



Implicitní nekalé marketingové praktiky ve finančních službách

Bakalářská práce

Studijní program: B6208 – Ekonomika a management

Studijní obor: 6208R175 – Ekonomika a management služeb - Finanční a
pojišťovací služby

Autor práce: **Dalibor Turek**

Vedoucí práce: Ing. Jan Öhm, Ph.D.



Zadání bakalářské práce

(projektu, uměleckého díla, uměleckého výkonu)

Jméno a příjmení: **Dalibor Turek**
Osobní číslo: E15000355
Studijní program: B6208 Ekonomika a management
Studijní obor: B6208R175 – Ekonomika a management služeb – Finanční a pojišťovací služby
Zadávací katedra: katedra ekonomické statistiky
Vedoucí práce: Ing. Jan Ůhm, Ph.D.
Konzultant práce: Mgr. Monika Turková
Marketingový expert

Název práce: **Implicitní nekalé marketingové praktiky ve finančních službách**

Zásady pro vypracování:

1. Teoretická východiska bakalářské práce.
2. Analýza legislativy České republiky a její dopad na odvětví.
3. Průzkum trhu s produkty vybraných společností a prošetření jejich marketingové strategie.
4. Experimentální metoda a následná komparace zjištěných poznatků.
5. Návrh doporučení pro snížení negativních dopadů nekalých marketingových praktik.

Seznam odborné literatury:

- NACHER, Patrik. 2015. *Konec finančních negramotů v Čechách*. Praha: PLOT. ISBN 978-80-7428-268-3.
- VAŠTIKOVÁ, Miroslava. 2008. *Marketing služeb: efektivně a moderně*. Praha: GRADA Publishing. ISBN 978-80-247-2721-9.
- VYSEKALOVÁ, Jitka, et al. 2007. *Psychologie reklamy*. 3. vyd. Praha: GRADA Publishing. ISBN 978-82-247-2196-5.
- HORŇÁK, Pavel. 2011. *Reklama: Teoreticko-historické aspekty reklamy a marketingové komunikace*. Zlín: Verbum. ISBN 978-80-904273-3-4.
- SCOTT, David M. 2015. *The new Rules of Marketing & PR: How to Use Social Media, Online Video, Mobile Applications, Blogs, News Releases, and Viral Marketing to Reach Buyers Directly*. Hoboken: Wiley. ISBN 978-1118026984.
- PROQUEST. 2017. *Databáze článků ProQuest* [online]. Ann Arbor, MI, USA: ProQuest. [cit. 2017-09-28]. Dostupné z: <http://knihovna.tul.cz/>

Rozsah práce: 30 normostran
Forma zpracování: tištěná / elektronická
Datum zadání práce: 31. října 2017
Datum odevzdání práce: 31. srpna 2019


prof. Ing. Miroslav Žižka, Ph.D.
děkan Ekonomické fakulty


Ing. Jan Öhm, Ph.D.
vedoucí katedry

V Liberci dne 31. října 2017

Prohlášení

Byl jsem seznámen s tím, že na mou bakalářskou práci se plně vztahuje zákon č. 121/2000 Sb., o právu autorském, zejména § 60 – školní dílo.

Beru na vědomí, že Technická univerzita v Liberci (TUL) nezasahuje do mých autorských práv užitím mé bakalářské práce pro vnitřní potřebu TUL.

Užiji-li bakalářskou práci nebo poskytnu-li licenci jejímu využití, jsem si vědom povinnosti informovat o této skutečnosti TUL; v tomto případě má TUL právo ode mne požadovat úhradu nákladů, které vynaložila na vytvoření díla, až do jejich skutečné výše.

Bakalářskou práci jsem vypracoval samostatně s použitím uvedené literatury a na základě konzultací s vedoucím mé bakalářské práce a konzultantem.

Současně čestně prohlašuji, že texty tištěné verze práce a elektronické verze práce vložené do IS STAG se shodují.

23. 4. 2019

Dalibor Turek

Anotace

Práce se zabývá nekalými marketingovými praktikami a jejich dopadem na úvěrový trh. Pomocí analýzy novel zákona o spotřebitelském úvěru a vybraných ekonomických ukazatelů bude možné pochopit, jakým způsobem na sebe navzájem působí tyto ukazatele, jakým způsobem úvěrový trh fungoval ve zkoumaném období a zda jej novely zákona ovlivnily. Práce se dále bude zabývat implicitními nekalými marketingovými praktikami, mířenými na spotřebitele ze strany poskytovatele. Zde na vybraných subjektech proběhne šetření pomocí analýzy všeobecných obchodních podmínek, porovnaných s internetovými stránkami a následně pomocí experimentální metody, zaměřené na komunikaci mezi poskytovatelem a spotřebitelem. Cílem práce je zhodnotit dopady nekalých praktik a navrhnout řešení pro jejich minimalizaci.

Klíčová slova

Úvěrový trh, nebankovní poskytovatel, marketing, nekalé praktiky

Anotation

The thesis deals with unfair marketing practices and their impact on the credit market. By analyzing the amendments to the Consumer Credit Act and selected economic indicators, it will be possible to understand how these indicators interact with each other, how the credit market worked in the period under review and whether the amendments to the Act affected it. Furthermore, the thesis will deal with unfair practices by the provider. Selected subjects will be surveyed by analyzing general business conditions, compared with websites, and then by an experimental method aimed at communication between the provider and the consumer. The aim of the thesis is to evaluate the impacts of unfair practices and to propose solutions for their minimization.

Key words

Credit Market, Non-banking provider, Marketing, Unfair practice

Obsah

Seznam obrázků	9
Seznam tabulek	9
Úvod	10
1 Trh a jeho subjekty	12
1.1 Finanční trh.....	13
1.1.1 Věřitelé	13
1.1.2 Spotřebitelé	14
1.2 Úvěrový trh.....	14
1.3 Historie poskytování úvěrů.....	15
1.4 Dohled nad finančním trhem	16
2 Hospodářská soutěž	17
2.1 Nekalé obchodní praktiky.....	19
2.2 Přímý marketing	22
2.3 Telemarketing.....	24
3 Analýza vývoje Zákona o spotřebitelském úvěru	27
3.1 Zákon č. 321/2001 Sb. - Zákon o některých podmínkách sjednávání spotřebitelského úvěru 28	
Zhodnocení novely zákona	31
3.2 Zákon č. 145/2010 Sb. - Zákon o spotřebitelském úvěru a o změně některých zákonů.....	32
Zhodnocení novely zákona	34
3.3 Zákon č. 257/2016 Sb. - Zákon o spotřebitelském úvěru	35
Zhodnocení novely zákona	39
3.4 Komparace podob ZSÚ	40
4 Vývoj úvěrového trhu	41
Zhodnocení šetření.....	48
4.1 Počet exekucí.....	49
4.1.1 Komparace zjištěných poznatků a forem ZSÚ	53
5 Analýza obchodních podmínek a marketingové strategie vybraných společností	54
5.1 Vybrané subjekty trhu	55
5.2 Implicitní nekalé praktiky na webových stránkách vybraných subjektů	56
5.2.1 Parametrické vlastnosti	56
5.2.2 Pojištění schopnosti splácet - PPI	57

5.3	Poskytovatel A - Parametrické vlastnosti	58
5.4	Poskytovatel A - Pojištění schopnosti splácet	61
5.5	Zhodnocení komparace	61
5.6	Poskytovatel B - Parametrické vlastnosti	62
5.7	Poskytovatel B - Pojištění schopnosti splácet	63
5.8	Zhodnocení komparace	63
5.9	Poskytovatel C - Parametrické vlastnosti	65
5.10	Poskytovatel C - Pojištění schopnosti splácet	67
5.11	Zhodnocení komparace	68
6	Analýza marketingové strategie vybraných subjektů.....	69
6.1	Zhodnocení experimentální metody u vybraných subjektů.....	71
6.1.1	Subjekt A.....	71
6.1.2	Subjekt B.....	73
6.1.3	Subjekt C.....	75
6.2	Zhodnocení experimentálního výzkumu	77
	Závěr	79
	Seznam použitých internetových zdrojů	80

Seznam obrázků

Obrázek 1 - Hodnota úvěrových produktů dle času	42
Obrázek 2 - Hodnota úvěrových produktů dle sektoru.....	43
Obrázek 3- Vývoj průměrné hrubé mzdy od roku 2000 roku 2018	44
Obrázek 4 - Vývoj úvěrů a průměrné mzdy v procentech.....	45
Obrázek 5 - Porovnání hodnot vývoje úvěrů a mzdy	46
Obrázek 6 - Grafické znázornění rozdílu vývoje úvěrů a mezd	47
Obrázek 7 - Detailnější grafický náhled na období 2007 až 2017.....	48
Obrázek 8 - Graf rozdílu nových a ukončených exekucí	51
Obrázek 9 - Počet neukončených exekucí.....	52

Seznam tabulek

Tabulka 1 - Počet exekucí a jejich procentuální vývoj.....	50
Tabulka 2 - Poskytovatelé na úvěrovém trhu	54
Tabulka 3 - Body šetření.....	70
Tabulka 4 - Šetření u méně finančně gramotného klienta	77
Tabulka 5 - Šetření u více finančně gramotného klienta	77

Úvod

Finanční trh je velice složitý a propracovaný systém každé ekonomiky na Světě. I když si mnoho z nás jeho přesné fungování nedovede v plném rozsahu představit, je to systém, který lze v základní formě analyzovat. Všichni jsme jeho součástí, ať už chceme, nebo ne. Drtivá většina obyvatelstva se stává subjektem, fungujícím na tomto trhu už jen při objednávce zboží například přes internet, při odkládání peněz stranou a počítání rodinného rozpočtu nebo při obyčejném nákupu ve velkoobchodu. Málokdo si však uvědomuje důležitost toho, jak na sebe tyto různé subjekty finančního trhu působí a jaké to má následky. Pokud si totiž představíme tento systém jako jedny velké hodiny, musí zde každé ozubené kolečko fungovat správně, aby se složité ústrojí celé nezastavilo. I nejmenší článek může totiž svým jednáním ovlivnit chod ostatních jednotek a není vždy přesně jasné, zda toto ovlivnění bude mít za následek pozitivní pohyb vpřed, stagnaci systému, nebo dokonce negativní krok vzad až úplný kolaps.

Cílem této práce je analyzovat fungování úvěrového trhu, jeho ovlivnění českou legislativou a zkoumat, zda ve vztahu mezi subjekty na tomto trhu dochází k nemorálnímu jednání. Na základě tohoto šetření bude vyvozen způsob, jakým lze alespoň částečně eliminovat dopad nekalého jednání na trh. Zaměření práce bude spočívat v náhledu na zvolenou část finančního trhu. Tou je trh úvěrový, který v sobě zahrnuje veškeré činnosti v dané ekonomice, spojené s poskytováním, přijímáním, dohledem a právní úpravou jakýchkoliv typů úvěru. Oblastí úvěrového trhu, jež bude zkoumána, je spotřebitelský úvěr pro největší procento subjektů, jimiž jsou domácnosti. Na tuto oblast bude nahlíženo z různých pohledů, aby bylo možné vytvořit si ucelený pohled. Prvním zájmem zkoumání bude účast legislativy, kde bude hlavní roli hrát Zákon o spotřebitelském úvěru a jeho formy, které se měnily ve zkoumaném období. V souvislosti s legislativou bude zkoumáno prostředí úvěrového trhu v daném časovém rozmezí, stejném jako u forem zákona. Pomocí třech ukazatelů, kterými bude zadluženost obyvatelstva, hrubý měsíční příjem a počet exekučních řízení budeme schopni nahlédnout pod pokličku toho, jakým způsobem se vyvíjel úvěrový trh za posledních několik let. Důležité bude zjistit, zda na sebe mají tyto ukazatele vliv a jakou roli v jejich vývoji hrály již zmíněné novely zákona.

Druhým a neméně důležitým úhlem pohledu na úvěrový trh je role poskytovatele úvěrového produktu a jeho vztah ke spotřebiteli. Zkoumání proběhne za pomoci všeobecných obchodních podmínek třech vybraných subjektů, u kterých se práce zaměří na implicitní, tedy skryté, nekalé marketingové praktiky při nabídce úvěrového produktu. Šetření bude zaměřeno na dvě formy nabídky, konkrétně na propagaci pomocí internetových stránek a následně pomocí telefonní komunikace. U komunikace pomocí mobilního zařízení bude navíc probíhat také dílčí cíl a to prošetřit, jakým způsobem se mění marketingová strategie vybraných subjektů na základě typu klienta. Všechny informace, potřebné k porozumění problematiky a samotnému šetření, jsou zachyceny v počátku práce, jakožto teoretická východiska.

1 Trh a jeho subjekty

Každou ekonomiku na světě tvoří abstraktní místo, určené k formování vztahů mezi subjekty, jejichž cílem je koupě a prodej. Tato situace se nazývá střet poptávky s nabídkou. Místo, kde se k tomu dochází, se nazývá trh. Rozdělení trhů hraje v této práci důležitou roli, jelikož je prostředím, které se bude analyzovat a kde dochází ke kontaktu mezi subjekty. Trhy se dělí podle předmětu směny na:

- Trh zboží a služeb
- Trh práce
- Trh finanční (peněžní, kapitálový, atd.)

Trhy mají tři základní funkce a to informativní, stimulační a alokační. Pokud se jedná o informativní funkci, ta spočívá v přinášení nových informací skrze předměty směny. Stimulační funkce podněcuje ekonomickou činnost, o kterou je zájem ze strany subjektů. Velice důležitá je funkce alokační, při které dochází k přelévání volných finančních prostředků od subjektů, které jich mají přebytek k těm, které trápí jejich nedostatek. Ti s nimi poté disponují a prostřednictvím úplaty za tuto možnost, většinou úroku, navrací poskytovatelům prostředky i s výnosovou částí. Pro tuto práci se tím rozumí poskytování úvěrů nebankovních poskytovatelů subjektům, kteří mají nedostatek finančních prostředků.

Všechny typy trhů fungují na principu nabídky a poptávky. Poptávkou se rozumí souhrnné množství zboží a služeb, za které jsou poptávající subjekty ochotné obětovat určitou hodnotu finančních prostředků, či jiných instrumentů. Oproti tomu nabídka je přesným opakem poptávky. Jedná se o agregátní množství všech statků a služeb, které jsou ochotni poskytovatelé doručit na trh za určitou protihodnotu. (STUDOVNA4U.cz, 2013)

1.1 Finanční trh

Jedná se o místo té části trhu, kde se uskutečňuje pohyb finančních zdrojů mezi poskytovateli a spotřebiteli. Prostředkem směny jsou většinou peníze, cenné papíry a jiné finanční deriváty a instrumenty. Finanční trh se dle předmětu směny dělí na trh peněžní, kapitálový a úvěrový. Všechny tyto poddruhy mají v ekonomice své místo, avšak pro tuto práci bude nejdůležitějším právě trh úvěrový. Na každém finančním trhu existují dva druhy subjektů, které tvoří poptávku a nabídku finančních prostředků. Tyto subjekty je velice důležité definovat pro další průběh práce. Navzájem se ovlivňují a jejich fungování na trhu má nemalý dopad na to, jakým směrem se tento trh poté ubírá. Těmi subjekty jsou (Vysokeskoly.cz, 2019):

- věřitelé = majitelé úspor s přebytkem finančních prostředků. Věřitelé chtějí minimální riziko, maximální likviditu a maximální výnos.
- dlužníci = mají nedostatek finančních prostředků a naopak chtějí minimální náklady (úroky, dividendy) a maximální splatnost půjčky.

1.1.1 Věřitelé

Subjekty takto označovanými jsou na finančním trhu pro veřejnost většinou komerční banky a nebankovní společnosti. Avšak mohou jimi být i drobní poskytovatelé finančních produktů a služeb. Tyto subjekty vytváří produkty a následně je na trhu poskytují spotřebitelům. Subjekt zde jsou (Psfv.cz - a, 2014):

- Banky
Od veřejnosti přijímají vklady a poskytují úvěry. Jejich činnost se řídí zákonem č. 21/1992 Sb., o bankách. Dle legislativy je zapotřebí pro tuto činnost získat licenci, kterou uděluje ČNB. Patří do subjektů, zařazených do tzv. BRKI, neboli Bankovní registr klientských informací.
- Nebankovní společnosti
Sektor poskytovatelů, kteří svým zaměřením nespádají do kategorie bankovních institucí. Od bank se tyto subjekty liší hlavně rozsahem a druhy poskytovaných služeb.

Jejich účast na trhu je zaznamenána v nebankovním registru klientských informací, neboli NRKI.

1.1.2 Spotřebitelé

Jsou jimi hlavně domácnosti a firmy, tedy subjekty, zastupující v ekonomice největší část. Spotřebitelé vypůjčené či odkoupené finanční produkty využijí buď na osobní spotřebu, čímž poskytují peněžní prostředky prodejcům zboží a služeb v dané ekonomice, nebo je využijí na generování svého zisku formou investování. Spotřebitelem však může být i stát, či finanční instituce, jako banky a pojišťovny, které si mohou poskytovat finanční prostředky mezi sebou. (Psfv.cz - b, 2014)

1.2 Úvěrový trh

Lze jej označit za systém subjektů a nástrojů umožňujících pohyb kapitálu na úvěrovém principu mezi bankami a nebankovním sektorem. (Bakeš, 2009) V práci bude nutné analyzovat úvěrový trh, jeho fungování od počátku tisíciletí a jakou roli v jeho vývoji hrály změny českého zákona. Pokud jde o pohyb kapitálu, jedná se o transformaci peněžních prostředků od subjektů s jejich přebytkem na úvěry poskytované vhodným subjektům na tomto trhu, kteří mají finančních instrumentů nedostatek. Pokud se jedná o poskytnutí finančních prostředků v rámci tohoto trhu, tak je zde vždy finanční odměna za zápůjčku pro věřitele, který při finanční výpomoci druhému subjektu vždy podstupuje určité riziko nenávratnosti prostředků. Provize pro věřitele vždy znamená generovaný zisk a tím pádem i více finančních prostředků, potenciálně využitelných v další zápůjčce. (Bakeš, 2009)

Subjekty, působícími na tomto trhu jsou banky, nebankovní společnosti, stát, drobní poskytovatelé a spotřebitelé. Každý zde hraje svoji roli. Banky, nebankovní společnosti a drobní poskytovatelé zapůjčují své prostředky k tomu, aby při provizi za poskytnuté riziko generovali zisk. Spotřebitelé, kteří mají prostředků nedostatek, si vypůjčují od poskytovatelů a následně jim odvádějí odměnu, ve většině případů ve formě úroků. Stát zde může vystupovat jako poskytovatel i spotřebitel, ale pro tuto práci zde bude hlavně v roli zákonodárce, který určuje pravidla úvěrového trhu a dohlíží na jejich dodržování. (CNB.cz, 2019)

1.3 Historie poskytování úvěrů

Ačkoliv se poskytování peněžních prostředků či různých komodit může jevit jako relativně mladý pojem, jeho kořeny sahají až někam do 3. tisíciletí před naším letopočtem a to do období Mezopotámie. Časovou řadu mezi dobou Mezopotámie a moderním systémem poskytování úvěrů dnešní doby člení například MacDonald a Gastmann (MacDonald, 2017) a to na pět částí.

První je brzká pre-moderní doba, kam lze zařadit právě počátky obchodu s odloženou dobou splatnosti vznikající v Mezopotámii. Koncem zde lze označit pád říše Římské. Od tohoto okamžiku vzniká doba pozdní pre-moderní. Ta trvá až do 11. století, kdy barbaři, kteří podnikali invaze na západ, téměř zničili zaběhlý úvěrový systém. Časné moderní období, datované od roku 1090 přibližně do roku 1500, je třetím obdobím úvěrové historie. Rozrůstající se veletrhy s kořením, hlavně v Itálii, se staly klíčem k usnadnění obchodu a stimulaci nových úvěrových ujednání. Dle MacDonalda a Gastmanna (MacDonald, 2017) lze jako předposlední období chápat dobu, spojenou se vznikem moderních úvěrů v Nizozemí, zejména ve městech Bruggy, Amsterdam a Antverpy. Po Nizozemí pokračoval tento trend i v Londýně a New Yorku, kde poté vznikala úvěrová finanční centra. S těmi jde ruku v ruce rozvoj mezinárodního obchodu, který měl vliv na rozšíření úvěrového trhu v celosvětovém měřítku. Vytvoření první moderní ekonomiky bylo zásadním krokem pro vznik mezinárodního úvěrového systému, a proto je holandské období klíčové. Pátou a poslední periodou je, dle MacDonalda a Gastmanna (MacDonald, 2017), doba globální. V ní se organizace a provázanost trhů stala mezinárodní. Toto období začíná počátkem devadesátých let minulého století a poukazuje na to, jaké dopady na jeden trh mohou mít vlny šoků, které se prolínají jinými ekonomikami.

1.4 Dohled nad finančním trhem

Součástí výzkumu této práce je se zaměřit na změny české legislativy, týkající se úvěrového systému. Avšak regulace a dohled jsou dvě odlišné věci. Tu první má na starosti právě zákonotvorná činnost státu, avšak aby bylo možné zachovat stabilitu na jakémkoliv trhu, musí zde být orgán, který dohlíží na jednání všech subjektů, účastnících se tohoto trhu. V tomto případě se jedná o Českou národní banku. Tato instituce dohlíží na všechny bankovní subjekty a nově i na ty nebankovní, které byly ještě pře rokem 2016 pod dohledem České obchodní inspekce. Avšak z důvodu legislativních změn a změny přístupu k tomuto odvětví se i právě nebankovních poskytovatelů časem ujala ČNB. Ta stanovila povinnost získat licenci za určitých podmínek a dohlíží na činnost subjektů. Podmínkou získání licence je splnění určitých kritérií. Jedná se o organizační, personální, technické a finanční požadavky a smyslem těchto podmínek je zaručení důvěryhodnosti poskytovatelů služeb a zboží a také zajištění bezpečnosti při nakládání s prostředky vůči celé ekonomice daného státu. Nejdůležitějšími nástroji pro ochranu finančního trhu a zajištění cílů jsou (Psfv.cz - a, 2014):

- Minimální podíl vlastních prostředků na úvěrových produktech. Tyto prostředky tedy nesmí pocházet z vkladů od věřitelů.
- Řízení likvidity, které má za úkol zajistit, aby subjekt dostal svým závazkům vůči věřitelům v jakékoliv chvíli.
- Rozsah úvěrové angažovanosti, tj. maximální objem úvěrů poskytnutých bankou různým subjektům.
- Účast banky ve Fondu pojištění vkladů Garančního systému finančního trhu. Tento fond zaručuje plnou návratnost vkladů věřitelů těch bank, které z ekonomických důvodů nejsou schopny dále tyto závazky plnit.

