

Wyniki najnowszej analizy stanu przygotowania sektora bankowego

Czy wdrożenie Dyrektywy MiFID zmieni polski rynek bankowy?

W życie weszła ustawa wprowadzająca na polski rynek postanowienia Dyrektywy w sprawie rynków instrumentów finansowych - MiFID. W najbliższym czasie Minister Finansów powinien wydać rozporządzenia wykonawcze do ustawy. Tymczasem najnowsza analiza Deloitte wskazuje, że aby zdążyć na czas z wdrożeniem Dyrektywy, polskie banki będą musiały zintensyfikować działania dostosowawcze.

Ustawa i ścieżka krytyczna wdrożenia

20 października br. weszła w życie ustawa wprowadzająca na polski rynek postanowienia trzech dyrektyw unijnych: 2004/39/WE, 2006/73/WE i 1287/2006 tworzących europejską regulację MiFID (ang. Markets in Financial Instruments Directive), której celem jest ochrona inwestorów, promowanie konkurencji w sektorze usług finansowych oraz zwiększona przejrzystość rynku. Regulacje odnoszące się do szerokiego spektrum operacji finansowych i usług inwestycyjnych dotyczą w szczególności obrotu instrumentami rynku pieniężnego, jednostkami funduszy inwestycyjnych oraz papierami wartościowymi i instrumentami pochodnymi, a także świadczenia usług powierniczych i doradztwa inwestycyjnego.

Zakres, cel badania oraz metodologia

Cel badania

- Analiza zakresu świadczenia klientom detalicznym ochrony inwestycyjnej, na kilka miesięcy przed końcem okresu dostosowawczego.
- Zbadanie ogólnej sytuacji wśród polskich banków i odpowiedź na pytanie o liderów usług bankowych w kontekście ochrony inwestycyjnej.
- Badanie koncentrowało się na wybranych kluczowych zagadnieniach ochrony inwestycyjnej.

Badanie, ze względu na ograniczony zakres analizy, nie miało na celu odpowiedzieć w jakim stopniu poszczególne banki są dostosowane do wymogów MiFID.

Zakres badania

- Analizie poddano banki oferujące klientom detalicznym instrumenty finansowe oraz usługi inwestycyjne.
- Szczególną uwagę zwrócono na jedne z częściej polecanych klientom instrumentów finansowych: jednostki uczestnictwa otwartych funduszy inwestycyjnych oraz produkty strukturyzowane.

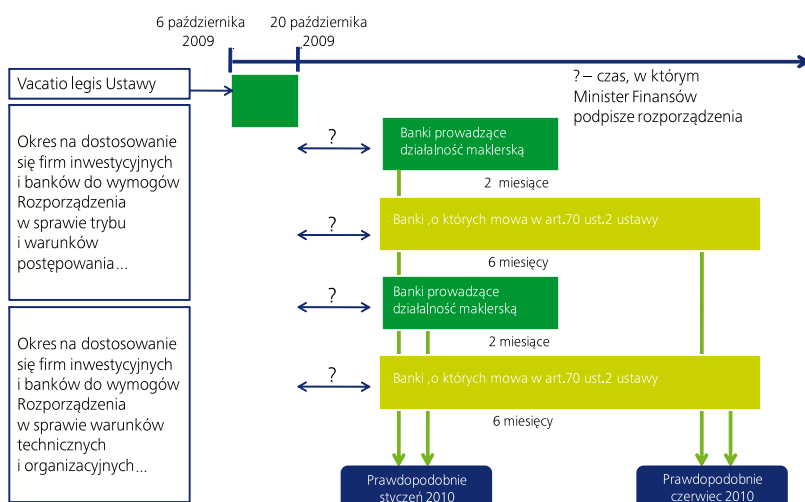
Przedmiot analizy

- Warszawskie oddziały 25 banków w zakresie oferowania klientowi detalicznemu inwestycyjnych produktów bankowych.
- Witryny internetowe banków pod kątem zawartych na nich informacji o MiFID.

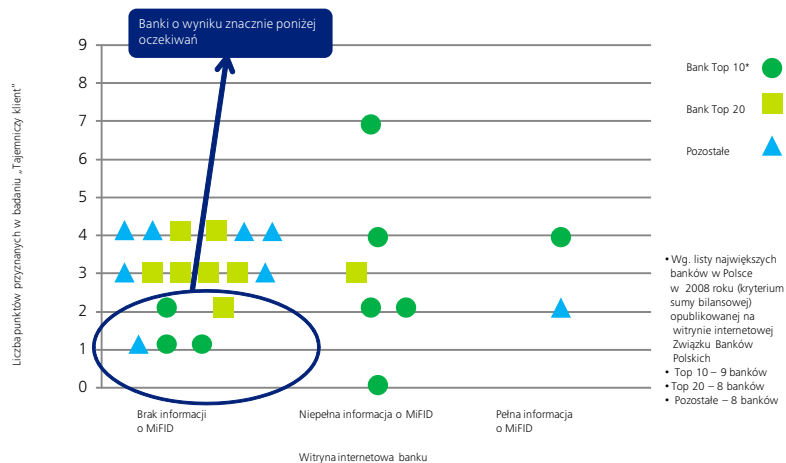
Profil „Tajemniczego klienta”

- Klient detaliczny w wieku 25-27 lat:
 - dysponujący kwotą 30 tys. PLN przeznaczoną na inwestycję,
 - planujący inwestycję o dłuższym horyzoncie czasowym (pow. 1 roku).
- Klient w trakcie rozmowy nie sugerował swoim zainteresowaniem konkretnego produktu – punktem wyjścia była zawsze oferta banku.

