

DORADCY SPECJALNEJ TROSKI

JAN MAZUREK

Skandal finansowy, który dotyczył umów zabezpieczających wynik transakcji polskich eksporterów przed ryzykiem walutowym uświadomił nam, jak wielkie znaczenie ma uczciwość i profesjonalizm w tak delikatnej materii, jaką są finanse.

Całe armie dystrybutorów produktów doskonale radziły sobie wśród setek polskich przedsiębiorstw, obiecując darmowe zabezpieczenie przed ryzykiem walutowym oparte na złożonych strategiach opcyjnych. Plany sprzedaży należało realizować, bo od tego zależała prowizja, premia i posada. Szefowie byli rozliczani przez jeszcze ważniejszych szefów, a najwyższe profity czerpały zarządy, które dziś niechętnie rozmawiają na temat owych „cudownych” strategii wykreowanych przez wątpliwej jakości specjalistów. Ufając doradcom, skomplikowane umowy podpisywały, niejednokrotnie w ciemno, małe i średnie firmy, które nie zatrudniały sztabów specjalistów. Obiecywano im bezkosztowe zabezpieczenia przed ryzykiem walutowym, a nawet możliwości nadzwyczajnego zarobku. Przed dostawcami toksycznych strategii opcyjnych stały również otwarte drzwi potentatów przemysłowych z rozbudowanymi departamentami finansowymi. Niefrasobliwych menedżerów ds. finansów było wielu, również wśród spółek giełdowych. Przykładem są Zakłady Azotowe Puławy, które na koniec 2008 r. odnotowały ujemną wycenę pozycji w opcjach na poziomie 124 mln zł. Wielomilionowe straty poniosły również inne spółki giełdowe, np. Ciech, Ropczyce, Duda, Paged.

Po ilości wpadek z opcjami widać, jak wielu decydentów w firmach zapomniało o podstawowej zasadzie w biznesie – nie ma nic za darmo. W finansach zysk i ryzyko stanowią nierozłączną parę – tego uczą już na początkowych latach

studiów ekonomicznych. Bank, który wypłacał określoną premię za sprzedane opcje nie czynił tego bez powodu. Kupując od przedsiębiorcy opcje, zapewnił sobie pewną ilość praw, które pozwoliły mu przeniesienie na niego dużego ryzyka finansowego. Przedsiębiorca – nawet bez wczytywania się w skomplikowane zapisy umowy opcyjnej – winien był zastanowić się, dlaczego bank daje mu pieniądze za nic. Na doradcę, będącego jednocześnie sprzedawcą bankowym, nie mógł liczyć, bo ten miał w tym swój interes.

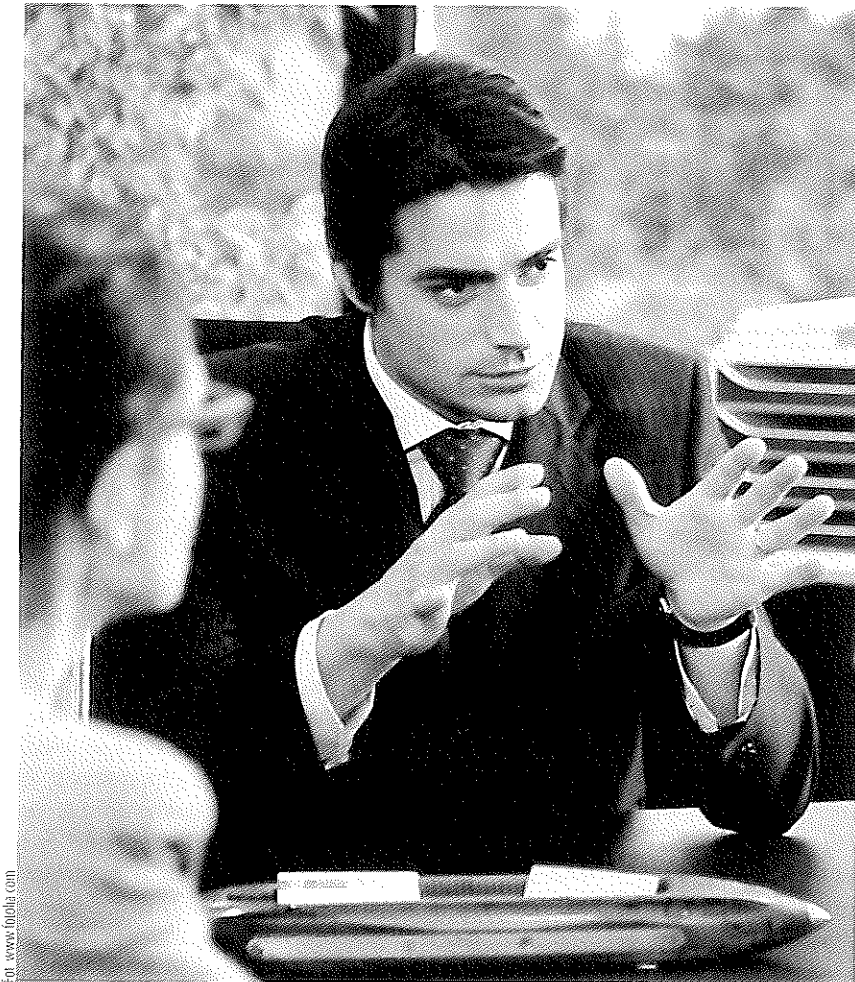
Jak twierdzi mecenas Robert Nogacki z Kancelarii Skarbięc.Biz, istnieją bardzo poważne przesłanki, aby uznać, że niektóre banki nie tylko wykorzystywały błędne wyobrażenia klientów o umowach łączących ich z bankiem, ale wręcz świadomie wprowadzały ich

