKOVÁ, P. *Pojišťovnictví*. 1.vyd. Karviná: Slezská univerzita Opava, 1996. ISBN: 80-85879-55-7
- [12] PELC, V. *Zaměstnanecké benefity v roce 2011*. 1. vyd. Praha : Leges, 2011, 240s, ISBN: 978-80-87212-66-0

INTERNETOVÉ ZDROJE

- [13] *Finexpert.e15.cz* [online]. 2002-2010 [cit. 2010-12-07]. Jak motivovat zaměstnance. Dostupné z WWW: <<http://finexpert.e15.cz/jak-motivovat-zamestnance>>.

- [14] *Sodexo.cz* [online]. 2007 [cit. 2010-12-07]. Stravenky. Dostupné z WWW: <<http://www.sodexo.cz/czcz/nase-sluzby/zamestnanecke-vyhody-darky/zamestnanecke-benefity/stravovani/stravenky/stravenky.asp>>.
- [15] *Vlastnicesta.cz* [online]. 2007 [cit. 2010-12-07]. SWOT analýza. Dostupné z WWW: <<http://www.vlastnicesta.cz/akademie/marketing/marketing-metody/swot-analyza/>>.
- [16] *Victoria.cz* [online]. 2007 [cit. 2010-12-07]. Victoria Volksbanken pojišťovna a.s. Dostupné z WWW: <<http://www.victoria.cz/index.php?id=82>>.
- [17] *Pojisteni.cz* [online]. 2007 [cit. 2010-12-07]. Cestovní pojištění Victoria. Dostupné z WWW: <www.pojisteni.cz/clanky/a/152/cestovni-pojisteni-victoria.html>.

SEZNAM POUŽITÝCH SYMBOLŮ A ZKRATEK

APOD.	A podobně
Aj.	A jiné
ČR	Česká republika
HPP	Hlavní pracovní poměr
Max.	Maximálně
MHD	Městská hromadná doprava
Min.	Minimálně
Odst.	Odstavec
PSC	Poštovní směrovací číslo
Tj.	To jest
Tzv.	Tak zvaně
ŽL	Živnostenský list

SEZNAM OBRÁZKŮ

Obr. 1: Logo pojišťovny	31
Obr. 2: Logo spol. DAS	32
Obr. 3: Pobočky v ČR.....	33
Obr. 4: Organizační struktura pobočky.....	34
Obr. 5: Kariérní růst.....	35

SEZNAM TABULEK

Tab. 1: Slevy za počet osob,	40
Tab. 2: SWOT Analýza ve VICTORIA VOLKSBANKEN pojišťovně, a.s.	41
Tab. 3: Firemní loga jednotlivých pojišťoven	44

SEZNAM GRAFŮ

Graf 1: Osobní poradenské služby.....	45
Graf 2: Cenové pobídkové odměny	45
Graf 3: Mobilní telefon	46
Graf 4: Vzdělávací programy	46
Graf 5: Dodatečné odstupné	47
Graf 6: Podnikové půjčky	47
Graf 7: Péče o děti v podnikových zařízeních	48
Graf 8: Vánoční večírky a jiné společenské aktivity	48
Graf 9: Finanční a nefinanční benefity nabízené pojišťovny.....	51
Graf 10: Poměr dotazovaných pracovníků v rámci pracovního zařazení.....	53
Graf 11: Poměr dotazovaných žen a mužů	54
Graf 12: Poměr dotazovaných z pohledu odpracovaných let ve firmě.....	54
Graf 13: Věk jednotlivých pracovníků	55
Graf 14: Informovanost pracovníků	55
Graf 15: Dostatečná nabídka benefitů	56

SEZNAM PŘÍLOH

- P I Zpráva investičního manažera
- P II Návrh na uzavření úrazového a důchodového pojištění
- P III Analýza nabízených benefitů ve firmách z mého okolí
- P IV Cestovní poukaz (přední strana)
- P V Cestovní poukaz (zadní strana)
- P VI Katalog Holiday plus (přední strana)
- P VII Katalog Holiday plus (první strana)
- PVIII Hotelový poukaz
- P IX Poukázka na benzín
- P X Poukázka na MIRONET
- P XI Dotazník pro zaměstnance firmy

