20. 11. 2023

Vezměte, prosíme, na vědomí, že text článku odpovídá platné právní úpravě ke dni publikace.

Inkorporace obchodních podmínek do smlouvy – nejčastější problémy a jejich řešení

Obchodní podmínky jsou v dnešní obchodní praxi nepostradatelné. Podnikatelé je využívají velmi často ve vztahu k jiným podnikatelům nebo spotřebitelům především z důvodu standardizace své smluvní dokumentace. Podnikatel tak má větší přehled o své smluvní dokumentaci a v případě potřeby se nemusí vždy vracet k celé konkrétní smlouvě. Souvisejícím důvodem může být i záměr podnikatele o podobě svých obchodních podmínek nevyjednávat. Druhá strana je tak postavena před rozhodnutí podmínky akceptovat, jinak nemá možnost smlouvu vůbec uzavřít. Správná inkorporace obchodních podmínek do smluvní dokumentace je ovšem v praxi spojena s řadou problémů.

Obchodní podmínky a právní důsledky nesprávné inkorporace

Obchodní podmínky lze obecně vymezit jako nepřímá ujednání smlouvy, na která smlouva pouze odkazuje a která zpravidla obsahují stejná ustanovení pro větší počet určitého typu smlouvy, který strana v obchodním styku uzavírá.[1] Aby se obchodní podmínky staly součástí smlouvy, je ovšem nutné je do smlouvy dle požadavků zákona správně inkorporovat (včlenit).

Dle textu zákona lze část obsahu smlouvy určit odkazem na obchodní podmínky, které navrhovatel připojí k nabídce nebo které jsou stranám známy.[2] Na jedné straně tak posuzujeme, zda byl řádně proveden odkaz na obchodní podmínky, a na druhé straně, zda byly podmínky připojeny nebo zda s nimi byla druhá strana v souladu se zákonem alespoň seznámena.

Jinými slovy, samotný odkaz na podmínky ve smlouvě pro správnou inkorporaci nepostačuje. Stejně tak není dostatečné ani připojení nebo seznámení s podmínkami, pokud na ně chybí ve smlouvě odkaz. Výjimku představuje pouze případ, kdy je ve smlouvě mezi podnikateli odkaz na obchodní podmínky vypracované odbornými nebo zájmovými organizacemi (např. Mezinárodní pravidla pro výklad dodacích doložek INCOTERMS). V tomto případě postačí dle zákona ve smlouvě mezi podnikateli pouze odkaz.[3]

Nesprávná inkorporace obchodních podmínek do smlouvy má pro podnikatele zpravidla fatální následky. Právním následkem a rizikem nesprávné inkorporace je totiž jejich neaplikovatelnost v rámci daného smluvního vztahu. To prakticky znamená, že veškerá práva a povinnosti v podmínkách, jimiž mohou být např. specifikace plnění dle smlouvy, různé sankce apod. nebudou závazné a vůči druhé straně vymahatelné.

Soudní spory ohledně inkorporace se téměř vždy týkají toho, že se jedna strana domáhá splnění povinnosti dle obchodních podmínek a druhá strana toto s odkazem na nesprávnou inkorporaci odmítá. Je však vhodné doplnit, že v souvislosti s posuzováním aplikace podmínek je třeba provést vždy i posouzení, zda v konkrétním případě byla vůbec uzavřena samotná smlouva, a to zvláště tehdy, pokud podmínky obsahovaly její podstatné náležitosti.[4] Někdy tak může dojít k tomu, že strany nejsou vázány ani právy a povinnostmi v samotné smlouvě. Pro úplnost je vhodné uvést, že tento článek se zabývá výhradně inkorporací obchodních podmínek a jeho předmětem nejsou požadavky na jejich obsah a formu a související rizika v této oblasti.

