

**Univerzita Hradec Králové**

**Pedagogická fakulta**

**Prevence podvodných manipulativních technik**

BAKALÁŘSKÁ PRÁCE

Autor: Jiří Klouček

Studijní obor: Sociální patologie a prevence

Vedoucí práce: Kučírek Jiří, PhDr. Ph.D.

Hradec Králové 2016



## Zadání bakalářské práce

<b>Autor:</b>	<b>Jiří Klouček</b>
Studium:	P131070
Studijní program:	B7507 Specializace v pedagogice
Studijní obor:	Sociální patologie a prevence
<b>Název bakalářské práce:</b>	<b>Prevence podvodných manipulativních technik</b>
Název bakalářské práce AJ:	Prevention of fraudulent manipulative techniques

### **Cíl, metody, literatura, předpoklady:**

Bakalářská práce se zabývá podvodnými komunikačními praktikami a jejich možnostmi prevence pro stranu potenciálních obětí. Konkrétně rozebírá vybrané způsoby nekorektního jednání nepoctivých řemeslníků, poskytovatelů podvodných a nevýhodných půjček včetně praktik kontroverzních společností využívající nestandardní formy podnikání. Součástí práce jsou i rozhovory s obětí podvodu, bankovním úředníkem reagující na otázky o tématu půjček a na závěr s obchodním zástupcem multilevelové společnosti Amway. Práce má za cíl poskytnout vhled do problematiky manipulativní komunikace a poukázat na možnosti prevence v těchto vybraných formách podvodného jednání.

NAZARE-AGA, Isabelle. Nenechte sebou manipulovat. Vyd. 7. Překlad Hana Prousková. Praha: Portál, 2014, 261 s. ISBN 978-80-262-0652-1. BECK, Gloria. Zakázaná rétorika: 30 manipulativních technik. 1. vyd. Praha: Grada, 2007, 266 s. ISBN 978-80-247-1743-2. CIALDINI, Robert B. Zbraně vlivu: manipulativní techniky a jak se jim bránit. Vyd. 1. V Brně: Jan Melvil, 2012, 333 s. Žádná velká věda. ISBN 978-80-87270-32-5.

Garantující pracoviště:	Katedra sociální patologie a sociologie, Pedagogická fakulta
Vedoucí práce:	PhDr. Jiří Kučírek, Ph.D.
Oponent:	PhDr. Josef Kasal, MBA, Ph.D.
Datum zadání závěrečné práce:	12.2.2015

Prohlášení

Prohlašuji, že jsem bakalářskou práci vypracoval samostatně a uvedl v ní veškeré zdroje, které jsem v práci použil.

V Hradci Králové dne

.....

*vlastnoruční podpis*

### Poděkování

Děkuji vedoucímu mé bakalářské práce panu Jiřímu Kučírkovi za nosné náměty k mé bakalářské práci. Dále panu doktoru Pelcákovi za spontánní konzultace, které jsem ani při nejmenším nečekal. Na závěr také samozřejmě mojí rodině za podporu v těžkém období.

## **Anotace**

Bakalářská práce se zabývá podvodnými komunikačními praktikami a jejich možnostmi prevence pro stranu potenciálních obětí. Konkrétně rozebírá vybrané způsoby nekorektního jednání nepoctivých řemeslníků, poskytovatelů podvodných a nevýhodných půjček včetně praktik kontroverzních společností využívající nestandartní formy podnikání. Součástí práce jsou i rozhovory s obětí podvodu, bankovním úředníkem reagující na otázky o tématu půjček a na závěr s obchodním zástupcem multilevelové společnosti Amway. Práce má za cíl poskytnout vhled do problematiky manipulativní komunikace a poukázat na možnosti prevence v těchto vybraných formách podvodného jednání.

## **Annotation**

Bachelor work focuses on fraudulently communication practices and on possibility to prevent them for side of potential victims. It concretely examines chosen practices of crooked craftsmen, fraudulent and unfavorable loans and practices of controversial companies using nonstandard forms of business. Parts of this work are dialogues with victim of a fraud, bank clerk reacting on questions about theme of fraudulent loans and at the end with a sales representative of multilevel company Amway. Bachelor work has a target to provide insight to problematics of manipulative communication and point out a possibility of prevention in these selected forms of fraudulent acting.

## **Klíčová slova:**

Manipulace, podvod, prevence, neseriózní řemeslníci, podvodné půjčky, obchodní zástupci.

# OBSAH

ÚVOD.....	7
<b>1. MORÁLNÍ A PRÁVNÍ HRANICE PODVODŮ.....</b>	<b>9</b>
<b>2. SMLOUVY V OBCHODNÍM STYKU.....</b>	<b>14</b>
<b>3. MANIPULATIVNÍ TECHNIKY V KOMUNIKACI.....</b>	<b>17</b>
3.1 FAKTORY PŘESVĚDČOVÁNÍ.....	18
3.2 TYPY MANIPULATIVNÍCH TECHNIK.....	18
3.3 PŘESVĚDČOVACÍ PRINCIPY PODLE CIALDINIHO.....	20
<b>4. ANALÝZA KONKRÉTNÍCH FOREM PODVODNÉHO JEDNÁNÍ.....</b>	<b>23</b>
<b>4.1 PODVODY PÁCHANÉ ŘEMESLNÍKY A DROBNÝMI PODNIKATELI.....</b>	<b>24</b>
4.1.1 <i>Rozhovor s obětí podvodu Petrem K.</i> .....	24
4.1.2 <i>Komentář k rozhovoru a polemika</i> .....	26
<b>4.2 NEVÝHODNÉ PŮJČKY V NĚKTERÝCH PŘÍPADAČH HRANIČÍCÍ S LICHVOU.....</b>	<b>27</b>
4.2.1 <i>Na co si dát pozor ve smlouvě</i> .....	28
4.2.2 <i>Rizikové prvky značící nevýhodnou půjčku</i> .....	31
4.2.3 <i>Rozhovor s pracovníkem Komerční banky Ing. Jiřím Kloučkem o tématu bankovních a nebankovních půjček</i> .....	33
4.2.4 <i>Shrnutí rozhovoru</i> .....	35
<b>4.3 KONTROVERZNÍ OBCHODNÍ SPOLEČNOSTI.....</b>	<b>35</b>
4.3.1 <i>Amway</i> .....	37
4.3.2 <i>Popis průběhu setkání s obchodním zástupcem společnosti Amway</i> .....	39
4.3.3 <i>Rozhovor s obchodním zástupcem podnikatelem Janem</i> .....	40
4.3.4 <i>Shrnutí rozhovoru a polemika</i> .....	42
<b>5. PREVENCE PODVODU .....</b>	<b>44</b>
<b>ZÁVĚR .....</b>	<b>48</b>
<b>SEZNAM POUŽITÉ LITERATURY .....</b>	<b>50</b>
<b>SEZNAM PŘÍLOH .....</b>	<b>53</b>

## ÚVOD

Bakalářská práce má za cíl popsat problematiku manipulativní komunikace v praxi, která později vede k porušení norem (právních a etických). Druhým cílem je poukázat na formy prevence, jejichž účel je minimalizace toho, aby se osoba stala obětí podvodu. Téma jsem si vybral proto, jelikož je tato problematika velice obohacující pro občana bez právnického vzdělání či osobních zkušeností.

Navíc se jedná o téma poměrně nové, jelikož rozmach podvodu přišel až v devadesátých letech minulého století s množstvím možností, které se společností v České republice otevřely po změně režimu. S rozmachem podvodů a podnikání se začínaly postupně objevovat manuály, které měly primárně napomoci při obchodování a vyjednávání obchodních podmínek. Jsou však s problematikou manipulace úzce spjaté, protože mezi manipulací a přesvědčováním je občas pouze tenká hranice. Někteří autoři zašli ještě dál a vydali monografie, které se zabývají přímo manipulativními technikami. Monografií ale není mnoho. Do tématu významně přispěl například S.Gálik (2012) nebo teorií komunikace Z.Vybíral (2009). Ze zahraničních prací je nutné zmínit rozsáhlou monografii od A.Edmüllera (2011) Velká kniha manipulativních technik. Problematikou manipulativní komunikace se rovněž zabývají autoři: G.Beck (2007), R.B.Cialdini (2009) nebo francouzská psycholožka I. Nazare-Aga (2014).

Součástí bakalářské práce jsou tři kvalitativní výzkumy ve formě rozhovorů s osobami, kterým je tato problematika blízká s následnou analýzou těchto rozhovorů. Výběr respondentů byl záměrný s ohledem na formu zkušenosti s podvodným jednáním. Téma podvodu je velice široké, proto výzkum bakalářské práce věnuje pozornost pouze vybraným podtématům. Výzkumný problém empirického šetření je deskriptivního charakteru a je formulován výzkumnými otázkami takto: *Jak se nestat obětí podvodu? Jaké formy prevence jsou k tomu vhodné?*

V první řadě práce seznamuje s podvody páchanými řemeslníky a drobnými podnikateli, za účelem vyvarování se zbytečných ztrát peněz a docílením toho, aby za naše peníze opravdu odvedli zaplacenou práci.

V další části se práce věnuje nemorálnímu chování hraničícím s lichvou páchanou věřiteli. Na trhu s penězi se objevuje stále více subjektů, které rády a ochotně nabízejí peníze ve formě půjčky. Bakalářská práce ukazuje postupy, jak minimalizovat riziko, že se staneme obětí podvodu, anebo že budeme nevědomky písemně souhlasit s velice nevýhodnou smlouvou.

Třetí podtéma se zabývá manipulativními technikami prodeje produktů a služeb obchodními zástupci, což jsou osoby zastupující maloobchody, velkoobchody a organizace propagující jejich produkty a služby. A to vše takovým způsobem, aby zmaximalizovali prodej. Někdy však obchodní zástupce používá v komunikaci s potenciálním zákazníkem manipulativních technik.

Na závěr je kapitola Prevence podvodu, kde jsou odpovědi na výzkumné otázky. Jsou zde rozepsány jednotlivé druhy chování bránící podvodu na základě poznatků z literatury, internetu a provedených rozhovorů.



# 1. MORÁLNÍ A PRÁVNÍ HRANICE PODVODŮ

V dnešní době je pro člověka důležité, aby byl po finanční stránce zajištěný, ale také, aby si mohl pořídit například nové auto, moderní domácí spotřebiče, módní výstřelky, aby zapadl do své společenské třídy, nebo aby mohl prezentovat svoji individualitu. V některých případech se lidé dostávají do finanční tísně, ale nejsou s to se uskromnit, či vyčkat a na chtěné zboží si postupem času našetřit. Pro takové se přímo nabízí možnost rychlé půjčky, levných služeb nebo na první pohled lukrativního podnikání, které jim slibuje rychlé zbohatnutí. Často však přesně tam, kde chtěli ušetřit nejvíce, trátí.

Na vině jsou lidé, kteří nám tyto služby poskytují, protože zpravidla jejich jediným cílem je pouze maximalizace zisku za každou cenu. Někdy i za cenu podvodného či manipulativního jednání. Lektor marketingu s letitými zkušenostmi M. Béreš se nad morální hranicí zamýšlel ve své knize Jak manipulovat s lidmi takto: „Klasický vztah obchodník a kupující je takový, že zákazník se snaží získat za co nejnižší cenu maximum a obchodník se snaží prodat za co nejvyšší cenu. Každý z nás denně hraje obchodníka a nakupujícího a každý z nás se chová podle těchto pravidel, aniž si to uvědomuje. ... I kdybyste s člověkem na druhé straně vycházeli skvěle a asertivně se snažili o dohodu, vždy tam bude něco, co Vás nutí hrát Vaši hru. Hru, která už ale není asertivní, je manipulativní – skrýváte skutečné pohnutky. ... Takže je to ještě asertivita nebo už manipulace? Kde je hranice? Není. Skoro všechno v businessu je manipulace“ (Béreš, 2007, s. 106).

Porušují tím tedy normy stanovené v dané společnosti jako platné a vyžadované. Kraus definuje normy takto: „V zásadě existuje shoda v tom, že pro posouzení deviantního chování je třeba vycházet ze sociokulturního kontextu, ve kterém k tomuto chování došlo. Pro pochopení sociálních norem je nepochybně důležitá otázka samotného pojmu norma. Normu většinou chápeme jako jisté pravidlo, předpis pro chování v určité životní situaci. Pojem norma (sociální norma) představuje pravidlo pro vědomé jednání, očekávané chování. ... Můžeme je chápat jako hodnocení chování ze strany společnosti a jako závazný požadavek týkající se žádoucího chování. Víme, že normy a jejich dodržování jsou důležitou součástí fungování každé společnosti a také

víme, že každá společnost má nastaveny své normy a to, jak ty stanoveny zákonem, tak normy *morální, obyčejové*“ (Kraus, 2014, s. 8).

