



Vysoká škola ekonomická v Praze

Fakulta managementu v Jindřichově Hradci

Bakalářská práce

Michal Mrázek

2008



Vysoká škola ekonomická v Praze

Fakulta managementu v Jindřichově Hradci

Katedra managementu veřejného sektoru

Finanční poradenství

Vypracoval:

Michal Mrázek

Vedoucí diplomové práce:

Ing. Libor Votava

Jindřichův Hradec, duben 2008

Prohlášení

Prohlašuji, že bakalářskou práci na téma

»**Finanční poradenství**«

jsem vypracoval samostatně.

Použitou literaturu a podkladové materiály

uvádím v příloženém seznamu literatury.

Jindřichův Hradec, duben 2008

podpis studenta

Anotace

Finanční poradenství

Cílem práce je ukázat na důležitost oboru finančního poradenství a odhadnout jeho budoucnost. Ukázat nejen výhody, ale také poukázat na možné nedostatky tohoto oboru.

duben 2008

Poděkování

Za cenné rady, náměty a inspiraci

bych chtěl poděkovat

Ing. Liboru Votavovi

z Vysoké školy ekonomické v Praze,

Fakulty managementu v Jindřichově Hradci.

Obsah

Úvod.....	1
Část teoretická.....	3
1 Finanční trh v ČR.....	4
1.1 Vymezení pojmu	4
1.1.1 Dluhový trh	4
1.1.2 Akciový trh	4
1.1.3 Komoditní trh	4
1.1.4 Devizový trh	4
1.2 Subjekty a nástroje finančního trhu	5
1.2.1 Banky	5
1.2.2 Pojišťovny	7
1.2.3 Stavební spořitelny	8
1.2.4 Penzijní fondy	9
1.2.5 Investiční společnosti	9
1.2.6 Leasingové společnosti	10
1.2.7 Nebankovní subjekty poskytující úvěry	10
1.3 Vývoj některých oblastí na finančním trhu	11
1.3.1 Hypotéky	11
1.3.2 Pojištění	13
1.3.3 Rozložení úspor a vklady do bank	14
1.3.4 Vývoj fondového trhu	15
1.4 Finanční gramotnost občanů ČR	18
1.4.1 Průzkum finanční gramotnosti od agentury Stem/Mark [13]	18
1.4.2 Informace o investicích	22
2 Finanční poradenství.....	25
2.1 Instituce pomáhající při orientaci na finančním trhu	25
2.2 Nezávislá finančně poradenská společnost ve strukturálním systému	26
2.2.1 Postup při výběru vytváření finančního plánu	27
2.2.2 Jaké je povědomí o finančním poradenství u občanů ČR	28
2.3 Výhody a možné nástrahy poskytující strukturální systém odměňované na základě provizního systému	30
2.3.1 Vymezení pojmů	30
2.3.2 Výhody tohoto systému	31
2.3.3 Možné nevýhody a příčiny špatné pověsti finančního poradenství	31
2.4 Orgány vykonávající dohled ve finančním poradenství	35
2.4.1 AFIZ [16]	35

2.4.2	USF [17]	36
2.4.3	AKAT [18]	36
2.4.4	ČNB	37
2.4.5	Potřebné registrace pro práci finančního poradce	37
Část praktická		38
3	Partners for life planning	39
3.1	Představení společnosti [19]	39
3.2	Aplikace činností Partners na chyby ve finančním poradenství	40
3.3	Ukázky srovnávání některých produktů	41
3.3.1	Postup při řešení profinancování bydlení	41
3.3.2	Metody srovnávání IŽP	43
3.4	Modelové příklady	46
3.4.1	Pan Novák - Analýza	46
3.4.2	Pan Novák – Poradenství	47
Závěr		48
Literatura		50
Přílohy.....		52

Úvod

Bakalářskou práci na téma finanční poradenství jsem si vybral z důvodu osobní zainteresovanosti a protože obor finance je nejenom pro mě velice zajímavý obor, ale také má v sobě velký potenciál. Ať už je to vidina osobního výtěžku při práci v této oblasti a nebo okolnost, že spousta lidí financím téměř nerozumí. Je to ale logické, protože současný školský systém se na tuto, z mého pohledu velice důležitou oblast v životě člověka, nesoustřeďuje. Spolupracuji s finančně poradenskou firmou Partners For Life Planning, a.s. jako Team Manager. Společnosti jako je Partners si dávají za cíl mj. zvýšit finanční gramotnost v České republice. Protože se v této oblasti pohybuji již třetí rok, měl jsem možnost nashromáždit dostatek informací, které bych chtěl v této bakalářské práci prezentovat.

Cílem mé bakalářské práce je poukázat na důležitost oboru finančního poradenství v životě každého člověka, seznámení s prací nezávislého finančního poradce pracujícího ve strukturální firmě a hodnocení na základě provizí a zhodnocení výhod a nevýhod takového finančního poradenství. Jelikož mě osobně mrzí, že kvůli špatným zkušenostem s nesprávným finančním poradcem, potom člověk nedá šanci ukázat tu správnou práci finančního poradce. Dále bych chtěl stručně popsat situaci na finančním trhu a jeho vývoj. V praktické části uvedu dva modelové případy, jak lze navrhnout optimální portfolio finančních produktů pro daného člověka.

Svou bakalářskou práci chci dokázat, že spolupráce klienta se „správným“ finančním poradcem je správný krok pro orientaci na finančním trhu, krok k všeobecné finanční gramotnosti a v neposlední řadě také krok k ušetření nemalých finančních částek, ať už z pohledu měsíčního cash flow domácností a nebo z pohledu dlouhodobého kumulování finančních rezerv.

Hlavním cílem mé práce je ovšem zhodnotit trend finančního poradenství a prognózovat jeho vývoj do budoucna. A to jak na základě současného stavu finančního trhu a jeho vývoje a srovnání s trhem Eurozóny, tak na základě současného poradenského trhu.

V první kapitole teoretické části se budu věnovat finančnímu trhu. Co to je finanční trh, co obsahuje, jaký je jeho vývoj a jaká je vůbec finanční gramotnost u občanů České republiky a z toho vyplývající schopnost se na finančním trhu pohybovat a rozhodovat se, jak naložit se svými penězi

V další kapitole se budu věnovat otázce, jaké existují nástroje a instituce na pomoc při orientaci a obecné znalosti finančních produktů. Popíšu činnost nezávislé poradenské firmy, odměňované na základě provizí, jakožto jedné z těchto institucí a nastíním obecné podvědomí o existenci takovýchto firem. Uvedu také možné hrozby pro klienta a negativní působení tohoto oboru a z toho vyplývající důvody možného negativního náhledu na tyto firmy.

V poslední kapitole se budu věnovat jednotlivým institucím, které finanční poradenství a zejména finanční poradce regulují, omezují a vykonávají kontrolu na nimi kontrolu.

V praktické části představím společnost Partners For Life Planning, a.s. a uvedu jeden modelový příklad klienta a zpracování jeho finančního plánu. Představím také některé z metod porovnávání finančních produktů.

Část teoretická

1 Finanční trh v ČR

1.1 Vymezení pojmu

Finanční trh je citlivým barometrem prosperity a neúspěchů ekonomického vývoje. Umožňuje přelévání volných finančních zdrojů. Finanční trh je neoddelitelná součást tržního systému. Na finančním trhu se soustřeďuje nabídka a poptávka peněz a kapitálu. Setkávají se zde úspory a potřeba prostředků různých subjektů. K tomu, aby finanční trhy existovaly a fungovaly, musí na straně nabídky existovat motivy pro spoření, na straně poptávky motivy pro použití a musí existovat zprostředkovatelé pro obě strany. [1]

Finanční trhy se člení na dluhový trh, akciový trh, komoditní trh a devizový trh. [1]

1.1.1 Dluhový trh

Dluhový trh představuje trh s úvěry a půjčkami trh s dluhovými cennými papíry. Tyto nástroje mají omezenou splatnost. [1]

1.1.2 Akciový trh

Akciový trh je trh s akciemi, tj. s nástroji s nekonečnou splatností. Akcie existují tak dlouho, dokud nedojde k zániku akciové společnosti likvidací, rozdělením nebo sloučením s jinou společností. [1]

1.1.3 Komoditní trh

Komoditní trh se zařazuje do finančního trhu pouze v případě trhu s cennými kovy (zlato, stříbro a paládium). [1]

1.1.4 Devizový trh

V devizovém trhu se jedná jednak o předchozí trhy s tím, že nástroje jsou v cizích měnách a o jednak o trh peněžních prostředků v různých měnách. [1]

1.2 *Subjekty a nástroje finančního trhu*

Téměř každý člověk v ČR pracuje a generuje nějaký příjem. Současně s tím má i výdaje. K těm základním patří výdaje na stravu a bydlení, poté výdaje na dopravu, děti a oblékání. K dalším výdajům patří výdaje na zábavu a vylepšení svého rutinního života. Pokud výdaje nedosáhnou na výši příjmu, naskýtá se otázka, jak naložit s těmito penězi.

Jestliže tyto peníze nezůstanou doma „pod polštářem“, ocitnou se jistě na finančním trhu. Díky jednotlivým institucím si člověk může vybírat z tisíce možností, jak se svými penězi naložit. Musí mít zároveň také vyjasněné požadavky, co očekává od toho, že svěří své peníze do některého finančního produktu.

Hlavní instituce působící na finančním trhu v ČR:

- Banky
- Pojišťovny
- Stavební spořitelny
- Penzijní fondy
- Investiční společnosti
- Leasingové společnosti
- Nebankovní subjekty poskytující úvěry

1.2.1 **Banky**

Z funkčního hlediska (toto hledisko vychází z ekonomických funkcí a činností banky) obvykle bývá banka charakterizována jako druh finančního zprostředkovatele mezi jednotlivými ekonomickými subjekty. [2]

Funkční hledisko nám jednoznačně nevymezuje, kdy daný podnik je bankou a kdy nikoliv. Jelikož se na činnost bank v mnoha směrech vztahuje odlišný režim ve srovnání s podniky v jiných oblastech, musí existovat zcela jednoznačné právní vymezení banky. Proto obvykle speciální zákon o bankovníctví jednoznačně definuje banku. Náš zákon o bankách (odkaz na zákon č. 21/1992 o bankách), vycházející při definici banky z příslušné směrnice EU (odkaz

na Směrnice Evropského Parlamentu a Rady 2000/12/ES ze dne 20. března 2000 o přístupu k činnosti úvěrových institucí a o jejím výkonu), stanoví, že banky musí splňovat čtyři základní podmínky: Právnícké osoby se sídlem v České republice, založené jako akciové společnosti, které přijímají vklady od veřejnosti, poskytují úvěry a mají bankovní licenci, kterou uděluje Česká národní banka. [2]

Základními funkcemi bank jsou:

- Finanční zprostředkování – banky představují nejdůležitější instituce finančního zprostředkování, které provádějí na ziskovém principu, a tudíž se snaží umísťovat získaný kapitál tam, kde přináší (při dané míře rizika) nejvyšší zhodnocení. [2]
- Emise bezhotovostních peněz. [2]
- Provádění platebního styku – banky tím, že vedou účty pro velký počet svých klientů, mohou provádět jejich vzájemné platby pouhým účetním převodem bez potřeby převodu hotovostních peněz. Bezpečný, rychlý a relativně levný platební styk je jednou ze základních podmínek zdravého vývoje ekonomiky. [2]
- Zprostředkování finančního investování – banky pro své klienty na jedné straně provádějí emisi cenných papírů, na straně druhé potom zprostředkovávají i jejich nákupy, popř. jiné investiční obchody, jako např. úschovu a správu aktiv nebo obchody s finančními deriváty. [2]

Mezi základní produkty bank patří:

- Běžné účty
- Termínované vklady
- Spotřebitelské úvěry
- Hypoteční úvěry

Díky své pozici, kterou si banky od počátku devadesátých let vytvořily, mohou banky svým klientům na svých pobočkách zprostředkovat kromě těchto základních produktů i mnoho dalších od svých sesterských společností. Každá větší banka v ČR má svoji sesterskou pojišťovnu, penzijní fond nebo stavební spořitelnu. Jako příklad mohu uvést jednu z bank

„velké trojky“ Českou spořitelnu, a.s. , jejíž mateřskou společností je německý holding Erste Bank. Mezi její „sestry“ patří Penzijní fond České spořitelny, Stavební spořitelna České spořitelny, Pojišťovna České spořitelny, Leasing České spořitelny, Investiční společnost České spořitelny a dokonce i Realitní společnost České spořitelny.

V současné době působí na českém finančním trhu 31 bank. [3]

1.2.2 Pojišťovny

Pojišťovna je instituce, která je oprávněna k pojišťovací činnosti. Jde tedy o uzavírání pojistných smluv podle zvláštního právního předpisu pojišťovnou, správu pojištění a poskytování plnění z pojistných smluv, poskytování asistenčních služeb a zpracovávání osobních údajů s těmito činnostmi spojenými. Další součástí pojišťovací činnosti je nakládání s aktivitami, jejichž zdrojem jsou technické rezervy pojišťovny, uzavírání smluv pojišťovnou se zajišťovny o zajištění závazků vyplívajících z pojišťovnou uzavřených smluv – což představuje její pasivní činnost, a činnost směřující k předcházení vzniku škod a zmírňování jejich následků – představuje zábrannou činnost pojišťovny. [4]

Pojistných produktů je nespočet. Mezi ty nejobvyklejší patří:

- Životní pojištění
 - Rizikové životní pojištění – klient pojišťovně platí v předem dohodnutých intervalech částku, za kterou osoba, která je klientem určena v pojistné smlouvě, obdrží pojistné plnění v případě klientovi smrti.
 - Kapitálové životní pojištění – rozděluje se na dvě části. První je riziková. Ta je shodná s rizikovým životním pojištěním. Druhá část je spořicí. Klient tedy část platby zhodnocuje na svém účtu, který mu zřídí pojišťovna. Zhodnocení je závislé na technické úrokové míře, která je v současné době 2,4% p.a.
 - Investiční životní pojištění – funguje na stejném principu jako kapitálové životní pojištění s tím rozdílem, že ta část, která jde na spoření se investuje do podílových fondů. Zde je dle dohodnuté investiční strategie možno získat mnohem vyšší zhodnocení vložených peněz. Musíme však zmínit, že zde není

garantovaný výnos. Výnos se odvíjí dle výkonností určených podílových fondů.

- Neživotní pojištění
 - Úrazové pojištění – mezi základní druhy pojištění v úrazových pojištění patří pojištění smrti úrazem, kde pojišťovna plní v případě, že pojištěný zemřel při úrazu, dále pojištění drobných úrazů jako je např. zlomenina ruky, naražení zápěstí apod. a nebo pojištění trvalých následků, které jsou velmi důležité při vážných úrazech a další druhy pojištění. Tyto základní druhy pojištění se mohou také vyskytovat jako forma připojištění u životních pojistek.
 - Majetkové pojištění – uvedu jen několik základních druhů.
 - Pojištění odpovědnosti za škodu způsobenou provozem vozidla (povinné ručení) – tento druh pojištění je ze zákona povinný pro každého vlastníka motorového vozidla. Kryje náklady na odstranění škod druhému účastníkovi dopravní nehody, kterou zavinil pojištěný.
 - Havarijní pojištění – kryje náklady na odstranění škody na vozidle pojištěného.
 - Pojištění nemovitosti – zajišťuje nemovitost proti přírodním živlům nebo i proti vandalismu či odcizení.
 - Pojištění domácnosti – kryje škody vzniklé v domácnosti.