w błąd. Jak twierdzi mecenas Nogacki, dokumentacja transakcyjna wielu kontraktów opcyjnych jest na tyle niejasna, iż możliwe jest interpretowanie jej w sposób korzystny dla klientów, dzięki czemu można istotnie zmniejszyć ich zobowiązania. – Myślę, że w niektórych wypadkach możliwa jest minimalizacja obciążeń do poziomu całkowicie akceptowalnego dla przedsiębiorców – mówi.

Cynizm przyczyną problemów

Banki, zawierając umowy opcyjne, zdawały sobie sprawę z ryzyka, przedsiębiorcy – nie w pełni. W ten sposób banki podkopały podstawy swej egzystencji. Jeżeli firma wpadnie w tarapaty, bank straci klienta. A jeżeli uda się jej go utrzymać, to wątpię, aby odzyskał do takiego banku zaufanie. Może po prostu zlikwidować





Fot. www.fotolia.com

u niego konto i przestać korzystać z jego usług. Postępowanie według reguł rodem z buszu może przynieść korzyści, lecz na krótką metę. Później można liczyć tylko straty – tak się też stało.

Przykładem jest bank Millennium ze swoimi aktywnymi doradcami. Zmuszony został do tworzenia rezerw na należności zagrożone z tytułu walutowych instrumentów pochodnych, których wysokość na koniec 2008 r. wyniosła 181 mln zł. W BRE Banku aż 30 proc. z 210 mln zł rezerw kredytowych wynikało z transakcji na instrumentach pochodnych.

Cynizm i głupota doprowadziły do tego, że wielu ludzi straciło zaufanie do rynku finansowego, a dobrze prosperujące przedsiębiorstwa stanęły na skraju bankructwa. Przez wiele jeszcze lat opcje będą kojarzyć się ze stratami, chociaż *de facto* są dobrym instrumentem służącym zabezpieczeniu przed niekorzystnymi zmianami warunków gospodarowania, w tym wynikających z kursów walut. Jest to jednak instrument ryzykowny, podobnie, jak ostry nóż, stąd nie można go dawać do rąk szaleńcom.

W pogoni za zyskiem banki preferują wysokowydajnych pracowników. Chodzi o to, aby doradca klienta był agresywny, bo to pozwoli mu wyrobić plan sprzedaży, a szef otrzyma awans i wysoką premię. Agresja to cecha negatywna i zapomina się, że może zrazić inteligentnego klienta. Jeżeli firmy finansowe są oparte na takich filarach, to trudno mówić o odpowiedzialności społecznej biznesu, która w naszym kraju jest na rażąco niskim poziomie.

Pozorny profesjonalizm

Nie można też pominąć milczeniem błędów analityków, bowiem w oparciu o ich przewidywania dalszego umacniania się złotego, eksporterzy podejmowali decyzje o zawieraniu transakcji opcyjnych. A przecież pracownicy instytucji finansowych winni być profesjonalistami w zakresie operacji na instrumentach finansowych, natomiast pracownicy przedsiębiorstwa nie są do tego zobligowani. O tym wiedziano w bankach, lecz perspektywa zarobku była ważniejsza. Nie można więc mówić o równowadze partnerskiej na poziomie

bank – przedsiębiorstwo. Praktyka pokazała, że polityka agresywnej sprzedaży w wielu przypadkach nie sprawdziła się, narażając wielu przedsiębiorców, a także banki na ogromne straty. Ten chory, wypaczony system sprzedaży produktów finansowych w Stanach Zjednoczonych był jednym z czynników, który doprowadził do obecnego kryzysu finansowego. Taka sytuacja zaczęła się tworzyć również u nas. I nie wiadomo, do czego by doszło, gdyby nie kryzys, który oczyścił nieco atmosferę – obawiam się, że na krótko, ponieważ tam, gdzie są pieniądze, nikt nie wyciąga wniosków z wcześniejszych porażek. W dzisiejszym świecie finansów, kiedy nadrzędnym celem jest maksymalizacja zysku klient jest traktowany przedmiotowo, a nie podmiotowo. W efekcie ofiary są po obu stronach. Takie podejście ze strony instytucji finansowych szkodzi im samym, gdyż klienta można naciągnąć lub zniszczyć tylko raz.