CONSEQ™

**VICTORIA
VOLKSBANKEN
POJIŠŤOVNA, A.S.**

ACTIVE INVEST - DYNAMICKÉ PORTFOLIO

ŘÍJEN 2010

ZÁKLADNÍ INFORMACE

Rizikový profil

1 2 3 4 5

Investiční manager: Conseq Investment Management, a. s.

Investiční horizont: doporučen min. 5 let

ZPRÁVA INVESTIČNÍHO MANAŽERA

Výkonnost portfolia za uvedená období k 31. říjnu 2010

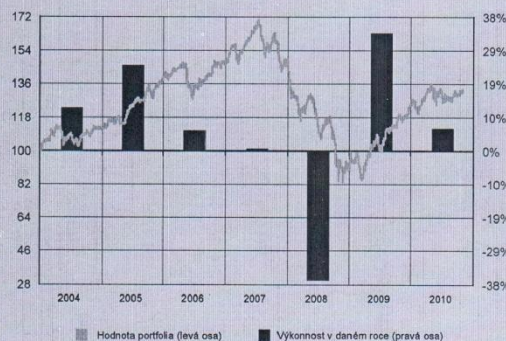
Od 31. 12. 2003

Období	1M	3M	6M	1R	3R	5R	Celkem	p. a.
Dynamické portfolio (CZK)	2,28 %	4,02 %	-0,85 %	13,59 %	-16,49 %	2,69 %	32,97 %	4,26 %

Komentář k vývoji portfolia

Začátkem října jsme přistoupili k změně vah některých fondů v portfoliu. Celkově došlo k snížení zastoupení dluhopisových fondů a navýšení souhrnné váhy akciových fondů. K snížení váhy fondu Conseq Invest Dluhopisový nás vedl téměř celoroční pokles výnosů do splatnosti českých státních dluhopisů (především se střední a dlouhou dobou splatnosti), čímž dle nás došlo k vyčerpání jejich dalšího možného výraznějšího cenového zhodnocení v krátkodobém horizontu. Podporou tomuto kroku jsou přicházející české a světové makroekonomické údaje potvrzující postupnou konsolidaci hospodářské aktivity. V rámci akciových fondů došlo k navýšení zastoupení fondů reprezentující Vyspělé trhy a zachování váhy fondů Rozvíjejících se trhů. U rozvíjejících se trhů došlo k zvýšení váhy Střední Evropy, reprezentované fondem Conseq Invest Akciový (+2,8%), a mírnému snížení celkové váhy ostatních fondů rozvíjejících se trhů. Hlavním důvodem navýšení váhy regionu střední Evropy bylo jeho letošní výkonnostní zaostávání za ostatními regiony rozvíjejících se trhů a snížení měnového rizika. V případě Vyspělých akciových trhů byla zvýšena váha severoamerického (Parvest USA +5,1%) a evropského regionu (Parvest Europe Alpha +3,2%; Franklin Mutual European +2,3%), při zachování původní váhy Japonska (Parvest Japan -1,2%). Výkonnostně světové akciové trhy pokračovaly v růstu nastartovaném začátkem září, když si globální index MSCI World připsal zisk ve výši 3,7%. Klíčovým faktorem pro pozitivní říjnový vývoj se stala otázka druhé fáze měnového uvolňování v USA k „podpoře“ americké ekonomiky a v převážné většině oproti odhadům analytiků lepší výsledky hospodaření amerických a evropských společností. Zveřejněné makroekonomické údaje nepřinesly žádné zásadnější překvapení. Americká čísla byla nevýrazná, naopak údaje z Německé ekonomiky nadále pozitivně překvapovaly (např. průmyslová produkce, tovární objednávky nebo index podnikatelské důvěry Ifo). Dařilo se také akciovým rozvíjejícím se trhům, ze kterých vyčnívaly burzy Číny a komoditně orientované latinské Ameriky.