V současnosti působí na trhu 52 pojišťoven. [3]

1.2.3 Stavební spořitelny

Stavební spořitelny jsou ve své podstatě banky, které poskytují speciální produkty jako je stavební spoření, úvěr ze stavebního spoření a překlenovací úvěr (meziúvěr) ze stavebního spoření.

Během devadesátých let se spořitelny značně rozmohly. Tomuto jevu napomohl stát tím, že na tyto produkty přispívá a tím motivoval mnoho lidí, aby svoje úspory svěřili právě stavebním spořitelnám.

Produkty stavebních spořitelů jsou:

- Stavební spoření - je účelový druh spoření, při kterém vkladatel dlouhodobě ukládá prostředky u specializované banky. V průběhu spoření může čerpat státní podporu a po jeho skončení získává, při splnění dalších podmínek, nárok na úvěr ze stavebního spoření. Ve své podstatě je stavební spoření uzavřený systém, nezávislý na negativních vlivech peněžního trhu. [5]
- Úvěr ze stavebního spoření – lze ho získat při splnění určitých podmínek a to za účelem financování bydlení. Jestliže podmínky ještě nejsou splněny, je k dispozici překlenovací úvěr, který je poskytnut do té doby, než se podmínky splní. [5]

Stavebních spořitelů je celkem šest. [3]

1.2.4 Penzijní fondy

Penzijní fond je právnická osoba – akciová společnost, která poskytuje penzijní připojištění.

Jediný jejich produkt je Penzijní připojištění se státním příspěvkem – je forma spoření, podporovaná státem, která umožní zajistit si objem prostředků pro zabezpečení ve stáří. Penzijní připojištění je upraveno zákonem č. 42/1994 Sb., v platném znění. Zakládá se na pravidelných měsíčních příspěvcích, které lze na účet penzijního fondu poukazovat i za delší časová období (čtvrtletí, pololetí, rok). K Vašim příspěvkům dostáváte navíc státní příspěvky, podíly na zisku fondu a můžete také využít daňových zvýhodnění. [4]

Počet penzijních fondů je nyní 10. [3]

1.2.5 Investiční společnosti

Investiční společnosti jsou právnické osoby a působí zcela jako finanční zprostředkovatelé a přispívají k efektivnosti finančního sektoru tím, že zajišťují nové informace a umožňují malým investorům diversifikovat portfolio. [1]

Mezi hlavní produkty investičních společností patří podílové fondy.

Podílové fondy prodávají podílové listy drobným i větším investorům. Díky většímu množství peněz obsažených v podílovém fondu se může mnohem lépe hospodařit s těmito penězi a také

mnohem lépe diversifikovat. Výnos z podílového fondu je na víc po půlročním investování osvobozen od daně z výnosu. Podle strategie daného fondu určí investiční společnost kam se budou peníze investovat. Podílové fondy můžeme klasifikovat dle několika kritérií:

- Podle druhu cenných papírů do kterých se převážně investuje.
 - Akciové fondy, smíšené fondy, dluhopisové fondy, fondy realitní, komoditní fondy, fondy peněžního trhu, zajištěné fondy... Tyto druhy fondů jsou seřazené podle jejich rizikovosti. Např. akciové fondy mají potenciál dlouhodobého výnosu okolo 10 % p.a. ale také mají nejvyšší volatilitu, tedy kolísavost výnosu („rizikovost“). Na druhé straně potom stojí fondy peněžního trhu, které mají minimální kolísavost, za to potenciální výnos je na hranici inflace až pod ní.
- Podle oblasti
 - Fondy západoevropské, americké fondy, čínské fondy, fondy BRIC (Brasílie, Rusko, Indie, Čína)...
- Podle odvětví
 - Fondy energetické, telekomunikační, potravinářské...

K 30.6.2007 bylo registrováno 105 tuzemských otevřených podílových fondů a 1368 zahraničních fondů. [3]

1.2.6 Leasingové společnosti

Jsou právnické osoby poskytující leasing

Leasing je v podstatě pronájem movitých či nemovitých investic za pevně sjednané měsíční nájemné. Je-li pronajímatelem přímo výrobce, jde o tzv. operativní leasing, je-li pronajímatelem specializovaná leasingová společnost, jedná se o tzv. finanční leasing (s pevně stanovenou základní nájemní dobou, během níž nesmí žádná strana smlouvu vypovědět). [7]

1.2.7 Nebankovní subjekty poskytující úvěry

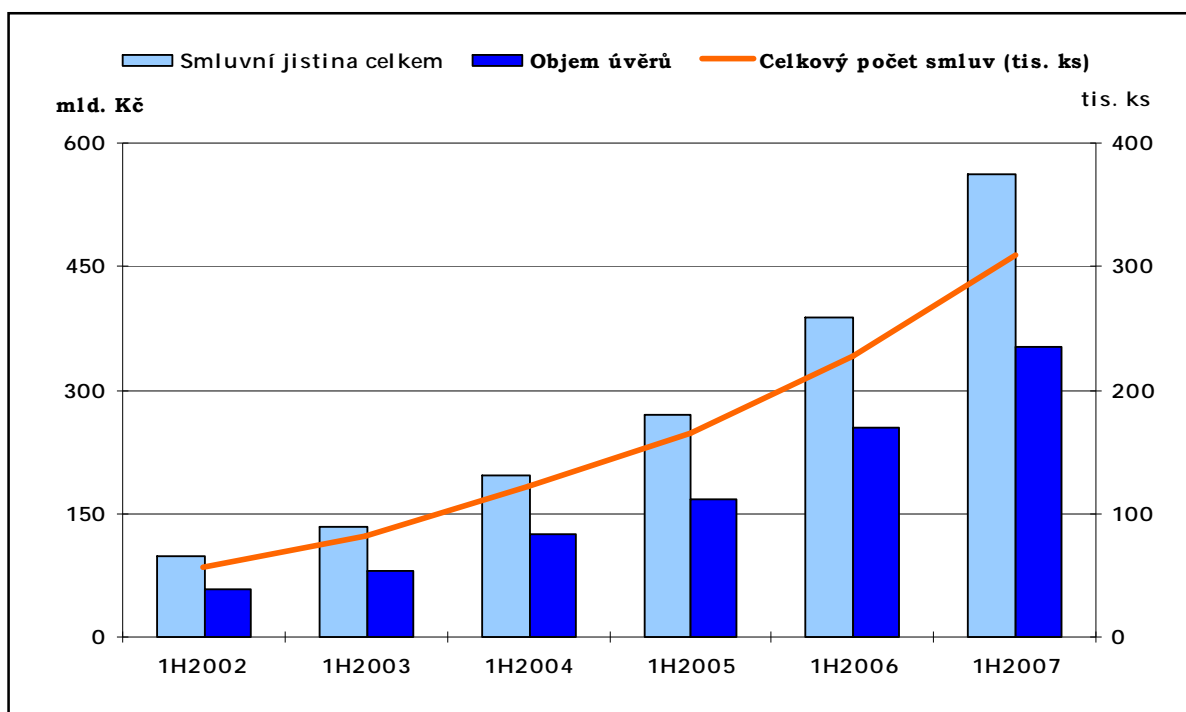
Jedná se o právnické osoby, které poskytují rychlé úvěry často i lidem, kterým by se nepodařilo půjčit si v bance. Takto rychle získané peníze jsou však vysoko úročené.

1.3 Vývoj některých oblastí na finančním trhu

Na vývoji finančního trhu můžeme pozorovat určitý trend, jak se občané budou v budoucnu chovat v závislosti na tlaku nabídky na finančním trhu, která je popoháněna vzory z okolních vyspělých států.

1.3.1 Hypotéky

Vývoj hypoték a předpokládaný vývoj tohoto segmentu finančního trhu můžeme pozorovat na následujícím obrázku č.1., kde můžeme spatřit rostoucí trend v objemu hypotečních úvěrů poskytnutých v ČR, a tabulce č.1, kde vidíme srovnání podílu objemu hypotečních úvěrů na HDP různých zemí světa. Ačkoliv se může zdát, že hypoteční trh je celkem nasycený, v tabulce č.1 vidíme, že ve srovnání s vyspělými státy Evropy máme ještě rezervy. Osobně si myslím, že hypoteční trh bude pokračovat v rostoucím trendu i nadále.



Obrázek 1 – Souhrnné ukazatele hypotečního trhu [3]

	Podíl privátních hypoték k HDP (%)	Dynamika růstu hypoték (%)
Rusko	0,2	100
Polsko	4,7	23,1
Maďarsko	7,8	74,4
ČR	8	42,9
Lotyšsko	8,3	85,5
Itálie	13,3	21,4
Řecko	17,4	25
Francie	24,7	9,9
Rakousko	26,4	1,3
Belgie	28,5	5
Lucembursko	33,4	17,8
Finsko	35,6	8,9
Španělsko	42,1	19,5
Švédsko	50	7,7
Portugalsko	50,6	2,2
Německo	54,3	1,4
VB	70,4	4,2
Dánsko	87,5	8,3
Nizozemí	99,9	16,5

Tabulka 1 – Srovnání podílů hypoték na HDP 2005 [8]

Na podporu mého tvrzení uvádím výstup z výzkumu GE Money bank, a.s., ze kterého vyplývá, že 67 % dospělých Čechů chce během 3 let investovat do zlepšení svého bydlení. Z průzkumu GE Money také vyplynulo, že v průměru chtějí Češi investovat do zlepšení svého bydlení 780 tisíc Kč,“ dodává Michal Tuček. O hypotéce uvažuje 27 % dospělých Čechů, plánujících zlepšení svého bydlení. [9]

„O možnosti půjčit si od finanční instituce uvažuje 80 % dospělých Čechů, kteří do bydlení chtějí investovat. [9]

Jak se bude vyvíjet poptávka po hypotékách v příštím roce?

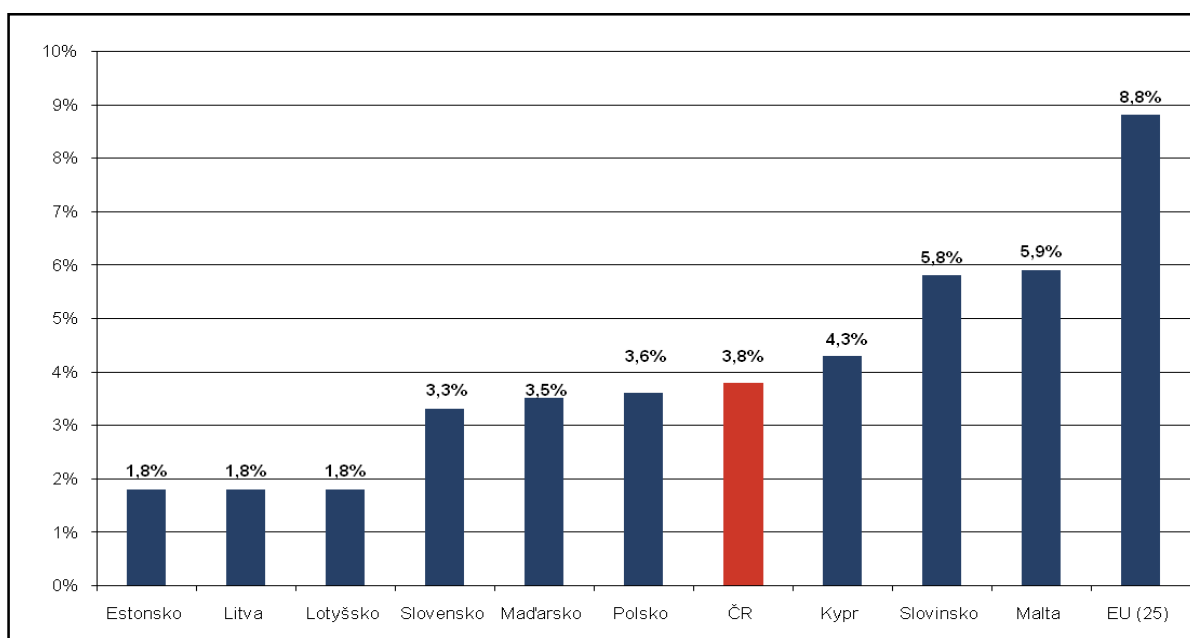
„V roce 2008 očekáváme nadále rostoucí zájem o hypotéky, avšak tempo růstu by mělo být menší než rekordní nárůst v roce letošním. Na zpomalení růstu má vliv několik faktorů. Mezi ty nejvýznamnější řadíme rostoucí úrokové sazby, čímž se hypotéky stávají dražší. Další vliv budou mít plánované změny daní,“ říká Michal Tuček. [9]

1.3.2 Pojištění

Stejně tak jako v hypotečním trhu, i v trhu pojistném pozorujeme rostoucí trend. Toto můžeme vidět v tabulce č.2, kter znázorňuje vývoj pojistného trhu za posledních pět let. A obdobně jako v předcházející oddílu uvádím i srovnání podílu celkového předepsaného pojistného na HDP v rozvíjejících zemí a států Evropské unie na grafu č.1. I v této oblasti máme značné rezervy.

k 30.6.	2003	2004	2005	2006	2007
Počet pojistných smluv (tis. ks)	19 833	20 039	20 641	21 292	22 268
z toho neživotní pojištění	13 649	13 579	14 287	14 595	15 429
z toho životní pojištění	6 184	6 460	6 353	6 697	6 839
Počet nově uzavřených PS (tis. ks)	2 775	2 871	2 905	3 081	5 424
z toho neživotní pojištění	2 375	2 265	2 418	2 700	4 954
z toho životní pojištění	400	605	486	381	470
Předepsané pojistné celkem (mld. Kč)	54,38	61,09	60,92	61,60	66,00
z toho neživotní pojištění	36,07	38,04	38,64	39,00	40,80
z toho životní pojištění	18,31	23,05	22,28	22,60	25,20

Tabulka 2 – Vývoj pojistného trhu ČR [3]