V našem sociokulturním kontextu se jedná zejména o morálku vycházející z Platónovy ideje dobra a z křesťanské morálky. Český filosof J. Sokol (2010) popisuje ideu dobra jako: „myšlenku jež, byla a je jedna z hlavních myšlenek celé západní filozofické tradice a jako myšlenku, která hluboce formovala duchovní svět, do něhož jsme se narodili.“ (str. 136) Tato idea pracuje s pojmem ctnost, což je naučený způsob jednání, které se dá hodnotit jako dobré, správné a mělo by být kladně hodnoceno společností. „Platon mluví o čtyřech základních ctnostech, které jsou v dnešní době označovány jako kardinální a to jsou: moudrost, statečnost, uměřenost, spravedlnost. Tyto čtyři ctnosti se nazývají *kardinálními* podle latinského slova označujícího veřeje. Všechny další ctnosti na těchto čtyřech závisejí, jsou na nich zavěšeny jako dveře na veřejích. Ke kardinálním ctnostem se přidružují menší ctnosti, které jsou jejich (přímým) důsledkem, a také větší ctnosti (tři *teologální ctnosti*), které jsou jejich výkvětem.“ (Kreeft, 2013, str. 51)

Křesťanství zase rozlišuje sedmero ctností vycházející z díla Aurelia Prudentia Clementa (pokora, štědrost, přejícnost, mírumilovnost, cudnost, střídmost, čínorodost), které zjednodušeně řečeno bere jako správné chování podle Desatera Božích přikázání ve Starém Zákoně. Jak antické, tak křesťanské ctnosti spolu však navzájem souvisejí a prolínají se.

Můžeme tedy usoudit, že v businessu se můžeme často setkávat s porušováním morálních norem jak z pohledu Platonových idejí dobra, tak z pohledu křesťanské morálky. Ctnostné jednání však může být pouze doporučováno, protože nectnostné (hříšné) jednání je právně postihnutelné pouze u vybraných skutkových podstat závažnějšího charakteru.

Konkrétně se může jednat například o přesně nastudované chování obchodního zástupce tak, aby co nejvyšší mírou ovlivnil zdravý úsudek nakupujícího, který si pak například nepřečte (nebo špatně přečte) smlouvu, kterou následně podepíše a až později zjišťuje, že pro něho služba nabízená obchodním zástupcem byla očividně nevýhodná. Takové jednání umožňuje nynější nastavení sociální kontroly, jejíž funkce stále více a více selhává.

„Teorie sociální kontroly předpokládá, že porušování norem je přirozené a stát se deviantem není vůbec problém. Většina lidí se nechová deviantně, protože nechce přijít do konfliktu s existující sociální kontrolou. Příčinou deviantního chování je pak absence této kontroly, selhávání kontrolních mechanismů. Většina lidí tedy nejedná deviantně pouze v důsledku působení tlaků různých institucí, které mají regulovat individuální zájmy tak, aby se příliš neodchylovaly od zájmu celků.“ (Kraus, 2010, str. 21)

Eskalace množství podvodů a selhávání sociální kontroly v postmoderní společnosti souvisí s procesem personalizace, který popsal G. Lipovetsky: „V negativním smyslu vede proces personalizace k zániku socializace založené na disciplíně. V pozitivním smyslu vede ke vzniku pružné společnosti založené na informacích a na stimulování potřeb, na sexu a ohledu k *lidským faktorům*, na kultu přirozenosti, srdečnosti a humoru. Proces personalizace je totiž nový způsob, jak se společnost může uspořádat a nabrat směr, nový způsob, jak řídit chování jedinců. Není založen na pedantské krutovládě, nýbrž naopak na co nejmenším omezování a co největší možnosti soukromé volby, na minimální strohosti a maximální touze, na co nejmenším donucování a co možná největším pochopení.“ (2008, str.2)

Lipovetsky tak zaznamenává posun toleranční limity k nemorálnímu jednání. Například tedy manipulující obchodní zástupce zákon neporušuje, není právně postihnutelný, ale je morálně odsouzeníhodný, protože spotřebitele klame. Z pohledu morálky se zachoval nepřejícně, nespravedlivě, z určitého úhlu pohledu spotřebitele dokonce okradl.

Je velice těžké určit, kde začíná hranice porušení morální normy a kdy jde jen o chytrý obchodnický tah, správnou propagaci výrobku apod. Nutno dodat, že podvodníci se často snaží buď nevzbudit vůbec dojem špatnosti, nebo přesáhnout pouze do roviny porušení mravní normy, aby jim nehrozil právní postih.

Morálkou se zabývá ze sociologického hlediska německý myslitel 20. století N. Luhmann. Vidí problém v nastavených pravidlech uvnitř společenských systémů, jež vznikly v reakci na komplexní změnu společnosti na společnost moderní.

„Etika, jež se soustředila na zdůvodňování morálních soudů, ztratila vztah ke společenské realitě. Možná právě to je důvodem, proč je žádána jako instance nezávislá

na zájmech. Avšak jak může etika vynášet nějaké soudy o záležitostech společnosti, kterou nezná?“ (Luhmann, 2002, str. 196)

Podle jeho teorie postmoderní společnost tvoří autopoietické systémy (dalo by se přeložit jako sebetvořící nebo sebeutvářející). V těchto systémech se utvářejí určitá pravidla, která jsou pro daný systém normální a morální. Znamená to však to, že tyto systémy se v každodenním životě střetávají a vzájemně prolínají. Nastávají tak situace, kdy se rozličné názory na morálku v těchto systémech střetávají a vzájemně si odporují. Například by se dalo mluvit o střetu morálky systému ekonomického a křesťanské morálky, která je v naší středoevropské kultuře stále brána jako model správného chování (podvádění, krádeže atd. jsou odsouzeníhodné). Ekonomický systém zase upřednostňuje médium peněz jako určující (rozhodující je zisk).

Výše zmíněná citace tedy naráží na změnu, kdy do té doby všeobsahující jednotná etika, byla vystavena zásadní změně ve společnosti, na kterou nedokázala zareagovat. Bylo proto nezbytné, aby se vytvořily morálky korespondující s každým ze systémů.

Luhmann vyvrací možnost mít jedinou možnou morálku, která by prolínala všemi systémy: „... Kdyby se taková etika podařila, musela by být zároveň s to ustavit shodu o tom, že určité velmi specifické rozlišení, totiž rozlišení dobrého a špatného, je aplikovatelné univerzálně, tedy na všechno chování., (Luhmann, 2002, str. 199).

Dále ale popisuje, že taková morálka není možná, protože v každém *správném* chování lze najít paradoxy. *Správné* chování v jednom z autopoietických systémů může být zároveň i *špatné* v jiném systému.

Není možné jednoznačně tvrdit, že trh, jako takový, je automaticky nespravedlivý a nemorální. Moderní trh je v první řadě do jisté míry svobodný, pouze částečně regulovaný zákony země, ve které je provozovaný. Ceny v České republice nejsou určeny státem a trh si je určuje sám na základě nabídky a poptávky. Objevují se však situace, kdy lze považovat situaci v obchodním styku za problematickou. Nad problematikou trhu, na kterém se objevují pochybnosti ohledně spravedlivého jednání se zamýšlí také M.Sandel: „Obhajoba volného trhu typicky spočívá ve dvou tvrzeních – jednom o svobodě a druhém o blahobytu. První představuje libertariánskou apologii trhu. Říká, že když je lidem ponechána možnost vstupovat do dobrovolných výměn,

respektuje se tím jejich svoboda; zákony, které zasahují do volného trhu, individuální svobodu naopak narušují. Druhé tvrzení uplatňuje ve prospěch trhu utilitaristický argument. Říká, že volné trhy prosazují obecné blaho; když se dva spolu dohodnou na obchodu, oba tím získají. Dokud jejich obchod vylepšuje jejich pozici, aniž by škodil komukoliv dalšímu, zvyšuje tím celkový užitek. Tržní skeptikové tato tvrzení problematizují. Poukazují na to, že tržní volby nebývají vždy tak svobodné, jak by se zdálo. A dodávají, že některé statky a sociální chování se prodejem za peníze znehodnocují.“ (Sandel, 2015, str.85-86)

Tato svoboda nákupu se například vytrácí při aplikaci manipulativní komunikace ze strany prodávajícího. Na počátku Velké knihy manipulací specialista na management konfliktů říká: „Pokud někdo někým manipuluje, využívá jeho slabiny, aby ho přiměl k něčemu, co by dotyčný dobrovolně pravděpodobně neudělal. V mnoha situacích (ovšem i zde existují výjimky) je to nemorální, a proto nepřijatelné“ (Edmüller, 2011, str. 18).

Dalším příkladem by byl případ krajní nouze, kdy vzroste poptávka po určitém statku, pro uspokojení základních potřeb. Tím se ale přirozeně navýší jeho cena, což někdy může mít za následek nemožnost nákupu daného statku a také ohrožení právě výše zmíněného sociálního blaha.

## 2. SMLOUVY V OBCHODNÍM STYKU

Při uzavírání obchodu, dohody, poskytování služeb atd. se zákazník, strana dohody, spotřebitel setkává s různými formami smluv, kde by měly být jasně definovány práva a povinnosti jednotlivých stran, ale není tomu tak vždy, protože strana vytvářející smlouvu může, v hranicích práva, často smlouvu upravovat tak, aby její podmínky jasně tuto stranu zvýhodňovaly. Nastává pak problém, protože po podpisu smlouvy již nastávají obtíže.

„ ... Nejedná se tedy pouze o jakési doporučení, jak jednat, ale o soudem vynutitelnou povinnost. Na rozdíl od zákonů práva veřejného jsou ovšem smlouvy svou povahou dispozitivní, což znamená, že účastníci si v mezích zákonem povolených, mohou jejich obsah stanovit různě. A v těchto mezích je mnoho prostoru pro nekalé obchodní praktiky, které mohou velmi uškodit tomu, kdo si smlouvu pořádně nepřečte“ (Richter, 2014, online).

Proto, aby nedošlo ke zbytečným problémům, by měla osoba vědět, co by jakákoliv smlouva měla obsahovat a co je pro ni důležité. Může se totiž stát, že dotyčný podepíše (stvrdí svým podpisem) smlouvu, která ho však zavazuje k jiným právům a povinnostem, než o kterých si myslel, že potvrzuje. Kdokoliv tak může být uveden v omyl, čemuž může být napomoženo za použití nekalých manipulativních praktik.

„Smlouva může člověka, který si ji před podpisem důkladně nepřečte, zcela zničit. Je totiž nutné počítat s tím, že ne každá obchodní společnost jedná se svými klienty férově. Naopak, existuje mnoho společností, jejichž primárním cílem je ožebračit zákazníka na všemožných skrytých poplatcích, schovaných mistrně v dlouhém textu smlouvy.

Smlouva má totiž určitou ucelenou strukturu. První strana často neobsahuje nic jiného, než výčet účastníků smlouvy, definici smlouvy samotné a obecně jasné věci. Následuje většinou popis plnění, které musí smluvní strany provést po podpisu – často i několik stran dlouhé.

Poté se obvykle objeví zřejmě nejdůležitější část smlouvy, a sice poplatky a sankce za nedodržení povinností a obecně vše, co se týká peněz. Teoreticky je bohužel možné účtovat si poplatky téměř za cokoli a je oblíbenou taktikou obchodních společností dávat nepřiměřeně vysoké částky za vykonání obsahu smlouvy, administrativní úkony a ostatní snadno přehlédnutelné aktivity, jejichž cena je normálně zanedbatelná. Na tento přístup narazíte nejčastěji u společností nabízejících peněžní půjčky. Nalákají na velké, rychle doručitelné obnosy s nízkými úroky, ale už se nezmíní, že si na administrativních úkonech naučí skoro stejné peníze jako na úroku samotném.“(Richter, 2014, online)

Ne všechny náležitosti musí být ve smlouvách nutně zapsány. Zhotovitel smlouvy tak může vynechat některé pro druhou stranu důležité skutečnosti, které tam buď nemusí být povinně zapsány a nebo je účelově může účelově *skrýt*, aby například byla smlouva pro osobu bez patřičných znalostí, špatně pochopitelná.

„Smlouva ovšem nemusí být zhoubou klienta jen díky vysokým poplatkům. Nejzrádnější totiž může být to, co ve smlouvě vůbec není. Pochybné společnosti se v právních kličkách dobře vyznají a velice rády znemožní svému klientovi smlouvu ukončit tím, že neurčí podmínky pro řádné vypovězení smlouvy.

Klient má ale, podle § 1829 Nového občanského zákoníku právo odstoupit od smlouvy ve lhůtě čtrnácti dnů a do jednoho roku a čtrnácti dnů, jestliže nebyl poučen o možnosti odstoupit.

Poučení se tedy obvykle ve smlouvě nachází, nicméně bývá velmi dobře skryté. Prvních 14 dnů se tedy často ze strany společnosti nic nekalého neděje a teprve po uplynutí lhůty začnou chodit účtenky. Člověk pak může zjistit, že mu smlouva velice nevyhovuje, ať už kvůli ceně nebo kvalitě odvedené práce, ale už je pozdě, protože již nemá jak vypovědět smlouvu a může, a bude, žalován, pokud přestane platit, k čemu se zavázal.“ (Richter, 2014, online)

Lhůta čtrnácti dnů je ve většině případů rozhodující, protože pak je již velmi těžké se z dané situace vymanit. Některé společnosti zase podněcují svoje klienty k plnění podmínek hrozbou storno poplatku, který by jim byl vyměřen při předčasném vypovězení smlouvy a který bývá motivační z toho důvodu, že se vskutku nejedná a malé částky.

„Přirozeně je možné dát jakoukoli společnost, která podvádí své klienty díky kličkám ve smlouvách, k soudu, jelikož její jednání odporuje základním právním principům. Nicméně soudní řízení je pro účastníky časově, nervově i finančně náročné, často tak moc, že si to obyčejný člověk nemůže dovolit, na což ostatně podvodné společnosti spoléhají“ (Richter, 2014, online).

