**Stanovisko** **České bankovní asociace**

k návrhu zákona, kterým se mění zákon č. č. 40/1995 Sb., o regulaci reklamy a o změně a doplnění zákona č. 468/1991 Sb., o provozování rozhlasového a televizního vysílání, ve znění pozdějších předpisů, ve znění pozdějších předpisů

(sněmovní tisk č. 193)

1. Obecně

1.1 Skupina osmi poslanců předložila návrh zákona, kterým má dojít ke změně zákona o regulaci reklamy tak, že dojde k plošnému zákazu *reklamy na spotřebitelské úvěry a sponzorování, jehož účelem nebo přímým či nepřímým účinkem je reklama na spotřebitelské úvěry*. Návrh upravuje také taxativní výčet výjimek z uvedeného zákazu. Zákaz se nemá týkat např. reklamy na spotřebitelské úvěry na bydlení nebo reklamy v provozovnách poskytovatele spotřebitelského úvěru. Také se nemá týkat reklamy v provozovnách poskytovatele spotřebitelského úvěru *nebo v jejich výkladních skříních*, ale ani sponzorování veřejně prospěšných aktivit a sponzorské komunikaci v místě jejich konání.

1.2 V odůvodnění předkladatelé bez dalšího, a především bez jakýchkoli podrobností, statistických zjištění nebo analýzy dopadů konstatují, že *v posledních letech* dochází posilování trendu života na dluh a z něj plynoucího společenského tlaku podporovaného mimo jiné reklamou nabízející *snadné a rychlé řešení pro situace objektivně více či méně urgentní*. Tomuto tlaku pak podle předkladatelů návrhu podléhají *finančně méně gramotné osoby* a následkem toho pak upadají dluhové spirály a dluhových pastí. Předkladatelé dále konstatují, že tyto méně finančně gramotné osoby *vidí pouze rychlou a bezstarostnou cestu k propagovanému cíli a nestarají se o způsob jeho dosažení*. Návrh tedy podle předkladatelů představuje dokonce *ochranu před společensky nežádoucí reklamou*. Co se týče dopadů na podnikatelské prostředí, dospívají předkladatelé k závěru, že budou *pozitivní*. Dojde totiž – následkem zákazu reklamy na spotřebitelské úvěry – *k uzavírání smluv o spotřebitelském úvěru s větším rozmyslem a nikoli na základě impulzivních podnětů*, přičemž se tak zároveň *zvýší dobytnost pohledávek poskytovatelů a zprostředkovatelů spotřebitelských úvěrů*. Žádné jiné odůvodnění svého návrhu předkladatelé nenabízejí. **Jedná se tedy, podobně jako obdobného návrh obsaženého ve sněmovním tisku č. 180, povýtce o tzv. pocitové odůvodnění, které ovšem v řádném a vážně myšleném legislativním procesu nemůže obstát**.

2. Absence analýzy stávající situace i dopadů navržené regulace

2.1 Logika argumentace obsažené v odůvodnění návrhu je podle našeho názoru neudržitelná přinejmenším ze dvou důvodů (o tom třetím bude pojednáno v posledním odstavci tohoto stanoviska). Především je třeba zmínit, že předkladatelé v citovaných pasážích odůvodnění vytvářejí dojem, že, s drobnou nadsázkou, již shlédnutím reklamy na spotřebitelský úvěr je tento úvěr poskytnut, následně utracen a ve většině případů nesplacen. Kromě toho navozuje také dojem, že *celý proces* poskytnutí spotřebitelského úvěru je jaksi impulzivní, překotný, provádí se bez rozmyslu a v jakémsi opojení. Další dojem, který lze z odůvodnění získat je ten, že u zdroje dluhových pastí a spirál stojí a hlavní roli hrají právě spotřebitelské úvěry.