Odkaz

Prvním požadavkem na správnou inkorporaci obchodních podmínek je na ně správně a dostatečně určitě odkázat. Odkaz musí být učiněn přímo ve smlouvě, ve fázi kontraktačního procesu tak musí být zpravidla součástí nabídky na uzavření smlouvy. Podstatu nepřímých ujednání vyjadřuje právě skutečnost, že ve smlouvě postačí připojit odkaz na podmínky a tyto podmínky není nutné zvláště podepisovat.

Je třeba se vyvarovat případům, kdy podnikatel odkazuje na své obchodní podmínky nikoliv ve smlouvě, ale pouze na webových stránkách nebo pouze na dokumentu, který je jednostranně vyhotoven až po uzavření smlouvy (např. na faktuře). V takových případech nejsou podmínky správně inkorporovány a nestanou se součástí smlouvy.

Doporučuje se, aby odkaz byl uveden výslovně a v písemné formě. Ústní či konkludentní odkaz je možný, ale podnikatel ho musí být schopen prokázat. K dovození konkludentního odkazu by bylo nutné dospět prostřednictvím standardních pravidel výkladu právního jednání. Typicky k takovému výkladu můžeme dospět u návštěvního řádu sportoviště, kde návštěvníkům musí být zřejmé, že jejich chování bude regulováno určitými pravidly, aniž by byli na návštěvní řád výslovně upozorněni. Je ovšem třeba pamatovat na to, že odkaz musí být vždy písemný v případě, kdy zákon požaduje písemnou formu smlouvy.

Obsahem odkazu by měl být pro vyloučení všech rizik výslovný odkaz na to, že se obchodní podmínky použijí, a dále i jejich bližší specifikace, zvláště pokud podnikatel používá více verzí. Lze kupříkladu vyjít z následující formulace: Nedílnou součástí smlouvy jsou obchodní podmínky [název obchodních podmínek], ze dne [datum]. Samotný odkaz pro správnou inkorporaci však nepostačuje. Jak je uvedeno dále, je vedle odkazu nutné obchodní podmínky k nabídce na uzavření smlouvy připojit nebo s nimi druhou stranu jiným způsobem seznámit.

Připojení

Zvláštní formou seznámení s obchodními podmínkami je jejich připojení.[5] Je to právně nejjistější způsob, jak zajistit, že se druhá strana s podmínkami seznámila. Pokud si tak podnikatel přeje vyvarovat se jakýmkoliv rizikům, lze doporučit podmínky jednoduše vytisknout a přiložit je k vlastní smlouvě. Na druhou stranu není přiložení vždy praktický způsob. Zejména u provozů, kde je vysoký počet zákazníků, může být tento postup administrativně náročný, případně s ohledem na manuální přiložení je spojen i s větším rizikem chybovosti.

Pokud podnikatel z praktických důvodů ale ve smlouvě v listinné podobě odkáže na podmínky uvedené na webových stránkách, nejedná se o připojení, ale musí být splněny i níže uvedené požadavky na řádné seznámení s podmínkami.[6] U smluv uzavíraných online na webových stránkách pro dovození připojení naopak postačí, aby obsah podmínek byl zpřístupněn přímo na dané webové stránce.[7] Pokud by však druhou stranou byl spotřebitel nebo by podmínky nebyly k dispozici přímo na webové stránce (ale např. na jiné webové stránce prostřednictvím „vyskakovacího okna“), je třeba opět splnit i níže uvedené požadavky na řádné seznámení. V případě zasílání návrhu smlouvy e-mailem je připojení splněno zasláním návrhu smlouvy společně s příslušnými obchodními podmínkami.

Seznámení

Pokud nelze dovodit připojení obchodních podmínek, je pro řádnou inkorporaci nutné, aby se druhá strana s podmínkami seznámila. Nejde ovšem o požadavek na skutečné seznámení se s jejich obsahem, nýbrž o poskytnutí reálné možnosti se s podmínkami k okamžiku uzavření smlouvy seznámit. Tato možnost musí být posuzována objektivně z pohledu průměrného adresáta.

