

3.3 Obvyklá smluvní ujednání

Zákon č. 89/2012 Sb., občanský zákoník, ve znění pozdějších předpisů, (dále také jako „OZ“) v ustanovení § 1811 odst. 2 OZ obecně stanoví, jaké informace musí být spotřebiteli sděleny před uzavřením smlouvy, případně před učiněním závazné nabídky. Pro případ uzavírání smlouvy distančním způsobem a smlouvy uzavírané mimo obchodní prostory je tento výčet doplněn ustanovením § 1820 odst. 2 OZ a pro smlouvy o poskytování finančních služeb ustanovením § 1843 odst. 1 OZ. Tyto informace jsou tak běžně obsaženy v obchodních podmínkách. Obsah obchodních podmínek je také značně ovlivněn zákonem č. 634/1992 Sb., o ochraně spotřebitele, ve znění pozdějších předpisů (dále také jako „OchSpotř“), který stanoví další povinnosti, a to i výše zmiňovanou informační povinnost.

Mezi zcela neodmyslitelnou část obchodních podmínek patří **kontaktní údaje** podnikatele, tedy prodávajícího či poskytovatele nejrozličnějších služeb včetně poskytování úvěru. V souladu s ustanovením § 435 odst. 1 OZ musí každý podnikatel uvádět na obchodních listinách a v rámci informací zpřístupňovaných veřejnosti prostřednictvím dálkového přístupu své jméno a sídlo. Podnikatel zapsaný v obchodním rejstříku uvádí též údaj o tomto zápisu včetně oddílu a vložky. Podnikatel zapsaný v jiném veřejném rejstříku uvede údaj o svém zápisu do tohoto rejstříku. Pokud podnikatel není zapsaný ve veřejném rejstříku, uvede údaj o svém zápisu do jiné evidence, případně byl-li podnikateli přidělen identifikující údaj, uvede i ten. V návaznosti na výše řečené obsahují kontaktní údaje jméno podnikatele nebo firmu obchodní společnosti, sídlo, identifikační číslo a informaci o zapsání v konkrétním veřejném rejstříku. Dále lze v této části obchodních podmínek nalézt také telefonní číslo, fax, e-mail, webovou stránku a číslo účtu. Méně často, ale přece, zde bývá uveden rovněž seznam provozoven a jejich provozní doba.

Následují tzv. **úvodní ustanovení**, ve kterých bývá zpravidla uvedeno, na jaké právní vztahy se obchodní podmínky aplikují, případně zde bývají rovněž negativně vymezené vztahy, na které se obchodní podmínky nevztahují. Také je vhodné v této části vyjmenovat základní pojmy, které jsou použity v obchodních podmínkách, a přidat jejich definice, které mají za úkol usnadnit spotřebiteli pochopení znění obchodních podmínek. Dále úvodní ustanovení obsahují poučení o tom, v jakých jazycích lze smlouvu uzavřít. Povinnost uvádět jazyky, ve kterých lze uzavřít smlouvu, vyplývá pro případy uzavírání smluv elektronickými prostředky z ustanovení § 1826 odst. 1 písm. b) OZ.

V návaznosti na povinnost poskytnout při uzavírání smluv elektronickými prostředky rovněž znění kupní smlouvy a obchodních podmínek, dle ustanovení § 1287 odst. 2 OZ pak mezi tato úvodní ustanovení patří rovněž informace pro spotřebitele o tom, že ustanovení obchodních podmínek jsou nedílnou součástí smlouvy a že uzavřením smlouvy vyjadřuje spotřebitel souhlas s obchodními podmínkami. Neméně častým jevem je také ustanovení o možnosti sjednat si obsah smlouvy odlišně od obchodních podmínek, kdy tato odchylně sjednaná ustanovení mají před zněním obchodních podmínek přednost. Obvykle se lze také setkat s ujednáním, které říká: *„Podnikatel je oprávněn znění obchodních podmínek měnit či doplňovat. Tímto ustanovením však nejsou dotčena práva a povinnosti vzniklé po dobu účinnosti předchozího znění obchodních podmínek.“* Některá zmiňovaná úvodní ustanovení mohou být rovněž zařazena do jiných částí obchodních podmínek, zejména do ustanovení závěrečných.

