

OCHRANA SPOTŘEBITELE NA DIGITÁLNÍM TRHU

PODKLADOVÝ MATERIÁL PRO KULATÝ STŮL NÁRODNÍHO KONVENTU O EU

I. Úvod

On-line platformy a sdílená ekonomika hrají stále větší roli nejen v ekonomickém, ale i sociálním životě lidí a jsou důležitou součástí národního hospodářství. Jejich vliv je patrný nejen v ekonomice jednotlivých států, ale i celé EU, jakož i ve státech mimo EU. Umožňují spotřebitelům, ale i dodavatelům využívat celou řadu výhod digitalizace, především pak v rámci tzv. e-commerce. Evropská komise odhaduje, že vytvoření jednotného digitálního trhu v rámci EU by mohlo přinést až 415 mld. EUR ročně navíc a současně vytvořit statisíce nových pracovních míst.

Pro tuto oblast je v současnosti charakteristický velmi dynamický vývoj, který jde ruku v ruce s rozvojem nových informačních a komunikačních technologií a trendem digitalizace ekonomiky. Tento trend bude nepochybně pokračovat i v dalších letech a je potřeba mu věnovat pozornost i z hlediska případné regulace. Sdílená ekonomika v sobě obsahuje prvek přeshraničního obchodování, o kterém se dá předpokládat, že bude stále více využíván především spotřebiteli. Rozvoj digitalizace pro ně přináší celou řadu výhod, ale i rizik plynoucích z jejich slabšího postavení. Z tohoto důvodu je spotřebiteli poskytnuta na různých úrovních zvláštní právní ochrana v celé řadě evropských i vnitrostátních právních předpisů. V současnosti však tyto předpisy pokrývají oblast on-line platform a sdílené ekonomiky pouze okrajově.

Katedra podnikového a evropského práva VŠE v Praze, jakožto garant a tvůrce podkladového dokumentu, proto v souladu s výše uvedeným vytypovala tematické oblasti, které podle ní představují vhodný základ k diskusi v rámci kulatého stolu na téma ochrana spotřebitele na digitálním trhu. Navrhované oblasti diskuze jsou rovněž doplněny o výsledky aktuálních průzkumů, včetně průzkumu vlastního, který proběhl za účelem přípravy tohoto dokumentu převážně mezi studenty VŠE v Praze.

První navrhovaná oblast diskuze se zabývá obecnými otázkami ochrany spotřebitele při využívání on-line platform a ve sdílené ekonomice. Jejím cílem je vytypovat případná rizika a problémy, které spotřebitelům přináší on-line platformy a sdílená ekonomika ve srovnání se světem off-line. Úkolem diskuze v rámci tohoto bodu je také pokusit se odpovědět na otázku, jakým způsobem může Česká republika podpořit ochranu spotřebitele, a to zejména z hlediska ochrany osobních údajů a zákazu diskriminace spotřebitelů při využívání on-line platform a ve sdílené ekonomice. Výsledkem diskuze by měla být doporučení, která povedou k zajištění ochrany osobních údajů spotřebitelů a zamezí

diskriminaci spotřebitelů při využívání on-line nástrojů a sdílené ekonomiky. V této souvislosti je také navrhovanou oblastí diskuze týkající se využívání tzv. geoblockingu. Poslední velmi problematickou otázkou je způsob zajištění účinné vymahatelnosti práva pro spotřebitele.

Druhá tematická oblast se týká efektivnosti regulace on-line platform a sdílené ekonomiky. V rámci tohoto okruhu by mělo být diskutováno především, zda a kdy je vhodnější regulace vnitrostátní či evropská, resp. zda a kdy je vhodnější/efektivnější zákonná regulace nebo za jasně definovaných podmínek samoregulace. Tato oblast se také zabývá mírou aplikace právních předpisů. Jejím cílem je odpověď na otázku míry regulace on-line platform a sdílené ekonomiky v právních předpisech a zda větší míra regulace může zabránit porušování a obcházení zákona. V této souvislosti je vhodné diskutovat nad mírou a způsobem regulace aktuálně se rozvíjejících služeb typu Uber, AirBnB, atd.