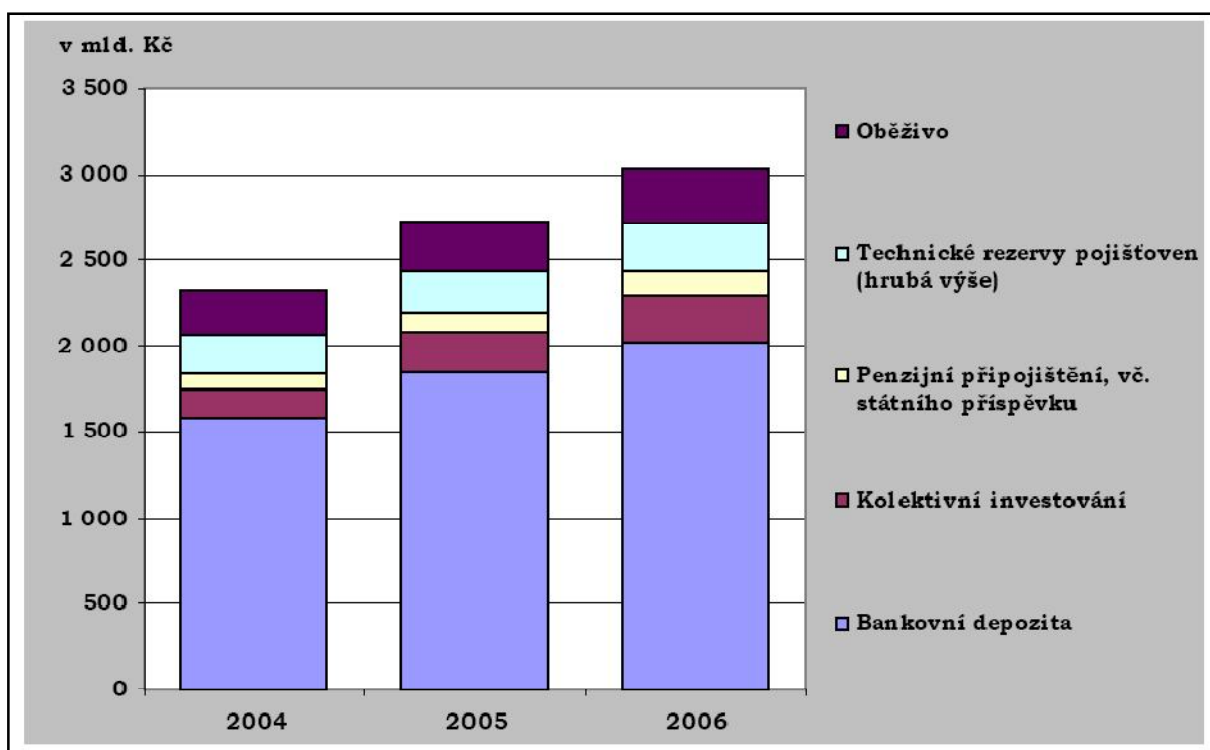


Graf 1 – Porovnání podílu celkového předepsaného pojistného na HDP 2007 [10]

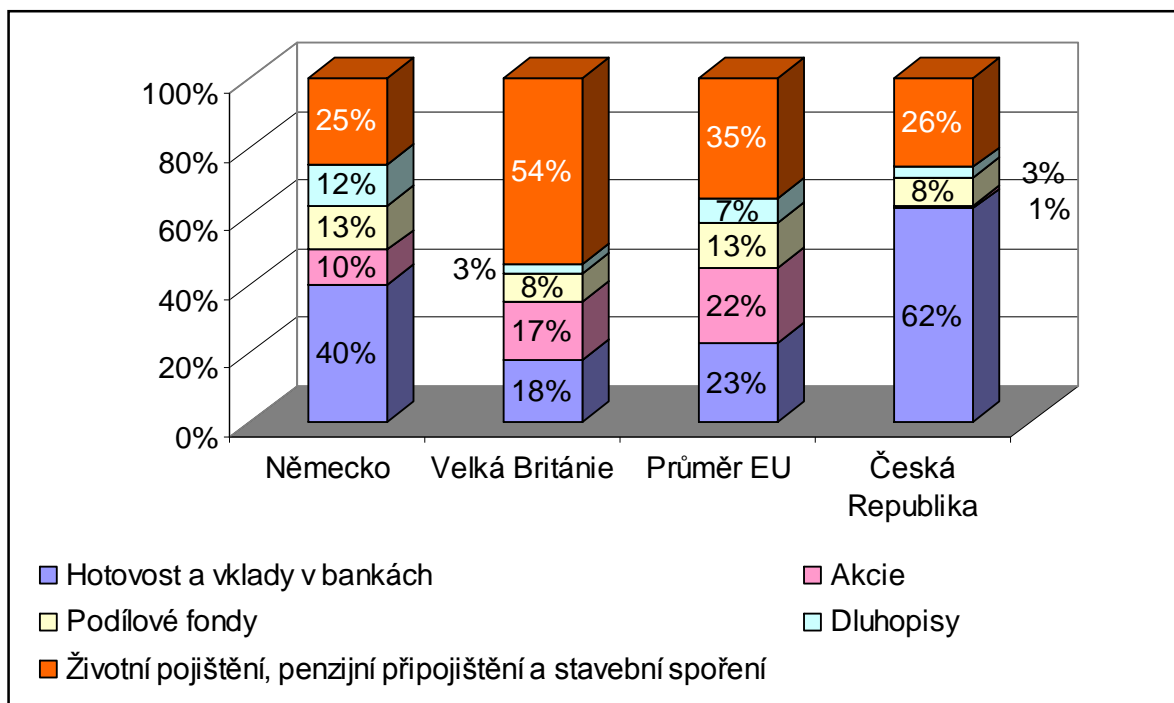
I u tohoto segmentu finančního trhu je můj odhad takový, že pojišťný trh bude nadále růst a zejména se zkvalitňovat.

1.3.3 Rozložení úspor a vklady do bank

V tomto oddílu chci poukázat na vývoj peněžního trhu, zejména na rozložení úspor domácností. Na grafu č.2 je nepochybně vidět, že se snižuje objem bankovních deposit a naopak se zvyšuje objem peněz obsažených v nástrojích kolektivního investování či v technických rezervách pojišťoven. A z grafu č.3 je vidět, že struktura rozložení úspor v ČR je v porovnání s ostatními státy EU docela odlišná. Je zde patrnost konzervativnost českého národa ve formě velkého podílu držené hotovosti a vkladů v bankách. . Odhaduji, že v průběhu dalších let bude trend přesunu peněz z bankovních účtů do agresivnějších nástrojů finančního trhu, jako jsou podílové fondy, či přímé investování do akcií nebo dluhopisů.



Graf 2 – Vývoj rozložení úspor domácností [11]



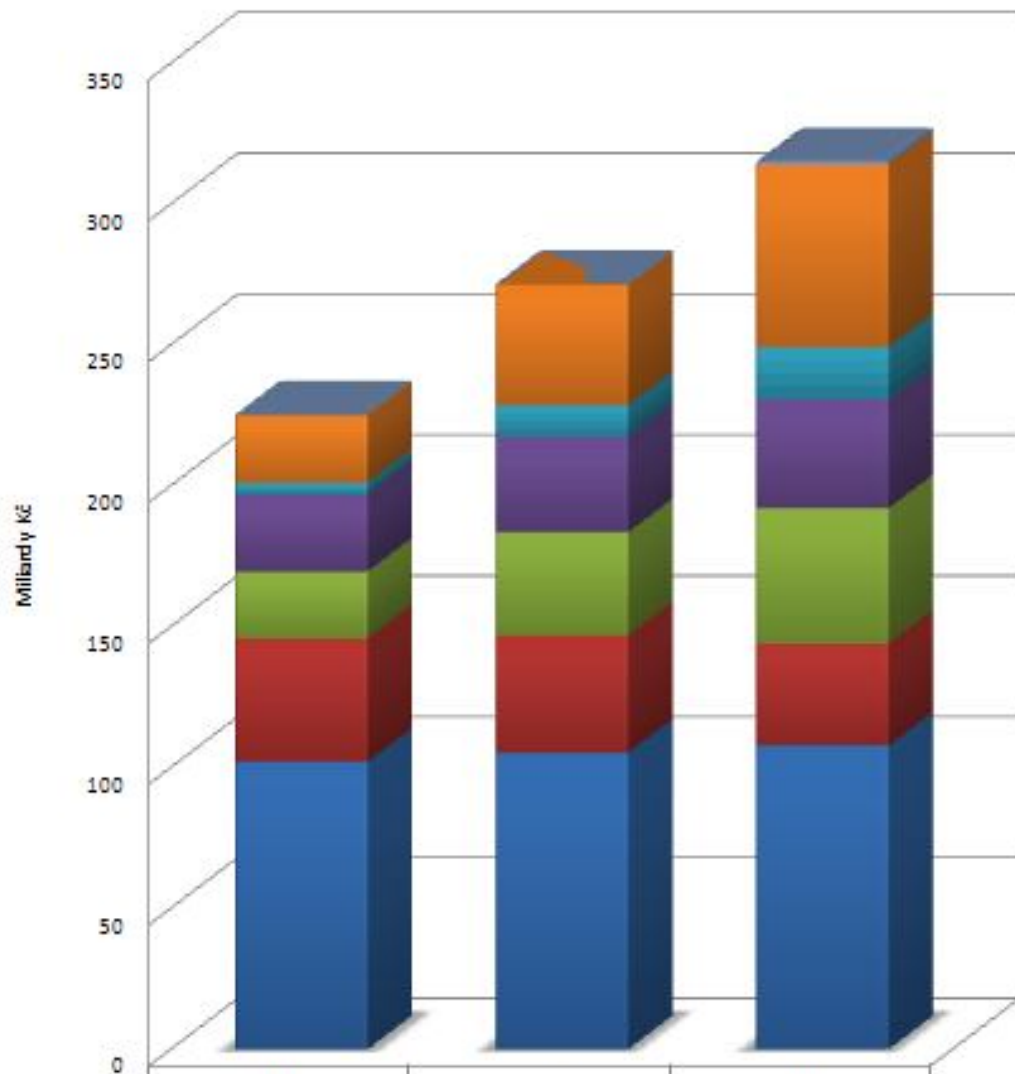
Graf 3 – Srovnání rozložení úspor ČR s ostatními zeměmi EU 2004 [11]

1.3.4 Vývoj fondového trhu

Z grafu č.4 pozorujeme jednak celkový trend růstu ukládání úspor do nástrojů fondového trhu a také vývoj jednotlivých druhů těchto fondů. Celkový trend růstu můžeme připsat celkovému zvyšování úspor. Nicméně se zde odráží postupné „otrkávání“ občanů ČR v oblasti investic, kteří se stávají dynamičtějšími investory. Tuto dynamiku spatříme jednak v samotném zvyšování objemu investic ve fondech a také objemu investic do akciových a smíšených fondech. Konzervativnost občanů ČR je ale stále na vysoké úrovni, jak můžeme vidět na grafu č.4 v rostoucím objemu peněz v zajištěných fondech a v nepatrném růstu objemu v peněz ve fondech peněžního trhu a v grafu č.5, kde můžeme vidět srovnání struktury fondového trhu ČR a celého světa. Kde je markantní podíl fondů akciových a smíšených, a to skoro dvě třetiny, tedy 62 %, zatímco v ČR je tento podíl roven 27 %.

Osobně si myslím, že v této oblasti je nejvyšší potenciál růstu. A zároveň si myslím, že v této oblasti je největší závislost mezi vývojem těchto trhů a finanční gramotností obyvatelstva. Pokud totiž lidé nebudou vědět, jak fungují peníze, je logické, že budou stále konzervativní a budou stále přicházet o potenciální výnosy.

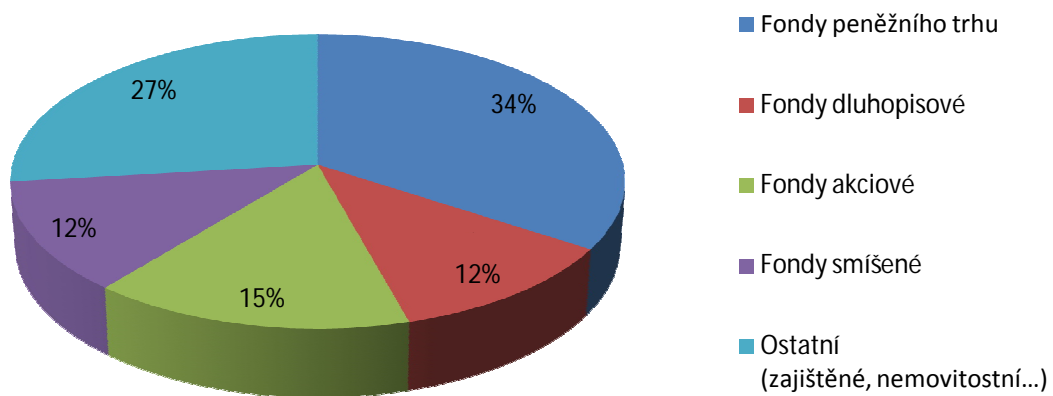
Vývoj rozložení na fondovém trhu ČR



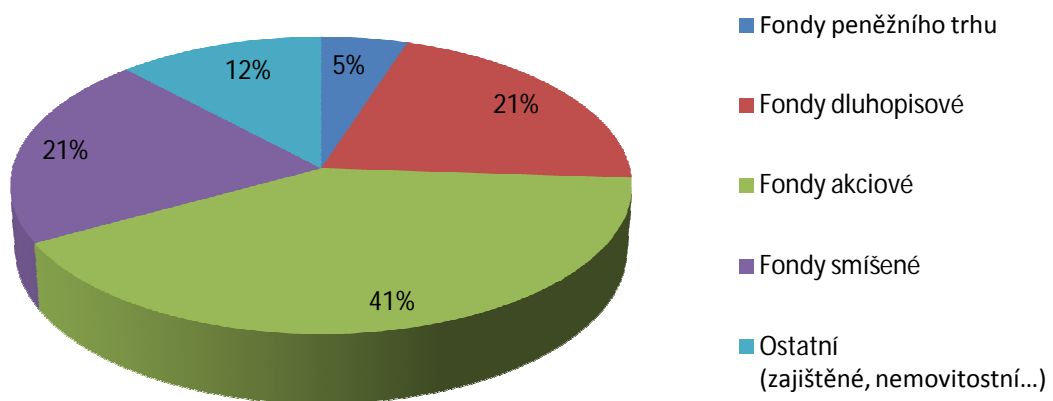
	2005	2006	2007
Fondy nemovitostní	0	0	1,21
Fondy zajištěné	23,84	42,76	64,72
Fondy fondů	4,33	11,21	18,66
Fondy smíšené	27,16	33,85	38,53
Fondy akciové	23,79	36,63	48,03
Fondy dluhopisové	43,78	41,55	36,22
Fondy peněžního trhu	102,03	105,32	107,84

Graf 4 – Vývoj struktury fondového trhu ČR [12]

ČR 2007



Svět 2007



Graf 5 – Porovnání struktury fondového trhu se světem 2007 [12]

1.4 *Finanční gramotnost občanů ČR*

1.4.1 Průzkum finanční gramotnosti od agentury Stem/Mark [13]

Pro ukázkou finanční gramotnosti jsem se rozhodl použít vyhodnocení výzkumu Ministerstva financí, kterou vypracovala v červenci 2007 agentura Stem Mark. Výzkum si klade za cíl zmapovat základní úroveň finanční gramotnosti na základě subjektivního hodnocení populace, zjistit hodnocení vlastní vzdělanosti a potřeby dalšího vzdělávání v oblasti finančních služeb mezi spotřebiteli.