Při uzavírání kupní smlouvy je podstatné stanovit, kterým okamžikem dochází k **uzavření smlouvy**. Tato část obchodních podmínek se však liší v závislosti na tom, jaká smlouva byla uzavřena. Při vytváření obchodních podmínek je tak zcela klíčové, zdali byla uzavřena kupní smlouva v obchodních prostorách, mimo obchodní prostory, online nebo zda jde o smlouvu o poskytování služeb či spotřebitelského úvěru. Tato část obchodních podmínek tak bude rozebrána v jednotlivých podkapitolách. Co je však pro všechny obchodní podmínky společné, je ustanovení, ve kterém se podnikatel zprošťuje povinnosti uzavřít kupní smlouvu, a to zejména s osobami, které dříve porušily podstatným způsobem kupní smlouvu nebo obchodní podmínky.

V obchodních podmínkách také nesmí chybět **informace o ceně** zboží či služeb jakož i další informace, které je povinen podnikatel spotřebiteli sdělit v souladu s ustanovením § 1811 odst. 2 OZ. Nejčastěji tak jde o informaci, že ceny nabízeného zboží jsou konečné, tzn. včetně DPH a všech souvisejících poplatků. Informace o ceně se poskytují rovněž v souladu s ustanovením § 12 odst. 2 OchSpotř. Dále podnikatel prostřednictvím obchodních podmínek informuje spotřebitele také o době platnosti uváděné ceny, její splatnosti a v neposlední řadě o **způsobech platby**, které podnikatel akceptuje, neboť nejen dle OZ, ale rovněž dle ustanovení § 11a OchSpotř je podnikatel při prodeji výrobků nebo poskytování služeb elektronickými prostředky prostřednictvím internetových stránek povinen spotřebitele předem zřetelným způsobem informovat o tom, zda platí nějaká omezení pro dodání výrobků nebo poskytnutí služby a jaké způsoby platby jsou přijímány.

V návaznosti na existenci elektronické evidence tržeb (dále také jako „EET“) rovněž podnikatel informuje spotřebitele o povinnosti vystavit účtenku, jejíž

forma (papírová či elektronická) závisí na platební metodě, a proto se tak v obchodních podmínkách objevuje často ujednání v následujícím znění: „Spotřebitel bere na vědomí, že podnikatel vystavuje k online provedeným platbám pouze elektronickou účtenku EET“. Mimo to je součástí obchodních podmínek dle ustanovení § 25 odst. 2 písm. a) zákona č. 112/2016 Sb., o evidenci tržeb, ve znění pozdějších předpisů, rovněž ujednání, jehož přesné znění je stanoveno zákonem následovně: „Podle zákona o evidenci tržeb je prodávající povinen vystavit kupujícímu účtenku. Zároveň je povinen zaevidovat přijatou tržbu u správce daně online; v případě technického výpadku pak nejpozději do 48 hodin.“

Podnikatel je rovněž dle ustanovení § 1811 odst. 2 písm. d) a e) OZ povinen informovat spotřebitele o **způsobu dodání nebo plnění** a také o **nákladech** spojených s dodáním. Tyto informace se pak liší v závislosti na tom, jaká smlouva je uzavírána, a proto budou rozebírány níže.

Právo spotřebitele odstoupit od smlouvy, zejména ve lhůtě 14 dnů, je další zcela nedílnou součástí obchodních podmínek, které je však rovněž upraveno různými způsoby v závislosti na druhu uzavřené smlouvy. Z tohoto důvodu bude právo odstoupit od smlouvy rovněž rozebráno u jednotlivých smluvních typů uváděných níže.

