

Financování penze reverzní hypotékou

Bakalářská práce

Vedoucí práce:

Ing. David Kučera

Aneta Handlířová

Brno 2016

Touto cestou bych chtěla poděkovat vedoucímu své bakalářské práce Ing. Davidu Kučerovi za odborné vedení, jeho čas a ochotu. Dále bych ráda poděkovala všem respondentům, kteří se zúčastnili dotazníkového šetření a tím mi pomohli práci utvořit. Velké díky také patří společnosti FINEMO.CZ, konkrétně Ing. Marku Rokoskému a Ing. Jiřímu Vránkovi, kteří mi po celou dobu byli k dispozici a poskytli mi velmi cenné informace.

Čestné prohlášení

Prohlašuji, že jsem tuto práci: **Financování penze reverzní hypotékou** vypracoval/a samostatně a veškeré použité prameny a informace jsou uvedeny v seznamu použité literatury. Souhlasím, aby moje práce byla zveřejněna v souladu s § 47b zákona č. 111/1998 Sb., o vysokých školách ve znění pozdějších předpisů, a v souladu s platnou *Směrnicí o zveřejňování vysokoškolských závěrečných prací*.

Jsem si vědom/a, že se na moji práci vztahuje zákon č. 121/2000 Sb., autorský zákon, a že Mendelova univerzita v Brně má právo na uzavření licenční smlouvy a užití této práce jako školního díla podle § 60 odst. 1 Autorského zákona.

Dále se zavazuji, že před sepsáním licenční smlouvy o využití díla jinou osobou (subjektem) si vyžádám písemné stanovisko univerzity o tom, že předmětná licenční smlouva není v rozporu s oprávněnými zájmy univerzity, a zavazuji se uhradit případný příspěvek na úhradu nákladů spojených se vznikem díla, a to až do jejich skutečné výše.

V Brně dne 23. května 2016

Abstract

HANDLÍŘOVÁ, A. Financing of pension by reverse mortgage. Bachelor thesis. Brno: Mendel University, 2016.

This Bachelor thesis discusses market segmentation while introducing a new product, the reverse mortgage on the Czech financial market. The main task is to find the segments for which product is designed and subsequently make the recommendations for the management of these segments. Furthermore, the calculation of product is performed on the preferred segment and the management is provided other recommendations about product. The thesis also includes the evaluation of marketing research, the secondary data, the detailed description of product, its advantages, disadvantages and risks.

Keywords

Reverse mortgage, market segmentation, marketing, management, marketing research

Abstrakt

HANDLÍŘOVÁ, A. Financování penze reverzní hypotékou. Bakalářská práce. Brno: Mendelova univerzita v Brně, 2016.

Tato bakalářská práce se zabývá segmentací trhu při zavádění nového produktu, reverzní hypotéky, na český finanční trh. Hlavní náplní práce je nalezení cílové skupiny klientů, pro které by byl produkt vhodný a následná doporučení pro management k těmto segmentům. Dále je provedena kalkulace produktu na preferovaný segment a podána další doporučení managementu o produktu. Součástí práce je také vyhodnocení dotazníkového šetření, sekundárních dat, detailní popis produktu, jeho výhody, nevýhody a rizika.

Klíčová slova

Reverzní hypotéka, segmentace trhu, marketing, management, marketingový výzkum

Obsah

1	Úvod a cíl	11
1.1	Úvod.....	11
1.2	Cíl.....	11
2	Metodika práce	13
3	Zajištění ve stáří	14
4	Reverzní hypotéka	16
4.1	Historie reverzní hypotéky u nás a ve světě.....	16
4.2	Požadavky na klienta	17
4.3	Výše úvěru.....	17
4.3.1	Ocenění nemovitosti	17
4.4	Zajištění nemovitostí	18
4.5	Doba splatnosti reverzní hypotéky	18
4.6	Náklady Reverzní hypotéky	19
4.7	Výhody a nevýhody reverzní hypotéky	19
4.7.1	Výhody pro dlužníka.....	19
4.7.2	Nevýhody pro dlužníka.....	20
4.8	Rizika věřitele	21
4.9	Reverzní hypotéka v České republice	22
4.9.1	Finemo.cz.....	22
4.9.2	Budoucnost Reverzní hypotéky v České republice.....	23
5	Tržní segmentace	24
5.1	Segmentace trhu.....	24
5.1.1	Podmínky segmentace trhu	24
5.1.2	Segmentace trhu dle jednotlivých kritérií	25
5.2	Segmentová strategie	26
6	Marketingový výzkum	27

7	Praktická část	28
7.1	Sběr dat.....	28
7.2	Prognóza tržní poptávky	28
7.2.1	Neudržitelný první pilíř	28
7.2.2	Příjmy versus spotřeba	30
7.2.3	Důchody s exekuční srážkou.....	31
7.3	Segmentace trhu	32
7.3.1	Demografická segmentace	33
7.3.2	Psychografická segmentace.....	40
7.3.3	Behaviorální segmentace	40
7.4	Profilování.....	42
7.5	Vyhodnocení vybraných otázek vzhledem k segmentům.....	43
7.5.1	Rodinný stav vybraných segmentů	43
7.5.2	Finanční situace segmentů	44
7.6	Průběh získání produktu.....	46
7.6.1	Profil klienta	47
7.6.2	Seznámení s produktem	47
7.6.3	Výpočet výše úvěru.....	47
7.6.4	Náklady spojené s úvěrem	48
7.6.5	Způsob zajištění nemovitosti.....	48
7.6.6	Platební schopnost klienta.....	48
7.6.7	Výsledky	49
8	Doporučení pro management	53
9	Závěr	56
10	Literatura	58
11	Seznam obrázků	61
12	Seznam tabulek	62
A	Dotazník	64

1 Úvod a cíl

1.1 Úvod

Bakalářská práce se zabývá problematikou financování stáří. Toto téma je nyní velmi aktuální. Státu sice není lhostejný budoucí stav české populace, ale důchodové reformy nefungují tak jak by měly. Největší problém je shledáván v demografickém vývoji obyvatelstva, konkrétně stárnutí obyvatelstva a nízká porodnost. Do budoucna stále ubývá aktivního obyvatelstva, které přispívá do prvního pilíře, ze kterého jsou financovány starobní, invalidní, pozůstalostní důchody a jiné dávky. Situace je do budoucna jen málo udržitelná. Už nyní jsou důchody financovány na dluh (Nejvyšší kontrolní úřad [online], 2015). Na základě studie Evropské Unie z roku 2009, jsem se rozhodla zhodnotit zajištění penzistů reverzní hypotékou, které by mohlo být částečným řešením problémové situace (Equity release part1, part2, part3 [online], 2009).

Reverzní hypotéka je nový finanční produkt na českém trhu, který může řešit aktuální finanční krizi důchodce. Reverzní hypotéka je průběžně nesplácený bezúčelový úvěr jištěný nemovitostí, který bude v práci detailně popsán. Bude vysvětleno fungování, historie produktu, výhody, nevýhody, rizika s ní spojené. V zahraničí je tento produkt již velmi populární. Nejvíce je využíván v USA, Kanadě, Austrálii a na Novém Zélandu. V posledních letech je zaváděn i v zemích Evropské Unie například ve Francii, Velké Británii, Švédsku, Německu a Rakousku, kde se produkt stává velmi populárním.

V praktické části na základě segmentace bude nalezena cílová skupina, která by daný produkt mohla využít. Segmentace je z hlediska marketingu jedna z nejdůležitějších činností. Společnost, která vstupuje na trh s novým produktem, musí vědět o svých potenciálních klientech co nejvíce podrobností. Musí si definovat svůj cílový trh.

Dále v práci na základě zjištěného segmentu bude provedena kalkulace produktu a vyhodnocení o využitelnosti tohoto produktu pro daný segment.

Závěrem budou vyvozena doporučení pro management, který bude Reverzní hypotéku nabízet.

Práci na toto téma jsem si vybrala z důvodu aktuálnosti tohoto problému. Reverzní hypotéka je českými medii velmi kritizována, a proto mě zaujala myšlenka rozebrat tuto problematiku do hloubky.

1.2 Cíl

Cílem práce je podat doporučení pro management firmy při zavádění nového produktu na český trh o cílové skupině potenciálních klientů. Segmentace je jedna z nejdůležitějších činností každé firmy. Zajišťuje efektivnost, atraktivitu a konkurenční schopnost na trhu.

Dílčím cílem práce bude vyhodnocení produktu aplikovaného na zjištěnou cílovou skupinu. Proběhne ověření, zda je produkt pro vybraný segment vhodný. Závěrem práce bude doporučení pro management s návrhy nových řešení.

2 Metodika práce

V rámci teoretické části budu využívat jak českých tak zahraničních zdrojů. Zahraniční zdroje budou tvořit převážně webové stránky institucí, které nabízejí tento druh produktu, jako například britská pojišťovna AVIVA nebo americká společnost American Advisors Group. Dále mi dosti pomohla k nastudování této problematiky studie Evropské Unie z roku 2009, která popisovala reverzní hypotéku do hloubky. Reverzní hypotéka byla donedávna pouze zahraniční produkt, který není na českém trhu zatím publikovaný. Reverzní hypotéka je diskutována pouze českými medii.

Dále budu využívat dat z Českého statistického úřadu a České správy sociálního zabezpečení pro zjištění demografických trendů do budoucna, spotřebě obyvatelstva, mzdové situaci, vývoj důchodů a další podklady potřebné k definování cílové skupiny. V práci také využiji dotazníkového šetření, díky kterému získám také primární data. Tyto data mi pomohou získat subjektivitu dosti objektivních sekundárních dat. Zjištěné údaje mi pomohou rozklíčovat cílovou skupinu potenciálních klientů Reverzní hypotéky, která si hledá na českém trhu své místo. Závěrem bude doporučení pro management při zavádění tohoto produktu.

Na základě zjištění cílové skupiny provedu kalkulaci produktu a popíši celý proces vyřízení reverzní hypotéky. V práci bude popsáno, jaké podmínky musí klient splňovat, jaká rizika jsou s tímto produktem spojena, výše nákladů a další potřebné informace, které by si měl potenciální klient uvědomit, jelikož se jedná o velmi specifický produkt. Tyto informace získám od společnosti Finemo.cz, která zavádí pilotní program reverzní hypotéky na českém trhu.

3 Zajištění ve stáří

Při odchodu do penze poznamená většinu lidí prudký pokles životní úrovně. Dle Českého statistického úřadu byl v roce 2015 medián mezd 22 531 Kč a medián penze 11 000 Kč (CZSO [online], 2015). Zde je jasně zřejmé, že dojde k snížení příjmů o celou polovinu. Dnešní penzisté neměli takové možnosti se zajistit do budoucna jako generace 21. století, která může využívat investičních životních pojištění či třetího pilíře. (Horáček [online], 2015)

I když došlo v tomto roce navýšení základu důchodu o 40 Kč a byl vyplacen všem jednorázový příspěvek 1 200 Kč, těžkou finanční situaci penzistů to nezmění (ČSSZ [online], 2015). Proto jsou většinou odkázáni na jiná řešení, kterými mohou být:

- Najít si zaměstnání – nyní pracuje v České republice kolem 150 000 důchodců.
- Úvěr – ten je pro většinu penzistů nereálnou možností u bankovních společností, dále se mohou obrátit na nebankovní „rychlé půjčky“, což je dostane do mnohem horší situace, než v které se nacházeli.
- Kreditní karta – jde o jistý druh úvěru, který řeší situaci jen z krátkodobého hlediska. Pokud nedojde k splácení, připisují se vysoké sankční úroky
- Finanční výpomoc od rodiny (Vránek, 2015)

V České republice je evidováno přibližně 2 400 000 seniorů, což tvoří 25 % z celkového obyvatelstva. Polovina všech seniorů vlastní nemovitost, dům či byt (Palentová [online], 2015). Ti mohou svou těžkou finanční situaci vyřešit následovně:

- **Prodej domu s právem na dožití** - jedná se o tak zvané věcné břemeno, které je v Novém Občanském zákoníku definováno jako osobní služebnost. Věcné břemeno omezuje vlastníka nemovitosti ve prospěch někoho jiného tak, že je povinen něco opakovaně nebo dlouhodobě strpět. Věcné břemeno se zapisuje do katastru nemovitostí pod konkrétní dům či byt. Věcné břemeno zaniká se smrtí trpěné osoby (Zákony pro lidi [online], 2016). Z reálné praxe je dokázáno, že tato možnost je výhodná vždy jen pro jednu stranu a přináší do života spoustu problémů a komplikací (Jakešová [online], 2008)
- **Prodej nemovitosti a koupě levnější nemovitosti** - partneři nebo vdovy/vdovci v důchodovém věku většinou vlastní nemovitosti nepřiměřeně velké potřebám, s kterými je spojeno nemálo starostí. Jedná se konkrétně o finanční náklady (inkaso, opravy, údržba) a práce s ní spojené, které nejsou pro penzistu lehkou záležitostí. Proto je pro takové lidi nejlepším řešením nemovitost prodat a koupit levnější a menší variantu. Na druhou stranu jsou tu lidé, kteří mají na své domovy silnou citovou vazbu. Celý život zde strávili, o dům řádně pečovali, vychovali zde své potomky a je pro ně nesnadnou úlohou ve stáří dům opustit (Vránek, 2015).

- **Prodej nemovitosti a bydlení v nájmu či pečovatelském domě** - prodejem nemovitosti získají senioři sice velký obnos peněz, ale tím, že si pronajmou menší byt či místo v pečovatelském domě získaná suma rychle zmizí. Tato varianta je řešením do horizontu deseti let. Tuto variantu ocení lidé, kteří nejsou až tak vázáni na svůj domov, v minulosti byli zvyklí se stěhovat a nemají dědice, kterým by odkázali svou nemovitost (Vránek, 2015).

4 Reverzní hypotéka

Vlastní bydlení je důležitý prvek pro zajištění klidného stáří. Senioři během svého života šetřili a dnes žijí ve vlastním domě či bytě, který obvykle představuje jejich největší majetek. Zároveň pobírají důchod, který je ale často příliš nízký na to, aby uspokojil veškeré jejich životní potřeby. Navíc ceny potravin, energie, lékařské péče a ostatních služeb neustále rostou a mnoho lidí v důchodovém věku se dostává do nelehké finanční situace. Představuje to jistý paradox života **nemovitost bohatá vs. peníze chudé**. Tuto situaci by mohla vyřešit Reverzní hypotéka (Bardhan, Edelstein, Kroll, 2011).

Reverzní hypotéka, nebo také zpětná hypotéka se na českém trhu řídí zákonem č. 145/2010 Sb., o spotřebitelském úvěru. Nová společnost nabízející tento druh produktu jej označila komerčním názvem Renta z nemovitosti. Tato hypotéka je průběžně nesplácený, bezúčelový úvěr, který je vyplacen jednorázově nebo postupně. Úvěrová smlouva je uzavřena na doživotí a zajištěna zástavním právem k nemovitosti, kterou vlastní klient. Dlužník nesplácí nic po celou dobu trvání úvěrové smlouvy. Peníze se splatí až po jeho smrti, dřív jen v případě odstěhování nebo když si sám bude přát úvěr splatit předčasně (Renta z nemovitosti [online], 2015).