Důkazní břemeno tíží toho, kdo se inkorporace obchodních podmínek dovolává. Proto by podnikatel měl strukturovat odkaz na své obchodní podmínky jasným a přehledným způsobem a do smlouvy (nikoliv do podmínek) je vhodné připojit i prohlášení, že se druhá strana s obchodními podmínkami seznámila a souhlasí s nimi.[8]

U smluv uzavíraných elektronicky podnikatelé používají v praxi různé způsoby. Často se lze setkat s tím, že je požadováno zaškrtnutí nebo jiné označení pole obsahujícího příslušné prohlášení o seznámení se s podmínkami přímo u hypertextového odkazu na znění obchodních podmínek. S ohledem na judikaturu Nejvyššího soudu je vhodné, aby podnikatel byl schopen zajistit i důkaz o tom, že podmínky byly při uzavření smlouvy na webových stránkách opravdu k dispozici,[9] a vyloučil tak riziko, že druhá strana bude inkorporaci podmínek nebo jejich obsah v případném sporu zpochybňovat.

Dále je vhodné upozornit na to, že v právní teorii se objevil názor odmítající řádnou inkorporaci prostřednictvím uvedené praxe s vyznačováním pole o seznámení a souhlasu s podmínkami u hypertextového odkazu na jejich znění ve vztahu ke spotřebitelům, protože takový způsob porušuje ustanovení spotřebitelského práva. Dle tohoto ustanovení uzavírá-li se smlouva za použití elektronických prostředků, poskytne podnikatel spotřebiteli v textové podobě kromě znění smlouvy i znění obchodních podmínek.[10] Jako argument se uvádí, že podnikatel má povinnost spotřebiteli podmínky poskytnout, aniž by to vyžadovalo aktivní jednání na straně spotřebitele.[11]

Mám za to, že tento názor je problematický. I pokud podmínky nebyly poskytnuty v souladu s příslušným ustanovením (což může být rovněž sporné, protože spotřebitel má možnost si podmínky na webové stránce v dnešní době jednoduše vytisknout nebo uložit),[12] ještě to bez dalšího neznamená, že se s nimi nemohl v konkrétním případě seznámit.[13] Ustanovení ohledně povinnosti poskytnutí obchodních podmínek spotřebiteli v textové podobě by nemělo mít ani rozhodující vliv na (soukromoprávní) vymezení požadavků správné inkorporace, neboť se ve své podstatě jedná o veřejnoprávní normu za účelem ochrany spotřebitele,[14] za jejíž porušení je stanovena veřejnoprávní sankce.[15]

Je však třeba doplnit, že bližší kritéria pro dovození řádného seznámení se s podmínkami u smluv uzavíraných elektronicky nebyly v soudní praxi doposud dostatečně specifikovány. Pokud si tedy podnikatel přeje vyvarovat se jakýmkoliv rizikům, je doporučeníhodné spotřebiteli podmínky při uzavření smlouvy také zaslat i prostřednictvím e-mailu.

Další odkazy (řetězení)

V praxi často dochází také k tomu, že obchodní podmínky samy odkazují na další podmínky. Jedná se např. o odkaz na zvláštní podmínky, ceníky nebo jiné další specifikace. V takovém případě však musí být i na takové další úrovni splněny veškeré požadavky na řádnou inkorporaci, tedy odkaz a připojení či jiné seznámení s podmínkami.[16] Vzhledem k uvedenému důkaznímu břemenu v případě sporů je ovšem právně nejjistějším způsobem uvést všechny odkazy výslovně přímo ve smlouvě tak, aby byly kryty příslušným prohlášením, že se druhá strana se všemi uvedenými podmínkami seznámila.