Vývoj portfolia a výnosy v jednotlivých letech



Přehled podílových fondů obsažených v portfoliu

Název fondu	Teritoriální zaměření fondu	Základní měna fondu	3M výkonnost		Podíly v portfoliu	
			v základní měně	v CZK	Neutrální	30.10.10
Dluhopisové fondy v Kč					7%	2,0%
Conseq Invest Dluhopisový - A	Česká republika	CZK	-0,99%	-0,99%		2,0%
Dluhopisové fondy – zahraniční dluhopisy					3%	2,0%
Conseq Invest dluhopisy nové Evropy - A	Střední a východní Evropa	CZK	0,21%	0,21%		2,0%
Nemovitostní fondy					5%	3,8%
Conseq realitní OPF	Česká republika	CZK	-0,17%	-0,17%		3,8%
Akciové fondy					85%	92,2%
Franklin Global Smal-Mid Cap Growth	Svět (vyspělé trhy)	USD	3,61%	2,05%		8,9%
Franklin Mutual Beacon	USA	USD	3,12%	1,57%		12,0%
Parvest Equity USA	USA	USD	5,07%	3,49%		10,7%
Franklin Mutual European (EUR)	Evropa	EUR	2,25%	2,23%		9,7%
Parvest Equity Europe Alpha	Evropa	EUR	3,18%	3,16%		7,3%
Conseq Invest Akciový - A	Střední Evropa	CZK	2,82%	2,82%		14,4%
Parvest Equity Japan	Japonsko	JPY	-1,21%	0,38%		3,9%
Templeton Emerging Markets	Rozvíjející se trhy	USD	3,36%	1,81%		8,5%
ING (L) Invest Emerging Markets (CZK)	Rozvíjející se trhy	CZK	3,18%	3,18%		9,7%
Templeton Asian Growth	Asie	USD	3,17%	1,62%		7,1%

Upozornění: Hodnota investic může v čase jak růst tak klesat a není zaručena ani návratnost původně investované částky. Jakékoliv údaje o historickém zhodnocení slouží pouze pro informaci a nejsou zárukou budoucích výnosů.

Conseq Investment Management, a. s., Burzovní palác, Rybná 682/14, 110 05 Praha 1, tel. +420 225 988 222, fax +420 225 988 285, IČO 26442671, zapsaná v obchodním rejstříku vedeném Městským soudem v Praze, oddíl B, vložka 7153

A member of the **ERGO** Insurance Group.

P II Návrh na uzavření úrazového a důchodového pojištění



Návrh na uzavření úrazového a důchodového pojištění
Všeobecné údaje

C. obch. zástupce 14000	Reprezentant Horák	Nový zákazník X	Číslo zakázky	Pojistka X	Zákaznická Zástupci
Pojistitel VICTORIA VOLKSBANKEN POJIŠŤOVNA, A.S., PRÁVNANÁ 20, 100 00 PRAHA 2, IČ 48185714, BÚŽÍHO VEDENÍ A ŘÍZENÍ VE ŠKOLE V PRAZE					
Navrhovatel/ pojistník <input type="checkbox"/> Pan <input checked="" type="checkbox"/> Páni <input type="checkbox"/> Firma <input type="checkbox"/> Sběra	Jméno Andrea	Datum narození 1 2 0 2 1 9 8 6	Muž <input checked="" type="checkbox"/> Žena	Země / vědomí <input checked="" type="checkbox"/> Ano <input type="checkbox"/> Ne	
Příjmení Nováková	Rodné číslo (popř. IČ) 8652121212	Státní příslušnost ČR			
Ulice a číslo domu Lannova 34	Státní příslušnost ČR	Telefon služební			
PSC 37001	Obec České Budějovice	Telefax			
Zaměstnavatel Zahradnictví Č.B.	Telefon soukromý / mobil 777111222	Druh činnosti / pracovní náplň, vztahový sport Zahradník			
Pojišťovaná osoba A (dítě)	Jméno popř. odlišné příjmení Jan Novák	Datum narození 1 0 1 0 1 2 0 1 0	Státní příslušnost ČR		
Příslušná činnost, sport	Rodné číslo 1001012222	Status 3			
Plátcе pojištění (se 4 odlišnými od pojistníka)	Název firmy / jméno JEN POKUD JE PLÁTCE ODLIŠNÝ OD POJISTNÍKA	Druh činnosti	Telefon soukromý		
Ulice a číslo domu	Obec	Telefon služební			
PSC	Obec	Status			