Spotřebitel má právo na to, aby plnění ze smlouvy bylo plněním řádným dle ustanovení § 1914 až § 1925 OZ. Není-li plněno řádně, má spotřebitel možnost uplatnit **práva z vadného plnění** dle ustanovení § 2099 až § 2117 OZ a v případě koupě v obchodě také dle ustanovení § 2165 až § 2174 OZ. V návaznosti na to je dle ustanovení § 1811 odst. 2 písm. f) a ustanovení § 13 OchSpotř podnikatel povinen spotřebitele řádně informovat o rozsahu, podmínkách a způsobu uplatnění práva z vadného plnění (dále také jako „reklamace“), spolu s údaji o tom, na jakých místech lze reklamaci uplatnit. Při poskytování informace o místech, kde lze reklamaci uplatnit, se podnikatel musí řídit ustanovením § 19 odst. 1 OchSpotř a § 2172 OZ. Dle ustanovení § 15 odst. 2 OchSpotř a § 2166 OZ je podnikatel povinen vydat spotřebiteli na jeho žádost písemné potvrzení o povinnostech z vadného plnění v rozsahu stanoveném zákonem, a proto i tato povinnost podnikatele bývá součástí obchodních podmínek. V obchodních podmínkách bývá také uváděna z ustanovení § 2173 OZ vyplývající povinnost podnikatele vydat spotřebiteli písemné potvrzení o tom, kdy uplatnil práva z vadného plnění, o době trvání, jakož i potvrzení o provedení opravy. Práva z vadného plnění budou dále rozebírána u jednotlivých smluvních typů.

Ochrana osobních údajů spotřebitele, který je fyzickou osobou, je poskytována zákonem č. 101/2000 Sb., o ochraně osobních údajů, ve znění pozdějších

předpisů (dále také jako „ZOOU“). Fyzické osoby jsou rovněž nově chráněny Nařízením Evropského parlamentu a Rady EU 2016/679 ze dne 27. 4. 2016, o ochraně fyzických osob v souvislosti se zpracováním osobních údajů a o volném pohybu těchto údajů a o zrušení směrnice 95/46/ES (obecné nařízení o ochraně osobních údajů), které nabylo účinnosti dne 25. 5. 2018 (dále také jako „GDPR“).

Dle GDPR je osobním údajem jakákoliv informace týkající se konkrétní fyzické osoby (nejde pouze o jméno, příjmení, datum narození, rodinný stav, počet dětí, adresa pobytu, rodné číslo, IČO/DIČ, telefonní číslo, e-mail atd., ale za osobní údaje se rovněž považují i informace o fyziologii člověka, například tedy velikost obuvi, výška, váha apod.). Podnikatel je v souladu se zásadou minimalizace osobních údajů oprávněn požadovat pouze informace v nezbytném rozsahu. V návaznosti na existenci této právní úpravy tak nově bývají vymezená práva a povinnosti smluvních stran v obchodních podmínkách poměrně podrobným způsobem.

Aby mohl podnikatel jakkoliv nakládat s osobními údaji, potřebuje k tomu souhlas spotřebitele, který obsahuje níže uvedené informace. Souhlas musí být svobodný, konkrétní, informovaný a musí jít o jednoznačný projev vůle, kterým spotřebitel dává svolení ke zpracování svých osobních údajů. V souhlasu je vhodné rovněž uvést možnost jeho odvolatelnosti. Z čl. 7 GDPR vyplývá, že je-li zpracování osobních založeno na souhlasu, musí být správce schopen doložit, že subjekt údajů udělil souhlas s jejich zpracováním. Vzhledem k tomu, že jsou obchodní podmínky poměrně rozsáhlé a spotřebitelé je ve většině případů nečtou celé, doporučuje se tento souhlas nezahrnovat přímo do obchodních podmínek, ale umístit jej samostatně. Tohoto lze například dosáhnout tak, že souhlas bude přílohou obchodních podmínek, kterou bude spotřebitel podepisovat zvlášť.