Dále dodává, že u soudu mají tyto společnosti velkou výhodu právě držením právně závazné smlouvy, která hraje většinou největší roli, protože je nutné si pamatovat, že neznalost zákona nebo nedbalost se neomlouvá.



### 3. MANIPULATIVNÍ TECHNIKY V KOMUNIKACI

Nejprve je důležité vysvětlit si zásadní rozdíl mezi přesvědčováním a manipulací. Odborník na problematiku přesvědčování D. Lakhani uvádí věci na pravou míru takto: “Manipulaci definuje Slovník amerického kulturního dědictví jako 'důmyslné až vychytralé usměrňování, ponejvíce pro vlastní prospěch' a pro určení rozdílu mezi přesvědčováním a manipulací je to velmi výstižné. Při manipulaci je jediným, kdo má dlouhodobý prospěch, sám manipulátor. Teď se podívejme na definici slova přesvědčit – 'přimět ke zvolení způsobu jednání anebo převzetí názoru pomocí argumentů, logického úsudku či proseb'. Přesvědčování poskytuje dvěma osobám příležitost sejít se společně na názoru, který je oboustranně prospěšný.

Manipulace je oproti tomu účelově zaměřena na osobu toho, jenž manipuluje. Manipulátor má na zřeteli dosažení svých osobních zájmů a cílů, aniž by se zajímal o zájmy nebo důsledky pro osobu, jíž je manipulováno. V manipulativním počínání je také většinou přítomen klam anebo zatajování logických a fakty podložených důkazů, jelikož předložení těchto faktů či poukázání na ně by zpravidla racionálně uvažující osobě umožnilo dospět k logickému rozhodnutí nepříznivému pro manipulátora“ (Lakhani, 2008, str. 21-22).

Používání různých způsobů manipulace se dá označit jako za používání manipulativních technik. Existuje mnoho autorů (psychologů, poradců, managerů), kteří se zabývají manipulativními technikami v mluvě jak při každodenních situacích v rodině, tak třeba v práci nebo ve firmě. V jejich publikacích lze najít podle jejich slov vypsané manipulativní techniky takzvaných manipulátorů a zaručené postupy, jak se těmto technikám bránit.

Existují různé náhledy na to, jak minimalizovat následky manipulativního jednání a zachovat si vlastní úsudek. Jedno mají ale všechny příručky společné. Jejich autoři se shodují, že pokud by potenciální oběti měli dokonalý přehled o těchto technikách, tak by si propojili modelovou situaci s jejich konkrétním případem a byli by schopni ji včas identifikovat a předejít.

### 3.1 Faktory přesvědčování

Správně vybraná technika ještě neznamená, že manipulovaný bude automaticky přesvědčen. Technika musí být podpořena správným přístupem, který popisuje J. Borg skrze Aristotelův výklad takto: „Pro dosažení přesvědčivosti je podle Aristotela třeba tří různých typů důkazů, které využívají přesvědčiví mluvčí:

*ethos* (etický);

*pathos* (emocionální);

*logos* (logický).

*Ethos* se vztahuje k mluvčímu a jeho povaze, jak se ukazuje prostřednictvím komunikace. Aby byla zpráva uvěřitelná, musí existovat zdroj uvěřitelnosti, který vzniká v myslích posluchačů. Vztahuje se k dané osobě a odkazuje k upřímnosti, jíž daná osoba působí.

*Pathos* se vztahuje k emocím, které posluchač cítí. Podle Aristotelových slov 'přesvědčení přichází skrze posluchače, jakmile promluva zasáhne jejich emoce'. Jinými slovy, je důležité oslovit emoce vašich posluchačů, abyste byli přesvědčiví. Zkrátka musíte být empatičtí.

*Logos* se vztahuje k samotným slovům mluvčího. Jde o výběr slov a příběhů, citací a fakt, která uvádí jako důležitá pro získání diváků pro váš úhel pohledu“ (Borg, 2007, str. 16).

### 3.2 Typy manipulativních technik

V publikacích zaměřených na ovlivňování v komunikaci se mluví o velkém množství různých názvů přesvědčovacích technik, ale ve své podstatě autoři (Edmüller, Nazare-aga, Lakhani, Gloria Beck, Gálik) mluví o stejných technikách pouze pod jinými názvy.

Edmüller (2011) shrnuje manipulativní techniky do tří kategorií:

**a) Ofenzivní metody** využívající nátlak, spěch, ultimáta, bezvýhodné situace pro navození pocitu, že ze situace je jen jedno možné východisko (to, které preferuje manipulátor).

Příklad: Osoba nabízející podvodnou půjčku opakovaně mluví o tom, že spěchá na oběd, aby znepríjemnil klientovi čtení podmínek ve smlouvě a uspíšil tak její podepsání.

**b) Metody spjaté s dobrým vztahem s obětí**, kde manipulátor naváže dobrý vztah s obětí a oběť pro něj dělá „dobré skutky“, laskavosti, „splácí dluhy“. Tyto metody apelují na dobré vychování oběti a na její morálku (cítila by se špatně, kdyby manipulátorovi nevyhověla).

Příklad: Podomní prodejce nekvalitního zboží velmi přátelsky mluví se svými potenciálními zákazníky o jím blízkých věcech. Pochválí ženě účes. Muži kravatu. Na uvítanou přinese malý vzorek. Dá možnost si zboží vyzkoušet. Vyluxuje například v domácnosti koberec apod.

**c) Strategické metody**, při nichž manipulátor přesvědčí oběť, že jeho názor je ten nejlogičtější a tedy i nejsprávnější.

Příklad: Obchodní zástupce poukazuje na výhody daného produktu. Vytváří fantazie, v nichž si potenciální zákazník produktu užívá a je mu užitečný. Mluví o situacích, kdy mu bude chybět apod.

Z pohledu sociální komunikace jde o sdělování významů mezi dvěma a více lidmi v rámci takzvané sociální interakci. Podle teorie komunikace je jednou z jejích funkcí přesvědčování. Vliv na přesvědčování má složka verbální (slova, psaní, mluva) a neverbální (gesta, mimika, postoj, intonace), která tvoří většinu sdělených informací.

Teorie sociální komunikace rozlišuje následující druhy komunikace:

- **pasivní** – nečinností přesvědčovat druhé, nechat o sebe pečovat, nezačínat komunikaci
- **agresivní** – silou přesvědčovat o své jediné pravdě z pozice nadřazeného postavení
- **asertivní** – přesvědčování argumenty, snaha o naslouchání a chápání druhého.

(Tomáš Novák, 2014, online)

Pasivní i agresivní druh komunikace má popsané svoje formy neférového jednání, kterým se říká komunikační fauly. Lidé je používají často bezděčně, ale je

nebezpečné, když jsou užívány jako nástroj s cílem druhého manipulovat. Existují i přímo manipulativní komunikační fauly.

Manipulační chyby v komunikaci:

- Argumentace holí (Buď to uděláš, nebo...)
- Působení na city, citové vydírání (Přivedeš mě do hrobu...)
- Odvolávání na jedince, člověka (Myslela jsem, že jsi chytřejší.)
- Odvolávání na lidstvo, populaci, skupinu (To jsi gymnazista?)
- Odvolávání se na autoritu (Táta to řekl.) (Tomáš Novák, 2014, online)

Manipulace může využít i chyby v percepci druhého člověka. Jedná se o manipulaci vnímání jejímž cílem je vystupovat důvěryhodněji. Chyby sociální percepcce:

- Haló efekt (celkový dojem zúžen na hodnocení skrze jeden výrazný znak, nejčastěji vzhled).
- Efekt primarity (silný vliv informací zjištěných na začátku).
- Projekce (hledání svých vlastností u druhých).
- Očekávání
- Chyby mírnosti a přísnosti (Tomáš Novák, 2014, online)

### 3.3 Přesvědčovací principy podle Cialdiniho

Cialdini, jeden z nejvýznamnějších vědců zabývajících se přesvědčováním, popsal šest základních principů přesvědčování. Využijí výkladu S. Gálíka (2012), který jednotlivé Cialdiniho principy parafrázoval:

**a) Princip reciprocity** - Princip reciprocity spočívá ve využití lidské tendence oplatit laskavost laskavostí, pomoc pomocí. Jako příklad bych mohl uvést běžnou taktiku obchodních zástupců, kteří shánějí nové rekruty do svých společností. Pozvou danou osobu na schůzku do kavárny, čajovny, vinárny apod. a tam jí předloží nabídku.

Ještě předem však, jakoby mimochodem, oznámí, že všechnu útratu v podniku samozřejmě platí oni.

**b) Závazek a důslednost** – Když se už jednou pro něco rozhodneme, pocítíme vnitřní a interpersonální tlaky k tomu, abychom se zachovali konzistentně (v souladu) s daným rozhodnutím. Jinými slovy, když se již pro něco rozhodneme, těžko od toho již ustupujeme. Zde se nabízí využití příkladu klasických praktik mobilních operátorů nebo poskytovatelů internetu. Spotřebitel dostane výhodnou nabídku, kterou přijme. Později však zjišťuje, že sjednaná cena podle smlouvy platí pouze na první dva měsíce a později, že se cena navyšuje, což zákazník nevěděl, ale je mu už nepohodlné od smlouvy odstoupovat.

**c) Sociální schválení** - Princip sociálního schválení říká, že když se lidi ocitnou v určitých situacích, mají tendenci chovat se podle toho, jak se chová okolí. Zde by bylo na místě zmínit tendenci obchodních zástupců Multilevelových společností hned zvat nové pracovníky na firemní semináře, kde je velké množství loajálních pracovníků, kteří se vzájemně chválí a vyznamenávají atd. Pokud nebyl nový zaměstnanec do teď rozhodnutý, je na atmosféře stovek jásajících lidí, aby ho definitivně utvrdili, že toto je ta správná práce pro něj.

**d) Oblíbenost** – Obecně čím oblíbenější je osoba, tím má větší vliv na osoby kolem sebe. Do tohoto bodu Gálik zahrnuje také fyzickou atraktivitu, která také ovlivňuje úspěšnost jedince přesvědčovat ostatní. Dále popisuje tzv. efekt blízkosti: „Efekt blízkosti spočívá ve zjištění, že čím častěji se lidé vídají a čím více jsou v kontaktu, tím častěji navazují přátelství a partnerství.“ (str. 56) Čili čím jsou si bližší, tím mají větší šanci se vzájemně přesvědčit, protože je snazší například přesvědčit někoho, s kým máme dobrý vztah, aby nám půjčil sto korun, než náhodného kolemjdoucího na ulici.

**e) Autorita** – Osoby, které jsou umístěny ve společenské stratifikaci na pomyslných svrchních příčkách (pan prezident, populární zpěvačka, pan doktor apod.) mají velké možnosti při přesvědčování druhých. Zejména pokud se jedná

o přesvědčování na poli jejich odbornosti. Nebudeme se například hádat s lékařem a zpochybňovat jeho názor na náš zdravotní stav.

**f) Vzácnost** – Cialdini tento princip popisuje asi tak, že příležitosti jsou pro potenciálního zákazníka hodnotnější, čím jsou méně obvyklé nebo čím se zdají vzácnější. Známa firma využívající tento princip je Mountfield, lákající na svoje kolo štěstí, což je akce s omezeným trváním. Nebo to může být třeba řemeslník, který otevřeně dává možnost slevy na vykonanou práci, než se údajně odstěhuje na Slovensko. Musíme s ním však podepsat smlouvu ještě dnes.

## 4. ANALÝZA KONKRÉTNÍCH FOREM PODVODNÉHO JEDNÁNÍ

Jak jsem již zmínil v úvodu, **bakalářská práce má za cíl** popsat problematiku manipulativní komunikace v praxi, která později vede k porušení norem (právních a etických). **Druhým cílem** je poukázat na formy prevence, jejichž účel je minimalizace toho, aby se osoba stala obětí podvodu. **Výzkumný problém**, který empirická část rozebírá, je *ztráta peněz v důsledku podvodného jednání*. **Hlavní výzkumná otázka** vycházející z výzkumného problému a výzkumných cílů zní:

*Jak zminimalizovat riziko podvodu?*

Pro dosažení výzkumných cílů byla nejvhodnější cestou formou **kvalitativního výzkumu** s konkrétní metodou **polostrukurovaného rozhovoru** s otevřenými otázkami, protože to je nejlepší způsob jak nejlépe zachytit autenticitu výpovědi. Výpovědi byly zachyceny na diktafon, odkud byl zhotoven autentický přepis s drobnými úpravami vylepšujícími srozumitelnost sdělení.

Výzkumný celek je složený ze tří respondentů. Konkrétně se jedná o oběť podvodu, bankovního úředníka a obchodního zástupce. Výběr respondentů byl záměrný. Účelem bylo nahlédnout do tří různých sfér, kde probíhá manipulativní komunikace. Pro každého z nich byl rozhovor strukturován tak, aby mohli adekvátně reagovat z pohledu jejich postavení k podvodnému jednání.

V následujících kapitolách je vždy uvedena forma podvodu či nereseriozního jednání zhruba představena z pohledu teorie. Následuje rozhovor s jeho analýzou. V závěrečné kapitole nazvané Prevence podvodu jsou shrnuté poznatky, které jsou vyvoditelné z rozhovorů a zkoumané teorie.