Informační zdroje

Informace z oblasti financí a produktů jsou čerpány ze tří základních zdrojů:

- Přímě od poskytovatele (v bance, spořitelně, pojišťovně)
- Z tisku a TV
- Od známých či příbuzných.

Přímý poskytovatel působí jako zdroj nejdůvěryhodnější (59 %) a v případě potíží by se na něj obrátila polovina uživatelů produktu. Poměrně vysoké důvěry požívají i zprostředkovatelé a finanční poradci (34 %), ovšem jako zdroj informací fungují spíše výjimečně (12 %).

Necelá třetina, tedy 29 % dotázaných přiznává nevyužívání finančních produktů z důvodu neznalosti – nejčastěji investiční, úvěrové a spořicí produkty.

Rodinný rozpočet a investice

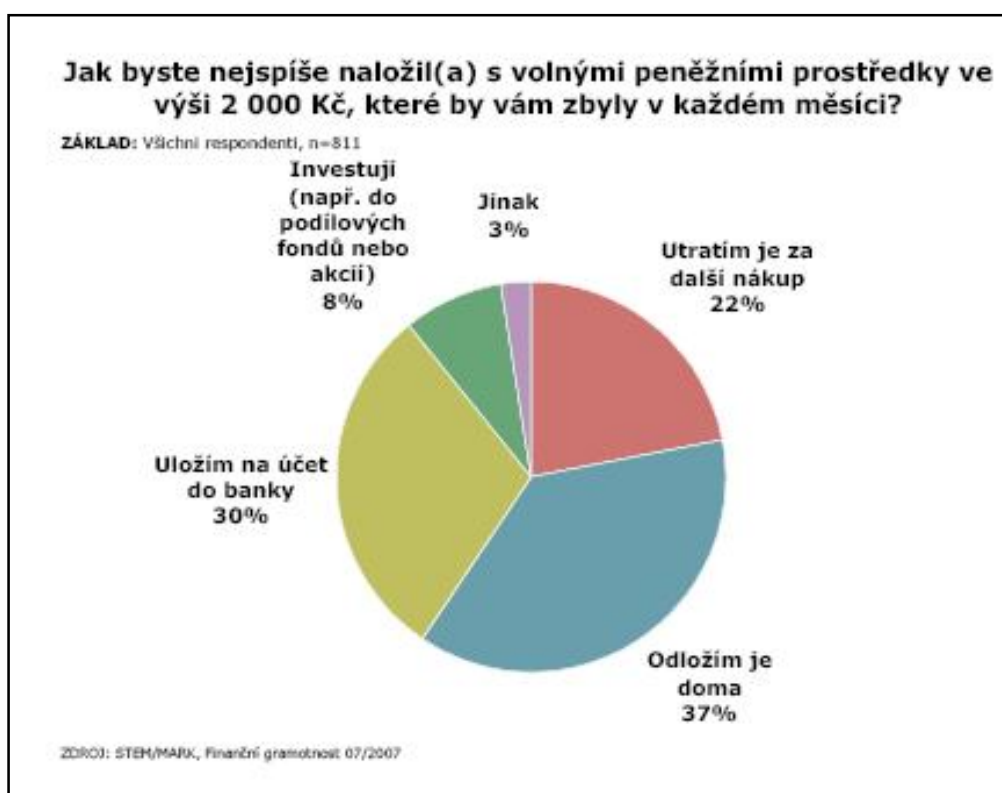
Čtvrtina domácností sestavuje pravidelně svůj rodinný nebo osobní rozpočet, další 2/5 toto činí v případě plánování větších výdajů.

Rozpočet si sestavují především lidé s dobrou informovaností v této oblasti, nejčastěji podnikatelé a zaměstnanci.

Při výběru spotřebitelského úvěru se největší část populace řídí vyšší roční úrokové sazby (34 %). V dalším sledu rozhodují s poměrně stejnou důležitostí důvěryhodnost poskytovatele (21 %), RPSN (19 %) a výše měsíční splátky (18 %). Dobře informovaní, vzdělaní spotřebitelé se

častěji rozhodují kromě roční úrokové sazby i podle RPSN, naopak neinformovaní s nižším vzděláním spíše reflektují velikost měsíční splátky.

V případě hypotetického přebytku 2 000 Kč každý měsíc by se největší část respondentů rozhodla pro odložení této částky doma (37 %). Necelá třetina (30 %) by uložila peníze na účet do banky, pětina (22 %) by přebytek utratila a jen minimum dotázaných (8 %) by částku investovalo např. do podílových fondů nebo akcií. Více můžeme vidět na grafu č.6.

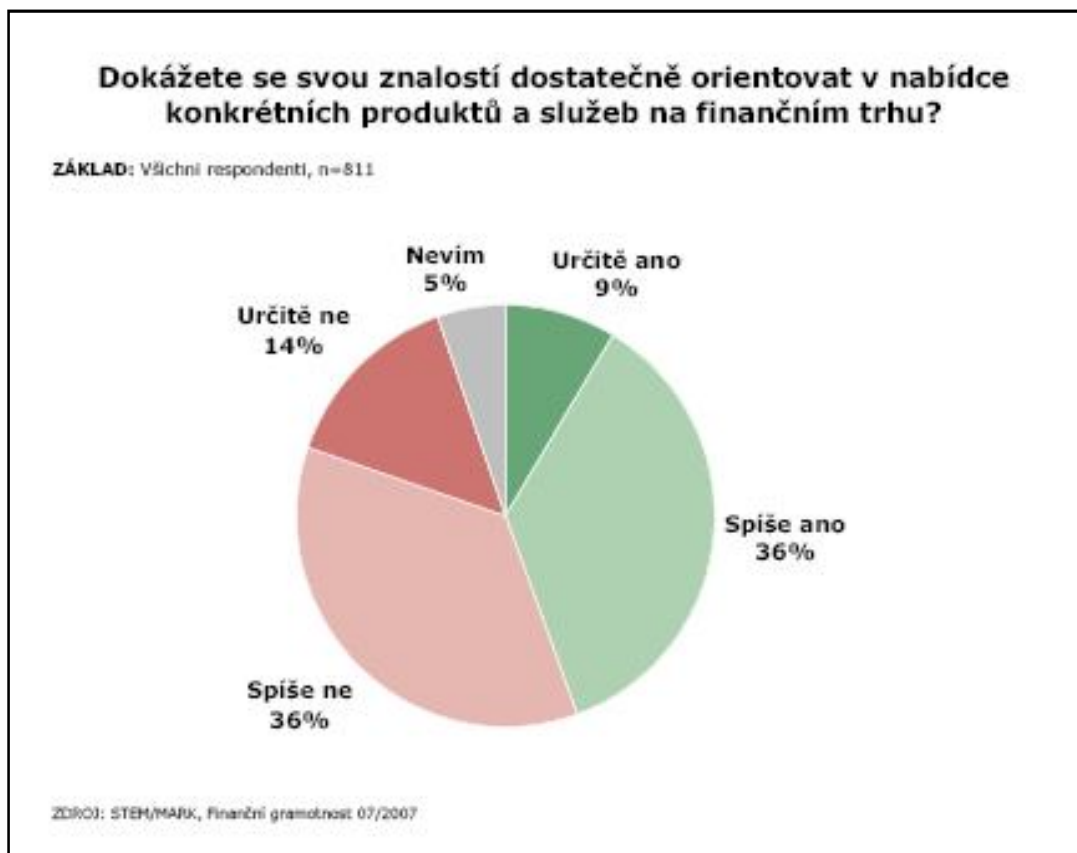


Graf 6

Schopnost zacházet s penězi promyšleně s cílem zvyšovat jejich hodnotu roste s vyšším stupněm vzdělání a tím i vyšším příjmem. Rovněž ti, kteří jsou dobře informovaní a dokážou si finance rozplánovat prostřednictvím rodinného rozpočtu, jsou spíše schopni peníze investovat nebo alespoň uložit do banky.

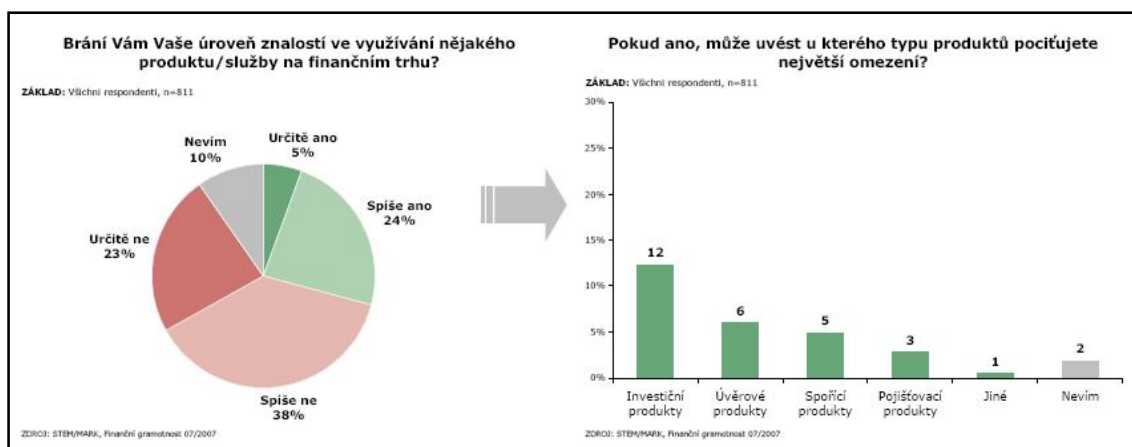
Orientace na finančním trhu

Polovina lidí přiznává, že se nedokáže orientovat v nabídkách finančních produktů.



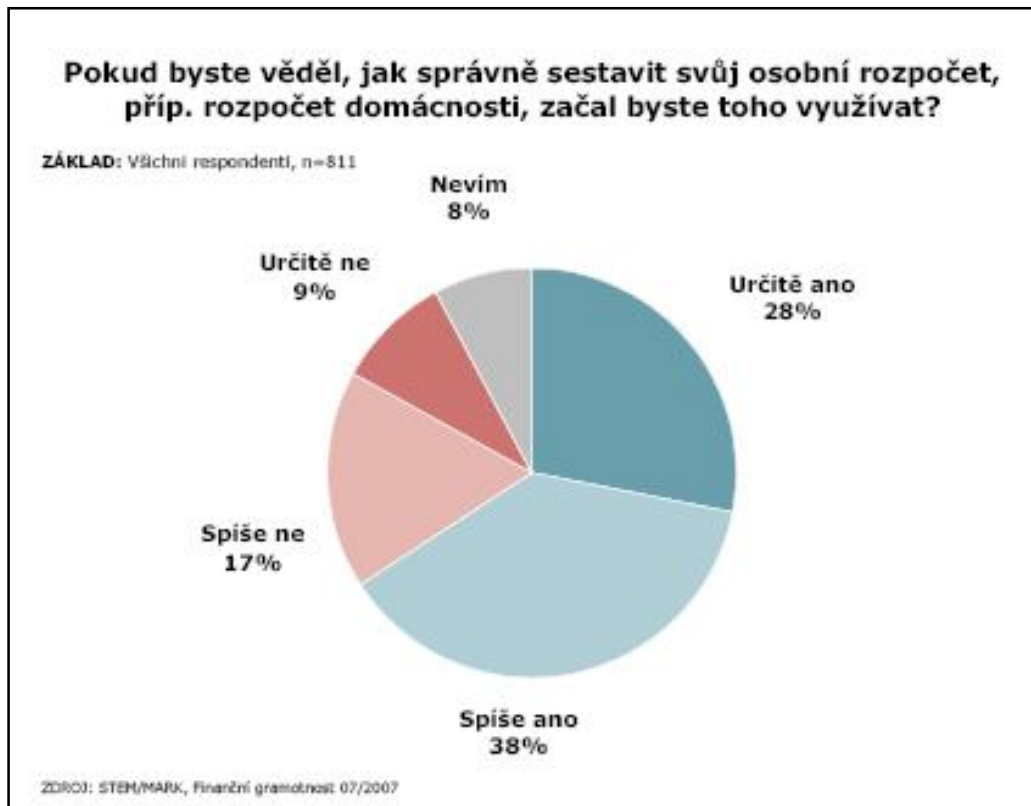
Graf 7

Jestliže lidé přiznají, že jim brání jejich znalosti využívat některý z finančních produktů, jedná se nejčastěji o investiční a úvěrové produkty.



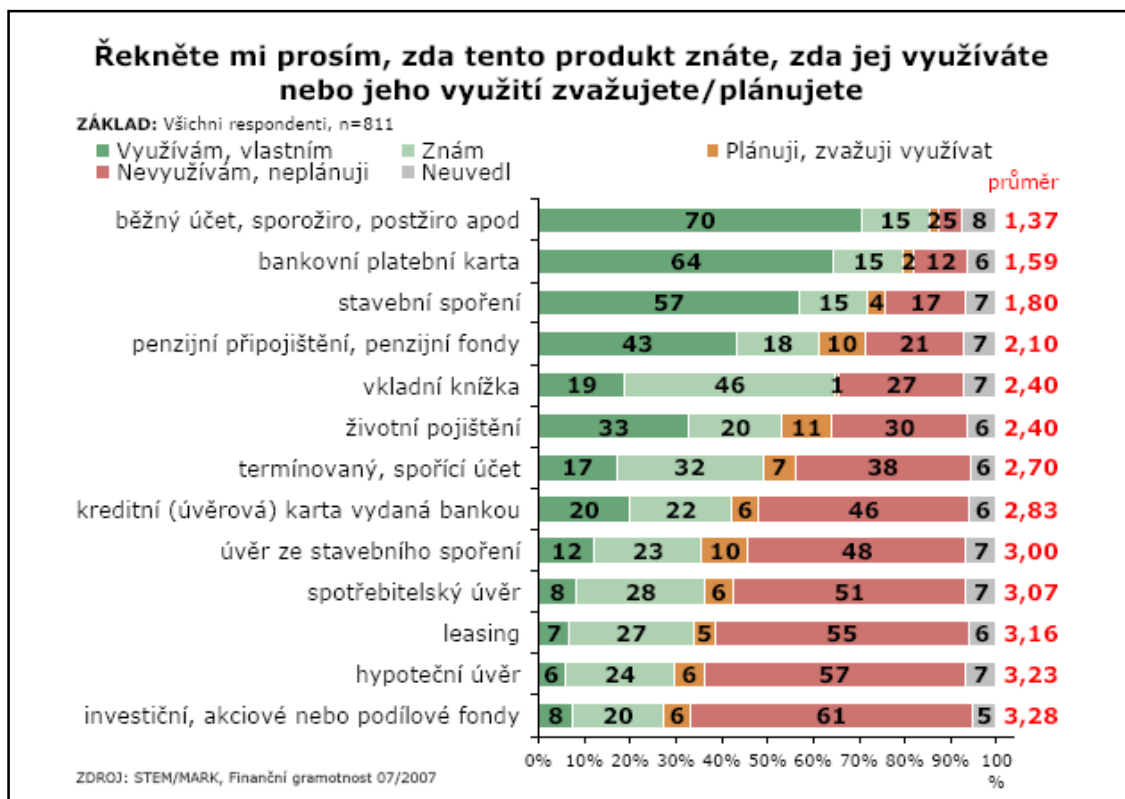
Graf 8

Více než polovina respondentů by sestavovala svůj osobní rozpočet (finanční plán), kdyby věděli jak.



