



Proč Češi raději kupují druhý byt než akcie

Jakub Kuneš

O českých domácnostech se často říká, že jsou z pohledu financí konzervativní. Když mají volné peníze, raději je uloží do nemovitosti než do akcií, dluhopisů nebo podílových fondů. Část vysvětlení je jistě racionální: lidé rozumějí bytu lépe než burze, nemovitost si mohou fyzicky představit a historický sentiment k betonu bychom v Česku určitě také našli. Jenže problém může být hlubší. Český kapitálový trh není slabý jen proto, že mu lidé nerozumějí. Slabý je také proto, že mu málokdo dává tvář.

V českém kapitalismu existuje zvláštní odstup mezi velkým byznysem a veřejností. Nejbohatší podnikatelé sice vlastní významné společnosti, investují miliardy a ovlivňují celé sektory ekonomiky, ale běžný člověk je vnímá spíše jako vzdálené figury z ekonomických zpráv. Občas se objeví v rozhovoru nebo podcastu, ale málokdy vystupují jako lidé, kteří veřejnosti srozumitelně představují své produkty, strategii, vizi a rizika. Nechodí pravidelně před zákazníky, investory a občany s tím, že vysvětlí, co budují, proč tomu věří a proč by tomu měli věřit i ostatní.

V tom je rozdíl oproti třeba americké podnikatelské kultuře. Tam se velcí zakladatelé a manažeři často stávají součástí příběhu firmy. Steve Jobs nebyl jen šéf Applu. Byl tváří produktu, vypravěčem firemní strategie a člověkem, který se veřejně vystavoval hodnocení trhu. Podobně Elon Musk, Mark Zuckerberg nebo dříve Bill Gates představují model podnikatele, který nejde jen „tržně“, ale i „osobně“ s kůží na trh. Investor nekupuje pouze akcii. Kupuje také příběh, důvěru a přesvědčení, že za společností stojí lidé, kteří umějí veřejně nést odpovědnost.

V Česku se naopak často setkáváme s tím, co by se dalo nazvat vrchnostenským kapitalismem. Úspěšní podnikatelé jsou ekonomicky mimořádně silní, ale společensky zůstávají uzavření. Veřejnost pak může kapitálový trh vnímat spíše jako vzdálený svět pro insidery a velké hráče než jako prostor, kde se může podílet na růstu společností. Akcie velkých českých společností se pro ně tak mohou stávat abstraktní a bez příběhu.

Rozvoj kapitálového trhu proto není jen otázkou státních zásahů, daňových pobídek nebo finanční gramotnosti. Je to také otázka důvěry a kultury. Aby lidé více investovali do společností, musí mít pocit, že právě ty společnosti stojí o jejich důvěru. Že se jim představují, komunikují s nimi a berou je vážně nejen jako zákazníky, ale i jako možné spoluvlastníky.

Možná tedy není hlavní otázkou, proč Češi nekupují více akcií. Možná bychom měli hledat vysvětlení v tom, proč největší české podnikatelské příběhy nevznikají na kapitálovém trhu. Dokud tomu tak bude, zůstane pro mnoho domácností přirozenější investicí druhý byt než podíl na české společnosti.