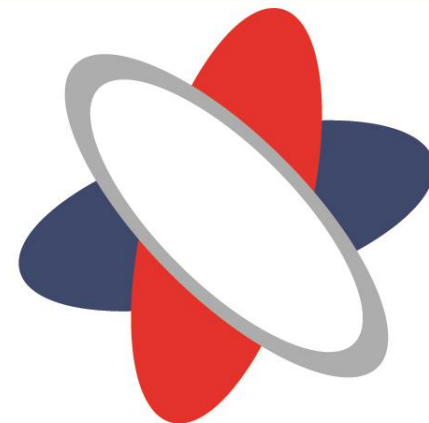

USF



Unie společností finančního zprostředkování a poradenství

Ochrana spotřebitele na finančním trhu: Cui bono?

Jiří Šindelář

Rozvoj a inovace finančních produktů - VŠE, 16.2.2018

- Ochrana spotřebitele se stala mantrou našeho věku.
- Chránit spotřebitele chce každý: úředníci, politici, NGOs, dokonce i samotný byznys.
- Nutnost vše zaobalovat do této mantry je vlastně jedna z odrůd novodobé politické korektnosti.

Aby to prošlo, musíte to zaobalit jako ve prospěch spotřebitele.

- Nominálně stojí zvyšování ochrany spotřebitele na předpokladu, že jeho přínosy převyšují náklady vyplývající z jeho zavádění.
- **Je tomu opravdu tak?**

- Přecenění přínosů
- Podcenění explicitních nákladů
- Nezahrnutí implicitních nákladů
- Minimální empirická základna a celková nekvalita RIA

- Kvalitativní relevance „přínosů“ pro průměrného spotřebitele
 - *charakteristiky opcí*
 - *informaci o povaze a zdroji střetu zájmů*
 - *přímý podíl zprostředkovatele na hlasovacích právech pojišťovny*
- Kvantitativní relevance „přínosů“ pro průměrného spotřebitele
 - *34 informačních bodů (!!!)*
- Negativní působení některých „přínosů“
 - *cooling off periody, úvěruschopnost*

Podcenění explicitních nákladů



- Dlouhodobá účelová minimalizace přiznaných nákladů na straně bvznavsu...

- *S*
- *se*
- *ná*
- *tě*
- ...příp
- *Z*
- *so*
- *ply*
- *ele*



ito

řadu z í.

*e oproti
lepší,
yužívání*

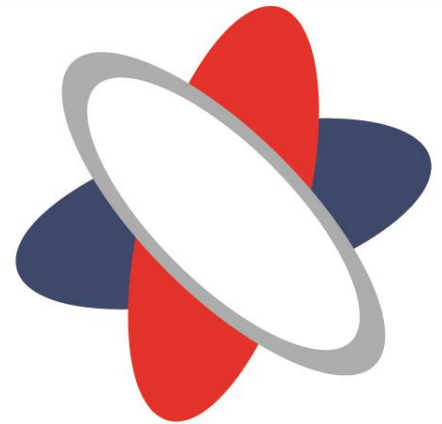
- ...doprovázené přeceňováním efektu vysoké konkurence na trhu.

- Většina důvodových zpráv by nikdy nemohla projít recenzním řízením v jakémkoliv lepším časopise.
- Převažuje dojmologie a klišé místo empirických fakt.
- Účelová distorze přínosů a nákladů „aby to vyšlo“.
- RIA oponentura je často nekvalifikovaná fraška.

- Hlasují „nohama“, odchodem za nižšími cenami mimo regulovanou zónu:
 - Uber
 - Airbnb
 - Fintech
- Odmítají vůbec inkasovat „přínosy“:
 - stohy papírů
 - tuny formulářů a prohlášení
- Vykazují i přes veškerou regulaci a neustálý příběh o finanční gramotnosti jen o málo zodpovědnější finanční chování.
 - *Stát nás přece ochrání...*

- Současné paradigma ochrany spotřebitele se musí od základů změnit.
- Od byznysu některých politiků & státních úředníků („něco děláme“) posilujícího oligopoly velkých firem se musíme posunout ke skutečně efektivní ochraně zákazníků.
- Regulace musí být striktně evidence-based, nikoliv feeling-based.
- Nutnost pravidelné revize a deregulace + přiměřenosti pravidel.
- Striktní důraz na RIA proceduru a korektní vyčíslení reálných přínosů vs. úplných nákladů. Konečný účet k posouzení voličům u voleb.

USF



Děkuji za pozornost!

jiri.sindelar@usfcr.cz