Veškeré obchodní podmínky by měly obsahovat informace o tom, kdo je správce údajů, a případně i kontakt na správce, zejména bude-li jím rovněž osoba odlišná od podnikatele. Správcem je v tomto smyslu jakákoli fyzická či právnická osoba, orgán veřejné moci nebo jiný subjekt, který sám nebo společně s jinými určuje účely a prostředky pro zpracování osobních údajů.

Obchodní podmínky by taktéž měly zahrnovat účel zpracování osobních údajů, který může mít následující podobu: „*Správce zpracovává osobní údaje za účelem plnění smlouvy či smluv uzavřených s fyzickou osobou, stejně jako za účelem plnění právních povinností.*“ Další nepominutelnou součástí je uvedení právního základu zpracování osobních údajů, kde je vhodné uvést konkrétní body z čl. 6 GDPR. Obchodní podmínky musí obsahovat informace o rozsahu zpracování osobních údajů, a také o tom, že správce zpracovává osobní

údaje spotřebitele pouze v přiměřeném a relevantním rozsahu, omezené na rozsah nezbytně nutný s ohledem na účel zpracování osobních údajů spotřebitele. Pokud nebude zpracovávat osobní údaje správce sám, je nezbytné vložit do obchodních podmínek ustanovení o tom, že je oprávněn předat osobní údaje příjemcům, se kterými uzavřel příslušné smlouvy o zpracování osobních údajů a kteří pro něj budou zpracovávat osobní údaje v pozici zpracovatelů. Obchodní podmínky rovněž obsahují poučení o době zpracování osobních údajů, dle kterého budou zpracovávány pouze po dobu, která je nezbytná s ohledem na účel jejich zpracování, maximálně však po dobu X let od dne zániku veškerých závazků plynoucích ze smlouvy, kdy za X lze dosadit téměř libovolné číslo, avšak je třeba mít na paměti, zda konkrétnímu správci nevzniká na základě jiného zákona povinnost archivovat údaje po určitou dobu. Poslední zcela nezbytnou součástí je poučení o právech vzniklých v souvislosti se zpracováním osobních údajů, ze kterých vyplývá spotřebiteli právo požadovat přístup k jeho osobním údajům (viz čl. 15 GDPR), jejich opravu nebo výmaz (viz čl. 16 a 17 GDPR), popřípadě omezení jejich zpracování (viz čl. 18 GDPR). Spotřebitel má také právo na přenositelnost svých osobních údajů zpracovávaných správcem (viz čl. 20 GDPR) a je rovněž oprávněn vznést vůči správci námitku proti zpracování svých osobních údajů (viz čl. 21 GDPR). Spotřebitel je v neposlední řadě oprávněn podat stížnost u dozorového orgánu, kterým je Úřad pro ochranu osobních údajů.

Závěrečná ustanovení pak zahrnují taková práva a povinnosti, které nebyly zařazeny v předchozích částech obchodních podmínek. V žádných obchodních podmínkách však nechybí tzv. Salvátorská klauzule například v takovémto znění: „*Pokud by se ukázalo, že je některé ustanovení této smlouvy neplatné nebo neúčinné, není tím dotčena platnost nebo účinnost ostatních ustanovení této smlouvy. V takovém případě se smluvní strany dohodnou na nahrazení neplatného ustanovení ustanovením novým, a to tak, aby se nové ustanovení co nejvíce přiblížilo zamýšlenému účelu ustanovení původního.*“ Dále musí být spotřebitel seznámen s alternativním způsobem řešení sporů (například jde o řešení Finančním arbitrem České republiky, Českým telekomunikačním úřadem nebo Českou obchodní inspekci), a proto i informace o mimosoudním řešení sporů bývá nedílnou součástí obchodních podmínek. Nejčastější závěrečná ustanovení budou rozebrána níže u jednotlivých smluvních druhů.

Při tvorbě obchodních podmínek je třeba mít na paměti zejména existenci ustanovení § 1812 až § 1818 OZ, kde jsou rozebírána zakázaná ujednání pro vztah se spotřebitelem, neboť takováto ujednání by neměla být součástí obchodních podmínek.