2 Hospodářská soutěž

Termínem hospodářská soutěž se rozumí fungování tržního systému na principu snahy poskytovatelů, jakožto konkurence, usilovat o tržní podíl či jiný motivující cíl. Soutěž je základním mechanismem tržní ekonomiky a její fungování podporuje inovaci v nabízení zboží a služeb, omezuje výrobní náklady a zvyšuje výkonnost celého hospodářství. Toto prostředí stimuluje poskytovatele k výrobě statků a nabídce služeb tím neekonomičtějším způsobem z hlediska ceny i kvality. Soutěž má velký význam hlavně pro spotřebitele, kteří jsou díky konkurenceschopným poskytovatelům schopni si vybrat z široké nabídky a tím uspokojí svoji potřebu více spotřebitelů. Je hlavně klíčovou složkou pro ekonomický růst a vytváření konkurenceschopnosti. Soutěž jako taková je pro ekonomiku velice přínosná, avšak dle Ondřejové (Ondřejová, 2010) lze soutěžní právo členit na dvě odlišné části a to dle způsobu jeho zneužití. První částí je nekalá soutěž. Obchodní zákoník vymezuje právní úpravu nekalé soutěže a směrnice se zaměřují jak na ochranu spotřebitele, tak na soutěžitele. Jsou zde tedy zachycena práva a povinnosti těchto subjektů vůči trhu a vůči druhé straně. Zákon o ochraně hospodářské soutěže naopak zachycuje druhou část, kterou je nedovolené omezování hospodářské soutěže. (Businessinfo.cz, 2019)

Nekalá soutěž

Jedná se o objektivní delikt, kterým se soutěžitel snaží narušit prostředí, určené k vytváření konkurenceschopnosti. Nekalá soutěž znamená určité jednání, které je právním řádem zakázáno a je v rozporu s dobrými mravy soutěže. Toto chování často může přivodit újmu jiným soutěžitelům nebo přímo spotřebitelům statku, či služby. Orgán dohledu je způsobilý proti těmto praktikám zakročit a to pomocí sankcí a dále nařízení, aby se tohoto jednání zdržel, případně odstranil již vzniklé škody druhé smluvní straně. (Pravnipraxe.com, 2014)

Za nekalou soutěž se dle občanského zákoníku (zákon č. 89/2012 Sb.) považuje (Pravnipraxe.com, 2014):

- Klamavá reklama
- Klamavé označování zboží a služeb
- Vyvolávání nebezpečné záměny
- Parazitování na pověsti, výrobě či službách jiného podniku
- Podplácení
- Zlehčování
- Srovnávací reklama
- Porušování obchodního tajemství
- Ohrožování zdraví spotřebitelů a životního prostředí

Nedovolené omezování hospodářské soutěže

Zákon o ochraně hospodářské soutěže definuje tuto situaci jako úmysl soutěžitelů narušit či ohrozit soutěž různými způsoby a to za účelem vyloučení či omezení ostatních soutěžitelů. Možností, jak tohoto dosáhnout, je dle zákona více. Konkrétními příklady jsou (CEED.cz, 2019):

- Dohoda soutěžitelů (kartelové dohody)
- Spojení soutěžitelů (vedoucí k podílu na trhu větším než 40%, tzv. dominantní podíl) při riziku jejich zneužití
- Zneužití dominantního či monopolního postavení soutěžitelů

Tento zákon dále zavádí termíny horizontální a vertikální dohody mezi soutěžiteli a dále zavedl tzv. kartelový rejstřík, ve kterém pověřený úřad eviduje povolené výjimky a jejich podmínky, za kterých byly uděleny. Je také možné se dozvědět, jak zákon nahlíží na definici dominantního postavení na trhu (Zakonyprolidi.cz, 2017).

2.1 Nekalé obchodní praktiky

Obchodní praktikou se rozumí soubor činností, navazujících na sebe v procesu nabídky a prodeje statku či služby. Dílčími částmi tohoto procesu je vytvoření, propagace, prodej a distribuce produktu. Obchodními praktikami se zde rozumí zejména uvedení na trh, komunikace, chování, reklama či finální jednání se spotřebitelem. Jakmile proces obsahuje jednu z těchto činností, která není v souladu s legislativou daného území, jedná se o nekalou obchodní praktiku. Tato praktika je většinou neakceptovatelná ze strany spotřebitele, který by jejím přijetím mohl přijít k újmě. (Is.mendelu.cz, 2019)

Způsobů, jakými by mohl být spotřebitel poškozen touto nekalou praktikou, je hned několik. Poskytovatel jedná nekale ve chvíli, kdy uvádí spotřebitele jakýmkoliv způsobem v omyl, či jej nutí na základě manipulačních technik k rozhodnutí, které by za normálních okolností neučinil. Tak může činit pomocí reklam, firemních materiálů a produktů, webových stránek, či přímo ústních a písemných prohlášení ze strany poskytovatele. (COI.cz, 2017)

Nekalou obchodní praktiku jasně definuje generální klauzule v §4 Zákona o ochraně spotřebitele jako jednání, splňující základní podmínky. Poskytovatel musí vůči spotřebiteli jednat v nesouladu s odbornou péčí a jeho konání je způsobilé významně ovlivnit spotřebitelovo rozhodování tak, že spotřebitel bude jednat tak, jak by za normálních okolností nejednal. Pokud tedy bude konání poskytovatele tyto podmínky splňovat, bude vyhodnoceno jako správní delikt. Poté mu je oprávněna pověřená instituce uložit vysoké sankce. Zákon o ochraně spotřebitele jmenuje typy nekalých obchodních praktik. Jimi jsou klamavá konání, klamavá opomenutí, agresivní obchodní praktiky a diskriminace spotřebitele. (Zakonyprolidi.cz, 2018)

Klamavé konání

Dle zákona se praktika považuje za klamavé konání, pokud je jejím obsahem mylná informace, což může vést k nerozumnému rozhodnutí spotřebitele, které by jinak neučinil. Avšak klamavá může být též praktika, kde jsou poskytnuty informace pravdivé, které však uvedou spotřebitele v omyl ohledně parametrů výrobku, závazku mezi stranami, ceny, charakteristiky poskytovatele či práv spotřebitele. Dále může být též klamavým konáním jakékoliv uvedení výrobku či služby na trh, které může vést k záměně s jiným produktem, jinou společností, či toto uvedení vede k porušení kodexu, který se poskytovatel zavázal dodržovat. (Zakonyprolidi.cz, 2018)

Klamavé opomenutí

Praktika klamavého opomenutí je opět spojena s informacemi, avšak zde to není uvádění chybné informace, ale opomenutí informace důležité. Tuto praktiku poskytovatel užívá ve chvíli, kdy opomene uvést podstatné informace, které spotřebitel potřebuje pro rozhodnutí ohledně koupě, čímž opět může nastat situace, kdy klient jedná tak, jak by za normálních okolností nejednal. (Zakonyprolidi.cz, 2018)

Podstatné informace, zmíněné výše, jsou definovány jako (Zakonyprolidi.cz, 2018):

- Hlavní znaky výrobku či služby
- Cena, včetně poplatků, sankcí a jiných peněžitých plnění
- Adresa a totožnost poskytovatele
- Ujednání o platebních podmínkách, distribuci, plnění a vyřizování reklamací
- Právo na odstoupení od smlouvy

Dále si také nesmí poskytovatel dovolit informace zatajit, nebo je poskytnout nejasným, nesrozumitelným, nejednoznačným způsobem, nebo v nevhodný čas vzhledem k okolnostem obchodu. Pokud se informace šíří sdělovacím prostředkem, který klade omezení na prostor a čas, je třeba při posuzování správnosti praktiky vzít v úvahu tato omezení i veškerá opatření, která prodávající přijal k zajištění přístupu spotřebitelů k informacím pomocí jiného prostředku. (Zakonyprolidi.cz, 2018)

Agresivní obchodní praktika

Jednání, které je považováno za agresivní praktiku, je oproti klamavé rozdílné v přístupu ke spotřebiteli. Zatímco klamavá praktika je spíše pasivní formou nekalé praktiky, při které poskytovatel nevytváří žádnou aktivitu, agresivní praktika je takové chování, kdy poskytovatel aktivně zhoršuje svobodu volby nebo jednání spotřebitele a to obtěžováním, donucováním, nepatřičným ovlivňováním nebo použitím fyzické síly, čímž opět může způsobit chybné rozhodnutí spotřebitele. Při posuzování, zda je praktika agresivní, je potřeba přihlédnout (Zakonyprolidi.cz, 2018):

- K načasování, místu, povaze nebo době trvání praktiky (opakované nevyžádané kontaktování ze strany poskytovatele)
- Ke způsobu jednání, výhrůžnosti nebo urážlivost
- K vědomému využití nepříznivé situace spotřebitele
- K nepřiměřené mimosmluvní překážce vytvořené poskytovatelem pro uplatnění práv spotřebitele (doložení bezdůvodné dokumentace, ignorace při snaze o komunikaci)
- K výhrůžce právně nepřipustným jednáním

2.2 Přímý marketing

Marketing je nedílnou součástí prodejního procesu každého výrobku, či služby na trhu. Přímým marketingem se rozumí ten typ propagace produktu či služby, který cílí přímo na konkrétní spotřebitele. Dle Horňáka (HORŇÁK, 2011) je nejširším pojmem v celém komunikačním mixu právě marketing. Jeho smyslem je komunikace s přesně vybranými zákazníky určitým způsobem a to kvůli okamžité zpětné vazbě, která od klienta přichází. Tím se podvědomě budují mezi subjekty vztahy, což je dle Vašíkové (VAŠTIKOVÁ, 2008) cílem všech organizací, pracujících s klienty. V této práci bude zapotřebí pomocí přímého marketingu, respektive jednoho z jeho nástrojů, analyzovat přístup poskytovatele ke spotřebiteli. Mezi základní nástroje patří (Managementmania.com, 2016):

- Direct mail:

Zpráva, nesoucí sdělení obchodního charakteru, které může vést potenciálního spotřebitele ke koupi produktu či služby. Je dělen na adresný, či neadresný a má písemnou formu. Adresná forma může obsahovat bezplatnou poukázku nebo vzorek výrobku. Neadresným může být například leták, roznášený spotřebitelům na ulicích.

- Reklama s přímou odezvou:

Tato forma nabídky není v České republice tolik využívána, avšak již se také začíná dostávat veřejnosti do podvědomí. Například ve Spojených státech amerických až dvě třetiny reklam počítají s přímou odezvou. Tato forma propagace v sobě zahrnuje výzvu pro spotřebitele, například „Zavolejte ihned“, či „Navštivte naše stránky“.

- Online marketing:

Forma nabídky, uskutečňující se především skrze internet, mobilní telefon či jiná elektronická zařízení. Každé zařízení může mít odlišnou dobu reakce, avšak jedná se o marketing s vysokou rychlostí odezvy.

- Telemarketing:

Zde poskytovatel jedná s potenciálním klientem pouze skrze mobilní zařízení. Tato forma komunikace má nejrychlejší odezvu ze všech typů elektronického marketingu, jelikož se jedná o přímý rozhovor. Rizikem zde může být anonymita poskytovatele, snížení psychologických zábran, způsobené neosobním kontaktem, či nevyžádaný kontakt z jakékoliv strany, který nelze jednoduše ignorovat.

Přímý marketing je součástí komunikačního mixu, který je jednou ze složek marketingového mixu. Ten považují odborníci za klíčový pilíř při budování marketingové strategie. Dle Vysekalové (VYSEKALOVÁ, 2007) bylo v roce 2010 za reklamu či další komerční komunikace společností na českém trhu vydáno 14–16 miliard korun českých. V komunikačním mixu je mimo přímého marketingu ještě obsažen osobní prodej, reklama, podpora prodeje a vztah s veřejností. Přímý marketing začínají čím dál více využívat nejen zásilkové služby, ale také výrobní sféra či pro tuto práci klíčové finanční instituce.

Hlavním cílem přímého marketingu je odbourat anonymitu jedince a budovat obchodní vztahy. Lze pak pružně zjistit, v jakém distribučním kanále jsou prodeje nejúspěšnější, získat zpětnou vazbu a také cenné informace ohledně pozitiv a negativ, kterých je potřeba se držet, či je eliminovat. Přímý marketing je vhodný při nabídce produktu, o kterém příjemce dosud neslyšel, anebo neuvažoval o tom, že by si je vůbec pořídil. Nemá tedy v dané oblasti moc velké informace o konkurenci a jejich nabídkách a cenách. Tím pádem má poté prodejce, který tento potenciál objeví, větší šanci na úspěch. (Malamarketingova.cz, 2014)

2.3 Telemarketing

Telemarketing je jednou z forem přímého marketingu a pro tuto práci je právě tato oblast klíčovou formou. Mezi výhody tohoto marketingu patří velice pružný kontakt se zpětnou vazbou, časová nenáročnost a odstranění negativních vlastností osobního kontaktu. Telefonní hovory lze snadno zaznamenávat a následně analyzovat. Velmi se zde projevuje osobnost jak nabízejícího, tak oslovovaného a tento faktor bude hrát hlavní roli v experimentální metodě této práce. Výzkum se zaměří na změnu spotřebitele z pohledu finanční gramotnosti. Zde je potřeba si právě finanční gramotnost definovat a na jejím základě poté vystavět experimentální metodu. (Marke.cz, 2015)

Finanční gramotnost

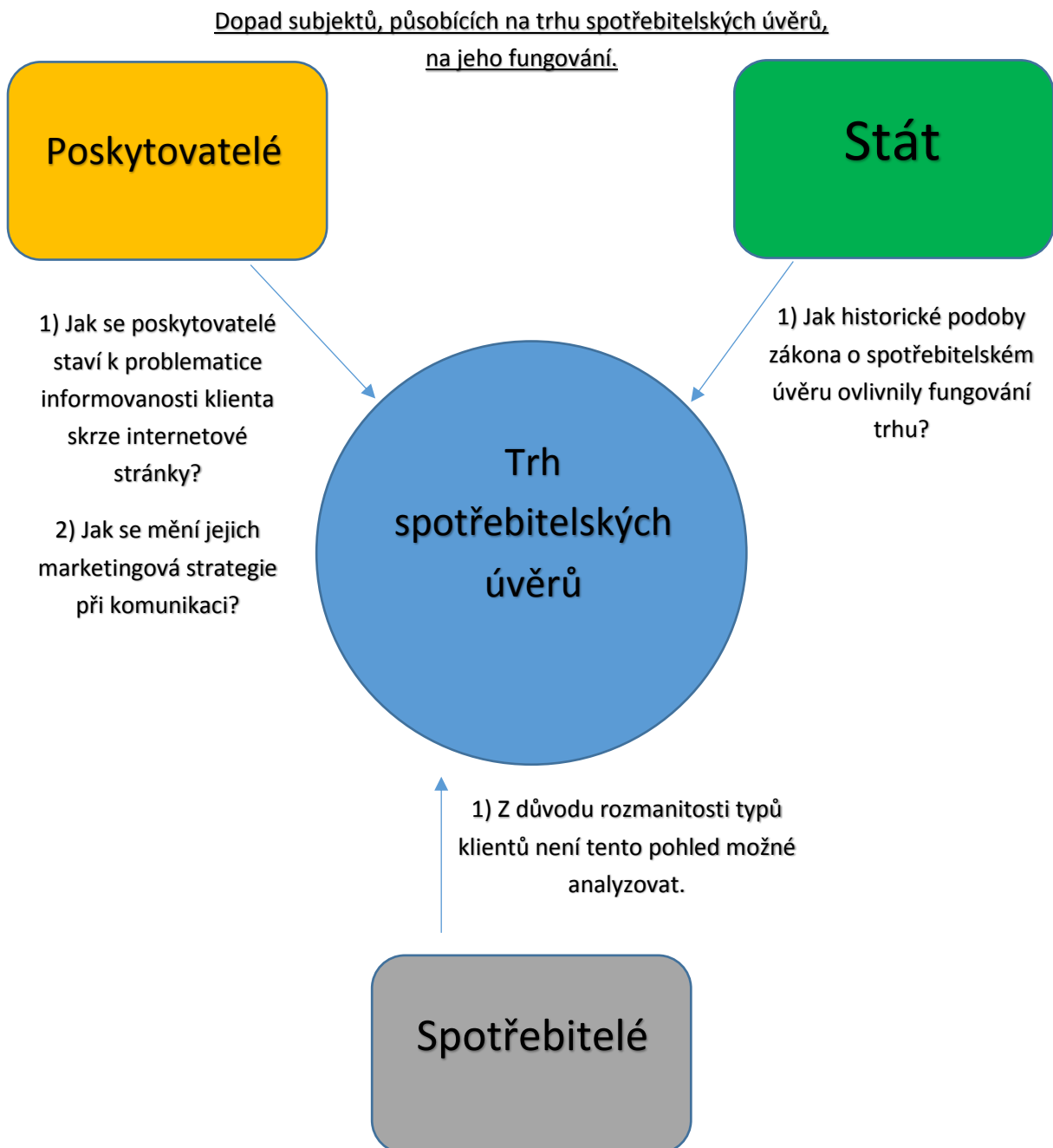
Jde o soubor znalostí, dovedností a hodnotových postojů, potřebných k tomu, aby člověk finančně zabezpečil sebe a svou rodinu a aktivně se účastnil finančního trhu. Čím je člověk finančně více gramotný, tím více se orientuje v problematice peněz a cen a je schopen odpovědně rozhodovat o svých financích a spravovat svůj rozpočet. Dle Nachera (NACHER, 2015) je dobré se vzdělávat v každém věku, svět se totiž vyvíjí velice rychle. Finanční gramotnost zahrnuje tři složky: gramotnost peněžní, cenovou a rozpočtovou. (Digifolio.rvp.cz, 2019)

Peněžní gramotnost představují schopnosti nezbytné pro manipulaci a správu finančních prostředků. Dále také peněžní gramotnost vyjadřuje schopnost obhospodařovat nástroje na správu peněz (např. běžný účet, platební nástroje apod.). Cenovou gramotností se rozumí kompetence nutné pro porozumění cenovým mechanismům a inflaci. Tyto znalosti jsou důležité hlavně při správě úvěrových a spořicíh produktů. Co se týče rozpočtové gramotnosti, jde o znalosti a vědomosti, které jsou potřebné, pokud chce člověk zodpovědně spravovat osobní či rodinný rozpočet (např. schopnost vést rozpočet, stanovovat finanční cíle a rozhodovat o alokaci svých finančních zdrojů či zdrojů rodiny). Tato schopnost je právě velice důležitá pro pochopení životní situace, měnící se v čase a reagování na finanční změny, které s ní přicházejí. Stejně jako u cenové gramotnosti je i zde velice důležitý pohled na úvěrové a vkladové složky osobního nebo rodinného rozpočtu. Tato situace v obou případech vyžaduje orientaci na trhu různě komplikovaných finančních produktů a služeb, schopnost

mezi sebou jednotlivé produkty či služby porovnávat a volit ty nejvhodnější s ohledem na konkrétní životní situaci. (Digifolio.rvp.cz, 2019)

Dílčí cíle šetření

- Zkoumání dopadu vzniku novel zákona o spotřebitelském úvěru na úvěrový trh.
- Zjišťování použití nekalých skrytých praktik u subjektů úvěrového trhu prostřednictvím internetových stránek.
- Jak se mění marketingová strategie vybraných poskytovatelů při jednání o spotřebitelském úvěru skrze telefonní komunikaci s určitým typem spotřebitele?



3 Analýza vývoje Zákona o spotřebitelském úvěru

Jak je již výše uvedeno, poskytování finančních prostředků věřitelem má hlubokou historii. Jak se lze však dočíst na následujících řádcích této práce, ne vždy byl vytvořen stabilní systém pravidel, který by zajišťoval rovnocenný přístup ať už poskytovatele, či dlužníka. Aby bylo možné pochopit dění na českém úvěrovém trhu, je třeba se na tuto problematiku podívat z více úhlů pohledu. Tím prvním je legislativa, aneb systém zákonů a norem a dohled nad nimi. Tento vliv je totiž vůbec nejdůležitější, protože poskytovatelé i spotřebitelé úvěrových produktů jsou tímto systémem regulováni a to kvůli možnému způsobení kolapsu stability úvěrového trhu.

Na českém území se legislativa, zabývající se problematikou spotřebitelských úvěrů začala rozvíjet později, než v některých jiných zemích Evropy a to z důvodu politického režimu. Předchůdcem všech zákonů, které byly kdy vytvořeny v České republice, byl zákon č. 64/1986 Sb. v plném znění „Zákon České národní rady o České obchodní inspekci“. Tento zákon upravoval práva a povinnosti subjektů na českém finančním trhu a ovlivňoval zde i prostředí pro jejich fungování. Avšak po roce 1989, kdy se měnil politický režim, se muselo také rapidně změnit fungování zákonů, které s přicházející změnou, způsobenou dohodou o připojení k Evropské unii, již nebyly dostatečně vyhovující. Jakožto budoucí člen EU se tedy Česká republika zavázala k implementaci evropských směrnic do svého systému zákonů, což významně ovlivnilo vývoj české legislativy a tím i ekonomické a sociální podmínky ve společnosti. Na základě těchto změn tedy vznikl první ryze český zákon, pojednávající o spotřebitelském úvěru, a tím byl Zákon č. 321/2001 Sb.

Následující podkapitola práce bude mít za cíl analyzovat právě historické podoby Zákona o spotřebitelském úvěru a jeho dopad na finanční trh. Pro tuto práci budou důležité především rozdíly mezi jednotlivými podobami těchto zákonů. Z důvodu rozsahu tohoto zákona a všech jeho novel však nelze v této práci rozebírat každou změnu, proto se autor zaměřil na změny nejobsáhlejší.

3.1 Zákon č. 321/2001 Sb. - Zákon o některých podmínkách sjednávání spotřebitelského úvěru

Na území České republiky se počátky ZSÚ datují k roku 2001. V této době totiž bylo zapotřebí upravit českou legislativu tak, aby odpovídala nárokům Evropské unie. Právní úprava tedy vychází ze Směrnice Rady 87/102/EHS o sblížení zákonů a dalších právních a správních předpisů členských států. Český parlament se tedy 17. srpna 2001 usnesl na tomto zákoně a tím položil základy pro vytvoření systému pravidel, který však musel být v nadcházejících letech ještě mnohokrát upraven.

Zákon č. 321/2001 Sb. pojednává o určitých podmínkách sjednávání spotřebitelského úvěru. Hlavním cílem zákona je určit, co to vlastně spotřebitelský úvěr je, jak má vypadat smlouva na spotřebitelský úvěr a jaké jsou dopady jejího porušení. Dozor nad dodržováním podmínek tohoto zákona vykonává Česká obchodní inspekce. Příloha tohoto zákona obsahuje správný výpočet RPSN a jeho jednotlivé části.

Dle tohoto zákona je spotřebitelským úvěrem „*poskytnutí peněžních prostředků nebo odložená platba, například ve formě úvěru, půjčky nebo koupě najaté věci, za které je spotřebitel povinen platit.*“ (Zakonyprolidi.cz, 2011)

Avšak při podrobném prozkoumání se lze dočíst, že za spotřebitelský úvěr není považována:

- platba, zaplacená spotřebitelem za nesplnění závazku vyplývajícího ze smlouvy, v níž se sjednává spotřebitelský úvěr,
- platba, zaplacená mimo kupní cenu, aniž byl na koupi poskytnut spotř. úvěr,
- platba za převod peněžních prostředků a platba za vedení účtu, který je určen ke splácení spotřebitelského úvěru; to neplatí pro případ, kdy tato platba je nepřiměřeně vysoká a kdy spotřebitel nemá možnost volby způsobu placení; do celkové výše spotřebitelského úvěru se však započítává cena za přijetí platby,
- platba související s účastí na dohodách, které se přímo neváží na smlouvu, ve které se sjednává spotřebitelský úvěr, a to i tehdy, když tyto dohody mají vliv na podmínky spotřebitelského úvěru,
- platba za pojištění nebo záruku, pokud se nejedná o pojištění nebo záruku, která má věřiteli zajistit splacení spotřebitelského úvěru v případě smrti spotřebitele, jeho invalidity, pracovní neschopnosti nebo nezaměstnanosti, a to maximálně ve stejné výši, jako je celková výše spotřebitelského úvěru, včetně úroku a jiných plateb spojených s poskytnutím spotřebitelského úvěru,

zákon se nevztahuje na:

- smlouvu, ve které je poskytován spotřebitelský úvěr na koupi, výstavbu, opravu nebo údržbu nemovitosti,
- půjčku poskytnutou bez úroku nebo jakékoli úplaty,
- spotřebitelský úvěr na průběžné poskytování služeb, za které spotřebitel může platit v průběhu jejich poskytování formou splátek,
- smlouvu, ve které je poskytován spotřebitelský úvěr na částky nižší než 5 000 Kč nebo vyšší než 800 000 Kč; je-li uzavřeno více smluv, ve kterých se sjednává spotřebitelský úvěr za stejným účelem, považuje se pro tyto účely za jediný spotřebitelský úvěr souhrn všech těchto smluv,

- spotřebitelský úvěr, jehož splatnost nepřesahuje 3 měsíce nebo je splatný nejvýše ve 4 splátkách ve lhůtě nepřesahující 12 měsíců.