## 4.1 Podvody páchané řemeslníky a drobnými podnikateli

Nejběžnější formy nepoctivého jednání řemeslníků je špatně odvedená práce nebo inkasování zálohy a nevykonání či pouze částečné vykonání smlouveného úkolu. Obdobný případ komentovala exekutorská komora takto:

„Paní M. P. se nejprve měla řádně informovat o tom, s kým vstupuje do obchodního vztahu. Pokud si najímala řemeslníky, měla si je prověřit v Centrální evidenci exekucí. V současné době čelí řemeslník V. K. 31 exekucím, kvůli svým podvodným aktivitám byl i aktérem televizního zpravodajství. Tato fakta mohla být jasným signálem, že s panem V. K. není záhodno podepisovat smlouvu o provedení jakékoliv činnosti. Nadto 16 exekucím čelil řemeslník již v době, kdy proti němu nechala nařídit exekuci paní M. P., přitom exekuční titul třímala už od roku 2006“ (Báčová, 2014, online).

Podobné případy se prý množí. Řemeslník vybere co nejvíce peněz od důvěřivých osob a pak se snaží ukrýt, popřípadě odjede do zahraničí.

### 4.1.1 Rozhovor s obětí podvodu Petrem K.

Tazatel: „Takže Petře souhlasil bys, že bych s tebou udělal krátký rozhovor?“

Petr: „Ano, nemám s tím problém.“

Tazatel: „Dobrá. Takže první otázka je: Stal ses obětí trestné činnosti. A o jaký typ trestné činnosti šlo?“

Petr: „Myslím, že šlo o podvod.“

Tazatel: „Mohl bys objasnit okolnosti?“

Petr: „Chystal jsem se renovovat svoji koupelnu ve svém bytě na Dukle v Pardubicích a hledal jsem nějakého vhodného řemeslníka. Dostal jsem reference od svého otce na jistého Alexandra Kanocze. Táta mi řekl, že je to prostě spolehlivý člověk, že svému řemeslu rozumí a že se do toho s ním mám pustit. Já jsem na něj dal a (odmlka). Zprvu to vypadalo jako dobrý nápad (odmlka) no a tak jsme se sešli v tom bytě, přeměřili jsme si tu koupelnu a určili jsme rozsah prací. Řekli jsme si, jak to bude probíhat a kolik to asi bude stát. On vlastně druhý den zahájil tu práci. Začal s bouráním obkladů a dlažby a vznikalo tam hodně sutí a vypadalo to, že zahájil práci. No a pak



jsme přikročili k tomu, že budeme potřebovat ten materiál a po vyměření jsme si řekli co je všechno třeba. Takže to byla nějaká sanita, obklady a dlažba a dohromady by to dělalo třicet sedm tisíc. No a on požádal o zálohu na ten materiál v plné výši.“

Tazatel: „Takže celých třicet sedm tisíc zhruba?“

Petr: „Takže třicet sedm tisíc. Je to velká částka, ale já jsem se nějak o ty peníze nestrachoval, protože zaprvý táta říkal, že to je spolehlivější člověk a že mu můžu věřit a že v tomhle ohledu nemám mít starosti a taky na mě působil kamarádkým dojmem a byl takovej jako člověk, kterému se dá věřit. Nehledě na to, on byl hodně hovorný a říkal, jak vydělává spoustu peněz na jiných stavbách a že na mě má vlastně jenom omezený čas. No a hlavně měl u sebe spoustu peněz, kterými se furt chlubil, kde je všude vydělal. Abych pravdu řekl, měl u sebe kolem sto padesáti tisíc, který nosil pořád u sebe, takže rozhodně nebyl... (odmlka)“

Tazatel: „Takže na tebe třeba působil úspěšně a profesionálně?“

Petr: „Ano. Prezentoval se jako velice úspěšný řemeslník a nenapadlo mě, že by můj peníze v jeho peněžence prostě něco přinesly.“

Tazatel: „Jo. Zmínil jsi v předchozích větách svého tátu. Jaký k němu měl vlastně vztah k tomu podvodníkovi?“

Petr: „Oni se seznámili v nemocnici, protože táta se dlouhodobě léčil se zády. Oni byli spolu na jednom pokoji a tak tam se seznámili a skamarádili na pokoji.“

Tazatel: „Takže si spolu vlastně vytvořili kamarádký vztah...“

Petr: „Kamarádký vztah na základě vlastně té zkušenosti z nemocnice.“

Tazatel: „Dobře. Další otázka zní: Jaký byl první dojem při kontaktu s pachatelem?“

Petr: „No, když jsem ho viděl poprvý, tak mi připadal trošičku jako takovej... Nejdřív jsem si řek, že je to trochu grázl, protože jsem viděl že měl takovou náušnici, měl tak divně nabarvený vlasy a přišel mě takovej... No, dobrý dojem na mě hned napoprvý naudělal. Ale pak se to tak nějak rozptýlilo tím, jak hovořil a i tak jako na základě těch referencí od táty no...“

Tazatel: „Měl jsi někdy tušení, že by se mohlo jednat o podvodníka? Když pomineš ten první dojem?“

Petr: „První tušení bylo, když jsem mu svěřil ty peníze a nemohl jsem se mu dovolat. Vlastně tam teprve jsem zjistil, že jsem asi udělal chybu a přestával jsem... Ztratil jsem v něj důvěru.“

Tazatel: „Jak ses vlastně zachoval při prvních známkách nereserózního jednání?“

Petr: „No... Snažil jsem se mu dovolat, zjistil jsem si, kde bydlí, jel jsem samozřejmě na místo jeho bydliště, kde jsem zjistil, že se odstěhoval. Tam jsem taky zjistil, že nechal dluh i v zařízení, kde se ubytoval.“

Tazatel: „Nějaké právní kroky?“

Petr: „No vlastně bezprostředně po tom jsem podal trestní oznámení na tohoto pachatele a byl jsem na policii.“

Tazatel: „Jak si myslíš, že tomu šlo předejít?“

Petr: „Byla tam chyba, že jsem s ním nepodepsal žádnou smlouvu a že jsem si to nepodložil nějak písemně.“

Tazatel: „Čili dohoda byla jenom nějaká ústní...“

Petr: „Dohoda byla pouze ústní a to byla vážná chyba.“

Tazatel: „Jakou zkušenost jsi tím získal?“

Petr: „Nikdy nedávat peníze předem žádnému řemeslníkovi a rozhodně ne na dobré slovo. Když už, tak mít vše podloženo písemnostmi a řádnou smlouvou.“

Tazatel: „Měl jsi do té doby nějakou podobnou zkušenost, která by ti mohla dát patřičný rozhled, aby ses vlastně do tohohle nedostal?“

Petr: „Bohužel ne, a proto jsem možná nalétl.“

Tazatel: „Tak dobře. Děkuju za rozhovor.“

Petr: „Taky díky.“

#### **4.1.2 Komentář k rozhovoru a polemika**

Petr se stal obětí trestného činu podvodu. Způsobená škoda činila třicet sedm tisíc korun, která byla vydána ve formě zálohy Alexandru Kanoczovi. Ten byl později dopaden a dostal podmíněný trest.

Důležité však je, jaký použil přístup ke své budoucí oběti. Skrze osobu, které Petr důvěřoval, přes jeho otce, jehož důvěru si získal, při sdílení společné bolesti

na neurologickém oddělení v Nemocnici Pardubice. Jeho čin s nejvyšší pravděpodobností nebyl dopředu promyšlen, ale jednalo se o využití momentální příležitosti a zneužití důvěry nemocného člověka, jež se pak za podvodníka zaručil. Podle teorie manipulativní komunikace využil principů dobrého vztahu s obětí, které podpořil sociálním schválením od otce oběti.

V Petrově případě se šlo této nepříjemné situaci s nejvyšší pravděpodobností vyhnout, kdyby po Alexandrovi požadoval sepsání smlouvy, sháněl jiné reference, recenze na internetu atd. Petr totiž nebyl jediný podvedený (peníze od ostatních podvedených, které vybral na zálohách, již měl v peněžence) a byla by tu tedy šance, že by jeho jméno bylo již spojováno s podvodem a Petr by mu žádné peníze nedal ba místo toho by pouze kontaktoval policii.

## **4.2 Nevýhodné půjčky v některých případech hraničící s lichvou**

Na sloupku veřejného osvětlení, na místě určeném pro plakáty, ve vaší poštovní schránce, tam všude můžeme najít nabídky typu: Expresní půjčka bez rizika, Rychlá půjčka, Půjčka až do ruky, Bez ručení atd. Výhody, oproti zdlouhavému vyřizování v bance, jsou značné, ale v reklamě již místo na nevýhody obvykle není.

V podstatě lze rozdělit typy půjček podle půjčujících subjektů na dvě hlavní odvětví a to bankovní a nebankovní půjčky, z nichž každá má svoje výhody a nevýhody.

**a) Bankovní půjčky:** Půjčky poskytované bankami nabízejí různé typy půjček v závislosti na produktu, na co budou peníze použity. Na jejich webových stránkách se lze snadno dozvědět, na co je úvěr určen a charakteristiku úvěru (splatnost, způsob splacení, výhody a nevýhody vybraného úvěru, co je nezbytné k udělení půjčky). Navíc na některých webových stránkách bank, lze najít i příklad s náhodně vybranou částkou či kalkulačky pro vypočítání orientační výše splátek. Při případných nejasnostech je možné obrátit se na bankovního poradce, který je zpravidla zdarma pro klienty svojí banky. Je ale stále nutné znát alespoň základy finanční gramotnosti, abychom si mohli vybrat výhodný produkt přesně pro naše potřeby.

Nevýhodou se může zdát to, že banka zkoumá naši schopnost splácet a nahlíží do svého registru dlužníků. Banka nám proto nemusí, pokud shledá, že nejsme schopni

splácet, půjčku vydat. Dále vyřizování bankovní půjčky může být i poměrně zdlouhavé, ale nejnovější trendy v bankách jsou o tom, snažit se vyřizování půjček dělat co nejsnazší a banku prezentovat jako příjemné místo.

**b) Nebankovní půjčky:** Nebankovní půjčky bývají často na první pohled dostupnější pro jejich klienty, protože mívají méně podmínek, jsou vyřizovány velmi rychle a jejich nabídky nás obklopují takřka na každém kroku. Při využívání služby nebankovní půjčky je ale nutné mít se na pozoru, protože nabízení nebankovních půjček bývá často snadný způsob, jak někoho podvést. Nebankovní forma má ale také často, ve srovnání s bankovními půjčkami, pro klienta nevýhodné úroky a často i skryté poplatky či přemrštěné penále.

Příklad nabídky nebankovních půjček jsou v příloze B.

#### 4.2.1 Na co si dát pozor ve smlouvě

Nejprve musíme vědět jaký druh úvěru potřebujeme:

- Hypoteční úvěr. Primárně slouží ke koupi nemovitosti do vlastnictví, výstavbě nemovitosti nebo k rekonstrukci, modernizaci a opravě nemovitosti.
- Kontokorentní úvěr. Dovoluje čerpání z vlastního běžného účtu v případě, že na účtu nejsou žádné peníze. Maximální částka, kterou si takto může klient půjčit je tzv. úvěrový limit.
- Úvěr z kreditní karty. Jedná se o splácení přednabitě kreditní karty. Kreditní karta je spojením platební karty a úvěru, který lze čerpat do sjednaného úvěrového limitu. Na rozdíl od kontokorentního úvěru lze využít takzvané bezúročné období, kdy může majitel karty úvěr splatit a přitom neplatí žádný úrok. Pokud však majitel karty v bezúročném období úvěr nesplatí, je úvěr úročen vysokou úrokovou sazbou (zpravidla nad 20% p.a.).
- Spotřebitelský úvěr. Není u něj specifikováno, na co má být částka využita. Klient může a nemusí něčím ručit. Záleží na smluvených podmínkách, avšak obecně za vyšší půjčky se již ručí. Zvláštním druhem tohoto úvěru je tzv. Americká hypotéka kde je nutné ručení a to nejčastěji nemovitostí.

Dále sledujeme klíčová slova, které se ve smlouvě vyskytují:

**Výše úvěru** – Částka, kterou věřitel půjčuje dlužníkovi. Je důležité si zkontrolovat, aby tato částka korespondovala s částkou, kterou chceme obdržet.

**Doba trvání** – Délka splácení nejčastěji vyjádřená v měsících. Příklad: Pokud tedy platíme jednou měsíčně a doba trvání je na dva roky. Můžeme si tak vypočítat počet splátek. Vyjde nám tak 24 splátek.

**Výpůjční úroková sazba** – Navýšení dluhu za určité období vyjádřené v procentech. Důležité je rozlišování několika druhů zkratek, které jsou za procenty zapsány. Ty určují, jak často se úroková sazba k dluhu přičítá.

- **p.a.** (per annum) - úrok se přičítá každý rok
- **p.s.** (per semestrum) - přičítá se jednou za půl roku
- **p.q.** (per quartale) - jednou za čtvrt roku
- **p.m.** (per mensem)- jednou za měsíc
- **p.d.** (per diem) - jednou denně

Znamená to tedy, že při stejné výši úrokové sazby je vždy výhodnější, když se náš úrok přičte za dobu splácení co nejméně krát. Pozor je tedy důležité dávat na všechny jiné zkratky nežli je p.a., pečlivě si je převádět a porovnávat s jinými půjčkami, které jsou nám k dispozici.