4.1 Historie reverzní hypotéky u nás a ve světě

V roce 2008 se pokoušela vstoupit na český trh s myšlenkou reverzní hypotéky maďarská společnost Hild. Ta chtěla nabízet prodejní formu reverzní hypotéky, která je založena na myšlence prodeje nemovitosti a převodu vlastnictví na společnost hned při podpisu smlouvy. Společnost by pak vyplácela jednorázovou nebo postupnou rentu do smrti klienta. S touto variantou je spojeno velké riziko pro klienta. Pokud by klient zemřel do dvou let od podpisu smlouvy, společnost by získala dům například za 2 miliony korun a klientovi by stihla vyplatit pouze 200 tisíc korun. Společnost narazila na velkou kritiku České národní banky a navíc si vysloužila nelichotivé označení „Obchodník se smrtí“ podle novinového deníku Mladé fronty dnes. Společnost by potřebovala pro vstup dle českého zákona speciální licenci od České národní banky, kterou ovšem nezískala. Tato forma reverzní hypotéky je využívána ve světě jen v 5 % případů. (Palentová [online], 2015)

Původní produkt reverzní hypotéky vznikl zhruba před 30 lety ve Spojených státech Amerických. Ten byl zprvu určen pro ovdovělé ženy, které neměly dostatek financí a chtěly dožít ve svých domovech. Produkt se postupně rozšířil do ostatních zemí po celém světě. Nejúspěšnější je v USA, Kanadě, Austrálii, Novém Zélandu. Aktuálně se rapidně rozšiřuje i do zemí Evropské unie jako Velká Británie, Irsko, Španělsko, Švédsko, Itálie, Německo či Rakousko. Evropská Unie si nechala zpracovat v roce 2009 rozsáhlou studii o Reverzní hypotéce, jelikož chtěla zjistit, zda by produkt mohl být řešením důchodových krizí v evropských státech. (Renta z nemovitosti [online], 2015)

4.2 Požadavky na klienta

- Být ve věku 60 let a starší
- Je vlastníkem nemovitosti nebo vlastní značnou část
- Musí mít trvalé bydliště na dané nemovitosti
- Nesmí být delikvent, poskytovatel požaduje aktuální výpis z Rejstříku trestů
- Dále poskytovatel požaduje zprávu obvodního lékaře o zdravotním stavu klienta
- Musí mít finanční zdroje, aby i nadále včasné platil za poplatky za správu nemovitosti, jako jsou daně z majetku, pojištění a poplatky s ní spojené. (Renta z nemovitosti [online], 2015)

4.3 Výše úvěru

Podle Dvořáka (2005) je úvěr hypotéky, tedy i Reverzní hypotéky spjat s nemovitostí, která tvoří jeho zástavu. Jeho výše je omezena dvěma základními faktory, kterými jsou:

- **Stáří žadatele** – reverzní hypotéka, jak už bylo zmíněno, je od 60 let věku. Výše úvěru pak záleží na stáří žadatele. Čím je klient starší, tím mu je vyplacena vyšší částka z ceny nemovitosti. Toto demonstruje následující tabulka (Renta z nemovitosti [online], 2015).

Tab. 1 Dosažená výše úvěru

Věk klienta	Průměrná výplata (v procentech z ceny nemovitosti)
60	cca 15 %
70	cca 25 %
75	cca 35 %
80	cca 45 %
85	cca 50 %

Zdroj: Materiály poskytnuté společností Finemo.cz

- **Hodnota nemovitosti** – výše úvěru také záleží na hodnotě nemovitosti. Abychom zjistili, na jaký úvěr lze dosáhnout, musí se provést ocenění nemovitosti.

Úvěr lze čerpat několika možnostmi, a to postupnou měsíční rentou, jednorázovou výplatou nebo kombinací těchto dvou možností.

4.3.1 Ocenění nemovitosti

K ocenění nemovitosti se běžně používají online kalkulačky, které jsou založeny na historickém základu a vývoji cen nemovitostí. Cena nemovitosti je bohužel jen

hrubý odhad, ale pro určení výše úvěru to společnosti Finemo.cz postačuje (Vránek, 2015).

Pokud je nemovitost specifitější, na náklady klienta musí proběhnout odborný odhad, který provádí kvalifikovaný pracovník. Tato metoda je založena na principu srovnání oceňované nemovitosti s jinou, srovnatelnou nemovitostí, která byla skutečně prodána. Celková cena se upraví o skutečné metry čtvereční a o indexy parametrů nemovitosti. Výsledkem je pak tržní cena nemovitosti, která určuje výši úvěru (Kotula [online], 2011).

Ovlivňující faktory ceny nemovitosti

V realitě existuje hned několik faktorů, které dokáží hodnotu domu zvýšit či snížit. V hlavní řadě se jedná o lokalitu. Je velký rozdíl pokud člověk vlastní velkou vilu v centru Brna nebo u dálnice. Dále záleží na velikosti a typu přiléhajícího pozemku, zda se jedná o svah na severní stranu či krásnou úrodnou rovinu. Další faktory, které výrazně ovlivňují cenu nemovitosti, jsou infrastruktura, způsob vytápění, stáří a technický stav, výhled a další (Hudečková, Jakešová [online], 2005).

4.4 Zajištění nemovitosti

Dle Kašparovské (2010), nemovitosti jsou vhodným zajištěním hypotečních úvěrů, a to hlavně z důvodu, že nemovitosti jsou neprenosné, mají vysokou a stálou hodnotu, kterou lze jednoduše ocenit, vlastnictví je dané a jejich životnost je dlouhodobá.

Zajištění nemovitostí je upraveno v ObčZ, konkrétně paragrafem 1309-1394. Základem zástavního práva je, pokud dlužník nedostojí svým povinnostem ze závazkového vztahu, věřitel je oprávněn uspokojit svoji pohledávku i příslušenství (například úroky) zastavenou věcí, která je ve vlastnictví dlužníka. Zástavní právo k nemovité věci se vkládá do katastru nemovitostí zápisem zástavní smlouvy s úředně ověřenými podpisy zástavců. (Janků, Kelblová, Uhlířová, Zapletalová, 2014).

Pokud dojde ke splatnosti Reverzní hypotéky v případě úmrtí dlužníka, vlastnictví nemovitosti přechází na dědice. Ti sami rozhodnou, zda úvěr splatí a zastavený dům si ponechají, nebo dům prodají a částí úvěr splatí a zbylou část peněz si ponechají. Na základě toho je možné podat návrh na smazání zástavního práva z katastru nemovitostí. (Vránek, 2015).

4.5 Doba splatnosti reverzní hypotéky

Zajímavostí reverzní hypotéky je, že není průběžně splácena. Splatnost tohoto druhu úvěru je v prvním případě smrti klienta. Pokud se jedná o manžele a nemovitost je ve vlastnictví obou, dochází ke splacení až smrtí posledního z nich. Dále pokud se majitel rozhodne nemovitost prodat, tím by porušil smlouvu a musel by splatit úvěr. Nemovitost bude déle jak 6 měsíců neobydlená a neudržovaná nebo pokud majitelé nemovitosti opakovaně porušují náležitosti smlouvy, zejména po-

kud neplatí účty spojené s nemovitostí a o nemovitost se přestanou řádně starat (AVIVA [online], 2016).

Novelizací zákona o spotřebitelském úvěru, která je připravována v tomto roce, nařizuje, že je úvěr možné kdykoliv předčasně splatit. Dle vyjádření Mikoláška (2015) bude možné všechny typy úvěrů splatit, avšak za jiných podmínek. Dojde tak ke snížení nákladů pro klienta, které by se zvyšovaly z důvodu nesplatnosti úvěru. Poskytovatel bude také chráněn a bude mít právo na náhradu účelně vynaložených nákladů, které mu vzniknou s předčasným splacením. Poplatky ale budou mít jistá omezení a to u spotřebitelských úvěrů, kdy částka nesmí přesáhnout 1 % z předčasně splacené jistiny úvěru, pokud by do úplného splacení úvěru zbývalo déle jak rok. Pokud to bude do jednoho roku, nesmí náklady převýšit 0,5 % z předčasně splacené části úvěru a dále pak poplatky za předčasné splacení nesmí být vyšší než zaplacený úrok za dobu od předčasného splacení do skončení úvěru.

4.6 Náklady Reverzní hypotéky

Reverzní hypotéka je proslulá tím, že se jedná o velmi nákladový produkt. Nebankovní i bankovní společnosti si účtují nemalé peníze za servis, který je samozřejmostí. Sám produkt už je velmi nákladný.

Dalším nákladem je dost vysoká úroková sazba. Dle Sekerky (1998) je úrok částka, kterou je dlužník povinen zaplatit za to, že mu věřitel peníze zapůjčil. Je to takzvaná kompenzace pro věřitele, který peníze nemůže dále využívat a podstoupil riziko spojené se zapůjčením.

Kvalitnějším ukazatelem ceny úvěru pro klienta je RPSN. Jak uvádí Vacek (2015) RPSN udává procentuální podíl z dlužné částky, kterou musí klient zaplatit navíc za období jednoho roku. RPSN je mnohem komplexnější ukazatel. Obsahuje veškeré poplatky a další platby, které je klient povinen platit.

Na druhou stranu Kašparovská (2010) uvádí, že RPSN není až tak vhodným ukazatelem. Zákon totiž nezakotvuje přesnou definici, co tento ukazatel musí obsahovat za poplatky a provize. Banky často skrývají další poplatky.

Za další náklad můžeme považovat služby notáře, služby za ocenění nemovitosti, pojištění nemovitosti a vedlejší náklady (doprava, čas a další).

4.7 Výhody a nevýhody reverzní hypotéky

4.7.1 Výhody pro dlužníka

1. Neprobíhají žádné splátky. Vše je splatné až po smrti klienta nebo v případě zrušení smlouvy.
2. Příjmy z úvěru nijak neovlivní výši penze.
3. Výnosy z reverzní hypotéky nepodléhají dani z příjmu.

4. K určení výše úvěru není až tak důležitý zdravotní stav majitele domu. K posouzení se používá hlavně hodnota domu a stáří dlužníka.
5. Platby lze přijímat několika možnými způsoby.
6. Majitel domu může v poklidu zestárnout ve vlastním domě. Vyvaruje se náročnému prodeji domu.
7. Vlastníci domu drží titul majitele domu, dokud nezemřou, neprodají dům či nevyprchá doba funkčního období úvěru. Nemovitost je pouze zajištěna zastavním právem.
8. Počáteční náklady mohou být započítány do výše úvěru, na místo zaplacení hned na samotném začátku.
9. Peníze mohou být použity za jakýmkoli účelem. Může se jednat o domácí opravy a úpravy, zdravotnické potřeby, relaxaci, splacení jiných dluhů a jiné
10. S dlužníkovým věkem roste i jeho hodnota domu. Množství zapůjčených peněz se může zvyšovat.
11. Nesplácí se více, než je hodnota nemovitosti. (Aag [online], 2016)

4.7.2 Nevýhody pro dlužníka

1. **Rychle rostoucí úroky** - dlužníci nemusí splácet měsíční splátky jejich reverzní hypotéky, ale nicméně úrok se stále přičítá k jejich úvěru. V důsledku toho bude vypůjčená částka rychleji a rychleji stoupat v čase. Vzhledem k tomu, že žádné měsíční splátky nejsou realizovány, bude výše úroků růst rychleji než u běžných spotřebitelských úvěrů, avšak celková dlužná částka úvěru nebude nikdy převyšovat hodnotu domu. Úroková sazba z úvěru je variabilní, každý rok se upravuje dle vývoje na finančním trhu. Nová výše úrokové sazby se stanoví jako součet předchozí úrokové sazby a rozdílu roční mezi-bankovní úrokové sazby PRIBOR k počátku nového kalendářního roku a k počátku předchozího kalendářního roku.
2. **Vysoké náklady** – s reverzní hypotékou jsou spojeny velmi vysoké náklady. Jak už při jejím pořízení tak v průběhu čerpání. Klient musí zaplatit počáteční servisní poplatky společnosti, které jsou u reverzní hypotéky stanoveny na přibližně 30 tisíc korun. Dále musí zaplatit náklady spojené s oceněním nemovitosti, poplatky u notáře a další. Pokud klient dosáhne v průměru na úvěr 30 % hodnoty nemovitosti, který je splatný až po smrti a klient se dožije požitelného věku, úroky mohou tvořit 70 % celého úvěru. Velkou roli zde hraje čas, který je neovlivnitelný a cenný.
3. **Komplikovaný proces** - reverzní hypotéka je hypoteční úvěr, avšak obráceným způsobem. S klasickou hypotékou dlužník obdrží hotovost dopředu a úvěr splatí v průběhu času. Reverzní hypotéka je jiná. Dlužník sbírá peníze v průběhu času a zaplatí vše zpět, když už nepobývá v domě, zemřel či se rozhodl úvěr ukončit. Základní principy tohoto produktu se mohou zdát zvláštní

pro většinu lidí, což může vést k chybám, jako slepě věřit poskytovateli či nezajistit si na počátku dostatek informací o průběhu celého úvěrového procesu.

4. **Ztráta dědictví** – velkou nevýhodou pro dlužníka je nemožnost přenechat svoji nemovitost, která je zatížena zástavním právem, dědicům. Úvěr se totiž stává splatným po smrti klienta. Rodina tak přichází o velký majetek. (Moneysmart [online], 2016)

4.8 Rizika věřitele

Pro věřitele je riziko spojené s nabídkou reverzní hypotéky mnohem složitější. Phillips a Gwin (1993) identifikovali několik typů rizik, kterým čelí reverzní hypoteční věřitel:

Crossover Risk – riziko, které vzniká v důsledku úvěrové hodnoty převyšující hodnotu zastaveného domu. Vzhledem k tomu, že úroková sazba z úvěru účtovaná od dlužníka je obvykle vyšší než míra zhodnocení domu. Hodnota úvěru by zcela jistě přesáhla hodnotu domu v nějakém okamžiku v budoucnosti, nazývajícím se Crossover point.

Crossover Risk je podporován několika činiteli:

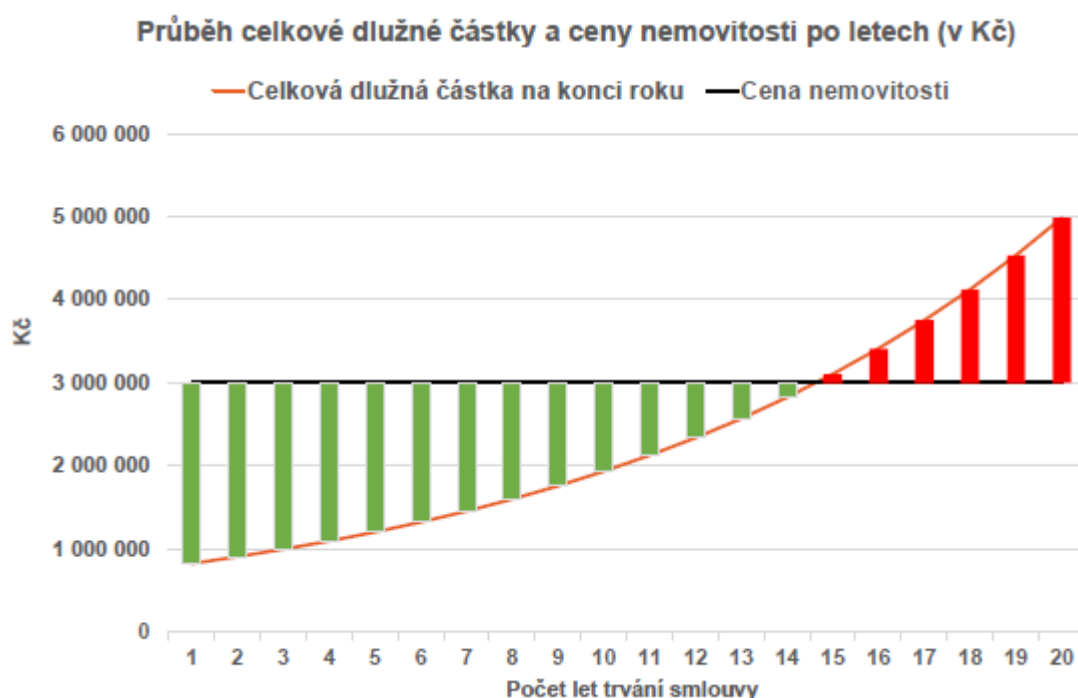
1. **Riziko obsazení** – Atraktivitou reverzní hypotéky je, že umožňuje dlužníkovi zůstat v jeho domě, dokud nezemře. Doba trvání obsazení zastaveného domu se bude zvyšovat s postupnou dlouhověkostí. Obsazení domu po překročení Crossover bodu způsobí ztrátu pro věřitele.
2. **Riziko mobility** – splacení úvěru jinak než smrtí dlužníka je nazváno mobility risk. Jedním z důvodů by mohl být prodej domu na refinancování nebo realizace možného zisku z prodeje díky příznivým realitním trendům. Dalším důvodem by mohlo být zdraví klienta či potřeba ošetrovatelské péče. Nadprůměrná mobilita může způsobit riziko předčasného splacení úvěru a podprůměrná mobilita na druhou stranu riziko obsazení.
3. **Riziko zhodnocení nemovitosti** – Jestliže domy nejsou oceněny na tolik, jak se očekávalo, Crossover point nastane mnohem dříve. Míra zhodnocení majetku se liší v závislosti na lokalitě a typu nemovitosti.