Náležitosti smlouvy

Smlouva, ve které subjekty sjednávají spotřebitelský úvěr, musí být vždy uzavřena písemně a jednu kopii vždy musí obdržet spotřebitel. Dále se lze v ZSÚ také dočíst, že smlouva musí obsahovat RPSN vypočtenou náležitým způsobem, podmínky, za jakých je možné RPSN měnit a také údaje o spotřebitelském úvěru, kterými jsou maximální výše spotřebitelského úvěru, výše jednotlivých splátek, jejich počet a přesné časové zachycení splácení. Věřitel má dle tohoto odstavce povinnost informovat spotřebitele o jakýchkoliv změnách RPSN. Avšak není řečeno, jakým způsobem. Tento zákon dále určuje, že ve smlouvě o spotřebitelském úvěru nesmí chybět ustanovení o právu na splacení spotřebitelského úvěru před stanovenou lhůtou, podmínky, za kterých lze předčasně ukončit smluvní vztah a také způsob placení.

Důsledky porušení smlouvy

Pokud jedna či druhá strana poruší povinnosti, spjaté se smlouvou o spotřebitelském úvěru dle zákona č. 321/2001 Sb., bude spotřebitelský úvěr pokládán za „úročeny ve výši diskontní sazby platné v době uzavření smlouvy, ve které se sjednává spotřebitelský úvěr, uveřejněné pro příslušné období Českou národní bankou.“ (Zakonyprolidi.cz, 2011)

RPSN

Definice a výpočet RPSN jsou již uvedeny výše, avšak je také zapotřebí analyzovat její další funkce a vztahy uvedené v zákonu. Dle §4 je povinné tuto sazbu uvést ve smlouvě a to způsobem, uvedeným v příloze tohoto zákona a také zde musí být podmínky, za kterých lze sazbu upravit a to v závislosti nejen na věřiteli. Následující paragraf pak uvádí, že při změně RPSN je nutno vycházet z předpokladu, že úrok zůstane neměnný a bude platit do konce platnosti smlouvy. V případě, že sazbu stanovit nelze, je věřitel povinen uvést maximální výši úvěru, výši plateb s úvěrem souvisejících a podmínky, za kterých lze tyto platby měnit. Zákon také uvádí, že při nabídce úvěru reklamou nebo nabídkou zboží nebo služby, obsahující úrokovou sazbu nebo jakékoli údaje týkající se nákladů na úvěr, musí být jejich součástí roční procentní sazba nákladů nebo příklad jejího výpočtu.

Zhodnocení novely zákona

Na základě podrobného rozboru zákona č. 321/2001 Sb. je možné se dočíst, že i když byl tento zákon krokem kupředu, stále byla možnost v něm najít mezery a využít jich. Například po uvedení tohoto zákona v platnost se začaly subjekty, snažící se tvořit nekalou činnost, soustřeďovat na spotřebitelské úvěry, které měly nižší hodnotu než 5000,- Kč a splácely se kratší dobu než 3 měsíce. Zde si totiž mohli tito poskytovatelé vytvořit téměř jakékoliv podmínky. Tyto úvěry se dle zákona nazývají mikropůjčky.

Co se týče předem vytyčených otázek, lze zde uvést, že ohledně informovanosti klienta je tento zákon dle úsudku autora nedostačující. To hlavně z důvodu, že neupřesňuje, jakým způsobem mají být zachycené určité parametry smlouvy. Tento nedostatek lze ze strany poskytovatele zneužít například nejednoznačným či úmyslně skrytým uvedením zásadních údajů, jako například RPSN, poplatky za předčasné splacení, nebo nedostatečným upozorněním klienta na měnící se roční procentní sazbu nákladů. Právě problematika této sazby byla z historického hlediska věřiteli velice zneužívána. Při zkoumání zákona na základě druhé položené otázky lze říci, že tato podoba ZSÚ nedefinovala, jakým způsobem má věřitel přistupovat k posuzování schopnosti spotřebitele splácet. To otevřelo poskytovatelům vrátka pro zaúvěrování klientů, u kterých již předem bylo pravděpodobné, že nebudou mít dostatek financí na splacení závazku. Pro porovnání s následujícími podobami lze jako zajímavost udat, že tento zákon má 1683 slov.

3.2 Zákon č. 145/2010 Sb. - Zákon o spotřebitelském úvěru a o změně některých zákonů

Z důvodu rychle se rozvíjejícího finančního trhu se i česká legislativa musela přizpůsobit podmínkám a vytvořit, již výrazně obsáhlejší, zákon o spotřebitelském úvěru. Proto se tedy Parlament České republiky usnesl na Zákonu č. 145/2010 Sb. Toto nové uskupení pravidel mělo přesněji definovat pojmy spojené s úvěry, posílit rovnovážnost obou stran trhu a co nejvíce zamezit nekalým sjednáváním spotřebitelských úvěrů, plynoucích ze zákona předešlého. Také muselo přijmout nové předpisy Evropské unie.

Již při podrobném prozkoumání druhého paragrafu tohoto zákona si lze všimnout určitých změn od zákona z roku 2001. Zde se český zákonodárný systém zaměřil na detailnější popis úvěru spojeného s nemovitostí, který je z dohledu tohoto zákona vyňat. Dále lze vidět změnu v horní hranici hodnoty úvěru, který spadá do tohoto zákona. V předchozí úpravě byla tato hranice 800 000,- Kč. Dle této verze je to již 1 880 000,- Kč. Jako poslední změny tohoto paragrafu je možné uvést vynětí úvěrů poskytovaných zaměstnancům a osobám určitého okruhu ve veřejném zájmu s lepšími podmínkami, než obyčejnému klientovi a také vynětí úvěru, při kterém je věřiteli přenechána „*movitá věc a věřiteli nevzniká právo na vrácení peněz.*“ (Zakonyprolidi.cz, 2016)

Zákon č. 145/2010 Sb. je také velice obsáhlý co se týče podmínek ohledně informovanosti subjektů. Právě to autor vidí jako největší změnu oproti zákonu předchozímu. Základním prvkem informovanosti je to, že „*věřitel poskytne spotřebiteli v listinné podobě nebo na jiném trvalém nosiči dat informace uvedené v příloze č. 2*“ a „*Učiní tak s dostatečným předstihem před uzavřením smlouvy*“ ... „*nebo před tím, než spotřebitel učiní závazný návrh na uzavření takové smlouvy. Všechny informace musí být stejně výrazné.*“ (Zakonyprolidi.cz, 2016) Avšak je také možné uzavřít smlouvu o spotřebitelském úvěru pomocí komunikačních kanálů. I na to tento zákon myslí a to konkrétně v odstavci 4, kde lze najít větu „*Je-li spotřebitelský úvěr sjednáván na žádost spotřebitele prostřednictvím prostředků komunikace na dálku, které neumožňují poskytnutí předmluvních informací*“ (Zakonyprolidi.cz, 2016) způsobem uvedeným výše, „*je věřitel povinen poskytnout informace bezprostředně po uzavření smlouvy.*“ (Zakonyprolidi.cz, 2016). Věřitel, popřípadě zprostředkovatel jsou dále povinni poskytnout spotřebiteli náležité vysvětlení pro posouzení výhodnosti a potřeby spotřebitelského úvěru. Toto náležité vysvětlení je „*vysvětlení předmluvních informací*“ (...)

„včetně důsledků prodlení, a základních informací o jednotlivých nabízených produktech a jejich dopadech na spotřebitele.“ (Zakonyprolidi.cz, 2016). Dále také tento zákon upravuje činnost poskytovatelů z pohledu marketingu: „jestliže je nabízen spotřebitelský úvěr nebo jeho zprostředkování reklamou, jejíž součástí je jakýkoliv údaj o jeho nákladech, musí reklama obsahovat jasným, výstižným a zřetelným způsobem“ (...) „informace uvedené v příloze č. 1.“ (Zakonyprolidi.cz, 2016)

Dalšími rozdíly v informovanosti klienta jsou ustanovení dle přílohy č. 2, konkrétně povinnost uvést ve smlouvě informace o věřiteli, případně zprostředkovateli, úvěru. Avšak opět není definováno, jaké informace. Až v této podobě zákona se zavádí povinnost uvést ve smlouvě výpůjční úrokovou sazbu a jak se mění při prodlení se splátkou, poplatky za vedení provozního účtu, právo klienta na vyrozumění o výsledku posuzování úvěruschopnosti a dobu, po kterou je věřitel vázán informacemi, poskytnutými spotřebiteli ohledně smlouvy o spotřebitelském úvěru.

Paragraf č. 7 tohoto zákona ukládá povinnost věřiteli informovat spotřebitele o každé změně výpůjční úrokové sazby, a to v přiměřeném předstihu před nabytím její účinnosti, jinak není tato změna vůči spotřebiteli účinná. Informace o změně by měly obsahovat výši a četnost splátek po změně úrokové sazby. V paragrafu č. 8 se lze dočíst, že pokud věřitel poruší jakoukoliv podmínku uvedenou v odstavci určeném informačním povinností, *„pokládá se spotřebitelský úvěr od počátku za úročený ve výši diskontní sazby platné v době uzavření této smlouvy uveřejněné Českou národní bankou a ujednání o jiných platbách na spotřebitelský úvěr jsou neplatná.“ (Zakonyprolidi.cz, 2016). Zde se tedy žádná změna zákona neodehrála.*

Následující paragraf tohoto zákona řeší problematiku bonity klienta. Při shrnutí všech odstavců je možné konstatovat, že v teoretické podobě by každý věřitel měl s odbornou péčí prošetřit finanční situaci klienta, tím pádem jeho schopnost splácení a vyhnout se tak jakýmkoliv potížím, vznikajícím právě z nemožnosti spotřebitele splácet své závazky. Takto by měl činit dle informací od klienta a z veřejné databáze spotřebitelů, umožňující posouzení úvěruschopnosti. Také je povinností věřitele *„zpracovávat údaje o spotřebitelích za účelem posuzování jejich úvěruschopnosti a“ (...) „poskytovat přístup k těmto údajům“ (...) „věřitelům se sídlem nebo místem podnikání v jiném členském státě Evropské unie“ (...) „nebo místem podnikání v České republice.“ (Zakonyprolidi.cz, 2016). Naproti tomu je však spotřebitel povinen, jak vyplývá z řádků výše, poskytnout pravdivé a jasné informace potřebné*

k posouzení bonity. Což však může být problém, zvláště když spotřebitel jedná pod finančním tlakem.

Paragrafy 10 až 29 jsou pro tuto práci méně významné a z důvodu jejich rozsahu je v této práci nelze podrobněji čtenáři přiblížit, avšak je potřeba zmínit jejich obsah. Tato část zákona pojednává o detailech výpočtu RPSN, také podmínkách odstoupení od smlouvy, o předčasném splacení úvěru nebo o podrobném popisu správních deliktů. Za zmínku stojí také například změna oproti předešlé formě tohoto zákona a tou je vyloučení použití směnky či šeku ke splacení úvěru a také změna při dozoru nad dodržováním povinností stanovených tímto zákonem. Zde totiž zákonodárci určili jako druhý subjekt, určený k dozoru, Českou národní banku.

V příloze č. 1 tohoto zákona je možné se dočíst, jaké informace a jakým způsobem by měl podávat věřitel prostřednictvím reklam. Nabídka, zprostředkovaná tímto způsobem, by měla *„jasným, výstižným a zřetelným způsobem formou reprezentativního příkladu obsahovat“* (Zakonyprolidi.cz, 2016). RPSN, výpůjční úrokovou sazbu, celkovou výši spotřebitelského úvěru, výši jednotlivých splátek, dobu trvání spotřebitelského úvěru a ostatní informace, které jsou však již specifické k druhu úvěru. Příloha č. 2 obsahuje všechny povinné náležitosti, které musí smlouva o spotřebitelském úvěru obsahovat.

Zhodnocení novely zákona

Již z laického pohledu lze pochopit, že novela zákona o spotřebitelském úvěru z roku 2010 je mnohem obsáhlejší, než původní forma zákona, což sebou přináší zpřesnění i zpřísnění regulí, daných touto novelou. Lze porovnat obě formy z hlediska obsahu. Tato podoba zákona o spotřebitelském úvěru je sepsána do 8793 slov, což je o 7110 slov více, než v předchozí formě. Co do obsahu částí zákona, tato novela se zaměřila především na informovanost subjektů a povinnost tyto informace pravdivě uvádět. Zejména se jedná o informace podávané ve smlouvě, předmluvní informace a informace, týkající se propagace produktu. Zásadní rozdíl oproti předchozí novele zákona je ten, že zde se projednává posuzování bonity klienta. Subjekty, poskytující úvěry, mají za úkol způsobem, zachyceným v zákoně, posoudit, jak bude klient schopen své dluhy splácet. Zda měla změna zákona pozitivní, negativní či neměla žádný vliv na úvěrový trh, prokáže komparace na stránkách níže.

3.3 Zákon č. 257/2016 Sb. - Zákon o spotřebitelském úvěru

Čeští zákonodárci se v roce 2016 usnesli na vydání novely zákona o spotřebitelském úvěru z roku 2010, který již nebyl v dostačujícím stavu pro velmi rychle se rozvíjející finanční trh v České republice. Proto se tedy ZSÚ opět transformoval do podoby Zákona č. 257/2016 Sb. Tato nová podoba se více zaměřila na práva spotřebitele a také výrazně rozšířila a upravila oblast, pojednávající o subjektech, které se na trhu vyskytují. Jak se uvádí v §1, především jde o „činnost některých osob oprávněných poskytovat a zprostředkovávat spotřebitelský úvěr“, také o „práva a povinnosti při poskytování a zprostředkování spotřebitelského úvěru“ a v neposlední řadě o „*působnost správních orgánů v oblasti poskytování a zprostředkovávání spotřebitelského úvěru.*“ (Zakonyprolidi.cz, 2019)

Bližší informace o subjektech, které mohou, či nemohou působit na úvěrovém trhu, jsou uvedeny v úseku od §7 až po §71. Zde tato novela zákona informuje o změnách, týkajících poskytovatelů, zprostředkovatelů i vázaných zástupců. Již z počátku jsou definovány podmínky, za kterých je možné plnohodnotně poskytovat spotřebitelský úvěr. Dle autorova názoru je zde velikým krokem vpřed také zahrnutí nebankovních poskytovatelů, kteří až do této novely zákona nebyli definováni a proto na trhu působilo mnoho poskytovatelů, kteří by těmto podmínkám již nevyhovovali. V nové podobě zákona se klade velký důraz právě na poskytovatele a u všech zmíněných subjektů se zákonodárci zaměřili na podmínky pro udělení možnosti působit, dále také na požadavky, které musí splňovat v době činnosti a u nebankovních společností také na kapitál, který je velmi limitující právě pro malé živnostníky, kteří do té doby mohli úvěry poskytovat.

Neméně důležitý je také úsek zákona, který se věnuje personálním předpokladům pro provozování činnosti. Zde se lze dočíst, jakým způsobem musí subjekt doložit odbornou způsobilost a také jak přistupovat k akreditaci, umožňující provozování odborných zkoušek, které musí potenciální poskytovatel splnit. Novela také definuje pojem registr, což je nástroj ČNB používaný pro dohled nad poskytovateli spotřebitelských úvěru na českém trhu. Je důležité také podotknout, že informace, uvedené v registru, jsou veřejně přístupné a to na vyžádání u ČNB.

V souvislosti s tématem práce je velice podstatný §76, kde se lze dočíst, jak by měli poskytovatel a zprostředkovatel správně jednat se spotřebitelem. Zákon přímo uvádí, že by se poskytovatel a zprostředkovatel měl chovat „*čestně, transparentně a zohledňuje práva a zájmy spotřebitele*“ (Zakonyprolidi.cz, 2019) a „*při komunikaci se spotřebitelem, včetně propagačního sdělení, nesmí používat nejasné, nepravdivé, zavádějící nebo klamavé informace*“ (Zakonyprolidi.cz, 2019). Obsah komunikace zajistí subjekty tak, aby byl „*dostačující a přesný a nezastíral, nezlehčoval nebo nezamlčoval důležité skutečnosti, informace nebo upozornění, zejména nepoužíval formulace, které mohou u spotřebitele vyvolávat klamné očekávání týkající se dostupnosti spotřebitelského úvěru a výše jeho nákladů*“ (Zakonyprolidi.cz, 2019). Jak lze pochopit tak tento krok je velikou změnou oproti předchozím podobám zákona. Zde již zákonodárci specifikovali v detailu nejen parametry, které smlouva musí obsahovat, ale také přístup ke spotřebiteli při jednání a komunikaci.

V této novele také nastaly drobné změny, týkající se dle autora nejpálčivějšího tématu a tím je posuzování úvěruschopnosti spotřebitele. Zde zákonodárci upravili odstavec o větu týkající se informací podávaných spotřebitelem ohledně jeho finanční situace, dle které „*Tyto informace je za účelem posouzení úvěruschopnosti spotřebitele poskytovatel a zprostředkovatel povinen ověřit způsobem přiměřeným dané situaci, je-li to nutné, též použitím nezávisle ověřitelných údajů.*“ (Zakonyprolidi.cz, 2019) Avšak jednou z největších změn v této oblasti je ustanovení dle § 15, ve kterém zákon stanovil některé podmínky pro provozování činnosti. Zde je možné se dočíst, že nebankovní poskytovatel úvěrů je povinen zavést a udržovat „*pravidla a postupy pro posuzování úvěruschopnosti spotřebitele*“ (Zakonyprolidi.cz, 2019). Avšak zákon nedefinoval, co to přesně jsou „*pravidla a postupy*“. Pro přesné definování je tedy zapotřebí nahlédnout do Obecných pokynů k posouzení úvěruschopnosti, což je zákonné ustanovení, vydané Evropským orgánem pro bankovníctví. V tomto dokumentu se lze dočíst, jakým způsobem má poskytovatel jednat, aby důsledně posoudil úvěruschopnost spotřebitele.

Pravidla a postupy pro posuzování úvěruschopnosti:

- Věřitel by měl prošetřit základní výši, historii a případné výkyvy příjmů spotřebitele a učinit odpovídající kroky k ověření zjištěných údajů. V případě spotřebitelů OSVČ nebo s nepravidelným příjmem, by měl věřitel přiměřeně prošetřit informace týkající se výše zisku a potvrzení o příjmu vystaveného třetí stranou, a učinit odpovídající kroky k ověření zjištěných údajů.
- Věřitel by měl pro účely spolehlivého posouzení úvěruschopnosti vytvořit dokumentaci k úvěru tak, aby napomáhala odhalovat a předcházet zkreslení informací spotřebitelem.
- Při posuzování úvěruschopnosti spotřebitele by měl věřitel zohlednit relevantní faktory, které by mohly ovlivnit schopnost spotřebitele plnit závazky, aby nedošlo k nepřiměřenému strádání a předlžení spotřebitele. Těmito faktory mohou být závazky ze splácení jiných úvěrů, jejich úrokové sazby a nesplacená jistina daného dluhu; doklady o zpožděných platbách; i přímo související daně a pojištění, jsou-li tyto informace k dispozici.
- Věřitel by se měl ujistit, že schopnost spotřebitele plnit závazky ze smlouvy o úvěru nezávisí na předpokládaném zvýšení příjmu, pokud dokumentace neposkytuje dostatečný důkaz o tom, že ke zvýšení dojde.
- Při posuzování bonity spotřebitele by měl věřitel přiměřeným způsobem zohlednit povinné a jiné nezbytné výdaje, jako např. aktuální závazky spotřebitele, včetně odpovídajícího doložení a zohlednění životních nákladů spotřebitele

Špatná informovanost je jedním ze základních pilířů nezdravého zadlužování obyvatel, proto je v této novele upravena povinnost informovat spotřebitele v mnoha ohledech. V první řadě musí být poskytovatelem uvedena roční procentní sazba nákladů skrze reklamu stejně zřetelně jako jakákoli informace o zápůjční úrokové sazbě. Tím je téměř eliminována možnost, že by spotřebitel nezachytil informaci ohledně RPSN. Pokud je úvěr sjednáván pomocí hlasové telefonní komunikace, musí být spotřebiteli poskytnuty informace o celkové výši úvěru, době trvání, zápůjční úrokové sazbě a podmínkách, při kterých se sazba mění. Dále musí být spotřebiteli poskytnuty informace o celkové částce, kterou má spotřebitel zaplatit, a roční procentní sazbě nákladů na spotřebitelský úvěr a výši, počtu a četnosti plateb. Velmi důležitou změnou bylo také definování, jaké informace o poskytovateli či zprostředkovateli se ve smlouvě o úvěru mají objevit. Toto nařízení zamezilo případným potížím s kontaktováním poskytovatele, jelikož tato novela zákona určila, že věřitelé ve smlouvě musí uvést kontaktní údaje, zejména poštovní adresu pro doručování, telefonní číslo, popřípadě adresu pro doručování elektronické pošty.

Jedním z největších pokroků této novely je §122, který pojednává o omezení plateb souvisejících s prodlením spotřebitele. Zde zákon uvádí práva a povinnosti věřitele, plynoucí z neschopnosti spotřebitele splácet své závazky. V takové situaci má věřitel právo požadovat náhradu účelně vynaložených nákladů, které mu vznikly v souvislosti s prodlením spotřebitele, dále úroky z prodlení, jejichž výše nesmí přesáhnout výši stanovenou právním předpisem upravujícím úroky z prodlení a smluvní pokutu. Ta však dle tohoto zákona *„nesmí přesáhnout 0,1 % denně z částky, ohledně níž je spotřebitel v prodlení“* (Zakonyprolidi.cz, 2019) a *„Souhrn výše všech uplatněných smluvních pokut nesmí přesáhnout součin čísla 0,5 a celkové výše spotřebitelského úvěru, nejvýše však 200000 Kč“* (Zakonyprolidi.cz, 2019). To však neplatí na souhrn smluvních pokut uplatněných do okamžiku, kdy se úvěr stane v důsledku prodlení spotřebitele splatným, nižší než 3000 Kč a pokud výše smluvních pokut zahrnutých v tomto souhrnu uplatněných ve vztahu k prodlení s každou jednotlivou splátkou spotřebitelského úvěru činí nejvýše 500 Kč.

Avšak věřitel před tím, než se úvěr stane v důsledku prodlení spotřebitele splatným, vyzve k uhrazení dlužné splátky a poskytne mu k tomu lhůtu alespoň 30 dnů.

Modelový příklad

Pokud si pan N. půjčí u nejmenované společnosti 15 000,- Kč, nebude schopen již od prvního měsíce doby splácení hradit tento závazek a opomene-li se úroková sazba a RPSN, může nastat tato situace:

- 1) Každý den se panu N. vypočítá 0,1% ze smluvní částky, což za jeden měsíc čítá $15 \cdot 30 = 450,-$ Kč. Tato částka je dle zákona v pořádku, protože nepřesahuje hodnotu 500,- Kč.
- 2) Pokud bude tento úvěr splatný po 6 měsících od doby prvního prodlení, bude celková hodnota smluvní pokuty $6 \cdot 450 = 2700,-$ Kč. Tato částka je také v mezích zákona, jelikož nepřesahuje 3000,-Kč.