2.2 Jakkoli je možné připustit, že v řadě případů jsou úvahy o pořízení věci nebo služby za použití externího financování vedeny se zapojením emocí, a tedy s jistou dávkou utlumené racionality, cesta mezi „chutí zadlužit se“ a poskytnutím spotřebitelského úvěru rozhodně není přímočará a už vůbec ne garantovaně úspěšná. To vyplývá především z přísných pravidel zákona o spotřebitelském úvěru (zákon č. 257/2016 Sb.) a to hned ve dvou rovinách. Především je poskytovatel spotřebitelského úvěru povinen v každém jednotlivém případě provést prověření úvěruschopnosti žadatele o spotřebitelský úvěr. Kromě textu samotného zákona jsou však všichni poskytovatelé spotřebitelských úvěrů povinni dodržovat i další velmi striktní předpisy a doporučení vydaná Českou národní bankou.[[1]](#footnote-1) To je významný korektiv oněch „impulzivních podnětů“ směrem k zadlužení a v řadě případů končí tyto impulzivní podněty odmítnutím žádosti o poskytnutí úvěru. Druhou rovinou je pak historicky významná změna pravidel na poli legálních poskytovatelů spotřebitelských úvěrů. K dnešnímu dni je již zřejmé, že kromě bank existuje v ČR 85 licencovaných nebankovních poskytovatelů spotřebitelských úvěrů.[[2]](#footnote-2) Všechny tyto subjekty, kromě toho, že musely splnit náročná licenční kritéria pro udělení licence od ČNB[[3]](#footnote-3), jsou ze zákona dohlíženy Českou národní bankou. Trh spotřebitelských úvěrů v ČR je tedy v důsledku zákona o spotřebitelském úvěru jednak mnohem regulovanější, ale také bezpečnější a pro spotřebitele přehlednější, než byl kdy v minulosti. Pokud snad někdy mohly být shledány důvody pro případný zákaz reklamy na spotřebitelské úvěry, pak to hypoteticky vzato bylo v období před nabytím účinnosti zákona o spotřebitelském úvěru. **Uvažovat o zákazu reklamy na spotřebitelské úvěry v dnešním právním prostředí nedává smysl.**

2.3 Navrhovatelé dále dovozují existenci vztahu mezi reklamou na spotřebitelské úvěry a nadměrným zadlužováním populace v důsledku vedoucím ke strmému nárůstu exekucí a s ním souvisejícími dluhovými pastmi a spirálami. Je jistě nepochybné, že současná situace, kdy je v běhu 4,63 milionu exekučních řízení vedených proti 863 tisícům osob s celkovou exekučně vymáhanou částkou 239 mld Kč[[4]](#footnote-4) je neúnosná a vyžaduje adekvátní řešení. V úvahu je ale třeba vzít skutečnost, že více než polovina exekučních řízení je vedena ohledně částek jistiny do 10 tisíc Kč, přičemž průměrná vymáhaná částka je zhruba 65 tisíc Kč.[[5]](#footnote-5) Na druhé straně se průměrná výše spotřebitelského úvěru pohybuje podle dostupných údajů okolo částky 140 tisíc Kč.[[6]](#footnote-6) Již z tohoto hrubého srovnání s jeví jako velmi nepravděpodobné, že by u kořenů dluhových spirál a pastí stály spotřebitelské úvěry, ostatně ani renomované organizace zabývající se dluhovým poradenstvím tento názor nezastávají.[[7]](#footnote-7)Navíc je třeba zmínit i evidentní trend snižování počtu zahajovaných exekučních řízení, k čemuž mimo jiné – a to i podle oficiálního vyjádření Exekutorské komory – přispěl již výše zmíněný nový zákon o spotřebitelském úvěru.[[8]](#footnote-8)

Pozoruhodným zjištěním je také skutečnost, že zatímco v rámci soukromoprávních vztahů je exekučně vymáháno výše uvedených 239 mld Kč, pak v rámci správních a daňových exekucí, tedy exekucí vedených státem a územními samosprávnými celky (obce, města, kraje) pro dlužné částky daní, pojistného na sociální pojištění, různé pokuty a poplatky je vymáhána zhruba trojnásobně vysoká částka, tedy cca 700 mld Kč.[[9]](#footnote-9) Lze tedy uvést, že daleko největším exekučně vymáhajícím věřitelem ve vztahu k občanům je stát a územní samosprávné celky. **Uvažovat v tomto kontextu o zákazu reklamy na spotřebitelské úvěry a označovat tuto reklamu za „společensky nežádoucí“, je buď výrazem pokrytectví nebo absence analýzy reálného stavu věci.**