Riziko dlouhověkosti – jedná se o riziko, kdy dlužník žije déle, než se očekávalo. V případě, že dlužník zůstává v jeho domě déle, je větší pravděpodobnost, že hodnota úvěru překročí hodnotu nemovitosti.

Morální hazard – Riziko, kdy dlužník nestandardně či nedbale udržuje svoji nemovitost, neplatí zákonná pojištění a daň z nemovitosti.

Spory – rizika sporů s dědici v průběhu splacení úvěru nebo při předání majetku věřiteli.

Následující obrázek popisuje případovou situaci, kdy klient (75 let) zastavil svoji nemovitost za 3 miliony korun a získal jednorázovou rentu 800 tisíc korun. Na grafu si lze představit dvě situace. Když klient zemře do 15 let, část nemovitosti získají pozůstalí, ale když klient přežije tak zvaný Crossover point, úroky stále narůstají (červené sloupce) a výše úvěru přerostla hodnotu nemovitosti. Většina společností garantuje, že zbylé úroky nad rámec hodnoty nemovitosti nebude po klientovi požadovat (Renta z nemovitosti [online], 2015).



Obr. 1 Průběh celkové dlužné částky a ceny nemovitosti

Zdroj: Propagační brožura společnosti Finemo.cz

4.9 Reverzní hypotéka v České republice

4.9.1 Finemo.cz

Finemo.cz je mladá finanční společnost, která působí na českém trhu jako poskytovatel mimo jiné reverzní hypotéky, které dali specifický název Renta z nemovitosti. Společnost se rozhodla poskytovat úvěrovou formu reverzní hypotéky, která je ve světě poskytována z 95 %. Druhá prodejní forma je na českém trhu nepřijatelná. Tento produkt je na českém trhu velmi krátce. Je poskytován od září 2015. Z pohledu několika expertů je produkt velmi rizikový, a proto se setkal s velkou mediální kritikou. Jednatelé společnosti ale věří, že si produkt své místo na českém

trhu najde a stane se běžným a oblíbeným produktem českých seniorů (Renta z nemovitosti [online], 2015)

Zakladatelé

- **Ing. Marek Rokoský**

zakladatel a jednatel společnosti

Po studiu na Vysoké škole ekonomické v Praze pracoval 10 let na rozličných manažerských pozicích v bankovním sektoru jak v ČR, tak v zahraničí. V roce 2011 potom založil poradenskou společnost KRC partners, kterou v roce 2015 prodal, aby se mohl opět vrátit do světa financí.

- **Ing. Jiří Vránek**

zakladatel a jednatel společnosti

Po studiu financí na Vysoké škole ekonomické v Praze v rámci civilní služby pomáhal seniorům na interně v pelhřimovské nemocnici. Poté měl téměř 15 let na starost controlling ve společnosti Wüstenrot. Rád by přispěl k férovějšímu podnikání v oblasti financí u nebankovních institucí (Renta z nemovitosti [online], 2015).

4.9.2 Budoucnost Reverzní hypotéky v České republice

Řada bankovních institucí se vyjádřila, že o daném produktu do budoucna uvažují. Například Veronika Exnerová z tiskového centra České spořitelny prohlásila, že pokud se objeví poptávka po daném produktu, budou o jeho zavedení do nabídky uvažovat. Dále se v médiích objevilo, že společnost Qwert, za kterou stojí Pavel Ševčík, dlouholetý šéf Českomoravské hypoteční banky, chce přijít na trh také s nabídkou reverzní hypotéky. Je proto namístě definovat, pro koho je produkt ideální a komu jej nabízet (Pelantová [online], 2015).

5 Tržní segmentace

Jak praví Kotler (2007), tržní segmentace je důležitou součástí Cíleného marketingu, neboť jej identifikuje. Dříve se využíval ve velké míře hromadný marketing, který ale není vhodný při zavádění nového produktu. Společnost se pak snaží nabízet produkt všem s katastrofálními výsledky a vysokými náklady. Cílený marketing se snaží obsloužit jednu nebo více skupin klientů, kteří mají stejné potřeby či charakteristiky.

Dle Kotlera (2007) cílený marketing probíhá ve třech navazujících krocích:

1. **Segmentace trhu** – rozdělení trhu na několik skupin, které by o daný produkt měly zájem. Tyto skupiny mají rozdílné potřeby, charakteristiky nebo chování, a proto mohou chtít odlišné produkty, a tudíž marketingové mixy. Na závěr se vypracují profily výsledných segmentů.
2. **Tržní zacílení** – vyhodnocení nalezených segmentů podle atraktivity a výběr těch, kteří jsou pro podnik nejvhodnější.
3. **Tržní umístění** – v rámci tohoto kroku se zvažuje nejvhodnější přístup ke zvoleným segmentům. Závěrem třetího kroku je rámcová představa marketingového mixu, která uspokojí cílový segment.

5.1 Segmentace trhu

Jak uvádí Foret (2011), v současnosti je na trzích vysoká různorodost segmentů. Zákazníci se liší požadavky a přáními k uspokojení svých potřeb, a proto by si firma měla uvědomit, že musí přizpůsobit svou nabídku, aby odpovídala lépe těmto potřebám.

Segmentace trhu má několik výhod, a to hlavně efektivnost. Společnost se může zaměřit na výrobky, služby, distribuční cesty, komunikační programy, které mohou nejlépe obsloužit jejich potenciální spotřebitele. K těmto definovaným segmentům může dále přizpůsobit ceny, produkty a programy, a tím předejít vysoké konkurenci na trhu.

5.1.1 Podmínky segmentace trhu

Jak uvádí Karlíček (2013), aby byla segmentace efektivní, musí být splněno několik podmínek. Hlavní podmínkou je tzv. **vnitřní homogenita** jednoho segmentu a **vnější heterogenita** mezi jednotlivými segmenty. V jednoduchosti řečeno by si všichni v daném segmentu měli být podobní ve svých potřebách, chování a reakcích na marketingové faktory a zároveň by měli být jednotlivé segmenty odlišné.

Kotler (2007) definoval **4 základní faktory**, které by měl splňovat efektivní tržní segment:

1. **Měřitelný** – počet spotřebitelů či jejich kupní síla je důležitý údaj pro úspěšný cílený marketing
2. **Dostupný** – je důležité, aby daný segment byl dosažitelný a bylo možné jej obsloužit.
3. **Významný** – vybraný tržní segment musí být dostatečně velký a výnosný, aby bylo výhodné jej obsloužit
4. **Praktický** – je možné připravit praktické programy pro obsloužení daného segmentu

5.1.2 Segmentace trhu dle jednotlivých kritérií

V současnosti se vyskytuje velké množství způsobů segmentace trhu. Nejslavnější marketér Kotler (2007) uvádí, že pro nejlepší zachycení struktury trhu je potřeba vyzkoušet různá segmentační kritéria.

K základním segmentačním kritériím patří:

- **Geografická**
- **Demografická**
- **Geodemografická**
- **Psychografická**
- **Behaviorální**

Geografická segmentace

Podle tohoto kritéria se trh rozděluje na určité geografické jednotky jako státy, národy, regiony, města. Toto kritérium vychází z předpokladu, že na určitých místech se nacházejí lidé se stejnými potřebami. (Karlíček, 2013)

Demografická segmentace

Na základě této segmentace lze trh rozdělit podle měřitelných kritérií, a to podle věku, pohlaví, sexuální orientace, velikosti rodiny, fáze životního cyklu rodiny, příjmu, vzdělání, náboženského vyznání a národnosti. Díky této segmentaci lze zjistit jasný profil spotřebitele, avšak problém této segmentace je, že neodráží jasné potřeby a přání této skupiny. (Kotler, 2007)

Geodemografická

Tento druh segmentace představuje studium vztahů mezi geografickou lokalitou a demografickými charakteristikami. (Kotler, 2007)

Psychografická segmentace

Při této segmentaci jsou spotřebitelé rozděleni podle životního stylu hodnot či osobnosti. Marketéři se shodují, že psychografické charakteristiky v některých kategoriích představují nejdůležitější segmentační kritérium. (Karlíček, 2013)

Behaviorální segmentace

Kupující jsou členěni podle užitku, který očekávají od produktu, frekvenci užívání, loajality, připravenosti k nákupu, postojům k produktu a další. Podle marketérů se jedná o nejvhodnější segmentační kritérium. (Karlíček, 2013)

5.2 Segmentová strategie

Firmy mohou přistupovat k trhu odlišně. Pokud neprovedou segmentaci trhu a nenaleznou svého cílového zákazníka, přistupuje k trhu nediferencovaným způsobem. Ale jakmile společnost vyhodnotí jednotlivé segmenty, může se rozhodnout, které obslouží. Firma si musí zvolit svůj cílový trh, který má společné charakteristiky a potřeby a dále vybrat jednu ze dvou marketingových strategií, a to mezi diferencovaným a koncentrovaným marketingem.

1. **Nediferencovaný marketing** – tento způsob uspokojení potřeb zákazníka vyplývá z jednoho marketingového mixu. Tento způsob se vyplatí, pokud nejsou rozdíly mezi zákazníky až tak významné. Pro podnik to má hlavní výhodu, a to snížení nákladů na výrobu, reklamu a výzkum.
2. **Diferencovaný marketing** – tento způsob pokrytí trhu je velmi efektivní, avšak je spojen s velkými náklady. Společnost si vybere všechny významné tržní segmenty a pro každý z nich vytvoří vlastní marketingový mix.
3. **Koncentrovaný marketing** – je vhodný pro firmy, které zrovna vstupují na trh nebo nemají až tak velké finanční prostředky. Jedná se o vytvoření jednoho marketingového mixu, který obslouží všechny významné segmenty. (Kotler, 2007)

6 Marketingový výzkum

Jak říká Karlíček (2013, s. 80), marketingový výzkum lze definovat takto: *Systematický sběr, analýza a interpretace informací, které jsou východiskem pro marketingové rozhodování. Jedná se tedy o proces, jehož cílem je získání určitých informací o marketingovém prostředí.*

Výzkumný projekt je tvořen pěti navazujícími částmi. V první části je **stanoven cíl výzkumu**. Marketér si musí uvědomit, co chce výzkumem řešit a jaké informace musí získat. Dalším krokem je **určení zdrojů informací**, primární či sekundární. V následujícím kroku si zvolíme **výzkumnou metodu**, kterými mohou být dotazování, experiment nebo pozorování. Ve čtvrtém kroku proběhne samotný **sběr dat** a v posledním se provede **interpretace posbíraných dat a návrh doporučení** (Karlíček, 2013).

7 Praktická část

Praktická práce bude tvořena několika částmi. V první části práce bude provedena segmentace trhu. Z hlediska marketingu je to nejdůležitější část při zavádění nového produktu na trh. Segmentaci provedu na základě dotazníku, jehož data jsou subjektivní a také pomocí dat z Českého statistického úřadu a Správy sociálního zabezpečení, jejichž data jsou na druhou stranu objektivní. Kombinací těchto dvou zdrojů informací dedukcí a postupným vyvozováním stanovím cílovou skupinu reverzní hypotéky. Tyto výsledky poslouží jako vodítko pro management finančních institucí při zavádění tohoto produktu.

Po nalezení cílového segmentu trhu provedu kalkulaci produktu a zjistím, zda je produkt pro vybraný segment opravdu vhodný.

7.1 Sběr dat

Sběr dat dotazníkovou formou nebylo stěžejní pro moji práci a stanovení výsledku, proto bylo osloveno pouze 100 respondentů. Dotazník byl vytvořen v papírové podobě. Podmínkou pro vyplnění dotazníku bylo minimální věk 60 let a vlastnictví nemovitosti (dům/byt). Tištěná podoba byla rozdána na zasedání Svazu zahrádkářů v Kyjově, v Nemocnici Kyjov a při koncertu dechové hudby Svatobořáci v Kyjově. Dotazník naleznete v přílohách. Dotazník obsahoval 12 základních otázek. Otázky byly pouze uzavřené. Dotazník vyplnilo 100 respondentů naprosto správně díky jednoduchosti daných otázek a mé přítomnosti při vyplňování, a tak nedošlo ke ztrátě žádných dat.

Reprezentativní vzorek respondentů pochází z Jihomoravského kraje, konkrétně z oblasti okresního města Hodonína. Tento vzorek respondentů byl zcela náhodný a přebírá vlastnosti populace.

Další data, která byla pro segmentaci trhu stěžejní, byla získána z Českého statistického úřadu a Správy sociálního zabezpečení.

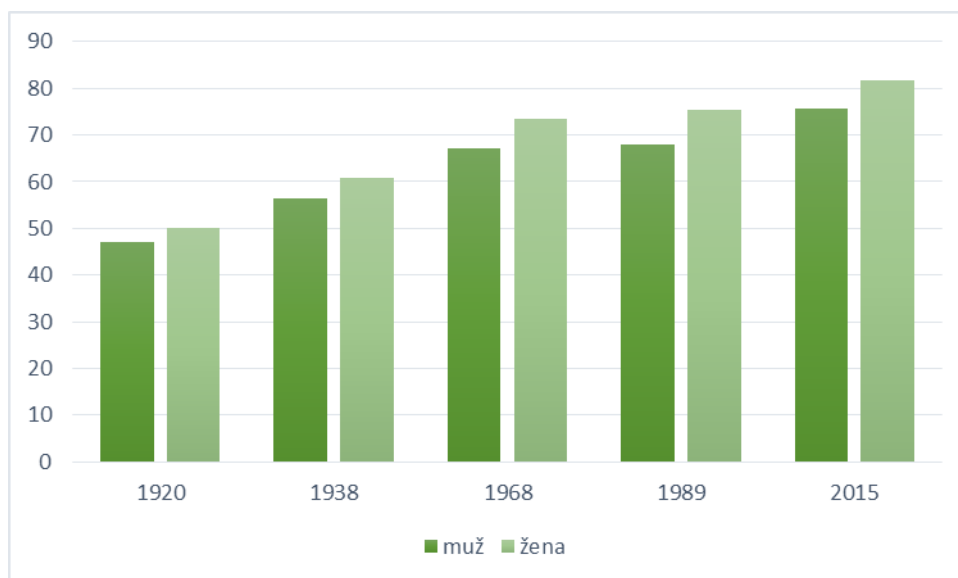
Kombinaci těchto dvou zdrojů považuji za velmi efektivní, jelikož dojde k zařazení velmi neutrálních dat a naopak.