Ścieżka krytyczna wdrożenia MiFID w Polsce



Prezentacja graficzna łącznego wyniku badania



Wyniki badania przeprowadzonego w oddziałach banków pokazują, że po rozmowie z doradcą bankowym klient nie zawsze może liczyć na informację na temat ryzyk związanych z danym produktem bądź usługą, a w konsekwencji może dokonywać operacji niezgodnych ze swoimi oczekiwaniami inwestycyjnymi oraz nie ma zapewnionej wymaganej obsługi.

Główne wnioski z badania

- Ponad połowa badanych doradców sprzedając produkt przytacza w argumentacji własne opinie mieszając je z faktami.
- Ponad połowa badanych doradców sugeruje klientowi rezygnację z przeczytania prospektów i oświadczeń o ryzyku, w celu przyspieszenia zawarcia transakcji.
- Ponad połowa badanych doradców nie podaje pełnej informacji o ryzyku związanym ze sprzedawanym produktem bądź nakłania klientów do ryzykowniejszych instrumentów wbrew deklarowanej przez nich niechęci do ponoszenia ryzyka inwestycyjnego.
- Ponad połowa badanych doradców posługuje się danymi historycznymi jako gwarancją przyszłych wyników osiągniętych na danym produkcie.
- Ponad połowa badanych doradców nie przedstawia pełnej informacji o oferowanych przez bank instrumentach finansowych i zasadach ich opodatkowania.

Konsekwencje

- Klient nie dysponuje pełną informacją na temat ryzyk związanych z produktem bądź usługą.
- Klient może dokonać zleceń lub transakcji niezgodnych z ich oczekiwaniami co do ryzyka.
- Klient nie ma pewności, że bank działa w jego najlepiej pojętym interesie.
- Klient nie zna zasad polityki konfliktu interesów, co może wpływać na jego decyzje inwestorskie.

Z doświadczenia Deloitte wynika, że obszary, które wymagają dostosowań związanych z wdrożeniem Dyrektywy MiFID to przede wszystkim regulacje wewnętrzne i wzory umów, rozwiązania informatyczne oraz szkolenia bezpośrednie dla pracowników. Niektóre banki potrzebują kompleksowego przeglądu projektu dostosowawczego w zakresie ochrony klienta. Uzupełnieniem wdrożenia powinny być regularne testy e-learningowe oraz przygotowanie weryfikacji pracowników oddziałów banków. Proces wdrażania MiFID wymaga stałego monitorowania przez wewnętrzne jednostki operacyjne ds. compliance.

Ścieżka działań dla banków nie posiadających rozwiązań zgodnych z MiFID

1. Analiza luki przygotowania banku do wymogów Dyrektywy MiFID.
2. Przygotowanie oraz wdrożenie rozwiązań prawnych, organizacyjnych i informatycznych dostosowujących bank do wymogów Dyrektywy MiFID.
3. Przeprowadzenie serii profesjonalnych szkoleń bezpośrednich dla pracowników sieci sprzedaży.
4. Badanie „tajemniczego klienta” dla sprawdzenia efektywności szkoleń.

Korzyści banków z dostosowania się do MiFID

- Przewaga konkurencyjna wynikająca z technicznej obsługi klienta.
- Usprawniony proces zarządzania produktami i sprzedażą.
- Wyeliminowanie ryzyka prawnego.
- Wyeliminowanie ryzyka finansowego.
- Wzmocnienie wizerunku banku jako instytucji zaufania publicznego.

Kontakt

Zbigniew Szczerbetka

Partner Zarządzający w Dziale Zarządzania Ryzykiem
Deloitte Polska

Tel.: +48 (0) 22 511 07 99

Tel kom.: +48 605 967 662

Fax: +48 22 511 08 13

E-mail: zszczerbetka@deloitteCE.com

Paweł Dziekoński

Starszy Menedżer w Dziale Zarządzania Ryzykiem
Deloitte Polska

Tel.: +48 (0) 22 511 03 95

Tel. Kom.: +48 605 940 013

Fax: +48 22 511 08 13

E-mail: pdziekonski@deloitteCE.com

Deloitte świadczy usługi audytorskie, konsultingowe, doradztwa podatkowego i finansowego klientom z sektora publicznego oraz prywatnego, działającym w różnych branżach. Dzięki globalnej sieci firm członkowskich obejmującej 140 krajów oferujemy najwyższej klasy umiejętności, doświadczenie i wiedzę w połączeniu ze znajomością lokalnego rynku. Pomagamy klientom odnieść sukces niezależnie od miejsca i branży, w jakiej działają. 168 000 pracowników Deloitte na świecie realizuje misję firmy: stanowiąc standard najwyższej jakości.

Specjalistów Deloitte łączy kultura współpracy oparta na zawodowej rzetelności i uczciwości, maksymalnej wartości dla klientów, lojalnym współdziałaniu i sile, którą czerpią z różnorodności. Deloitte to środowisko sprzyjające ciągłemu pogłębianiu wiedzy, zdobywaniu nowych doświadczeń oraz rozwojowi zawodowemu. Eksperti Deloitte z zaangażowaniem współtworzą społeczną odpowiedzialność biznesu, podejmując inicjatywy na rzecz budowania zaufania publicznego i wspierania lokalnych społeczności.

Nazwa Deloitte odnosi się do Deloitte Touche Tohmatsu, podmiotu prawa szwajcarskiego i jego firm członkowskich, które stanowią oddzielne i niezależne podmioty prawne. Dokładny opis struktury prawnej Deloitte Touche Tohmatsu oraz jego firm członkowskich można znaleźć na stronie www.deloitte.com/pl/onas.