2.4 Další dimenzí úvah o škodlivosti či dokonce společenské nebezpečnosti reklamy na spotřebitelské úvěry je podle našeho názoru **údaj o objemu spotřebitelských úvěrů v selhání nebo v ohrožení**. Lze předpokládat, že předkladatelé návrhu byli vedeni zhoršujícím se nebo snad alarmujícím trendem růstu objemu spotřebitelských úvěrů v ohrožení. Letmým nahlédnutím do statistik publikovaných Českou národní bankou však zjistím spíše pravý opak. Podle oficiálních údajů ČNB dosáhl objem úvěrů poskytnutých rezidentským domácnostem v ČR v dubnu 2018 výše 1 560 mld. Kč. Pokud jde o účelovou strukturu úvěrů poskytnutých tomuto sektoru, objemově největší položku představují úvěry na bydlení (1 174 mld. Kč v dubnu 2018, meziměsíční nárůst o 0,6 %). Ty tvoří 75 % z celkového objemu úvěrů poskytnutých domácnostem. Spotřebitelské úvěry dosáhly ke konci dubna 2018 výše 233 mld. Kč a meziměsíčně vzrostly o 0,5 %. **Přibližně od poloviny roku 2013 dochází k mírnému trvalému poklesu podílu nevýkonných expozic. V dubnu 2018 podíl nevýkonných expozic činil 2,5 % (5,2 % v červnu 2013)**.[[10]](#footnote-10)

2.5 Z výše uvedeného je tedy zřejmé, že výchozí premisy předkládaného návrhu, sepsaného jistě v dobré víře, nejsou podepřeny žádnou analýzou struktury a dynamiky trhu se spotřebitelskými, ale ani analýzou situace dluhové a exekuční zátěže obyvatelstva. Již **výše uvedený velmi stručný rozbor přesvědčivě odhaluje, že zákaz reklamy na spotřebitelské úvěry je opatřením zcela nepromyšleným a z hlediska dosažení deklarovaného cíle nesmyslným**. **Nemluvě o tom, že v odůvodnění návrhu je bez dalšího označovaná nemalá část populace za finančně méně gramotnou, která *vidí pouze rychlou a bezstarostnou cestu k propagovanému cíli a nestará se o způsob jeho dosažení*.** **Tato poněkud skandální paušalizace nicméně přesahuje rámec našeho vyjádření**.

3. Legislativně technické nedostatky návrhu

3.1 Návrh je problematický i z hlediska legislativně technického. Na první pohled zarazí významný nesoulad mezi textem vlastního návrhu zákona, podle kterého má ustanovení § 6b odst. 1 znít takto: „***Reklama na spotřebitelské úvěry a rovněž sponzorování, jehož účelem nebo přímým či nepřímým účinkem je reklama na spotřebitelské úvěry, jsou zakázány, pokud není dále stanoveno jinak***.“ V části sněmovního tisku č. 193 nadepsané „Platné znění částí novelizovaných zákonů s vyznačením navrhovaných změn“ se nicméně uvádí, že ustanovení § 6b odst. 1 má znít takto: „***Reklama na spotřebitelské úvěry a rovněž sponzorování, jehož účelem nebo přímým či nepřímým účinkem je reklama na spotřebitelské úvěry, jsou zakázány, pokud není dále stanoveno jinak. To platí též pro sponzorování akcí nebo činností, které se týkají několika členských států Evropské unie nebo jiných států tvořících Evropský hospodářský*** ***prostor nebo se konají v několika členských státech Evropské unie nebo v jiných státech tvořících Evropský hospodářský prostor nebo dosahují přeshraničních účinků jiným způsobem.***“ Nabízí se tedy otázka, jaký má být skutečný rozsah a podmínky regulace/zákazu reklamy na spotřebitelské úvěry.