Tarifní údaje PREMIANT plus

Smluvní údaje pro pojišťovanou osobu A	Úrazové pojištění	Pojistná částka pro bolestné ve výši 18.000	Záchranné náklady 5.000	Roční pojistné 600,- Kč
Důchodové pojištění pro případ dožití s doživotní výplátou důchodu (hlavní pojištění)	Tarif CAF10-M	Počátek pojištění 0 1 0 2 2 0 1 0	Délka pojištění 18 let	Délka platby pojistného 18 let
Oprávněné osoby / omyšlenky (výzka nebo příslušná osoba)	V případě úmrtí pojištěné osoby	Jméno a příjmení nebo „zastínit neuvít“ Andrea Nováková	Rodné číslo, popř. IČ 1 2 0 2 1 9 8 6	Konec pojištění 0 1 0 2 2 0 2 8
	V případě dožití pojištěné osoby	Jméno a příjmení nebo „zastínit neuvít“ Jan Novák	Rodné číslo, popř. IČ 0 1 0 1 2 0 1 0	Počet pojistné 12 000,-
Platební údaje	První pojistné:	<input checked="" type="checkbox"/> v hotovosti	<input type="checkbox"/> platba SIPO	<input type="checkbox"/> inkaso z účtu (pláti pro účty Volksbank)
	Následné pojistné:	<input type="checkbox"/> poštovní poukázka	<input type="checkbox"/> platba SIPO	<input type="checkbox"/> inkaso z účtu (pláti pro účty Volksbank)

Závěrečné prohlášení

Vzájemně písemně a po vzájemné dohodě se shodli podle návrhu smlouvy, tarifních ustanovení, všeobecných pojistných podmínek pro důchodové pojištění a pojištění pro případ dožití a pro případ smrti včetně podmínek úrazového pojištění v případě úmrtí a zvláštních podmínek pro rizikové pojištění. Během smlouvy, že obě strany smlouvy bez zvláštního důvodu smlouva během 2 měsíců po jejím uzavření vypovědí. Vypovědi lhůta je 5 dní. Pojištění má právo na pojištění, který je uvedený dle této smlouvy.

Příjemce pojistného krytí je uveden na zadní straně listiny. Pojistitel a pojišťovaná osoba dále uvedené na zadní straně tohoto návrhu (tj. a souhlasí s ním).

Na smyslu § 12 zákona č. 372/2004 Sb., o pojistné smlouvě je rovněž třeba říci, že smlouva je uzavřena v souladu s tímto návrhem.

Dále bere na vědomí, že případná odchylka na pojištění v akceptování návrhu na pojištění (pojištění) opatří výše pojistného uvedeném v návrhu na uzavření pojištění, vzniká v důsledku zkontrolování pojistného (max. do 20 Kč) nebude považována za prohlášení, ale za přílohu akceptaci návrhu.

Společně podpisem smlouvy, že smlouva souhlasí s tímto návrhu je způsobilý právně svévolně uzavřené na zadní straně návrhu, a že jsou plně informováni ve smyslu § 65 a 66 zák. 372/2004 Sb., o poj. smlouvě a o změně zřízení souvisejících v platbě zmlouvy.

