



TECHNICKÁ UNIVERZITA V LIBERCI  
Ekonomická fakulta



# Nekalé marketingové praktiky ve finančních službách

## Bakalářská práce

*Studijní program:* B6208 – Ekonomika a management  
*Studijní obor:* 6208R175 – Ekonomika a management služeb  
*Autor práce:* **Monika Stefanovová**  
*Vedoucí práce:* Ing. Jan Öhm, Ph.D.





# Unfair Marketing Practices in Financial Services

## Bachelor thesis

*Study programme:* B6208 – Economics and Management  
*Study branch:* 6208R175 – Economics and Management of Services  
*Author:* **Monika Stefanovová**  
*Supervisor:* Ing. Jan Öhm, Ph.D.



## ZADÁNÍ BAKALÁŘSKÉ PRÁCE

(PROJEKTU, UMĚLECKÉHO DÍLA, UMĚLECKÉHO VÝKONU)

Jméno a příjmení: **Monika Stefanovová**  
Osobní číslo: **E13000442**  
Studijní program: **B6208 Ekonomika a management**  
Studijní obor: **Ekonomika a management služeb**  
Název tématu: **Nekalé marketingové praktiky ve finančních službách**  
Zadávací katedra: **Katedra ekonomické statistiky**

### Z á s a d y p r o v y p r a c o v á n í :

1. Charakteristika marketingu a nekalých praktik
2. Zákon o ochraně spotřebitele
3. Nekalé marketingové praktiky ve světě
4. Rozbor vybraného příkladu nekalé praktiky a jeho užití na spotřebiteli
5. Shrnutí a vlastní návrhy

Rozsah grafických prací:

Rozsah pracovní zprávy: **30 normostran**

Forma zpracování bakalářské práce: **tištěná/elektronická**

Seznam odborné literatury:

**Ochrana spotřebitele: zákon o ochraně spotřebitele : Česká obchodní inspekce, technické požadavky na výrobky, zákon o potravinách, odpovědnost za škodu způsobenou vadou výrobku, obecná bezpečnost výrobků. Ostrava: Sagit. ISBN 978-80-7208-988-8.**

**ONDŘEJ, Jan. Spotřebitelské smlouvy a ochrana spotřebitele: ekonomické, právní a sociální aspekty.**

**Praha: C. H. Beck, 2013. ISBN 978-80-7400-446-9.**

**ONDREJOVÁ, Dana. Přehled judikatury ve věcech nekalé soutěže.**

**Praha: Wolters Kluwer ČR, 2011. ISBN 978-80-7357-670-7.**

**ONDREJOVÁ, Dana. Právní prostředky ochrany proti nekalé soutěži.**

**Praha: Wolters Kluwer ČR, 2010. ISBN 978-80-7357-505-2.**

**BOOM, Willem, Amandine GARDE and Orkun AKSELI. The European Unfair Commercial Practices Directive: impact, enforcement strategies and national legal systems. Farnham, England: Ashgate, 2014. ISBN 978-1-4724-2340-5.**

**Elektronická databáze článků ProQuest (knihovna.tul.cz).**

Vedoucí bakalářské práce:

**Ing. Jan Öhm, Ph.D.**

Katedra ekonomické statistiky

Konzultant bakalářské práce:

**Ing. Zlata Svobodová**

MěÚ Vrchlabí, vedoucí finančního oddělení

Datum zadání bakalářské práce: **30. října 2015**

Termín odevzdání bakalářské práce: **31. května 2017**



doc. Ing. Miroslav Žižka, Ph.D.  
děkan



Ing. Vladimíra Hoyerková Valentová, Ph.D.  
vedoucí katedry

V Liberci dne 30. října 2015

## Prohlášení

Byla jsem seznámena s tím, že na mou bakalářskou práci se plně vztahuje zákon č. 121/2000 Sb., o právu autorském, zejména § 60 – školní dílo.

Beru na vědomí, že Technická univerzita v Liberci (TUL) nezasahuje do mých autorských práv užitím mé bakalářské práce pro vnitřní potřebu TUL.

Užiji-li bakalářskou práci nebo poskytnu-li licenci k jejímu využití, jsem si vědoma povinnosti informovat o této skutečnosti TUL; v tomto případě má TUL právo ode mne požadovat úhradu nákladů, které vynaložila na vytvoření díla, až do jejich skutečné výše.

Bakalářskou práci jsem vypracovala samostatně s použitím uvedené literatury a na základě konzultací s vedoucím mé bakalářské práce a konzultantem.

Současně čestně prohlašuji, že tištěná verze práce se shoduje s elektronickou verzí, vloženou do IS STAG.

Datum:

Podpis:

## **Anotace**

Bakalářská práce je zaměřena na problematiku nekalých praktik ve finančních službách a zabývá se nekalou činností obchodních a finančně poradenských společností. V práci je čtenář seznámen s hospodářskou a nekalou soutěží a jejich často nemorálními praktikami. Praktická část se pak konkrétně věnuje v dnešní době aktuální tématice nekalých obchodních praktik společností poskytující finanční poradenství. Jsou analyzovány společnosti OVB Allfinanz, a. s. a Partners Financial Services, a. s.. Obě tyto společnosti se zabývají finančně poradenskými službami a u obou z nich již v minulosti byly zaznamenány znaky nekalých obchodních praktik. Cílem práce je tyto společnosti prověřit, vyhodnotit kvalitu, pravdivost a výhodnost jimi nabízených služeb a produktů. Dále vyhledat znaky klamavých praktik a následně sestavit doporučující opatření pro spotřebitele, kteří mohou mít o tyto služby v budoucnu zájem.

## **Klíčová slova**

Finanční služby, hospodářská soutěž, nekalá soutěž, nekalé obchodní praktiky, zákon o ochraně spotřebitele

## **Annotation**

### **Unfair Marketing Practices in Financial Services**

Bachelor thesis is focused on unfair practices in financial services, especially there are highlighted the unfair trade practices and financial consulting. The reader becomes familiar with economic competition and unfair competition and their often immoral, unethical practices. Practical part deals with the recent topic of unfair business practices in financial advisors companies. The thesis analyses companies OVB Allfinanz, a.s. and Partners Financial Services, a.s.. Both of these companies are known for their unfair practices from the past. The goal of the thesis is to evaluate these companies, review the quality of their services, truthfulness and profitability of the products or services which they offer to the customer. Last but not least, to seek for signs of unfair or deceptive practices and set up a list of recommended steps for the customer, which may show need for financial consulting in the future.

### **Key words**

Financial services, economical competition, unfair competition, unfair business practices, The Consumer Protection Act

## **Poděkování**

Ráda bych na tomto místě vyjádřila poděkování Ing. Janu Öhmovi Ph.D, vedoucímu mé bakalářské práce za jeho ochotu, trpělivost, odbornou pomoc a nepostradatelné rady, které mi poskytnul při zpracování této práce.



## Obsah

Seznam ilustrací.....	10
Seznam tabulek.....	11
Seznam použitých zkratk ..... 12	12
Úvod.....	13
1 Hospodářská soutěž.....	14
1. 1 Nekalá soutěž.....	14
1. 2 Ochrana proti nekalé soutěži .....	15
2 Nekalé obchodní praktiky.....	16
2. 1 Klamavá obchodní praktika.....	17
2. 2 Agresivní obchodní praktika .....	17
2. 3 Zakázané obchodní praktiky: Černá listina .....	18
3 Nekalé praktiky finančních zprostředkovatelů .....	20
4 Analýza nekalých praktik .....	21
4. 1 Analýza nekalých praktik finančních poradců .....	21
4. 1. 1 Společnosti zabývající se finančním poradenstvím v ČR .....	21
4. 1. 2 Nárůst počtu finančních poradců.....	22
4. 1. 3 Modelová finanční situace.....	22
4. 2 Průběh a cíle šetření.....	23
5 Společnost OVB Allfinanz, a. s.....	24
5. 1 Žaloba OVB Allfinanz, a. s. ....	25
5. 2 Osobní schůzka s poradcem č. 1.....	27
5. 3 Zhodnocení osobní schůzky s finančním poradcem.....	30
5. 4 Rozbor navržené kalkulace č. 1 .....	31
6 Společnost Partners Financial Services, a. s.....	36
6. 1 Nabídka produktů společnosti .....	36

6. 2 Osobní schůzka s poradcem č. 2.....	37
6. 3 Zhodnocení osobní schůzky s finančním poradcem.....	39
6. 4 Rozbor navržené kalkulace č. 2 .....	39
7 Závěrečné shrnutí .....	43
7. 1 Nekalé praktiky poradce od společnosti OVB Allfinanz .....	43
7. 2 Nekalé praktiky poradce od společnosti Partners.....	44
7. 3 Porovnání společností.....	45
7. 4 Seznam doporučujících opatření pro spotřebitele .....	46
8 Celkový pohled na finanční poradenství z hlediska autorky.....	47
Závěr.....	48
Seznam použité literatury .....	49

## Seznam ilustrací

Obrázek 1 – Růst počtu finančních poradců v ČR .....	22
Obrázek 2- portrét služeb společnosti .....	24
Obrázek 3 - webové stránky společnosti OVB.....	27
Obrázek 4 - Finanční trh.....	28
Obrázek 5- Předpokládaný vývoj investic v případě pravidelného investování .....	32
Obrázek 6 - průměrné očekávané zhodnocení.....	33
Obrázek 7 - vývoj ceny podílového listu.....	33
Obrázek 8- Předpokládaný vývoj investic při jednorázovém investování .....	40
Obrázek 9- Vývoj ceny podílového listu – akciový fond.....	41
Obrázek 10 - Vývoj investice mezi roky 2000 až 2015 .....	42

## **Seznam tabulek**

Tabulka 1- Srovnání společností .....	45
---------------------------------------	----

## Seznam použitých zkratek

a. s.	akciová společnost
ČNB	Česká národní banka
ČR	Česká republika
ČSÚ	Český statistický úřad
DPH	daň z přidané hodnoty
ES	Evropské společenství
EU	Evropská unie
IŽP	investiční životní pojištění
Kč	Koruna česká
MLM	Multi-level Marketing

# Úvod

Dnešní společnost je přehlcena množstvím finančních institucí, jako jsou banky, pojišťovny, spořitelny. Některé společnosti zanikají a další vznikají, přibývá počet nabízených produktů a služeb. Každá firma chce být něčím výjimečná, aby přilákala nové zákazníky a udržela ty stávající. Tato situace často vede k nekalé soutěži.

Právě touto problematikou nekalé soutěže a klamavého jednání společností se zabývá tato bakalářská práce. Nejprve je zde představena hospodářská soutěž a její význam, následně již výše zmíněná nekalá soutěž a její nejčastější formy. Nejvíce se práce orientuje na problematiku nekalých obchodních, neboli marketingových praktik, které se dělí na dvě základní části, obchodní praktiky klamavé a agresivní. Dalším členěním nekalých praktik jsou praktiky zakázané, tyto praktiky jsou vypsány v Černé listině. Hlavní znaky tohoto klamavého jednání jsou zde důkladně popsány a uvedeny v kontext s regulací zákona.

Praktická část bakalářské práce je zaměřená konkrétně na nekalé obchodní praktiky společností **OVB Allfinanz, a. s.** a **Partners Financial Services, a. s.** které se zabývají finančně poradenskými službami.