Závěr a doporučení

Aby se obchodní podmínky staly součástí smlouvy, je třeba na ně ve smlouvě odkázat a zároveň je k ní připojit nebo s nimi druhou stranu alespoň seznámit. Právním následkem a rizikem nesprávné inkorporace je zpravidla neaplikovatelnost práv a povinností v obchodních podmínkách v rámci daného smluvního vztahu. Nejčastější pochybení se v praxi objevují v souvislosti s nesprávným odkazem nebo nedostatečným seznámením druhé strany s obsahem podmínek, a to zejména v případě kombinace listinné smlouvy a podmínek v elektronické podobě.

Podnikateli, který uzavírá smluvní dokumentaci v listinné podobě, lze doporučit obchodní podmínky ke smlouvě přímo připojit. V takovém případě se seznámení s podmínkami dále neposuzuje a podnikatel má zároveň i důkaz o tom, v jakém znění měla druhá strana podmínky k dispozici. Obdobně totéž platí i pro zaslání návrhu smlouvy společně s podmínkami e-mailem.

Pokud by takový postup byl s ohledem na konkrétní okolnosti pro podnikatele nepraktický, lze ve smlouvě odkázat na podmínky na webových stránkách. V takovém případě je však nutné pečlivě posoudit a zvolit způsob odkazu a zpřístupnění podmínek druhé straně. V každém případě je s ohledem na unesení důkazního břemene doporučeníhodné pořídit důkaz o tom, že podmínky byly při uzavření smlouvy na webových stránkách opravdu k dispozici, a do smlouvy vložit na přehledném místě i prohlášení, že se druhá strana s obchodními podmínkami seznámila a souhlasí s nimi.

JUDr. Vojtěch Lovětínský, Ph.D., LL.M.,
advokát

Doležal & Partners s.r.o., advokátní kancelář

Koliště 1912/13
602 00 Brno

Růžová 1416/17
110 00 Praha 1

Tel.: +420 543 217 520
e-mail: office@dolezalpartners.com

---

[1] Srov. Šilhán, J. Komentář k § 1751, in Petrov, J., Výtisk, M., Beran, V. a kol. Občanský zákoník. Komentář. 2. vydání. Praha: C. H. Beck, 2019, m. č. 1. Srov. Hulmák, M. Komentář k § 1751, in Hulmák, M. a kol. Občanský zákoník V. Závazkové právo. Obecná část (§ 1721 – 2054). Komentář. 1. vydání. Praha: C. H. Beck, 2014, m. č. 5.

[2] Ustanovení § 1751 odst. 1 ObčZ.

[3] Ustanovení § 1751 odst. 3 ObčZ.

[4] Srov. ustanovení § 1725 a § 1726 ObčZ.

[5] Srov. Hulmák, M. Op. cit. sub 1, m. č. 35.

[6] Srov. usnesení Nejvyššího soudu ze dne 6. 9. 2016, sp. zn. 23 Cdo 240/2015.

[7] Srov. Šilhán, J. Op. cit. sub 1, m. č. 27.

[8] Srov. usnesení Nejvyššího soudu ze dne 6. 9. 2016, sp. zn. 23 Cdo 240/2015. „Protože však v daném případě nejde o všeobecné podmínky vypracované odbornými nebo zájmovými organizacemi, musí být splněna podmínka, že obchodní podmínky byly stranám známé nebo k návrhu přiložené. Tato podmínka je splněna, neboť žalovaná ve smlouvách prohlásila, že se s obchodními podmínkami seznámila a souhlasí s nimi."

[9] Srov. usnesení Nejvyššího soudu ze dne 6. 9. 2016, sp. zn. 23 Cdo 240/2015. „Na žalobkyni ale samozřejmě leží důkazní břemeno, aby prokázala obsah obchodních podmínek umístěných na webových stránkách […] k datům uzavřených smluv."

[10] Srov. § 1827 odst. 2 ObčZ.