Příklad: Jsou nám nabízeny půjčky s na první pohled výhodným úrokem 8% p.a. a 7% p.m.. Zaregistrovali jsme ale, že u druhé půjčky se úrok přičítá měsíčně, ne ročně a tak nám po převodu vychází, že nám nabízejí úrok  $7 \times 12 = 84\%$  p.a. (a to nezapočítáváme úroky z úroků mezi měsíci). Vyšlo nám tedy, že druhá půjčka je pro nás extrémně nevýhodná a proto si vybereme tu první.

**Další poplatky** – Poplatky jsou nejčastěji účtovány při vyřizování bankovních operací a za poskytování bankovních služeb a nestandardních úkonech jako je třeba předčasné splacení půjčky. Poplatky jsou zohledněny ve vypočítané výši anuitní splátky a výši RPSN. Podvodné subjekty se často chlubí, že vyřídí veškeré náležitosti bez poplatků, aby učinili svoji nabídku atraktivnější, ale poplatky mohou být jen zkušeně skryté.

**Výše RPSN** – Naprosto klíčový údaj, který by neměl chybět v žádné nabídce půjčky. Zkratka znamená roční procenta sazby nákladů, což jsou tedy jinými slovy

procenta absolutního navýšení s připočítanou úrokovou sazbou i dalšími poplatky. Pokud výše RPSN ve smlouvě chybí (nebo je napsané někde ve smlouvě drobným písmem) a smlouva se chlubí pouze velmi nízkým úrokem, je možné, že podvodník spoléhá na vysoké míry nastavených poplatků, které jsou jeho oběti také dobře skryté v drobném písmu smlouvy. **Pokud tedy RPSN v nabídce není, je nutné přistupovat k půjčce velmi obezřetně a považovat ji za podezřelou** (V některých určitých případech ale ve smlouvě být nemusí). Po přičtení procent RPSN k splátce bez úroků je možné vypočítat výši anuitní splátky.

**Výše anuitní splátky** – Vypočítaná výše splátky s připočtenými úroky a poplatky. U podvodných půjček se s tímto údajem nejčastěji nesetkáte.

**Celková splatná částka** – Celková vypočítaná cena půjčky. Suma všech splátek za všechny měsíce. V podvodných smlouvách se s tímto údajem také nejspíše nesetkáte, protože tak by nejlépe poukázal na nesmyslnou výši úroků či skrytých poplatků.

Všechny náležitosti lze najít v příkladě v příloze A.

Na webu, na kterém si uživatelé vyměňují svoje negativní zkušenosti s podvodnými půjčkami Půjčko.cz, lze najít tento krátký manuál přímo od autora webu: „Samozřejmě že můžete narazit na internetu i na velmi velký počet podvodných půjček. Každá taková nabídka se obvykle vyznačuje několika charakteristickými rysy:

- Nekvalitní webová stránka bez kontaktních údajů
- Za půjčkou nestojí firma ale fyzická osoba
- Půjčka z letáků, časopisu nebo inzertních serverů
- Pro získání půjčky je nutné zaslat ověřovací poplatek
- Pro získání půjčky musíte zavolat na placené číslo
- Neprofesionální jednání, majitel firmy má zahraniční přízvuk nebo neumí dobře česky
- Pravopisné chyby a překlepy v inzerátu nebo na stránce
- Špatné zkušenosti na diskuzních fórech

Téměř vždy se jedná o nebankovní firmu. Výběr firmy pro zaslání půjčky berte jako jednu z nejdůležitějších činností. Ověřte si spokojenost zákazníků s danou firmou

na internetu a v diskuzích“ (Szabó, 2016, online).

Lze tedy shrnout, že dobrý je i první dojem z poskytovatele půjčky. Je tedy na první pohled pochybné, když kontakt na poskytovatele můžeme nalézt na trhacím proužku u letáku, který je nalepený na sloupu veřejného osvětlení. Nehledě na to, že tím se dotyčný dopustil přestupku. K vybrání dobrého věřitele může pomoci i jeho dobrá pověst – bezproblémová zkušenosti vašich známých, prestižní ocenění z oboru, dlouhá doložitelná praxe či zvučnost/známost jména.

#### 4.2.2 Rizikové prvky značící nevýhodnou půjčku

- **Podmínky pro poskytnutí půjčky.** Obecně by se dalo soudit, že čím méně těchto podmínek věřitel požaduje, tím můžeme považovat poskytovatele půjčky za podezřelějšího.

Mezi obvyklé podmínky pro poskytnutí půjčky patří:

**Občanský průkaz.** Předložení platného občanského průkazu.

**Plnoletost.** Dovršení osmnácti let věku.

**České státní občanství s trvalým pobytem.** Některé banky vyžadují u cizinců pouze trvalý pobyt.

**Trvalý příjem a finanční zajištění.** Subjekty tento bod pojmají podle svých potřeb, a proto se mohou lišit. Váhu má samozřejmě i typ a výše úvěru. Banka například vyžaduje doklad o příjmech za poslední měsíce, potvrzení o typu pracovního poměru, přičemž upřednostňují zaměstnání na dobu neurčitou. Zpravidla za větší úvěr je nutno doložit více dokladů a potvrzení. U větších půjček je také často nutno ručit majetkem nebo nemovitostí, protože je zde větší šance (delší doba trvání), že se dlužník dostane do bezvýchodné situace a nebude moct splátky odvádět.

Pokud tedy subjekt požaduje pouze občanský průkaz a nezajímá ho výše příjmu, tak tím dává najevo buďto svoji nezkušenost nebo, že spoléhá na pozdější soudní proces nebo rozhodčí doložku, která mu zajistí pozdější vymáhání i s možnými dalšími sankcemi, jež byly ustanoveny ve smlouvě.

Další varovné signály jsou také:

- **Příliš vysoká výše poplatků.**
- **Extrémní výše sankcí při neplnění podmínek.**
- **Výrazně rozdílná výše úrokové sazby a RPSN nebo jeho neuvedení ve smlouvě.**

Na webu neziskové organizace [www.clovekvtisni.cz](http://www.clovekvtisni.cz) je možné dohledat takzvaný index etického chování: „Index etického úvěrování představuje jednoduchý nástroj, který komukoliv umožňuje přehledné srovnání úvěrových produktů největších nebankovních společností. To kromě výše úroku zohledňuje především rizika, která dlužníka čekají ve chvíli, kdy se dostane do problémů se splácením.

Pracovníci společnosti Člověk v tísni začali zkoumat smluvní podmínky nebankovních společností v roce 2009. Vycházeli ze zkušeností z terénu, kde jejich klienti velmi často čelí agresivním kampaním neseriózních úvěrových společností. Porovnáním pěti základních parametrů vytvořili Index predátorského úvěrování, pomocí něhož se rozhodli působit na sledované společnosti tak, aby samy zjednodušily smluvní podmínky a zmírnily uplatňované sankce.

Díky silnému mediálnímu tlaku a systematickému vyjednávání nejen s většinou těchto společností, ale i s Českou leasingovou a finanční asociací, která tyto firmy zastřešuje, bylo dosaženo zásadních změn. Největšího pokroku se podařilo dosáhnout v oblasti rozhodčích doložek, které představují jeden z hlavních generátorů předlužení, avšak změny nastaly ve všech sledovaných parametrech“ (Člověk v tísni, 2013, online).

Pracovníci Člověka v tísni si zvolili pět následujících parametrů, z nichž vytvořili index:

- Srozumitelnost – vyjádřena délkou smluvních podmínek a četností výskytu různých zkratk
- Přítomnost úroků z prodlení nad rámec zákonné úpravy
- Náklady na jednu zpožděnou splátku v podobě sankcí
- Cena produktu v případě řádného splácení



- Využívání institutu rozhodčí doložky

Pokud zaznamenáme problém v některém z těchto parametrů popsaných výše je nasnadě přerušení kontaktu a nepodepisování smlouvy. Subjektů půjčující finance je mnoho a je tedy snadná možnost substituce služby. Je pouze na spotřebiteli, aby si vybral tu pro něj nejvýhodnější variantu.

#### **4.2.3 Rozhovor s pracovníkem Komerční banky Ing. Jířím Kloučkem o tématu bankovních a nebankovních půjček**

Pozn.: Jedná se o náhodnou shodu jmen tazatele s dotazovaným.

Tazatel: „Souhlasil bys, že uděláme krátký rozhovor?“

Jiří: „Určitě.“

Tazatel: „Jak dlouho pracuješ v bankovním sektoru?“

Jiří: „V bankovním sektoru pracuji už třadvacet let. To znamená od roku 1993.“

Tazatel: „Jaké máš zkušenosti s problematikou poskytování bankovních půjček?“

Jiří: „Zkušenosti prakticky mám od začátku své kariéry v bance, naopak spíše své zkušenosti směřuju do roku 1993 až 1998, kdy jsem byl na pozici bankovního poradce pro podnikatelské úvěry. Tehdy ještě v těch devadesátých letech spotřebitelský úvěry nebo i hypoteční úvěry teprve začínaly.“

Tazatel: „Kdybys to měl brát z pohledu klienta, dostal jsi někdy podezřele vypadající půjčku? Nebo nabídku půjčky? Nebo ses třeba přímo setkal s podvodným jednáním nebo podvodnou půjčkou ve svém okolí?“

Jiří: „Kdybych to bral já z pohledu klienta, tak samozřejmě už v období od devadesátých let do konce roku 2015 na mě ze všech novin, hlavně ze zadních stránek, přšely nabídky, který já, jako pracovník banky, jsem považoval nikoli přímo za podvodný hned od začátku, ale za přinejmenším podezřelý. Když jsem nevěděl, kdo by mně peníze půjčoval, když jsem nevěděl jeho adresu. Znal jsem jen nějaký neznámý telefonní číslo, nebo jeho kontaktní adresa byla jen P.O. Box a samozřejmě jsem

nemohl projednávat hned na počátku nějaký úvěrové podmínky, tak to se mě zdálo podezřelé. A těchto nabídek bylo obrovské množství. Abych pravdu řekl, tak jsem se nikdy nesetkal s tím, aby mě někdo oslovil třeba na ulici a nabízel mně přímo osobně, nějakou půjčku.“

Tazatel: „Teď kdybys to měl vzít z pohledu své odbornosti, tak jak bys porovnal rizikovost právě bankovní a nebankovní půjčky?“

Jiří: „No tak to už je právě řečeno částečně v předchozí otázce. Banka zkoumá rizikovost klienta, a tím pádem vlastně chrání toho klienta před předlužením. To znamená, že zkoumá jeho finanční schopnosti splácet. Pokud je to klient, který už byl klientem banky, tak vlastně se dívá i na jeho účet, jestli mu tam v minulosti chodily pravidelně částky příjmu, nebo ne. Banka se dál dívá do různých serverů, kde vlastně sleduje, jestli klient není v jiných peněžních ústavech zadlužen, nebo samozřejmě může mít půjčky, ale zda je řádně splácí a podobně. Myslím si to, že u nebankovních půjček, u těch hlavně menších, neznámých subjektů a organizací se tohleto neděje a tam se spíše jedná o to toho klienta... spíše poškodit. Vlastně banky samozřejmě mají zájem o to vydělat. Chtějí svoje peníze, ale za cenu, aby klient mohl řádně splácet a aby prostě obě strany vyšly z toho obchodu celkem spokojeně.“

Tazatel: „To znamená, že rizikové jsou malé nebankovní subjekty? Třeba jenom nějaká osoba co poskytuje peníze?“

Jiří: „Určitě a domnívám se, že vlastně novelou občanského zákoníku se tohle změní a těch organizací v uvozovkách, které poskytují nebankovní půjčky se z několika tisíců stanou desítky organizací, které budou moci tyto nebankovní půjčky poskytovat.“

Tazatel: „Mohli byste dát nějakou radu, abychom mohli minimalizovat, abychom se stali obětí podvodu nebo že uzavřeme výrazně nevýhodnou smlouvu?“

Jiří: Tak, co se týče rady, tak když už mám tu smlouvu před sebou, tak je potřeba tu smlouvu velice pečlivě pročíst, prozkoumat a uvědomit si, co to pro mě znamená. Součástí smlouvy by vždycky měly být konkrétní údaje. To je třeba výše úrokové sazby nebo vůbec další náklady, který mě vlastně dávají pak roční procentuelní sazbu nákladů, abych viděl, co, kolik vlastně budu platit za ten úvěr ročně, dále potom bych měl vědět, co se stane, když bych se zpozdil se splátkou. Kde prostě tam může být třeba zcela neadekvátní pokuta, vysoká sankce a podobně a samozřejmě by mě mělo také zajímat, co se stane, kdybych naopak splatil dříve tu půjčku, aby tam opět nebyla

nějaká sankce. Dále bych tedy samozřejmě, jedná se o smluvní vztah, měl vědět, kdo mě tyto peníze půjčuje, co to je za firmu a určitě bych si ji měl prověřit třeba na Googlu a určitě tam je nějaká reference na tu firmu. Jaký zkušenosti teda maj jako ti klienti s touto firmou při půjčování peněz.“

Tazatel: „Dobře. Děkuju za rozhovor.“

Jiří: „Taky děkuju.“

#### 4.2.4 Shrnutí rozhovoru

Ing. J. Klouček porovnával rizikovost bankovní a nebankovní půjčky z pohledu bankovního úředníka s dlouholetou praxí. Shledal bezesporu nebankovní půjčky jako více rizikové a více dostupné. Doporučil využívat spíše banky, protože u nebankovních subjektů se spíše setkáváme s nereseriováním jednáním. Dále doporučil, co udělat proto, abychom zminimalizovali možnost, že se staneme obětí podvodu, kde mezi hlavními body zazněla nutnost informovanosti o výši splátek, o výši případných poplatků a penále, ale hlavně o zkušenostech jiných uživatelů s daným subjektem, který se tak dá prověřit na internetu nebo od jiných spokojených klientů.