Zhodnocení novely zákona

Tato novela ZSÚ výrazně změnila pohled na informovanost klienta, posuzování bonity, práva a povinnosti subjektů a problém sankcí z prodlení. Pokrokem oproti předchozí novele je podrobnější definování problematiky informovanosti klienta. Zde se zákon zaměřil hlavně na marketingovou část podávání informací a také na smluvní a předmluvní informace. Poskytovatel má tím pádem striktnější zadání, jak k této věci přistupovat. Velkým krokem kupředu bylo zahrnutí „Pravidel a postupů pro ověřování bonity“ do ZSÚ. Tím byl opět poskytovatel stimulován k přesnějšímu zjišťování úvěruschopnosti. Nemalými změnami také prošlo nahlížení na to, jaké subjekty mohou na tomto trhu působit a co musí pro tuto činnost plnit. To mělo za cíl potlačení nedostatečně kompetentních poskytovatelů a rozšíření portfolia pro dohled ČNB. Poslední a také velice důležitou změnou bylo omezení hodnoty sankcí, které si mohou poskytovatelé účtovat za prodlení spotřebitele se splátkou. Z hlediska rozsahu lze konstatovat, že tato novela byla sepsána do 26 772 slov, což je o 17 979 více, než předchozí novela.

3.4 Komparace podob ZSÚ

Na základě podrobné analýzy všech podob je nyní možné porovnat tyto formy ZSÚ z obsahového hlediska. Dle zjištěných údajů lze konstatovat, že počáteční forma tohoto zákona byla relativně strohá a obsáhla pouze ty nejzákladnější prvky. Avšak bylo zde mnoho prostoru k vytváření nekalých praktik či nemorálního jednání. V případě stanovených otázek, položených v úvodu kapitoly, zde absentovaly informace ohledně posouzení bonity klienta. Tím pádem věřitelé mohli poskytnout úvěr téměř komukoliv a na základě toho si mohli stanovit podmínky v případě prodlení se splátkou. Co se týče informovanosti spotřebitele, zde byly popsány základní parametry a pravidla pro smlouvu, avšak tato podoba ZSÚ nepřihlížela ke způsobu sdělení těchto informací.

Oproti tomu při vytváření druhé novely tohoto zákona se čeští zákonodárci poučili ze situací, které na trhu vyplynuly v důsledku nedostatků novely první. Zde se již informace, poskytnuté věřitelem rozšířily o podstatné body a také o způsob, jak tyto informace prezentovat. Lze tedy říci, že druhá novela tohoto zákona výrazně napomohla, co se týče informovanosti spotřebitele, avšak jsou zde opět možnosti k vytvoření nekalého jednání. V této formě zákona se také zaznamenal princip posuzování bonity. Díky tomu jsou věřitelé zodpovědní za to, jakému klientovi je úvěr poskytnut, avšak zde nastává problém v přístupu spotřebitelů.

Poslední novela se zaměřila na rozšíření definice bonity a informovanosti. Zde zákon přidal podstatné body, týkající se těchto problematik, a to hlavně „Pravidla a postupy pro ověřování bonity klienta“ a zaměřil se na oblast marketingu, smluv a předmluvních informací, kde určil způsob činností poskytovatelů. Avšak v této novele byly přidány tři body, odlišné oproti předchozí formě zákona, a to omezení sankcí z prodlení, povinnosti poskytovatelů ohledně splnění podmínek pro vykonávání činnosti na trhu a způsob jejich dohledu.

4 Vývoj úvěrového trhu

Finanční výpomoc od jakékoliv instituce je v dnešní době běžným a někdy i výhodným řešením krytí svých potřeb. Peníze jdou od spotřebitelů k věřitelům, přes daňový systém do státního rozpočtu a ekonomika státu je tím tedy spokojena. Avšak tento řetězec zůstane neporušen pouze v případě jistoty splácení dluhu. Pokud totiž spotřebitel není dostatečně schopný své půjčky hradit, dochází k exekučnímu řízení a tím je koloběh financí narušen. A právě tuto problematiku bude v následujících podkapitolách řešit tato práce.

Jelikož je zadluženost s exekucemi úzce spjata a poměr těchto dvou hodnot a alespoň částečně vypovídá o situaci na úvěrovém trhu, bude se snažit tato práce rozklíčovat, zda existuje spojitost mezi touto situací a podobami zákona o spotřebitelském úvěru.

Nejprve je nutné podotknout, že fungování trhu každé ekonomiky není závislé pouze na zákonech, které napomáhají k udržení trhu v určitém směru. Finanční trh totiž nemůže fungovat samostatně, nýbrž pouze v rámci celého finančního systému (Rejnuš, 2016). To znamená, že každý trh je závislý na makroekonomických vlivech, avšak z důvodu rozsahu práce je nutné abstrahovat od těchto vlivů a zaměřit se pouze na již zmíněné podoby zákona o spotřebitelském úvěru. A jak jinak pochopit situaci na úvěrovém trhu, než porovnáním vývoje hodnoty úvěrů za uplynulé období s vývojem hrubých mezd a počtem exekucí. Pokud totiž bude výsledek porovnání těchto hodnot dále položen vedle dat, zjištěných z komparace podob zákona o spotřebitelském úvěru, bude možné pochopit, zda má, či nemá, měnění tohoto zákona vliv právě na úvěrový trh v České republice.

Pro úvod do situace na úvěrovém trhu bude sloužit tabulka uvedená níže. Tato tabulka představuje souhrn hodnot všech úvěrů, poskytnutých českými poskytovateli. Tyto úvěry jsou poté rozděleny na tři oblasti a to na krátkodobé, střednědobé a dlouhodobé. Dále je z tabulky možné vyčíst, jak se tyto hodnoty vyvíjely v čase. Zelené kolonky označují meziroční růst, zatímco červené buňky naopak meziroční pokles.

Rok	Ú. Krátkodobé	vývoj	Ú. Střednědobé	vývoj	Ú. Dlouhodobé	vývoj
31.12.2001	3552499,9		2107560,3		4169865,5	
31.12.2002	2719819,2	23,40%	2682967	27,30%	3651838,4	12,40%
31.12.2003	2538891,9	6,70%	2894958,8	7,90%	3962748,5	8,50%
31.12.2004	2651361,8	4,40%	2790957,9	3,60%	4709226,3	18,80%
31.12.2005	2985051,8	12,60%	2611706,4	6,40%	5741097,2	21,90%
31.12.2006	3343623,8	12%	2638675,7	1%	7468682,7	30%
31.12.2007	3851289,2	15,20%	2947556,5	11,70%	9764414,1	30,70%
31.12.2008	4697804,1	22%	3265775,7	10,80%	12332553,1	26,30%
31.12.2009	4122495,7	12,30%	3266528,8	0,02%	14376836	16,60%
31.12.2010	3830901,3	7,10%	2819664,8	13,70%	15510687,8	7,90%
31.12.2011	3889155,1	1,50%	2615136,7	7,30%	16630518,9	7,20%
31.12.2012	3884015,5	0,10%	2579577,2	1,40%	17413290,4	4,70%
31.12.2013	3834423,3	1,30%	2592797,5	0,50%	17995796,9	3,30%
31.12.2014	3761662,5	1,90%	2666392,1	2,80%	18851394,6	4,80%
31.12.2015	3922484,7	4,30%	2585903	3%	20160084,2	6,90%
31.12.2016	3511108,2	10,50%	2727490,2	5,50%	21812648,6	8,20%
31.12.2017	3272902,9	6,80%	2909011,4	6,70%	23222122,9	6,40%
30.6.2018	1539817,5		1486583,5		12223116,2	
31.12.2018	30796350	5,90%	29731670	2,20%	24446232,4	5,30%

Obrázek 1 - Hodnota úvěrových produktů dle času

Zdroj:

https://www.cnb.cz/cnb/STAT.ARADY_PKG.PARAMETRY_SESTAVY?p_sestuid=1265&p_strid=AABBAB&p_lang=CS

Jak je z tabulky zřejmé, nejstabilnějším prvkem jsou dlouhodobé úvěry, které zaznamenávají stálý nárůst již od roku 2003. Oproti tomu největší výkyvy na trhu mají úvěry krátkodobé. Je také patrné, že všech třech oblastí se dotkla finanční krize, která vznikla na území Spojených států amerických v roce 2007 a ovlivnila českou ekonomiku na přelomu let 2008 a 2009. Posledním zaznamenaným údajem je konec roku 2018, který je spíše predikcí na základě reálné hodnoty z pololetí tohoto roku.

Avšak aby bylo možné pochopit, jak se trh vyvíjel z hlediska průměrného spotřebitele, kterým pro tuto práci bude obyčejný zaměstnanec či drobný živnostník, je zapotřebí ze všech úvěrů vyselektovat ty, které budou pro tuto práci klíčové. Prvním krokem je zjištění hodnoty všech úvěrů, sjednaných českými poskytovateli a poskytnutých domácnostem na území České republiky. Z důvodu zaměření této práce je potřeba se oprostít od úvěrů, poskytovaných právními subjekty či nerezidentům ČR.

Na základě dat, poskytnutých ČNB je možné níže v tabulce vidět, v jakých hodnotách se pohybovaly poskytnuté úvěry od roku 2001 do roku 2018 a jaký byl jejich vývoj. Tato data jsou uvedena v miliónech korun českých a za každý uplynulý rok tohoto období.

	Spotř. ú. obyvatelstvu	V	Ú. na bydlení	V	Ostatní ú.	V	Ú. živnostníkům	V
2001	227932,4		336474,9		64830,2		304202	
2002	426481,6	87,10%	1163441,7	245,10%	34772,8	46,40%	238670,1	21,50%
2003	578794,7	35,70%	1575022,3	35,40%	13497,5	61,20%	266428,2	11,60%
2004	702808	21,40%	2161081,5	37,20%	52348,3	287,80%	299906,6	12,60%
2005	912599,5	29,90%	2904936,9	34,40%	95422,3	82,30%	354726,8	18,30%
2006	1167856,6	28%	3883190,7	33,70%	152133,7	59,40%	409008,1	15,30%
2007	1476443	26,40%	5208930,9	34,10%	211912,4	39,30%	456838,7	11,70%
2008	1852774,4	25,50%	6773326,8	30%	277454,9	30,90%	495906,1	8,60%
2009	2144731,8	15,80%	7793505,7	15%	324394,8	16,90%	512942,3	3,40%
2010	2292195,2	6,90%	8451939,7	8,40%	377763,6	16,50%	493692	3,80%
2011	2369761,3	3,40%	8957969,2	6%	444319,3	17,60%	468408	5,10%
2012	2333128,1	1,50%	9468956,3	5,70%	463586,3	4,30%	442779,7	5,80%
2013	2318108,6	0,60%	9930207,2	4,90%	482218	4%	428151,8	3,30%
2014	2318588,7	0,02%	10489398,4	5,60%	536185,2	11,20%	423568,5	1%
2015	2431568,4	4,90%	11207170,9	6,80%	577651,8	7,70%	417242,9	1,50%
2016	2575529,3	5,90%	12114781,7	8,10%	633348,3	9,60%	421463,5	1%
2017	2693228,3	4,60%	13236981,9	9,30%	674700,3	6,50%	450129,4	6,80%
1/2 z 2018	1393517,1		7027852,3		352957,2		239729	
2018	2787034,2	3,50%	14055704,6	6,20%	705914,4	4,60%	479458	6,50%

Obrázek 2 - Hodnota úvěrových produktů dle sektoru

Zdroj:

https://www.cnb.cz/cnb/STAT.ARADY_PKG.STROM_SESTAVY?p_strid=AABBAA&p_sestuid=&p_lang=CS

Jak lze z této tabulky vyčíst, opět jsou nejstabilnějším prvkem úvěry poskytnuté na bydlení. Zde se samozřejmě také projevila finanční krize, avšak po celou dobu zkoumaného období jejich hodnota nepřestala narůstat. Lze tak říci, že tyto úvěry jsou nejodolnějším úvěrovým produktem bankovních společností.

Avšak aby bylo možné posoudit, jakým způsobem hodnota úvěrů v této periodě vzrostla, je zapotřebí ji porovnat s hodnotou průměrných mezd občanů České republiky ve sledovaném období. Tím lze získat procentuální nárůst obou hodnot a bude možné je porovnat a na základě tohoto porovnání je možné vyvodit, zda se spotřebitelé zadlužovali více či méně v poměru ke svým vlastním příjmům.

Dle údajů o výši průměrných hrubých měsíčních mezd lze vytvořit tabulku, na základě níž je možné porovnat jejich hodnotu a hodnotu úvěrů za určité období. Hodnoty v tabulce za každý sledovaný rok jsou uvedeny v korunách českých. Z tabulky je patrné, že zaměstnanec, beroucí průměrnou mzdu, si v roce 2001 odnášel do rodinného rozpočtu 14 378,- Kč. V 1. pololetí roku 2018 si stejný zaměstnanec přišel na 31 062,- Kč, což je o 16 684,- Kč více. (Eprehledy.cz, 2019)

Rok	Průměrná mzda		
		2009	23 344 Kč
2000	13 219 Kč	2010	23 864 Kč
2001	14 378 Kč	2011	24 455 Kč
2002	15 524 Kč	2012	25 067 Kč
2003	16 430 Kč	2013	25 078 Kč
2004	17 466 Kč	2014	25 686 Kč
2005	18 344 Kč	2015	26 072 Kč
2006	19 546 Kč	2016	27 589 Kč
2007	20 957 Kč	2017	29 504 Kč
2008	22 592 Kč	1. pololetí 2018	31 062 Kč

Obrázek 3- Vývoj průměrné hrubé mzdy od roku 2000 roku 2018

Zdroj: https://eprehledy.cz/prumerna_mzda.php

Předchozí tabulky nastiňují celkový vývoj hodnot úvěrů i průměrných měsíčních mezd, avšak pro přesnější porovnání je zapotřebí vývoj hodnot zachytit v procentuálním vyjádření. K tomu poslouží následující tabulka. Ta zachycuje změny jak hodnot úvěrů, tak hodnot průměrné měsíční mzdy.

	Spotř. ú. Obyv.	V	Ú. na bydl.	V	Ost. ú.	V	Ú. živ.	V	Prům. mzda	
2001	227932,4		336474,9		64830,2		304202		13 219 Kč	
2002	426481,6	87,10%	1163441,7	245,10%	34772,8	46,40%	238670,1	21,50%	14 378 Kč	8,76%
2003	578794,7	35,70%	1575022,3	35,40%	13497,5	61,20%	266428,2	11,60%	15 524 Kč	7,97%
2004	702808	21,40%	2161081,5	37,20%	52348,3	287,80%	299906,6	12,60%	16 430 Kč	5,84%
2005	912599,5	29,90%	2904936,9	34,40%	95422,3	82,30%	354726,8	18,30%	17 466 Kč	6,31%
2006	1167856,6	28%	3883190,7	33,70%	152133,7	59,40%	409008,1	15,30%	18 344 Kč	5,03%
2007	1476443	26,40%	5208930,9	34,10%	211912,4	39,30%	456838,7	11,70%	19 546 Kč	6,55%
2008	1852774,4	25,50%	6773326,8	30%	277454,9	30,90%	495906,1	8,60%	20 957 Kč	7,22%
2009	2144731,8	15,80%	7793505,7	15%	324394,8	16,90%	512942,3	3,40%	22 592 Kč	7,80%
2010	2292195,2	6,90%	8451939,7	8,40%	377763,6	16,50%	493692	3,80%	23 344 Kč	3,33%
2011	2369761,3	3,40%	8957969,2	6%	444319,3	17,60%	468408	5,10%	23 864 Kč	2,23%
2012	2333128,1	1,50%	9468956,3	5,70%	463586,3	4,30%	442779,7	5,80%	24 455 Kč	2,48%
2013	2318108,6	0,60%	9930207,2	4,90%	482218	4%	428151,8	3,30%	25 067 Kč	2,50%
2014	2318588,7	0,02%	10489398,4	5,60%	536185,2	11,20%	423568,5	1%	25 078 Kč	0,04%
2015	2431568,4	4,90%	11207170,9	6,80%	577651,8	7,70%	417242,9	1,50%	25 686 Kč	2,42%
2016	2575529,3	5,90%	12114781,7	8,10%	633348,3	9,60%	421463,5	1%	26 072 Kč	1,50%
2017	2693228,3	4,60%	13236981,9	9,30%	674700,3	6,50%	450129,4	6,80%	27 589 Kč	5,82%
1/2 z 2018	1393517,1		7027852,3		352957,2		239729		29 504 Kč	6,94%
2018	2787034,2	3,50%	14055704,6	6,20%	705914,4	4,60%	479458	6,50%	31 062 Kč	5,28%

Obrázek 4 - Vývoj úvěrů a průměrné mzdy v procentech

Zdroj: Vlastní zpracování

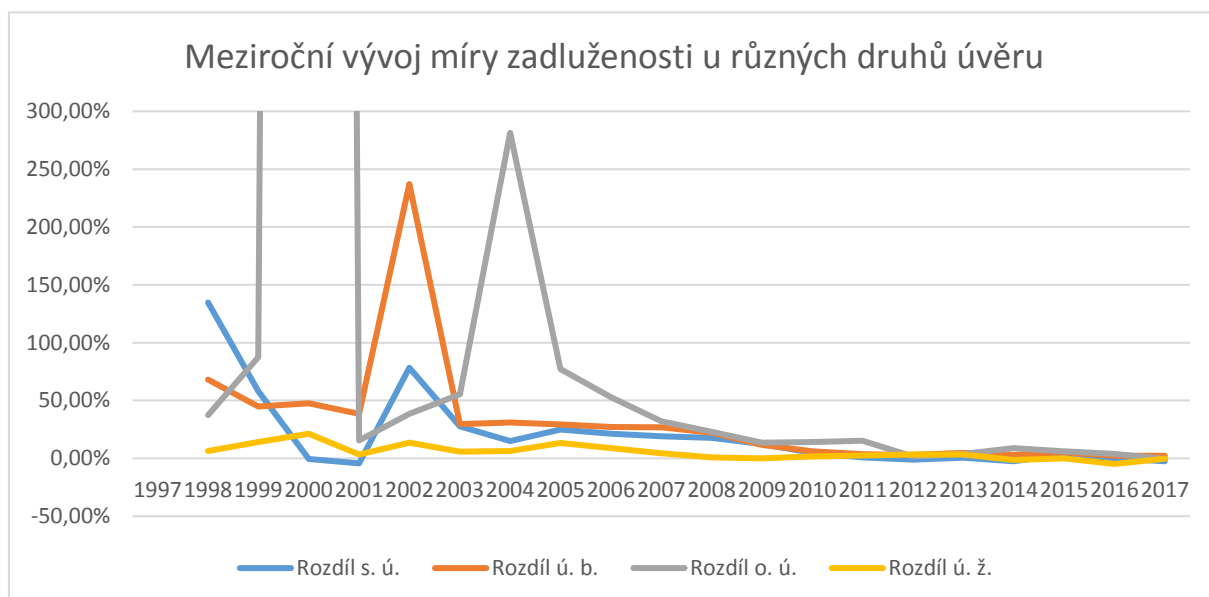
Pro tuto práci bude významné hlavně porovnání meziročního vývoje těchto dvou hodnot, které nastíní, v jakém období si zaměstnanci a živnostníci půjčovali oproti vývoji mzdy více či méně. Toto srovnání lze pojmenovat jako vývoj úvěrové zadluženosti obyvatel České republiky. Náhled na tento vývoj zadluženosti poskytuje následující tabulka. Kolonky označené modrou barvou vyznačují procentuální rozdíl mezi vývojem hodnot určitého druhu úvěru a vývojem hodnoty průměrné měsíční hrubé mzdy, který znamená, že nárůst hodnoty úvěrů, které si občané půjčili, byl stejný či vyšší, než nárůst průměrné hrubé mzdy. Žluté kolonky označují hodnotu opačnou. Zde byl růst mzdy vyšší, než procentuální nárůst úvěrů.

	Spotř. ú. Obyv.	Rozdíl s. ú.	Ú. na bydl.	Rozdíl ú. b.	Ost. ú.	Rozdíl o. ú.	Ú. živ.	Rozdíl ú. ž.	
1997									
1998	144%	134,75%	77,30%	68,05%	46,70%	37,45%	15,70%	6,45%	9,25%
1999	66,70%	58,26%	53,40%	44,96%	95,80%	87,36%	22,60%	14,16%	8,44%
2000	2,80%	-0,50%	51%	47,70%	6155,40%	6152,10%	24,60%	21,30%	3,30%
2001	4,47%	-4,29%	47,13%	38,37%	24,19%	15,43%	12%	3,24%	8,76%
2002	87,10%	78,34%	245,10%	237,13%	46,40%	38,43%	21,50%	13,53%	7,97%
2003	35,70%	27,73%	35,40%	29,56%	61,20%	55,36%	11,60%	5,76%	5,84%
2004	21,40%	15,09%	37,20%	30,89%	287,80%	281,49%	12,60%	6,29%	6,31%
2005	29,90%	24,87%	34,40%	29,37%	82,30%	77,27%	18,30%	13,27%	5,03%
2006	28%	21,45%	33,70%	27,15%	59,40%	52,85%	15,30%	8,75%	6,55%
2007	26,40%	19,18%	34,10%	26,88%	39,30%	32,08%	11,70%	4,48%	7,22%
2008	25,50%	17,70%	30%	22,20%	30,90%	23,10%	8,60%	0,80%	7,80%
2009	15,80%	12,47%	15%	11,77%	16,90%	13,57%	3,40%	0,07%	3,33%
2010	6,90%	4,67%	8,40%	6,17%	16,50%	14,27%	3,80%	1,57%	2,23%
2011	3,40%	0,92%	6%	3,52%	17,60%	15,12%	5,10%	2,62%	2,48%
2012	1,50%	-1,00%	5,70%	3,20%	4,30%	1,80%	5,80%	3,30%	2,50%
2013	0,60%	0,56%	4,90%	4,86%	4%	3,96%	3,30%	3,26%	0,04%
2014	0,02%	-2,40%	5,60%	3,18%	11,20%	8,78%	1%	-1,42%	2,42%
2015	4,90%	3,40%	6,80%	5,30%	7,70%	6,20%	1,50%	0,00%	1,50%
2016	5,90%	0,08%	8,10%	2,28%	9,60%	3,78%	1%	-4,82%	5,82%
2017	4,60%	-2,34%	9,30%	2,36%	6,50%	-0,44%	6,80%	-0,14%	6,94%
2018									5,28%

Obrázek 5 - Porovnání hodnot vývoje úvěrů a mzdy

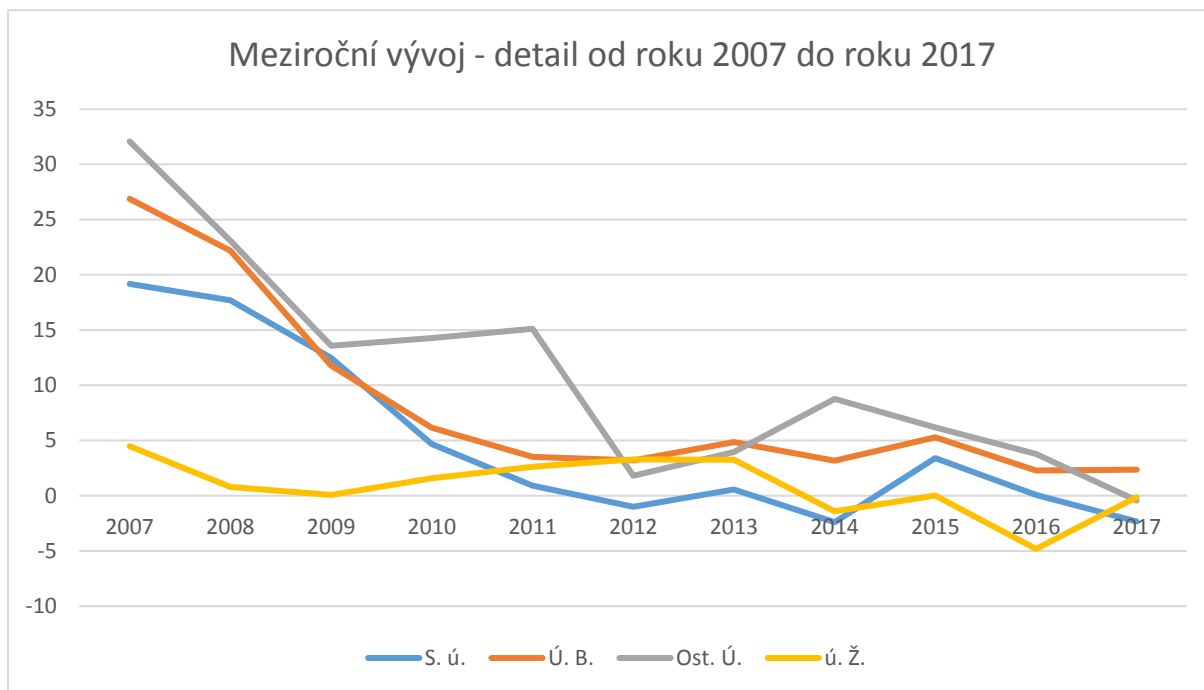
Zdroj: Vlastní zpracování

Trend klesajícího vývoje zadluženosti je patrný hlavně z následujícího grafu. Zde jsou tedy zachyceny roky 1998 až 2018. Jak lze z grafu pochopit, největší rozdíl v meziročním vývoji úvěrů a průměrných mezd byl právě od roku 1998 do roku 2004. Od roku 2005 se již trh více stabilizoval, výkyvy nejsou tak markantní a na základě těchto údajů je tedy možné říci, že růst úvěrové zadluženosti jde ruku v ruce s růstem průměrných mezd, což znamená, že obyvatelé si půjčují průměrně procentuálně zhruba o tolik více, o kolik se jim zvýší průměrná mzda.