7.2 Prognóza tržní poptávky

7.2.1 Neudržitelný první pilíř

Tržní poptávka po reverzní hypotéce je ovlivněna několika faktory. Hlavním faktorem je dlouhodobě neudržitelný první pilíř českého důchodového systému. Je založen na průběžném financování, který funguje na principu, kdy důchody penzistů jsou vypláceny státem, který je získal výběrem odvodů důchodového pojištění od pracujících části populace. Tento systém je neudržitelný hlavně z důvodu demografických trendů.

- **Prodlužuje se střední délka života.** Jak můžeme vidět z následujícího grafu, lidé se dožívají mnohem vyššího věku, než tomu bylo v předešlých letech. Může za to vyspělé zdravotnictví, zlepšení životního prostředí, vyšší životní standard.



Obr. 2 Naděje na dožití mužů a žen ve vybraných letech

Zdroj: (Český statistický úřad [online], 2015)

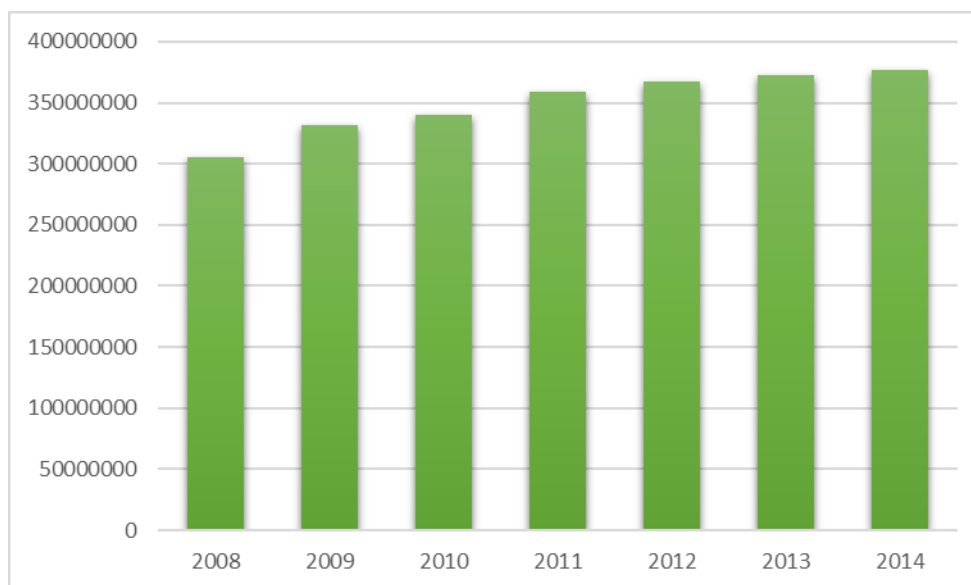
To způsobuje, že lidé pobírají penzi mnohem déle. K tomu se vyplácí i další důchody jako invalidní a pozůstalostní. V následující tabulce můžete vidět průměrnou délku pobírání důchodu, která se stále zvyšuje.

Tab. 2 Průměrná délka pobírání starobního důchodu

Rok	Průměrná délka pobírání starobního důchodu
2002	20,7 let
2004	21,3 let
2006	21,7 let
2008	22,3 let
2010	22,8 let
2012	23,3 let
2014	23,6 let

Zdroj: (Česká správa sociálního zabezpečení [online], 2014)

- **Stoupá počet občanů pobírající starobní důchod.** Dle ročenky 2015 ČSÚ v roce 2015 bylo vyplaceno 2 420 000 důchodů. Před pěti lety to bylo 2 260 000 starobních důchodů. Následující graf nám dokazuje, že výdaje na důchody stále rostou. Od roku 2010 výdaje vzrostly o 40 miliard korun.



Obr. 3 Výdaje na důchody v České republice

Zdroj: (CSSZ [online], 2015)

7.2.2 Příjmy versus spotřeba

Dále můžeme identifikovat množství příjmů a výdajů starobních důchodců bez ekonomicky aktivního obyvatelstva. Zde můžeme zjistit, zda průměrný penzista má důvod využít daného úvěrového produktu.

Tab. 3 Průměrné roční příjmy a spotřeba starobních důchodců

Hrubé peněžní příjmy celkem v Kč	146 959
Čisté peněžní příjmy celkem v Kč	146 360
V tom %	
Příjmy z pracovní činnosti	2,2
Sociální příjmy	93,2
Ostatní příjmy	4,6
Hrubé peněžní vydání celkem v Kč	137 384
Čisté peněžní vydání celkem v Kč	136 785
V tom %	
Potraviny	24,2
Alkoholické nápoje, tabák	3,1
Odívání a obuv	3,1
Bydlení, voda, energie, paliva	28,1
Zdraví	4,1
Doprava	7,1
Pošty a telekomunikace	3,8
Rekreace a kultura	8,5
Vzdělávání	0,1
Stravování a ubytování	3,1
Bytové vybavení	5,3
Ostatní zboží a služby	9,5
Rozdíl příjmů a výdajů	9 575

Zdroj: (Český statistický úřad [online], 2015)

Z tabulky můžeme vyčíst hned několik důležitých bodů. Jak můžeme vidět, průměrný důchodce v roce 2015 dokázal ušetřit pouhých 9 575 Kč. Když si částku promítneme do jednotlivých měsíců, jedná se o 798 Kč/ měsíc. Pokud by danému seniorovi vznikla náhlá škoda jako například nefunkčnost pračky či lednice, s jistotou můžeme říci, že by si na daný problém musel půjčit.

7.2.3 Důchody s exekuční srážkou

Za posledních pár let abnormálně vzrostl počet důchodců, které jsou zatíženy exekuční srážkou. Jak můžeme vidět v následující tabulce, počet se za posledních 10 let zvýšit téměř trojnásobně. Toto může být způsobeno nízkou finanční gramotností českých seniorů, či smrtí partnera, kdy nejsou schopni pokrýt veškeré náklady jedním příjmem.

Tab. 4 Počet důchodů zatížených exekucí během několika let

Rok	2006	2008	2010	2012	2014	2015
Počet výplat důchodů s exekuční srážkou	30 858	40 718	51 184	67 614	75 315	79 991

Zdroj: (Česká správa sociálního zabezpečení [online], 2015)

V následující tabulce můžeme vidět fakt, že mnohem více žen seniorek je zatíženo exekucí než mužů. To je hlavně způsobeno tím, že ženy pobírají mnohem nižší důchody než muži a také důvodem, že muži umírají dříve a je mnohem více vdov než vdovců.

Tab. 5 Důchody zatížené exekucí mužů a žen

	Muži	Ženy	Celkem
Starobní	24 437	27 604	52 041
Invalidní	18 971	11 993	30 964
Pozůstalostní	168	1 232	1 400
Celkem	43 576	40 829	84 405

Zdroj: (Česká správa sociálního zabezpečení [online], 2015)

Jejich průměrný věk je 67 let, což je velmi nízký důchodový věk. Proto lze předpokládat, že prostor pro použití produktu reverzní hypotéky zde je.

Tab. 6 Průměrný věk mužů a žen pobírající důchod zatížený exekucí

	Muži	Ženy	Celkem
Starobní	67	66	67
Invalidní	51	51	51
Pozůstalostní	48	56	55
Celkem	60	61	61

Zdroj: (Česká správa sociálního zabezpečení [online], 2015)

7.3 Segmentace trhu

Prodejci mohou přistupovat k trhu hned několika způsoby. Pro mé účely bude nejvhodnější cílený marketing, který je v dnešní době nejvyužívanější. Cílový marketing lze rozložit do několika postupů, a to na tržní segmentaci, targeting a positioning trhu. Tržní segmentace pak rozděluje trh na několik skupin, které preferují různé marketingové mixy. Důležitou podmínkou segmentu je jeho měřitelnost, dostupnost, významnost, využitelnost a praktičnost. V této práci bude využito rozšířené multivariační segmentace, kdy jsou segmenty vytvářeny z více proměnných (Kotler, 2007).

7.3.1 Demografická segmentace

Demografické faktory jsou nejdůležitějšími proměnnými tržní segmentace. Trh lze rozdělit na skupiny dle věku, pohlaví, velikosti rodiny, fáze životního cyklu rodiny, příjmu, povolání, vzdělání a další (Kotler, 2007).

Věk

Produkt je určen pro seniory od cca 60 let věku. V ostatních zemích světa mají společnosti nastaveny různé mezníky. V USA je to 65 let, ve Velké Británii a Austrálii 62 let. Věkovou hranici si každá společnost může stanovit sama. My si rozdělíme seniory do několika skupin. Opět má každá skupina jinou mentalitu a bude přistupovat k produktu jiným postojem. Dotazníkové šetření se zúčastnila celá škála seniorů, jak dokazuje následující tabulka.

Otázka č. 1: Jaký je Váš věk?

Tab. 7 Věk dotazovaných

Věk	Absolutní četnost	Relativní četnost
60 - 65	25	25 %
66 - 70	17	17 %
71 - 75	21	21 %
76 - 80	21	21 %
81 - 85	11	11 %
86 a více	5	5 %

Rodinný a životní stav

Lidé v různých životních situacích mají různé potřeby. Jak už finanční tak existenční. Důležitým hlediskem jsou finanční zdroje celé domácnosti, vdova vlastní nemovitost s velkými provozními náklady má jiné potřeby než manželé, kteří vlastní malý byt s minimálními náklady. Dále je důležité zohlednit hledisko dědictví. Tento produkt je zajištěn nemovitostí, tudíž po smrti klienta zbude dědici úvěr, který buďto splatí a nemovitost si nechá, nebo nemovitost prodá a částí splatí úvěr a možnou zbylou část si ponechá. Společnost Finemo.cz přišla i s možností dodatku ke smlouvě, kdy na dědice může připadnout aspoň 15 % hodnoty nemovitosti, ovšem vše na úkor výše úvěru. Pokud klient bude chtít zakomponovat tento dodatek, musí počítat s tím, že mu společnost poskytne mnohem nižší výši úvěru.

V dotazníkovém šetření vzhledem k demografické segmentaci bylo využito dalších třech otázek.

Otázka č. 3: Jaký je Váš rodinný stav?

Tab. 8 Rodinný stav respondentů

Rodinný stav	Absolutní četnost	Relativní četnost
Vdovec/ vdova	48	48 %
Mám manžela/ manželku	38	38 %
Sám/ sama	12	12 %
Mám přítele/ přítelkyni	2	2 %

Otázka č. 4: Kolik máte dětí?

Tab. 9 Počet dětí respondentů

Počet dětí	Absolutní četnost	Relativní četnost
Bezdětný/ bezdětná	23	23 %
1 dítě	19	19 %
2 děti	31	31 %
3 a více dětí	27	27 %

Otázka č. 5: Co si myslíte o zanechání dědictví?

Tab. 10 Odpovědi na otázku dědičnosti

Dědičnost	Absolutní četnost	Relativní četnost
Ano, chci zanechat velké dědictví	22	22 %
Ano, chci zanechat pár drobností	55	55 %
Ne, nechci zanechat dědictví	13	13 %
Ještě nevím	10	10 %

Po zodpovězení těchto otázek lze vyhodnotit několik klíčových závěrů, co se týče demografické segmentace. Jak si můžeme všimnout v tab. 9, je zde velké množství vdov a vdovců, až polovina dotazovaných. Toto má velký vliv při rozhodování o produktu. Jsou to lidé, kteří mají pouze jeden příjem a o náklady na provoz domácnosti se nedělí. Produkt je jistěný, jak již bylo zmíněno, zástavou nemovitosti, kterou se po smrti klienta splatí úvěr, pokud dědic nemá volné finanční prostředky. Klient si proto musí dost jasně rozmyslet, zda produkt využije.

Dost překvapujícím zjištěním bylo, že až čtvrtina dotazovaných nemá žádné děti a až 13 % nechce zanechat dědictví. Tyto skupiny respondentů by mohly produkt bez výčitek využít. Další skupiny tvoří ti, kteří mají děti a chtějí zanechat velké či drobné dědictví. Pro produkt by se mohlo také rozhodnout až 55 % dotazova-

ných, kteří zaznačili, že chtějí zanechat pouze drobné dědictví, což nemovitost určitě není.

Manželé s dospělými dětmi

Pokud domácnost tvoří dva, muž a žena, má také dva příjmy. To může mít dost rozhodující podmět pro tento druh produktu. Záleží také na jejich spotřebě. Lidé mohou zaujmout různá stanoviska k prožití důchodu. Jeden pár má sklony k cestování, chtějí si užít roky, kdy nemusejí čas trávit v zaměstnání a mohou podnikat různé dobrodružné cesty. Na druhou stranu jsou tu páry, které jsou konzervativnější. Čas tráví nenákladně, v pohodlí domova. Dále je důležité zohlednit dědictví. Mnozí senioři chtějí odkázat majetek svým dětem a ten použitím tohoto produktu mizí.

Manželé bez dětí

Manželé bez dětí mají mnohem větší volnost, nemusí zohledňovat dědictví, jejich nemovitost není až tak důležitým prvkem v jejich životě. Mohou o reverzní hypotéce mnohem více uvažovat.

Vdova/vdovec s dospělými dětmi

Ovdovělí mají pouze jeden příjem, a to starobní důchod. Pokud zákon stanoví, mají nárok i na vdovský, který příjem navýší jen minimálně. Jelikož jsou sami, mají větší potřebu být aktivní, což vyžaduje další finance. Dále mají děti, kterým by rádi odkázali majetek rodiny. Zde dochází k rozporu. Záleží na postavení dětí k jejich životu. Zda projeví zájem pomoci či nikoli. Pokud nikoli, mohou uvažovat o použití produktu.

Vdova/vdovec bez dětí

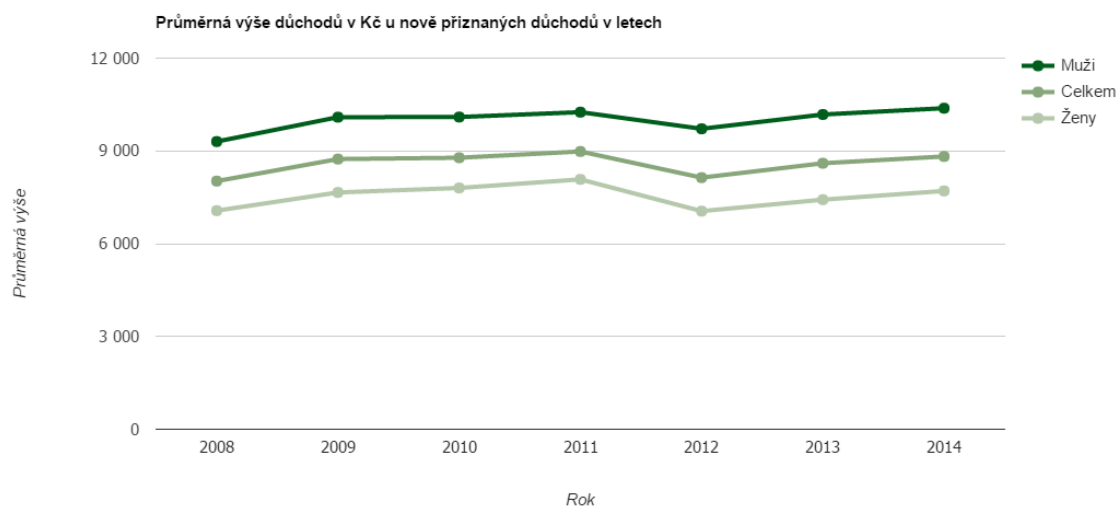
Ovdovělí bez dětí opět pobírají starobní a v některých případech i vdovský důchod. Jelikož jsou sami, žijí velmi aktivním životem, aby se dále socializovali. Nezohledňují dědičnost. Pouze řeší životní dilema příjem vs. spotřeba.

