

KLIENT V NOUZI III. - PROFESNÍ ORGANIZACE

Jaké existují profesní organizace, popř. jak se liší? Jaké jejich orgány se budou mou stížností zabývat? Jaké mají zákonné pravomoci a práva?

V minulých dílech jsme se dotkli obecných souvislostí spotřebitelské „nouze“ ve světě financí, naznačili jsme principy fungování reklamačního procesu ve vztahu klient - firma a nyní se konečně můžeme blíže podívat na organizace, které zastřešují oborově spřízněné společnosti na finančním trhu. V případech, kdy není reklamacie nebo stížnost klienta uspokojivě vyřešena samotnou poradenskou společností nebo finanční institucí, s níž je klient v právním vztahu, jsou to právě profesní organizace, které skýtají možnost jakési další instance v procesu domáhání se klientových práv a oprávněných zájmů. A přestože role těchto organizací v této oblasti nabývá na významu, v této chvíli nemohou zcela nahradit roli státu v dohledu nad finančním trhem.

SVobodná profesní samospráva je jeden ze základních atributů vývoje samosprávy jako projevu více či méně cíleného přenosu kompetencí ze státních struktur na soukromoprávní státem uznávané subjekty. Jako taková je potom pojímána současně jako jeden z prvků demokratického právního státu. V tomto ohledu (a snad nejen pouze v tomto) se tedy Česká republika může v jistém slova smyslu směle postavit tzv. vyspělým západním demokraciím.

Pokud se na profesní organizace působící v České republice zaměříme podrobněji, můžeme najít hned několik svým zaměřením podobných subjektů. Mimo záběr tohoto stručného článku je jistě možno zmínit organizace jako jsou AKAT (Asociace pro kapitálový trh České republiky), jež sdružuje investiční společnosti, správce fondů a jiné subjekty působící v oblasti kolektivního investování nebo například ČBA (Česká bankovní asociace) jako sdružení právnických osob podnikajících v peněžnictví a úzce spřízněných oborech či ČAP (Česká asociace pojišťoven), která je zájmovým sdružením komerčních pojišťoven.

Jelikož většina spotřebitelské veřejnosti přichází velmi často do styku s pojišťovacími a investičními zprostředkovateli, pokusíme se tomuto segmentu nahlédnout pod pokličku o něco hlouběji. Pokud tedy pomineme organizace sdružující subjekty bankovního typu a kupříkladu makléřské společnosti, lze v oblasti finančního zprostředkování a poradenství na českém trhu vysledovat dvě významné profesní instituce (organizace). Jsou jimi AFIZ (Asociace finančních zprostředkovatelů a finančních poradců České republiky) a USF (Unie společností finančního poradenství a zprostředkování). Tyto instituce dokážou nabídnout hned několik výhod a to jak pro samotné firmy, které jsou jejich členy, tak i pro spotřebitele, kterým poskytují informační servis a nabízejí pomocnou ruku při řešení stížností nebo jiných podnětů týkajících se jejich členských subjektů.

Pokud jde o přínosy profesních organizací pro „obyčejného“ člověka, tedy spotřebitele, potom je na místě jednak rekapitulovat možnosti a limity působení orgánů těchto organizací a současně s tím nastínit operační postupy, které nastupují v případech předpokládaných základními dokumenty takové organizace.

V případech profesních organizací zabývajících se sdružováním, prosazováním a ochranou zájmů právnických osob působících na trhu finančního poradenství jsou jejich právní postavení a základní charakteristiky činnosti zafixovány zpravidla ve Stanovách. Z pohledu spotřebitele je potom důležitým momentem samotná náplň existence takové organizace, jejímiž stěžejními body by jistě měly být mimo jiné (s přihlédnutím k ochraně spotřebitele) vylepšování podmínek pro podnikání na finančním trhu, prosazování společných zájmů svých členů, pořádání přednášek a seminářů v odborných otázkách souvisejících s činností profesní organizace a jejich členů, poskytování relevantních informací veřejnosti nebo zpracování a řešení podnětů ze strany veřejnosti v oblasti své působnosti.

Pro klienta (fyzickou osobu), který nenašel zastání při reklamaci nebo stížnosti u poskytovatele služby (produktu) je důležitá možnost obrátit se se svým problémem či požadavkem na příslušnou organizaci sdružující oborově spřízněné společnosti. V této věci je asi nejzásadnějším momentem přínosu profesních organizací ve vztahu k veřejnosti existence Etického kodexu nebo podobného dokumentu, který představuje souhrn pravidel a doporučení stanovující v obecné rovině etické a morální principy, jež se jednotliví členové daného profesního sdružení zavazují dodržovat po celou dobu svého členství. Etický kodex by ve svém minimu měl zakotvit zejména obecné principy práce finančních

poradců (vázanost právními předpisy, poctivá propagace a reklama, obezřetná personální politika), zásady chování a jednání pracovníků jednotlivých členských společností, principy chování ve vztazích ke klientům a taktéž ve vztazích k finančním institucím. Stejně tak je každá profesní organizace vybavena speciálním orgánem sledujícím soulad chování svých členů se zásadami etického kodexu tzv. „etickou komisí“, která má pro svou činnost nastavena přesná pravidla a postupy, jak se s konkrétními podněty od stěžovatele vypořádat. Tato pravidla jsou shrnuta v disciplinárním řádu. Samostatnou kapitolu pak tvoří mechanismus sledování, kontroly a vymáhání dodržování etického kodexu a to jak pro vztahy mezi členy profesní organizace navzájem, tak i pro vztahy mezi zákazníkem (spotřebitelem) a členem profesního sdružení.

Jak tedy může prakticky postupovat nespokojený klient v případě, že se obrátí na profesní sdružení? V případě, že profesní sdružení obdrží od klienta jakýkoliv podnět, reklamaci či stížnost, je tato neprodleně postoupena etické komisi, která posoudí všechny parametry dané stížnosti a na základě toho v souladu s disciplinárním řádem rozhodne pro další postup. Každopádně vyrozumí stěžovatele o tomto postupu a informuje jej o lhůtách pro sdělení odpovědi na danou stížnost. Etická komise v rámci své kompetence vyzve svého člena, na kterého je stížnost podána, k vyjádření a následně posoudí všechny aspekty stížnosti a v dané lhůtě vyrozumí stěžovatele o výsledku svého šetření. Nutno však uvést, že pravomoci sdružení mohou být pouze jakýmsi „doporučením,“ neboť rozhodnutí nemá právní závaznost a profesní sdružení nemůže nahradit v této věci státní dozorové orgány. Nicméně v etické a morální rovině představuje významný formativní prvek rozvoje profesní etiky na finančním trhu.

Nezbývá snad než z pohledu USF dodat, že Unie jako právnická osoba sdružující společnosti zabývající se poradenstvím a zprostředkováním na finančním trhu se snaží tento institut využívat v maximální možné míře a je otevřena veškerým relevantním podnětům ze strany spotřebitelské veřejnosti, přičemž hlavním cílem je především odstranění nedostatků či pochybení, kterých se mohou jednotlivé členské subjekty nebo jejich zaměstnanci při své činnosti dopouštět, tedy jinak řečeno jde především o zprůhlednění a zkvalitnění vztahů klient vs. poradce.

Dalším stupněm (instancí) ochrany práv klientů je potom státní dozor představovaný dohledovou činností České národní banky nad finančním trhem, ale o tomto tématu více zase někdy příště.

Mgr. Jakub Mikulec
Unie společností finančního zprostředkování a poradenství