Obě tyto společnosti jsou podrobeny výzkumu, který má odhalit jejich nekalé chování vůči spotřebitelům. Byly tedy sjednány osobní schůzky s finančními poradci, kde byla řešena finanční situace autorky a navržen ideální finanční plán. Tento plán je následně analyzován z hlediska pravdivosti a reálné výnosnosti. Mimo to je také zkoumán a popsán průběh každé schůzky a zhodnoceno chování a vystupování dotyčných pracovníků.

Poté jsou tyto společnosti vzájemně porovnány z hlediska profesionality, způsobilosti a osobních poznatků autorky. Také je zde porovnáno výsledné navržené řešení od každého z poradců a zhodnoceno, zda jsou opravdu tak výhodné jak uvádějí, nebo jim jde pouze o jejich vlastní zisk. Zda společností na spokojenosti jejich klientů opravdu záleží a jsou u nich na prvním místě.

Nakonec, na základě analýzy nekalých praktik, byl vytvořen seznam doporučujících opatření pro spotřebitele, kteří mají zájem o služby finančních poradců. Seznam zobrazuje navrženou strukturu, podle které by měl spotřebitel postupovat, aby zamezil případnému nekalému chování poradce, či sepsání nevýhodných smluv.

# 1 Hospodářská soutěž

Přestože pojem hospodářská soutěž není v právním řádu České republiky řádně vymezen, pro soutěž jako takovou se najde spousta různých definic. Odedávna musel člověk soutěžit s ostatními soutěžiteli, ba dokonce i s přírodou, aby přežil. Během vývoje společnosti se hodnoty jednotlivců měnily a lidé chtěli víc, než jen uspokojit základní potřeby, jako jsou hlad, žízeň a teplo. Hovoří se zde o druhotných potřebách, mezi které patří uplatnění se ve společnosti, vzdělání, kariéra, uznání, apod. Lidé neustále hledají nové způsoby, jak za pomoci co nejméně vynaloženého úsilí dosáhnout co největšího množství užitků, což je vlastně podstatou lidského soutěžení. Se vznikem obchodu se proto soutěživost postupem času stala jeho nezbytnou součástí a nelze ji v žádném případě vyloučit. Je však otázkou, do jaké míry jde o přirozenou lidskou soutěživost neohrožující hospodářskou ekonomiku a kdy už by se mělo sáhnout po právních úpravách.

Soutěžní právo se dělí na dvě části, podle podstaty zneužití svobody hospodářské soutěže. Tou první se rozumí nekalá soutěž, jejíž právní úprava je umístěna v Obchodním zákoníku. Směrnice nejsou zaměřeny pouze na ochranu spotřebitele, ale také na soutěžitele, jako jednotlivce. Spotřebitelé se tak mohou domoci svých práv vůči soutěžitelům. Druhá část soutěžního práva je nedovolené omezování hospodářské soutěže a je upraveno zákonem o ochraně hospodářské soutěže. [1]

Tento zákon zakazuje:

- Dohody soutěžitelů omezující hospodářskou soutěž.
- Dohody o sloučení soutěžitelů.
- Jejich zneužití na úkor ostatních soutěžících a zákazníků.
- Zneužití monopolního nebo dominantního postavení soutěžitel [1]

## 1. 1 Nekalá soutěž

Nekalá soutěž je vymezena v obchodním zákoníku jako „*jednání v hospodářské soutěži, které je v rozporu s dobrými mravy soutěže a je způsobilé vytvořit újmu jiným soutěžitelům, nebo spotřebitelům*“. [2]

Nekalou soutěží se rozumí zejména klamavá reklama, klamavé označování zboží a služeb, vyvolávání nebezpečí záměny, parazitování na pověsti podniku, výrobků či služeb jiného soutěžitele, podplácení, zlehčování, srovnávací reklama, porušování obchodního tajemství a ohrožování zdraví spotřebitelů a životního prostředí. [2]

## **1. 2 Ochrana proti nekalé soutěži**

Nekalá soutěž je opakem povoleného soutěžního chování soutěžitelů. Základním předmětem ochrany práva proti nekalé soutěži je tzv. *triáda zájmů* – jedná se o ochranu zájmů soutěžitelů, spotřebitelů a hospodářské soutěže. Nekalá soutěž tak nechrání existenci konkurence na trhu (kvantitativní stránku hospodářské soutěže), ale především kvalitativní stránku hospodářské soutěže. [1]

Právní prostředky ochrany proti nekalé soutěži, mají za úkol chránit spotřebitele a eliminovat nekalosoutěžní aktivity soutěžitelů v hospodářské soutěži. Zejména tedy odradit potenciální rušitele od eventuálního budoucího porušení soutěžních pravidel. A následně zabránit pokračování nekalosoutěžního jednání a rovněž i jeho možnému opakování. [1]



## 2 Nekalé obchodní praktiky

Obchodní praktika je definována jako určitý proces, který má přímou návaznost na propagaci, prodej a dodání produktu ke spotřebiteli. Mezi obchodní praktiky je zahrnuta celá škála činností, jako jsou jednání, prohlášení, chování, obchodní komunikace, reklama, uvedení na trh. Všechny tyto činnosti provádí obchodník, který je za ně odpovědný. Jestliže jsou všechny tyto praktiky v pořádku, jedná se o obchodní praktiku v souladu s právním řádem. [3]

V případě, že je tento proces nějakým způsobem nepřijatelný pro spotřebitele, jedná se o nekalou obchodní praktiku. Toto nekalé jednání má přesně stanovená kritéria. O nekalou praktiku se jedná v případě, kdy jsou spotřebitelé zavádějícím způsobem informováni, nebo přímo klamáni ať už v reklamě, firemních informačních materiálech, na obalech produktů, firemních webových stránkách či v ústních nebo písemných prohlášeních obchodních zástupců firmy. [3]

Tyto praktiky jsou zapříčiněny dnešní vyspělou ale především zahlcenou ekonomikou, kdy se obchodníci perou o místo na velmi rozmanitém, avšak už zaplněném trhu. Je velmi obtížné si udržet stávající klientelu, natož přilákat novou, jelikož jistý výrobek či službu, kterou jeden obchodník nabízí, produkuje dalších několik společností. Každá se předhání v novějších inovacích, nižších cenách, výhodnějších nabídkách či zajímavějších reklamách. Následně pak mají tyto nekalé obchodní triky za úkol přilákat více zákazníků a zároveň si udržet loajalitu zákazníků stávajících.

Rivalita je natolik vysoká, že dochází velice často ke „špinavé hře“ a využívání nekalých obchodních praktik k dosažení sledovaného cíle.

Za nekalou obchodní praktiku se ve smyslu generální klauzule stanovené v § 4 Zákon o ochraně spotřebitele považuje jednání, které splňuje 3 základní podmínky, a sice jde o chování podnikatele vůči spotřebiteli, které je v nesouladu s požadavky odborné péče a je způsobilé významně ovlivnit jeho rozhodování tak, že může učinit rozhodnutí, které by za jiných okolností neučinil. Všechna jednání splňující tyto podmínky jsou zakázané a postižitelné jako správní delikt s pokutou až několik milionů korun. Generální klauzule nekalých obchodních praktik je doplněna ukázkovým výčtem jejich dvou nejběžnějších

typů, které se podle charakteru a míry závažnosti dělí na klamavé obchodní praktiky a agresivní obchodní praktiky. [4]

## **2. 1 Klamavá obchodní praktika**

Klamavá obchodní praktika běžně spočívá v klamavém jednání nebo klamavém opomenutí. Klamavé jednání spočívá v uvedení nepravdivých údajů nebo údajů, které jsou ve své podstatě pravdivé, avšak vzhledem k okolnostem a souvislostem jejich použití mohou uvést konečného spotřebitele v omyl. A dále v jednání vedoucím k záměně a v nedodržení závazku obsaženého v kodexu chování. Klamavé opomenutí naopak tkví v opomenutí sdělení důležitého údaje, nebo jeho uvedení nesrozumitelným a matoucím způsobem. [4]

Klamavou obchodní praktikou se rozumí praktika, která:

- 1) obsahuje nepravdivý údaj,
- 2) obsahuje důležitý údaj, který je sice pravdivý, ale vzhledem k okolnostem a souvislostem, za kterých byl použit, může vést k omylu,
- 3) vede způsob prezentace výrobku, nebo služby, včetně srovnávací reklamy, či je uváděn na trh k záměně s jinými výrobky, nebo rozlišovacími znaky jiného podnikatele,
- 4) nedodržuje závazek obsažený v kodexu chování, k jehož dodržování se podnikatel zavázal, jde-li o jednoznačný závazek, který lze ověřit, a podnikatel v obchodní praxi uváží, že je vázán kodexem. [5]

## **2. 2 Agresivní obchodní praktika**

Agresivní obchodní praktika spočívá v obtěžování, donucování - včetně použití síly, nebo v nepatřičném ovlivňování spotřebitele. Tyto praktiky výrazně zhoršují možnost svobodného rozhodování a chování průměrného spotřebitele ve vztahu k produktu. Agresivní chování obchodníka může zapříčinit, že spotřebitel učiní rozhodnutí o obchodní transakci, které by jinak neučinil. [6]

Pro posouzení zda je praktika agresivní je stanoven demonstrativní výčet kritérií, která zahrnují:

- 1) načasování, místo a doba trvání obchodní praktiky,
- 2) způsob jednání, jeho výhružnost a urážlivost,
- 3) vědomé využití nepříznivé situace spotřebitele,
- 4) nepřiměřené překážky pro uplatnění práv spotřebitele,
- 5) hrozba protiprávním jednáním. [5]

## **2. 3 Zakázané obchodní praktiky: Černá listina**

Některé obchodní praktiky jsou v České republice a v celé Evropě vždy zakázané. Tyto obchodní praktiky jsou za nekalé považovány **za všech okolností**. Není tudíž zapotřebí žádného posouzení, či hodnocení konkrétních případů podle ostatních ustanovení směrnice. Z důvodu, aby se zaručilo, že obchodníci, marketingoví odborníci a spotřebitelé jednoznačně poznali, co je zakázané, byla vypracována *Černá listina 31 nekalých praktik*. [7]

Černá listina není v Evropské legislativě novinkou, ačkoli se její pojetí za poslední roky výrazně rozšířilo. Seznam zakázaných obchodních praktik je veden v Zelené knize o ochraně spotřebitele v Evropské Unii od roku 2001. [8]

Výběr zakázaných obchodních praktik je následující:

- **„Mimořádné“ nabídky** - Obchodníci zákazníkům nesmějí tvrdit, že jim nabízejí něco exkluzivního, pokud jim danou věc zaručuje samo právo. Příklad: Při koupi našeho mobilního telefonu získáte dvouletou záruku na opravy poruch. – Nabývá dojmu luxusnosti, přitom dvouletá záruka je povinna u všech obchodníků.
- **Klamavé nabídky, výhry a dárky** - Obchodníci nesmějí slibovat dárky nebo podobné bonusy „zdarma“ a později spotřebiteli sdělit, že je obdrží pouze tehdy, pokud si od nich zakoupí zboží.
- **Nabídky „zdarma“** - Prodejce je povinen spotřebiteli sdělit skutečnou cenu zboží nebo služeb. Nemůže tvrdit, že placená služba je „zdarma“ nebo nabízet dodatečnou

„bezplatnou“ službu, pokud ve skutečnosti jsou náklady na tuto službu již započítány v běžné ceně.