Obrázek 6 - Grafické znázornění rozdílu vývoje úvěrů a mezd

Zdroj: Vlastní zpracování



Obrázek 7 - Detailnější grafický náhled na období 2007 až 2017

Zdroj: Vlastní zpracování

Zhodnocení šetření

Na základě zjištěných informací je tedy možné říci, že úvěrový trh, na kterém působí poskytovatelé a spotřebitelé jsou FO, byl z počátku sledovaného období relativně nestabilní, avšak v následujících letech se ustálil. Z prokázaných údajů lze vyvodit, že je trh ve fázi růstu, což dokazuje i fakt, že v posledních letech zkoumaného období si obyvatelé v určitých oblastech úvěrů půjčují procentuálně méně, než je jejich růst průměrných hrubých mezd, což znamená, že neutracenou část mohou naspořit či utratit ve prospěch poskytovatelů služeb či zboží v dané ekonomice.

4.1 Počet exekucí

Každý den musí Exekutorská komora ČR řešit nové, či probíhající případy, kdy lidé nemají dostatek finančních prostředků na uplacení svých dluhů. Je to způsobeno prohlubujícím se konzumním chováním obyvatel, přístupem legislativy či poskytovatelů úvěrů k trhu, nebo něčím úplně jiným? Tato práce se v následující kapitole pokusí objasnit, zda má na problematiku exekučních řízení během posledních let vliv rozsah a charakter českého systému zákonů o spotřebitelském úvěru. Situace ohledně exekucí na území České republiky v určitém období totiž bude pro pochopení problematiky úvěrového trhu z pohledu spotřebitele tím posledním střípkem.

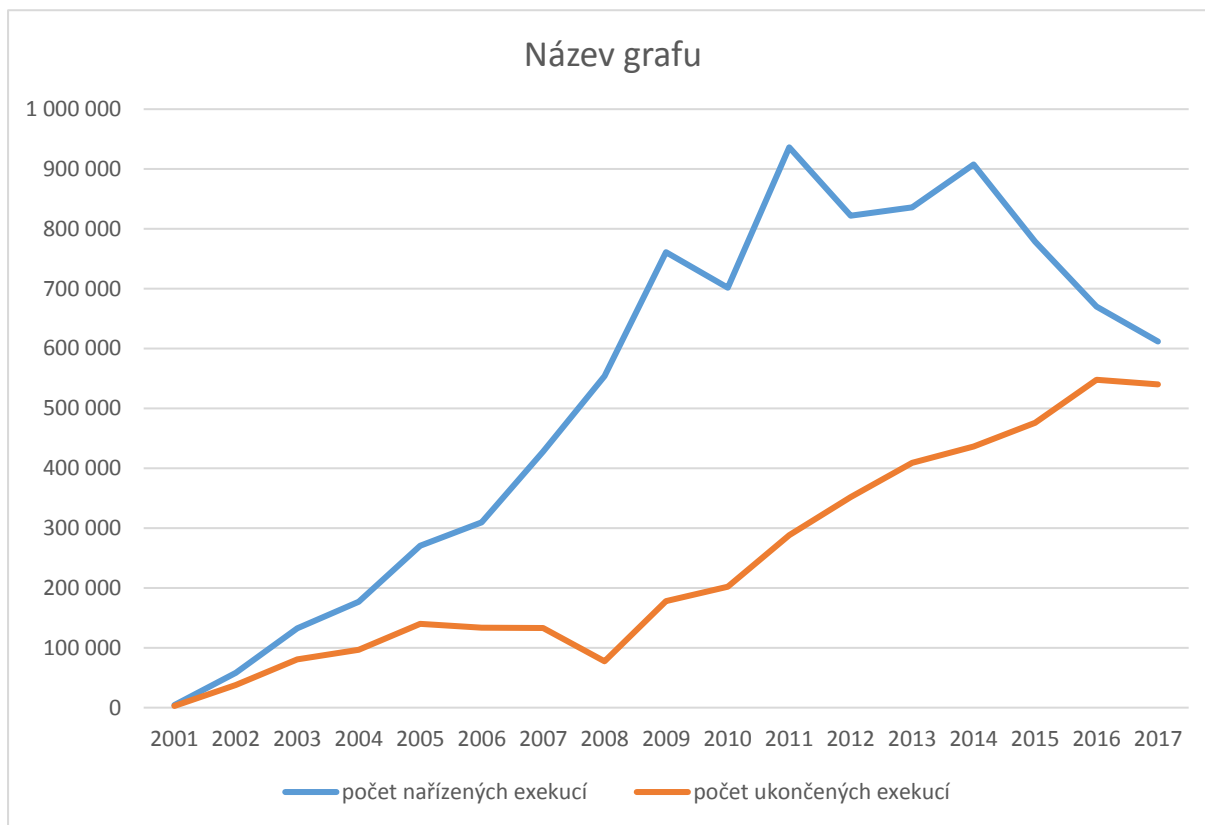
Česká exekutorská komora je instituce, zabývající se řešením případů občanů České republiky, kteří se ocitli buď vlastním zaviněním, či nedopatřením v situaci, kdy si vypůjčili finanční prostředky z cizích zdrojů a jsou v dlouhodobém prodlení se splátkami. Exekucemi trpí spíše obyvatelé v nižších sociálních vrstvách. Pro tuto práci bude důležité zjistit, jaká je situace na trhu, co se týče exekucí, jelikož i to je vypovídající hodnota o vztahu subjektů k finančnímu trhu. (Ekcr.cz, 2019), (Proquest, 2017)

Na základě údajů poskytnutých Českou exekutorskou komorou je možné pochopit, jak se právě problematika exekucí v České republice vyvíjela z historického hlediska. Jak si lze všimnout v tabulce níže, počet ukončených exekucí od roku 2001 pokračuje ve stále rostoucím trendu. V roce 2009 byl tento počet 178 233, avšak k roku 2017 se tento ukazatel pohyboval okolo hranice 540 000 ukončených exekucí. Oproti tomu nově nařízené exekuce mají rostoucí trend od roku 2001 do roku 2011. V počátečním roce tohoto období bylo nově podáno zhruba 4302 nařízení na exekuční řízení a v roce 2011 jich bylo až 936 219. K roku 2017 však klesla křivka nových exekucí k hodnotě 612 000. Jak si lze všimnout, největší rozdíl hodnot u nově vzniklých exekučních řízeních byl mezi rokem 2011 a 2017. Zde šlo o pokles o více než 34,6 %. (Ekcr.cz, 2019)

Tabulka 1 - Počet exekucí a jejich procentuální vývoj

rok	počet nařízených exekucí	vývoj	počet ukončených exekucí	vývoj
2001	4 302		2 791	
2002	57 954	1347,14 %	37 786	1353,85 %
2003	132 469	228,57 %	80 674	213,5 %
2004	177 060	33,66 %	96 852	20,05 %
2005	270 480	52,8 %	140 109	44,66 %
2006	309 457	14,41 %	133 685	-4,59 %
2007	427 800	38,24 %	133 046	-0,48 %
2008	554 128	29,53 %	77 576	-41,69 %
2009	760 923	37,32 %	178 233	229,75 %
2010	701 900	-7,76 %	202 036	13,35 %
2011	936 219	33,40 %	287 984	42,54 %
2012	821 919	-12,21 %	352 078	22,26 %
2013	835 681	1,67 %	409 145	16,21 %
2014	907 510	8,60 %	436 136	6,60 %
2015	778 893	-14,17 %	475 781	9,09 %
2016	670 246	-13,95 %	547 810	15,14 %
2017	612 000	-8,69 %	540 000	-1,43 %

Zdroj: <https://www.ekcr.cz/1/aktuality-pro-media/2447-trendy-v-poctech-exekuci-maji-klesajici-tendenci-exekuci-by-melo-zacit-ubyvati?w>

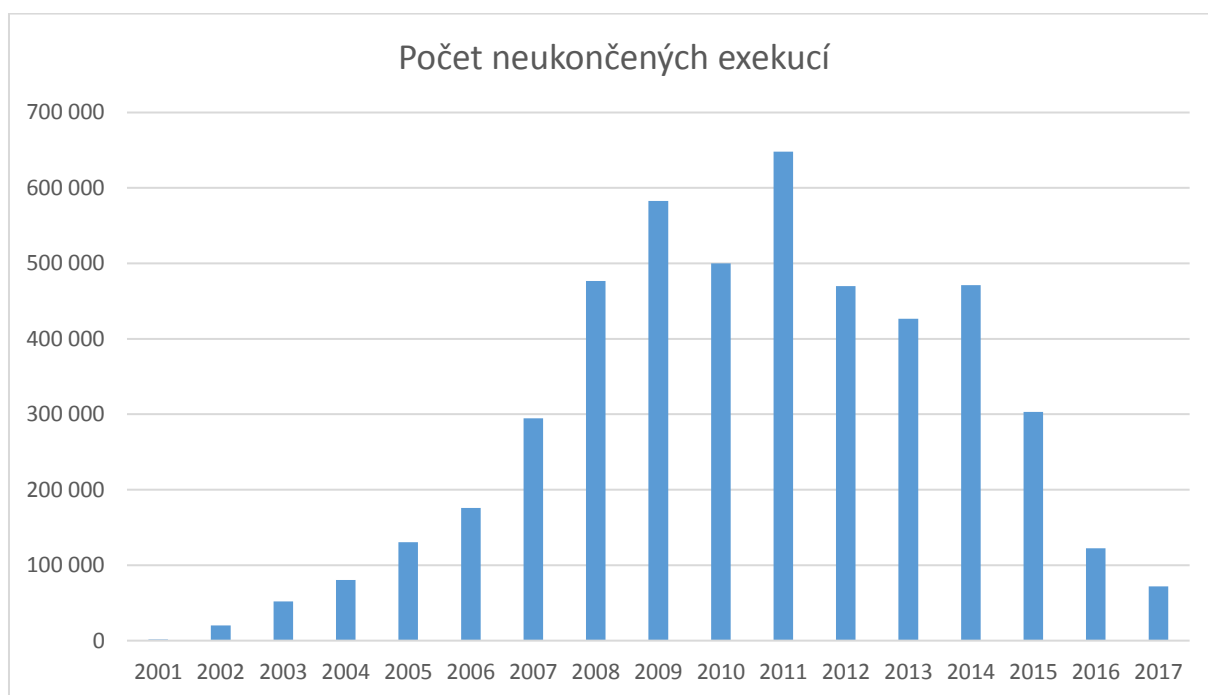


Obrázek 8 - Graf rozdílu nových a ukončených exekucí

Zdroj: Vlastní zpracování

Jak lze také z grafu výše vypožorovat, postup obou těchto hodnot vypovídá o zvyšujícím se trendu ukončených exekucí, zatímco nově započaté začínají od roku 2014 postupně klesat. Mediální zástupce Exekutorské komory ČR Mgr. Martina Houšková jménem komory uvedla některé důvody poklesu nově nařízených exekucí, jimiž jsou zejména výsledky „legislativních změn, např. zákona o spotřebitelském úvěru, změna advokátního tarifu“ a „také ekonomická konjunktura posledních let“. Advokátním tarifem se dle vyhlášky č. 177/1996 Sb. rozumí „odměna advokáta za poskytování právních služeb“. Ekonomická konjunktura znamená ekonomický rozvoj. Avšak pro tuto práci je důležitý názor právě na změnu české legislativy.

Následující graf zachycuje rozdíl mezi nově vzniklými a ukončenými exekucemi. Tento údaj vypovídá o tom, v jaké ekonomické situaci se obyvatelstvo nacházelo, protože lze říci, že čím větší je mezi těmito hodnotami rozdíl, tím více se lidé do exekucí dostávali a tím více byli zadluženi. Lze tedy říci, že od roku 2001 do roku 2009 se obyvatelé dostávaly do exekucí více, než byli likvidátoři tyto exekuce ukončovat. Rok 2010 byl prvním rokem, kdy se projevila změna. Poté sice nastala situace většího počtu nových exekucí ještě v roce 2011, avšak od tohoto roku dále lze pozorovat, sestupný trend neukončených exekucí, přerušeny pouze rokem 2014. Trend vypovídá buď o lepší schopnosti obyvatel splácet své dluhy, nebo přísnější legislativě, která neumožňuje tak jednoduché zadlužení se, jako v minulých letech. Teoreticky mohou hrát roli oba faktory najednou.



Obrázek 9 - Počet neukončených exekucí

Zdroj: Vlastní zpracování

4.1.1 Komparace zjištěných poznatků a forem ZSÚ

Cílem bylo zjistit, zda formy ZSÚ mají vliv na úvěrový trh. Při pohledu na grafy, dostupné z předchozího zkoumání, je jasné, že zadluženost na různých typech úvěrů byla největší v době mezi rokem 1998 až 2005. Od té doby tato zadluženost spíše kopíruje vývoj průměrné měsíční mzdy. Avšak lze zde nalézt drobné nuance v roce 2011 a v roce 2014 v oblasti ostatních úvěrů. Zajímavý je i pohled na spotřebitelské úvěry, které tyto výkyvy mají vždy rok po úvěrech, řazených do oblasti „ostatní“. Je zde tedy velice možné, že úvěry na spotřebu byly vždy generovány s mírným zpožděním a proto se na trhu projeví vždy o rok později. Co se týče exekucí, zde je jasně zřetelné, že zprvu období zkoumání se obyvatelé dostávali do exekucí rychleji, než je dokázali uplácet. Avšak od roku 2010 se tento trend změnil. Zde je však patrné, že stejné roky, kdy se obyvatelstvo zadlužilo v oblasti ostatních úvěrů více, než vzrostla mzda, byly i rokem, kdy byl větší nárůst nově zadaných exekucí, než těch ukončených. Pokud se tyto informace postaví do stejné roviny s daty nových forem ZSÚ, které získaly platnost v letech 2001, 2010 a 2016, je patrné, že rok 2010 při pohledu na graf zadluženosti v oblastech úvěru neprokázal žádné výkyvy, avšak pohled na graf exekucí jasně prokazuje, že právě tento rok byl zlomový. Co se týče novely zákona z roku 2016, zde byly důsledky jasně patrné v grafu zadluženosti. Tento rok se snížilo procento zadluženosti ve všech typech úvěru. Z grafu exekucí je zřetelné, že v tomto roce byl rozdíl mezi novými a ukončenými exekucemi oproti minulému roku téměř dvojnásobný. Lze tedy říci, že i tato novela se na úvěrovém trhu svojí mírou podepsala.

5 Analýza obchodních podmínek a marketingové strategie vybraných společností

Český úvěrový trh je velice složitý systém, který se skládá z mnoha dílčích částí, jenž se navzájem ovlivňují a prolínají. Jelikož se tato práce zaměřuje na formování trhu ze strany subjektů, které na něm působí, je zapotřebí se tedy podívat i na ten, který práce ještě nezmínila a který tento trh ovlivňuje nemalým dílem. Již výše zmíněné subjekty, kterými jsou zprostředkovatelé, spotřebitelé, vázaní zástupci a dohlížecí orgány, je nutno doplnit o bankovní a nebankovní společnosti. Práce se však z důvodu rozsahu a situace na českém úvěrovém trhu bude zabývat pouze společnostmi z nebankovního sektoru.

Pro pochopení fungování úvěrového trhu je vhodné analyzovat aktuální situaci, která zde panuje. Dle ČNB, která nad tímto trhem dodržuje dohled, působí ke dni 3. 11. 2018 v úvěrovém systému České republiky zhruba 26 097 subjektů. Již na první pohled je z níže uvedené tabulky zřejmé, že největší část představují vázaní zástupci. Bankovních společností je pouze 19 a právě nebankovních společností, kterými se bude práce zabývat, na trhu působí 85. Mezi nejznámější lze zařadit například COFIDIS s.r.o., Home Credit a.s. či Provident Financial s.r.o. (Apl.cnb.cz, 2018)

Tabulka 2 - Poskytovatelé na úvěrovém trhu

Akreditovaná osoba dle zákona o spotřebitelském úvěru	19
Banka	23
Nebankovní poskytovatel spotřebitelského úvěru	85
Samostatný zprostředkovatel spotřebitelského úvěru	331
Vázaný zástupce dle zákona o spotřebitelském úvěru	23292
Zahraniční finanční a úvěrová instituce a pobočka zahraniční finanční a úvěrové instituce poskytující přeshraniční služby v ČR	438
Zahraniční zprostředkovatel spotřebitelského úvěru	6
Zprostředkovatel vázaného spotřebitelského úvěru	1903

Zdroj: https://apl.cnb.cz/apljerrsdad/JERRS.WEB24.SUBJECTS_COUNTS_2

5.1 Vybrané subjekty trhu

Pro následující dílčí cíle práce je potřeba si stanovit subjekty, respektive společnosti, poskytující spotřebitelský úvěr. Tito věřitelé musí spadat do odvětví nebankovních poskytovatelů spotřebitelských úvěrů a musí mít aktivní webové stránky.

Tato kapitola má za cíl objasnit, zda a popřípadě jaké implicitní nekalé praktiky používají nebankovní poskytovatelé spotřebitelských půjček a také umožnit čtenáři pochopit jak se vyvíjí marketingová strategie těchto institucí vzhledem k charakteru potenciálního spotřebitele. Tyto dva aspekty chování poskytovatelů napoví, zda by bylo možné změnou jejich jednání napomoci ke snížení negativních dopadů nekalých marketingových praktik na úvěrový trh.

Aby však bylo možné posoudit, jakým způsobem nebankovní poskytovatelé spotřebitelských úvěrů přistupují k nekalým praktikám na trhu, je zapotřebí si stanovit, kterými subjekty se bude tato práce zabírat. Pro tuto práci byly předem zvoleny 3 nebankovní poskytovatelé spotřebitelských úvěrů, působící na českém trhu. Tyto společnosti byly vybrány účelně a to pro jejich širokou základnu zaměstnanců. Z důvodu morálního jednání za účelem zachování dobrého jména nejsou v této práci uvedeny žádné názvy ani identifikační údaje společností. Pro tuto práci budou tedy označeny jako subjekty A, B a C.

5.2 Implicitní nekalé praktiky na webových stránkách vybraných subjektů

Tato podkapitola důkladně rozebere informace, které jsou dostupné na internetových stránkách vybraných subjektů, a které mohou negativně ovlivnit spotřebitele. Avšak důležité budou pouze ty informace, které se týkají spotřebitelského úvěru. Dle Scotta (SCOTT, 2015) jsou webové stránky nejdůležitějším zdrojem informací, pokud se spotřebitel rozhodne k jakémukoliv druhu obchodu. Pro možnost porovnání produktů a subjektů je zapotřebí zaměřit se na určité oblasti, spjaté se spotřebitelským úvěrem. Těmi budou parametrické vlastnosti úvěru a pojištění, které si může klient sjednat. V těchto oblastech bude autor hledat nesrovnalosti mezi reklamním sdělením a reálnou situací, sepsanou v obchodních podmínkách.

5.2.1 Parametrické vlastnosti

Jedná se o všechny pomocné proměnné veličiny, které se s daným produktem spojují. Jsou jimi například úroky, RPSN, doba splatnosti, poplatky, spojené se spotřebitelským úvěrem, atd. V rámci této práce je potřeba se zabývat problematikou nejasnosti těchto parametrických údajů. Bude zapotřebí zjistit z pohledu klienta, jak jsou spotřebitelské úvěry společnostmi propagovány a následně analyzovat smluvní podmínky k úvěru daných subjektů, ve kterých lze najít přesné znění informací, týkajících se právě parametrů a jejich změn. V určitých obdobích mají některé tyto parametry za cíl nalákat potenciálního klienta na svoje výhody za účelem zakrytí nevýhody jiného parametru, který obvykle minimálně vykompenzuje náklady, vynaložené na prvotně propagovaný parametr, či jím způsobený ušlý zisk. Zpravidla se jedná o reklamní sdělení, které klientovi nabízí produkt za těch nejideálnějších podmínek, avšak po následném jednání dochází k individuálnímu posouzení situace i klienta samotného, při kterém dochází k odhalení nereálnosti prvotně sdělované nabídky či ke klamání spotřebitele v následujících krocích, což ve většině případů vede k samotnému poškození zákazníka a jím následné výpovědi produktu, která může být v určitých případech krajně problematická. (Zakonyprolidi.cz, 2011)

5.2.2 Pojištění schopnosti splácet - PPI

Každý subjekt na trhu, nabízející spotřebitelský úvěr, by měl být schopen spotřebiteli nabídnout odpovídající pojištění dané půjčky, jehož měsíční platba nevstoupuje do ceny splátky úvěru, avšak navyšuje RPSN dané půjčky. Klient by s tímto pojištěním měl být vždy srozuměn. V případě této práce je nutné se zaměřit na podmínky pojištění schopnosti splácet. Webové stránky nabízejí PPI ke spotřebitelským úvěrům co nejjednodušeji pro pochopení, avšak je opět potřeba se zabírat smluvními podmínkami pojištění. Zde bude práce cílit na výluky, neúplný popis či karenční doby různých podmnožin pojištění. Nekalé praktiky, týkající se pojištění, mají za cíl oklamat spotřebitele, který následně při žádosti o pojistné plnění neuspěje a je nucen změnit své dosavadní jednání v pracovním, či osobním životě, aby byl schopen své závazky vůči poskytovateli uhradit. (Finexpert.e15.cz, 2016)

5.3 Poskytovatel A - Parametrické vlastnosti

Úvodní webová stránka toho potenciálnímu klientovi z informativního hlediska tolik nenabízí. Avšak lze se hned jedním kliknutím dostat ke kalkulaci půjčky. Smluvní podmínky jsou v nabídce až v poslední části stránky. Pokud se obě tyto části porovnají, bude možné posoudit, zda není spotřebitel hned prvotní kalkulací uváděn v omyl.