Okruhy, resp. otázky, na které by se měla diskuze v rámci kulatého stolu Národního konventu o EU na téma Ochrana spotřebitele na digitálním trhu zaměřit, jsou:

(1) Ochrana spotřebitele při využití on-line platform a ve sdílené ekonomice

- I. Přináší spotřebitelům on-line platformy a sdílená ekonomika nějaká rizika či problémy při jejich využívání oproti podnikatelům ve světě off-line?
- II. Jakým způsobem lze zajistit ochranu osobních údajů spotřebitele při využívání on-line platform a ve sdílené ekonomice?
- III. Jakým způsobem může ČR zaručit, že se uživatelé těchto služeb domůžou svých práv?

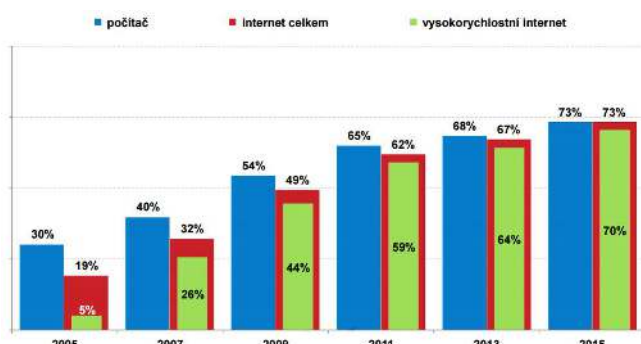
(2) Efektivnost regulace on-line platform a sdílené ekonomiky

- I. Je regulace on-line platform zákonem nutná, nebo je možné za vhodný nástroj považovat samoregulační mechanismus? Případně, na jaké úrovni je vhodná legislativní regulace – evropské, vnitrostátní, regionální či lokální?
- II. Může další případná regulace on-line platform zabránit obcházení nebo porušování zákona? Je možné zahrnout všechny typy online platform pod jeden regulační rámec, nebo je každá specifická?
- III. Jaké jsou limity efektivnosti veřejnoprávní regulace ve světě online platform? Jakým způsobem zajistit vymahatelnost práva?

II. KONTEXT

On-line platformy a sdílená ekonomika

On-line platformy lze definovat jako „platformy, které jsou schopné prostřednictvím on-line systémů usnadnit přímou interakci mezi uživateli, a které umožňují vydělávat na základě dat obsažených v síti.“ Ačkoliv tato definice není kompletní, vystihuje podstatu zcela nového obchodního modelu, který ale není určen ke kontrole veškerého obsahu a rizik souvisejících s ekonomickými a sociálními aktivitami. Tyto modely usnadňují, resp. nabízí zcela nové možnosti informačních toků, a tedy i nové možnosti přístupu uživatelů ke zboží a službám on-line. Tento trend je důsledkem nárůstu přístupu a využívání internetu, což dokládá i statistika přístupu jednotlivců k počítačům a internetu v letech 2005 až 2015.



Graf 1: Jednotlivci a informační technologie (zdroj: ČSU, 2015)

Vzhledem k velkému nárůstu počtu mobilních zařízení s připojením k internetu v posledních letech se dá předpokládat, že přístup a používání internetu se bude zvyšovat i do budoucna. Rozvoj on-line platformem často brzdí existence či neexistence právní úpravy, zabezpečení digitálního trhu a nedostatečná počítačová gramotnost části populace.

Některé platformy jsou založeny na spoluspotřebitelství (sdílené ekonomice neboli „sharing economy“), což je nový fenomén rozvoje ekonomiky. V rámci tohoto nového trendu nechávají lidé své pozemky, svůj majetek a služby v on-line nabídce, kde si je zas jiní lidé, výměnou za určitý poplatek, vyberou a pronajmou. Typickými příklady jsou pronájem nemovitostí, přeprava osob a aukční portály.

Sdílená ekonomika se také stává významným zdrojem zaměstnání pro řadu lidí. Podle poslední studie Hertfordshirské univerzity je 11% dospělých Britů ve věku od 18 do 75 let placeno přes internetové aplikace jako Upwork, Uber, Airbnb nebo TaskRabbit, a dá se předpokládat, že se toto číslo bude v budoucnu zvyšovat.