- **Klamavé používání časově omezených nabídek** - Pokud prodejce uvádí, že daná nabídka bude platit jen po omezenou dobu, může se jednat o pokus nedat zákazníkovi čas na to, aby se informoval o nabídce a cenách jiných výrobců nebo produktů.
- **Opakující se nevyžádané nabídky** - Evropské předpisy prodejcům zakazují činit opakující se a nevyžádané nabídky telefonicky, faxem, e-mailem nebo jakýmikoli jinými prostředky vhodnými k prodeji „na dálku“.
- **Manipulace dětí** - Prodejce nesmí nabádat děti, aby po svých rodičích vyžadovaly zakoupení daného produktu. Tento zákaz se vztahuje na všechny sdělovací prostředky včetně televize, ale především na internet.
- **Skrytá reklama ve sdělovacích prostředcích** – spotřebitel má právo být upozorněn na to, že novinový článek, televizní nebo rozhlasové vysílání jsou „sponzorovány“ určitou firmou a že jejich účelem je propagovat výrobky této firmy. Musí to být jasné z obrazového, slovního nebo zvukového vyjádření.
- **Vábivá reklama** - Prodejce nesmí lákat spotřebitele pomocí reklamy na výrobky nebo služby za velmi nízkou cenu, pokud jich nemá za tuto cenu na skladě dostatečný počet. Prodejce musí zákazníkovi sdělit, kolik kusů bude za tuto cenu prodávat a jak dlouho bude nabídka platit.
- **Pyramidové programy** - V pyramidových programech zájemce platí na začátku poplatek za možnost dalšího výdělků. Problém spočívá v tom, že zisk primárně vzniká tak, že do programu sami zapojují nové zájemce.
- **Nepřavdivá tvrzení o léčivé schopnosti** – Je-li daný produkt propagován a prezentován jako léčivý, například přípravek proti alergii, padání vlasů nebo prášky na hubnutí, má spotřebitel právo vědět, zda tvrzení, která jsou na produktu uváděna, jsou vědecky podložena. V řadě případů však podobná tvrzení žádným lékařským výzkumem podložena nejsou a účinky těchto přípravků bývají často nadsazené nebo lživé. [9]

### 3 Nekalé praktiky finančních zprostředkovatelů

Finanční poradenství a finanční zprostředkovatelé jsou výdělečně činní především z provizí, které získají za uzavřené smlouvy se zákazníkem. Avšak spotřebitelé netuší, že velmi často tyto provize platí právě oni. Svými splátkami, které vkládají na účty pojištění či investice často dlouho splácejí pouze provizi finančního poradce, který s nimi smlouvu sjednal.

Nejčastějším počinem finančních zprostředkovatelů je klamavá prezentace pojistných a investičních produktů, zejména v oblasti investičního životního pojištění (IŽP). Toto pojištění se často prezentuje jako forma spoření, přestože je s ním spojeno i investiční riziko. Poradci často klamavě informují o garanci zhodnocení, která může nastat pouze u IŽP navázaném na zajištěné fondy. [10]

Zprostředkovatelé také často „opomíjí“ informovat spotřebitele o poplatkových a podmínkových strukturách nabízených produktů. [10]

Některé společnosti dokonce vytvářejí pyramidové struktury – Tento druh konání je zakázán a vypsán v Černé listině nekalých praktik. Nejedná se o běžně užívaný Multi-level Marketing (MLM), ale o programy, do jejichž zapojení musí nový člen uzavřít vlastní pojistné produkty, zaplatit vysoký poplatek nebo povinně do společnosti přivést nové členy.

Mezi další nekalé jednání zprostředkovatelů je tzv. Mis-selling. Klientům je často nabízený produkt neodpovídající jejich vědomostem a finančním možnostem. Aby byla tato praktika hůře prokazatelná, dochází k ovlivňování klientů při vyplňování investičních dotazníků. Podpisem tohoto dotazníku klient stvrzuje dostatečné zkušenosti a vědomosti, aniž by je skutečně měl. [10]

Česká národní banka tyto nekalé praktiky monitoruje a následně identifikuje. Může tak finančním zprostředkovatelům udělit pokuty v řádu několika milionů korun. [10]

## 4 Analýza nekalých praktik

První část bakalářské práce byla zaměřena na hospodářskou soutěž, nekalou soutěž a nekalé praktiky ve finančních službách, zejména tedy na nekalé obchodní praktiky, které spočívají především v klamavém jednání nebo klamavém opomenutí. Klamavé jednání spočívá v uvedení nepravdivých údajů nebo údajů, které jsou ve své podstatě pravdivé (polopravdy), avšak vzhledem k okolnostem a souvislostem jejich použití mohou uvést konečného spotřebitele v omyl.

### 4.1 Analýza nekalých praktik finančních poradců

Autorka práce si pro svojí praktickou část zvolila problematiku, jež se v poslední době stává stále rozšířenější. Tím je téma finančního poradenství a finančních poradců. – Jejich nekalé obchodní praktiky a způsoby jednání s klienty. Tyto praktiky nejsou vždy v rozporu se zákonem, ale velmi často bývají za hranicí mravnosti, kdy poradci využívají neznalosti a finanční negramotnosti svých klientů ve svůj prospěch. Ve svém okolí, se autorka setkává stále s větším počtem různých finančních poradců, ať už od OVB, Partners, Broker Consulting nebo jiných společností. Dále také přibývá poradců, kteří podnikají samostatně jako živnostníci a kteří své předchozí zkušenosti načerpali právě ve výše uvedených společnostech.

#### 4.1.1 Společnosti zabývající se finančním poradenstvím v ČR

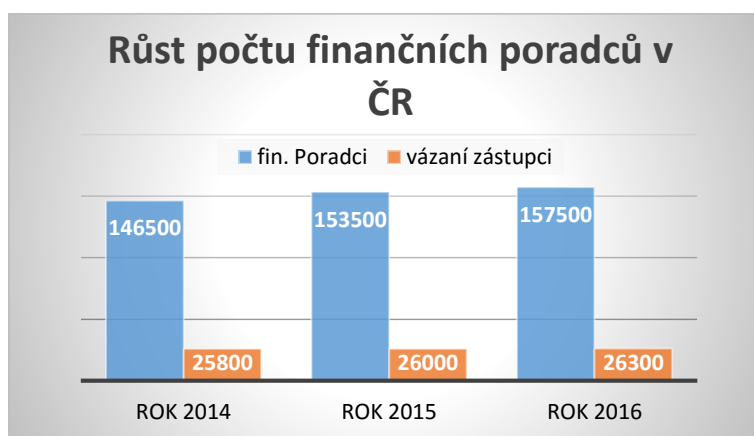
- **Broker Consulting** – česká společnost působící na trhu od roku 1998.
- **Fincentrum** – česká společnost působící na trhu od roku 2000.
- **OVB Allfinanz** – německá společnost působící na trhu od roku 1970. Na českém trhu od roku 1992.
- **Partners Financial Services** – česká společnost působící na trhu od roku 2007.
- **Swiss Life Select** – švýcarská společnost založena již v roce 1857. Na českém trhu působí od roku 2007, kdy se spojila s bývalou společností AWD.
- **Broker Trust** – česká společnost působící na trhu od roku 2001. [11]

#### 4. 1. 2 Nárůst počtu finančních poradců

K únoru 2016 je u České národní banky registrováno 157 500 pojišťovací zprostředkovatelů, což je o 5 800 finančních poradců více než v roce 2015 a o 12 800 více než v roce 2014.

Také bylo registrováno 26 300 vázaných zástupců, což je o 300 více než v předešlém roce a o 500 více než v roce 2014. Nárůst vázaných zástupců není tak výrazný, nicméně vzrůst o 5 800 nově registrovaných poradců za necelý rok je podstatně vysoké číslo. [12]

Na obrázku níže lze vidět graf zobrazující počet finančních poradců v letech 2014 až 2016.



Obrázek 1 – Růst počtu finančních poradců v ČR  
Zdroj: Vlastní tvorba

#### 4. 1. 3 Modelová finanční situace

Autorka se tedy rozhodla prověřit, jak taková schůzka s finančním poradcem vypadá, co nového si z ní odnese, co jí poradce doporučí a nakonec co jí taková služba bude stát. Svůj experiment se rozhodla provést na dvou největších finančně-poradenských společnostech v Liberci, jimiž jsou **OVB Allfinanz, a. s.** a **Partners Financial Services, a. s.**

Jakožto studentka bez žádného finančního příjmu, žijící u rodičů by nezněla příliš důvěryhodně a pro finančního poradce lukrativně, vymyslela si svoji vlastní finanční situaci.

Ta vypadala následovně: Už 2 roky pracuje na Městském úřadě v Liberci ve finančním oddělení na pozici účetní a její měsíční hrubý příjem se pohybuje cca 18 000 Kč. Je svobodná, bezdětná a dálkově studuje zde v Liberci na Technické univerzitě navazující magisterský obor Podniková ekonomika. Bydlí v pronajatém bytě s přítelem, nájem + služby stojí měsíčně 13 000 Kč. Každodenní výdaje, které zahrnují potraviny,

nápoje, dopravu a další, jsou průměrně ve výši 4 000 Kč za měsíc. Autorka se účastní spoření ve III. důchodovém pilíři a má ukončené stavební spoření (120 000 Kč), na které ji od dětství spořili rodiče. Nesplácí žádnou půjčku. Aktivně provozuje volejbal, ale nemá žádné úrazové pojištění.

## **4. 2 Průběh a cíle šetření**

Hlavním cílem tohoto šetření je odhalení nekalých praktik, které finanční poradci uplatňují na své klienty.

Průběh šetření byl následující:

- Sjednat schůzku s finančním poradcem.
- Zaznamenat její průběh, body a probraná témata.
- Nechat si poradcem nabídnout konkrétní službu.
- Požadovat informace o konkrétním produktu.
- Obě schůzky vzájemně porovnat (strukturou, délkou, místem konání apod.)
- Zaznamenat průběh následné komunikace mezi klientem a poradcem.

Cíle šetření:

- Vyhodnotit nabízené produkty z hlediska kvality a správnosti (reference).
- Vyhledat znaky klamavých obchodních praktik.
- Sestavit doporučující opatření pro zákazníky vyhledávající podobné služby (potenciální oběti nekalého jednání).



## 5 Společnost OVB Allfinanz, a. s.

Finančně-poradenská společnost OVB byla založena v sedmdesátých letech 20. století v Kolíně nad Rýnem v Německu. Do České republiky přišla v roce 1992 a nyní působí ve 14 evropských zemích. Společnost se zabývá poradenskými službami v ekonomickém sektoru a sama sebe označuje v médiích jako nejlepší a nejspolehlivější finančně-poradenskou společnost s nejdelší tradicí a zázemím v Evropě. [13]

Zde, na obrázku níže je vyobrazen portrét poskytovaných služeb společnosti.



