

12. 1. 2026

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

# **„Těžko na cvičišti, lehký na bojišti“, aneb proč je kvalitní prodejní dokumentace klíčová (nejen) v automotive segmentu**

V advokátní praxi nám každoročně prochází pod rukama desítky standardizovaných smluv, obchodních podmínek a jiných dokumentů, které prodejci (nejen) motorových vozidel používají při uzavírání smluv se svými zákazníky na českém trhu. Platí, že „v jednoduchosti je krása“. Tato základní poučka má však své meze a právě na ně se v tomto článku společně podíváme.

## **Vše začíná „na začátku“**

Velké značky zpravidla provozují obchodní model na bázi distribuce. Očím zákazníka sice zůstávají skryté, ale zcela zásadními jsou proto již autorizační dokumenty, na základě kterých distributor začleňuje do své distribuční sítě subjekty, které po splnění stanovených kritérií získávají oprávnění k prodeji zboží či poskytování služeb na stanoveném území.

V zájmu distributora je, aby tato dokumentace vhodným způsobem reflektovala jeho představy obchodního charakteru (vzhled provozoven, požadavky na jednání se zákazníky, prezentace značky atp.). Často opomíjenou problematikou je otázka souladu dokumentace s požadavky práva na ochranu hospodářské soutěže, kde i zdánlivě neškodný „vylepšující nápad“ může po zhmožnění v textu mít významně negativní následky v podobě sankcí uložených dozorovými orgány.

Limity soutěžního práva zároveň distributorovi nebrání, aby prostřednictvím komplexní a detailní dokumentace držel chod své distribuční sítě pevně v rukou a měl k dispozici adekvátní a zejména funkční právní prostředky, které mu to umožní. Také s těmito záležitostmi máme bohaté zkušenosti a klientům asistujeme nejen při přípravě autorizační dokumentace, ale také při efektivním vymáhání v ní ujednaných pravidel.

## **Přehlednost nade vše**

Každý, kdo byl někdy postaven před nutností přečíst si kompletní smluvní dokumentaci, ať už při nákupu spotřebního zboží on-line, nebo při uzavírání smlouvy s telefonním operátorem, by bezpochyby ocenil, kdyby celý smluvní balíček byl jasný a stručný.

Takového stavu nicméně není v praxi tak jednoduché dosáhnout. Pokud podnikatel přichází do kontaktu se spotřebiteli, ukládají mu občanský zákoník, zákon o ochraně spotřebitele a další navazující předpisy řadu povinností, které musí být v dokumentaci výslovně zmíněny. Ať už se jedná o povinně poskytované informace před uzavřením smlouvy, formulář pro odstoupení od smlouvy při koupi „na zkoušku“ nebo další, méně známé záležitosti, které nelze odbýt pouze jednoduchým odkazem na obsah právního předpisu.

Pokud zároveň podnikatel působí v režimu B2B, neklade na něj sice právní řád pro styk mezi dvěma podnikateli takové nároky, jako ve vztahu ke spotřebitelům. Na druhou stranu je v podnikatelských kruzích běžné, že vůči těmto objektivně silnějším obchodním partnerům chce mít prodávající pozici

výhodnější než jaká by mu náležela podle základní právní úpravy (zákazníkům podnikatelům tedy prodejce může přiznat výrazně méně práv než těm, kteří jsou spotřebiteli).

Jinak tomu není ani při koupi nového automobilu. Naopak vzhledem k hodnotě plnění, které se v dnešní době pohybuje ve vyšších stovkách tisíc korun i u relativně běžných modelů motorových vozidel, je situace o to významnější, jelikož i drobné chyby se mohou obratem znatelně prodražit. Zákonodárce při stanovení práv a povinností smluvních stran z podstaty věci nerozlišuje, jestli je předmětem koupě mobilní telefon v hodnotě tisíců, resp. nižších desítek tisíc korun, loď za miliony, nebo právě automobil. Vhodné upřesnění podmínek prodeje a způsobu řešení případných vad předmětu koupě (například výslovným vyloučením některých nároků, které prodejce nemusí zákazníkům, ze zákona či na základě smluvní záruky, přiznat) tak může prodejci ve výsledku ušetřit nejen finanční prostředky, ale také čas trávený vyřizováním banálních záležitostí.