Sám/sama

Člověk, který žije sám, nebyl sezdán, nemá děti a vlastní nemovitost má velké preference k produktu. Opět nezohledňuje dědičnost. Chce si své stáří užít.

Příjmy

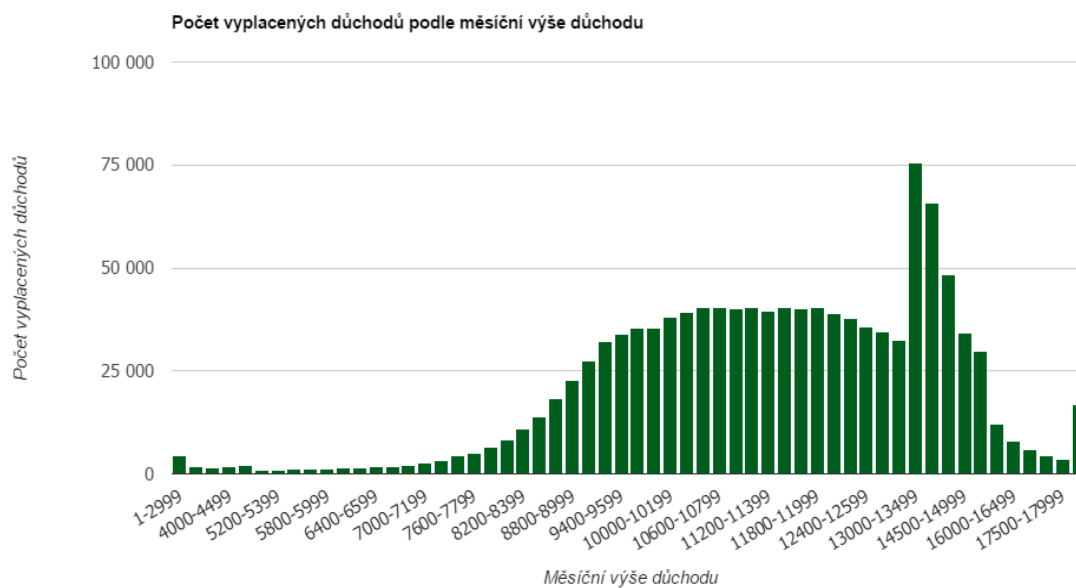
Segmentace podle příjmu nám pomůže rozdělit seniory do několika příjmových skupin. Následující graf nám ukazuje průměrnou výši starobního důchodu v Kč během několika let. Zde je jasně zřejmé, že muži většinou pobírají v průměru vyšší důchody než ženy. Tento trend je dán nerovností muže a ženy. Kdy muži mají vyšší mzdy, obsazují vysoké posty ve firmách, pracují déle. Tento trend by se do budoucna mohl vyrovnat z důvodu postupné emancipace žen.



Obr. 4 Průměrná výše důchodů v Kč u nově přiznaných důchodů v letech

Zdroj: (CSSZ [online], 2015)

Produkt reverzní hypotéka bude určen pro příjmovou skupinu, která nedokáže pokrýt své náklady, nebo chce zvýšit své náklady cestováním, zábavou či dalším vzděláním. Průměrné měsíční náklady seniorů dle ČSÚ jsou 11 400 Kč po zaokrouhlení. Budeme proto hledat takovou příjmovou skupinu, která pobírá starobní důchod v rozhraní pod 14 000 Kč/ měsíc. V následujícím grafu můžeme vidět, že 80 % české populace pobírá důchod do 14 000 Kč/měsíc, což je pro tuto práci klíčovým bodem. Znamená to, že z hlediska příjmů o tomto produktu může uvažovat až 80 % seniorů.



Obr. 5 Počet vyplacených důchodů podle měsíční výše důchodu

Zdroj: (CSSZ [online], 2015)

Nyní se podíváme na data zjištěná dotazníkem. Vypočítáme váženým průměrem středních hodnot příjmů průměrnou výši důchodu dotazované skupiny.

Tab. 11 Měsíční příjmy dotazovaných

Možnosti	Absolutní četnost	Relativní četnost
5 – 7 tisíc	9	9 %
7 – 9 tisíc	41	41 %
9 – 11 tisíc	27	27 %
11 – 13 tisíc	14	14 %
13 – 15 tisíc	8	8 %
15 tisíc a více	1	1 %

Vzorec:

$$\bar{x} = \frac{\sum_{i=1}^n x_i p_i}{\sum_{i=1}^n p_i} = \frac{x_1 p_1 + x_2 p_2 + \dots + x_n p_n}{p_1 + p_2 + \dots + p_n} \quad (1)$$

$$\bar{x} = \frac{6 * 9 + 8 * 41 + 10 * 27 + 12 * 14 + 14 * 8 + 16 * 1}{9 + 41 + 27 + 14 + 8 + 1}$$

$$\bar{x} = \frac{836}{100}$$

$$\bar{x} = 8,36 = 8\,360 \text{ Kč}$$

Dotazovaní jsou na tom hůře než republikový průměr. Jejich průměrný měsíční příjem je 8 360 Kč.

Spotřeba

V dotazníku zazněla i otázka co se týče měsíční spotřeby. Opět si spočítáme vážený průměr středních hodnot měsíční spotřeby dotazovaných.

Tab. 12 Měsíční spotřeba dotazovaných

Možnosti	Absolutní četnost	Relativní četnost
Do 3 tisíc	2	2 %
3 - 5 tisíc	14	14 %
5 - 7 tisíc	25	25 %
7 - 9 tisíc	41	41 %
9 tisíc a více	18	18 %

Vzorec:

$$\bar{x} = \frac{\sum_{i=1}^n x_i p_i}{\sum_{i=1}^n p_i} = \frac{x_1 p_1 + x_2 p_2 + \dots + x_n p_n}{p_1 + p_2 + \dots + p_n} \quad (2)$$

$$\bar{x} = \frac{2 * 2 + 4 * 14 + 6 * 25 + 8 * 41 + 10 * 18}{2 + 14 + 25 + 41 + 18}$$

$$\bar{x} = \frac{718}{100}$$

$$\bar{x} = 7,18 = 7\,180 \text{ Kč}$$

Dotazovaný průměr příjmy versus spotřeba → 8 360 Kč versus 7 180 Kč

Respondenti dokáží měsíčně ušetřit pouze 1 180 Kč. Tato částka je velmi nízká, avšak oproti celorepublikovému průměru 798 Kč mnohem vyšší. Nečekané výdaje jsou nuceni hradit dluhem. Použití reverzní hypotéky vzhledem k příjmům a spotřebě je zcela subjektivní. Záleží na postoji každého, jak chce důchodový věk prožít. Pokud ovšem spotřeba převyšuje příjmy domácnosti je na místě o tomto produktu uvažovat.

Do dotazníku jsem zahrnula ještě další dvě otázky o finanční situaci seniorů.

Otázka č. 7: Máte momentálně finanční úsporu?

Tab. 13 Odpovědi respondentů o jejich aktuální úspoře

Možnosti	Absolutní četnost	Relativní četnost
Ano, mám něco našetřeno	30	30 %
Ne, nemám nic našetřeno	50	50 %
Mám dluhy	20	20 %

Otázka č. 8: Vyhovuje Vám aktuální finanční situace?

Tab. 14 Odpovědi na spokojenost finanční situace respondentů

Možnosti	Absolutní četnost	Relativní četnost
Ano, vyhovuje	16	16 %
Nějak přežívám	41	41 %
Ne, nevyhovuje	43	43 %

Každá správná hospodyňka má bokem našetřeno. Tak tato věta již neplatí. Až 50 % dotazovaných nemá žádnou úsporu a dalších 20 % je zadluženo. Na toto zjištění navazuje další otázka, která zjišťuje spokojenost finanční situace dotazovaných. Finanční situace vyhovuje pouze 16 %, tudíž 84 % dotazovaných je v životě nespokojených. I když tato otázka je dosti irelevantní. Člověk může mít výši důchodu 8 000 Kč a být spokojený oproti člověku, který pobírá 15 000 Kč a stále není, co se týče finanční stránky spokojený.

Vzdělání

Kritérium vzdělání lze brát z pohledu finanční gramotnosti seniorů. Produkt reverzní hypotéka je považován za dosti složitý a nelehce pochopitelný. Tento produkt je na trhu velmi krátce a není o něm žádné povědomí. Proto musí senior detailně pochopit fungování tohoto produktu.

Respondentům v dotazníkovém šetření byla položena otázka o finanční gramotnosti. Jak můžeme vidět v následující tabulce, 61 % dotazovaných nemá žádné či podprůměrné znalosti o finančních produktech. Nelze znatelně říci, zda je to dobře či špatně. Hodně podnikatelů dnes vydělává na lidské hlouposti a nevědomosti, a proto by pro ně mohlo být přínosné danou osobu ovlivnit. Pokud však bu-

de poskytovatel korektní, bude pro něj výhodnější komunikovat s druhou skupinou dotazovaných, která má nějaké základní povědomí o finančních produktech.

Otázka č. 11: Jaká je Vaše finanční gramotnost?

Tab. 15 Odpovědi na otázku o finanční gramotnosti

Označení	Absolutní četnost	Relativní četnost
Mám nadprůměrné znalosti o finančních produktech, chápu jejich použití, fungování	12	12 %
Mám průměrné znalosti o finančních produktech a chápu jejich fungování	27	27 %
Mám podprůměrné znalosti o finančních produktech	21	31 %
Nemám skoro žádné znalosti o finančních produktech	30	30 %

Rozdělila jsem si dle výsledků seniory na dvě skupiny:

Vzdělaný Tento senior má přehled o finančních produktech, institucích, svých možnostech. Nedá se tak lehko nalákat. Chce se dozvědět, co nejvíce. Vše si dopředu promyslí a trvá mu déle se rozhodnout. Zváží veškerá pro a proti.

Nevzdělaný Senior má pouze základní přehled, co se týče financí. Nerozumí fungování finančních produktů. Uvěří každému slovu prodejce. Nejistí si tak detailní informace. Bude zbrklý v rozhodování. Po uzavření smlouvy často ani neví, co podepsal.

7.3.2 Psychografická segmentace

V případě psychografické segmentace budeme zohledňovat životní styl naší cílové skupiny. Každý jedinec žije svůj život po svém. Někdo je skromný a žije tak jak je mu dáno, jiný je náročný a chce v životě mnohem více. Reverzní hypotéka, jak již bylo řečeno, je dosti rizikový produkt, proto není určena pro každého. Z psychografického hlediska hledáme takového člověka, který je aktivní, chce si stáří užít, cestovat, zažít dobrodružství, má sklony k riskování, nebere život jako čekání na smrt.

7.3.3 Behaviorální segmentace

Tento druh segmentace nám pomůže rozdělit trh podle znalostí spotřebitelů, jejich postojů, použití produktu nebo odezvy na něj.

Příležitost

Dále podle příležitosti k nákupu můžeme identifikovat několik skupin dle využití produktu.

Otázka č. 10: Peníze z Reverzní hypotéky bych využil/ -la na?

Tab. 16 Jak by respondenti využili daný produkt

Využití	Absolutní četnost	Relativní četnost
Splacení dluhů	14	14 %
Zdravotní péče	27	27 %
Cestování	15	15 %
Zvýšení životního standardu	40	40 %
Jiné	4	4 %

Sumarizací jsem si vytvořila tabulku s třemi skupinami, které by daný produkt mohl zajímat.

Poslední možnost

Zde spadá skupina lidí, která má finanční problémy. Žije v bytě či domě; výdaje převyšují příjmy, žije na dluh, hrozí jim například exekuce, nechtějí o dům přijít, potřebují pomoc.

Zdravotní péče

Skupina, která potřebuje lékařský zákrok, ale pojišťovna jej neproplatí. Potřebují více léků, ale nemohou si je dovolit.

Aktivní život

Tuto skupinu tvoří vyzrálejší senioři, kteří žijí průměrným životem. Jejich příjmy jim postačují, kupují zboží ve slevách, jsou šetřiví, na druhou stranu mají nesplněné sny, chtějí navštívit spoustu turistických destinací, potřebují více peněz.

Poslední otázka byla konkrétně na daný produkt. Zda by jej využili či nikoli. Dotazovaní dostali jen minimální informace o novém produktu, proto jsou odpovědi neobjektivní.

Otázka č. 12: Využil/ -la byste tento druh produktu?

Tab. 17 Odpovědi na otázku využitelnosti produktu

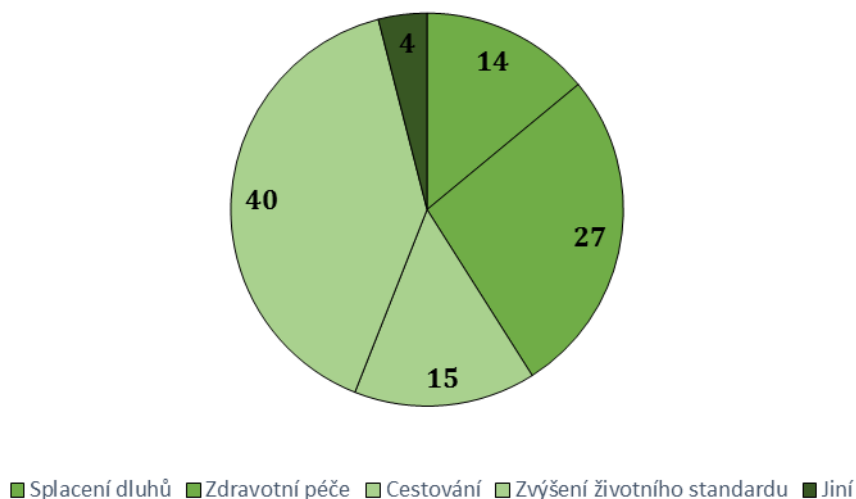
Možnosti	Absolutní četnost	Relativní četnost
Ano	12	12 %
Ne	29	29 %
Možná	34	34 %
Nevím	25	25 %

7.4 Profilování

Nyní na základě zjištěných faktorů provedu vyprofilování segmentů. Segmentaci jsem se rozhodla provést podle behaviorální segmentace, která je podle marketérů jednou ze zásadních. V dotazníku byla položena otázka: **Jak byste využili peníze získané z Reverzní hypotéky?** Tím se nám rozdělili respondenti na dva segmenty podle postoje k produktu. Čtyři respondenti byli vyloučeni z důvodu odpovědi na otázku, která zněla, že by produkt využili jinak než nabízející možnosti.

První segment odpověděl na otázku zoufalým způsobem. Odpovědi se týkaly zdravotní péče nebo dluhů. Druhý segment pak měl jiný postoj, ten by produkt využil na zvýšení životní úrovně nebo cestování. Jeden postoj můžeme vnímat jako krajní možnost a druhý jako příležitost a i tak vytvoříme dané segmenty.