Obrázek 2- portrét služeb společnosti

Zdroj: [Online] <http://www.ovb.cz/o-spolecnosti.html>

Nejprve je autorkou považováno za vhodné, ba dokonce nutné přiložit k úvodu o společnosti i současné dění. Tím je myšlena aktuální žaloba na společnost OVB a pokuta ve výši 5 milionů korun od České národní banky za její nekalé obchodní praktiky. Kauza se týkala Investičního životního pojištění (IŽP), které společnost nabízela svým klientům. Jelikož právě tento produkt byl autorce na schůzce s poradcem nabídnut jako velmi spolehlivý a výnosný.

## 5. 1 Žaloba OVB Allfinanz, a. s.

Známa společnost OVB Allfinanz, a. s. zabývající se finančně-poradenskými službami dostala v roce 2016 od České národní banky pokutu ve výši 5 milionů korun za nekalé obchodní praktiky, které provozovala v letech 2010 až 2013. V této době společnost opakovaně klamala své klienty, kterým prezentovala buď písemně či ústně investiční životní pojištění, jako spoření, respektive spořicí účty s tím, že se jedná o produkt, u něhož lze kdykoli vybrat vložené peněžní prostředky. Produkt s garantovaným či kladným zhodnocením vložených peněžních prostředků, jež lze a to včetně zhodnocení vybrat po 2 až 5 letech jeho trvání, případně jako produkt, u něhož lze výši vkládaných peněžních prostředků měnit, snižovat a vybírat dle potřeby. Avšak společnost jaksí opomenula upozornit klienty zejména na to, že výše původně sjednaného pojistného, respektive jeho změna (snížení) a skutečná délka trvání smlouvy má, a to především v prvních letech trvání smlouvy, významný či zásadní vliv na možnou výši výběru peněžních prostředků. [14]

Dále je důležité zmínit, že společnost OVB v roce 2012 na příkaz ČNB zapracovala její připomínky jak správně investiční životní pojištění (IŽP) prezentovat. V každé smluvní dokumentaci, kterou poradce podepisuje se svým klientem, jsou tyto pravidla jasně vymezeny. Podle ČNB OVB zavedlo rizikový modul, kde sleduje klíčové potenciálně rizikové oblasti a poté je zpřísňuje tak, aby vyhověli požadavkům ČNB. [14]

Česká národní banka společnosti OVB Allfinanz dle rozkladu dostatečně dokázala, že její podřízení pojišťovací zprostředkovatelé (dokonce i ti, kteří nejsou zapsaní v seznamu pojišťovacích zprostředkovatelů) používali i další nekalé praktiky a zavádějící tvrzení proti svým klientům. Tyto tvrzení byly řečeny především ústně, tudíž zde nejsou hmotné důkazy o pravdivosti. Zástupci společnosti často klientům tvrdili, že „*lze kdykoli vybrat vložené peněžní prostředky*“ nebo že se jedná o „*produkt s garantovaným či kladným zhodnocením vložených peněžních prostředků, jež lze a to včetně zhodnocení vybrat po 2 až 5 letech jeho trvání*“ [14]

Dalším, dříve velice oblíbeným argumentem pojišťovacích agentů jak nalákat nové klienty bylo to, že je možné kdykoli pojistné snížit či zcela zrušit aniž by klient přišel o své vložené a uspořené peníze. To bylo možné samozřejmě až po dvou letech spoření, tak aby zprostředkovatel nemusel vracet ani část ze své obdržené provize. [14]

ČNB k odůvodnění pokuty využila zákon o ochraně spotřebitele, v němž v § 24 odstavec 1 písmena a stojí: „*Podnikatel se dopustí správního deliktu tím, že poruší zákaz nekalých obchodních praktik*“ [14]

Toto není jediná pokuta, kterou společnost OVB Allfinanz od České národní banky dostala. Již v roce 2013 čelila žalobě za nekalé obchodní praktiky provozované v letech 2007 až 2012. Tehdy se ČNB zaměřila především na investiční zprostředkování a za řadu zjištěných formálních nedostatků udělila společnosti pokutu ve výši 2 milionů korun. [14]

### **Vyjádření společnosti OVB Allfinanz k výsledku správního řízení ČNB**

OVB se hájí tím, že v tomto sledovacím období ze všech uzavřených klientských smluv, kterých bylo sepsáno 591 000, obdrželi pouze 0.2 % klientských stížností. Navíc zajímavostí podle mediálního zástupce společnosti Jiřího Reichla je to, že více než polovina stížností se týkala smluv uzavřených bývalými poradci, kteří v OVB již nepracují a ukončili svoji činnost, nebo přešli ke konkurenci. S některými již bývalými zaměstnanci dokonce vedou soudní spory. [14]

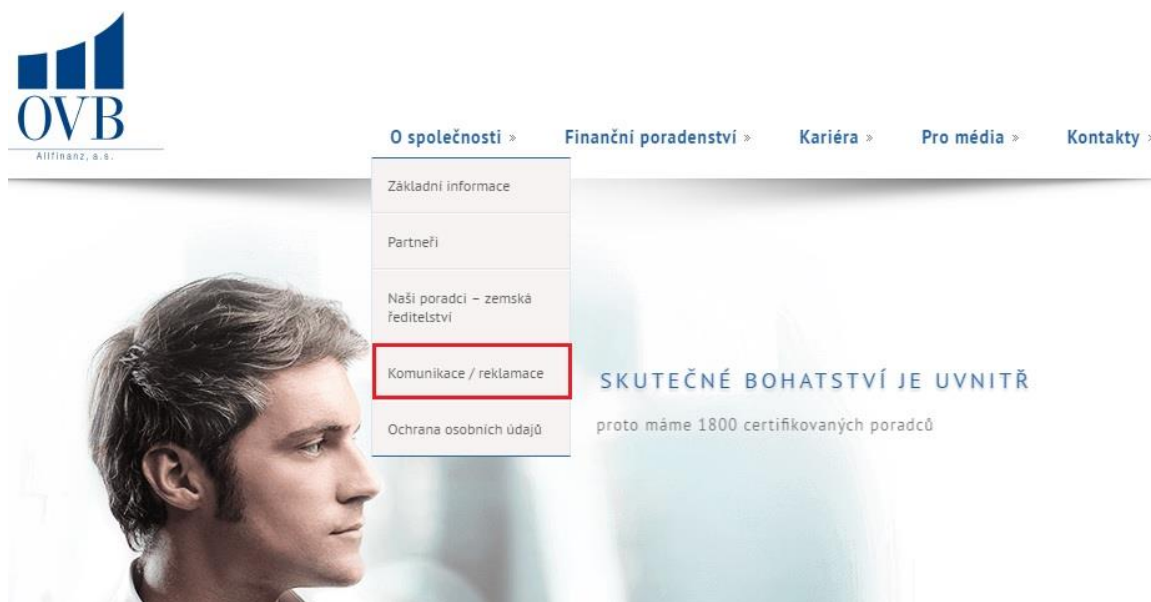
Avšak společnost OVB Allfinanz se rozhodla, že bude rozhodnutí ČNB respektovat a pokutu v daném termínu na kterou má ještě necelý měsíc, uhradí, i když s konečným výsledkem nesouhlasí a vnímá většinu z posuzovaných stížností jako součást konkurenčního boje. [14]

OVB Allfinanz, a. s. plně spolupracuje se zástupci ČNB a nadále koordinuje své kroky v této oblasti k maximální možné spokojenosti národního regulátora. [14]

## 5. 2 Osobní schůzka s poradcem č. 1

Schůzka s finančním poradcem společnosti OVB byla domluvena přes internetové stránky společnosti.

Oficiální webové stránky společnosti působí na první pohled velice elegantním dojmem.



Obrázek 3 - webové stránky společnosti OVB

Zdroj: [Online] <http://www.ovb.cz/>

Stránky jsou přehledné a jednoduché. Právě díky své přehlednosti čtenáře okamžitě zaujme kolonka *Komunikace / Reklamace* (Obrázek č. 3), kde je podrobně popsáno jak postupovat v případě stížností, nebo žalob na společnost. Toto však může vyvolat pochybnosti o poctivosti společnosti, jelikož se se stížnostmi či žalobami pravděpodobně setkává častěji.

Komunikace s finančním poradcem probíhala bez jakýchkoli problémů. Již po prvním e-mailu poradce navrhl čas a místo schůzky, jelikož osobní setkání má v dnešní době mnohem větší význam.

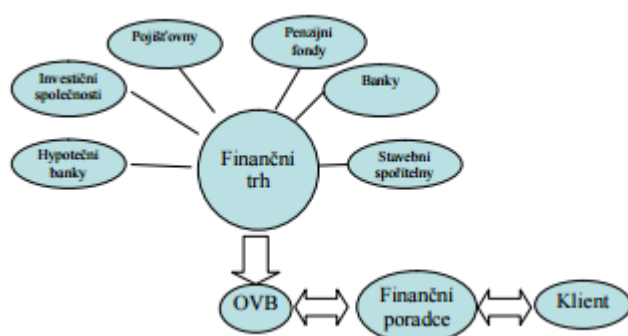
Autorka se chtěla na schůzku řádně připravit, a proto se pustila do analýzy společnosti z dostupných informací. Zdrojem pro ni byly webové stránky společnosti, internetové články a diskuse, do kterých píší nejen klienti se svými zkušenostmi ať už kladnými či zápornými, ale také poradci jak ti současní, tak i bývalí. Ve většině případů se setkala s negativními komentáři a hodnoceními. Nejčastěji tak psali právě poškození klienti, kterým bylo zjednáno zdánlivě „výhodné“ pojištění od jejich osobního poradce.

Po hlubším hledání, byl nalezen velmi zajímavý dokument, který byl napsán obchodním vedoucím OVB. Tento manuál radí jak vést schůzku s klientem krok po kroku tak, aby byla úspěšná.

Plánovaná schůzka s poradcem byla v kavárně v obchodním centru Forum. Poradce ihned začal velice mile a podle autorčina očekávání s lichotkou a následnou uvolňující konverzací. Pro objasnění, v manuálu pro úspěšného poradce, se v úvodu píše jak začít konverzací a jsou zde připojeny konkrétní příklady: *jaká byla cesta, jak jste to našel, jak bylo v práci, máte zajímavou práci, máte hezkou košili...*

Poté ve stručnosti vysvětlil, čím se společnost OVB zabývá, představil historii a působnost podniku a také zmínil, že jsou nejlepší a nejspolehlivější finančně-poradenská společnost v Evropě a spolupracují s více než 50 různými institucemi jako jsou banky, pojišťovny a další.

Následně nakreslil na papír obrázek finančního trhu pro představu, kde se firma nachází. I v tomto případě se řídil nastudovaným manuálem.



Obrázek 4 - Finanční trh

Zdroj: OVB – Úvod do finanční analýzy

Po 20minutovém monologu o společnosti se autorky zeptal na její finanční situaci, příjmy, výdaje, zda má zřízené nějaké pojištění, popřípadě u koho a kolik za něj měsíčně platí, jestli má nějakou půjčku a kolik a jak dlouho bude ještě splácet, jestli žije ve svém či v podnájmu, nebo platí hypotéku a zda je svobodná a jestli má nějaké děti.

Sdělené informace si zapisoval do připravených desek, ve kterých bylo 6, čarou oddělených kolonek: **důchod, bydlení, děti, investice, daně a dotace a ostatní.**

Následně byly probírány jednotlivé kategorie a poradce začal doplňovat sdělená čísla do kolonek. U kategorie, která se týkala investic, začal rovnou psát, kolik by mohla investovat z ušetřených prostředků a kolik by mohla za 20 let mít, kdyby tolik investovala.