### 4.3 Kontroverzní obchodní společnosti

Hlavně počátkem devadesátých let se s rozvojem podnikání objevují i nestandardní formy podniků tzv. pyramidové firmy a víceúrovňové (multilevelové) společnosti.

**a) Pyramidový systém podnikání:** Specialista na multilevel marketing I. Toman popisuje tento podvodný systém takto: „Pyramida je systém, kdy výrobek či služby ve vícestupňovém marketingu neexistují nebo jsou velmi pochybných kvalit ... Na počátku dvacátých let Charles Ponzi proslul tím, že pomohl v době prohibice prodávat alkohol, ale do vězení se dostal díky vynálezu *letadla* s poštovními poukázkami. Zde první investoři měli být odměněni na základě vstupních poplatků dalších investorů. Také byli, ale na další se už jaksí nedostalo.“ (1995, s. 59)

Pyramidový systém tedy spoléhá hlavně na vstupní poplatky, které bere od svých nově naverbovaných obchodních zástupců. Ty následně motivuje pro

kontaktování svých příbuzných a známých proto, aby se také do podnikání zapojili (a zaplatili vstupní poplatek). Celý podnik tedy hospodaří ve své podstatě jen z penězi vyberanými od níže postavených pracovníků v pyramidě. Nejvíce peněz získává osoba, která pyramidu založila a její nejbližší spolupracovníci. Čím *níže* se v pyramidě obchodní zástupce nachází, tím menší má šanci na získání nových účastníků, jak ukazuje příloha C. Je totiž nutné, aby osoba našla a přemluvila ke spolupráci určitý počet lidí, jinak jim nebude vyplacena výplata.

Pyramidový systém podnikání je ve většině zemí nelegální.

**b) Multilevelový systém podnikání:** Známý podnikatel v multilevelu I. Toman píše o tomto stylu podnikání: „V překladu to znamená: multi – více, level – úroveň, na slovo marketing neexistuje přesný překlad. Pro naše účely nejvíce vyhovuje následující definice: marketing je způsob, jak správné zboží za správnou cenu správně nabídnout správnému zákazníkovi ve správný čas a na správném místě.“ (Toman, 1995, s.19)

Ve své podstatě kombinuje multilevel marketing principy běžného prodeje a pyramidového systému vysvětleném výše. Pro vstup do vícestupňového podnikání je také třeba vstupní poplatek. Bonusy za získávání nových pracovníků jsou ve formě možných budoucích zisků, které obdržíme, pokud se našim podřízeným pracovníkům podaří prodat produkty společnosti. Podnikatel nedostane celý zisk, nýbrž jenom určité procento v závislosti na tom, kolik toho sám dokázal pro společnost vydělat a kolik toho dokázal prodat celý jeho tým. Na rozdíl od *letadla* se ale klade důraz na to, aby obchodní zástupci pracovali s produkty, které prodávají a mají z nich reálný zisk.

R. Gage, známý expert na síťový marketing popisuje následující ukazatele, které označují, že se nejedná pouze o nestandardní typ podnikání, ale o podvodnou společnost:

- **Reálný prodej výrobků nebo služeb koncovým uživatelům.**
- **Provize vyplácené pouze za používané výrobky, žádné odměny za lovení mozků.** Váš příjem musí pocházet z bonusů a provizí založených na objemu prodeje vytvořeném vaší organizací. Pokud jste placeni za samotné získávání

účastníků nebo prodej školících materiálů, jste pravděpodobně součástí pyramidy.

- **Požadavky na zpětný odkup výrobků.** Většina států se zákony cílenými na MLM vyžaduje, aby společnosti prováděly zpětný odkup výrobků vrácených distributory. Tyto státy také požadují, aby byl tento postup uveden v distributorské smlouvě. Ve většině případů se požadavek na zpětný odkup týká pouze případů, kdy distributor ukončí svoji distributorskou činnost. V některých státech má společnost povinnost provést zpětný odkup jakýchkoli výrobků, které distributor nebyl schopen během 90 dnů od jejich zakoupení prodat (Gage, 2012, str. 35-36).

R. Gage i I. Toman se ale shodují, že mezi multilevelem a pyramidou, je velmi tenká hranice. Tvrdí totiž, že pyramida jako taková nemusí být nutně negativní a tudíž i protiprávní, když splňuje legislativní podmínky státu, ve kterém je provozována.

#### 4.3.1 Amway

Amway a její mateřská společnost Alticor jsou největší společnosti přímého prodeje na světě. Společnost založili v roce 1959 dlouholetí přátelé a obchodní partneři Rich DeVos a Jay Van Andel.

Rodiny DeVos a VanAndel i dnes nadále prosazují filozofii usilovné práce a osobního odhodlání, díky níž je Amway v 21. století stejně úspěšná, jako byla ve století 20. V roce 2014 dosáhly celkové výnosy společnosti Amway 240,6 mld. Kč.

Je bezesporu, že Amway, i přes svoje zisky, se řadí mezi kontroverzní společnosti. V obecném povědomí je Amway po boku známých pyramidových firem jako je třeba Herbalife, H-Systém a dalších. Amway však protiargumentuje tím, že pouze využívá systém multilevel marketingu, který je s pyramidovým schématem laickou veřejností často zaměňován.

Objevují se však polemiky, zda Amway nepoužívá pro motivaci svých dealerů manipulační techniky a že se uvnitř objevují prvky vedení, zejména při motivačních seminářích, jako je tomu u sekt.

Pozoruhodné je například to, že jsou dealeři této firmy schopni prodat v podstatě nekonkurenceschopné výrobky, jejichž cena je běžně až třikrát vyšší než u

jiných podobných výrobků na běžném trhu a to ještě nestandardním způsobem skrze prostředníka. Často se však ukazuje protiargument, že tyto výrobky jsou nejvyšší kvality a buď stoprocentně přírodní nebo šetrné k přírodě, a proto jsou dražší.

Při hledání zkušeností s Amway na internetu lze také nalézt velké množství zajímavostí. Na různých fórech, kde si lidé vyměňují svoje zkušenosti, se lze všude setkat s velmi rozdílnými názory, jejichž polarita je až zarážející.

Zpravidla to bývá tak, že se objeví příspěvek s negativními zkušenostmi, který je hned pečlivě rozporován hned několika uživateli, kteří si dávají tu práci a protiargumentuje proti téměř všem takovým příspěvkům. Tito uživatelé zpravidla neskrývají to, že jsou aktivními členy Amway a brání tak svoji firmu.

Jako příklad dodávám typickou část diskuse, ze které jsem zhotovil autentický přepis. Diskusi je možné dohledat na <http://sekty.org/jak-funguje-amway/>. Pozoruhodné je, že pan Miroslav (evidentně pracovník Amwaye) reagoval na paní Adélu hned druhý den a to i v pozdní noční hodinu.

„Adéla

*15.10.2015 (12:31)*

Prezentaci amway jsem zažila před nedávnem. Teď na internetu hledám zkušenosti ostatních lidí a musím se přiznat, že všichni potvrzují, o čem jsem se přesvědčila osobně. Amway je: zneužívání psychologie, nátlak, mlžení, zamlčování, přemlouvání, balamucení, nesplnitelné sny, papouškové, zaslepenost, netolerantnost, nadřazenost, nemorálnost...

Miroslav

*16.10.2015 (23:18)*

1. zneuzivani psychologie – to by ma mila Adela zaujimalo, ako to myslite  
2. nátlak – zakladatelia amway sa tymto heslom neriadia. Musite chapat, ze ak niekto prezentuje amway prilezitost natlakovym stylom, je to jeho problem, nie problem firmy, resp. firma ho k tomu netreduje a prave naopak. Firma ma absolutne ine principy Bohuzial, su lidi, ktorí sa absolutne nesnazia zastavat principy firmy a delaju to „na seba“ a svojim sposobom ktory moze byt napriklad natlakovy. Kazia nam tym,

vsetkym ostatnym v pohode amway-akom, povest, ale s tym my uz nic nenarobime atd.

Pan Miroslav podrobně popsal dvanáct bodů, které podrobně vyvracel. Podobně argumentoval na stejném fóru hned devětkrát. Potom se objevil uživatel jiného jména, který jeho práci dělal stejně tak. Nutno ještě dodat, že pracovníci Amwaye brání svoji firmu na těchto fórech i v řádech několika měsíců.

Nabízejí se otázky. Proč se objevují tvrdě kritické komentáře hovořící o odporne manipulaci a vyplachování mozků? Proč se tito uživatelé opakovaně vrací a usilovně brání svoji společnost?

#### **4.3.2 Popis průběhu setkání s obchodním zástupcem společnosti Amway**

Na Jana jsem dostal kontakt, přes mého přítele, který již s Janem absolvoval *náborový pohovor* v kavárně. Přesně takový, který čekal i mě. Při vzájemném prvním setkání jsme si vybrali klidnou kavárnu, kde mi obchodní zástupce vyložil marketingový plán Amway. Následně souhlasil s krátkým rozhovorem.

- Snažil se působit velice přátelsky a hned z počátku našeho rozhovoru se zajímal o to, kde studuji, jak jsem úspěšný, co bych chtěl v budoucnu dělat.
- Jeho schopnost nevázané komunikace nebyla na příliš vysoké úrovni, ale když mi vykládal marketingový plán, tak bylo znát, že užívá naučené fráze, které měl skvěle naučené nazpaměť.
- Svůj výklad zároveň psal v heslech na papír, který mi přenechal. Jeho písmo nebylo příliš čitelné a nakreslená schemata chaotická.
- Důležitou součástí byla otázka na moje aktuální životní cíle, s kterými se ztotožnil a dodal, že přesně tyto cíle mu podnikání Amway pomohla splnit.
- Logicky argumentoval, proč pracující člověk jako zaměstnanec nebo OSVČ prakticky nemůže zbohatnout. To propojoval s tím, že tyto osoby nechtějí docílit pasivního příjmu. Pasivní příjem je tím pádem logické východisko zdravě uvažujícího člověka.

- Hlavně zdůrazňoval směšnou výši vstupního poplatku, ale dále jen zběžně sdělil nutnost pro členství nakoupit si zboží od Amway ve výši 4500 korun.
- S hrdostí mi sdělil jména jejich pracovníků s extrémním pasivním příjmem (úspěšných podnikatelů) i s jejich měsíčním příjmem, který uměl opět nazpaměť.
- Zdůrazňoval společnou kohezi podnikatelských buněk Amwaye, a to jak v práci, tak v běžném životě, kdy se ze spolupracovníků stanou opravdoví přátelé, na které se lze spolehnout.
- Vyjmenoval bez jediného zaváhání všechny sponzory a tím naznačoval, jak má Amway silnou základnu podporovatelů. Ani jednoho z nich jsem neznal.
- Na otázku týkající se stěžujících si lidí na internetu reagoval tak, že tito lidé nepostupovali podle zavedených pravidel Amway a proto v podnikání ztroskotali. Nebo měli tu smůlu a jejich teamleader byl někdo, kdo tato pravidla nedodržoval.
- Po setkání ještě došlo k dodatečným otázkám z mé strany skrze elektronickou poštu.

#### **4.3.3 Rozhovor s obchodním zástupcem podnikatelem Janem**

Jméno je smyšlené, protože respondent nechtěl být jmenován.