Odpovědi respondentů na otázku o využitelnosti produktu



Obr. 6 Odpovědi respondentů na otázku o využitelnosti produktu

Beznadějní	Do této skupiny patří ženy i muži, seniorky a senioři ve věku 60-90 let; jedná se o vdovy/vdovce nebo svobodné; pobírají starobní důchody od 6000-9000 Kč; někteří mají nárok i na vdovský důchod; mají dospělé, samostatné děti, které mají vlastní život, jsou zabezpečeni, nebo nemají žádné děti; Tyto ženy nebo muži vlastní nemovitost či byt, který je finančně náročný na údržbu; jedná se převážně o nevzdělané, kteří mají základní nebo střední vzdělání; vyrůstali za socialismu, kdy hlavní úlohou bylo brzy se vdát/oženit a mít děti; patří do dělnické třídy; většina z nich má dluhy; hrozí jim, že o dům přijdou; někteří z nich potřebují nutně zdravotní péči, například placené operace očí, zdravotní pomůcky, vitamíny, léky; Všichni potřebují nutně finance.
Ambiciózní	Tento segment tvoří manželé; oba jsou v důchodovém věku od 60 do 90 let, děti mají dospělé s vlastním životem. Vlastní nemovitost či byt; tvoří domácnost s dvěma příjmy, avšak výdaje jsou rovnoměrné těmto příjmům; tento pár většinou tvoří minimálně jeden vzdělaný člověk, jehož finanční gramotnost je nadprůměrná; konečně mají spoustu času na věci, které celý život odkládali; chtějí dobrodružství, cestovat; jiní zase touží po věcech, které celý život neměli, chtějí například novou elektroniku, automobil, muži chtějí motorku, ženy nové oblečení, chtějí chodit na večere do restaurací, zařídit si nový interiér; tato skupina by využila peníze ne proto, že musí, ale proto, že chce.

7.5 Vyhodnocení vybraných otázek vzhledem k segmentům

Nyní bude následovat vyhodnocení některých otázek z dotazníku vzhledem k segmentům, které pomohou zjistit a ověřit, jaké mají přesné charakteristiky, chování, postoje v životě. Závěrem budou vyplývat marketingová doporučení pro management.

7.5.1 Rodinný stav vybraných segmentů

Rodinný stav je z hlediska využití reverzní hypotéky velmi důležitý, jak se i potvrdilo. Až 33 dotazovaných patřících do segmentu Beznadějní jsou buď vdova nebo vdovec. Může to být zapříčiněno pouze jedním příjmem domácnosti. Pokud má pár příjmy dva, dokáže se o náklady na dům podělit, tak je nese pouze jedna osoba. U skupiny Ambiciózních se potvrdil přesný opak, velkou většinu z nich tvoří páry. Páry jsou více kreativní, akční, než když je osoba sama.

Tab. 18 Rodinný stav vybraných segmentů

	Beznadějní	Ambiciózní
Vdova/vdovec	33	15
Vdaná/ženatý	3	35
Sama/sám	5	3
Přítel/přítelkyně	0	2

7.5.2 Finanční situace segmentů

Zde se také potvrdilo to, co bylo zjištěno. Všichni, kdo uvedli v dotazníku, že mají dluhy, spadají do skupiny Beznadějných. Dále je zajímavé, že se v této skupině objevují i ti, co mají něco našetřeno. Domnívám se, že je to z důvodu schované rezervy na důstojný pohřeb. U skupiny Ambiciózních se potvrdilo, že nemají dluhy, ale také velká většina nemá nic našetřeno.

Tab. 19 Finanční situace vybraných segmentů

	Beznadějní	Ambiciózní
Ano, mám něco našetřeno	8	22
Ne, nemám nic našetřeno	15	33
Mám dluhy	18	0

Příjem segmentů

Až 20 % všech dotazovaných, kteří patří do skupiny Beznadějní, mají příjem kolem 7 – 9 tisíc korun. Tento příjem je jako minimální mzda a pokud je příjem jediný v domácnosti, tak se může do budoucna jednat o velmi neudržitelný stav. Další segment má příjmy různorodější, poměrově přijímají celou škálu příjmů. Zde jsou lidé více vyrovnaní, jelikož zde velkou část tvoří páry. Páry sice mají dvojnásobnou spotřebu, ale o náklady na domácnost se podělí. Pokud například vypoví pračka a je nutné koupit novou za 5 tisíc korun. Domácnost jednoho zaplatí celých 5 tisíc, ale pokud jsou v domácnosti dva příjmy, každý z nich zaplatí 2 500 korun.

Tab. 20 Měsíční příjem vybraných segmentů

	Beznadějní	Ambiciózní
5 – 7 tisíc	9	0
7 – 9 tisíc	23	18
9 – 11 tisíc	8	19
11 - 13 tisíc	1	10
13 – 15 tisíc	0	7
15 tisíc a více	0	1

Vzorec:

Průměrné příjmy segmentu Beznadějných:

$$\bar{x} = \frac{\sum_{i=1}^n x_i p_i}{\sum_{i=1}^n p_i} = \frac{x_1 p_1 + x_2 p_2 + \dots + x_n p_n}{p_1 + p_2 + \dots + p_n} \quad (3)$$

$$\bar{x} = \frac{6 * 9 + 8 * 23 + 10 * 8 + 12 * 1}{9 + 23 + 8 + 1}$$

$$\bar{x} = \frac{330}{41}$$

$$\bar{x} = 8,048 \doteq 8\,048 \text{ Kč}$$

Průměrné příjmy segmentu Ambiciózních:

$$\bar{x} = \frac{\sum_{i=1}^n x_i p_i}{\sum_{i=1}^n p_i} = \frac{x_1 p_1 + x_2 p_2 + \dots + x_n p_n}{p_1 + p_2 + \dots + p_n} \quad (4)$$

$$\bar{x} = \frac{8 * 18 + 10 * 19 + 12 * 10 + 14 * 7 + 16 * 1}{18 + 19 + 10 + 7 + 1}$$

$$\bar{x} = \frac{568}{55}$$

$$\bar{x} = 10,327 \doteq 10\,327 \text{ Kč}$$

Spotřeba segmentů

Spotřeba je zásadní ukazatel. Pokud jsou lidé šetřiví, dokáží dožít i s minimem. Jak ukazuje následující tabulka, v segmentu Beznadějných je velký počet vdov a vdovců, to poukazuje i na spotřebu, která je převážně ve vyšších číslech od 5 až do 9 tisíc korun. Což je na jednu osobu vysoké číslo vzhledem k jejich průměrným příjmům. U segmentu Ambiciózních je spotřeba podobná a vyšší. Jak již bylo řečeno, čím je v domácnosti více lidí, tím jsou spotřební náklady vyšší, ale na druhou stranu také nižší vzhledem k jednorázovým nákladům.

Tab. 21 Měsíční spotřeba vybraných segmentů

	Beznadějní	Ambiciózní
Do 3 tisíc	0	0
3 - 5 tisíc	1	13
5 - 7 tisíc	12	11
7 - 9 tisíc	20	21
9 tisíc a více	8	10

Vzorec:

Průměrná spotřeba segmentu Beznadějných:

$$\bar{x} = \frac{\sum_{i=1}^n x_i p_i}{\sum_{i=1}^n p_i} = \frac{x_1 p_1 + x_2 p_2 + \dots + x_n p_n}{p_1 + p_2 + \dots + p_n} \quad (5)$$

$$\bar{x} = \frac{4 * 1 + 6 * 12 + 8 * 20 + 10 * 8}{1 + 12 + 20 + 8}$$

$$\bar{x} = \frac{316}{41}$$

$$\bar{x} = 7,707 \doteq 7\,707 \text{Kč}$$

Průměrná spotřeba segmentu Ambiciózních:

$$\bar{x} = \frac{\sum_{i=1}^n x_i p_i}{\sum_{i=1}^n p_i} = \frac{x_1 p_1 + x_2 p_2 + \dots + x_n p_n}{p_1 + p_2 + \dots + p_n} \quad (6)$$

$$\bar{x} = \frac{4 * 13 + 6 * 11 + 8 * 21 + 10 * 10}{13 + 11 + 21 + 10}$$

$$\bar{x} = \frac{386}{55}$$

$$\bar{x} = 7,018 \doteq 7\,018 \text{Kč}$$

Charakteristika segmentu Beznadějných zcela odpovídá jejich příjmům a spotřebě. Průměrný měsíční příjem této skupiny je 8 048 Kč a průměrná měsíční spotřeba 7 707 Kč. Což znamená, že tento segment je schopný ušetřit měsíčně pouze 341 Kč. Toto je opravdu velmi nízká částka, proto je tento segment ideálními potenciálními klienty, kterým by daný produkt mohl zlepšit jejich finanční situaci a dožít klidné stáří. Co se týče segmentu Ambiciózních, zde je situace mnohem lepší. Ti mají průměrný měsíční příjem 10 327 Kč a průměrnou měsíční spotřebu 7 018 Kč, což znamená, že dokáží měsíčně ušetřit v průměru 3 309 Kč. Toto je velmi pěkná částka, ale pokud by ji měli využít na cestování či jinou aktivitu, určitě by jim nestačila a produkt by pro ně mohl být vhodnou volbou.

7.6 Průběh získání produktu

V této části práce bude popsán celý průběh vyřízení produktu na vybraném segmentu. Zvolila jsem pro tuto část segment Beznadějných, aby práce ukázala i pomoc těm neméně šťastným. V této části zjistíme, zda produkt je vhodnou volbou pro tento segment či nikoli.

7.6.1 Profil klienta

Věk	75 let
Pohlaví	Žena
Rodinný stav	Vdova
Počet dětí	2 děti
Druh nemovitosti	Byt
Lokalita	Brno - centrum
Hodnota nemovitosti	3 000 000 Kč
Výše důchodu	8 500 Kč

7.6.2 Seznámení s produktem

Než se klientka rozhodne o daném produktu vůbec uvažovat, musí si zjistit veškeré informace. Reverzní hypotéka je hodně složitý produkt a je potřeba ho co nejvíce do detailu pochopit. Jakmile si zjistí informace, je důležité kontaktovat rodinu. Rodinou se myslí veškeré dědice, kterým by odkázala její nemovitost. Na nemovitost totiž bude uvaleno zástavní právo, kterým je zajištěn úvěr. Dědicové sice získají nemovitost, ale v okamžiku smrti klienta se úvěr stane splatným a dědicům nezůstane nic jiného než nemovitost prodat a zaplatit úvěr. Tudíž se jedná o takové dědictví nedědictví.

Dále pak kontaktovat svého právníka a smlouvu si nechat ověřit.

7.6.3 Výpočet výše úvěru

Věk	75 let
Aktuální tržní cena nemovitosti	3 000 000
Úroková sazba z úvěru ¹	8,5 %
Výše vyplacené renty	
• Jednorázová na začátku	1 055 165 Kč

¹ Úroková sazba z úvěru je variabilní, každý rok se bude upravovat dle vývoje na finančním trhu. Společnost FINEMO.CZ bude každý rok v ročním výpisu z účtu (nejpozději do konce února) informovat klienta o změně úrokové sazby účinné od 1. 5. pro další období platnosti úrokové sazby (do 30. 4. následujícího roku). Nová výše úrokové sazby se stanoví jako součet předchozí úrokové sazby a rozdílu roční mezibankovní úrokové sazby PRIBOR k počátku nového kalendářního roku a k počátku předchozího kalendářního roku, přičemž po dobu prvního roku od uzavření smlouvy se úroková sazba nemění.

Minimální roční úroková sazba po celou dobu trvání spotřebitelského úvěru činí 8,5 %.

Tržní roční úroková sazba PRIBOR činila na počátku roku 2016 0,46 %.

Maximální sazba PRIBOR na začátku roku za posledních 5 let byla v roce 2011 ve výši 1,81 %.

Maximální sazba PRIBOR na začátku roku za posledních 10 let byla ke 2. 1. 2008 ve výši 4,21 %.

• Pravidelně měsíčně		12 991 Kč
Počet let výplaty Renty	max. 12	10 let
Celkově vyplaceno za zadaných počet let		1 558 920 Kč
• Kombinace		
Jednorázově na začátku		500 000 Kč
Pravidelně měsíčně		6 835 Kč
Počet let výplaty renty	max. 12	10 let
Celkově vyplaceno za zadaný počet let		1 320 200 Kč

7.6.4 Náklady spojené s úvěrem

• Jednorázové		
Poplatek za zpracování a poskytnutí úvěru		30 000 Kč
Náklady na ocenění nemovitosti sloužící k zajištění úvěru ²		0 Kč
• Pravidelné		
Poplatek za správu úvěru		0 Kč
Poplatek za roční výpis z účtu úvěru zasílaný poštou		0 Kč

7.6.5 Způsob zajištění nemovitosti

• Zástavou nemovitosti		
• Pojištění nemovitosti ³		0 Kč

7.6.6 Platební schopnost klienta

Příjmy a výdaje domácnosti

Čistý měsíční příjem klienta	8 500 Kč
Čistý měsíční příjem manžela/-ky	0 Kč
Ostatní čisté měsíční příjmy domácnosti	0 Kč
Celkové měsíční příjmy domácnosti	8 500 Kč
Povinné měsíční výdaje domácnosti	3 000 Kč

Údaje pro stanovení životního minima domácnosti

Dospělí a zaopatřené děti nad 15 let žijící v domácnosti	1
Životní minimum domácnosti	3 410 Kč

Peníze k dispozici

(Příjmy-výdaje-ŽM domácnosti)	2 090 Kč
-------------------------------	----------

² Náklady na ocenění nemovitosti při vlastnictví bytu jsou nulové, pokud však se jedná o dům, tyto náklady se pohybují přibližně 3-5 tisíc Kč.