Graf 9

Nejvyužívanějšími produkty na poli financí a bankovníctví jsou kromě běžného účtu a bankovní karty, stavební spoření a penzijní připojištění či penzijní fondy. Známymi produkty jsou i vkladní knížka, životní pojištění, termínovaný a spořicí účet.



Graf 10

1.4.2 Informace o investicích

Jak jsem již uvedl v oddílu 1.3.4. největší nedostatky a také prostor pro nápravu je vzdělání v oblasti investic. V následujícím textu nastíním současný stav informovanosti v ČR.

„Informací už dávno není nedostatek. Na internetu, v televizi, v denním tisku, v časopisech, v knihkupectvích a koneckonců i malými písmenky například v pojistných smlouvách. Problém je, že tyto zdroje se značně liší kvalitou. Z jakých čerpá drobný investor? Absolutní převahu má televizní reklama, fenomén českého finančního trhu. Následují jí články v novinách, vzdělávací semináře či odborné pořady v televizi.

Každý z nás je terčem televizní reklamní masáže ze strany finančních institucí. Proč ne? Spousta reklam nabízí prací prášky, auta, hračky, jogurty. Tak proč ne finanční produkty?

Rozdíl je v tom, že finanční produkty nejsou ze své podstaty spotřební zboží. Prací prášek má jasně definované použití a celkem předpokladatelné účinky a vlastnosti. U finančních produktů je tato představa uměle vytvářena reklamními hesly a příběhy šťastných klientů.

Takto se drobný investor dozvídá informace o produktech, které můžeme rozdělit do několika skupin. První tvoří základní finanční nástroje jako běžný účet či platební karta. Druhou skupinou jsou spořicí účty, termínové a speciální vklady, zajištěné fondy. Pro klienty téměř bezrizikové instrumenty s malým potenciálem výnosu.

Ke třetí skupině produktů musíme přeletět na „opačný konec“ finančního trhu co se týká rizikovosti, kdy v televizi může běžný střadatel zhlédnout pořady o obchodování na burze či přímo nabídku k obchodování akcií. Stranou stojí stavební spoření, které je dotované státem.

Výsledkem je zkreslená představa o možnostech na finančním trhu pro drobného investora. Kdo se alespoň trochu zorientuje, vnímá své možnosti na kapitálovém trhu jako dva extrémy:

- minimální riziko = minimální potenciál výnosu
- maximální riziko = maximální potenciál výnosu

Co si vybere drobný investor? Po zkušenostech z devadesátých let je v rozpacích.

Není divu. Reklamní masáž totiž nedává důraz na pomyslnou střední cestu – pasivní investování do vyvážených portfolií dluhopisů, akcií, nemovitostí, popřípadě komodit.

Proč je tedy tato cesta až na výjimky přehlížena? Vždyť na finančním trhu jsou stovky institucí, ostrá konkurence a osvěta. Jak je to tedy možné? Podívejme se na situaci z pohledu největších tržních hráčů:

Banky

Náklady a vynaložený čas na uvedení klienta do problematiky investování, vysvětlení nejdůležitějších principů či porovnání více možností jsou vysoké. Prodat zajištěný fond trvá pět až deset minut. Termínované a spořicí účty, speciální vklady taky tak.

Penzijní fondy, životní pojišťovny

V jejich produktech hrají investice do fondů klíčovou roli, přesto se o nich při uzavření klient dozví jen velmi málo. Prim hraje zajištění a daňové úlevy.

Investiční společnosti

Většina jejich produkce závisí právě na bankách a pojišťovnách. A také na finančních poradcích.

Právě finanční poradci mají největší potenciál ve vzdělávání lidí v oblasti investování a efektivní správy jejich investic. To je ale činnost nelehká, náročná a odborná. Bohužel, z pohledu drobného investora je těžké odlišit zodpovědného profesionála od dealera stavební spořitelny, který má na vizitce „expert na rodinné finance“, nebo od člena prodejně-vzdělávací sítě, který minulý víkend absolvoval školení a teď už běhá po sídlišti s taškou plnou smluv o penzijním připojištění.“ [14]

2 Finanční poradenství

2.1 *Instituce pomáhající při orientaci na finančním trhu*

Z předcházejících kapitol je naprosto zřetelné, že každý průměrný občan potřebuje při orientaci pomoc odborníka, který se na finančním trhu pohybuje každý den a který je schopný klientovi pomoci při jakékoliv finanční otázce. V podkapitole 1.2 jsme se přesvědčili o obrovském množství finančních institucí, nemluvě o konkrétních produktech, a v podkapitole 1.4 jsme se zase přesvědčili, že občané všem těm nabídkám z finančního trhu většinou ani nerozumějí

Proto od počátku 90. let vzniklo mnoho druhů nástrojů a institucí, které napomáhají lidem v orientaci ve financích. Každá společnost k této problematice ovšem přistupuje trochu jinak.

Instituce, které si říkají finanční poradci jsou:

- Přímí zástupci společností
 - Specialisté v bankách, kteří již dokážou zprostředkovat kompletní portfolio produktů pro klienta
 - Privátní bankovníctví, jež je určeno pro ty movitější klienty banky a zabývá se zejména oblastí investic
 - Pojišťovací agenti, kteří mají již také více možností zprostředkování produktů než jen pojištění
- Nezávislý zprostředkovatelé (nejsou zaměstnanci finančních institucí, ale mají s nimi zprostředkovatelskou smlouvu. Mají tedy k dispozici na každý produkt nějakou finanční instituci)
- Finančně-poradenské firmy fungující ve strukturálním systému
 - Firmy s možností pouze zprostředkování produktů, protože mají jen dvě nebo tři partnerské společnosti (zpravidla jednu pojišťovnu, jednu banku, jeden penzijní fond a jednu stavební spořitelnu).
 - Nezávislé poradenské společnosti s 20 a více partnery.

Je patrné, že institucí, nástrojů a lidí, kteří „údajně“ dokážou poradit ve financích je spousta. Je zde však otázka jak se vyznat nejen na finančním trhu ale také jak si vybrat toho správného člověka, který mi bude radit ve financích, jinými slovy člověka, kterému bez obav mohu svěřit mé životní úspory.

V následujícím textu nebudu uvádět popis jednotlivých forem poradenství (pozastavím se pouze u nezávislého finančního poradenství), ale zaměřím se jen na základní fakta, která by měla napovědět, jestli finanční poradce má možnost a zázemí k tomu, aby byl schopný doporučit z finančního trhu skutečně to v dané chvíli nejlepší pro klienta.

Je třeba si uvědomit, zda je důležité kolik má finanční poradce k dispozici partnerů, tedy s kolika pojišťovny, bankami a dalšími subjekty na finančním trhu může spolupracovat. Z mého pohledu je to asi to nejdůležitější. Jestliže si uvědomíme, že základní funkce firmy je zisk, a finanční společnost není výjimkou, je nám jasné, že je nereálné, aby u jedné společnosti nabízeli všechny produkty nízkonákladové a tedy pro klienta optimální. Proto finanční poradci, kteří mají na každý produkt jen jednu společnost, nejsou podle mého názoru poradci, ale pouze zprostředkovatelé, kteří nedokážou z finančního trhu vybrat skutečně to nejlepší. Z tohoto pohledu u mě vítězí nezávislé finančně poradenské firmy.

2.2 *Nezávislá finančně poradenská společnost ve strukturálním systému*

Definici strukturální firmy se podle učebnic managementu a organizační architekturu nejvíce blíží fraktálová organizační struktura. Nicméně jsou zde rozdíly.

Strukturální společnost se skládá ze dvou částí. Z centrály společnosti a z obchodní sítě. Na centrále pracují zaměstnanci společnosti, kteří mají několik základních funkcí. Zajišťují administrativu, vzdělávání obchodní sítě, jednání s partnery, analyzují trh, srovnávají produkty... U některých existuje i marketingové oddělení, PR oddělení a oddělení pro kontrolu produkce obchodní sítě. Obchodní síť je tvořena lidmi s živnostenským listem, tedy podnikateli, kteří spolupracují na základě mandátní smlouvy s touto společností. Plní funkci poradců a manažerů, kteří se setkávají s klienty.

2.2.1 Postup při výběru vytváření finančního plánu

Při pohledu na to množství možností jak naložit s penězi, či kde získat nějaký kapitál, ať už pro spotřebu nebo podnikání, je nereálné prozkoumat všechny možnosti a na základě toho si správně vybrat nejen pro klienta, který se na finančním trhu příliš nepohybuje, ale obecně pro každého člověka, tedy i finančního poradce. Navíc si musíme uvědomit, že tyto možnosti se neustále mění a přibývají. Proto je první fáze výběru úkol centrály, která mapuje a analyzuje finanční trh a nejprve vybere společnosti, se kterými bude spolupracovat. Vybírá společnosti s velkou tradicí, globální působností, kapitálovou zajištěností, kvalitou služeb a nakonec samozřejmě musí mít dobré ratingové ohodnocení.

Druhá fáze je opět úkolem centrály, konkrétně analytického oddělení, které vyselektuje nějaký vzorek produktů, které je oproti ostatním v nějaké výhodě. Pokud je finančně poradenská společnost i dostatečně velká a ve svém analytickém oddělení má kvalitní lidi, může si dovolit i nějaký produkt vymyslet, samozřejmě se značnou konkurenční výhodou, a zadat ho některému s partnerů, aby ho vytvořil a tato společnost má potom exkluzivitu na nabízení tohoto produktu.

No a ta poslední fáze je už na finančním poradci a jeho osobnímu přístupu ke klientovi. Většina firem a poradců pochopila, že práce s klientem je nejúčinnější v jakési tří stupňové formě a ne ve stylu přinesení nějakého produktu ke klientovi a různými slovními kličkami klienta přesvědčit, aby si tento produkt koupil, tedy podepsal smlouvu.

První stupeň probíhá na první schůzce, kde se poradce o klientovi dozví jaký je to člověk, jak přemýšlí, jaká je jeho rodina, práce, co ho baví... Potom je na řadě zjištění, co už na finančním trhu realizoval, aby se dalo zkontrolovat, jestli peníze, které klientovi odchází z účtu každý měsíc, mají opravdu ten správný smysl v souladu s klientovými motivy a také v poměru cena/výkon. Je důležité si uvědomit, že správný finanční poradce neříká nic o produktech, ale pouze se zajímá, co klient od života očekává, co plánuje a co by se třeba rád dozvěděl o financích. Baví se s ním o tom, jak je spokojený se současným bydlením, jaké má v této oblasti plány, jestli je pro něj zajímavé zajistit si svůj příjem proti neočekávaným životním situacím, zda chce pro své děti připravit nějaké finance na studia nebo na bydlení.

Zajímá se o to, jestli by pro něj bylo zajímavé mít stejně velký důchod jako má dnes svůj příjem, jestli si dobře uvědomuje význam finanční rezervy, zda plánuje nějaké větší peněžní výdaje do budoucna. Vysvětlí mu třeba jak fungují investice, poví mu, že nemusí platit takové poplatky na svém běžném účtu a taky mu sdělí, že může platit i menší daně než doposud. Je také důležité zjistit jeho finanční možnosti. Finanční bilance rodinného cash flow je samozřejmostí.

Na základě získaných informací je poradce schopný sestavit finanční plán poskládaný s finančních produktů, které pomůžou klientovi dosáhnout jeho přání. Tento finanční plán se prezentuje na druhé schůzce.

Toto je ovšem jen začátek spolupráce. Správný finanční poradce se zaměřuje na třetí stupeň spolupráce s klientem a to na následnou péči, tedy jakýsi servis. Poradce je jednak kdykoliv k dispozici klientovi ve finančních otázkách a zároveň poradce se aktivně zajímá o aktualizaci finančního plánu, který s každou menší změnou v životě klienta ztrácí platnost.

Je nutné dodat, že díky systému provizního odměňování má klient tento servis bezplatný. Tento systém má ale také své slabé stránky. Více se k této problematice dozvíte dále v textu.

2.2.2 Jaké je povědomí o finančním poradenství u občanů ČR

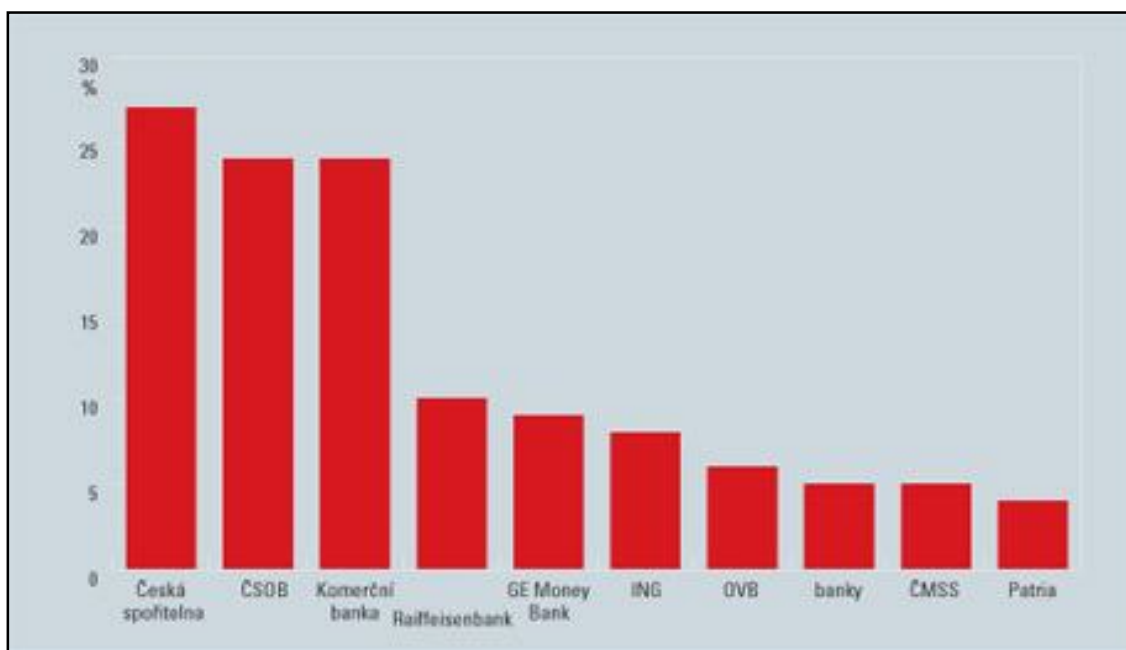
Jak vidí finanční poradenství nezávislý výzkum [15]

Výzkum zadala společnosti Mediaresearch firma Fincentrum finanční poradenství, a.s. Proběhl prostřednictvím internetového e-panelu Mediaresearch v září 2006.

Hlavní zjištění

Zatím chodí po ulicích stále ještě větší polovina lidí, kteří o finančním poradenství zřejmě nikdy neslyšeli.