Čas, který strávil mluvením o jednotlivých tématech, nebyl rovnoměrný a svůj výklad zaměřoval konkrétně na témata týkající se investic a pojištění, především pojištění životní a úrazové.

Autorka se několikrát během jeho výkladu poukázala na to, že ve svém věku o těchto produktech, zejména tedy o IŽP, které jí bylo nabízeno a doporučeno, zatím neuvažovala a tento produkt pro ni není v tento okamžik primární. Poradce ihned argumentoval tím, že lidé se IŽP pouze bojí, jelikož tyto produkty neznají a tudíž mají strach je vyzkoušet a že by měla více myslet na budoucnost a nebát se uzavřít smlouvu, která se jí v budoucnu může několikanásobně zhodnotit.

Poté poradce opět zmínil, že je tu od toho aby šetřil její čas, a jeho služby jsou zdarma. Jeho zisk plyne pouze od firem, se kterými autorka uzavře smlouvu. Následně se jí zeptal, zda s jeho návrhy řešení souhlasí a na příští schůzku již přinese hotové kalkulace, a pokud vše bude v pořádku, podepíše spolu připravené smlouvy.

Autorka se snažila zaujmout defenzivní postoj a navrhnout mu, aby jí předem zmíněné již připravené kalkulace zaslal na e-mail. Následně jí dal pár dní na detailní prostudování a ona by ho poté kontaktovala, zda má zájem, nebo ne. Na tuto nabídku okamžitě zareagoval, že je to sice samozřejmě možné, ale jelikož jsou kalkulace složité, potřebují osobní konzultaci, aby se v nich orientovala, a proto by bylo daleko lepší, kdyby se opět osobně sešli. Než na to stihla jakkoliv zareagovat, on již držel v ruce svůj otevřený diář a se slovy dokud je to čerstvé, rád bych si rovnou domluvil další schůzku. V tento okamžik klientce jednání poradce začalo být nepříjemné, nicméně souhlasila s další schůzkou s podmínkou, že jí ty kalkulace přesto pošle předem, aby se na ně mohla alespoň zběžně podívat. S tímto souhlasil a rovnou přešel k závěrečné řeči.

Vzhledem k tomu, že schůzka probíhala až do této chvíle dle striktně daného scénáře, bylo zřejmé, co bude následovat.

Poradce začal s osobní řečí, ve které neopomenul znovu zmínit, že jeho služby jsou zcela bezplatné a že je dělá v jejím nejlepším zájmu. Avšak za jeho čas strávený s autorkou

a následnou kalkulací jí požádal o 10 až 15 telefonních kontaktů lidí, kteří by mohli mít zájem o jeho služby. Na to samozřejmě reagovala negativně. Ale po několika minutovém nátlaku z jeho strany, mu přeci jen nadiktovala číslo na jednoho ze svých známých s tím, že na příští schůzku přinese seznam slíbených kontaktů.

### 5.3 Zhodnocení osobní schůzky s finančním poradcem

- Na první pohled vypadal poradce velmi dobře, působil charizmaticky a inteligentně. Mohl být tak ve věku 25 let, byl vhodně oblečen, což je u jeho práce důležitou samozřejmostí a jeho veškerá dokumentace se skrývala v kožené, elegantní brašně.
- I přes to, že se snažil používat odborné výrazy, většinu času hovořil tak, že by mu rozuměl i úplný „laik“, který nemá s tímto segmentem žádné zkušenosti.
- V těch krátkých okamžicích, v kterých nechal klientu mluvit a k něčemu se vyjádřit, měla pocit, že ji vůbec neposlouchá a stále se soustředí na předem naučenou strukturu schůzky.
- Také si autorka všimla, že když mu sdělovala své požadavky a představy, tak si je ani neobtěžoval zaznamenat, či dokonce zapamatovat. Z celého výkladu její finanční situace si pouze zaznamenával konkrétní čísla, které mu říkala do své, již předvyplněné kalkulace.
- Dále si také všimla, že ať se poradce snažil používat hodně praktických příkladů, tak je nikdy nevztahoval přímo k jeho vlastní osobě. Například: uzavřeli **jsme** pro někoho, spolupracovali **jsme** s velkou firmou. Nikdy nezmínil, co on už dokázal a kolik smluv úspěšně uzavřel.
- Ačkoliv poradce na autorku působil zkušeně a znale svého oboru, až zpětně si uvědomila, že vlastně netuší, jak dlouho svojí práci pro OVB již provozuje, kolik má spokojených klientů a jak dlouhá je jeho praxe v oboru finančního poradenství.

## 5. 4 Rozbor navržené kalkulace č. 1

Den před plánovanou druhou schůzkou poradce skutečně zaslal autorce slíbené kalkulace. V příloze byla však pouze kalkulace investičního fondu od společnosti **Pioneer Investments** přesněji jejich program RENTIER 3S (smart, simple, sexy).

V kalkulaci již byly poradcem vyplněny všechny potřebné údaje i to, jak dlouho bude autorka investovat tak, aby z toho měla samozřejmě co nejvyšší výnos.

Kalkulace vypadala následovně:

- Délka programu (v letech): 20
- Frekvence placení: měsíčně
- Výše pravidelné investice: 2 000 Kč
- Sazba úplaty: 4 % (pro linii 5 - 10)
- Způsob úhrady vstupního poplatku: Předem „STANDARD“ (19 200 Kč)
- Počáteční linie: Linie 10 (100% akcie)

Výše vstupního poplatku STANDARD, který byl stanoven poradcem, se vyměří následovně:

Vstupní poplatek = **celková investovaná částka x sazba úplaty**

$$480\,000 \times 4\% (0,04) = 19\,200,-$$

Pro autorku byla také poradcem zvolena počáteční i konečná linie č. 10, která je typická pro delší investiční horizont, který je v tomto případě 20 let. Linie č. 10 znamená, že veškeré výnosy jsou složeny 100 % z akcií, které mají bohužel tendenci kolísat a jsou jen málo kdy stálé.



### Předpokládaný vývoj investic

Rok	Investice Celkem	Hodnota majetku
1	24 000	9 947
2	48 000	30 509
3	72 000	57 817
4	96 000	87 311
5	120 000	119 163
6	144 000	153 564
7	168 000	190 717
8	192 000	230 842
9	216 000	274 177
10	240 000	320 979
11	264 000	371 525
12	288 000	426 115
13	312 000	485 072
14	336 000	548 746
15	360 000	617 513
16	384 000	691 782
17	408 000	771 992
18	432 000	858 619
19	456 000	952 177
20	480 000	1 053 219

Obrázek 5- Předpokládaný vývoj investic v případě pravidelného investování  
Zdroj: Kalkulace Rentier 3S

Z výše uvedené tabulky vyplývá, že celková investovaná částka po 20 letech pravidelných investic ve výši 2 000 Kč měsíčně bude činit 480 000 Kč a očekávaná konečná hodnota majetku bude 1 053 219 Kč (čistý zisk 573 219 Kč).

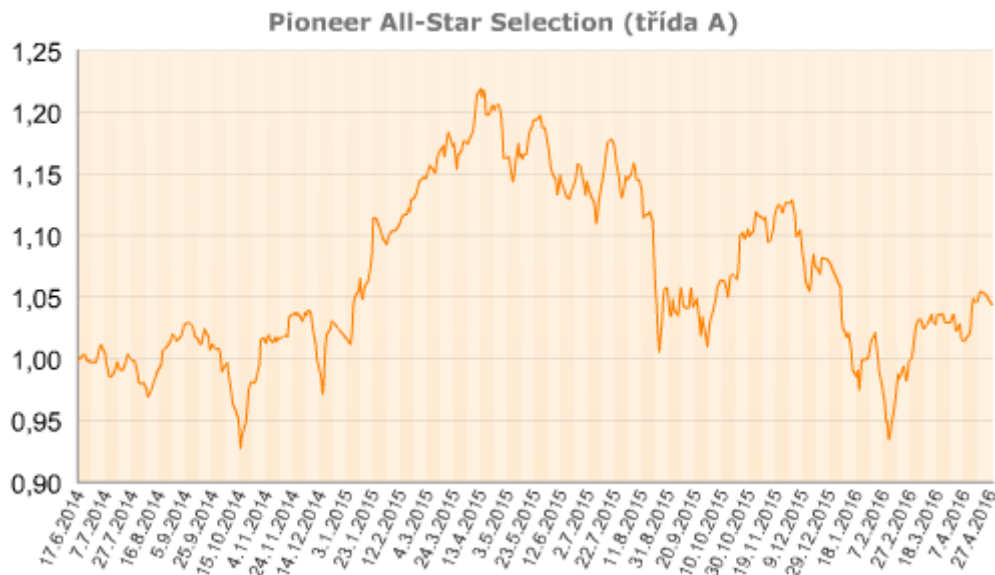
Kalkulace sice započítává výši jednorázové úplaty, ale již nezohledňuje pravidelné poplatky za obhospodařování portfolia. Dále vychází z předpokladu, že výkonost fondu zůstane konstantní po celou dobu investování při linii 10 - 8% meziroční výkonost (uvedené na Obrázku č. 6 níže) nicméně dlouhodobý historický vývoj fondu je k dispozici pouze krátkodobě od roku 2014.

	Průměrné očekávané zhodnocení p.a.
Linie 1	0,20%
Linie 2	2,40%
Linie 3	4,60%
Linie 4	5,39%
Linie 5	5,99%
Linie 6	6,41%
Linie 7	6,80%
Linie 8	7,19%
Linie 9	7,61%
Linie 10	8,00%

Obrázek 6 - průměrné očekávané zhodnocení  
Zdroj: Kalkulace Rentier 3S

Na Grafu níže, je možné vidět vývoj ceny podílového listu od jeho založení. Můžete si všimnout, že až na krátké období v roce 2015 kdy cena výrazně stoupla, je cena podílových listů převážně stagnující.

### Vývoj ceny podílového listu v CZK od jeho založení



Obrázek 7 - vývoj ceny podílového listu  
Zdroj: [Online]

<http://www.pioneerinvestments.cz/Fond/AktualniInfo.asp?fond=ZBAllStarSelectionA&class=CZK>

Z uvedeného grafu vyplývá, že průměrné očekávané zhodnocení (8 %) je nadhodnocené a s největší pravděpodobností se k takovému zhodnocení klient za celou dobu investování nedostane. Tudíž i výsledné zhodnocení investice bude výrazně nižší, než jak uvádí kalkulace.

Pokud tuto úplnou kalkulaci vztáhneme ke schůzce s finančním poradcem OVB, je nutné konstatovat, že poradce některé informace zatajil, nebo s nimi nebyl sám obeznámen. Je tedy čistě na klientovi, zda-li se ve svém vlastním zájmu pustí do hlubší analýzy nabízeného produktu a ověří si tak pravdivost veškerých informací, nebo bude svému poradci důvěřovat a dále se produktem nezabývat.

### **Poplatky a podmínky produktu**

Tento dodatek smlouvy s podmínky a poplatky se vztahuje pro obě kalkulace investičních produktů od společnosti Pioneer Investments.

#### **Poplatky**

Autorce byl poradcem zmíněn pouze vstupní poplatek, který činil 4 % z konečné výše investice (19 200,-).