Jako pojištění pojištění jsou uzavřeno a souhlasí se shora uvedenými pojistnými podmínkami, všeobecnými podmínkami, dodatkem o ochraně a předání osobních dat, prohlášením neuvolnění používání a přívětivých subjektů údajů a obdrželi ochrany osobních údajů a tímto závěrečným prohlášením.

Identifikační ověření dle OP/pasů č. **10000000** vydán kým **MÚ Č.B.** datum vydání **1.1.2000** platnost do **1.1.2015**

Podpisy
 Navrhovatelka / pojistník **Nováková**
 Pojišťovaná osoba / U nezletilých zákonný zástupce
 Zprostředkovatel / zástupce který provedl identifikaci **Horák**

10012010
 První pojistné ve výši **1000,-** Kč bylo zapláceno, č. příjmového pokladního dokladu **18888**

Datum
 Platí jako potvrzení o příjmu výše uvedeného ohledu společně s příjmovým pokladním dokladem.

A member of the ERGO Insurance Group.

Jednotlivé pojišťovny	<i>Osobní poradenské služby</i>	<i>Cenové pobídkové odměny</i>	<i>Mobilní telefon</i>	<i>Vzdělávací programy</i>	<i>Dodatečné odstupné</i>	<i>Podnikové půjčky</i>	<i>Péče o děti v podnikových zařízeních</i>	<i>Vánoční večírky a jiné spol. aktivity</i>	<i>Jiné</i>
<i>Allianz</i>	ANO	ANO	ANO	ANO	ANO	ANO	NE	ANO	-
<i>Axa</i>	ANO	ANO	NE	ANO	NE	NE	NE	ANO	-
<i>Česká poj.</i>	ANO	ANO	ANO	ANO	ANO	NE	NE	ANO	ANO *
<i>Česká podnikatel. poj.</i>	NE	ANO	ANO	ANO	NE	ANO	NE	ANO	ANO *
<i>ČSOB</i>	NE	ANO	ANO	ANO	ANO	ANO	NE	ANO	ANO *
<i>Generali</i>	ANO	NE	ANO	ANO	NE	ANO	NE	ANO	ANO *
<i>Kooperativa</i>	NE	NE	ANO	ANO	NE	ANO	NE	ANO	ANO *
<i>Triglav</i>	NE	ANO	ANO	ANO	NE	NE	NE	ANO	-
<i>Uniqa</i>	ANO	ANO	ANO	ANO	NE	NE	NE	ANO	-
<i>Victoria Volksbaken</i>	ANO	ANO	ANO	ANO	NE	NE	NE	ANO	ANO *



VICTORIA VOLKSBANKEN
POJIŠTOVNA, A.S.
A member of the ERGO Insurance Group.

Platný do 31.12.2011




CESTOVNÍ POUKAZ

Č. VPP 200018

100,- € (2.500,- Kč*)

Částka slovy: jednodsto EUR
*Informativní přepoččet. Při rezervaci pobytu bude poukázka uplatněna v méně EUR.



CESTOVNÍ POUKAZ

100,- € (2.500,- Kč*)

Tento cestovní poukaz lze uplatnit u společnosti **Connex Touristikpromotion GmbH & Co.KG** na vybrané hotelové nabídky a balíčky u partnerských hotelů Connex.

Aktuální nabídku hotelů najdete na webové stránce www.connextouristik.com/cestovnipoukaz. Maximální uplatnitelná výše částky je popsána vždy v příslušné hotelové nabídce. Stejně tak Vás o všech hotelových nabídkách může informovat Zákaznická rezervační centrála Connex. **Rezervace a uplatnění cestovního poukazu je možné výhradně prostřednictvím Zákaznické rezervační centrály Connex a nelze je provést přímo v hotelu.**

Cestovní poukaz nemůže být proplacen hotově.
Platný do 31.12.2011.