Spoluspotřebitelství nepochybně nabízí také nový pohled na vlastnictví, než jak jsme na něj byli doposud zvyklí. Podle studie společnosti PwC. je současná mladá generace (18 až 24 let) již mnohem méně zatížená na majetek než ty předchozí, což ekonomice sdílení velmi nahrává. Podle stejného průzkumu až 3/4 dotázaných mladých lidí preferují spíše zážitky

před vlastnictvím věcí. Budou proto v dalších letech hlavní silou, která „sharing economy“ potáhne.

Je potřeba zmínit, že pojmy sdílená ekonomika a on-line platformy jsou vzájemně propojeny, jelikož formy sdílení v rámci světa off-line se de facto vyskytuje pouze výjimečně. Jako příklad by se daly uvést půjčovny aut nebo DVD.

Podoba on-line platform je různorodá, a nadále se vyvíjí tempem, které není srovnatelné s jiným odvětvím hospodářství. V současné době pokrývají širokou řadu aktivit, včetně on-line reklamních platform, tržnic, vyhledávačů, sociálních médií a kreativního obsahu prodejen, aplikací distribučních platform, komunikačních služeb, platebních systémů a platform pro spolupráci.

Typickými příklady on-line platform jsou:

- internetové vyhledávače (např. Google, Bing),
- specializované vyhledávací nástroje (např. Google Shopping, Kelkoo, Twenga, Google Local, TripAdvisor, Yelp),
- místně orientované katalogy firem nebo některé mapy (např. Google Maps nebo Bing Maps),
- agregátory zpráv (např. Google News),
- internetové obchody (např. Amazon, eBay, Allegro, Booking.com),
- audiovizuální a hudební platformy (např. Deezer, Spotify, Netflix, Canal play, Apple TV),
- platformy ke sdílení videonahrávek (např. YouTube, Dailymotion, Stream.cz),
- platební systémy (např. Paypal, Apple Pay),
- sociální sítě (např. Facebook, LinkedIn, Twitter, Tuenti, Snapchat),
- obchody s aplikacemi (např. Apple AppStore, Google Play) nebo
- kooperativní platformy (např. AirBnB, Uber, Taskrabit, Bla-bla car).

O rozmachu on-line platform svědčí řada statistik. Nejzřetelněji jej lze vidět na nárůstu poptávky po on-line nakupování. Oproti roku 2010 vzrostl počet e-shopů v ČR o 80% na současných zhruba 37 tisíc internetových obchodů. Podle statistik Češi na internetu nejvíce nakupují elektroniku, knihy, hračky, kosmetiku nebo klenoty. Roste rovněž on-line prodej zboží problematičtějších komodit, tj. prodeje obuvi a oblečení, které se podílejí na celkovém on-line prodeji zhruba 5%. Problémy spočívají ve větším riziku vrátek z důvodu kvality nebo nevhodné velikosti. Vzárostající trend objemu obchodů prostřednictvím e-commerce v ČR potvrzuje i nárůst obrátu e-shopů. V roce 2015 činil tento obrát 81 mld. Kč, což představuje podíl zhruba 8,1% na celkovém maloobchodním prodeji.

	2014	2015 (odhad)	2016 (odhad)
Obrát české e-commerce	67 mld. Kč	81 mld. Kč	95-100 mld. Kč
Meziroční růst	15,5 %	21-26 %	20-25 %

Tab.1: Odhad vývoje e-commerce v ČR v letech 2014-2016 (zdroj: Acomware.cz, 2016)

Důvodů, proč spotřebitelé využívají stále více on-line nakupování, je několik. Především oceňují výhodu pohodlného a rychlého nákupu, dostupnosti značek a nízké ceny. Internetové obchody jsou již ze své