3.2 Pozoruhodné je rovněž odůvodnění výjimky ze zákazu reklamy ve vztahu k spotřebitelským úvěrům na bydlení (§ 6b odst. 2 písm. a) návrhu). Z odůvodnění vyplývá, že navrhovatelé pracují s informací, že *spotřebitelský úvěr na bydlení je poskytován stavební spořitelnou podle zákona upravujícího stavební spoření*. Zde je třeba uvést, že spotřebitelské úvěry na bydlení poskytují jak stavební spořitelny, tak ovšem i banky (podle oficiálních statistik ČNB v systému ARAD připadá na banky celkem 99,91% z celkového objemu všech úvěrů na bydlení), ovšem stejně tak je mohou poskytovat přinejmenším někteří z licencovaných nebankovních poskytovatelů spotřebitelských úvěrů. V každém případě pak je poskytování spotřebitelských úvěrů na bydlení ovládáno zákonem o spotřebitelském úvěru, nikoli zákonem o stavebním spoření.

3.3 Konečně pak je z hlediska legislativně technického i z hlediska výkladu nejasné, jaký je věcný rozdíl mezi výjimkou z reklamy na spotřebitelské úvěry, pokud se jedná o *reklamu v provozovnách poskytovatele spotřebitelského úvěru* na straně jedné (§ 6b odst. 2 písm. b), a výjimkou vztahující se na *reklamu v provozovnách poskytovatele spotřebitelského úvěru nebo v jejich výkladních skříních* (§ 6b odst. 2 písm. c). Lze se domnívat, že jedno z těchto ustanovení je nadbytečné.

4. Rozpornost návrhu s právem Evropské unie

4.1 Návrh podle našeho názoru vykazuje další závažné vady a nedostatky. **Předkladatelé se**, alespoň podle textu odůvodnění, vůbec **nezabývali slučitelností návrhu s právem Evropské unie**. Navrhovaný plošný zákaz všech reklam vnímáme jako rozporný s právem Evropské unie, když např. článek 22 odst. 1 směrnice 2008/48/ES, o smlouvách o spotřebitelském úvěru, stanoví, že „pokud tato směrnice obsahuje harmonizovaná ustanovení, nesmějí členské státy ve svém vnitrostátním právu zachovávat ani zavádět ustanovení odchylná od ustanovení této směrnice.“ Toto je přímo v kontextu reklamy doplněno bodem 18 preambule směrnice (tzv. recitálem), který uvádí, že „v souladu se směrnicí Evropského parlamentu a Rady 2005/29/ES ze dne 11. května 2005 o nekalých obchodních praktikách vůči spotřebitelům na vnitřním trhu (směrnice o nekalých obchodních praktikách) by měli být spotřebitelé chráněni proti nekalým nebo zavádějícím praktikám, zejména pokud jde o poskytování informací věřitelem. Tato směrnice by však měla obsahovat zvláštní ustanovení o reklamách na úvěrové smlouvy a o určitých standardních informacích, které by měly být spotřebitelům poskytovány, aby jim bylo umožněno zejména srovnávat různé nabídky. Tyto informace by měly být poskytovány jasným, výstižným a zřetelným způsobem prostřednictvím reprezentativního příkladu... Kromě toho by měly mít členské státy i nadále možnost upravit ve svém vnitrostátním právu požadavky týkající se reklamy, která informace o nákladech úvěru neobsahuje.“

4.2 Podobně tak lze argumentovat i s odkazem na směrnici Evropského parlamentu a Rady 2014/17/EU o smlouvách o spotřebitelském úvěru na nemovitosti určené k bydlení. Tato směrnice upravuje regulaci reklamy na spotřebitelské úvěry na bydlení ve svém čl. 11, když v čl. 10 výslovně odkazuje i na shora citovanou směrnici o nekalých obchodních praktikách.