Nakolik nízká a roztržitá je spontánní znalost společností z oblasti finančního poradenství, ukazuje graf č.11. Mezi nejčastěji jmenované patří významné banky působící na českém trhu, především bankovní "velká trojka", tedy Česká spořitelna, ČSOB a KB.



Graf 11 – Top 10 – spontánní znalost finančně poradenských firem

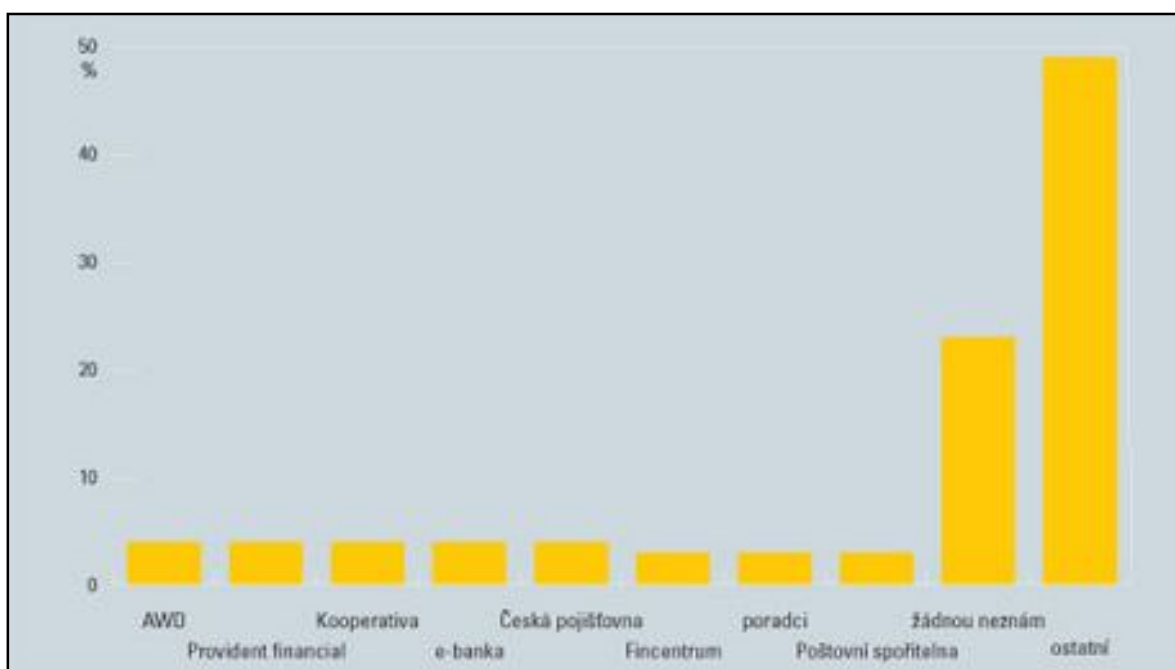
Navíc 5 % respondentů uvedlo blíže nespecifikovanou "banku" a další 3 % uvedla "poradci", což zahrnuje nespecifikovaně i bankovní poradce.

Do "top ten" se kromě bank prosadily jen společnosti OVB, ČMSS a Patria, které přesto uvedlo jen kolem 5 lidí ze sta.

Další uvedené

Ještě horší výsledek ukazuje graf č.12, zejména proto, že plných 49 % respondentů uvedlo společnost, která je zařazena do kategorie "ostatní" kvůli nízké četnosti (méně než 3 %) výskytu v odpovědích. Najdeme tam přesně 50 tipů: jak poradenské společnosti, tak pojišťovny, hypoteční banky, další stavební spořitelny, internetové servery, ale i úřady a školy.

A snad nejsmutnější údaj: 23 % lidí odpovědělo - žádnou neznám.



Graf 12 – Další uvedené společnosti

2.3 *Výhody a možné nástrahy poskytující strukturální systém odměňované na základě provizního systému*

2.3.1 Vymezení pojmů

Strukturální systém se dá jednoduše shrnout jako možnost vytvořit si vlastní firmu bez jakéhokoliv know how a počátečního kapitálu. V praxi to znamená, že vyškolený finanční poradce pracující na živnostenský list, který spolupracuje s finančně poradenskou firmou na základě mandátní smlouvy, má možnost vytvořit si svůj tým finančních poradců, popřípadě manažerů. Tento tým je v některých společnostech dle podstaty mandátní smlouvy ve vlastnictví daného spolupracovníka.

Odměňování na základě provizního systému spočívá v odměně za uzavřený obchod mezi poradcem a klientem. V případě, že klient podepíše smlouvu ať už pojistného, investičního či úvěrového charakteru, získává poradenská společnost od dané finanční instituce provizi. Tato provize se dělí určitým poměrem mezi centrálu a obchodní síť. V obchodní síti se provize

ještě rozděluje mezi manažery a konečnou částku dostává samotný poradce. Tato částka je závislá na pozici v tzv. kariérovém plánu.

Kariérový plán je také součástí naprosté většiny strukturálních společností. Obsahuje přesně vymezená kritéria, které když spolupracovník splní, automaticky povyšuje v kariéře. Kritéria jsou zaměřena zejména na počtu uzavřených smluv, které poradce klientovi doporučí, a také na velikosti jeho týmu.

2.3.2 Výhody tohoto systému

Klient má jistotu individuálního přístupu. Vždy totiž jedná pouze s člověkem, se kterým se seznámil na první schůzce. Poradce klienta tedy už zná a každé další jednání je o mnoho pohodlnější. Jako další zmíním to, že klient získá jistotu toho, že suma peněz, která mu každý měsíc putuje z vlastní kapsy kamsi na finanční trh, má ten správný smysl a dokáže se v rámci dané situace optimálně zhodnocovat. Díky tomu klient dokáže ušetřit nemalé částky, ať už z pohledu menšího měsíčního zatížení nebo v dlouhodobém horizontu, kde se částky mohou lišit o několik statisíců. V neposlední řadě je také časová úspora. Tzn., že klient nemusí shánět žádné informace, kterým, jak jsme se mohli přesvědčit v předchozích odstavcích, příliš nerozumějí. Nemusí dokonce ani nikam chodit, protože jednání se mohou odehrávat klidně i u klienta doma. Jestliže je místo jinde, tak jde jen o to zajít na kávu do kanceláře poradce. Klient se od poradce může dozvědět, jak finance vůbec pracují a má-li poradce kvalitní zázemí, může klientovi poskytnout i různé informační kanály vedoucí k lepšímu povědomí o financích. A to nejdůležitější je to, že klient má tento servis bezplatný.

2.3.3 Možné nevýhody a příčiny špatné pověsti finančního poradenství

Vše co jsem doposud napsal může znít jako, že nezávislé finanční poradenství musí vyhledávat každý, a že je to nejlepší, co může klient v oblasti financí mít. V následujícím textu uvedu pár základních důvodů, proč tomu tak po 16 letech vývoje nezávislého finančního poradenství není, popřípadě co zapříčinilo to, že u velkého procenta oslovených občanů finančními poradci panuje negativní postoj k tomu oboru a k této službě.

2.3.3.1 Neznalost oboru

Mezi hlavní důvody proč finanční poradenství není vyhledávanou službou je fakt, že zhruba 40 % obyvatelstva o tomto oboru vůbec nikdy neslyšela (40 % je můj vlastní odhad odvozený z průzkumu z oddílu 2.2.2, který je z roku 2006).

2.3.3.2 Označení finanční poradce

Prvotním důvodem, proč je někdy finanční poradenství zatracováno je ten, že, jak už jsem uvedl v podkapitole 2.1, finančními poradci se označují i pouzí zprostředkovatelé. Tzn. pojišťovací agenti, pracovníci za přepážkou v bance, pracovníci stavebních spořitelén. Otázku, proč je toto důvodem, že finanční poradenství není nejvyhledávanější službou a, že má špatné jméno, rozdělím do několika kategorií:

1. Jestliže si člověk neuvědomí, že pojišťovací agent nebo pracovník banky, i přes sebevětší snahu, nemůže nikdy objektivně poradit, je s tímto druhem finančního poradenství spokojen. Tudiž žije v domnění, že o finance je mu dobře postaráno a nemá potřebu nic jiného vyhledávat a ani přijímat pobídky k představení jiného druhu finančního poradenství.
2. Díky tomuto označení u těchto zprostředkovatelů si lidé často spojují název finanční poradce a „pojišťovák“, jehož styl práce se mnohdy klientovi nelíbí, a tak finanční poradenství zavrhné a jakékoliv pobídky ze stran nezávislých finančních poradců kategoricky odmítá.

2.3.3.3 Volání

Protože nemá finanční poradce jinou lepší cestu k získání svého klientského kmene, využívá doporučení od svých spokojených klientů. Poradce si tedy domlouvá schůzku telefonicky a zve potencionálního klienta na schůzku, kde se pouze nezávazně pobaví. Poradce se musí ozvat jako první, protože ví, že dokud se s tím člověkem nepozná, je velká pravděpodobnost, že v momentě finančních otázek se na něj neobráťí. Jednak může zapomenout a jednak vůbec neví, kromě toho, že jeho známému poradce dobře dokáže poradit ve financích a ten známý je spokojený, co pro něj všechno poradce může udělat. Nicméně fakt, že se poradce ozve jako

první, bývá u některých lidí bráno spíše negativně. Už jsou totiž unaveni z telefonátů na různé ankety a z různých telemarketingů a z nabídek různých půjček atd.

2.3.3.4 Špatná strategie samotných společností

Mezi důvody „zkaženého“ jména nezávislého finančního poradenství patří z velké části i strategie nezávislých finančně poradenských firem. Poradci jsou přeci jen lidi a ve finančním poradenství se „točí“ nemalé peníze. Díky této kombinaci je možné, že poradci mají nachystané nástrahy k nabourání jejich etiky a tyto nástrahy mnohdy připravují samotné poradenské firmy.

Výrazně rozdílné provize mezi různými druhy finančních produktů

Jako příklad uvedu ten nejtypičtější příklad a to provize za zprostředkování pravidelné investice do podílových fondů a investiční životní pojištění (dále jen IŽP). Podílové fondy v sobě skrývají mnohem nižší poplatky a tudíž vyšší výnosy pro klienta. Provizně ale může takto sjednaná investice vypadat ve srovnání se zprostředkováním IŽP směšně. IŽP také investuje klientovi peníze do podílových fondů, ale s daleko vyššími poplatky a díky velké provizi za zprostředkování i s vyššími náklady, které samozřejmě hradí klient.

Rozdílná provize v rámci stejného druhu finančního produktu

Jako příklad zmíním znovu IŽP. Představme si, že máme k dispozici 10 IŽP od různých partnerů. Za každou je jiná provize za první např. 190 % z roční platby a za desátou 110% z roční platby. A je tu další tlak na etické hodnoty poradce a je tím také ohrožena jeho nezávislost. Protože tuto provizi zaplatí klient a tím se pro něj stává produkt nákladnější. Některé společnosti a bohužel i leaderi na finančně poradenském trhu nemají zájem tento jev odbourat. Místo toho, aby sjednotili své provize a dokázali si je snížit ve prospěch klienta, tlačí na pojišťovny, aby udělala další IŽP s ještě vyššími provizemi. [22]

Žádná kontrola

K přispění nabourání etiky často přispívá i nedostatečná nebo žádná kontrola obchodní sítě ze strany centrály. U některých společností ani kontrolu neplánují a proto se často stává, že

poradce nepracuje ve prospěch klienta, ale sebe. Ve strukturálním systému bez kontroly totiž může člověk dělat co chce a jak chce.

Nedostatek vzdělání

Mnoho společností také zapomíná na dostatečné vzdělávání svých poradců. Nemají vytvořený kvalitní vzdělávací systém. Některé společnosti již pochopily, že cesta všeobecného vzdělání, ať už vzdělání obchodní, osobnostní, manažerské nebo finanční, a ne jen prodeje, je ta správná a vytváří kvalitní vzdělávací mechanismy.

2.3.3.5 Chyby samotných poradců

Chyby jednotlivých společností je jedna věc a chyby poradců je druhá. I v dobře fungující firmě se může objevit nečestný poradce. Vždy a všude bude záležet jen na člověku, jak se k práci postaví.

Jestliže se poradce, který začíná, má svého vedoucího eticky narušeného, je velká pravděpodobnost, že nový poradce bude práci finančního poradce dělat špatně. Špatně z pohledu správného finančního poradenství. Uvedu pár příkladů, co všechno může dělat špatně.

Schovávat se za dobrou filozofii

Mnohdy poradce káže vodu a pije víno. Prezентuje své služby jako správný finanční poradce, ale doporučení je přizpůsobeno k výši jeho výplaty. K tomuto přispívají poradenské společnosti sami, jak je uvedeno v pododdíle 2.3.3.4

To se děje zejména proto, že poradce nemá v úmyslu tuto práci dělat dlouhodobě. Z krátkodobého hlediska je poradce ohodnocen pouze za zprostředkovatelskou činnost a poradenskou činnost dělá zadarmo. Kdežto z dlouhodobého hlediska, když budu dbát na to, aby klient skutečně nejvíce vydělal, a snížím si proto i momentální zisk, klient je o to více spokojen a poradci se toto za nějaký čas vrátí, zejména ve formě nových klientů.

Finanční poradce jako brigádník

Někteří poradci při přechodu na vedoucího a při tvorbě svého týmu využívá pro spolupracovníky argument flexibilní časové doby a velkého výdělku. Takto podaná argumentace se hodně ujala u studentů. V těchto strukturách poradců se nedbá na kvalitu práce s klientem, ale zejména na získávání nových a nových studentů.

To samozřejmě působí negativně jak na poradce, kteří chtěli v tomto oboru prorazit, tak na klienty, které tito poradci oslovili. V praxi to může vypadat tak, že poradce absolvuje dvě až tři školení a hned má získávat klienty. Přijde tedy ke klientům a začne jim přeříkávat naučené fráze a na druhé schůzce se jim snaží prodat IŽP. Pár klientů to skousne a IŽP si uzavřou, ale většina jim ukáže dveře a vyprovodí je z bytu. Klienti si tak udělají špatný obrázek o objektivní finančním poradenství a nový poradce zjistí, že po třech měsících „práce“ (10 schůzek s klienty) nic nevydělal, a tak skončí s tím, že finanční poradenství je pěkná myšlenka, ale nefunguje.

Mohl bych pokračovat, ale pro ukázkou to myslím stačí. V sepisování předchozího tématu si samozřejmě představuji konkrétní jména společností a samotných poradců, se kterými jsem se za dobu mé praxe setkal, ale uvádět je nebudu. Myslím, že lidé, kteří si tuto práci přečtou už rozeznají správného od špatného poradce a dají si na ty špatné pozor.