HORKÁ LINKA PRO REZERVACI A SERVIS HOELOVÉ NABÍDKY
(+420) 227 053 001 (volání za místní tarif)

ONLINE-REZERVACE
www.connextouristik.com/cestovnipoukaz

Vystavovatel poukazů:
CONNEX
TOURISTIK
Connex Touristikpromotion GmbH & Co.KG
Dr.-Schauer-Straße 26, A-4600 Wels, Rakousko
FN 136028t, Firmenbuch LG Wels

Zákaznický servis:
Connex CEE s.r.o.
Česká 3, SK-831 03 Bratislava, Slovensko
office-ee@connextouristik.com



P VIII, P IX, P X, Hotelový poukaz, poukaz na benzín a poukaz na MIRONET

holiday plus	Hotelový poukaz Hotel Voucher
Využit kým / redeemed by	1 přenocování pro 2 osoby Accommodation for 1 night for 2 people
Hotel / Hotel	Datum / Date
Hotelový poukaz zahrnuje: / The Hotel Voucher includes:	Číslo poukazu Voucher number
<ul style="list-style-type: none">1 přenocování / accommodation for 1 nightpro 2 osoby ve dvoulůžkovém pokoji / for 2 people in a double roomv jednom z partnerských hotelů dle Vašeho výběru / in a holiday plus partner hotel of your choice	HGC1401844 XNP
Povinně je nutno extra uhradit: / You will need to pay for:	platnost do valid until
<ul style="list-style-type: none">snídaní a večeří na osobu a noc / breakfast and dinner per person per night	31.12.2010
<small>Hotelovým poukazem holiday plus je zaplacené přenocování pro 2 osoby. Snídaní a večeří na osobu a noc je nutno povinně rezervovat a, stejně jako ev. přenocování bez hotelového poukazu, zaplatit přímo v hotelu. Úplné podmínky platnosti naleznete na druhé straně. Vyběr a rezervaci hotelu uskutečňte na www.holiday-plus.net.</small>	
<small>The night (accommodation) for two people will be paid with the holiday plus Hotel Voucher. Breakfast and dinner per person and night are obligatory and must be paid for directly in the hotel. The holiday plus Hotel Voucher is redeemed according to the validity conditions on the back of this voucher. Please select and book your hotel on www.holiday-plus.net.</small>	



VICTORIA VOLKSBANKEN POJIŠŤOVNA, A.S.	MIRON COMPUTERS
Dárkový poukaz	
Nákup výpočetní techniky.	
10.000 Kč	
V6772A944	Platnost do : 30.6.2011

XI Dotazník pro zaměstnance firmy

Vážení kolegové,

obracím se na Vás s prosbou o pomoc při zpracování mé bakalářské práce. Na základě Vašich odpovědí se snažím zjistit úroveň informovanosti zaměstnanců Victoria Volksbanken pojišťovny, a.s., kteří pracují na HPP o zaměstnaneckých výhodách, které jim firma nabízí. Předem děkuji, Vám všem za Váš čas.

Otázky:	Ano	Ne
1. Jste dostatečně informováni o zaměstnaneckých výhodách, které Vám firma nabízí?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
2. Myslíte si, že je ve Vaší firmě dostatečná motivace?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
3. Oceníte benefit, který se jmenuje péče o děti v podnikových zařízeních?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
4. Uvítal(a) by jste nějakou novou zaměstnaneckou výhodu ve vašem zaměstnání?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
5. Pokud ano - jakou? Uveďte		
6. Pohlaví Žena <input type="radio"/> Muž <input type="radio"/>		
7. Věk 20-30 <input type="radio"/> 30-40 <input type="radio"/> 40-50 <input type="radio"/> 50-více <input type="radio"/>		
8. Počet let odpracovaných ve firmě: 1-3 roky <input type="radio"/> 3-5 let <input type="radio"/> 5-10 let <input type="radio"/>		
9. Pracovní pozice Správní oddělení		<input type="radio"/>
Oblastní ředitel		<input type="radio"/>
Ředitel pobočky		<input type="radio"/>