4.3 Výše uvedená ustanovení směrnic byla implementována do českého právního řádu v  § 91 zákona č. 257/2016 Sb., o spotřebitelském úvěru, ve znění pozdějších předpisů, a to evropsky konformně. Obecný zákaz jakékoli reklamy je dle našeho názoru v rozporu s cíli obou výše uvedených směrnic o smlouvách o spotřebitelském úvěru. Jedním ze základních principů těchto směrnic je posílení informovanosti spotřebitele o podmínkách jím přijímaného úvěru a zajištění co nejširšího výběru mezi nabídkami různých poskytovatelů úvěru. Reklamní nabídka (zpřístupněná například prostřednictvím srovnávacích internetových stránek) je přitom jedním ze základních nástrojů pro zajištění této informovanosti. **Lze tedy přesvědčivě argumentovat v tom směru, že s ohledem na výše zmíněné právní akty Evropské unie existuje evropský standard regulace reklamy spotřebitelských úvěrů, přičemž navržená regulace - zákaz reklamy je s touto evropskou regulací** (a to zejména se směrnicí 2008/48/ES, kteráje založena na principu úplné harmonizace, tj. nepřipouští odchylky ve vnitrostátní legislativě) **v jasném rozporu**.

5. Nedostatečná analýza souladu návrhu s ústavním pořádkem ČR

5.1 Domníváme se dále, že je přinejmenším diskutabilní tvrzení předkladatelů o tom, že jejich návrh zákona není **v rozporu s ústavním pořádkem České republiky**. Toto tvrzení předkladatelé nedoprovázejí žádnou analýzou. Podle našeho názoru je ale v kontextu plošného zákazu reklamy na spotřebitelské úvěry možné uvažovat hned o několika ústavních aspektech takového kroku. Návrh lze totiž považovat za nástroj **omezení svobody projevu a práva na informace**. Podle Listiny základních práv a svobod platí, že svobodu projevu a právo vyhledávat a šířit informace lze omezit zákonem, jde-li o opatření v demokratické společnosti nezbytná pro ochranu práv a svobod druhých, bezpečnost státu, veřejnou bezpečnost, ochranu veřejného zdraví a mravnosti. Lze s úspěchem pochybovat o tom, že reklama na spotřebitelské úvěry, která splňuje podmínky stanovené zákonem o spotřebitelském úvěru a směrnicemi EU, naplňuje některý z těchto důvodů.

5.2 Kromě toho je ale z hlediska ústavních principů třeba se zabývat i jeho slučitelností **ve vztahu k ústavně zaručenému právu na podnikání**, a to přinejmenším z hlediska principů racionality a proporcionality zásahu do tohoto práva. Podle našeho názoru předložený návrh jakožto zásah do základního práva podnikat testem proporcionality neprojde, neboť již nyní existují účinné nástroje jak zavádějící nebo nedostatečně transparentní propagaci zabránit.

6. Všeobecná nevhodnost zákazu reklamy na spotřebitelské úvěry

6.1 Konečně pak je třeba vypořádat se **s obecnou smysluplností zákazu reklamy na spotřebitelské úvěry**. I když je navrhovaný zákaz reklamy zdůvodňován potřebou větší ochrany spotřebitelů, ve svých důsledcích by byl pro spotřebitele nepříznivý, neboť **by došlo k zániku nástroje, který podporuje konkurenční prostředí na trhu se spotřebitelskými úvěry, kterým reklama bezesporu je**. Efektem přijetí návrhu by bylo zásadní omezení možnosti poskytovat informace o produktech spotřebního financování na internetu (jakož i prakticky všemi jinými myslitelnými komunikačními prostředky) a významně by se tak klientům ztížil přístup k informacím a možnost nabídky efektivně porovnávat.