³ Měsíční pojištění nemovitosti odpadá při vlastnictví bytu

7.6.7 Výsledky

Roční úroková sazba z úvěru (s měsíčním přípisem úroků k jistině úvěru)	8,5 %
RPSN ⁴ (Roční procentní sazba nákladů)	9,08 %
Předpokládaná doba trvání úvěru	12 let a 11 měsíců
Výše úvěru pro klienta (čerpání úvěru pro klienta)	1 055 165 Kč
Celková výše úvěru včetně počátečního poplatku	1 085 165 Kč
Celková výše úvěru (dlužné částky) v době předpokládané splatnosti	3 240 665 Kč
Předpokládaná cena nemovitosti v době splatnosti úvěru ⁵	3 411 224 Kč
Zbyde (rozdíl ceny nemovitosti a celkové výše úvěru v době předpokládané splatnosti) ⁶	170 559 Kč

⁴ Vstupuje do RPSN – věk klienta, úroková sazba z úvěru, výše výplaty, jednorázové a pravidelné poplatky, pojištění nemovitosti

⁵ Při předpokládaném ročním růstu ceny nemovitosti o 1 %

⁶ Při předpokládaném ročním růstu ceny nemovitosti o 1 %

Tab. 22 Průběh úvěru po dobu trvání smlouvy

Průběh úvěru po letech trvání smlouvy (od jejího počátku) během předpokládané doby trvání						
Počet let trvání smlouvy	Kalendářní měsíc	Počáteční poplatek (Kč)	Výplata peněz (Kč)	Úrok z úvěru ročně (Kč)	Splátka úvěru (Kč)	Celková výše dlužné částky na konci roku (Kč)
0	5.2016	30 000	1 055 165	0	0	1 085 165
1	5.2017	0	0	95 919	0	1 181 084
2	5.2018	0	0	104 397	0	1 285 481
3	5.2019	0	0	113 625	0	1 399 106
4	5.2020	0	0	123 668	0	1 522 774
5	5.2021	0	0	134 599	0	1 657 373
6	5.2022	0	0	146 497	0	1 803 870
7	5.2023	0	0	159 446	0	1 963 316
8	5.2024	0	0	173 539	0	2 136 855
9	5.2025	0	0	188 879	0	2 325 733
10	5.2026	0	0	205 574	0	2 531 307
11	5.2027	0	0	223 745	0	2 755 052
12	5.2028	0	0	243 522	0	2 998 573
13	5.2029	0	0	242 092	3 240 665	0
14	5.2030	0	0	0	0	0
15	5.2031	0	0	0	0	0
16	5.2032	0	0	0	0	0
17	5.2033	0	0	0	0	0
18	5.2034	0	0	0	0	0

Zdroj: Materiály poskytnuté společností FINEMO.CZ

Tab. 23 Předpokládaný konec úvěru

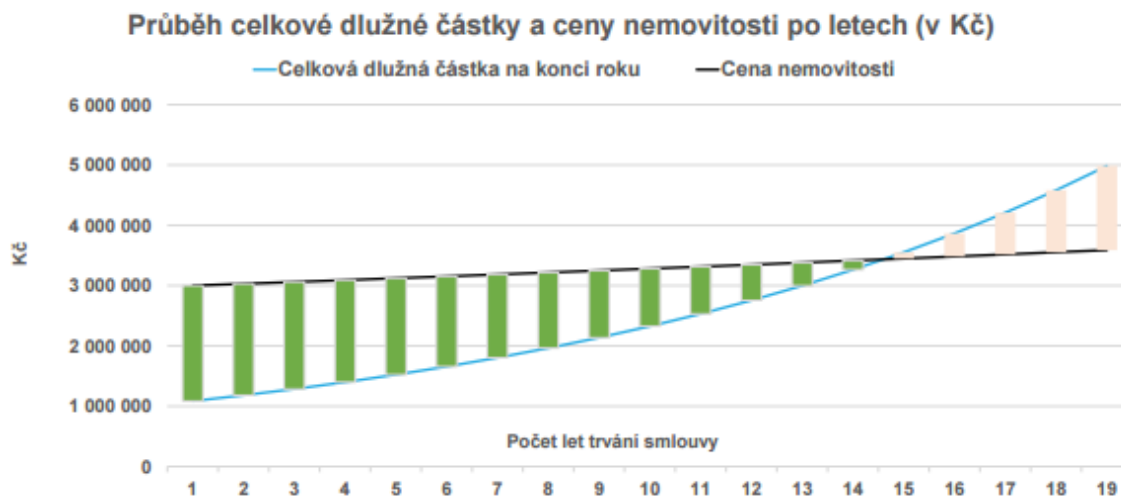
Upřesnění: Předpokládaný konec úvěru ke konci posledního měsíce			
Počet celých let trvání smlouvy	Počet měsíců posledního roku trvání smlouvy	Kalendářní měsíc	Splátka úvěru
12	11	4.2029	3 240 655

Zdroj: Materiály poskytnuté společností FINEMO.CZ

Tab. 24 Podrobnější přehled průběhu úvěru

Podrobnější přehled průběhu úvěru v letech			
Úrok z úvěru ročně (Kč)	Celková dlužná částka na konci roku (Kč)	Na dědice zbyde (Kč)	RPSN (%)
0	1 085 165	1 914 835	
95 919	1 181 084	1 848 916	11,93
104 397	1 285 481	1 774 819	10,38
113 625	1 399 106	1 691 797	9,86
123 668	1 522 774	1 599 038	9,60
134 599	1 657 373	1 495 657	9,45
146 497	1 803 870	1 380 691	9,35
159 446	1 963 316	1 253 090	9,28
173 539	2 136 855	1 111 715	9,22
188 879	2 325 733	955 322	9,18
205 574	2 531 307	782 559	9,14
223 745	2 755 052	591 954	9,12
243 522	2 998 573	381 902	9,09
265 047	3 263 620	150 660	9,07
288 474	3 552 094	0	9,06
313 973	3 866 067	0	9,04
341 725	4 207 792	0	9,03
371 931	4 579 722	0	9,02
404 806	4 984 528	0	9,01

Zdroj: Materiály poskytnuté společností FINEMO.CZ



Obr. 7 Průběh celkové dlužné částky a ceny nemovitosti po letech v Kč

Zdroj: Materiály poskytnuté od společnosti FINEMO.CZ

V grafu se předpokládají neměnné úroky po celou dobu trvání smlouvy. Zelené sloupce označují, kolik by zbylo majetku klientovi/dědicům po splacení celkové dlužné částky (po ukončení smlouvy z jakéhokoli důvodu). Oranžové sloupce označují, o jakou částku sníží FINEMO.CZ celkovou dlužnou částku po ukončení smlouvy při splacení úvěru, neboť při plnění podmínek smlouvy nebude FINEMO.CZ při splatnosti úvěru požadovat více, než činí aktuální cena nemovitosti. Klient má právo nemovitost užívat i v případě, že výše úvěru překročí cenu nemovitosti. Klient je vlastníkem nemovitosti po celou dobu svého života.

8 Doporučení pro management

Na základě rozboru primárních a sekundárních dat, teoretických poznatků a vlastního uvážení byly formulovány doporučení pro management při zavádění nového produktu na český trh.

Hlavním cíle práce bylo najít cílovou skupinu potenciálních klientů, kterým by daný produkt měl nejlépe vyhovovat. Segmentací trhu byly nalezeny dvě skupiny. První skupina, nazvaná jako Ambiciózní, zahrnuje seniory, kteří si chtějí důchodový věk užít, jsou vitální a perspektivní. Rádi by cestovali, nakupovali, užívali si život. Jejich finanční situace je vyvážená avšak ne ideální. Společnost by měla prezentovat produkt jako možnost jak si splnit životní přání. Zaměřit se tedy na skupinu seniorů, kteří jsou akční, optimističtí a chtějí se mít lépe.

Druhý zjištěný segment, byl segment Beznadějných. Zde by se Reverzní hypotéka měla prezentovat jako pomoc v nouzi. Beznadějně většinou tvoří vdovy, vdovci, svobodní, rozvedení, ti, kteří žijí sami v jedné domácnosti. Ti mají velký problém při určitém příjmu a určité spotřebě prožít důstojné stáří. Někteří z nich jsou již zadlužení nebo mají zdravotní problémy, které jsou finančně nákladné. V České republice je exekucí zatíženo 84 405 důchodů. Na tuto skupinu seniorů by se opět Reverzní hypotéka měla zaměřit.

Společnost by s jistotou měla zvolit Cílený marketing, který je založen na segmentaci. Jedná se o dosti ojedinělý produkt, který nelze nabízet všem. Necílený marketing by přinesl jen spoustu nákladů a efekt žádný. Společnost se musí zaměřit na jednotlivé segmenty a určit si marketingovou strategii. Nejvhodnější strategií je z mého pohledu diferencovaný marketing. Segmenty, jak již bylo popsáno, jsou velmi odlišné. Odlišují se hlavně ve svých potřebách, přáních a tužbách. Zde došlo ke splnění podmínky vnitřní homogenity a vnější heterogenity. Proto by společnost měla vytvořit dvě odlišné marketingové kampaně. Jedna by byla zacílena na pomoc lidem v nouzi a druhá na splnění lidských přání.

Co se týče samotného produktu, tak má své plusy i mínusy. Mezi hlavní výhodu patří vlastnictví nemovitosti až do smrti klienta. Senioři jsou velmi citliví na stěhování a zvykání si na nové místo. Všichni chtějí dožít ve svých domovech. Tuto výhodu je důležité vyzdvihnout.

Mezi hlavní minus patří debata o smrti. Při vyřizování produktu je stále omílána smrt klienta. Nabízející musí umět hovořit se seniory. Společnost by se měla zaměřit na speciální školení o komunikaci se seniory. Senioři jsou obecně velmi citliví, co se týče financí, smrti, dědictví, stěhování a je důležité se naučit o těchto věcech hovořit s velkou opatrností.

Dalším mínusem je otázka dědičnosti. Senioři chtějí odkázat dědictví svým potomkům. Je to životní poslání, které reverzní hypotéka ruší. Senior chce po své smrti zanechat, co nejvíce věcí, aby měl jistotu, když zemře, že se jeho příbuzní budou mít lépe. Toto je u Reverzní hypotéky problém. Úvěr je totiž splacen danou nemovitostí. Dále jsou tu ti senioři, kteří děti mají, avšak děti jsou dospělé, samostatné, zaopatřené, finančně nezávislé. Takových v České republice neustále přibývá, a to je důležitým faktorem pro rozvoj Reverzní hypotéky. Důležité je potenciál-

ním klientům zdůraznit, že pokud nemají žádné dědice nebo nechtějí nikomu nemovitost odkázat, peníze vložené do nemovitosti jsou takzvané mrtvé peníze. Produktem by využili peníze uložené v nemovitosti a navíc mají jistotu dožití ve svém domově.

Společnost FINEMO.CZ má již v pilotním programu minimální věkovou hranici nastavenou, a to 60 let. Myslím si, že z hlediska postupného růstu dlouhověkosti a čím dál pozdějšího odchodu do důchodu, by bylo pro společnost výhodnější věkovou hranici posunout na minimální věk 65 let. Výhodou pro společnost je, že by tak mohla předejít takzvaného Crossover bodu, kdy hodnota nemovitosti převýšila velikost úvěru. Tím ušetří o náklady vzniklé po tomto bodě. Toto s sebou nese i jistá negativa. Společnost tak přijde o množství klientů ve věku 60-65 let. Pro seniory by tato změna měla také jisté výhody. Ti, kteří ve věku 60 let získají cca 15 % hodnoty své nemovitosti, s tak malou částkou nevyžijí a dům pohltí úroky. Mají sice možnost úvěr splatit předčasně, ale jejich finanční prostředky jim to určitě neumožní. Proto budou chtít úvěr splatit až po své smrti danou nemovitostí a tudíž je zde velké procento nákladů v úrocích. Toto vrhá i špatné světlo na image společnosti. Věková hranice by se mohla posunout i z důvodu průměrného věku starobních důchodců, 67 let, kteří jsou zatíženi exekucí. Tak by se společnost mohla zaměřit na tuto skupinu důchodců a produkt jim přímo nabízet jako řešení jejich těžké finanční situace. Myslím si, že pro obě strany bude výhodné věkovou hranici posunout.

Na základě prognózy tržní poptávky jsem usoudila, že český trh takový produkt potřebuje. Senioři nejsou spokojeni se svými životy a jejich životní standard je absurdní. Průměrně dokáží ušetřit pouze 798 Kč/ měsíc. Stát tuto situaci řeší, ale bohužel fungující výsledek řešení bude ještě několik let trvat, a proto musí hledat senioři pomoc jinde.

Myslím si, že čeští občané jsou na takový produkt připraveni. V zahraničí takový produkt funguje již několik let a zájem o něj je veliký. Otázkou je, zda jsou zahraniční senioři v chování podobní těm českým, ale to je otázkou jiné diskuze.

Beznadějní	Věk	60-90 let
	Rodinný stav	Vdovy, vdovci, svobodní, rozvedení
	Průměrné příjmy	8 048 Kč
	Průměrná spotřeba	7 707 Kč
	Využití produktu	Splácení dluhů, zdravotní péče, finanční krize
	Charakteristika	Jedná se o skupinu seniorů, která je v nouzi. Vlastní hodnotnou nemovitost, ale jejich příjmy mnohdy nepokryjí jejich náklady. V domácnosti žijí sami a o náklady se s nikým nedělí. Je možné, že mají starobní důchod zatížen exekucí. Dále je možné, že mají i zdravotní problémy, které kvůli finanční situaci nemohou řešit. Jejich děti jsou většinou samostatné a nezávislé. Jedná se většinou o nevzdělané. Jejich finanční gramotnost je podprůměrná.
Ambiciózní	Věk	60 – 90 let
	Rodinný stav	Manželé
	Průměrné příjmy	10 327 Kč
	Průměrná spotřeba	7 018 Kč
	Využití produktu	Zvýšení životního standardu, cestování
	Charakteristika	Tato skupina seniorů je vyvrálejší. Jsou aktivní, optimističtí, chtějí si důchodový věk užít, ale nemají dostatek financí. Většinou se jedná o manžele. Mají také děti, ale ty jsou samostatné. Rádi by jim odkázali pár drobností. Výhodou v manželství je, že úvěr je splatný až smrtí posledního z nich. Většinou se v páru vyskytuje minimálně jeden vzdělaný, který má znalosti, co se týče použití, fungování finančních produktů.

Tab. 25 Informace o zjištěných segmentech

9 Závěr

Cílem bakalářské práce bylo nalézt cílovou skupinu potenciálních klientů na základě segmentace trhu a vyvodit doporučení pro management, který nabízí daný produkt. Tohoto cíle bylo dosaženo kombinací primárních a sekundárních dat, která zabezpečila větší objektivnost výsledku. Primární data byla získána kvantitativním marketingovým průzkumem, který zkoumal veškeré údaje potřebné k segmentaci jako demografické, psychografické a behaviorální faktory. Získaná data potvrdila moji počáteční prognózu.

Na základě segmentace byly vyprofilovány dvě skupiny potenciálních klientů. Segmentace byla provedena na základě behaviorálních faktorů. V dotazníkovém šetření byla položena otázka využitelnosti peněz získaných Reverzní hypotékou. Tato otázka měla zjistit postoj k produktu a jeho využití. Tím se mi rozdělili respondenti do dvou skupin.

První segment byl označen jako Ambiciózní. Jedná se o seniory, kteří by produkt využili ke zvýšení životní úrovně, dále na cestování, nakupování a další. Tito senioři žijí většinou v manželství, jsou aktivní, vitální, mají chuť do života. Chtějí prožít důstojné stáří, ale jejich finanční situace jim to neumožňuje. Jsou citlivější, co se týče zanechání dědictví, ale jejich potomkové jsou většinou samostatní a finančně zaopatření.

Druhý zjištěný segment byl nazván jako Beznadějný. Zde se jedná o seniory, kteří by produkt využili k splacení svých dluhů nebo na potřebnou lékařskou péči. Tito senioři jsou většinou ženy, vdovy, které mají velmi nízké důchody a náklady na dům či byt vysoké. Jejich životní úroveň je velmi nízká.

Toto jsou dvě hlavní skupiny potenciálních klientů, na které by se management měl zaměřit a zacílit svůj marketing. Určitě je potřeba zvolit diferencovaný marketing, jelikož se jedná o dvě naprosto odlišné skupiny.