Tazatel: „Jane, souhlasil bys, že s tebou udělám krátký rozhovor?“

Jan: „Ano.“

Tazatel: „Můžeš mně říct, co se v tvém životě změnilo poté co ses přidal k Amway?“

Jan: „Určitě se mně zvedlo sebevědomí, zlepšil jsem svou komunikaci s lidmi, poznal spoustu nových přátel a hlavně našel svoje poslání, což je pomáhat lidem. (Odmlka) Jo, takhle mi to začalo dávat smysl a ... to je asi všechno.“

Tazatel: „Dobře. Zajímalo by mě, kolik času trávíš aktivně podnikáním nebo vlastně tou aktivní činností.“

Jan: „Je to plus minus dvě hodiny denně. Když to shrnu ať už je to poslech audio nahrávky, nebo čtení knížky či schůzka tak to vezme tak dvě hodiny denně.“



Tazatel: „Dobře, dobře. Jaký máš tak v průměru vlastně příjem z tohoto podnikání?“

Jan: „Příjem je takový, že si pokryju svoje náklady, ale není pro mě důležitý, jaký je příjem teď, ale je pro mě důležitý, jaký příjem z toho budu mít do budoucna.“

Tazatel: „Musíš do Amway podnikání nějak investovat? A asi jak?“

Jan: „Určitě. Počáteční investice je velmi nízká. Je to pouhých 739 korun a máš na tu investici půl roku na vyzkoušení plus aby sis vyzkoušel co jakoby Amway má za produkty, tak je tam vlastně podmínka, i když je to podmínka spíš jakoby do toho týmu, je objednávka v hodnotě 4500 korun a máš na ty výrobky tři měsíce na vyzkoušení.“

Tazatel: „Slyšel jsi někdy o nějakých negativních zkušenostech s Amwayem? Co si o tom vlastně myslíš?“

Jan: „Je to jednoduchý. Slyšel jsem od lidí negativní zkušenosti. Bohužel realita je taková, že Amway není sloveso. Amway nemůžeš dělat. Amway je podstatný jméno a Amway funguje více jak pětapadesát let a Amway tady bude mít v roce 2020 obraty kolem dvaceti miliard dolarů, takže Amway nefunguje pouze pro lidi, který toho buď nechají nebo to nedělají správně podle systému, kterej nás učí Roman Hassman, Dexter Jóger a další významný osobnosti tohoto podnikání.“

Tazatel: „Takže negativní zkušenosti jsou od lidí, kteří...“

Jan: „Neuspěli v podnikání. Buď skončili sami a nebo to nedělali správně tak jak se má. Podle systému.“

Tazatel: „Pár posledních. Dostal ses někdy do nějaké časové, finanční nebo jiné tísně nebo nějaké nepříjemné situace v rámci právě tohoto podnikání? Jako, že by to právě vyvolalo to podnikání?“

Jan: „Tady nikdo nikoho nenutí a naučí se tady skvěle spravovat svoje finance. Účetnictví za tebe řeší firma a do finanční tísně jsem se nemohl dostat, protože investuju do toho, kolik já můžu, takže jakoby... (odmlka) Nedostal jsem se díky Amway do finanční tísně.“

Tazatel: „A slyšel jsi o lidech, kteří se do těchto tísnivých situací dostali?“

Jan: „No spíš jsem potkal lidi, který ehm pro ně Amway přestala fungovat. To bylo hlavně z důvodu, že měli třeba špatně... Špatnou skupinu lidí, který jim to prostě tu skupinu zničili, vzdali to a to samozřejmě člověka položí. Těch lidí je mi moc líto, že

narazili třeba na skupinu lidí, kteří prostě nedělali to podnikání tak jak se má a museli to vzdát.“

Tazatel: „Jako třeba svoje leadery nebo něco takového?“

Jan: „Buď leadery, který měli bejt příkladem a nebyli. Nebo měli prostě skupinu lidí, který prostě vstoupili do podnikání jenom prostě, aby tam byli, ale nepomáhali.“

Tazatel: „Očekávali prostě, že dostanou peníze jen tak za nic?“

Jan: „Přesně tak.“

Tazatel: „Tak já ti děkuju moc za rozhovor.“

Jan: „Taky děkuju.“

Pozdější otázky skrze elektronickou poštu:

Tazatel: „Dokázal bys mi říci, jak bych poznal, že je podnikání seriózní a že se nejedná o podvod?“

Jan: „Vím na co narážíš. Amway není letadlo nebo pyramida. Vždycky když začínáš podobný podnikání, tak si o něm něco zjisti. Stránka: <http://www.amway-fakta.cz/>. Tam je všechno co potřebuješ vědět. Nebo si můžeš i něco přečíst. Třeba Ivo Tomana. Doporučuju si taky poslechnout nahrávky Romana Hassmana. To by ti taky mohlo hodně pomoci. V podstatě nejdůležitější je, jestli můžeš nakoupený zboží vrátit, což v Amway samozřejmě můžeš.

Tazatel: „Na té stránce co jsi mi poslal je i hodně negativních komentářů. Dokázal bys mi objasnit proč?“

Jan (zkrácená verze): „Většina se snaží Amway poškodit a nebo nepostupovali podle pravidel, jak jsem ti už říkal na schůzce. Většina ale Amwayi jednoduše závidí.“

#### **4.3.4 Shrnutí rozhovoru a polemika**

Jan se mi jevil Amwayem velice nadšený a i z jiného zdroje mám ověřené, že mu pomohl pozvednout jeho úroveň komunikačních dovedností a zvýšit sebevědomí. Podnikání mu tedy zabere přes dvě hodiny denně, ale fakticky si vydělává na pokrytí seminářů, nakupování CD a nákup produktů k prodeji. Každý den by si měl přeposlouchat jedno CD s motivačními řeči jejich leaderů. Každý měsíc by se měl

dostavit na motivační seminář. Jeho loajalita i loajalita ostatních pracovníků, kteří se vyjadřovali kdekoli na internetových diskusích, se mi zdála neochvějná a v podivném kontrastu s nesnášenlivostí bývalých pracovníků, kteří hovoří o vymývání mozků a manipulativních technikách provozovaných na motivačních seminářích.

Nabízí se možnost, že management Amwaye může používat manipulativní techniky na svoje obchodní zástupce, aby tak zvýšil jejich loajalitu? Je možné, že podobné společnosti používají praktiky podobné těm užívaných v sektách?

Nelze to z pro mě dostupných zdrojů ani potvrdit ani vyvrátit. Je možné, že vnímání jednání managementu Amwaye jako manipulativní, je subjektivní. Někdo ho může vnímat jako manipulativní a jiný zase jako direktivní a motivační. Důležité je přistupovat k nestandardním typům podnikání s otevřenýma očima a zvýšenou opatrností. Nejlépe si vše pečlivě prostudovat, než zaplatíme vstupní poplatky či podepíšeme smlouvy.

## 5. PREVENCE PODVODU

Na výzkumnou otázku, *Jak zminimalizovat riziko podvodu?* je odpovědí výčet činností, které vycházejí z literatury manipulativní komunikace, internetu a uskutečněných rozhovorů v empirickém šetření. Protože podvodníci vymýšlejí stále nové a nové praktiky, které veřejnost, média a odborníci nestíhají zpracovávat, absolutní prevenci ve všech formách podvodu nelze nikdy zaručit. Lze se však soustředit na známé techniky, které se často opakují a tím se před nimi efektivně chránit. Základem je přistupovat k veškerým finančním záležitostem se zvýšenou opatrností a vždy předjímat možné důsledky nekalého jednání ze strany poskytovatelů různých služeb, produktů, podnikání, pracovních pozic nejasného charakteru atd.

Chování a znalosti vedoucí k účinné prevenci podvodu, jsou:

- **Dostatečné prověřování kvality služby v předstihu.** Důležité je se před podepisováním smlouvy informovat o kvalitě poskytovaných produktů či služeb. Snadným způsobem, jak to udělat, je nahlédnutí na weby, kde lidé tyto věci hodnotí, popřípadě přímo přidávají recenze. Dalším způsobem jsou osobní reference od důvěryhodných zdrojů.

Důvěryhodnost zdroje lze prověřit například na webové stránce centrální evidence exekucí, která je lehce vyhledatelná na [www.ceecr.cz](http://www.ceecr.cz), kde lze po registraci a zaplacení poplatku 60Kč vyhledávat fyzické a právnické osoby zanesené do centrální evidence a za tento poplatek je možno najít i detaily o jednotlivých exekucích.

Vynikajícím nástrojem prevence může být i centrální registr dlužníků se svými webovými stránkami <https://www.centralniregistrdluzniku.cz/>. V centrálním registru dlužníků lze nalézt zkušenosti s různými subjekty – ať už pozitivní nebo negativní. Lidé si zde ověřují pravost, důvěryhodnost a spolehlivost právnických i fyzických osob.

Další možností je vyhledat si konkrétní osobu v živnostenském rejstříku na <http://www.rzp.cz/> a tam si zjistit, zdali je zde osoba zapsána pod živnost, kterou nám nabízí a pokud subjekt vůbec nenajdete, nepokračovat v obchodu.

Obecně je lepší nejprve osobu, která nám má dělat zakázku prověřit na internetu, u známých atd. než vstupovat bezhlavě do koupě služeb nejasné kvality.

Stejné poznatky má i Česká obchodní inspekce: “Na zedníky, lakýrníky a topenáře dostáváme tisíce stížností ročně. Oproti běžnému standardu minulých let v poslední době je počet těchto stížností dvojnásobný, přiblížil mluvčí inspekce Jiří Fröhlich. Proč k takovému nárůstu dochází, však nedokázal vysvětlit. Podle exekutorů by ale stačilo věnovat krátký čas na prověření živnostníka a mnoho lidí by si pak mohlo ušetřit nervy s vymáháním takto tracených peněz“ (Pech, 2014, online).

Na webu Policie České republiky <http://www.policie.cz/>, se nachází stručné, ale jasné doporučení ohledně neseriózních řemeslníků: „Vždy si velmi dobře prověřte osobu, které svěřujete svoji finanční hotovost za účelem poskytnutí jakýchkoliv služeb. Zjistěte si reference a podle získaných informací se můžete rozhodnout, zdali se jedná o solidní řemeslníky. Také osobní doporučení jistou měrou zaručuje spolehlivost. Bez písemné smlouvy nepředávejte peníze na realizaci zakázky, zejména pokud se jedná o náhodný výběr a dotyčnou osobu neznáte ani vám nebyla doporučena“ (Zajícová, 2015, online).

- **Neupřednostňování nízké ceny a pohodlí při zařizování před kvalitou služby.** Ne vždy to nejlevnější se i nejvíce vyplatí. Navíc i manifestovaná cena, nemusí být nakonec finální částka, kterou nakonec zaplatíme.
- **Zdravá nedůvěra.** V oblasti financí je doporučena vždy co nejvyšší opatrnost a to při jednání s kýmkoliv včetně rodinných příslušníků a příbuzných.
- **Dostatečné znalosti tématu.** Při jednání je vždy výhodou znát pole, ve kterém se pohybujeme. Zejména pokud se jedná o naše finance. To je jedním z největších trumfů podvodných subjektů. Pokud tedy víme, že s někým budeme obchodně jednat, není na škodu si dopředu něco o tématu zjistit.
- **Znalost podvodných praktik.** Každá osoba by měla znát alespoň základy problematiky podvodu. Pomoc při prohlubování znalostí o podvodném jednání může poskytnout odborník z poradny jako je například Sdružení obrany spotřebitelů – Asociace z.s. nebo například spotřebitelská poradna dTest. Konkrétní praktiky lze také nalézt v pořadech v TV či rozhlasu buď v rámci televizních zpráv a nebo ve specializovaných pořadech. Nejznámějším takovým pořadem jsou Černé ovce vysílané na ČT1.

- **Znalost jak funguje smluvní akt.** Potřebné náležitosti smlouvy, na co se zaměřit atd.
- **Správná interpretace smluvních podmínek.** Ve své podstatě nejdůležitější bod, který je nutné vyzdvihnout. Pokud by lidé vždy pečlivě četli smluvní podmínky, zabránilo by se tak většině problémů. Ne vždy však může pečlivé nastudování smlouvy pomoci. Například v situacích, kdy se ve smlouvě objevuje množství odborných pojmů, kterým čtenář nerozumí.
- **Finanční gramotnost.** Souvisí se znalostí tématu výše, ale v souvislosti s finanční sférou. Mezi zásadní prvek prevence je nutné zmínit finanční gramotnost, čili orientaci ve finančním sektoru a alespoň základní znalost odborné terminologie a výpočtů u jednotlivých finančních úloh. Gramotnost by se měla vyučovat na základních a středních školách v rámci předmětů základu společenských věd, matematiky, ekonomie a informatiky.

Národní ústav pro vzdělávání vydal Metodická doporučení pro výuku finanční gramotnosti pro pedagogické pracovníky, kde podává jasné instrukce na co se zaměřit, protože finanční matematika bývá často v dospělosti zapomínána s fatálními následky.

Mezi důležité body ze zmíněné příručky patří:

a) Porozumění podstatě finanční gramotnosti: Jak vzdělávání realizovat, do jakých předmětů zařadit a jaké metody uplatňovat.

b) Začlenění finanční gramotnosti do školních vzdělávacích programů.

c) Integrace vzdělávacího obsahu: Uplatnění v mezipředmětových vztazích.

d) Používání a vysvětlování odborných pojmů: Ekonomické pojmy, se kterými se běžně setkáváme v praxi.

e) Rozvíjení kritického myšlení: Současná společnost je často označována jako informační. A právě na prostředí plné informací je potřeba žáky připravovat. Vyhledávání informací, kritické myšlení, rozeznávání potřebného od zbytečného, odlišení pravdivého od nepravdivého i efektivní využívání informací se stává nezbytnou životní dovedností. Vždyť kolik lidí doplatilo exekucí na neznalost podmínek půjčky. Dříve nebo později se žák v běžném životě setká s nabídkou nějakého finančního produktu a bude postaven před otázku, jak tuto nabídku posoudit. Oporou mu mohou

být čtenářské strategie a kritické myšlení, které žáka povedou k zodpovědnému rozhodování.

f) Prezentace finančního světa v širších souvislostech: zaměření na praxi, nejen na finanční matematiku (Hesová, 2013, s. 6-10)

Finanční gramotnost rozvíjená ve výuce je klíčová, ale někdy nedostačující a proto je nasnadě další vzdělávání v rámci rozličných kurzů, které jsou v dnešní době velice rozšířené a populární.

Najít vhodný kurz finanční gramotnosti není tak těžké, protože nabídka je opravdu široká. Za příklad bychom mohli vzít i web <http://www.nenechsedojit.cz/>, kde je možno najít soustavu kurzů finanční gramotnosti online, které je možné absolvovat i samostudiem. Uživatel si pouze zvolí kurz, který ho zajímá a projde si danou látku, která je přehledně formulována a doplněna vysvětlujícími obrázky. Na konci je možné absolvovat test na ověření nabytých znalostí.

Dobrou volbou je i Centrum vzdělávání s webovými stránkami <http://www.centrum-vzdelavani.cz/>. Jedná se o prověřenou společnost konající až desítky kurzů měsíčně, mezi nimiž jsou i kurzy finanční gramotnosti pro veřejnost.