6.2 **Stávající úroveň ochrany spotřebitele v souvislosti s reklamou na spotřebitelské úvěry považujeme za dostačující**. Vedle již zmíněného § 91 zákona o spotřebitelském úvěru je třeba poukázat také na úpravu **zákazu nekalých obchodních praktik** v ustanoveních § 4 - § 5c a v přílohách zákona č. 634/1992 Sb., o ochraně spotřebitele, ve znění pozdějších předpisů. Tento zákaz dopadá nejen na klamavé reklamy na spotřebitelské úvěry, ale i na různé formy agresivní propagace finančních služeb. Považujeme za nutné zdůraznit, že dodržování požadavků zákona o spotřebitelském úvěru, jakož i soulad se zákazem nekalých obchodních praktik, podléhá **dohledu České národní banky**. Tato pravidla **spolu s** dalšími **přísnými pravidly upravujícími informování spotřebitele v rámci kontraktačního procesu a požadavky na posuzování úvěruschopnosti** vytváří dostačující záruku ochrany „osob méně finančně gramotných“ (jak je uvedeno v odůvodnění návrhu zákona) před neuváženým zadlužováním. Rádi bychom také upozornili, že za nedodržení těchto pravidel hrozí poskytovatelům úvěrů **závažné sankce**. Nejedná se pouze o vysoké pokuty, ale i o sankci relativní neplatnosti úvěrové smlouvy z důvodu porušení povinnosti řádně posoudit úvěruschopnost spotřebitele (viz § 87 zákona o spotřebitelském úvěru) a sankce za porušení požadavků na obsah a formu úvěrové smlouvy (viz § 110 zákona o spotřebitelském úvěru).

6.3 Dlouhodobě považujeme za nebezpečnější pro klienty praktiky a postupy subjektů, které působí mimo legální rámec zákona o spotřebitelském úvěru a mimo sféru licencování ČNB – v tomto segmentu jsou lichvářské praktiky běžné a tyto subjekty zásadně nevyužívají standardní reklamní kanály; dá se tedy konstatovat, že obecným zákazem reklamy budou vlastně zvýhodněny. **Omezovat reklamu na spotřebitelské úvěry je krajně nevhodné, neboť každé omezení zvýší riziko, že spotřebitel, který úvěr potřebuje (nebo si to alespoň myslí, protože u půjček jsou potřeby většinou spíše subjektivní), nezaznamená nabídku legitimních poskytovatelů, a zamíří místo nich k pokoutnímu lichváři.**

6.4 Domníváme se dále, že navržená regulace je nadbytečná. Má-li jít o ochranu před nezodpovědným zadlužováním a exekucí, jak naznačuje důvodová zpráva, pak zákazem reklamy na úvěry se tohoto cíle nepodaří dosáhnout. **Pokud někdo cítí potřebu financovat pořízení určité hodnoty (věci, služby) z cizích zdrojů, pak to nepochybně učiní nebo se o to alespoň pokusí. Před nezodpovědným zadlužováním naopak efektivně chrání zákon o spotřebitelském úvěru s požadavky na posouzení schopnosti splácet a s licenčním řízením a dohledem ČNB i nad nebankovními poskytovateli spotřebitelských úvěrů**.

6.5 Viděno optikou předkladatelů by v prvé řadě bylo potřebné zakázat reklamu na zboží a služby, za něž lidé utrácejí. Jelikož nemalá část běžících exekučních řízení má svůj původ ve vymáhání pokut za „jízdu na černo“ v prostředcích městské hromadné dopravy, nabízí se úvaha o zákazu ukládání pokut nebo případně o zrušení jízdného.

6.6 Bylo by možné v takové úvaze zajít i dále. Vyjdeme-li např. z oficiálních statistik Policie ČR[[11]](#footnote-11) o nehodovosti při provozu na pozemních komunikacích zjistíme, že jenom v letech 2008 až 2017 bylo na českých silnicích při dopravních nehodách usmrceno celkem 6884 osob. Každý den Policie ČR šetřila v průměru 284,44 nehod, bylo usmrceno 1,38 osoby, téměř 74,2 osob bylo zraněno. Co se týče odhadu hmotné škody, na každý den připadá v průměru škoda 17 304 813 Kč. Výše uvedené lze interpretovat také tak, že Policie ČR šetřila dopravní nehodu každých 5,06 minuty, každých 17,45 hodin došlo na pozemních komunikacích k usmrcení osoby a každých 19,41 minuty byl zraněn účastník silničního provozu. Na každou hodinu připadá hmotná škoda ve výši 721 033,9 Kč a průměrná škoda připadající na jednu nehodu je 60 838,- Kč.