Co se týče zmíněného počítadla spotřebitelského úvěru, zde lze narazit na pár drobností, které vypadají velice lákavě, avšak po analýze smluvních podmínek jsou lehce zavádějící. Nejprve si potenciální klient zadá výši úvěru a možnou splátku. Poté je mu nabídnuta tabulka, obsahující informace o splácení. Bohužel se však nelze dočíst, jaký úrok, či RPSN, je spjat s půjčkou. Avšak na tyto ukazatele upozorňuje odstavec pod kalkulací, který však počítá vždy s dobou splatnosti jeden rok, což může okamžitě změnit úrokovou sazbu, RPSN i výši splátky. Prvotně bylo modelováno zapůjčení 150 000,- Kč s měsíční splátkou 6 500,- Kč. Tento odstavec ale počítá s měsíční splátkou klesající a to od 14 110,- Kč do 12 634,- Kč. V tuto chvíli tedy vyšel úrok 12,88 % a RPSN 13,67 %, což vůbec neodpovídá parametrům zadaným do kalkulace.

Úrokové sazby se však týká i další odstavec smluvních podmínek, který je však pro klienta velice nepříznivý. Po důkladném pročtení podmínek je možné se dozvědět, a to v odstavci 9.1 – změna úrokové sazby, že tento poskytovatel zde zahrnul i dohodu se spotřebitelem o možnosti měnit úrokové sazby a RPSN a to již v probíhající smlouvě. V podmínkách je toto určeno těmito slovy: „*Dohodli jsme se, že můžeme změnit výši úrokové sazby a RPSN. A to v případě, že se o více než 0,5% ročně změní aktuální úroková sazba pro prodej na pražském trhu českých korunových mezibankovních depozit pro dvanáctiměsíční období oproti stejné sazbě zveřejněné v den podpisu smlouvy nebo v nejbližší následující den, kdy byla tato sazba zveřejněna.*“ ... „*V případě, že nebyla sazba zveřejněna v den podpisu smlouvy o úvěru, můžeme výši úrokové sazby změnit (a to i opakovaně).*“ ... „*Sazbu přitom změníme o rozdíl mezi aktuální a původní sazbou, která byla uveřejněna v den podpisu smlouvy. Úrokovou sazbu můžeme tímto způsobem měnit opakovaně, a to i o míru celkové inflace (vyjádřené v procentech) za období předcházejícího kalendářního roku. Nárůst inflace počítáme podle indexu růstu spotřebitelských cen za loňský rok, který publikuje Český statistický úřad.*“

V odstavci níže je však možné upozorovat další podmínky, týkající se změn samotného úvěru. Poskytovatel zde určuje, v jakých situacích může vlastnosti smlouvy o úvěru měnit. Zejména toto nastává „pokud se změní právní předpisy“. Avšak problémem zde není ani tak samotná změna, jako způsob ověření změn klienty a jejich potvrzení. Prodávající subjekt v tomto odstavci upozorňuje klienta na následující: „Pokud podmínky změníme, informujeme vás o této změně ve výpise nebo jiným písemným způsobem nejméně 2 měsíce před začátkem účinnosti.“ ... „Máte dvě možnosti, jak se se změnou seznámit:

- na webových stránkách,
- v našem sídle“ ... „na adrese“ ...

„Souhlas se změnou vyjádříte tím, že v době po účinnosti změny provedete transakci (např. zaplatíte splátku). Nesouhlas se změnou podmínek vyjádříte výpovědí smlouvy o úvěru. S výpovědí nečekejte, je nutné ji podat ještě před tím, než bude změna podmínek účinná.“

Zde je zapotřebí si říci, zda je reálné, aby všichni spotřebitelé úvěrů této společnosti byli obeznámeni s těmito podmínkami a včas zareagovali?

Dle autora jsou obě tyto informace velice zásadní a ani na jednu z nich neupozorňují internetové stránky poskytovatele. Na základě tohoto je tedy možné, že bude potenciální spotřebitel uveden v omyl a to z důvodu jednoduše popsaného průběhu čerpání a splácení spotřebitelského úvěru. V tomto odstavci se však poskytovatel nezmiňuje, že by při změně úrokových sazeb či podmínek smlouvy opět hodnotil bonitu klienta, což je dle autora opět nekalou praktikou, protože prodejce nemůže posoudit, zda pro spotřebitele budou tyto podmínky akceptovatelné. Avšak předešlým souhlasem se změnami je poskytovatel krytý pro případ nesplácení. Co tedy v tomto případě bude s klienty, jejichž žádost o úvěr byla hraniční a změna se jich tedy dotkne nejvíce a může mít i fatální následky? Na tuto otázku již poskytovatel ve smluvních podmínkách odpověď neposkytuje.

Dalším příkladem, jak je možné sdělit informaci pouze napůl, je splácení tohoto úvěru. Internetová stránka velkým písmem upozorňuje klienta na to, že „S revolvingovým úvěrem můžete splácet, jak sami zrovna chcete.“ Ovšem bylo by zapotřebí zde dodat pár vět, které opět obsahují smluvní podmínky. Jejich řádky totiž nesou velice důležitou informaci, konkrétně to, že spotřebitel sice může splácet vyšší, či nižší splátky, avšak pokud je v tísní a žádá přímo o odklad splátky, je to možné pouze, pokud *„řádně a včas splácíte všechny smlouvy, které jste s námi uzavřeli“*. Opět tedy vyvstává otázka, pokud se spotřebitel dostane do finanční tísně a opozdí se byť i s jedinou splátkou a poté potřebuje splátku odložit z důvodu těch samých, stále trvajících, finančních problémů, vyhoví mu společnost? Pokud ne, nedostane se tím ještě do větší tísně? Pokud by totiž tuto informaci měl předem právě z internetových stránek, dle autora by byl schopen tuto potíž vyřešit již předběžným odkladem splátky.

5.4 Poskytovatel A - Pojištění schopnosti splácet

Toto pojištění je velice důležité v rozhodování, zda o spotřebitelský úvěr požádat, či ne. Aby byl spotřebitel schopen zjistit, jak výhodné toto pojištění je, musí se dostat na internetových stránkách poskytovatele na záložku „Pojištění a doplňkové služby“. Zde poskytovatel nabízí dvě varianty pojištění. Pro tuto práci není důležité, která možnost je pro klienta lepší. Zde je potřeba se na pojištění podívat komplexně a odhalit, zda není potenciální klient opět uváděn v omyl webovými stránkami.

Záložka o pojištění je konstruována tak, aby spotřebitele zaujala na první pohled věta, jenž je jakýmsi nadpisem tohoto pojištění. Ta konkrétně zní „Pojišťovna vám vyplatí až 12 splátek u vaší půjčky, když onemocníte nebo přijmete o práci.“. Konkrétní tabulka s pojistnými riziky je sestavena tak, aby se klient dozvěděl informace o konkrétních pojistných oblastech po kliknutí na odkaz. Poté se zobrazí popis pojištění, který však autor shledal velice nepodrobný. Problémem je však hlavně již počátek smluvních podmínek, který vyvrací jednoduchost úvodní věty. V odstavci „Slovníček pojmů“ je totiž možné se dočíst výklad termínů, které jsou v následujících řádcích používány. Zde je zarážející hlavně pojem „Čekací doba“. Ten totiž není výstižně uveden na webových stránkách společnosti. Čekací dobou u tohoto poskytovatele lze pochopit období „90 dní od začátku pojištění. Pokud se v této době stanete nezaměstnaným, nevznikne vám právo na pojistné plnění.“

5.5 Zhodnocení komparace

Dílčím cílem této práce je zjistit, jakým způsobem jsou nebankovní poskytovatelé úvěrů schopni uvést spotřebitele v omyl skrze své internetové stránky. U tohoto poskytovatele autor shledal propagaci vlastního produktu z většiny podávající správné a přesné informace. Avšak našly se zde informace, které jsou pro potenciálního spotřebitele v některých situacích klíčové a na webových stránkách uvedené nebyly. To samozřejmě do určité míry ovlivňuje klientovo jednání, což je dle legislativy České republiky zakázáno. Zde byly tyto praktiky nalezeny hlavně v oblasti poskytování daného úvěru. Co se týče pojištění schopnosti splácet tento úvěr, zde byla sdělení klientům, která byla propagována skrze internetové stránky, podána z velké většiny ve správném znění a s přesnými informacemi, až na hlavní zprávu tohoto oddělení.

5.6 Poskytovatel B - Parametrické vlastnosti

Na rozdíl od internetových stránek předchozího poskytovatele je ihned možné zpozorovat kalkulaci úvěru na úvodní stránce. Ta má však oproti kalkulaci předchozího subjektu jednu zásadní odlišnost a to, že zde uvádí parametry úrok a RPSN. Lze tedy říci, že možnost výpočtu podoby úvěru je na těchto stránkách transparentnější, než u předešlé společnosti. Dále jsou na stránkách uvedeny výhody úvěru a ocenění produktu, které má za úkol podnítit v klientovi pocit důvěry v daný úvěr. Dalo by se říci, že stránky tohoto poskytovatele jsou přehledné a sdělení srozumitelná, avšak co se informačního obsahu a pravdivosti těchto sdělení týče, to lze posoudit opět až po prostudování všeobecných obchodních podmínek.

Na úvodní stránce poskytovatel ujišťuje klienta ohledně rychlosti vyřízení poskytnutí úvěru a to následujícím způsobem: „Rychlé vyřízení - Neprodleně vám sdělíme, je-li Vaše půjčka schválena. Po schválení odešleme peníze do 15 minut na Váš účet.“ Avšak co se týče VOP, zde poskytovatel uvádí následující: „Uzavřením Smlouvy žádá Klient Věřitele o poskytnutí Úvěru a to bez zbytečného odkladu, nejpozději však do pěti pracovních dnů od vystavení Potvrzení věřitele. Pokud Věřitel nevystaví žádné Potvrzení věřitele, a tudíž Smlouva nenabude účinnosti, Věřitel není povinen Klientovi Úvěr poskytnout.“ Dle autora je tedy věřitel povinen posoudit, zda je možné úvěr poskytnout, což u některých typů klientů může zabrat více času z důvodu prověřování informací, poskytnutých potenciálním spotřebitelem. Avšak klient schvalovací procesy nezná. To tedy může znamenat, že podá žádost o úvěr s mylným domněním, že právě jeho žádost bude schválena ihned a on dostane své prostředky opravdu během 15 minut, jak uvádí věta na webových stránkách společnosti, ale realita může být zcela odlišná.

Dalším lákadle pro oči potenciálního klienta je věta, sdělující absenci zbytečných poplatků. Poskytovatel zde uvádí, že nepožaduje „Žádné další poplatky - Nezpoplatňujeme žádné SMS zprávy ani neúčtujeme další dodatečné poplatky.“ Právě to zmíněné slovo „dodatečné“ je v tomto případě velice zavádějící. Není zde uvedeno žádné specifikum tohoto výrazu, což znamená, že dodatečné poplatky mohou znamenat poplatky po uplynutí splácení úvěru, či něco úplně jiného, protože při pročtení VOP si může čtenář povšimnout, že klient hradí poplatky v nejedné situaci. Jak úvěrové podmínky sami uvádějí, „Veškeré bankovní poplatky a/nebo poplatky spojené s úhradou služeb třetích osob“ ... „v souvislosti se

splacením nebo prodloužením splatnosti Úvěru hradí Klient.“ Na následujících řádcích VOP odkazují na podmínky jiné společnosti a to z důvodu poplatku přes třetí subjekt. Zde je klientovi sděleno, že „Poplatek za platbu v síti prodejen Geco, a. s. je stanoven sazebníkem uvedeným v obchodních podmínkách GECO a.s.“

Pokud by klient uvažoval o odkladu splátky či předčasném splacení úvěru, opět nastává fáze, kdy je potřeba hradit společnosti další, na webových stránkách nejmenovaný, poplatek. Dle VOP se „Klient se zavazuje zaplatit Věřiteli poplatek za prodloužení splatnosti ve výši odpovídající požadované době prodloužení uvedené ve smlouvě společně s Žádostí o prodloužení splatnosti.“ Spotřebitel je dále „povinen v případě odstoupení dle tohoto článku 6.3 těchto Obchodních podmínek Věřiteli uhradit náhradu nevratných poplatků zaplacených Věřitelem Orgánům veřejné správy a to bezodkladně po doručení oznámení o odstoupení.“ A „v případě předčasného splacení Úvěru nebo kterékoli jeho části je Věřitel oprávněn požadovat jednorázovou paušální náhradu nákladů vzniklých v souvislosti s předčasným splacením ve výši 0,5 % předčasně splacené částky nejvýše však částku úroku, kterou by Klient zaplatil Věřiteli od okamžiku předčasného splacení do řádného Dne splatnosti“

5.7 Poskytovatel B - Pojištění schopnosti splácet

Tento subjekt bohužel nenabízí možnost pojištění úvěru, avšak možná i z tohoto důvodu je dobré jej zmínit. Jelikož se tato práce zabývá dopadem nekalých praktik na finanční trh, lze říci, že i nemožnost pojistit úvěrový produkt je „nekalou praktikou“. Pokud totiž spotřebitel obdrží hotovostní úvěr ve výši horního limitu u této společnosti (30 000,- Kč), vyčerpá jej a stane se nenadálá událost, kvůli které nebude schopen vůbec, nebo v řádných měsíčních splátkách, splácet tuto půjčku, společnost prostřednictvím třetí osoby zatíží touto povinností rodinu spotřebitele. Pokud však rodina tohoto klienta nemá potřebné zdroje pro úhradu dluhu, má to velice negativní dopad na členy této rodiny, co se týče dobrého jména při posuzování úvěruschopnosti u potenciálních budoucích půjček. Tím vzniká situace, kdy klient s takto poškozeným dobrým jménem nebude schopen obdržet úvěr u bankovní společnosti a bude nucen žádat o finanční výpomoc opět nebankovní společnost.

5.8 Zhodnocení komparace

Internetové stránky tohoto poskytovatele mají prvotně upozornit klienta na kalkulaci úvěru. Ta ve své podstatě není nijak zavádějící a obsahuje všechny náležitosti, které by v kalkulaci měly být, avšak samozřejmě reálné podmínky by byly zřejmé až po doložení všech důležitých dokladů a potvrzení ze strany klienta. Co se týče sdělení, která je možné se dočíst pod kalkulací, zde je již situace poněkud složitější. Poskytovatel zde ujišťuje budoucího klienta o rychlém zpracování a čerpání a zároveň o minimálních poplatcích, které bude spotřebitel hradit. VOP však ukazují, že tato sdělení jsou opět nedostatečná a spotřebitel se díky nim dozví pouze pozitivní informace, avšak při určitých situacích, jako je odklad splátky či úhrada pře třetí osobu, je klient povinen hradit vynaložené náklady společnosti a poplatky, či sankce, se situací spojené. Opět lze tedy říci, že informace uvedené na webových stránkách poskytovatele, jsou zavádějící a klamavé.

Dle názoru autora je však nesprávně řešeno i nepojišťování spotřebitelských úvěrů, které může vést k začarovanému kruhu poskytování úvěrů u nebankovních poskytovatelů.

5.9 Poskytovatel C - Parametrické vlastnosti

Třetím z vybraných subjektů je společnost, jejíž internetové stránky nabízejí tři druhy spotřebitelského úvěru. Prvním je půjčka pro jednotlivce, poté úvěr pro páry a poslední je půjčkou novomanželskou. Tato práce se z důvodu komparace s ostatními subjekty zaměří na univerzální, tedy ničím neovlivněný úvěr, což je finanční výpomoc pro jednotlivce.

Hlavním středobodem stránky je opět kalkulace. Však zajímavostí jsou informace, objevující se vedle tabulky pro výpočet úvěru. Zde je zobrazena úvodní věta, která klientovi slibuje „Spočítejte si splátky na vše, co potřebujete. Máme pro Vám půjčku s úrokem od 4,49%“. Po kalkulování různých částek s různou délkou splatnosti nebylo možné se dle počítadla dostat na úrokovou sazbu, kterou poskytovatel nabízí potenciálnímu klientovi. Háček se skrývá v tom, že tato věta přímo nenavazuje na jakoukoliv informaci, týkající se půjčky pro jednotlivce, i když je vložena na stránku, patřící tomuto odvětví. Bylo tedy zjištěno, že úvěr s úrokem 4,49 % je opravdu možné dostat, avšak až po vyplnění zásadního bodu kalkulace, který uvádí, že o půjčku žádají dva a ne pouze sám žadatel. Tato skutečnost sice není skrytá natolik, aby klienta ovlivnila v žádosti, avšak dá se jistě považovat opět za nekalou praxi z důvodu možného uvedení spotřebitele v omyl. Kalkulace jinak sama o sobě je velice přehledná a obsahuje všechny náležitosti, jako je například doba splatnosti, úrok úvěru, RPSN a přeplacená částka.

Následně je možné se v odstavci vedle kalkulace dočíst, že úvěry od této společnosti jsou bez skrytých poplatků a vyřízeny do 24 hodin. Toto tvrzení poskytovatel podtrhuje ještě dovětkem pod tímto odstavcem, kde uvádí „ŽÁDNÉ SKRYTÉ POPLATKY - Všechny úkony spojené s úvěrem jsou bez poplatků: sjednání úvěru, vedení úvěru, elektronické výpisy, atd.“ Toto tvrzení a jiná je opět nutno porovnat s VOP těchto společností.

Již při snaze o získání informací je u této společnosti potřeba trocha trpělivosti a to z důvodu pojmenování různých sazebníků, které poskytovatel uvádí na svých webových stránkách. K výběru je zde více sazebníků, které však mají názvy FLEXI, KLASIK, PARTNER, DIREKT, MAGNET a IPLATBA. V žádném z nich není uvedeno, k jakému typu úvěru se sazebník vztahuje. Dle parametrů určil autor jako sazebník, patřící k půjčce pro jednotlivce, sazebník KLASIK, avšak právě toto ztížení při snaze o podrobnější informace je opět chápáno jako netransparentní jednání ze strany věřitele.

Při prostudování VOP tohoto zkoumaného subjektu nejprve autor našel odlišnost oproti jiným poskytovatelům a to v povinnosti úvěr splácet. U tohoto věřitele totiž na základě opoždění splátky zaniká „právo splátek“. Přesněji řečeno tuto situaci věřitel popsal ve svých podmínkách jako situaci, kdy „Klient je povinen řádně a včas splácet poskytnutý Úvěr v souladu se Smlouvou o úvěru a těmito VOP, zejména je povinen dodržovat sjednanou výši a termíny splatnosti měsíčních splátek Úvěru, a to pod ztrátou výhody splátek, tj. Věřitel může žádat zaplacení celé pohledávky pro nesplnění některé splátky Úvěru, přičemž toto právo může Věřitel použít nejpozději do splatnosti nejbližší příští splátky Úvěru.“ Pokud by tato situace nastala, je dle autora likvidační pro finanční rozpočet a hospodaření většiny klientů těchto společností. Klient, který má ihned doplatit pohledávku, ze které však všechny prostředky již využil, je nucen si opět vypomoci jiným úvěrem od jiné společnosti. Tím pádem pro něho může vzniknout nepříliš příznivá situace, co se týče splácení a to může znamenat začátek tzv. dluhové pasti.

Jako u ostatních subjektů i zde bylo zkoumáno, jaké poplatky a jakým způsobem je povinen klient hradit a právě hlavní stránka potenciálního spotřebitele upozorňuje, že s úvěrem nejsou spojeny žádné platby navíc. Co se týče předčasného splacení úvěru, tak dle VOP má Věřitel nárok na všechny náklady, spojené právě s touto záležitostí. Jak poskytovatel uvádí, výše této náhrady je uvedena v sazebníku v oddělení G. V této části sazebníku se však klient může dočíst, že „Výše požadované náhrady nutných a objektivně zdůvodněných nákladů Věřitele při předčasném splacení úvěru je 0,- Kč.“ V tomto případě tedy opravdu nejde o klamavou reklamu a je nutno říci, že zde věřitel poskytl transparentním způsobem pravdivé informace. Avšak rozdílem od jiných subjektů je zde to, že dle VOP se u tohoto produktu mění úroková sazba během doby platnosti a věřitel je povinen o této změně informovat klienta alespoň 15 dnů před nabytím účinnosti. Navíc jsou u tohoto poskytovatele oproti jiným subjektům na trhu nepřiměřeně vysoké sankce za upomínky při prodlení se splátkou. Za 1. upomínku, zasílanou měsíc po prodlení se splátkou si tato společnost nárokuje 400,- Kč. Druhá upomínka, zasílaná měsíc po té první, pokud prodlení trvá, má hodnotu 500,- Kč a pokud ani v této chvíli nedojde k uhrazení, poslední upomínka před zesplatněním pohledávky vyjde spotřebitele na 1000,- Kč. Avšak tyto platby nejsou poplatkem, spojeným s vedením spotřebitelského úvěru, takže i přes to je výrok na stránkách společnosti stále pravdivý.

Posledním informativním sdělením na internetových stránkách tohoto věřitele je poskytnutí úvěru do 24 hodin od žádosti. Na základě všeobecných obchodních podmínek však nelze toto tvrzení prokázat, či vyvrátit, protože zde poskytovatel uvádí spíše obecnou informaci, a to, že „Úvěr je poskytnut klientovi okamžikem odepsání peněžních prostředků ve sjednané výši z účtu Věřitele na Bankovní účet Klienta.“

5.10 Poskytovatel C - Pojištění schopnosti splácet

Jakmile spotřebitele zajímají informace ohledně pojištění tohoto produktu, nenalezne je na hlavní straně produktu. Lze se jedním kliknutím dostat na stránku o pojištění úvěru. Na této stránce se potenciální spotřebitel dozvídá, že pojištění této společnosti „pokrývá rizika spojená s neschopností splácet úvěr z důvodu ztráty zaměstnání, dočasné pracovní neschopnosti, úplné ztráty samostatnosti nebo úmrtí.“ Avšak co v tomto konstatování znamená například definice „úplná ztráta samostatnosti?“ Právě proto, aby se klient mohl dozvědět více, se na dalších řádcích poskytovatel odkazuje na všeobecné pojistné podmínky.

Již v části VPP výklad pojmů je možné si všimnout, že pojem „úplná ztráta samostatnosti“ znamená „tělesné poškození Pojištěného v důsledku úrazu nebo nemoci“ ... „které mu nenávratně znemožňuje provádět jakoukoliv výdělečnou činnost, jež by Pojištěnému zajišťovala trvalý příjem, tedy zejména mzdu, plat, výdělek nebo zisk, a jakékoliv jiné hodnoty z práce a jiných zdrojů příjmu, a v jehož důsledku je trvale odkázán při všech běžných životních úkonech (pohyb, mytí, oblékání, výživa) na pomoc třetí osoby.“ Lze už se jen domnívat, zda by pojišťovna tohoto poskytovatele brala v potaz, pokud by byl spotřebitel odkázán na pomoc třetí osoby jen při některých činnostech, či ne. Nicméně pojem „úplná ztráta samostatnosti“ přesně nenaznačuje spotřebiteli, jaké poškození se tím myslí, což může být opět zavádějící informací, schopnou ovlivnit klienta v rozhodování.

Co se týče krytí ostatních rizik, zde VPP definují například ztrátu zaměstnání opět přesněji, než je tomu na internetových stránkách věřitele. Ztrátu zaměstnání bude tedy pojišťovna hradit, pokud nastalo „ukončení pracovní smlouvy ze strany zaměstnavatele, bez vlastního přičinění, anebo z vlastní vůle zaměstnance“ a „Pojištěný vykonával závislou činnost po dobu více než 12 po sobě jdoucích měsíců v pracovním poměru sjednaném na dobu neurčitou, stav nezaměstnanosti trvá po uplynutí Karenční doby (60 dnů) a skončení

pracovního poměru bylo iniciováno zaměstnavatelem.“ Lze tedy opět říci, že pojem „ztráta zaměstnání“ nevystihuje přesně podmínky věřitele a tím pádem je situace stejná, jako u předchozího krytí.