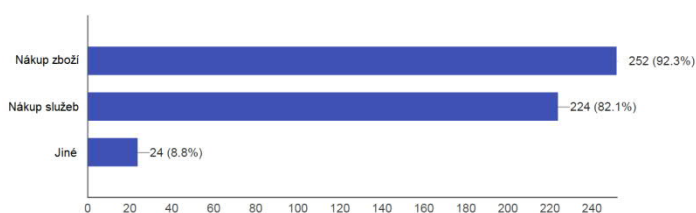
podstaty pružnější a dokáží rychleji reagovat na potřeby zákazníků než kamenné obchody. Výhody, resp. nevýhody on-line nakupování shrnuje průzkum společnosti APEK:

PROČ LIDÉ NAKUPUJÍ ONLINE
<ul style="list-style-type: none"> Nižší cena Pohodlný nákup bez front Doručení až domů Možnost nakupovat kdykoliv Přehlednost technických údajů Snadné srovnání cen Široký sortiment Možnost objednat běžně nedostupné zboží

S ČÍM NEJSOU SPOKOJENI	PROČ LIDÉ NENAKUPUJÍ
37% Dlouhý doba doručení	68% Raději si produkt osobně prohlédnou
32% Problém s dodáním zboží – nebylo skladem, přeslouže tak bylo inzerováno	45% Obávám se komplikací při reklamaci a odvolání od smlouvy
31% Nespokojenost s doručným produktem	33% Nemohu platit poštovné
18% Problém při vyřízení reklamace	25% Obávám se zneužití osobních údajů
16% Chybějící informace o vybavení zboží na stránkách e-shopu	22% Vádím si se kvůli nákupu registrovat
14% Slabé zákaznické služby ze strany e-shopu	21% Při nakupování oceňím radu odborníka v obchodě

Tab. 2: E-commerce v ČR (zdroj: APEK, 2016)

V souvislosti s přípravou podkladového dokumentu provedla Katedra podnikového a evropského práva VŠE v Praze průzkum mezi 273 respondenty převážně z řad studentů (70% z nich bylo ve věkové kategorii do 25 let). Všichni respondenti uvedli, že mají přístup k internetu a pravidelně jej využívají (91,2% z nich využívá internetu i v mobilním zařízení). V rámci tohoto výzkumu bylo zjištěno, že s on-line službami se setkala 99,3% respondentů, přičemž on-line nakupování využívá aktivně 96% z nich.



Graf 3: Jaké on-line služby využívají spotřebitelé (zdroj: Výzkum KPEP VŠE, 2016)

III. OBLAST OCHRANY SPOTŘEBITELE

Problematika ochrany osobních údajů spotřebitele při využívání on-line platform a ve sdílené ekonomice

V souvislosti s ochranou osobních údajů a soukromí na evropské úrovni byla přijata novela směrnice 2002/58/ES o zpracování osobních údajů a ochraně soukromí v odvětví elektronických komunikací, provedená směrnicí 2009/136/ES, jejíž dopady zvláště v nedávné době zaregistrovala většina běžných uživatelů internetu, kteří jsou v důsledku toho stále častěji nuceni aktivně vyjadřovat souhlas s využíváním tzv. „cookies“ např. kliknutím do vyskakovacího okna při práci s celou řadou webových stránek.

Dle této směrnice jsou totiž členské státy Evropské unie povinny přijmout opatření, která by přinutila provozovatele webových stránek používat tyto tzv. cookies pouze na základě vyjádření aktivního souhlasu uživatele (tzv. opt-in režim). Někdy se také tato směrnice označuje jako „sušenkový zákon“. Tuto směrnici, respektive příslušné ustanovení, transponoval

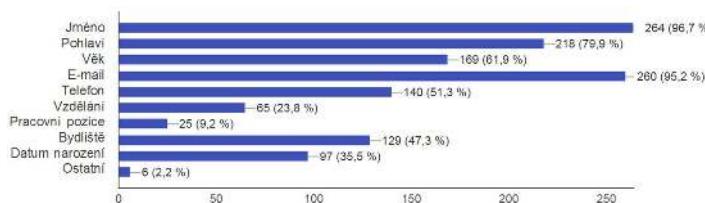
zákonodárce do českého právního řádu v rámci novely zákona č. 127/2005 Sb., o elektronických komunikacích. Podle příslušného ustanovení, které vzbuzuje pozornost v odborných kruzích, neboť se namítá rozpor se směrnicí, když naše vnitrostátní úprava vyžaduje pouze „opt-out“ režim, tj. poskytovatel webu je „pouze“ povinen uživatele informovat a nabídnout mu možnost odmítnout užívání cookies a s tím souvisejících údajů o činnosti na webových stránkách. S opt-out režimem se setkáme ve většině případů na českém webu, informování ve vyskakovací liště může vypadat například takto: „Tyto webové stránky používají technologii cookies, aby vám poskytly ten nejvhodnější obsah. Užíváním těchto stránek s používáním cookies souhlasíte.“