Co se týče produktu, byla stanovena dvě doporučení. Prvním z nich je věková hranice klientů. Nyní je nabízena pro seniory ve věku od 60 let. Já bych doporučila zvýšit tuto hranici a produkt nabízet od 65 let věku. Je to z důvodu čím dál pozdějšího odchodu do penze a také kvůli výši dosaženého úvěru. Klient v 60 letech dosáhne maximální výše úvěru 15 % hodnoty nemovitosti. Pokud úvěr nesplatí předčasně, což při aktuální výši důchodu je zcela nemožné, 85 % hodnoty nemovitosti pokryjí úroky. Což s jistotou pro společnost není dobrá reklama. Pro společnost by bylo též výhodné věkovou hranici posunout. Jak ukazuje obr. 2 a tab. 2, dochází k postupnému růstu dlouhověkosti. To pro společnost znamená, že by byl u hodně klientů dosažen Crossover bod, kdy úvěr pohltí již celou hodnotu nemovitosti a společnost nepožaduje po klientovi vyšší částku, než je hodnota domu. Tím společnosti vznikají nemalé náklady. Druhým doporučením je zaměření se na umění komunikace. Senioři jsou velmi citliví klienti. Navíc Reverzní hypotéka je produkt, který hodně hovoří o smrti klienta. Proto je důležité umět vlídně, seriózně a vnímavě produkt nabízet.

V práci byla provedena také kalkulace reverzní hypotéky. Tato kalkulace byla vytvořena pro klientku ze segmentu Beznadějných. Ta vlastní byt v centru Brna

v hodnotě 3 milionů korun. Paní je 75letá vdova s měsíčním příjmem 8 500 Kč, která se odmítá stěhovat do méně nákladného řešení. Po aplikaci reverzní hypotéky paní získala jednorázovou výplatu peněz v hodnotě 1 055 165 Kč, což je přibližně 35 % hodnoty její nemovitosti. S touto částkou paní dožije velmi důstojné stáří ve svém bytě plné radostí a splněných přání. Na druhou stranu musí být smířená s faktem, že o byt po své smrti rodina přijde.

Myslím si, že původní myšlenka, která dala vzniku v USA před 30 lety, kdy reverzní hypotéka byla zavedena pro ovdovělé ženy, které měly nedostatek financí a chtěly dožít ve své nemovitosti, je aplikovatelná i u nás. Dále se management může zaměřit i na ostatní seniory, kteří jsou definováni v segmentu Ambiciózních. S jistotou mohu říci, že daný produkt má právem na českém trhu své místo a je jen otázkou času, kdy se stane běžným produktem českých seniorů.

10 Literatura

About Reverse mortgages [online]. USA, 2016 [cit. 2016-03-31]. Dostupné z: <https://www.aag.com/about-reverse-mortgages>

BARDHAN, Ashok Deo, Robert H. EDELSTEIN a Cynthia A. KROLL. *Global housing markets: crises, policies, and institutions*. Hoboken, NJ: Wiley, 2011.

Co je renta z nemovitosti? *Www.rentaznemovitosti.cz* [online]. 2015 [cit. 2016-03-31]. Dostupné z: <http://rentaznemovitosti.cz>

Deficit důchodového systému. *Www.nku.cz* [online]. 2015 [cit. 2016-05-11]. Dostupné z: <http://www.nku.cz/cz/media/na-uctu--ktery-mel-sanovat-deficity-duchodoveho-systemu--bylo-koncem-roku-2013-jen-22-6-miliardy-korun-id7438/>

DVOŘÁK, Petr. *Bankovníctví pro bankéře a klienty*. Praha: Linde, 2005. Vysokoškolská učebnice (Linde). ISBN 80-7201-515-X.

Equity release part 1 [online]. 2009 [cit. 2016-03-31]. Dostupné z: http://ec.europa.eu/finance/finservices-retail/docs/credit/equity_release_part1_en.pdf

Equity release part 2 [online]. 2009 [cit. 2016-03-31]. Dostupné z: http://ec.europa.eu/finance/finservices-retail/docs/credit/equity_release_part2_en.pdf

Equity release part 3 [online]. 2009 [cit. 2016-03-31]. Dostupné z: http://ec.europa.eu/finance/finservices-retail/docs/credit/equity_release_part3_en.pdf

Equity Release: Products [online]. 2015 [cit. 2016-05-03]. Dostupné z: <http://www.aviva.co.uk/equity-release/>

FORET, Miroslav. *Marketingová komunikace*. 3., aktualiz. vyd. Brno: Computer Press, 2011. ISBN 978-80-251-3432-0.

GWIN, Stephen a William PHILLIPS. *Transactions, svazek 44: Reverse mortgages*. 1993. Michiganská univerzita.

HORÁČEK, Filip. Průměrná mzda v Česku stoupla.

In: *Www.ekonomika.idnes.cz* [online]. 2015 [cit. 2016-05-03]. Dostupné z: http://ekonomika.idnes.cz/prumerna-mzda-v-cesku-stoupla-na-26-287-korun-fi8-/ekonomika.aspx?c=A150904_092018_ekonomika_fih

- HUDEČKOVÁ, Kamila a Dana JAKEŠOVÁ. Jakou cenu má moje nemovitost. In: *Www.idnes.cz* [online]. 2005 [cit. 2016-03-31]. Dostupné z: http://bydleni.idnes.cz/jakou-cenu-ma-moje-nemovitost-d2q-/stavba.aspx?c=A050408_140619_reality_bdp_pet
- JAKEŠOVÁ, Dana. Pozor na věčná břemena. In: *Www.idnes.cz* [online]. 2008 [cit. 2016-05-11]. Dostupné z: http://bydleni.idnes.cz/pozor-na-vecna-bremena-dukladne-prostudujte-vypis-z-katastru-pub-/stavba.aspx?c=A080827_153040_stavba_web
- JANKŮ, Martin. *Nové občanské právo v kostce: (stručný úvod)*. 1. vyd. V Praze: C.H. Beck, 2014. ISBN 978-80-7400-516-9.
- KARLÍČEK, Miroslav. *Základy marketingu*. 1. vyd. Praha: Grada, 2013. ISBN 978-80-247-4208-3.
- KAŠPAROVSKÁ, Vlasta. *Banky a komerční obchody*. Vyd. 1. Kravaře: Marreal servis, 2010. ISBN 978-80-254-6779-4.
- KOTLER, Philip. *Moderní marketing: 4. evropské vydání*. Praha: Grada, 2007. ISBN 978-80-247-1545-2.
- KOTULA, Daniel. Reality show. In: *Www.penize.cz* [online]. 2011 [cit. 2016-03-31]. Dostupné z: <http://www.penize.cz/nakup-a-prodej-nemovitosti/218164-reality-show-jak-se-dobrat-trzni-ceny-bytu>
- MIKOLÁŠEK, Vít. Novinky 2016. In: *Www.idnes.cz* [online]. 2015 [cit. 2016-03-31]. Dostupné z: http://finance.idnes.cz/novinky-2016-novela-zakona-o-spotrebitelskych-uverech-pce-/pujcky.aspx?c=A151221_140324_pujcky_sov
- PALETOVÁ, Petra. Reverzní hypotéka. In: *Www.euro.e15.cz* [online]. 2015 [cit. 2016-03-31]. Dostupné z: <http://euro.e15.cz/archiv/cnb-varuje-pred-zpetnou-hypotekou-seniori-se-muzou-rychle-zadluzit-1246195>
- Průměrné mzdy. *Www.czso.cz* [online]. 2015 [cit. 2016-05-03]. Dostupné z: <https://www.czso.cz/csu/czso/ci/prumerne-mzdy-4-ctvrtleti-2015>
- SEKERKA, Bohuslav. *Řízení bankovních rizik*. Praha: Profess, 1998. Banky a bankovní produkty. ISBN 80-85235-56-0.
- The Risks* [online]. Austrálie, 2016 [cit. 2016-03-31]. Dostupné z: <https://www.moneysmart.gov.au/superannuation-and-retirement/income-sources-in-retirement/home-equity-release/reverse-mortgages#risk>

VACEK, Lukáš. *Zákon o spotřebitelském úvěru: komentář*. Vydání první. Praha: Wolters Kluwer, 2015. Komentáře (Wolters Kluwer ČR). ISBN 978-80-7478-776-8.

VRÁNEK, Jiří a Marek ROKOSKÝ. *Renta z nemovitosti: brožura*. Finemo.cz sro. Praha, 2015.

Zákonyprolidi: Zákon občanský zákoník [online]. 2014 [cit. 2016-05-03]. Dostupné z: <http://www.zakonyprolidi.cz/cs/2012-89#cast3>

Zvyšuje se základní výměra vyplacených důchodů. *Www.cssz.cz* [online]. 2015 [cit. 2016-05-03]. Dostupné z: <http://www.cssz.cz/cz/o-cssz/informace/media/tiskove-zpravy/tiskove-zpravy-2015/20151214-od-ledna-2016-se-zvysuje-zakladni-vymera-vyplacenyh-duchodu-o-40-kc.htm>

11 Seznam obrázků

- Obr. 1 Průběh celkové dlužné částky a ceny nemovitosti..... 22**
Zdroj: Materiály poskytnuté společností Finemo.cz
- Obr. 2 Naděje na dožití u mužů a žen během několika let ... Chyba! Záložka není definována.**
Zdroj: https://www.czso.cz/csu/czso/13-7222-03--nadeje_doziti
- Obr. 3 Výdaje na důchody v České republice 30**
Zdroj: <https://data.cssz.cz/web/otevrena-data/graf-vydaje-na-duchody-v-cr>
- Obr. 4 Průměrná výše důchodů v Kč u nově přiznaných důchodů v letech... 36**
Zdroj: <https://data.cssz.cz/web/otevrena-data/graf-prumerna-vyse-duchodu-v-kc-u-nove-priznanych-duchodu-v-letech>
- Obr. 5 Počet vyplacených důchodů podle měsíční výše důchodu 37**
Zdroj: <https://data.cssz.cz/web/otevrena-data/graf-pocet-vyplaceny-duchodu-podle-mesicni-vyse-duchodu>
- Obr. 6 Odpovědi respondentů na otázku o využitelnosti produktu.....42**
- Obr. 7 Průběh celkové dlužné částky a ceny nemovitosti po letech v Kč 52**
Zdroj: Materiály poskytnuté společností Finemo.cz

12 Seznam tabulek

Tab. 1 Dosažená výše úvěru	17
Zdroj: Materiály poskytnuté společností Finemo.cz	
Tab. 2 Průměrná délka pobírání starobního důchodu	29
Zdroj: https://data.cssz.cz/web/otevrena-data/graf-prumerna-delka-pobirani-starobniho-duchodu	
Tab. 3 Průměrné roční příjmy a spotřeba starobních důchodců	31
Zdroj: Český statistický úřad	
Tab. 4 Počet důchodů zatížených exekucí během několika let	32
Zdroj: http://www.cssz.cz/cz/o-cssz/informace/media/tiskove-zpravy/tiskove-zpravy-2016/20160211-vzrostl-pocet-duchodu-s-exekucni-srazkou.-rostou-i-exekuce-z-nemocenskych-davek.htm	
Tab. 5 Důchody zatížené exekucí mužů a žen	32
Zdroj: http://www.cssz.cz/NR/rdonlyres/FFFD927C-CEEE-4AB9-8645-384BFBA28FE0/10270/TZ_Duchodci_s_exekuci_III2016_tabulka_02052016.pdf	
Tab. 6 Průměrný věk mužů a žen pobírající důchod zatížený exekucí	32
Zdroj: http://www.cssz.cz/NR/rdonlyres/FFFD927C-CEEE-4AB9-8645-384BFBA28FE0/10270/TZ_Duchodci_s_exekuci_III2016_tabulka_02052016.pdf	
Tab. 7 Věk dotazovaných	33
Tab. 8 Rodinný stav respondentů	34
Tab. 9 Počet dětí respondentů	34
Tab. 10 Odpovědi na otázku dědičnosti	34
Tab. 11 Měsíční příjmy dotazovaných	37
Tab. 12 Měsíční spotřeba dotazovaných	38
Tab. 13 Odpovědi respondentů o jejich aktuální úspoře	39
Tab. 14 Odpovědi na spokojenost finanční situace respondentů	39
Tab. 15 Odpovědi na otázku o finanční gramotnosti	40
Tab. 16 Jak by respodenti využili daný produkt	41
Tab. 17 Odpovědi na otázku využitelnosti produktu	41
Tab. 18 Rodinný stav vybraných segmentů	44
Tab. 19 Finanční situace vybraných segmentů	44
Tab. 20 Měsíční příjem vybraných segmentů	44
Tab. 21 Měsíční spotřeba vybraných segmentů	45
Tab. 22 Průběh úvěru po dobu trvání smlouvy	50
Zdroj: Materiály poskytnuté společností Finemo.cz	
Tab. 23 Předpokládaný konec úvěru	50
Zdroj: Materiály poskytnuté společností Finemo.cz	
Tab. 24 Podrobnější přehled průběhu úvěru	51
Zdroj: Materiály poskytnuté společností Finemo.cz	
Tab. 25 Informace o zjištěných segmentech	55

Přílohy

A Dotazník

Dobrý den,

jsem studentkou Mendelovy univerzity v Brně a ráda bych Vás požádala o pomoc při vyplňování dotazníku, který mi poslouží k vypracování mé bakalářské práce na téma Zajištění stáří Reverzní hypotékou. Dotazník je zcela anonymní a zabere Vám jen pár minut vašeho času. Předem Vám děkuji za vyplnění, Aneta Handlířová, Mendelova univerzita v Brně.

A co je to Reverzní hypotéka?

Tato hypotéka je průběžně nesplácený, bezúčelový úvěr, který je vyplacen jednorázově nebo postupně. Úvěrová smlouva je uzavřena na doživotí a zajištěna zástavním právem k nemovitosti, kterou vlastní klient. Dlužník nesplácí nic po celou dobu trvání úvěrové smlouvy. Peníze se splatí až po jeho smrti, dříve jen v případě odstěhování nebo když si sám bude přát úvěr splatit předčasně. Podmínkou je mít 60 let věku a vlastnit nemovitost, dům či byt.

1) Jaké je Vaše pohlaví?

- muž
- žena

2) Jaký je Váš věk?

- 60 - 65 let
- 66 - 70 let
- 71 - 75 let
- 76 - 80 let
- 81 - 85 let
- 86 let a více

3) Jaký je Váš rodinný stav?

- vdovec/ vdova
- mám manžela/ manželku
- sám/ sama
- mám přítele/ přítelkyni

4) Kolik máte dětí?

- bezdětný/ bezdětná
- 1 dítě
- 2 děti
- 3 a více dětí

5) Jaká je Vaše měsíční výše důchodu?

- 5 - 7 tisíc
- 7 - 9 tisíc
- 9 - 11 tisíc
- 11 - 13 tisíc
- 13 - 15 tisíc
- 15 tisíc a více

6) Jaké jsou vaše celkové měsíční výdaje?

- do 3 tisíc
- 3 - 5 tisíc
- 5 - 7 tisíc
- 7 - 9 tisíc
- 9 tisíc a více

7) Máte momentální finanční úsporu?

- ano, mám něco našetřeno
- ne, nemám nic našetřeno
- mám dluhy

8) Vyhovuje Vám aktuální finanční situace?

- ano, vyhovuje
- nějak přežívám
- ne, nevyhovuje

9) Co si myslíte o zanechání dědictví?

- ano, chci zanechat velké dědictví
- ano, chci zanechat pár drobností
- ne, nechci zanechat dědictví
- ještě nevím

10) Peníze z Reverzní hypotéky bych využil/-la na?

- splacení dluhů
- zdravotní péči
- cestování
- zvýšení životního standardu
- jiné

11) Jaká je Vaše finanční gramotnost?

- mám nadprůměrné znalosti o finančních produktech, chápu jejich použití, fungování
- mám průměrné znalosti o finančních produktech a chápu jejich fungování

- mám podprůměrné znalosti o finančních produktech
- nemám skoro žádné znalosti o finančních produktech

12) Využil/ využila byste tento druh produktu?

- ano
- ne
- možná
- nevím