## ZÁVĚR

Bakalářská práce reaguje na aktuální problémy s podvody, které řeší česká společnost po prudkém nárůstu nereseriozního jednání po roce 1989, spojeném s rozmachem podnikání. Problematika podvodu je velice široké téma, které se neustále vyvíjí, a proto se práce nesnažila popsat téma podvodu komplexně, ale zaměřila se pouze na tři konkrétní formy: praktiky podvodných řemeslníků, nabídky podvodných půjček a manipulativní jednání kontroverzních obchodních společností. Právě tato podtémata jsem si vybral, protože jsem se s nimi dostal do osobního styku v roli pozorovatele v běžném životě. Cíl bakalářské práce byl ve dvou rovinách. Poskytnout základní rozhled v technikách manipulace a nereseriozního jednání a poukázat na preventivní přístupy pro minimalizování šance na to, abychom se stali oběťmi podvodu.

Teoretická část práce rozebírá stěžejní témata podvodu: Morální a právní hranici z filozofického a sociologického hlediska, smlouvy a vybranou část teorie přesvědčování, jakožto součást manipulativního jednání, která je vhodná pro vhléd do způsobu přesvědčování obětí.

Ve výzkumné části je ke každému z témat vypracován jeden rozhovor: Nejprve s obětí podvodu, dále s bankovním úředníkem a pak s obchodním zástupcem společnosti Amway. Po každém z nich je konkrétní téma komentováno. Cílem bylo představit vybrané formy podvodného jednání, což bakalářská práce splnila. Všechny rozhovory potvrzují doporučované preventivní přístupy uvedené v literatuře či na internetu, které jsem shrnul v kapitole Prevence podvodu. Rozhovor s obchodním zástupcem společnosti Amway navíc poukazuje na kontroverzi názorů ohledně nestandardních forem podnikání a na jejich možné využívání manipulativních technik, jako je tomu u sekt, což ale nebylo ani potvrzeno ani vyvráceno.

Autoři teorie přesvědčování se shodují, že znalostí této teorie je možné efektivně předcházet možnosti, abychom se stali obětí manipulace nebo podvodu. Avšak to, aby se osoba nikdy nestala obětí takového jednání, nelze nikdy úplně vyloučit. Různé instituce či neziskové organizace se stále snaží ochránit svoje klienty před podvodným jednáním vydáváním různých manuálů, školení atd., ale podvodníci jsou na druhé straně stále rafinovanější a hledají si nové a nové způsoby, jak snadno



přijít k penězům na úkor druhých. Bakalářská práce však poukazuje na to, že i bez znalostí teorie komunikace se lze podvodníkům účinně bránit. Podle literatury a výzkumu lze vytvořit doporučení prevence. V první řadě je nutné zmínit schopnost chápat, jak funguje smluvní akt a že každá smlouva je hodná pečlivému pročení před podpisem. Orientace v tématice, ve které se podvodník pohybuje, snižuje efektivitu podvodnickových slov. Přílišná důvěra ve finanční sféře se taktéž nevyplácí. Naopak je doporučena zvýšená opatrnost ve všech případech, kdy se jedná o naše finance. Svoji roli hraje také správný výběr subjektu, který nám má poskytnout danou službu. Nejlevnější nabídka totiž nebývá často ta nejlepší. Velmi důležité také je, aby se na techniky podvodníků často poukazovalo v médiích a odborných publikacích. Tím pak jejich praktiky ztrácí na efektivitě. Bakalářská práce má tím pádem i společenský přínos, protože se stává jedním ze zdrojů boje proti manipulačním technikám a podvodům. Do budoucna je velmi důležité, aby se veřejnost o podvodné jednání aktivně zajímala a vznikalo více publikací a odborných prací rozebírajících toto téma.

## SEZNAM POUŽITÉ LITERATURY

BÁČOVÁ, Petra. Pozor na nepoctivé řemeslníky! Provéřte si je v Centrální evidenci exekucí. In: *Exekutorská komora České republiky*. [online]. 5.8.2014 [cit. 2015-12-27]. Dostupné z: <http://ekcr.cz/1/aktuality-pro-media/1722-pozor-na-nepoctive-remeslniky-proverte-si-je-v-centralni-evidenci-exekuci-05-08-2014?w=>.

BECK, Gloria. *Zakázaná rétorika: 30 manipulativních technik*. 1. vyd. Praha: Grada, 2007. ISBN 978-80-247-1743-2.

BÉREŠ, Marián. *Jak manipulovat s lidmi a nenechat se sám zmanipulovat*. 1.vyd. Brno: Computer Press, 2007. 128 s. ISBN 978-80-251-1840-5.

BORG, James. *Umění přesvědčivé komunikace: jak ovlivňovat názory, postoje a činy druhých*. 1.vyd. Praha: Grada, 2007. 240 s. ISBN 978-80-247-1971-9.

EDMÜLLER, Andreas a Thomas WILHELM. *Velká kniha manipulativních technik*. 1. vyd. Praha: Grada, 2011. ISBN 978-80-247-3778-2.

Encyklopedie profesí: Obchodní zástupce. *Prace.cz*. [online]. © 1996-2016 [cit. 2016-03-29]. Dostupné z: <http://www.prace.cz/poradna/encyklopedie-profesi/o/obchodni-zastupce/>.

GAGE, Randy, *Jak vybudovat MLM stroj na peníze*. 1.vyd. Praha: The Vision, 2012, 136 s. ISBN 978-80-970765-4-2.

HESOVÁ, Alena. *Metodická doporučení pro výuku finanční gramotnosti*. 1.vyd. Praha: Národní ústav pro vzdělávání, 2013. 25 s. ISBN 978-80-7481-002-2.

Index etického uvěřování. *Člověk v tísní Česká republika*. [online]. © 2013 [cit. 2016-02-08]. Dostupné z: <https://www.clovekvtisni.cz/cs/socialni-prace/socialni-integrace/index-etickeho-uverovani>.

KRAUS, Blahoslav a Jolana HRONCOVÁ. *Sociální patologie*. 2.vyd. Hradec Králové: Gaudeamus, 2010. ISBN 978-80-7435-080-1.

KRAUS, Blahoslav. *Společnost, rodina a sociální deviace*. 1.vyd. Hradec Králové: Gaudeamus, 2014, 157 s. ISBN 978-80-7435-411.

KREEFT, Peter. *Návrat ke ctnostem: co říká tradiční mravní moudrost o moderních mravních zmatcích*. Přeložil Ivan BOK. Praha: Krystal OP, 2013. ISBN 978-80-87183-56-4.

LAKHANI, David. *Přesvědčování: umění dosáhnout svého*. 1.Vyd. Praha: Management Press, 2008. 206 s. ISBN 978-80-7261-183-6.

LIPOVETSKY, Gilles. *Éra prázdnoty: úvahy o současném individualismu*. V českém jazyce. 4.vyd. Přeložil Helena BEGUIVINOVÁ. Praha: Prostor, 2008. Střed (Prostor). ISBN 978-80-7260-190-5

LUHMANN, Niklas. *Láska jako vášeň: Paradigm lost*. 1.vyd. Praha: Prostor, 2002. Obzor (Prostor), 280 s. ISBN 80-7260-068-0.

NAZARE-AGA, Isabelle. *Nenechte sebou manipulovat*. 7. Vyd. Překlad Hana Prousková. Praha: Portál, 2014. ISBN 978-80-262-0652-1.

NOVÁK, Tomáš . *Sociální komunikace – maturitní otázka ZSV*. Společenské vědy: Otázky ze společenských věd k maturitě. [online]. 3.6.2014 [cit. 2016-07-02]. Dostupné z: <http://zsv-maturita.cz/socialni-komunikace-maturitni-otazka/>

PECH, Karel. Podvodní řemeslníci. Stížností je dvojnásobek. In: *Deník.cz*. [online]. 18.11.2015 [cit. 2015-11-18]. Dostupné z: <http://www.denik.cz/ekonomika/podvodni-remeslnici-stiznosti-je-dvojnásobek-20140811.html>.

RICHTER, Štěpán. Je dobré číst smlouvy až do konce. *Muj-pravnik.cz*. [online]. 20.11.2014 [cit. 2015-11-18]. Dostupné z: <http://muj-pravnik.cz/je-dobre-cist-smlouvy-az-do-konce/>.

SANDEL, Michael J. *Spravedlnost: co je správné dělat*. Přeložil Tomáš CHUDÝ. Praha: Univerzita Karlova v Praze, nakladatelství Karolinum, 2015. Politeia (Karolinum). ISBN 978-80-246-3065-6.

SOKOL, Jan. *Etika a život: pokus o praktickou filosofii*. Praha: Vyšehrad, 2010. ISBN 978-80-7429-063-3.

SZABÓ, František a kol. *Podvodné půjčky – černá listina*. *Půjčko.cz*. [online]. 2016 [cit. 2016-01-19]. Dostupné z: <http://pujcko.cz/podvodne-pujcky/>.

TOMAN, Ivo. *Jak začít multi-level marketing - strašák nebo příležitost*. 1.vyd. Havířov: TAXUS International s.r.o., 1995. 78 s. ISBN 858-60-11-22017-7.

VYBÍRAL, Zbyněk. *Psychologie komunikace*. 2. Vyd. Praha: Portál, 2009. ISBN 978-80-7367-387-1.

ZAJÍCOVÁ, Miluše. Nepoctivý řemeslník. *Policie České republiky*. [online]. 8.9.2015 [cit. 2016-03-28]. Dostupné z: <http://www.policie.cz/clanek/krajske-reditelstvi-olomouckeho-kraje-zpravodajstvi-nepoctivy-remeslnik.aspx>.

## SEZNAM PŘÍLOH

Příloha A: Výpočet spotřebitelského úvěru od Komerční banky se všemi náležitostmi.

### Parametry nabídky

<b>Druh úvěru</b>	spotřebitelský – Osobní úvěr
<b>Výše úvěru</b>	100 000 Kč
<b>Doba trvání</b>	72 měsíců
<b>Výpůjční úroková sazba</b>	8,10 % p.a.
<b>Výše anuitní splátky</b>	1 778 Kč
<b>Výše RPSN*</b>	8,60 %
<b>Celková splatná částka*</b>	127 309,43 Kč
<b>Cena pojištění</b>	nepožadováno
<b>Poplatky a ceny</b>	viz Výňatek ze Sazebníku

\* Hodnota RPSN a celková splatná částka, mají pouze informativní povahu a vychází z předpokladů uvedených ve Vzorovém příkladu a splátkovém kalendáři. Detailní přehled splátek je uveden tamtéž.

### Podmínky nabídky

Uvedená úroková sazba je pouze orientační a může se lišit v závislosti na výsledcích vyhodnocení Vaší schopnosti splácet.

### Výňatek ze Sazebníku

<b>Zpracování a vyhodnocení žádosti o úvěr</b>	490 Kč
<b>Spravování úvěru</b>	zdarma
<b>Čerpání úvěru</b>	zdarma
<b>Služba zasilání výpisů z úvěrového účtu v papírové podobě</b>	20 Kč
<b>Služba zasilání výpisů z úvěrového účtu v elektronické podobě</b>	zdarma

#### Vedení běžného účtu (poplatek za měsíc)

- poplatek dle platného Sazebníku k běžnému účtu, který aktuálně používáte.

Příloha B: Příklady nabídek nebankovních půjček. (Reklamy ve městě)



**PRVNÍ  
TIME  
FINANCIAL CZ S.R.O.**

**NEJRYCHLEJŠÍ  
PŮJČKA!!**

*Za 17 minut  
na ruku!!*

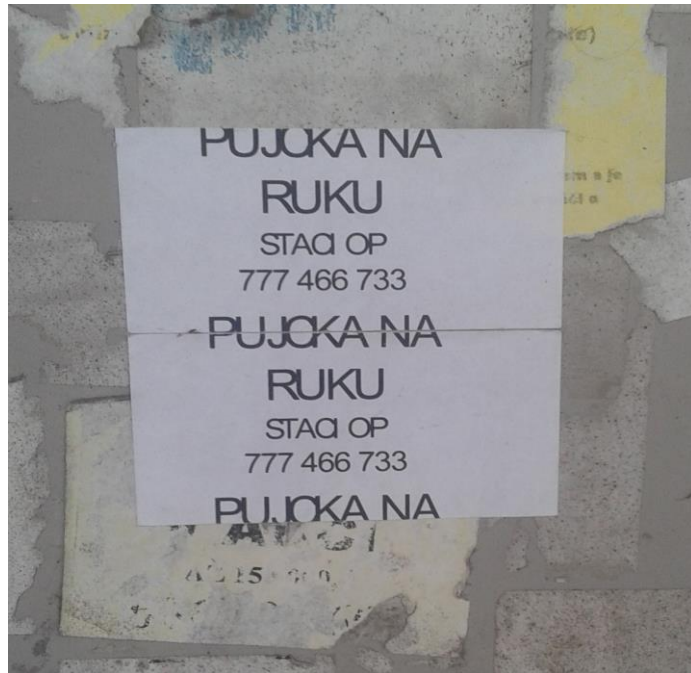
**4999 Kč.**

Telefon + Fax: **467 409 446**  
**466 304 501**  
**603 506 864**

Přinést: OP, příjem + doklad o zaplacení  
nájmu za poslední měsíc.

Na Spravedlnosti 1533,  
Pardubice 530 02  
( budova Autofóra - přízemí )  
[www.prvnitimefinancial.cz](http://www.prvnitimefinancial.cz)





Příloha C: Schemata pyramidové firmy a multilevelové firmy.