Už však nebyly zmíněny další poplatky, jako jsou:

#### **1. Poplatky za transakci bezhotovostního platebního styku při přijetí, či odeslání peněžních prostředků.**

- Základní vklad, dodatečné vklady do Portfolia, výběry z Portfolia, jiné platby placené třetím stranám, resp. Přijaté od třetích stran, zejména registrátorů a převodních agentů fondů – výše poplatku činí max. 5,- Kč za transakci.

#### **2. Poplatky obchodníků s cennými papíry, poplatek trhu pro obchody.**

- Poplatek obchodníka za uskutečnění obchodu – max. 0,3 % z objemu obchodu.
- Poplatky trhu za transakci – max. 0,08 % z objemu obchodu.
- Daně z finančních transakcí dle příslušného trhu – přeúčtování skutečných nákladů.

#### **3. Poplatky za vypořádání obchodů s Cennými papíry**

- Transakce s tuzemskými cennými papíry - dle ceníku, max. 500 Kč za transakci.
- Transakce se zahraničními cennými papíry registrovanými u zahraničních depozitářů – přeúčtování skutečných nákladů. [15]

### **Podmínky**

**Minimální investice:** Minimální výše jednorázového vkladu činí 30 000 Kč.

Minimální výše pravidelné investice činí 500 Kč.

**Odstoupení od smlouvy:** Klient v žádném případě nemá nárok na vrácení již zaplacené úplaty/části úplaty za poskytování investičních služeb. [15]

## 6 Společnost Partners Financial Services, a. s.

Ryze česká společnost Partners zahájila svojí činnost v roce 2007. Tudíž je oproti konkurenční finančně-poradenské společnosti OVB na trhu celkem nováčkem. Heslo společnosti je **finanční poradenství JINAK**. Tím chce Partners poukázat na to, že jejich práce se liší ne jenom v kvalitě poskytovaných služeb, ale také v komunikaci s klienty a přístupem k zodpovědnosti. [16]

Za tuto krátkou dobu, kterou v České republice působí a provozuje své finanční služby, si firma vybudovala na trhu známé a poměrně dobré jméno a také vysoké umístění v tabulce společností podnikajících v oboru finančního poradenství co se týče počtu poradců a klientů.

Partners o sobě dokonce tvrdí, že jsou v současnosti největší finančně poradenskou společností na českém trhu, s více než miliardovým ročním obratem a téměř půl milionem klientů. Což je, pro tak mladou společnost úžasný pokrok. [16]

Jak uvádí internetový server finparada.cz společnost získala za rok 2015 37 000 nových klientů a došlo u ní k nárůstu objemu zprostředkovaných úvěrů o více než 3 miliardy korun.

Jak již bylo výše zmíněno, Partners si velice zakládá na dobrém jménu podniku, vstřícnosti vůči stížnostem a snaze rychle a efektivně řešit naskytnuté problémy, ať už s klienty, nebo s institucemi s kterými spolupracuje. Z toho důvodu v médiích vystupuje jako společnost důvěryhodná, férová a spolehlivá oproti konkurenčním společnostem zabývajících se finančně poradenskými službami.

### 6.1 Nabídka produktů společnosti

Společnost Partners má více než padesát obchodních partnerů, a nabízí několik set produktů.

Zde je seznam nejúspěšnějších produktů:

- **Investice**
  - AXA – Generace X, Generace next
  - PIONEER – Partners profesionální multibrand a Partners supermarket fondů
- **Hypotéky**
  - PARTNERS hypotéka hypoteční banky

- **Životní pojištění**
  - Životní pojištění METLIFE – VISION
  - Životní pojištění AEGON – INVEST AND LIVE
  - Životní pojištění ČPP – MAXIMUM (R)EVOLUTION
  - Životní pojištění ALLIANZ – F1
  - Životní pojištění AXA – PARTNERS MAX, SYMFONIE
  - Životní pojištění GENERALI – ALLEGRO, SWING
  - Životní pojištění UNIQA – UNIQA LOGIKA [17]

## **6. 2 Osobní schůzka s poradcem č. 2**

Stejně jako u předchozí schůzky s poradcem od společnosti OVB byla i tato schůzka domluvena přes internet.

Internetové stránky společnosti Partners Financial Services působí dojmem luxusním a profesionálním. Stránky jsou trochu přeplněné, avšak i přes to je v nich velmi dobrá a snadná orientace. Nachází se v nich vše potřebné pro případné kontaktování ať už klientem s žádostmi, či se stížnostmi, nebo budoucím pracovníkem.

Komunikace s potenciálním poradcem, probíhala telefonním hovorem. Hovor proběhl velmi rychle a stručně a okamžitě byla sjednána osobní schůzka.

Na tuto schůzku se autorka připravila podobně jako na předchozí s poradcem OVB a zjistila si předem veškeré produkty, které společnost svým klientům může nabídnout. Snaha o najetí podobného manuálu, podle kterého byla řízená předchozí schůzka, však byla bezvýsledná. A tak se autorka rozhodla monitorovat celé jednání s poradkyní, zda v její prezentaci nebudou podobné, či dokonce stejné aspekty jako u předchozí schůzky.

Schůzka se tentokrát konala přímo v budově, kde společnost sídlí, tj. obchodní dům Balon, ulice Lipová, Liberec.

Po příchodu do společnosti, kde již poradkyně na autorku čekala, šly společně do její kanceláře a pustily se do diskuse. Nejprve se poradkyně zajímala o to, proč autorka společnost kontaktovala a následně se daly do společného rozebrání autorčiny finanční situace.

Jako první byl řešen běžný účet, u jaké společnosti je zřízen, jaké poplatky se zde platí (ať už roční, či měsíční) a co na oplátku banka nabízí za služby, výhody a odměny. Cílem byla snaha o co největší eliminaci poplatků, popřípadě mít účet zcela zdarma. Což je, s ohledem na velkou konkurenci bankovních společností v dnešní době realizovatelné.

Druhým bodem, který byl na schůzce probírán, byly autorčiny příjmy a výdaje. Nejprve byl tedy zohledněn příjem (18 000,-) a od tohoto byly postupně odečítané výdajové položky.

18 000,-	Hrubý měsíční příjem (z čehož čistý dělá zhruba 15 000,-)
- 6 500,-	Nájem + služby
- 4 000,-	Běžné výdaje
- 300,-	Penzijní připojištění
= 4 200,-	Zbýlé peněžní prostředky

Tyto zbylé prostředky, zůstávají na běžném účtu, kde se úročí velmi nízkým úrokem (0,01 %), který pokryje pouze inflaci.

Touto krátkou kalkulací se přešlo k poslednímu, hlavnímu bodu konzultace. Tím bylo spoření. Jelikož je neefektivní nechávat volné finanční prostředky takto „ležet“, nejlepší možný způsob je investice.

Společnost Partners, shodou okolností také spolupracuje s investiční firmou Pioneer Investments. Autorka využila situace a nechala si nabídnout stejný produkt, který jí byl nabídnut od předchozího poradce. Tím byl program RENTIER 3S. Kalkulace byla velmi podobná, podle poradkyně je nejvýhodnější, co se týče zhodnocení dlouhodobá investice, tedy na 15 až 20 let. Výše investované částky by měla být alespoň 1 500 korun měsíčně, aby investice byla co nejvíce zhodnocena.

Poté požádala o občanský průkaz, bez kterého nelze kalkulace sestavit a vysvětlila jí, jak společnost pracuje. Poté, co autorku registruje do jejich firemního programu, bude jí přiřazen identifikační kód, díky kterému se bude moci kdykoliv přihlásit na webové stránky Moje Partners a sledovat zde veškeré smlouvy, které se společností uzavře.

Schůzka trvala přibližně 40 minut, v kterých byl řešen běžný účet, výdaje a nabídnutý investiční produkt. Na konci schůzky se spolu domluvili na dalším setkání, kde již bude připraveno navrhnuté řešení autorčiny finanční situace. Připravená kalkulace bude předem zaslána na e-mail.

### **6.3 Zhodnocení osobní schůzky s finančním poradcem**

- Poradkyně působila dojemem charismatickým, byla milá, usměvavá a inteligentní. Bylo jí přibližně 35 let a na jejím chování bylo zřejmé, že má s prací finančního poradce dlouhodobou zkušenost.
- Konverzace byla po celou dobu schůzky zaměřena výhradně na autorku a její potřeby. Se zájmem byly poradkyní kladeny otázky a odpovědi následně probírány.
- Jednání probíhalo ve velmi příjemném duchu a do konverzace se po celou dobu zapojovali obě zúčastněné strany.
- Při otázce, s kolika institucemi společnost spolupracuje, se poradkyně vyhýbala odpovědi a poté odpověděla velmi nepřesně, pouze v procentech (výsledné číslo bylo cca 94 %). Nebyla schopna uvést přesný počet.
- Nepřímo, ale poměrně často srovnávala metody kalkulací a nabízené produkty společnosti Partners s ostatními finančně poradenskými společnostmi, z čehož jednoznačně vždy vycházeli lépe Partners.
- Závěrem bylo velice překvapující, že schůzka byla skutečně zdarma, jak bylo na začátku setkání tvrzeno. Poradkyně po autorce nechtěla žádné kontakty, jako malou odměnu za její čas a práci.

### **6.4 Rozbor navržené kalkulace č. 2**

Autorce poradkyně zaslala kalkulaci na investiční produkt od společnosti Pioneer Investments.

Kalkulace byly zaslány dvě - Jedna týkající se dlouhodobého investování, která byla velice podobná kalkulaci od předchozího poradce. Druhá, kde byla zohledněna pouze jednorázová investice.

Vzhledem k tomu, že první kalkulace byla již analyzována u předchozí nabídky, autorka se nyní zaměřila na druhou možnost investování. Tou byla nabídka jednorázové investice, při které by autorka investovala pouze jednorázově 120 000 Kč a prostředky by nechala po dobu 20 let zhodnocovat.



Kalkulace vypadala následovně:

- Délka programu (v letech): 20
- Frekvence placení: jednorázová investice
- Výše jednorázové investice: 120 000 Kč
- Sazba úplaty: 4 % (pro linii 5 – 10)
- Způsob úhrady vstupního poplatku: Předem „STANDARD“ (4 800 Kč)
- Počáteční linie: Linie 10 (100 % akcie)

Výpočet vstupního poplatku:  $120\,000 \times 4\% (0,04) = 4\,800,-$ .