2.4 *Orgány vykonávající dohled ve finančním poradenství*

2.4.1 AFIZ [16]

Asociace finančních zprostředkovatelů a finančních poradců České republiky (AFIZ) byla založena v prosinci 2002 (tehdy pod názvem Asociace registrovaných investičních zprostředkovatelů – ARIZ ČR) jako občanské sdružení, sdružující fyzické a právnické osoby, poskytující službu investičního zprostředkovatele. Založení asociace bylo reakcí na novou právní úpravu, kterou byl vymezen nový předmět podnikání mimo režim živnostenského zákona – investiční zprostředkovatel, registrovaný tehdy Komisí pro cenné papíry.

V roce 2004 došlo k rozšíření působnosti asociace na všechny zprostředkovatelské a poradenské činnosti na finančním trhu. Od té doby mohou být členy všechny právnické a fyzické osoby, které působí na finančním trhu jako zprostředkovatelé či poradci.

Asociace má vlastní profesionální odborné zázemí, díky kterému svým členům poskytuje odborné služby a současně hájí zájmy členů při přípravě nové legislativy na finančním trhu.

Co se týká finančně poradenských firem, tak AFIZ sdružuje 10 z nich

2.4.2 USF [17]

Unie společností finančního zprostředkování a poradenství - USF vznikla v červnu roku 2006. Jsme neziskové profesní sdružení právnických a fyzických osob podnikajících na území České republiky v oblasti finančního zprostředkování a poradenství.

Naším posláním je zlepšit kvalitu služeb v oblasti finančního poradenství a zprostředkování na českém trhu. Chceme jasně deklarovat standardy finančního poradenství a zprostředkování a důsledně dohlížet na jejich dodržování ze strany členů USF.

Pracujeme na zlepšování podmínek pro výkon podnikání v oboru, a to jak v oblasti legislativní, tak v oblasti ekonomické. Zastupujeme subjekty sdružené v unii při jednání se státními a veřejnoprávními institucemi, ostatními profesními sdruženími na trhu a finančními institucemi - producenty finančních produktů.

USF zastřešuje činnost 11 finančně poradenských

2.4.3 AKAT [18]

Asociace pro kapitálový trh České republiky sdružuje nejvýznamnější tuzemské investiční společnosti, zahraniční správce fondů nabízející své produkty v ČR a další subjekty, které poskytují služby v oblasti kolektivního investování. Vzájemně si konkurující subjekty se spojily za účelem rozvoje společných zájmů a aktivit, u kterých by nebylo efektivní, aby je jednotliví členové vykonávali samostatně

Asociace pro kapitálový trh ČR usiluje o rozvoj kapitálového trhu a kolektivního investování. Svými aktivitami a samoregulačními předpisy chce rozvíjet povědomí, znalost a

důvěryhodnost oblasti kolektivního investování. Členství v Asociaci je zárukou standardu profesionality, poctivosti při správě cizího majetku a korektního přístupu k investorům a klientům fondů.

2.4.4 ČNB

Česká národní banka má na starosti registrování a udělování potřebných povolení k vykonávání zprostředkování finančních služeb.

2.4.5 Potřebné registrace pro práci finančního poradce

K tomu, aby poradce mohl působit jako poradce musí mít živnostenský list, registraci u ČNB jako podřízený pojišťovací zprostředkovatel a registraci tamtéž jako investiční zprostředkovatel.

Pro registraci podřízeného pojišťovacího zprostředkovatele je třeba složit odbornou zkoušku z oboru pojišťovnictví.

Pro registraci investičního zprostředkovatele je třeba absolvovat odborný kurz z teorie kolektivního investování a mít středoškolské vzdělání.

Část praktická

3 Partners for life planning

3.1 *Představení společnosti [19]*

Společnost Partners zahájila svoji činnost v červnu roku 2007. U zrodu stáli Kateřina Palková, Pavel Kohout, Tomáš Prouza a Jan Majer. Zakladatele spojovala dlouholetá snaha o kultivaci finančního trhu. V Partners se rozhodli uvést do praxe společné představy o slušném a kvalitním finančním poradenství.

Pracovní strategii společnosti Partners jsme shrnuli do sloganu „Finanční poradenství jinak“. Filozofie Partners je postavena na radikální otevřenosti vůči klientům. Poradenský trh dosud těžil z informační asymetrie – klienti finančních institucí neměli dostatek informací, podle nichž by mohli posoudit výhodnost či nevýhodnost doporučovaných finančních produktů či správnost navrhovaných řešení.

Partners poskytují svým poradcům i klientům nejaktuálnější informace z finančních trhů a dávají k dispozici i další podklady pro kvalifikované rozhodování. Publikujeme v předních českých médiích a provozujeme vlastní finanční web Finmag.cz a vydáváme časopis Finmag - finanční magazín, kde otevíráme i témata, o nichž se dosud v zájmu zachování růstu finančního trhu raději pokrytecky mlčelo.

Partners dohlíží na kvalitu a férovost práce svých poradců. Monitoring kvality služeb oceňují nejen klienti, ale i samotní poradci, kteří se nemusí bát, že by jim méně poctiví kolegové mohli kazit jméno. Z tohoto opatření profituje celá firma Partners, jež se krátce po svém vzniku stala jedním z nejsilnějších hráčů na trhu.

Partners vyvíjejí ve spolupráci s předními světovými finančními ústavami exkluzivní finanční produkty, jež mají poradci Partners k dispozici vedle běžně nabízených nástrojů. Jejich výraznou konkurenční výhodou jsou nižší poplatky a vyšší efektivita ve srovnání s jinými nabídkami na trhu.

3.2 *Aplikace činností Partners na chyby ve finančním poradenství*

Jinými slovy bych řekl, že společnost Partners se snaží o to, aby všechna negativa, co finanční poradenství může poskytnout, jak jsem zmínil v oddíle 2.3.3, maximálně eliminovali.

Když se vrátíme k příčinám toho, proč finančního poradce nevyhledává každý a proč u některých občanů toto označení špatné jméno, zjistíme, že společnosti, jako je Partners, chtějí toto vše odstranit.

Co se týká neznalosti oboru a značek finančně poradenských firem, Partners bojuje prostřednictvím nenásilné reklamní kampaně.

Proti označení finančních poradců i u zprostředkovatelů se dá bojovat pouze komunikací s klienty a vysvětlit jim rozdíl. To je ale záležitostí samotných poradců.

Finanční negramotnost se odbourává opět komunikací mezi klientem a poradcem a Partners toto podporuje ve formě již zmíněného webu finmag.cz a srozumitelného časopisu o financích Finanční magazín.

Strategie Partners už byla zmíněna, nicméně konkrétně to znamená, že z chyb strategií společností uvedených v oddíle 2.3.3 nezůstává žádná. Nejsou zde velké rozdíly v provizích mezi podobnými druhy finančních produktů jako např. IŽP a pravidelné investování do podílových fondů.

U stejných finančních produktů jako jsou např. hypotéky nebo IŽP jsou provize na stejné výši. U IŽP tedy nevzniká provizní spirála, která vyhání provizní příjmy poradců na úkor klientova výnosu. Provize jsou nastaveny na nízké úrovni, tak aby exkluzivní produkty byly bezkonkurenční na trhu.

Díky přerozdělování provizí mezi obchodní sítí a centrálou, kdy do obchodní sítě putuje až 80 % provizních příjmů, se poradci Partners nemusí bát, že by se neuzívali.

Ing Tomáš Prouza MBA má jako ředitel pro rozvoj a péči o klienty na starosti kontrolu právních aspektů a také kontrolu produkce poradců. Jakmile je nějaká měsíční platba např. na

IŽP vyšší než by měla, hned si přeje zdůvodnění od daného poradce, proč uzavřel takto vysokou částku.

Partners má také unikátní systém vzdělávání, které má mezi sebou rozdělené centrála i manažeři týmů. Zaměřují se na všechny oblasti rozvoje.

Aby nevznikly struktury, které budou pracovat na bázi brigádníků, jsou nastaveny minimální kritéria, které když poradce nesplní, odchází.

To jsou tedy základní činnosti, které tvoří jen zlomek toho, co Partners aplikují a zejména plánují do budoucna. Ještě ale zmíním, že se již otvírají klientská centra, kde může mít poradce s klientem schůzku, nebo si může klient do tohoto centra jít pro informace, jako byl zvyklý chodit do banky. Jedno takové centrum je v Brně a druhé na Václavském náměstí v Praze.

Tak to jsou základní fakta o společnosti, ze kterých si můžete udělat nějaký obrázek. Neříkám, že Partners je jediná společnost, se kterou musí klient spolupracovat, ale byl bych rád, kdyby tento směr ostatní společnosti následovaly, aby nekazily jméno finančnímu poradenství.

3.3 *Ukázky srovnávání některých produktů*

Uvedu pár základních příkladů, jak poradci ve společnosti Partners vybírají s několika možnostmi tu pravou.

3.3.1 Postup při řešení profinancování bydlení

Nejdříve uvedu postup při řešení obecných otázek ohledně bydlení a jeho profinancování. Toto téma by vydalo na samostatnou bakalářskou práci a proto uvedu základní body, které řešíme při řešení této otázky. Můžeme pozorovat celkem velký rozdíl oproti jednání v bance, kde hlavní informace o vás potřebují počet žadatelů, čisté příjmy, hodnota nemovitosti, kterou si chce klient pořídit a kolik má peněz v hotovosti. Potom se pracovník banky podívá do systému, jestli jste se někdy neopozdil s nějakou splátkou, kolik dělá součet vašich splátek na úvěry a leasingy a následně na to odečte hodnotu nemovitosti od vašich

peněz v hotovosti a řekne výsledek, jestli hypotéku dostanete či nikoliv. Tak většinou vypadá jednání v bance.

Ve spolupráci s Partners je řešení bydlení o mnoho komplexnější a dbá se na finanční efektivitu a hlavně bezpečí. V první fázi řešíme dluhovou část financování. Jde nám o co nejnižší náklady. Je to důležitý faktor, který ovlivňuje výsledný efekt. Podobně jako v podniku. Pokud chce firma zvýšit svůj zisk, má v zásadě dvě možnosti jak toho dosáhnout, buď tím, že sníží své náklady a nebo tím, že zvýší své výnosy. V optimální variantě samozřejmě kombinací obojího.

Nicméně výběr té správné banky poradcům Partners pomáhá tzv. hyperkalkulačka, která dle mnoha vstupních parametrů, tedy informací o klientovi, doporučí na základě porovnání úrokových sazeb, poplatků a různých marketingových kampaní optimální banku. K tomu ještě připočteme slevy za to, že klient je klient Partners. Zpravidla se jedná o 0,2 – 0,3 % na úrokové sazbě a 50 – 100 % sleva na poplatku za zpracování.

V případě financování bydlení můžeme snížení nákladů chápat jako výběr neoptimálnější varianty vypůjčení peněz. Ale co druhý faktor, který rozhoduje o výsledném zisku? Ten už většina lidí nebere v úvahu. Přitom je pro efektivitu financování důležitější než výběr nejlevnější varianty zadlužení.

Tím zmiňovaným druhým faktorem jsou investice do aktiv, jež nám generují kladné úroky, a tím zefektivňují celý proces financování. Můžeme využít část již připravených peněz v hotovosti, ale především jde o pravidelné investování menších částek.

V současné době se úrokové sazby hypoték pohybují okolo 5,3 % p. a., dlouhodobá historická výkonnost akciových trhů se pohybuje na úrovni 10 % p. a. Díky tomu, že si vedle splácení dluhu budeme tvořit takto úročené dlouhodobé rezervy, můžeme dosáhnout významné úspory.

Z výnosů je samozřejmě možné dříve umořit dluh, avšak toto rozhodnutí je třeba pečlivě zvážit. Výhodnější totiž může být dluh jednoduše splácet dál a úspory nechat dále vydělávat.

Při rozhodování o formě financování bydlení je tedy vhodné nejen vybrat nejoptimálnější variantu dluhové služby, ale také vytvářet dlouhodobé rezervy, jež nám budou generovat výnosové úroky. K tomu je vhodné využívat například podílové fondy.

Poté vybereme správný poměr vložení peněz v hotovosti do rezervy a na akontaci, vhodné nastavení délky úvěru a správnou fixaci. Při tomto rozhodování nelze samozřejmě říci, jaká varianta je nejlepší, protože pro každého klienta je vhodné něco jiného.

No a jako poslední se ještě vybere správný nástroj na pravidelné investování a tím pádem i vytváření rezervy a také nástroj pro zajištění klientova příjmu a už si klient může v klidu vychutnávat pobyt v novém bydlení bez strachu, že když se přihodí něco, co by mu znemožnilo odvádět splátky bance, že přijde o toto bydlení. Protože se dostatečně připravil na všechny možné nástrahy, které ho můžou připravit o jeho pravidelný měsíční příjem.

3.3.2 Metody srovnávání IŽP

Protože IŽP je moc složitý produkt skládající se z různých poplatků jako je např. popatek za riziko, rozdíl mezi nákupní a prodejní cenou podílových listů, strhávání z počátečních jednotek, manažerský poplatek podílových fondů a někdy i samotných pojišťoven... Je jich opravdu hodně a nemám v úmyslu je popisovat. V každém případě, aby se v tom člověk vyznal, musel by být pojistný matematik. Poradce musí mít základní informace o těchto poplatcích, aby byl schopný rozhodnout, které IŽP je pro klienta levnější. Před tím ale musel vybrat, které parametry musí splňovat, aby se IŽP dalo poté porovnávat nákladovostně. Každé IŽP má jiné parametry jako třeba jiné připojištění úrazu, invalidity, klesající pojistnou částku na smrt... Samozřejmě až potom se vybírá nejlevnější. K tomuto účelu se využívá dvou základních ukazatelů vytvořených finančními experty Romanem Stuchlíkem, redaktorem časopisu Fondshop a Vitem Kalvodou, finančního poradce společnosti Sophia finance, a.s.

První z nich je **PER** (Product Expense Ratio) – Poměr částky zaplacené na poplatcích ku celkové částce určené na investice.

PER				
Investiční produkt	PER10	PER20	PER30	PER40
Trh (index)	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%
1 Vyvážené portfolio složené z OPF	2,00%	2,00%	2,00%	2,00%
2 ČP Invest Partner	2,78%	1,85%	1,85%	1,85%
3 ČSOB Maximal	3,47%	2,74%	2,49%	2,37%
4 Rentier Invest (Pioneer)	2,75%	2,75%	2,50%	3,12%
5 Horizont Invest (Conseq)	3,73%	2,80%	3,14%	3,12%
6 KB Vital Invest	4,00%	4,00%	4,00%	4,00%
7 AXA T100P	10,38%	9,46%	8,66%	7,51%
8 ČSOB Spektrum Invest	14,50%	10,25%	8,83%	8,13%
9 PČS Flexi Invest	11,79%	11,79%	10,84%	10,01%
10 Kooperativa Persperkiva 4BN	13,26%	12,10%	11,71%	10,16%
11 Aviva Spořicí životní plán	16,21%	12,65%	11,46%	10,86%
12 Kooperativa Persperkiva 3BN	15,04%	13,12%	11,75%	11,37%
13 Allianz Global Invest	14,17%	13,47%	12,83%	12,30%
14 Skandia	25,62%	12,81%	8,54%	6,41%
15 Aegon Invest, Live	16,29%	13,96%	12,32%	10,88%
16 ING T150	16,27%	14,44%	13,20%	12,36%
17 Generali Clever Invest	17,46%	15,19%	13,59%	12,19%
18 AXA T100	17,52%	15,74%	14,03%	12,79%
19 ING B150	18,46%	16,19%	14,59%	13,48%
20 Amcico Invest	21,79%	16,36%	14,54%	13,64%
21 Aegon Global 2000	21,09%	17,36%	15,13%	13,62%
22 Aviva Komfort	25,04%	17,54%	15,13%	13,79%
23 Uniqa E05	25,20%	17,60%	15,07%	13,80%
24 Wüstenrot Invest	16,20%	16,20%	16,20%	14,45%
25 ČP Dynamik Plus	N/A	N/A	N/A	N/A
26 ČP Profi Invest	N/A	N/A	N/A	N/A

Tabulka 3 – PER [20]

V tabulce jsou zvýrazněny IŽP, které má v nabídce společnost Partners. Tyrkysovou barvou jsou označeny ty, které může exkluzivně nabízet pouze společnost Partners a na jejichž vývoji se značnou měrou podílela. Žlutě jsou označeny ty, které Partners nabízejí, ale které jsou zároveň volně na finančním trhu nabízené.