5.11 Zhodnocení komparace

Zde je informativní sdělení ohledně parametrických vlastností úvěru v některých částech zcela v pořádku, avšak v jiných není podané zcela přesně. Opět je zde možnost se setkat s kalkulací, která byla, co se týče parametrů, v pořádku. Zavádějící zde však bylo sdělení ohledně úrokové sazby. Jiná sdělení, týkající se poplatků, byla naprosto správně sdělena, avšak na úvodní stránce chyběly informace ohledně sankcí při prodlení a cesta k všeobecným obchodním podmínkám a sazebníkům je relativně spleťtá. Avšak ve srovnání s předchozími subjekty se dá říci, že tento poskytovatel využíval méně klamavá a více informativní sdělení na svých webových stránkách, co se týče parametrických vlastností svého produktu.

Obtížnější to může být z pohledu spotřebitele, co se týká pojištění schopnosti splácet. V tomto sektoru věřitel poskytl na svých stránkách nedostatečné informace a spíše se odkázal na VPP, u kterých však může mít méně finančně gramotný spotřebitel problémy s jejich čtením a pochopením. Proto se dle názoru autora takový typ klienta rozhodne dvěma možnými způsoby. Buď se spolehne na jednodušší sdělení, avšak poté může být nemile překvapen, nebo se rozhodne pro jiného poskytovatele. Obojí může vést opět k vytvoření nepříznivé situace pro tohoto potenciálního klienta.

6 Analýza marketingové strategie vybraných subjektů

V případě, že je cílem této práce zhodnotit dopad nekalých marketingových praktik nebankovních subjektů na český úvěrový trh, nelze opomenout ani přímý marketing těchto společností. Tím v této práci bude myšlena komunikace zástupce poskytovatele a spotřebitele skrze mobilní zařízení při potenciálním sjednávání spotřebitelského úvěru. Přímý marketing je jednou z nejdůležitějších cest, jak zjistit klientovi potřeby, motivovat klienta k dalším potřebám a ty následně uspokojit. Toto se týká většiny všech tržních subjektů, nebankovní poskytovatele nevyjímaje. Avšak ti mají velice omezené možnosti a to z důvodu velké konkurence bankovního trhu a tím způsobeného nedostatku kmenových poboček, které by fungovaly jako záchytný bod pro nebankovní klientelu. O to více se tyto subjekty zaměřují na online komunikaci, do které spadá již zmíněná samoobsluha pomocí internetových stránek, mobilní bankéři, e-mailová komunikace a v některých případech i online chat, umístěný právě na stránkách poskytovatele. Komunikace pomocí emailu a chatu je velice zdlouhavá, a proto zde není změna jednání tak pružná jako při telefonátu, proto nebude tento způsob komunikace v práci zkoumán.

Výzkum bude prováděn experimentální metodou. Je potřeba vytvořit situace, které zaručí, že se v nich telefonní bankéř zachová určitým způsobem. Toto jeho jednání bude poté zaznamenáno a porovnáváno. Situace budou navozeny dvěma odlišnými typy žadatele, jejichž rozdíl bude spočívat v rozsahu znalostí a schopností finanční gramotnosti. Cílem experimentu bude zjistit, zda telefonní bankéř změní své jednání s klientem podle jeho znalostí finanční gramotnosti.

Pro tuto práci je třeba definovat spotřebitele méně finančně gramotného jako klienta, který rozumí fungování finančních produktů a úvěrovému trhu velice málo. Tato osoba se v simulované situaci bude dotazovat pouze na základní parametry produktu. Bude neznalý, co se týče žádosti úvěru. Oproti tomu se bude klient, zdatnější v oblasti finanční gramotnosti, více doptávat na detailnější parametry úvěru a služeb s tím spojených. Dále bude vystupovat více samostatně. Pokud bude telefonní bankéř vyžadovat podrobnější informace o subjektu, v obou případech bude simulovaný klient zaměstnaným u nejmenované společnosti s čistým měsíčním příjmem 18 500,- Kč, avšak gramotnější klient zmíní zaměstnání ve finanční instituci. Nejvyšší dosažené vzdělání bude středoškolské s maturitou. Typem bydlení bude nájemní byt s měsíčními náklady 9 000,- Kč. Zde subjekt bydlí sám.

Body zkoumání během komunikace tedy budou uměle navozené situace, ve kterých zástupce poskytovatele může, či nemusí měnit své jednání vzhledem ke svému komunikačnímu partnerovi. Modelované situace byly zvoleny na základě předběžných hovorů. Byly zjištěny možnosti zástupce poskytovatele a stavební kameny komunikace, mezi které patří podávání informací, sepsání žádosti a následný kontakt ze strany poskytovatele. Proto se situace budou týkat těchto tří oblastí. Základ pro experimentální metodu je zachycen v tabulce, uvedené níže.

- Informovanost
- Nátlak
- Možnost volby

Tabulka 3 - Body šetření

	Finančně méně gramotný subjekt	Finančně více gramotný subjekt	Otázka
Předání přesných informací	Bude pokládat pouze základní otázky ohledně parametrů	Bude se odkazovat na VOP a bude chtít doplnění informací k předem vybraným parametrům.	Sdělí telefonní bankéř podrobné informace i klientovi, který se na detaily neptá, nebo bude zastávat názor „čím méně ví, tím lépe“?
Nátlak ohledně sepsání žádosti	Nebude si jistý ohledně vyplnění žádosti a bude se dotazovat, co žádost obnáší.	Sdělí poskytovateli, že žádost vyplňovat nebude a zda existuje jiná možnost, jak zjistit podrobnější informace.	Použije zástupce poskytovatele argumentaci k tomu, aby přemluvil klienta k žádosti?
Možnost volby při zpětné vazbě od poskytovatele	Zeptá se, zda je nutné, aby jej poskytovatel vždy oslovoval nevyžádanými SMS zprávami a telefonáty.	Otázkou zacílí přímo na možnost, jak předejít nevyžádanému kontaktu ze strany poskytovatele.	Umožní zástupce poskytovatele možnost volby i klientovi, který nepoložil přímou otázku?

6.1 Zhodnocení experimentální metody u vybraných subjektů

Výzkum byl proveden jednáním s bankéři a zaznamenáním konverzace do tabulek. Tyto tabulky jsou k práci přiloženy v příloze číslo 2. Jako první v pořadí se zkoumalo a zaznamenávalo, jakým způsobem bude poskytovatel jednat s klienty ohledně parametrů. Zde se výzkum zaměřil na poskytování informací.

6.1.1 Subjekt A

Zatím co u poskytovatele A je zřejmé, že jeho zástupci nemohli sdělit informace, týkající se úroku ani jednomu typu klienta, informace o RPSN byly finančně méně gramotnému klientovi podány nepřesným způsobem. Zástupce poskytovatele A na první otázku u tohoto klienta ohledně RPSN odpověděl pouze názvem této zkratky a na druhý pokus podal vysvětlení „Vždycky zaplatíte něco navíc za ten úvěr na těch úrocích plus to RPSN, tam je to vždycky o něco větší.“ Lze tedy říci, že toto není správně podaná informace. Klient tedy problematiku RPSN nemusí vůbec pochopit a tím pro něho ztrácí význam a to může vyústit v nesprávně zvolený produkt a tím poškození jeho financí. Ohledně informací týkajících se poplatků byl výklad dostatečný, zde pouze informačně pracovníci doplnili detaily, týkající se doplňkových služeb, které však nehrají v rozhovoru s méně gramotným klientem žádnou roli.

Ohledně nátlaku na sepsání žádosti, jakožto druhého bodu zkoumání, zde neproběhlo vyloženě žádné psychické tlačení ze strany zaměstnance, avšak byl vidět patrný rozdíl při jednání s rozdílnými typy klientů. Finančně méně gramotný klient byl při rozhovoru nucený vyslechnout si dvakrát stejnou informaci ohledně nemožnosti predikovat jakékoliv parametry bez systému, gramotnějšímu klientovi byla zmíněna alternativa internetové kalkulace, avšak vzápětí byla posouzena zaměstnancem jako nevěrohodná. Navíc zde zazněla velice důležitá informace a to, že RPSN se oproti úroku, který by případně vyšel, liší maximálně o 2 – 3 %, což má při výpočtu výhodnosti úvěru a potenciální následné žádosti svůj význam.

Tento subjekt byl nejvíce přesný při testování posledního bodu výzkumu. Zde bylo s klienty jednáno stejným způsobem. Oba potenciální klienti dostali možnost odvolat svolení s použitím osobních údajů za účelem marketingové činnosti.

6.1.2 Subjekt B

V porovnání s předchozím subjektem je zde možné říci, že informovanost klientů ohledně parametrů úvěru je lehce odlišná. Pokud se vezme v úvahu poskytnutí informací v oblasti úroku, tak při obou situacích zástupci jednali v nejlepším zájmu a byli schopni informace podat. Avšak z důvodu přerušení otázky tlakem na žádost ze strany poskytovatele, jednajícího s gramotně zdatnějším klientem, bylo již neuskutečnitelné provést testování na údajích RPSN. Tato oblast byla problémovou i u druhého typu klienta. Zde si bankéř vícekrát spletl slovo úroky se slovem poplatky a tím bylo jeho sdělení matoucí. Opět tedy tato informace nebyla přesná a výstižná. Pochybení nastalo při jednání o poplatcích úvěru. Zde bylo oběma klientům chybně sděleno, že žádný poplatek za předčasné splacení není, avšak ve smluvních podmínkách je uvedeno 0,5% za předčasné splacení běžného úvěru. Tato chyba mohla nastat z důvodu, že oba poskytovatelé chtěli v tomto případě hovořit hlavně o revolvingovém úvěru, který opravdu tento poplatek neobsahuje, avšak klienti měli zájem o úvěr klasického typu.

Zástupci tohoto poskytovatele byli však velice rozdílní, co se týká nátlaku na sepsání žádosti, což vyvolává otázku, za je jejich ohodnocení závislé na vyplněných žádostech, či na poskytnutých úvěrech? V situaci klienta méně finančně gramotného byl bankéř téměř lhostejný, kdy nereagoval na nerozhodnost klienta ohledně vyplnění žádosti a potvrdil, že se žádost propíše do registru. Avšak během rozhovoru jako jediný zástupce ze všech požádal klienta o rodné číslo a to dokonce dvakrát. Podruhé již spíše přikázal klientovi RČ sdělit v úmyslu jej zadat, aby si vyhledal profil klienta. Zde vyvstává další otázka. Jaký profil klienta měl být v systému, když bylo na linku voláno poprvé? V tu chvíli byl telefonát ukončen. Druhý zástupce, hovořící s více gramotným zákazníkem naopak tlačil na sepsání žádosti. Přerušil klienta s nabídkou na rychlé sepsání žádosti a v závěru hovoru ještě připomněl návaznost následné komunikace na sepsání žádosti. Otázkou je však, jak to v této společnosti je s žádostmi. Tento zástupce zmínil pravý opak, než jeho kolega a to přesně tak, že „Ta žádost v registrech určitě vidět nebude, teprve až ve chvíli, kdy byste tu půjčku čerpal, tak reálně by vidět byla. Když je u nás žádost vytvořená, tak to se nikam neprojevuje.“ Zde byl tedy klient rozhodně z jedné, či druhé strany, uveden v omyl. Navíc oba zákazníci byli pod určitým tlakem ze strany zástupců poskytovatele.

Při dotazu na nevyžádanou komunikaci ze strany poskytovatele byla zpětná vazba od zaměstnanců velice rozdílná. Klientovi méně gramotnému nebylo odpovězeno, namísto toho byl vybídnut ke sdělení citlivých osobních údajů. Oproti tomu druhému potenciálnímu zákazníkovi byla volba, týkající se zpětných zpráv a hovorů, umožněna bez jakýchkoliv překážek.

6.1.3 Subjekt C

Přístup k různým typům klientů byl i zde patrný. Podobně jako u poskytovatele A i zde bylo více informací sděleno klientovi s přesnějšími otázkami. Méně finančně gramotný klient byl opět upozorněn, že bez systémové žádosti nelze nic říci. Oproti tomu zákazník s dotazem nejen na úrok, ale také na poměr úroku a RPSN byl, co se týče informací, úspěšnější. Bylo mu též sděleno, jak se chová internetová kalkulace. Dle názoru zástupce „na těch kalkulacích je úrok od, tam ta přesnější částka jde opravdu až po vyplnění základních informací,“. Zajímavé je však porovnání sdělení ohledně RPSN. Zde zástupce informoval klienta méně gramotného o rozdílnosti této sazby oproti úrokové. Tato rozdílnost má činit 1 %. Ovšem druhý zástupce rozdíl mezi úrokovou sazbou a roční procentní sazbou nákladů odhadl na 0,4 %. Dle kalkulace na internetových stránkách této společnosti se při nastavení parametrů s nejvyšší pravděpodobností velké rozdílnosti RPSN od úroku nepohybovala o více než 0,5 %, což by vypovídalo ve prospěch druhého zástupce. Na rozdíl od méně zdatného klienta byl ale tento spotřebitel upozorněn na to, že podmínky se mohou po žádosti změnit. Zde je však nasnadě si tedy říci, zda je dobré klienty informovat, pokud informace nemusí být přesné a opět by kvůli nim mohl klient učinit rozhodnutí, které by jinak neučinil? Dále byli zkoumány informace ohledně poplatků. Zde opět nebyly informace poskytnuté přeným a jasným způsobem. Klient, který se zeptal na poplatky obecně, se nedozvěděl například poplatek za předčasné splacení úvěru. To spadá do bezproblémového splacení, a přesto se klient dozvěděl, že zákazníci, splácející bezproblémově, nemají naúčtovány žádné poplatky navíc.

U tohoto subjektu ani v jednom z případů nedošlo k jakémukoliv nátlaku ohledně žádosti o úvěr. V této oblasti byl průběh konverzace nejjasnější a nejmorálnější ze zkoumaných subjektů.

Ve třetí fázi zkoumání, tedy v oblasti následné komunikace, byl zjištěn opět rozdílný přístup ke klientům. Zatímco spotřebiteli s přímou otázkou na odstoupení od služby následné telefonické komunikace byla tato aktivita umožněna, klient s nepřímou otázkou byl

upozorněn, že se jedná o normální věc a že nemusí na nabídky reagovat. Možnost volby tedy neměl.

6.2 Zhodnocení experimentálního výzkumu

Následující tabulka zobrazuje jednoduché grafické zhodnocení výzkumu. Zelenou barvu mají kolonky, kde zkoumání prokázalo, že je jednání správně provedené ze strany zástupce poskytovatele. Oranžovou barvu má oblast, kde nelze správnost potvrdit, ani vyvrátit a červená barva je zaznamenána v oblastech dle výzkumu provedených nesprávně ze strany telefonního bankéře. První tabulka ukazuje jednání s méně finančně zdatným klientem. Druhá tabulka naopak s tím finančně schopnějším. Jejich porovnání napomůže k potvrzení, zda se marketingová strategie zástupců poskytovatelů mění s odlišným typem klienta.

Tabulka 4 - Šetření u méně finančně gramotného klienta

Subjekt	Informovanost	Nátlak	Možnost volby
A	Úroky	Žádost o úvěr	Ano/Ne
	RPSN		
	Poplatky	Nespecifikované	
B	Úroky	Žádost o úvěr	Ano/Ne
	RPSN		
	Poplatky	Nespecifikované	
C	Úroky	Žádost o úvěr	Ano/Ne
	RPSN		
	Poplatky	Nespecifikované	

Zdroj: Vlastní zpracování

Tabulka 5 - Šetření u více finančně gramotného klienta

Subjekt	Informovanost	Nátlak	Možnost volby
A	Úroky	Žádost o úvěr	Ano/Ne
	RPSN		
	Poplatky	Nespecifikované	
B	Úroky	Žádost o úvěr	Ano/Ne
	RPSN		
	Poplatky	Nespecifikované	
C	Úroky	Žádost o úvěr	Ano/Ne
	RPSN		
	Poplatky	Nespecifikované	

Zdroj: Vlastní zpracování

Tabulky jasně dokazují přítomnost změny jednání zaměstnance při komunikaci s odlišnými klienty. Informovanost ze strany poskytovatele v oblasti úroků byla vždy správná a výstižná, klient neměl na základě těchto informací možnost rozhodnout se nesprávně, jelikož nebyl uveden v omyl. Jiný případ je u roční procentní sazby nákladů, či poplatků. Zde byly informace klientovi, méně zdatnému ve finanční sféře, podány většinou nejednoznačným, či nevypovídajícím způsobem. To může mít za následek chybné rozhodnutí klienta, vedoucí k jeho poškození. Avšak ani u finančně gramotnějšího spotřebitele nelze říci, že by zde byla jistota přesného sdělení. Dva ze tří zkoumaných subjektů podaly informace minimálně sporným způsobem. Zajímavé je se zaměřit na oblast poplatků. Z tabulky vyplývá, že pokud se klient přímo nezeptá na konkrétní poplatek, tak mu není sdělen, i když je to například jeden ze základních poplatků a to za předčasné splacení úvěru. Otázkou je, zda není tato informace podána spotřebiteli teprve při podpisu smlouvy?

Při zkoumání, zda telefonní bankéř používá nátlak, týkající se sepsání žádosti, bylo zjištěno velmi odlišné jednání zástupců a to nejen mezi subjekty, ale dokonce i v rámci jedné společnosti. Většinou se zástupce vyjádřil ohledně nutnosti sepsání žádosti k výpočtu přesných parametrů, avšak neapeloval na sepsání. Rozdílné to bylo pouze u subjektu B, kde první zástupce vyžadoval osobní údaj klienta a druhý vyzval klienta k sepsání žádosti. U této společnosti je tedy předpoklad snahy o získání osobních údajů klientů. Avšak z obecného hlediska lze říci, že v této oblasti se rozdílnost při jednání s klienty neprojevila.

To však nelze konstatovat u posledního bodu zkoumání. Zde se méně finančně dovedný schopný klient ve dvou ze třech případů dočkal negativního přístupu, zatím co druhému klientovi byla volba o nevyžádaném kontaktování vždy umožněna.

Závěr

Z první části šetření, kterou byl průzkum úvěrového trhu, provázanost zvolených ekonomických ukazatelů a vliv legislativních změn na uvedený trh, je patrné, že na začátku tisíciletí se možná i kvůli politickým změnám či hospodářskému cyklu úvěrový trh teprve formoval do podoby, v jaké ji známe dnes. Tuto skutečnost dokládá i první vytvořená forma zákona o spotřebitelském úvěru, jenž byl kvůli této problematice na počátku sledovaného období vytvořen. Šetření prokázalo částečnou provázanost mezi vybranými ekonomickými ukazateli, z nichž nejdůležitějším pro možnost fungování na úvěrovém trhu je průměrná hrubá měsíční mzda, díky které může vzniknout v životě spotřebitele nárok na úvěrový produkt.

Na základě dat z prvního zkoumání bylo také prokázáno, že novely zákona o spotřebitelském úvěru mají vliv na fungování trhu a na chování spotřebitelů. V obou případech změn zákona byly zjištěny výkyvy v hodnotách zkoumaných ukazatelů, čímž lze říci, že úvěrový trh pocítil obě dvě tyto novely. Působil zde vliv ze změny legislativy, která posílila v rámci ochrany spotřebitele s ohledem na jeho informovanost a prošetření jeho životní situace. Je tedy možné říci, že pro správné fungování úvěrového trhu, jakožto části finančního systému, je vhodné, aby byly obě protistrany, jednající na trhu, co nejlépe informovány a zároveň aby tento proces podléhal co nejpřesnějšímu legislativnímu vyjádření ze strany státu, jakožto zákonodárce.

Druhá část šetření, tedy řešení problému nekalých praktik při jednání mezi subjekty na trhu, odhalila stále trvající implicitní nekalé marketingové praktiky, které poskytovatelé používají. Při řešení problematiky internetových stránek poskytovatele byly prokázány nedostatky, provázející určitá sdělení a informace, které byly buď nejednoznačné či neúplné, nebo přímo klamavé a jako takové mohou ovlivnit klienta v rozhodování. Tato aktivita tedy může mít velmi negativní dopad nejen na spotřebitele, ale také na celý úvěrový trh. Problematika užívání nekalých praktik při jednání se spotřebitelem na základě mobilního rozhovoru byla na základě šetření vyhodnocena jako závažná a to proto, že zde bylo opět nalezeno mnoho bodů, které nekorespondují s VOP či přímo se zákonem o spotřebitelském úvěru. Avšak více praktik bylo využito při komunikaci s klientem méně finančně vzdělaným. Zde by se tedy jako možnost k dosažení minimalizace negativních dopadů těchto praktik nabízelo intenzivnější šetření ze strany k tomu pověřených institucí, či posílení finančních znalostí co největšího možného počtu potenciálních spotřebitelů.

Seznam použitých internetových zdrojů

Apl.cnb.cz. 2018. *Seznamy regulovaných a registrovaných subjektů finančního trhu* [online].

Apl.cnb.cz. [cit. 2019-04-19]. Dostupné z:

https://apl.cnb.cz/apljerrsdad/JERRS.WEB24.SUBJECTS_COUNTS_2

BAKEŠ, Milan, Marie KARFÍKOVÁ, Petr KOTÁB. 2009. *Finanční právo*. Praha: C. H. Beck
ISBN 978-80-7400-440-7.

Businessinfo.cz. 2019. *Hospodářská soutěž* [online]. Businessinfo.cz. [cit. 2019-04-19].

Dostupné z: <https://www.businessinfo.cz/cs/faze-podnikani/provoz-podnikani/hospodarska-soutez.html>

CEED.cz. 2019. *Hospodářská soutěž* [online]. CEED.cz [cit. 2019-04-19]. Dostupné z:

http://www.ceed.cz/podnikani/212_hospodarska_soutez.htm

CNB.cz. 2019. *Spotřebitelský úvěr* [online]. CNB.cz [cit. 2019-04-19]. Dostupné z:

https://www.cnb.cz/cs/spotrebitel/ochrana_spotrebitele/spotrebitelsky_uver.html

COI.cz. 2017. *Nekalé obchodní praktiky* [online]. COI.cz. [cit. 2019-04-19]. Dostupné z:

<https://www.coi.cz/faq/nekale-obchodni-praktiky/>

Digifolio.rvp.cz. 2019. *Definice finanční gramotnosti* [online]. Digifolio.rvp.cz. [cit. 2019-04-19]. Dostupné z:

<https://digifolio.rvp.cz/view/artefact.php?artefact=58591&view=2939&block=18975>

Ekcr.cz. 2019. *Exekutorská komora České republiky* [online]. Ekcr.cz. [cit. 2019-04-19].

Dostupné z: <https://www.ekcr.cz/1/aktuality-pro-media/2447-trendy-v-poctech-exekuci-majiklesajici-tendenci-exekuci-by-melo-zacit-ubyvat?w>

Eprehledy.cz. 2019. *Průměrná mzda* [online]. Eprehledy.cz. [cit. 2019-04-19]. Dostupné z:

https://eprehledy.cz/prumerna_mzda.php

Finexpert.e15.cz. 2016. *Pojištění schopnosti splácet* [online]. Finexpert.e15.cz. [cit. 2019-04-19]. Dostupné z: <https://finexpert.e15.cz/pojisteni-schopnosti-splacet-uzitecna-vec-nebo-zbytecnost>

HORNÁK, Pavel. 2011. *Reklama: Teoreticko-historické aspekty reklamy a marketingové komunikace*. Zlín: Verbum. ISBN 978-80-904279-3-4.