Cookies

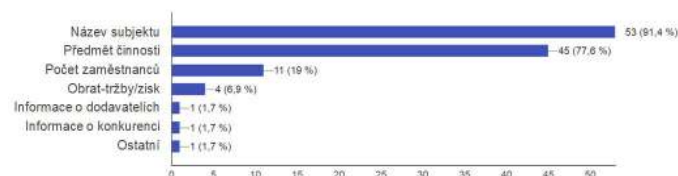
Představují data, která provozovatel webových stránek pošle do internetového prohlížeče uživatele a uloží je na počítači uživatele. Při další návštěvě těchto webových stránek internetový prohlížeč umožní webovým stránkám nahlédnout do těchto dat (do cookies) a na jejich základě identifikovat jednotlivé uživatele, popřípadě zobrazit web dle předvoleb uživatele, ale též zachovat přihlášení uživatele na daném webu (například v e-mailu či na facebookovém profilu), a sledovat „chování“ uživatele na daném webu, tj. na které odkazy klikl, odhadovat například, o který produkt má uživatel zájem. Cookies nejsou ve světě internetu žádnou novinkou, regulace na evropské úrovni a posléze úroveň vnitrostátní přišla až nedávno.

Cookies v dnešní době používá drtivá většina provozovatelů webových stránek. Je tak nasnadě otázka, zda přinesla tato regulace kýžený efekt a zda informování spotřebitele a vynucování jeho souhlasu s tím, že navštěvovaný web využívá cookies, skutečně vede k ochraně spotřebitele, respektive k ochraně jeho osobních údajů, jestliže drtivá většina uživatelů internetu dost dobře nerozumí tomu, co to vlastně cookies jsou, k čemu slouží. Z pohledu uživatele pak aktivní vyjádření informovaného souhlasu ve své podstatě znamená buď možnost plnohodnotně využívat služeb poskytovatele webu, anebo jeho diskvalifikaci z užívání těchto služeb. Většina uživatelů-spotřebitelů tak fakticky vyjádří „informovaný“ souhlas, aniž by skutečně chápala, s čím vlastně souhlasí, a to proto, aby mohla využívat svůj e-mail, facebookový profil, nakupovat pohodlně v e-shopu, apod. Na tomto místě lze tím spíše ponechat stranou záměrné uveřejňování informací uživateli sociálních sítí o sobě samých na svých profilech.

Stejně jako u cookies, většina uživatelů internetu zcela pochopitelně není schopna obsáhnout, jak cenné informace poskytuje provozovatelům webů. Se zpracováním dat většinou uživatelé poskytnou aktivní souhlas, když se registrují do služby některého z poskytovatelů tím, že souhlasí s podmínkami využívání jejich služeb. Bez takového souhlasu by využívání služeb nebylo umožněno. Analyzujeme-li data, která např. shromažďuje společnost Google, zjistíme, že kromě informací dobrovolně sdílených při registraci účtu jako je e-mail, jméno, telefonní číslo či číslo platební karty, poskytovatel shromažďuje i další data, které získává z využívání služeb uživatelem. Jsou to např. informace o zařízení (telefonu, tabletu, počítači), vyhledávací dotazy, informace z protokolu telefonování (telefonní číslo volajícího i volaného, čas hovoru, trvání hovoru), jazyk prohlížeče, informace o poloze (dle GPS, IP adresy či přístupových bodů Wi-Fi), jedinečných čísel aplikací (např. číslo operačního systému), informace z místního úložiště dat zařízení (např. hard disk), soubory cookies a další technologie.