A druhý je **TANK** (typické nákladovost konstrukce) – Ukazuje o kolik % bude při pravidelném investování na horizontu 10, 20, 30 a 40 let méně peněz oproti investici v indexu zatíženou nulovými poplatky.

Index - Kompozitní index 50 % US akcie (S&P 500 TR) a 50 % US dluhopisy (ML US Gov.)

TANK				
Investiční produkt	TANK10	TANK20	TANK30	TANK40
Trh (index)	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%
1 Vyvážené portfolio složené z OPF	7,64%	17,39%	19,27%	25,34%
2 ČP Invest Partner	18,14%	22,62%	29,40%	36,57%
3 Horizont Invest (Conseq)	18,20%	23,48%	30,63%	38,06%
4 Rentier Invest (Pioneer)	18,26%	23,60%	31,01%	38,69%
5 Aegon Invest, Live	22,33%	26,26%	30,51%	34,68%
6 AXA T100P	18,91%	26,42%	32,64%	39,54%
7 Kooperativa Persperkiva 3BN	22,39%	27,63%	33,23%	39,44%
8 Kooperativa Persperkiva 4BN	21,16%	27,83%	35,14%	40,71%
9 ČSOB Maximal	15,61%	26,16%	36,70%	46,58%
10 Allianz	21,90%	29,10%	36,28%	43,27%
11 PČS Flexi Invest	21,37%	30,51%	38,34%	45,82%
12 KB Vital Invest	17,27%	29,14%	40,37%	50,60%
13 AXA T100	25,44%	31,78%	37,73%	43,91%
14 ČSOB Spektrum Invest	25,75%	31,16%	39,21%	47,45%
15 Aviva Spořicí životní plán	22,91%	31,63%	40,94%	49,82%
16 Skandia	35,68%	31,89%	36,11%	42,10%
17 Generali Clever Invest	26,63%	33,47%	40,59%	47,36%
18 Uniqa E05	33,93%	34,15%	39,24%	45,35%
19 Amcico Invest	31,98%	36,59%	44,26%	52,16%
20 Aegon Global 2000	31,36%	37,77%	45,05%	52,39%
21 Aviva Komfort	36,00%	38,67%	45,79%	53,45%
22 ING T150	31,96%	43,72%	54,71%	64,39%
23 ING B150	33,63%	45,00%	55,61%	65,02%
24 Wüstenrot Invest	26,17%	32,53%	39,23%	45,32%
25 ČP Dynamik Plus	N/A	N/A	N/A	N/A
26 ČP Profi Invest	N/A	N/A	N/A	N/A

Tabulka 4 – TANK [20]

První čtyři v žebříčku jsou investiční roduky, tedy nástroje pravidelného investování a ty ostatní jsou IŽP.

3.4 Modelové příklady

3.4.1 Pan Novák - Analýza

Panu Novákovi je 26 let, pracuje 2 roky jako programátor v jedné IT firmě. Jako absolvent ČVUT získal o trochu lepší plat. 25 000 Kč je jeho čistý příjem za měsíc. Bydlí u rodičů. Rád hraje fotbal a cestuje. Přítelkyni nemá. Utrácí zejména za zábavu, za benzín (3 000), za telefon a internet (2 000) a také přispívá rodičům na domácnost (4 000). Z finančních produktů žádný nemá. Pojistku a stavební spoření vybral před rokem a koupil si za to ojeté auto z roku 2004. Ostatní výdaje (6 000) jdou na oblečení, fast food.... Zbytek (10 000) zůstává na běžném účtu u ČSOB. Celkem tam už má 80 000,-Kč. Za nejdůvěryhodnější nástroj na finančním trhu považuje běžný účet a ostatní produkty považuje za zbytečné. V průběhu rozhovoru, kdy se dozvídá, jak peníze fungují, ale pomalu začíná své stanovisko měnit.

Při důkladnějším rozhovoru zjistíme, že pan Novák se chce co nejdříve odstěhovat od rodičů do vlastního. Tedy na prvním místě ho zajímá jak se dá nejlépe vyřešit otázka bydlení. Má vyhlédnutý byt v centru Českých Budějovic. 3+KK s výměrou 80 m² za 1 900 000,-Kč s DPH. Chtěl by si vzít hypotéku na co nejkratší dobu, tak aby splátka byla okolo 13 000,-Kč. Hlavně se ale zajímal, jestli mu vůbec někde poskytnou hypotéku. Uvažuje dle klasického modelu. Rychle všechno splatit, aby už měl klid.

Protože panu Novákovi před rokem zemřela jeho babička, po různých dědických řízeních a přerozdělování majetku na pana Nováka vyšla částka 500 000,-Kč, kterou má obdržet do 14 dnů. První nápad je dát celou částku do pořízení bydlení.

Dále by chtěl docílit toho, aby se mu jeho měsíční příjem snížil, co nejméně v případě náhlé změny jeho životní situace. Tato změna může být zapříčiněna nemocí, úrazem, ale i ztrátou zaměstnání.

V návaznosti na hypotéku si uvědomuje možná nebezpečí, která se zmíněnými změnami, může představovat daleko větší problém, protože má vůči bance velký závazek. Rád by se tedy cítil bezpečně v průběhu trvání hypotéky.

Jako další by ho zajímalo jak docílit toho, aby jeho důchod byl stejně vysoký, jako jeho dnešní příjem. Chtěl by v důchodu hodně cestovat jak do exotiky, tak poznávat Evropské a Americké metropole. Shodli jsme se na tom, že asi není úplně ideální spoléhat se na to, že se o něj postará stát.

Rád by také platil méně na povinné ručení, které má od společnosti Kooperativa a platí 4 024,-Kč ročně.

Dost pana Nováka také zajímalo, jak platit nižší daně i přes to, že je zaměstnanec a ne podnikatel. Také není příliš spokojený s vysokými poplatky na účtu v ČSOB.

3.4.2 Pan Novák – Poradenství

Vypracovaný plán můžeme vidět v příloze. Obsahuje mnohem více textu, než je obvyklé. Obvykle totiž většinu věcí s klientem komunikuji, ale pro účely této práce jsem zvolil formu psaného textu, aby bylo vše jasné, proč se co doporučuje.

Po představení finančního plánu klientovi následují kroky k jeho realizaci. Tzn. k podpisům smluv a předání seznamu potřebných dokumentů pro jednání v bance.

Poté si stanovíme intervaly pravidelných servisních schůzek. Za tento komfort již požaduji, aby mi klient udělal patřičnou reklamu a seznámil mě s okruhem svých blízkých, kteří by chtěli využívat mých služeb, s kterými je do této chvíle nadmíru spokojen.

Jestliže jsem s klientovo spoluprací spokojen i já, přináším mu spolu s informacemi i zajímavé drobnosti a benefity. Jako třeba servisní složku, což je v podstatě šanon se záložkami, kde si klient může zařadit veškeré smlouvy. Daleko zajímavější ovšem je dárkové předplatné finančního časopisu Finanční magazín, který srozumitelně informuje o dění na finančních trzích.

Poté už se jen snažím, aby byl klient s naší spoluprací spokojen a hlídám změny v jeho životě, které mohou finanční plán nechat zastarat.

Závěr

Závěrem chci říci, že v této práci se mi povedlo upozornit na důležitost nezávislého finančního poradenství a zároveň ukázat jeho slabé stránky, které, až se odstraní, tak se budou finanční poradci těšit stejného uznání jako mají například v dnešní době u veřejnosti právníci.

Z práce je patrné, že není reálné bez pomoci nějaké větší organizace se na finančním trhu pohybovat. Jednak jsme touto prací zjistili, že možností, které finanční trh nabízí je nespočet a k tomu ještě musíme přidat dosti nízkou úroveň finanční gramotnosti občanů ČR. Finanční poradci budou totiž čím dál ve větší míře hrát roli vzdělávacího aparátu ve světě financí.

Dále také z této práce vyplývá jakou budoucnost má obor finančního poradenství. Výzkumy uvedené v této práci jasně ukazují, jak obrovský potenciál před sebou celý obor finančního poradenství stále ještě má. Sám pojem evidentně ještě u nás nemá jasný ani význam, ani jeho "nositele". Jistě není náhodou, že tak velký prostor obsazují banky a pojišťovny.

Zejména, podíváme-li se na vývoj jednotlivých produktů na finančním trhu. Ať už jde o hypotéky, kterých se sjednává rok od roku více a více a dle výzkumu GE Money v příštích 3 letech plánuje zhruba 2/3 obyvatel zlepšit své bydlení. Nebo třeba odliv peněz z bankovních účtů směrem do podílových fondů a v přesunu peněz z fondů peněžního trhu do více agresivních, ale s potenciálem vyššího výnosu.

Pavel Uzel, člen představenstva OVB, jedné z největších firem a zároveň nejstarší firmy na trhu, uvedl: „*Trh finančního poradenství v České republice je, ač by si někdo řekl, že po šestnácti letech vývoje už docela zralý, podle mého názoru velmi mladý trh.*“ [21]

Budoucnost finančního poradenství se tedy nese ve znamení růstu a velkého potenciálu. Další otázka je: Jak dlouho to bude trvat? Za jak dlouho bude finančně poradenský trh dostatečně nasycený. Podle mého názoru ještě minimálně 10 let. Při tomto odhadu beru v úvahu, že po 16 letech působení finančního poradenství, tyto služby využívá zhruba 15 % obyvatel a také to, že dnešní doba je podle mého názoru již přehlednější a dynamičtější než devadesátá léta.

Zatím se zdá, že doposud se mohli finanční poradci a jiní zprostředkovatelé těžit z informační asymetrie. Pokud se finanční poradenství vydá podobnou cestou jako společnost Partners, čeká tento obor skvělá budoucnost. A díky tomuto přístupu se pomalu vykračuje k rozšíření a k dobrému jménu finančního poradenství.

Literatura

- [1] JELÍNEK, J., **Finanční trhy**, 1. vydání, Praha: Grada Publishing, 1997, ISBN: 80-7169-453-3
- [2] REVENDA, Z., MANDEL, M., KODERA, J., MUSÍLEK, P., DVOŘÁK, P., BRADA, J., **Peněžní ekonomie a bankovníctví**, 4. vydání, Praha: Management press, 2005, ISBN 80-7261-132-1
- [3] Informace z přednášky Ministerstva financí od Milana Šimáčka, **Finanční poradenství 2008**, které se konalo 22.11.2007.
- [4] **Definice ekonomických pojmů**, [cit: 2008-2-20], zdroj: www.business.center.cz - Pojmy
- [5] **O stavebním spoření**, [cit: 2008-2-20], zdroj: www.acss.cz – Co to je
- [6] **Co je penzijní připojištění**, [cit: 2008-2-20], zdroj: www.apfcr.cz
- [7] **O leasingu**, [cit: 2008-2-20], zdroj: www.seznam.cz – Encyklopedie – Co je co
- [8] ANTOŠ, O., **Jak dlouho ještě potrvá hypoteční boom**, 14.6.2005, [cit: 2008-2-20], zdroj: www.mesec.cz – Bydlení – Hypotéky.
- [9] **Průzkum Trendy v bydlení**, zadavatel: GE Money bank, a.s., provedl: TNS AISA, srpen – září 2007 v ČR, Maďarsku, Polsku, Rumunsku a Rusku, na reprezentativním vzorku dospělé populace, zdroj: tisková zpráva GE Money bank, Praha, 25.10.2007.
- [10] Informace z přednášky České asociace pojišťoven od Jaroslava Mesršmída, **Vývoj pojistného trhu a výzvy pro zprostředkování pojištění**, které se konalo 22.11.2007.
- [11] Informace z interních dokumentů a školeních společnosti Partners For Life Planning, a.s.. Informace získané z přednášek a seminářů na téma „Potenciál finančního poradenství“ v letech 2007 – 2008.
- [12] **Zpracované dokumenty EFAMA (The European Fund and Asset Management Association) a AKAT ČR (Asociace pro kapitálový trh České republiky)**, [cit: 2008-2-20], zdroj: www.akatcr.cz – Dokumenty EFAMA.

- [13] **Finanční gramotnost – Kvalitativní výzkum pro MF**, zadavatel: Ministerstvo financí ČR, provedl: Stem/Mark, červenec 2007, reprezentativní vzorek dospělé populace, 811 respondentů, zdroj: www.mfcr.cz – Finanční trh – Finanční vzdělávání.
- [14] ŠABATKA, J., **Mediální obraz investování v ČR**, 7.1.2008, [cit: 2008-2-20], zdroj: www.finmag.cz
- [15] **Jak vidí finanční poradenství nezávislý výzkum**, zadavatel: Fincentrum finanční poradenství, a.s., provedl: Mediasearch, září 2006, reprezentativní vzorek dospělé populace (18-64), 508 respondentů, zdroj: <http://finweb.ihned.cz> , 14.12.2006
- [16] **Afiz o sobě**, [cit: 2008-2-20], zdroj: www.afiz.cz
- [17] **O USF**, [cit: 2008-2-20], zdroj: www.usfcr.cz – O unii
- [18] **AKAT ČR**, [cit: 2008-2-20], zdroj: www.akater.cz – O asociaci - Činnost
- [19] **O společnosti Partners**, [cit: 2008-2-20], zdroj: www.partners.cz – O nás
- [20] **O ukazateli TANK a PER**, [cit: 2008-2-20], zdroj: www.t-a-n-k.cz – tabulka tank
- [21] Informace z přednášky webového portálu investujeme.cz od Petra Zámečnicka, **Vývoj poradenského trhu v ČR**, které se konalo 22.11.2007.
- [22] BORKOVEC, P., **OVB a kvalita trhu**, 25.3.2008, [cit: 2008-2-20], zdroj: www.finmag.cz

Přílohy

1. Finanční plán vytvořený 21.4.2008 poradcem ze společnosti Partners For Life Planning, a.s.