Optymalnym rozwiązaniem jest korzystanie z usług niezależnej instytucji, zatrudniającej uniwersalnych doradców finansowych, gotowych oferować produkty różnych instytucji finansowych. Ci jednak mogą nie posiadać tak dokładnej wiedzy o poszczególnych produktach, jak doradcy bankowi, którzy codziennie uczestniczą w odprawach, mających na celu przedstawienie im aktualnej oferty, a także analiz finansowych. Doradcy będzie też zależało na zaoferowaniu produktu, za który otrzyma najwyższą prowizję. Takich instytucji u nas brakuje, a istniejący potentaci specjalizują się w obsłudze osób fizycznych.

Potrzeba nauki i regulacji

Jak wykreować właściwy model doradcy? Odpowiednie przygotowanie merytoryczne da człowiekowi pojęcie ogólne o rynku finansów. Na tej bazie można doskonalić wiedzę o poszczególnych produktach. Predyspozycje do wykonywania zawodu można mieć od urodzenia, wiele też można ukształtować w trakcie procesu edukacji. Przy dużej rotacji oraz zdarzającego się braku poszanowania przez pracodawców doradcy nie zawsze identyfikują się z firmą. Jest to poważny mankament całego systemu zarządzania zasobami ludzkimi we współczesnych instytucjach finansowych i nie dotyczy tylko doradców.

Praca doradcy finansowego to wysoce odpowiedzialna profesja. Niektórzy

postulują, że należałoby ją w jakiś sposób uregulować, wprowadzając certyfikację albo przynajmniej rejestrację. Pionierską działalność w tej dziedzinie prowadzi Europejska Akademia Planowania Finansowego, jedyna instytucja w Polsce kształcąca doradców finansowych, akredytowana przez EFFP w Bad Homburg i członek FECIF w Brukseli.

– W zachowaniach, zarówno gospodarstw domowych, jak i podmiotów gospodarczych, szczególnie w sektorze małych i średnich przedsiębiorstw, brakuje planowania finansowego w długim horyzoncie czasowym. Wiąże się to głównie z nieuznawaniem potrzeby zachowań o charakterze strategicznym – mówi Franciszek Zięba, dyrektor Europejskiej Akademii Planowania Finansowego, a jednocześnie założyciel i prezes Europejskiej Federacji Doradców Finansowych Polska. Nasz rynek cierpi na brak specjalistów w zakresie doradztwa finansowego. Ci najlepsi znajdują natychmiast zatrudnienie w bogatych instytucjach finansowych lub firmach doradczych. Wykształcenie doradcy finansowego to skomplikowany proces, a kwalifikacje nabyte na uczelni nie wystarczają, aby prowadzić kompetentną obsługę przedsiębiorstwa. To bardzo istotne w warunkach zwiększającego się skomplikowania instrumentów fi-

nansowych oraz procedur instytucji finansowych, w sytuacji niskiego poziomu świadomości finansowej społeczeństwa.

Według Franciszka Zięby, pojawienie się zawodu doradcy finansowego jest odpowiedzią na rozwiązanie tego problemu. Przez doradcę finansowego należy rozumieć profesjonalistę ochraniającego aktywa finansowe podmiotu gospodarczego, przez długoterminowe planowanie celów finansowych i sposobów ich realizacji zapewniające bezpieczeństwo finansowe – w szczególności płynność finansową. – Doradca finansowy to nie pośrednik finansowy, reprezentujący instytucję finansową, dbający o jej interesy i przez nią wynagradzany – zaznacza dyrektor Zięba.

W Polsce jest 100 osób, posiadających międzynarodowy Certyfikat EFA (Europejski Doradca Finansowy), wydawany przez Europejską Federację Doradców Finansowych w Bad Homburg.

Należy dodać, że Europejska Akademia Planowania Finansowego złożyła wniosek o wpisanie zawodu doradcy finansowego do klasyfikacji zawodów prowadzonej przez Ministerstwo Pracy.

Stowarzyszenie Doradców Finansowych Polska (EFFP Polska) prowadzi promocję tego zawodu i podejmuje kroki na rzecz uregulowania jego statusu.

Ważne długofalowe relacje

Przedsiębiorca jest zazwyczaj zdany na doradców czy opiekunów klientów zatrudnionych przez instytucje finansowe. Ci jednak są zobowiązani oferować produkty finansowe, jakie oferuje ich pracodawca. Zaletą tego rozwiązania jest dobra znajomość szczegółów oferty, gdyż banki na bieżąco szkolą kadre. Jednak oferta zawężona do produktów jednej instytucji finansowej ogranicza możliwości optymalnego wyboru.

Na osobach mających bezpośredni kontakt z klientami spoczywa wielka odpowiedzialność za właściwe i uczciwe relacje między stronami. Doradca winien koncentrować się zatem na potrzebach klienta – nie na produktach, które oferuje.

Bank przez swoich pracowników powinien budować długofalowe relacje z klientem. Aby to zrobić, musi poznać jego potrzeby i możliwości. Gdy już klient zaufa doradcy, to ten nie może go pozostawić samemu sobie, na przykład w sytuacji, gdy na rynku dzieje się źle. Każdy doradca posiadający swoją pulę klientów musi na swój sposób ich dopieszczać, a oni za to obdarzają go zaufaniem. Zyskają na tym wszystkie strony, pod warunkiem, że taką potrzebę zrozumieją i zaakceptują. ■