6.7 Pokud předkladatelé návrhu rýsují argumentační linii v podobě „reklama na spotřebitelské úvěry-neúměrné zadlužování obyvatelstva/dluhová past/exekuční spirála“, pak na základě výše citované policejní statistiky lze učinit podobnou argumentační linku „automobily -zabíjení a mrzačení lidí na silnicích, velké hmotné škody“. V takovém případě by bylo vhodné uvažovat nejen o zákazu reklamy na dopravní prostředky všeho druhu, ale nejspíš i o zákazu jejich výroby a prodeje. **Zhruba podobnou logiku má podle našeho názoru návrh na zákaz reklamy na poskytování spotřebitelských úvěrů**.

**Všechny připomínky obsažené v tomto stanovisku označujeme jako zásadní.**

Toto stanovisko v celém svém rozsahu odráží i názory a stanoviska České leasingové a finanční asociace (ČLFA).

**Česká bankovní asociace**

Mgr. Filip Hanzlík, LL.M.

náměstek výkonného ředitele & hlavní právník

hanzlik@czech-ba.cz

224 422 085

1. <https://www.cnb.cz/miranda2/export/sites/www.cnb.cz/cs/dohled_financni_trh/vykon_dohledu/dohledove_benchmarky/download/dohledovy_benchmark_2016_03.pdf> nebo <https://www.cnb.cz/miranda2/export/sites/www.cnb.cz/cs/dohled_financni_trh/vykon_dohledu/dohledove_benchmarky/download/dohledove_sdeleni_2017_01.pdf> [↑](#footnote-ref-1)
2. https://apl.cnb.cz/apljerrsdad/JERRS.WEB33.SUBJECTS\_COUNTS\_DETAIL?p\_lang=cz&p\_DATUM=07.06.2018&p\_ses\_idx=339 [↑](#footnote-ref-2)
3. https://www.cnb.cz/cs/dohled\_financni\_trh/vykon\_dohledu/povolovaci\_schvalovaci\_rizeni/poskytovatele\_spotrebitelskeho\_uveru/ [↑](#footnote-ref-3)
4. http://mapaexekuci.cz/index.php/mapa-2/ [↑](#footnote-ref-4)
5. https://ekonomika.idnes.cz/exekuce-mapa-exekuci-dluhy-splatky-cesko-fpj-/ekonomika.aspx?c=A180213\_111346\_domaci\_ekl [↑](#footnote-ref-5)
6. https://www.novinky.cz/finance/367260-nejvyssi-pujcky-si-berou-lide-v-praze-nejnizsi-na-severni-morave.html [↑](#footnote-ref-6)
7. https://radiozurnal.rozhlas.cz/za-exekuce-muze-byznys-s-chudobou-veritele-meli-byt-zodpovednejsi-radi-daniel-7180981 [↑](#footnote-ref-7)
8. http://ekcr.cz/1/aktuality-pro-media/2447-trendy-v-poctech-exekuci-maji-klesajici-tendenci-exekuci-by-melo-zacit-ubyvat?w= [↑](#footnote-ref-8)
9. https://www.euro.cz/politika/narod-v-exekuci-1384384 [↑](#footnote-ref-9)
10. https://www.cnb.cz/cs/statistika/menova\_bankovni\_stat/bankovni\_statistika/bank\_stat\_komentar.html [↑](#footnote-ref-10)
11. http://www.policie.cz/clanek/statistika-nehodovosti-900835.aspx?q=Y2hudW09Mg%3d%3d [↑](#footnote-ref-11)