Is.mendelu.cz. 2019. *Definice obchodu* [online]. Is.mendelu.cz. [cit. 2019-04-19]. Dostupné z: https://is.mendelu.cz/eknihovna/opory/zobraz_cast.pl?cast=2712

MACDONALD, Scott B., Albert L. Gastmann. 2017. *A History of Credit and Power in the Western World*. Routledge. ISSN 9781351535335.

Malamarketingova.cz, 2014. *Nástroje marketingové komunikace* [online].

Malamarketingova.cz. [cit. 2019-04-19]. Dostupné z: <https://www.malamarketingova.cz/komunikacnimix/>

Managementmania.com. 2016. *Přímý marketing* [online]. Managementmania.com. [cit. 2019-04-19]. Dostupné z: <https://managementmania.com/cs/primy-marketing-direct-marketing>

Marke.cz. 2015. *Přímý marketing* [online]. Marke.cz. [cit. 2019-04-19]. Dostupné z: <http://www.marke.cz/primy-marketing/>

NACHER, Patrik. 2015. *Konec finančních negramotů v Čechách*. Praha: PLOT. ISBN 978-807428268-3.

ONDREJOVÁ, Dana. 2010. *Právní prostředky ochrany proti nekalé soutěži*. Praha: Wolters Kluwer ČR. ISBN 978-80-7357-505-2.

Pravnipraxe.com. 2014. *Nekalá soutěž* [online]. Pravnipraxe.com. [cit. 2019-04-19]. Dostupné z: <http://www.pravnipraxe.com/nekalasoutez>

PROQUEST. 2017. Databáze článků ProQuest [online]. Ann Arbor, MI, USA: ProQuest. [cit. 2017-09.28]. Dostupné z: <http://knihovna.tul.cz/>

Psfv.cz – a. 2014. *Struktura*. [online]. Psfv.cz. [cit. 2019-04-19]. Dostupné z: <https://www.psfv.cz/cs/popis-financniho-trhu/struktura>

Psfv.cz – b. 2014. *Spotřebitel*. [online]. Psfv.cz. [cit. 2019-04-19]. Dostupné z: <https://www.psfv.cz/cs/ochrana-spotrebitele/spotrebitel>

REJNUŠ, Oldřich. 2016. *Finanční trhy: Učebnice s programem na generování cvičných testů*. Grada Publishing. ISBN 8024758717.

SCOTT, David M. 2015. *The New Rules of Marketing and PR: How to Use Social Media, Online Video, Mobile Applications, Blogs, News Releases, and Viral Marketing to Reach Buyers Directly*. Hoboken: Wiley. ISBN 978-1118026984.

STUDOVNA4U.cz. 2013. *Tržní mechanismus – základní pojmy, dělení trhů, tři funkce trhů, poptávka a nabídka* [online]. STUDOVNA4U.cz. [cit. 2019-04-19]. Dostupné z: <https://www.studovna4u.cz/ekonomie/trzni-mechanismus-zakladni-pojmy-deleni-trhu-tri-funkce-trhu-poptavka-a-nabidka>

VAŠTÍKOVÁ, Miroslava. 2008. *Marketing služeb: efektivně a moderně*. Praha: GRADA Publishing. ISBN 978-80-247-2721-9.

VYSEKALOVÁ, Jitka, et al. 2007. *Psychologie reklamy*. 3. vyd. Praha: GRADA Publishing. ISBN 978-82-247-2196-5.

Vysokeskoly.cz. 2019. *Finanční trh*. [online]. Vysokeskoly.cz. [cit. 2019-04-19]. Dostupné z: <https://www.vysokeskoly.cz/maturitniotazky/ekonomika/financni-trh>

Zakonyprolidi.cz. 2011. *Zákon č. 143/2001 Sb.* [online]. Zakonyprolidi.cz [cit. 2019-04-19]. Dostupné z: <https://zakonyprolidi.cz/cs/2001-143>

Zakonyprolidi.cz. 2016. *Zákon č. 143/2010 Sb.* [online]. Zakonyprolidi.cz [cit. 2019-04-19].

Dostupné z: <https://zakonyprolidi.cz/cs/2010-145/zneni-20110101>

Zakonyprolidi.cz. 2018. *Zákon o ochraně spotřebitele* [online]. Zakonyprolidi.cz. [cit. 2019-

04-19]. Dostupné z: <https://www.zakonyprolidi.cz/cs/1992-634>

Zakonyprolidi.cz. 2019. *Zákon č. 143/2016 Sb.* [online]. Zakonyprolidi.cz [cit. 2019-04-19].

Dostupné z: <https://zakonyprolidi.cz/cs/2016-257>

Seznam použitých zkratk

RPSN – roční procentní sazba nákladů

VOP – všeobecné obchodní podmínky

ZSÚ – Zákon o spotřebitelském úvěru

Seznam příloh

Příloha A

I.

Příloha A

Subjekt A

	Spotřebitel finančně méně gramotný		Spotřebitel finančně více gramotný
S	Kdybych chtěl u vaší společnosti úvěr, jak to tam je s úrokem?	S	Mám zájem zažádat si u Vás o úvěr. Koukal jsem na Vaše stránky na VOP a rád bych se zeptal na něco ohledně poplatků.
P	Úrok tam je různý. Po zadání všech údajů do systému se nám vygeneruje kompletní úroková sazba.	P	Já se jen zeptám, vy už u nás máte nějakou smlouvu?
S	To je tedy něco jako žádost?	S	Ne
P	Ano, s tím, že teda jestli máte zájem o půjčku, tak se to sepisuje takhle po telefonu. Je potřeba mít občanský průkaz, druhý doklad totožnosti, číslo bankovního účtu a informace o Vašem zaměstnavateli a Vaše příjmy a výdaje.	P	A žádal byste o úvěr 1, nebo úvěr 2?
S	Víte co, nevím, jestli se mi úplně do té žádosti chce, takhle dávat údaje, když si úplně nejsem jistý, jestli ta půjčka dopadne.	S	Úvěr 2.
P	No nicméně to my takhle dopředu nevíme. Pokud se zadají všechny údaje do systému, tak to ten systém vyhodnotí, jestli se to schválí, nebo zamítne. Takže bez těch údajů se to nijak nezjistí.	P	Tam žádné poplatky nejsou. Ani za sjednání, ani za vedení a můžete úvěr kdykoliv předčasně splatit bez nějakého poplatku.
S	Jen se zeptám, co by pro mě přesně znamenala ta žádost? Doklady totožnosti, údaje o zaměstnavateli a co ještě?	S	Co se týče výpisů, ty jsou taky zdarma?
P	Číslo účtu, příjmy a výdaje.	P	Výpisy jsou zdarma, můžeme je zasílat elektronicky, nebo papírově. Pokud je zasíláme oběma způsoby, tak je za to poplatek 19,- Kč.
S	Dobře, tak já se ještě rozmyslím. Jen se zeptám, jak to je u tohoto typu úvěru s poplatky?	S	Dobře. Ve VOP jsem se dočetl, že máte možnost klientovi zasílat SMS ohledně transakce.

P	Žádné poplatky tam nejsou. Ani za zřízení úvěru, ani za doplacení, částečné uhrazení, žádný poplatek tam není.	P	Ano, tam se dá sjednat služba SMS Info. Ta je tedy taky zpoplatněná, je to za 19,- Kč. Poslali bychom Vám zprávu pokaždé, když dojde k nějakému pohybu na úvěru. Ten úvěr 2 je půjčka s opakovaným čerpáním, takže peníze, které posíláte, si můžete opět čerpat. Tam by přišla SMS pokaždé, když částku splatíte, nebo když částku vyčerpáte.
---	--	---	--

S	Jen se chci zeptat, když jsem dělal kalkulaci, tak mi to vypočítalo úrok a pak nějaké RPSN. To je taky nějaký úrok?	S	A ty zprávy, o ně si musím zažádat. Není to tak, že by mi chodily na mobil, i když bych o ně nestál?
P	RPSN je roční procentní sazba nákladů.	P	Ne, musíte si o ně zažádat, stačí teda po telefonu dát krátký souhlas. Ale bez Vašeho souhlasu ta služba nebude sjednaná.
S	Upřímně, moc se v tom bankovníctví nevyznám, takže úplně nevím. To jsou nějaké náklady na ten úvěr?	S	Dobře.
P	Ano, to jsou náklady na úvěr. Vždycky zaplatíte něco navíc za ten úvěr na těch úrocích plus to RPSN, tam je to vždycky o něco větší.	P	Navíc je možné, že když tu budete mít registrované telefonní číslo a nebudete chtít zasílat žádné nabídky, tak můžete zažádat, abychom žádné nabídky neposílali.
S	Jen ještě jedna věc. Známy mi říkal, že ve chvílku, kdy udělám tu žádost, tak mě bude chodit spousta SMS zpráv ohledně akcí a nabídek. Je to nutné, aby mi ty zprávy chodily?	S	Jelikož ta žádost o úvěr je vidět v registru a nechci ji vyplňovat, jak jinak zjistím hrubé podrobnosti ohledně toho úvěru?
P	Může se zde zadat do systému, že nechcete, aby Vám chodily nabídky.	P	Na našich stránkách je kalkulačka, ale to jsou jen takové obecné kalkulace. V rámci Úvěru 2 existují různé produkty s různými úrokovými sazbami, které poskytujeme, ale opravdu přesně, co bychom Vám mohli nabídnout, to bychom se dozvěděli po posouzení té žádosti.
	Poděkování a rozloučení.	S	Dobrá, jde mi jen o to, co všechno vstupuje do RPSN? Aby nebyl lákavý úrok, ale RPSN by bylo opravdu vysoké.
		P	Omlouvám se, nemám úplně přesné informace, co tvoří tu složku RPSN. Ona je vždy pak asi o 2% vyšší než ta úroková sazba.
		S	Dobře, jde mi jen o to, aby to nebylo třeba o 10% jinde, než úrok.
		P	Ne, to určitě nikdy nebude. Bývá to tak zhruba o 2-3% vyšší než ta úroková sazba.
		S	Dobře a ty zprávy na mobil, to bude teda v pořádku zažádat o to, aby nechodily.
		P	Klidně by hned stačilo zažádat po telefonu, abychom na telefonní číslo nezasílali žádné nabídky.
			Poděkování a rozloučení

Subjekt B

	Spotřebitel finančně méně gramotný		Spotřebitel finančně více gramotný
S	Kdybych chtěl u Vaší společnosti úvěr na 20 000,- Kč na jeden rok splatnosti, šlo by to?	S	Pokud bych chtěl u Vaší společnosti úvěr a koukal jsem se na vaši internetové stránky, rád bych se zeptal jak to je poplatkem za vedení účtu?
P	Ano to by šlo, poskytujeme dva druhy půjček. Krátkodobé od 1000,- do 16 000,- Kč se splatností na 30 dní a dále úvěry, kde můžete žádat mezi 10 000,- až 60 000,- Kč se splatností od 6 do 36 měsíců.	P	Nic takového u nás nemáme. První půjčka je zcela zdarma, tam poskytujeme až 16 000,- Kč a zaplatíte jen 16 000,- Kč. Za účet vedený u nás nic neplatíte.
S	A u té půjčky do 16 000,- Kč je to se splátkou a úrokem jak?	S	Samozřejmě, pokud bych se rozhodl u první půjčky pro Vás, tak další půjčku budu řešit taky s Vámi.
P	Pokud jsem u nás půjčku ještě neměl, pak je ta první bezúročná, za ní nic navíc nezaplatíte.	P	To rádi slyšíme, že se na nás obrátíte a klidně, když jste u nás ještě nežádal tak můžeme provést i registraci a rovnou můžeme zažádat i o tu první půjčku, jestli je to pro Vás aktuální.
S	Jo takhle. A pokud bych si chtěl zažádat potom o nějakou další, tam jsou jaké úroky?	S	Právě, že se zatím jen ptám. Zatím žádost dělat nechci, chápu, že je poté ta žádost vidět v registrech.
P	Jak vysoká by částka byla?	P	Ta žádost v registrech určitě vidět nebude, teprve až ve chvíli, kdy byste tu půjčku čerpal, tak reálně by vidět byla. Když je u nás žádost vytvořená, tak to se nikam neprojevuje.
S	Tam by to bylo těch 16 000,- Kč.	S	Aha, tak to jsem netušil.
P	Při půjčce 16 000,- Kč na 30 dní je poplatek 3680,- Kč. Celkově tedy splatíte 19 680,- Kč.	P	Jinak pro tu první půjčku bude potřeba nám doložit kopii občanského průkazu, nebýt veden v registru exekucí a insolvenčí.
S	Abych úvěr získal, tak musím vyplnit žádost, je to tak?	S	Dobře. Jen se ještě zeptám, nemáte u úvěru poplatky za výpisy?
P	Ano.	P	Komunikace je zcela bezplatná a probíhá elektronickou formou. Tato infolinka je také bezplatná.
S	Ta žádost je potom v registrech vidět?	S	A kdybych chtěl úvěr předčasně splatit?
P	V jakých registrech myslíte?	P	Co se týče první půjčky, která je bezúročná, tak samozřejmě ji můžete bezplatně kdykoliv splatit. Co se týče dalších půjček, které jsou už úročené, tam se půjčka zadává třeba na těch 30 dnů a Vy

			byste zjistil po 14 dnech, že už peníze máte a že byste to rád zaplatil, tak stačí, když nám to zavoláte na naší linku, my Vám úrok přepočítáme k tomu danému dni, kdy to chcete zaplatit a ve finále nakonec ušetříte, když to splatíte předčasně.
S	Kdybych si u Vás zažádal o půjčku a ona by z nějakého důvodu nedopadla, tak jestli tu žádost další společnosti při budoucích žádostech uvidí?	S	Můžu se jen zeptat, je u Vás možné například vyplněním nějakého formuláře, nebo políčka zamezit, aby mi chodily další nabídky?
P	Ano.	P	Rozumím Vám. Až vytvoříme žádost tak Vám budeme číst souhlas se zpracováním osobních údajů, jehož součástí jsou i marketingové nabídky. Záleží to zcela na Vás, když řeknete, že nechcete být kontaktovaný, tak samozřejmě to budeme respektovat.
S	Jo takhle. Mě se totiž moc do té žádosti nechce kvůli poskytování údajů, když to potom právě nemusí dopadnout.	S	Děkuji za informace.
P	Zcela rozumím. Ano.		Rozloučení
S	Dobrá. Jen se zeptám, co bych potřeboval k té žádosti?		
P	Je potřeba mít platný občanský průkaz, aby Vám bylo více než 19 let, abyste byl schopen úvěr splatit a abyste neměl žádný zápis v registru.		
S	Žádný zápis, to znamená například žádost, která neprošla, nebo nesplácení úvěru?		
P	Nesplácení, dlužný zápis.		
S	Dobrá. Jaké tam jsou poplatky, kdybych si chtěl úvěr zařídit?		
P	První půjčka je zadarmo.		
S	A jak je to u té druhé půjčky?		
P	Já Vás poprosím o rodné číslo, abych si Vás mohl najít v systému.		
S	A z jakého důvodu? Údaje bych rád když tak uvedl až do té žádosti.		

P	Dobrá, dobrá. Poprosím Vás tedy ještě jednou o tu otázku?		
S	Jaké jsou poplatky u toho druhého úvěru, který již není zadarmo?		
P	To se odvíjí od výše půjčené částky.		
S	Nemyslím úroky, myslím poplatky. Například poplatek za požádání o ten úvěr.		
P	Jo takhle. Za žádost se nic neplatí, jediné co, tak je potřeba zaslat z Vašeho účtu verifikační platbu ve výši jednoho haléře, aby se prokázalo, že ten účet je Váš. Jinak za žádost, za zprostředkování a tak podobně se nic neplatí, platíte pak akorát úroky za čerpání.		
S	Dobrá, tak to by mělo být bez problému. Jen se ještě zeptám, když jsem dělal kalkulaci, tak mi to spočítalo úroky, to vím co je, ale pak níže je RPSN. To je něco jako úrok?		
P	RPSN je míra poplatku celkově vydaných všech peněz za ten úvěr za rok.		
S	Takže když jste říkal, že s úvěrem nejsou spjaty žádné poplatky, tak vlastně RPSN je 0?		
P	Ano. Vaše první půjčka – úroky činí 0 korun takže RPSN je 0%.		
S	Mám informaci, že až Vás budu kontaktovat, tak mě budou chodit různé SMS zprávy s akcemi a nabídkami. Je nutné, aby mi tyto zprávy chodily?		
P	Ted' už zabrouzdáváme do informací, u kterých potřebuji vědět Vaše RČ, abych si byl jistý, že s Vámi mohu mluvit, protože se jedná o věci, které jsou napsané na Vašem profilu.		
	Ukončení hovoru.		

Subjekt C

	Spotřebitel finančně méně gramotný		Spotřebitel finančně více gramotný
S	Nejsem Vaším klientem a rád bych si u Vaší společnosti vzal půjčku. Bylo by to zhruba 50 000,- na 2 roky. Jak by to vypadalo s úrokem?	S	Kdyby chtěl u Vaší společnosti úvěr a koukal jsem na Vaše stránky, tak bych se rád zeptal na nějaké poplatky. U Vás není poplatek za vedení účtu?
P	Abychom Vám to mohli objektivně sdělit, tak je potřeba vyplnit tu žádost o ten úvěr a necháme to vyhodnotit. Pak se Vám to buď bude líbit, nebo nebude líbit. Potom to buď potvrdíme, nebo nepotvrdíme. Ale bez té žádosti já nejsem schopná Vám to říct, jaký úrok Vám vyjde, protože každému klientovi je nastaven individuální úrok podle údajů, které nám sdělí.	P	Přesně tak, pokud se jedná o klasický úvěr, tak Vám na začátku přijde umořovací plán. Co se týče revolvingového úvěru, pokud si zvolíte elektronický výpis tak není žádný poplatek. Pokud byste chtěl výpis poštou, tak za něj se platí.
S	Když se ta žádost vyplní, je to poté vidět v registrech? Jiná banka tu žádost poté může vidět?	S	Poplatek za předčasné splacení u Vás je?
P	Pokud to potvrdíme, tak ano.	P	Tam také záleží na typu úvěru. U klasického úvěru je to 1% pokud má smlouva více jak 12 měsíců trvání a pokud má platnost pod 12 měsíců, tak je to 0,5%. U revolvingových úvěrů žádný poplatek není.
S	Moc se mi nechce do té žádosti, když nevím, zda ten úvěr dopadne.	S	Rád bych se zeptal, pokud žádost zatím vyplňovat nechci, dozvím se nějak přibližně například RPSN? Úrok je na internetové kalkulaci nastavený, ale není náhodou RPSN poté výrazně vyšší?
P	Tak to nebudete vědět nikdy. Na konci té žádosti, pokud ji necháme vyhodnotit, se dozvíte, zda je to předschváleno a nebo zamítnuto. Když to bude předschváleno a bude se Vám líbit nastavení splátky, doba splatnosti, úrok atd., tak to pak můžeme potvrdit a odeslat Vám smlouvy k podpisu. Samozřejmě žádost je předschválená na základě údajů, které nám zašlete, a my poté ověřujeme jejich pravdivost. Samozřejmě také nahlížíme do registru. Základní podmínkou pro získání úvěru je nemít negativní žádost v registru.	P	Samozřejmě na těch kalkulacích je úrok od, tam ta přesnější částka jde opravdu až po vyplnění základních informací. Ale co se týká těch revolvingových úvěrů, tam je sazba pro všechny stejná a to 34,4%, ale s tím, že tam je kdykoliv možnost splácet částky navíc, o to rychleji ten úvěr zaplatíte. Ale u těch klasických samozřejmě nejsme schopni říct, dokud nevyplníte ty základní informace.
S	Co přesně znamená negativní žádost? Znamená to nesplacení?	S	Dobře, chápu. Jde mi hlavně o to, aby úrok nebyl dobrý, ale aby mě nepřekvapilo výrazně vyšší RPSN.

P	Přesně tak.	P	To RPSN je vždycky maličko vyšší, ale třeba pokud byste si dělal úvěr přímo na míru, tak třeba když píšeme úrok od 4,49% tak RPSN je 4,89%, ale samozřejmě záleží na konkrétní nabídce podle zadaných informací.
S	Chápu. Jak žádost probíhá?	S	Dobře, děkuju. Jen nemám dobrou zkušenost se zasíláním SMS. Je nějaká možnost, jak docílit toho, aby nechodili nabídky? Třeba vyplnit nějaký formulář?
P	Vyplníme žádost. Do ní je potřeba zadat kontaktní údaje, údaje o vaší výši příjmů a výdajů, o bydlišti, kontaktu atd. Poté je žádost vyhodnocena a vy si můžete vybrat, zda Vám žádost vyhovuje a chcete ji potvrdit, nebo ne. Pokud ano, tak Vám zašlu smlouvy k podpisu. Podepsat je můžete v papírové podobě, nebo elektronicky pokud máte možnost si naskenovat doklady k žádosti, což jsou doklady totožnosti, doklad o účtu a tři výplatní pásky.	P	Takže pokud byste měl zájem o úvěr, tak byste neměl zájem o kontaktování ohledně dalších nabídek?
S	Rád bych si nechal žádost ještě projít hlavou.	S	Přesně tak.
P	Nechte si to projít hlavou.	P	Určitě, i když klienti u nás úvěr mají, tak stačí zažádat, že byste nechtěl dostávat další nabídky a poté Vám již nic chodit nebude. Stačí, když byste potom zavolaal a chtěl další úvěr, tak Vám automaticky zprávy chodit nebudou. To stejné při vyplňování na internetu, tam se Vás to ptá, jestli můžeme poskytnout údaje třetím stranám tak to stačí nezaškrtnout.
S	Jaké poplatky jsou spojené s úvěrem?		Poděkování a rozloučení
P	My žádné poplatky klientům neúčtujeme. Jen pokud byste čerpal úvěr kreditní kartou, tak je účtováno za vedení kartového účtu 49,- Kč měsíčně a poplatek za čerpání kartou je vždy 1% z čerpané částky, minimálně 50,- Kč. Ale jiné poplatky neúčtujeme. Výpisy můžeme zasílat elektronicky, to je zdarma. U nás klienti, kteří řádně splácí závazky, nic navíc neplatí. Pouze klienti, kteří nesplácí své závazky, tam se posílá placená upomínka. Ale není to, že byste byl v prodlení den, nebo dva dny.		
S	Dělal jsem kalkulaci a vypočítalo mi to úrok a RPSN. To RPSN je něco jako úrok?		

P	RPSN jsou celkové náklady na ten úvěr. Liší se to zhruba o 1%. Je v tom započítáno, pokud byste čerpal úvěr tou kreditní kartou, nebo měl papírové výpisy k nějakým smlouvám, které jsou zpoplatněny.		
S	Takže to jsou nějaké náklady, související s úvěrem.		
P	Přesně tak.		
S	Pokud bych si žádal o úvěr na podnikatelský účel přes Vaši společnost, tak mi potom posíláte hodně zpráv a je tam hodně hovorů. Je nutné toto kontaktování z Vaší strany?		
P	To jsou nabídky, na které nemusíte reagovat. Klientům, kteří splácí své závazky, občas nabízíme výhodnou nabídku. Třeba čerpat rezervy buď poloviční nebo s nulovou sazbou na tři měsíce, či půl roku. Někdy i jiné nabídky výhodného charakteru. Ale my neposkytujeme úvěry na podnikatelské účely, poskytujeme pouze úvěry pro osobní spotřebu klienta.		
S	Takže je potřeba u toho úvěru doložit i účel?		
P	Ano, ptáme se, zda to jde přímo na osobní spotřebu klienta.		
S	Aha, to se omlouvám, špatně jsem pochopil situaci.		
P	Je to sice bezúčelový úvěr, ale ověřujeme si, že to jde na osobní spotřebu klienta.		
	Poděkování a rozloučení		