Graf 4: Jaké informace jsou ochotni spotřebitelé poskytnout při registraci (zdroj: Výzkum KPEP VŠE, 2016)



Graf 5: Jaké informace jsou ochotni podnikatelé poskytnout při registraci (zdroj: Výzkum KPEP VŠE, 2016)

Uživatelé ve svých profilech u různých poskytovatelů služeb (sociální sítě, vyhledávače, e-shopy, ale i služby internetového bankovníctví) ukládají obrovské množství dat. Přístup k těmto datům není bez omezení, je zpravidla chráněn heslem. Když pomineme skutečnost, že mnozí užívají jednoduchá (slabá) hesla (např. „1234“ či datum svého narození apod.), celá řada uživatelů má jedno totožné heslo pro přihlášení do účtů u několika různých poskytovatelů. Jestliže dojde k neoprávněnému získání hesla jedné osoby například z malého e-shopu, lze za pomoci tohoto hesla proniknout například i do internetového bankovníctví. S tímto souvisí otázka zavedení povinnosti „hashování“ hesel pro všechny poskytovatele služeb na webu. Hashování je metodou jednosměrného šifrování, kdy se uživatelské heslo nikde neukládá, poskytovatel webu neporovnává vyplněné uživatelské heslo s heslem, které by měl uložené, zkoumá však pouze speciální číslo (tzv. hash) získané složitým matematickým postupem právě z hesla. Poskytovatel webových služeb tak vůbec nezná skutečné heslo uživatele, zná pouze hash, tj. speciální číslo, které je výsledkem matematické operace. Heslo samotné tak zná jen uživatel, nikoli poskytovatel, čímž se podstatně ztěžuje zneužití hesla. Hashování využívá většina renomovaných poskytovatelů služeb. Někteří však nikoli, což může představovat vysoké riziko zneužití údajů. Z obdobných důvodů je vhodné zavedení povinnosti zabezpečeného protokolu HTTPS na stránkách, na nichž dochází k přihlašování (login) uživatelů.

Big-data

Tato problematika velmi úzce souvisí se zpracováním a analýzou tzv. velkých dat (angl. big data). Díky moderní výpočetní technice lze zpracovat stále rychleji stále větší množství dat. Nashromáždí-li se dostatek informací o uživateli na základě stop, které po sobě zanechává při využívání internetu například příspěvky na sociálních sítích či jen pouhým klikáním na odkazy či zadáváním hesel do vyhledávače, lze vytvořit určitý profil daného uživatele, dovést jeho zájmy, problémy a tyto využít (popřípadě zneužít) k vědeckým, ale i komerčním či jiným účelům. Soubory velkých dat jednotlivých uživatelů lze vytvořit propojením databází jednotlivých poskytovatelů webových stránek, třeba i únikem dat úmyslným či však též nechtěným v důsledku útoku hackerů. Velká data však jsou schopni shromáždit i někteří poskytovatelé zcela samostatně, např. Google či Facebook.

Uživatelé (spotřebitelé) webových služeb lze chránit omezeně. Největší míry ochrany požívá uživatel,

kteří skutečně chápe význam a důsledky svého konání při používání internetu. Vzhledem k obrovskému tempu růstu a vývoji v oblasti IT je skutečně informovaných a skutečně chápaných uživatelů drtivá menšina. Je diskutabilní, zda poskytnutí aktivního informovaného souhlasu uživatelem např. s využitím cookies, skutečně odpovídá tomu, že uživatel skutečně rozumí tomu, k čemu poskytuje souhlas.