Předpokládaný vývoj investic		
Rok	Investice Celkem	Hodnota majetku
1	120 000	124 669
2	120 000	135 890
3	120 000	148 120
4	120 000	161 451
5	120 000	175 981
6	120 000	191 819
7	120 000	209 083
8	120 000	227 901
9	120 000	248 412
10	120 000	270 769
11	120 000	295 138
12	120 000	320 347
13	120 000	346 108
14	120 000	372 210
15	120 000	398 420
16	120 000	424 483
17	120 000	449 155
18	120 000	471 893
19	120 000	488 995
20	120 000	499 382

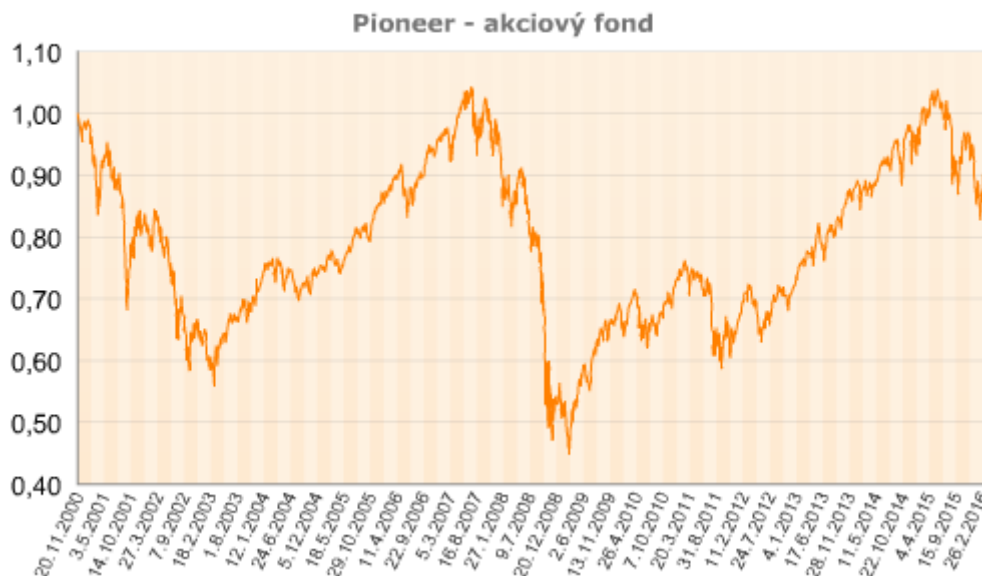
Obrázek 8- Předpokládaný vývoj investic při jednorázovém investování

Zdroj: Kalkulace Rentier 3S

Z výše uvedené tabulky vyplývá, že celková hodnota investované částky se po 20 letech zhodnotí o téměř 380 000,- a tudíž výsledná hodnota majetku bude 499 382 Kč.

Avšak fond All-star od společnosti Pioneer, který byl autorce v obou případech kalkulace nabídnut, má minulost, pouze do roku 2014 a tudíž tvrzení, že trh poroste a tím i hodnota majetku, není tak podložené skutečnými čísly. Pro porovnání nám tedy může posloužit základní akciový fond společnosti, který je datový až do roku 2000, z něhož vyplývá (jak lze vidět na Obrázku č. 9), že jeho tempo je stagnující a momentálně spíše klesající.

### Vývoj ceny podílového listu v CZK od jeho založení



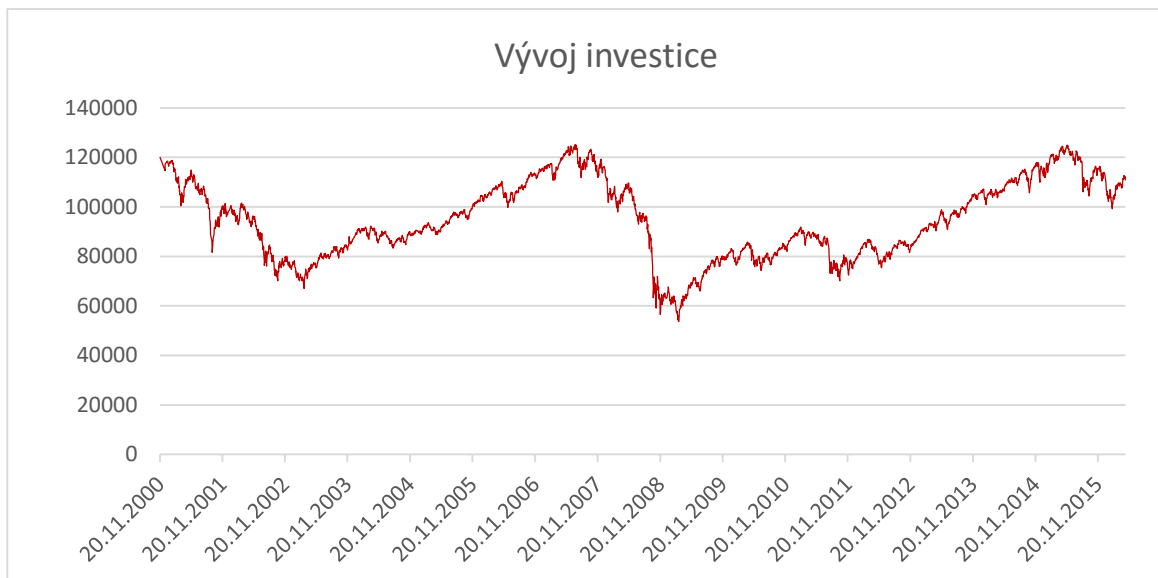
Obrázek 9- Vývoj ceny podílového listu – akciový fond

Zdroj: [Online]

<http://www.pioneerinvestments.cz/Fond/AktualniInfo.asp?fond=ZBAkciový&class=CZK>

Jestli bychom tedy v roce 2000 investovali do fondu 120 000 Kč, dnes bychom akcie prodali za 110 800 Kč (Obrázek č. 10). Z toho vyplývá, že za 15 let bychom na investici 120 000,- nic nevydělal, nýbrž ztratili 9 200,-. Pokud ovšem do konečného výsledku započítáme i meziroční inflaci (se kterou investiční fond nepočítá), dostali bychom se ještě více do záporných dat.

Podle ČSÚ inflace mezi roky 2000 až 2015 dosáhla hodnoty 2,17 %. Z čehož vyplývá, že na co by nám v roce 2000 stačilo 120 000 Kč, na to bychom v roce 2015 potřebovali již 165 524 Kč. A tudíž konečná ztráta by nebyla 9 200 Kč, nýbrž 54 724 Kč. [18]



*Obrázek 10 - Vývoj investice mezi roky 2000 až 2015*

Zdroj: Vlastní tvorba

Z tohoto důvodu autorka jednorázovou investici nepovažuje za lukrativní, spíše ztrátovou a pro spotřebitele zcela nevýhodnou. Důvodem pro to jsou, jak již výše zmíněný pokles trhu, tak i stále rostoucí inflace.

## 7 Závěrečné shrnutí

Na jedné straně společnost s dlouholetou tradicí, velkou působností a historií, avšak již značně pošpiněným jménem OVB Allfinanz. Na druhé straně naopak společnost působící na našem trhu poměrně krátce, nicméně s velmi dobrým jménem a kladnou minulostí, společnost Partners Financial Services.

Obě tyto firmy poskytují stejné služby, a to finanční poradenství. Také pracují na stejném principu, tím je shánění potenciálních klientů, poskytování bezplatných služeb, uzavírání s nimi výhodné smlouvy od různých institucí (vše podle potřeb klienta) a v případě spokojenosti následná, až doživotní péče o tyto klienty.

I přes tyto společné aspekty, jsou obě firmy rozdílné, a to právě v jejich chování. Z tohoto důvodu se autorka rozhodla prověřit si každou společnost zvlášť, přijít na jejich nedostatky a ověřit si zda skutečně využívají neznalosti klientů a praktikují tak nekalé praktiky.

### 7.1 Nekalé praktiky poradce od společnosti OVB Allfinanz

Právě tato společnost je v ekonomickém, zvláště ve finančním segmentu nechvalně známá pro své, ne vždy čestné chování ke spotřebiteli. V minulosti čelila nesčetnému množství žalob a stížností jak ze strany klientů, tak i pracovníků a musela zaplatit nemalé pokuty, které jí byly uděleny ČNB. Stížnosti se týkali převážně nevyhovujících pojištění, nesmyslných investic a příliš vysokých poplatků.

Během schůzky s poradcem autorka zaznamenala jisté nevyhovující poznatky, těmi byli:

- Přílišné a zdlouhavé vychvalování společnosti.
- Minimální pozornost tomu, co autorka říká.
- Ignorování jejích žádostí a potřeb.
- Konverzace probíhající převážně v monologu poradce.
- Schůzka vedena dle manuálu.
- Konečný nátlak na autorku co se týče darování kontaktů.

Toto chování poradce samozřejmě není v rozporu se zákonem, ačkoliv už z pouhé schůzky měla autorka nepříjemný pocit z vnucování produktů. Hlavním produktem, který byl během

schůzky diskutován, byl právě produkt investičního životního pojištění. O tento produkt autorka nejevila žádný zájem, zejména kvůli nedávné soudní kauze, ve které byl tento produkt řešen jako nekalý a byla tak společnosti udělena pokuta ve výši 5 milionů korun. I přes její rázné odmítnutí, bylo IŽP řešeno přibližně půl hodiny se snahou poradce o změnu autorčina názoru a sepsání smlouvy.

V tomto případě se poradce již dopustil nekalého jednání tím, že zkresloval fakta o produktu, následně prezentoval stylem, který vedl k mylnému porozumění základních funkcí produktu a lživě informoval o poplatcích a podmínkách smlouvy.

Dalším hlavním tématem schůzky bylo investiční spoření, které autorka následně důkladně prověřila a pročetla zkušenosti a recenze. Toto spoření od společnosti Pioneer Investments je bezzávadné, avšak výsledné kalkulace jsou značně nadhodnocené, jelikož je brána v potaz pouze nejlepší možnost zhodnocení (8 %) a stálý pozitivní růst trhu.

I v tomto případě se poradce dopustil nekalého jednání zamlčením důležitých informací ohledně podmínek a poplatků stanovené ve smlouvě.

Z tohoto závěru autorka usoudila, že chování finančního poradce společnosti OVB bylo nekalé, z části protizákonné a nemorální. Co se týče morálních činů, poradce vytvářel na autorku nepříjemný nátlak, ohledně uzavření, pro ni nevýhodné a nežádoucí smlouvy.

## **7. 2 Nekalé praktiky poradce od společnosti Partners**

Tato společnost, jak již bylo výše zmíněno má velmi dobrou, i když krátkou historii. Firma zatím neplatila žádnou pokutu, ani nečelila žalobě za nekalé praktiky.

I autorčina zkušenost s poradkyní od této společnosti je s porovnáním předchozí schůzky spíše pozitivní. Schůzka byla zaměřena hlavně na autorčina přání a potřeby a do konverzace se rovnoměrně zapojovali obě zúčastněné strany.

Hlavním tématem schůzky bylo investiční spoření, také od společnosti Pioneer Investments, a jak již bylo zmíněno, tento produkt je kvalitní a bezzávadný, i když rizikový, o čem však byla autorka informována.

Jediným nepříjemným poznatkem, bylo časté neprofesionální srovnávání těchto dvou společností a vyzdvihování nedostatků a chyb právě společnosti OVB, na které poradkyně výrazně upozorňovala.