Dobrá prodejní dokumentace tak musí myslet jak na období po poskytnutí plnění (například jednoznačným popisem záruky, včetně omezení nároků kupujícího pouze na opravu předmětu koupě či ujednáním zamezujícím systematickému přeprodeji mimo distribuční systém atp.) tak i na období, které tomu předchází (záloha na kupní cenu a její funkce, možnost úpravy termínu dodání v reakci na situaci na trhu, utvrzení hlavních závazků přes adekvátní smluvní pokuty aj.).

## Obchodní podmínky - dobrý sluha, zlý pán

Vyhráno nemá ani distribuční síť, která je založena na používání jednotných obchodních podmínek. I když jsou totiž obchodní podmínky připraveny s důrazem na detail maximálně pečlivě a kvalitně, není možné se na ně bezhlavě spoléhat. Bez provázanosti na další prodejní dokumentaci, která je se zákazníkem uzavírána (kupní smlouva, předávací protokol atp.), mohou být obchodní podmínky naprosto bezzubým nástrojem kvůli regulaci tzv. překvapivých ustanovení. Zaměřujeme se jak na právní, tak obchodní rozměr distribuce a ve spolupráci s klienty vytváříme funkční celky vzájemně provázaných dokumentů, které jsou zároveň jednoduché k praktickému užití.

Platí, že (distribuční) systém je pouze tak silný, jako jeho nejslabší článek. Pokud jednotliví prodejci nemají o obsahu a účelu dílčích dokumentů dobrý přehled a zároveň se neorientují v základech právní úpravy, může veškeré předchozí úsilí přijít nazmar. Proto je vhodné věnovat pozornost také tomu, aby osoby, které s těmito dokumenty pracují, rozuměly nejen jejich právnímu významu. Zásadní je proškolit i praktické fungování celého distribučního systému.



**JUDr. Lukáš Jakoubek**  
Senior advokát



**Mgr. Ondřej Haška**

Advokát

**HAVEL & PARTNERS**

ÚSPĚCH SPOJUJE

[HAVEL & PARTNERS s.r.o., advokátní kancelář](#)

Florentinum, recepce A  
Na Florenci 2116/15  
110 00 Praha 1

Tel.: +420 255 000 111  
Fax: +420 255 000 110  
e-mail: [office@havelpartners.cz](mailto:office@havelpartners.cz)

© EPRAVO.CZ - Sběrka zákonů, judikatura, právo | [www.epravo.cz](http://www.epravo.cz)

## Další články:

- [Jak zahájit provoz mezinárodní letecké linky do České republiky \(EU\): právní požadavky pro aerolinky ze třetích zemí](#)
- [TOP 5 judikátů z korporátního práva za rok 2025](#)
- [Odštěpný závod zahraniční společnosti optikou NIS2: Jak správně určit velikost podniku?](#)
- [Byznys a paragrafy, díl 31. - létající pořizovatel ve světle nového stavebního zákona](#)
- [SCHEJBAL& PARTNERS stáli u získání jedné z prvních licencí dle MiCA v ČR](#)
- [Proč dnes více než polovina M&A transakcí ve střední Evropě nekončí podpisem](#)
- [Přehnaná, nebo důvodná prevence? Zajištění a utvrzení závazků v praxi](#)
- [Návrh nového zákona o digitální ekonomice](#)
- [Byznys a paragrafy, díl 30.: Jednání za s.r.o. – zápis jednatelského oprávnění do obchodního rejstříku](#)
- [Prověřování zahraničních investic a kybernetická regulace: řízená služba jako nová transakční proměnná](#)
- [Předběžné opatření a další instituty k ochraně věřitelů při přeměnách](#)