[11] Selucká, M., Veverková, S. Obchodní podmínky ve vztazích B2C. [Systém ASPI]. Nakladatelství Leges [cit. 2023-10-23]. ASPI_ID MN608CZ. Dostupné z: www.aspi.cz. V této souvislosti je odkazováno na závěry rozsudku SDEU ze dne 5. 7. 2012, Content Services Ltd proti Bundesarbeitskammer, C-49/11, a rozsudku Ústavního soudu ze dne 18.11.2008, sp. zn. I. ÚS 2619/08.

[12] Z tohoto důvodu není z mého pohledu přesvědčivý odkaz na rozsudek SDEU ze dne 5. 7. 2012, Content Services Ltd proti Bundesarbeitskammer, C-49/11, který se zakládá mj. na jiných skutkových okolnostech, než které jsou obvyklé v dnešní praxi elektronického uzavírání smluv – viz bod 46 rozsudku. Obdobně odkaz na rozsudek Ústavního soudu ze dne 18.11.2008, sp. zn. I. ÚS 2619/08.

[13] Srov. závěr týkající se obdobné německé úpravy: „Sodann muss der Unternehmer nach § 312i Abs. 1 Nr. 4 BGB dem Kunden bei Vertragsschluss die Möglichkeit verschaffen, die Vertragsbestimmungen einschließlich der Allgemeinen Geschäftsbedingungen bei Vertragsschluss abzurufen (zB durch Wiedergabe des Textes der AGB auf der „Angebotsseite" oder mittels eines „Links") und in wiedergabefähiger Form (zB durch Herunterladen) zu speichern." Köhler, H. BGB Allgemeiner Teil. 46. vydání. München: C. H. Beck, 2022, str. 126.

[14] Srov. Hulmák, M. Komentář k § 1827. Op. cit. sub 1, m. č. 19. Srov. např. obdobný § 11 rakouského zákona o e-commerce (E-Commerce-Gesetz – ECG) a text důvodové zprávy k němu: „Die

Verpflichtung, die Vertragsbestimmungen und Geschäftsbedingungen zur Verfügung zu stellen, soll am Geltungsgrund der allgemeinen Geschäftsbedingungen nichts ändern. Ein Verstoß gegen die Verpflichtung zur Reproduzierbarkeit der Bedingungen soll also nicht dazu führen, dass diese dem Vertrag nicht zugrunde liegen." Dostupné >>> zde.

[15] Srov. § 24 odst. 17 písm. m) zákona č. 634/1992 Sb., o ochraně spotřebitele. „Prodávající se dopustí přestupku tím, že v rozporu s § 1827 odst. 2 občanského zákoníku neposkytne spotřebiteli v textové podobě znění všeobecných obchodních podmínek."

[16] Srov. rozsudek Nejvyššího soudu ze dne 13. 2. 2019, sp. zn. 31 Cdo 1566/2017.

© EPRAVO.CZ – Sbírka zákonů, judikatura, právo | www.epravo.cz

Další články:

- Oceňování senior center a domovů se zvláštním režimem v nemovitostních fondech
- Změna výroby na příkaz mateřské společnosti bez finanční kompenzace vzniklých ztrát? Judikát NSS, který mění pohled na převodní ceny
- Byznys a paragrafy, díl 26.: Smírčí řízení jako alternativní nástroj řešení sporů mezi podnikateli
- „Bez pohlavků": jasná hranice výchovy v českém právu
- Nová éra v boji proti nekalým obchodním praktikám: Co přinese nové procesní nařízení EU?
- Diskriminace není legrace aneb nerovné zacházení s akcionáři při výplatě zálohy na podíl na zisku
- Licence LUC v podnikatelské strategii provozovatelů dronů
- Neplatnost usnesení valné hromady akciové společnosti v rozhodovací praxi soudů
- Aktuální novelizace potravinových vyhlášek
- Zaměstnanecké akcie (ESOP) v roce 2026: co přináší novela a jak se na ni připravit
- Zelené standardy pro výstavbu a renovace: jaké povinnosti přinese nová evropská úprava?