## 7. 3 Porovnání společností

*Tabulka 1- Srovnání společností*

<b>Pojem</b>	<b>OVB Allfinanz</b>	<b>Partners Financial Services</b>
<b>Místo konání</b>	Kavárna, obchodní centrum	Kancelář, sídlo společnosti
<b>Doba konání</b>	2 hodiny – složité se soustředit po takovou dobu na dané téma	45 minut – bylo probráno tolik, kolik klient dokáže pochopit po dobu, kterou se může soustředit
<b>Nabízený produkt</b>	IŽP, investiční spoření	Investiční spoření
<b>Chování poradce</b>	Milý, ke konci nátlakový	Milá, příjemná
<b>Průběh schůzky</b>	Dlouhý monolog, klienta se nedostala ke slovu	Rovnoměrná komunikace obou účastníků
<b>Cena</b>	Telefonní kontakty na známé	zdarma
<b>Následná komunikace</b>	Telefon, e-mail	Telefon, e-mail
<b>Dojem z osobní schůzky</b>	Nepříjemný	Příjemný
<b>Doporučení známým</b>	NE	ANO

Zdroj: Vlastní tvorba

## **7. 4 Seznam doporučujících opatření pro spotřebitele**

Na základě zkušenosti z absolvovaných schůzek, vytvořila autorka seznam doporučujících opatření pro spotřebitele, kteří mají zájem o služby finančních poradců. Seznam zobrazuje navrženou strukturu, podle které by měl spotřebitel postupovat, aby zamezil případnému nekalému chování poradce, či sepsání nevýhodných smluv.

### Doporučené aktivity před schůzkou:

- 1) Řádně nastudujte společnosti, které se těmito službami zabývají.
- 2) Prověřte si minulost těchto společností (např.: pokuty, či penále za nekalé praktiky)
- 3) Porovnejte jimi nabízené produkty a obchodní partnery.
- 4) Prověřte výhodnost daných produktů.
- 5) Stanovte si jasný cíl, co bude na schůzce s poradcem řešeno.

### Doporučené chování spotřebitele během schůzky:

- 6) Na začátku schůzky důrazně ujasněte, o které produkty máte zájem.
- 7) Důležité je stáhnout konverzaci pouze na Vaše potřeby a zájmy.
- 8) Pokud poradce nabízí produkty, o které nemáte zájem, přerušete ho a vraťte se k tématu, který Vás zajímá.
- 9) Požádejte poradce o zaslání výsledné kalkulace probíraného produktu na email.

### Doporučené ověření správnosti kalkulace a smlouvy:

- 10) Zaslou kalkulaci důkladně prověřte, nejlépe prokonzultovat s vhodnou třetí osobou.
- 11) Zjistěte si, zda produkt nebude levnější a výhodnější, pokud byste si ho sjednal přímo s danou institucí.
- 12) Výslednou smlouvu si důkladně přečtěte, požádejte poradce o možnost přečtení doma – předejde se tak nátlaku od poradce a možnému přehlédnutí zásadních informací.
- 13) Smlouvu znovu prokonzultujte s vhodnou třetí osobou.

Jestliže schůzka probíhala podle představ spotřebitele a byla sestavena výhodná kalkulace na produkt, o který měl spotřebitel skutečný zájem, a následná smlouva byla v pořádku, poté nic nebrání k podpisu smlouvy a další budoucí spolupráci mezi klientem a poradcem.

## **8 Celkový pohled na finanční poradenství z hlediska autorky**

Finanční poradenství je velmi přínosnou a ulehčující službou veřejnosti, především v současné společnosti, kdy každým dnem přibývá více a více institucí, poskytující finanční služby a produkty. Jelikož ne každý občan má čas a vhodné vzdělání k tomu, aby si sám vybral tu nejlepší službu a produkt z celé škály bankovních, pojišťovacích, či investičních institucí.

Právě proto je zde finanční poradenství a jejich poradci, kteří se tomuto segmentu věnují, studují ho a zkoumají. Tito vyškolení poradci se Vám následně budou věnovat a vyberou speciálně pro Vás ten nejvýhodnější produkt na trhu. Avšak za spokojeností klienta stojí právě důvěra v jeho osobního poradce, kterému svěří veškerou starost o jeho finance. K tomu, aby měl klient ve svého poradce důvěru a mohla být tak navázána dlouhodobá, až doživotní spolupráce je zapotřebí, aby poradce jednal čestně, zodpovědně a v nejlepším zájmu jeho klienta.

Nicméně finanční poradenství je v současné době spíše odsuzováno a to z důsledku nečestného jednání poradců a jejich nekalých obchodních praktik vůči klientům. Těch se poradci dopouštějí nejčastěji z důvodu snadného a rychlého zisku z podílu každé uzavřené smlouvy s klientem.

Z tohoto důvodu by bylo vhodné zpřísnění kontroly jednání poradců s jejich klienty a případné přezkoumání správnosti a výhodnosti uzavřených smluv. Následným opatřením je možná občasná kontrola náhodně vybraného poradce, při které by se zkoumalo množství smluv a počet klientů, s kterými byly tyto smlouvy sepsány.

Dalším návrhem opatření proti nekalému jednání je omezení výše provize, kterou poradce získá za uzavření smlouvy s klientem. Tato provize by měla být poradci vyplacena částečně. První část podílu po uzavření smlouvy, další část po uplynutí určité doby, po kterou má klient možnost od smlouvy odstoupit.

Tato opatření by měla vést poradce k řádnému a správnému konání, předejití nekalému jednání a omezení množství nespokojených spotřebitelů.



## Závěr

V bakalářské práci bylo řešeno nekalé jednání finančních poradců společností **OVB Allfinanz** a **Partners Financial Services**.

Na základě sjednaných schůzek (které jsou detailně zaznamenány v této práci) bylo zjištěno nekalé jednání, zejména ze strany poradce od společnosti OVB. Poradce se dopustil protizákonných praktik. Tyto praktiky spočívaly v zatajování a zkreslování informací o důležitých podmínkách smlouvy. Například poradce nezmínil poplatky za produkty, nebo podmínky důležité pro odstoupení od smlouvy. Následně se také dopustil jednání, které z pohledu práva není protizákonné, avšak je nekalé vůči morálním hodnotám. Tím byl nepřiměřený nátlak na klientku k sepsání smlouvy a darování telefonních kontaktů.

Zajímavým poznatkem bylo zjištění, že rozhovor s poradcem se řídil striktně dle připraveného manuálu, který radí jak vést první schůzku s klientem.

U poradce od společnosti Partners autorka pouze zaznamenala nesčetné srovnávání kvality služeb těchto dvou společností, kde Partners vyšlo vždy lépe.

Závěrem zkoumání bylo konečné porovnání obou společností, kde je z výzkumu zřejmé, že společnost Partners se jeví jako relativně čestnější a důvěryhodnější v oblasti finančních služeb.

Na konci práce byl vytvořen seznam doporučujících aktivit pro spotřebitele, kteří mají zájem o služby finančních poradců a podle kterých by se měli řídit, aby předešli zbytečnému nátlaku a nekalému jednání. Dále bylo zhodnoceno, zda jsou služby finančního poradenství přínosné a užitečné pro společnost a navržené opatření k eliminaci nekalého jednání jako je například zpřísnění kontroly chování poradců či omezení výše získané provize za uzavření smlouvy se spotřebitelem.

## Seznam použité literatury

- [1] ONDREJOVÁ, Dana. Právní prostředky ochrany proti nekalé soutěži. Praha: Wolters Kluwer ČR, 2010. ISBN 978-80-7357-505-2.
- [2] Nekalá soutěž a její nejčastější projevy. *IPodnikatel.cz* [online]. 2011 [cit. 2016-02-02]. Dostupné z: <http://www.ipodnikatel.cz/Ochrana-spotrebitele/nekala-soutez-a-jeji-nejcastejsi-projevy.html>
- [3] CLOW, Kenneth E a Kenneth E BAACK. *Reklama, propagace a marketingová komunikace*. Brno: Computer Press, 2008. ISBN 978-80-251-1769-9.
- [4] ŠILHART, Marek. Klamavé obchodní praktiky a porušení práv k duševnímu vlastnictví. *Průmyslové vlastnictví*. 2013, **23**(4), 133-138. ISSN 08628726.
- [5] Ochrana spotřebitele: zákon o ochraně spotřebitele: Česká obchodní inspekce, technické požadavky na výrobky, zákon o potravinách, odpovědnost za škodu způsobenou vadou výrobku, obecná bezpečnost výrobků: podle stavu k... Ostrava: Sagit. ISBN 978-80-7208-988-8.
- [6] ONDREJOVÁ, Dana. Přehled judikatury ve věcech nekalé soutěže. Praha: Wolters Kluwer ČR, 2011. ISBN 978-80-7357-670-7.
- [7] ONDŘEJ, Jan. Spotřebitelské smlouvy a ochrana spotřebitele: ekonomické, právní a sociální aspekty. Praha: C.H. Beck, 2013. ISBN 978-80-7400-446-9.
- [8] BOOM, Willem, Amandine GARDE a Orkun AKSELI. *The European Unfair Commercial Practices Directive: impact, enforcement strategies and national legal systems*. Farnham, England: Ashgate, 2014. ISBN 978-1-4724-2340-5.
- [9] Nekalé obchodní praktiky. *Europa.eu* [online]. Evropská komise, 2015 [cit. 2016-01-21]. Dostupné z: [http://europa.eu/youreurope/citizens/consumers/unfair-treatment/unfair-commercial-practices/index\\_cs.htm](http://europa.eu/youreurope/citizens/consumers/unfair-treatment/unfair-commercial-practices/index_cs.htm)
- [10] ZÁMEČNÍK, Petr. ČNB si bere na mušku finanční zprostředkovatele. In: *Investujeme.cz* [online]. 2013 [cit. 2016-05-05]. Dostupné z: <http://www.investujeme.cz/cnb-si-bere-na-musku-financni-zprostredkovatele/>

- [11] Profily finančně poradenských společností. In: *Investujeme.cz* [online]. 2012 [cit. 2016-05-04]. Dostupné z: <http://www.investujeme.cz/profil-y-financne-poradensky-ch-spolocnosti/>
- [12] Finanční poradenství v ČR 2016. *Asociace finančních poradců České republiky* [online]. 2016 [cit. 2016-04-28]. Dostupné z: <http://afp-cr.cz/financni-poradenstvi-v-cr-2016/>
- [13] *OVB Allfinanz, a. s.* [online]. OVB Allfinanz, a.s. ČR, c2014 [cit. 2016-05-04]. Dostupné z: <http://www.ovb.cz/>
- [14] ZÁMEČNÍK, Petr. OVB Allfinanz si vysloužila pokutu 5 mil. Kč. Za prodej IŽP. In: *Investujeme.cz* [online]. Praha, 2016 [cit. 2016-04-28]. Dostupné z: <http://www.investujeme.cz/ovb-allfinanz-si-vyslouzila-pokutu-5-mil-kc-za-prodej-izp/>
- [15] *Obchodní podmínky společnosti Pioneer Investments* [online]. 2016 [cit. 2016-05-04]. Dostupné z: [http://www.pioneerinvestments.cz/3S/OP\\_obhospodarovani\\_20160101.pdf](http://www.pioneerinvestments.cz/3S/OP_obhospodarovani_20160101.pdf)
- [16] O společnosti. *Partners* [online]. [cit. 2016-05-05]. Dostupné z: <http://www.partners.cz/cs/o-partners/o-spolocnosti/>
- [17] Produkty. *Partners* [online]. [cit. 2016-05-05]. Dostupné z: <http://www.partners.cz/cs/produkty/>
- [18] Kalkulačka inflace: jak se znehodnocuje česká koruna? In: *Peníze.cz* [online]. c2016 [cit. 2016-05-06]. Dostupné z: <http://www.penize.cz/kalkulacky/znehodnoceni-koruny-inflace>