Určité nezbytné míry ochrany spotřebitele lze dosáhnout například zavedením minimálních standardů ochrany osobních údajů. Takové standardy již byly zavedeny ve větší či menší míře celou řadou poskytovatelů služeb samotných. K diskusi je otázka, zda nespecifikovat a nevypracovat dodržování takových standardů alespoň v minimální nezbytné míře, například již zmiňovanou otázku hashování hesel či zavedením požadavku protokolu HTTPS na stránkách, kde probíhá přihlašování. Konečně, z hlediska ochrany osobních údajů nelze opomenout nedávno přijaté nařízení Evropského parlamentu a Rady (EU) č. 2016/679 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), publikované v úředním věstníku EU 4. května 2016, které vejde v účinnost 25. května 2018. Zavádí mimo jiné povinnost poskytovatele webových služeb vyžádat souhlas rodičů se zpracováním osobních údajů u dětí mladších 16 let (například při užívání Facebooku či mnohých mobilních aplikací), zakotvuje informační povinnost poskytovatele služeb ozdrátě či zneužití osobních údajů. Zajímavá je též problematika řešení místní působnosti nařízení, jež se má vztahovat za určitých předpokladů i na subjekty usazené mimo území EU. Neřešenou otázkou je však faktická vymahatelnost takového nařízení po poskytovateli služeb neusazeného v EU. Jeho dopady bude však možné posoudit až po nabytí jeho účinnosti.

IV. EFEKTIVNOST A VYMAHATELNOST REGULACE

Efektivnost regulace sdílené ekonomiky a on-line platform

Pro fungování společnosti a ekonomiky je nezbytný adekvátní institucionální rámec (pravidla hry pro jednotlivé účastníky trhu), jehož prostřednictvím se uskutečňují vztahy mezi tržními subjekty. Nutná jsou ovšem nejen pravidla, ale i vědomí jejich smyslu a jistota postihu těch, kdo pravidla porušují.

I když lze současnou společnost, resp. společenské vztahy, obecně považovat za „přeregulované“, lze konstatovat, že ve zkoumané oblasti on-line platform a sdílené ekonomiky je regulace potřebná. Důvodem a jejím smyslem by měla být nejen obecně zdůrazňovaná ochrana spotřebitelů, ale i potřeba odstranění současného stavu, který se projevuje mimo jiné existencí nerovných podmínek při tzv. „klasickém“ podnikání a podnikání on-line a ve sdílené ekonomice. Dalším účelem úpravy by mělo být vymezení postavení on-line platform v právním řádu. V rámci regulace je nutno řešit zejména otázku, zda regulovány mají být

veřejnoprávní či soukromoprávní aspekty on-line platformem a sdílené ekonomiky, popř. v jakém poměru obojí.

Efektivita práva

Znamená účelnost práva. Efektivnost práva zkoumáme tak, že se ptáme po tom, jaké má právo cíle a do jaké míry je plní a zda cíl odpovídá objektivnímu potřebám společnosti. Vedle cílů je nutné, aby byla právní úprava pro adresáty relativně stabilní, jednoznačná srozumitelná. Důležité rovněž je, aby regulace upravovala potřebné společenské vztahy, a to jen v nutném rozsahu a hloubce. Právo jako nástroj regulace společenských vztahů tyto vztahy nejenom odráží, ale také na ně cílevědomě působí. Odraz společenských vztahů v právu není odrazem přímým a komplexním, neboť právo reguluje pouze ty vztahy, na jejichž regulaci má společnost zájem. I při stanovení pravidel, z pohledu státu dokonalých, efektivních, překonávajících selhávání státu, jejichž příčinou je jednak nedokonalost rozhodování, jednak zpochybňování rozhodovacích procesů za potřebami rozhodnout, bude účinnost právní regulace závislá na tom, jaké bude právní vědomí adresátů právních úprav, do jaké míry budou právní úpravu znát, do jaké míry se s jejím obsahem a účelností ztotožní, a v neposlední řadě, do jaké míry bude její respektování pro ně efektivní (společensky, ekonomicky, politicky).

Rostoucí míra právní regulace, četnost změn doprovázená mnohdy „legislativně technickými“ nedostatky, nejsou bezprostředně doprovázeny vyšší efektivností a účinností práva. Naopak vedou u mnohých adresátů přinejmenším k „rezignaci na právo“, ne-li přímo k jeho nerespektování.

Rozvedeme-li uvedenou charakteristiku efektivnosti práva směrem k tématu diskuse, půjde o hledání odpovědi na řadu otázek, z nichž k zásadním lze počítat: Co má být regulováno? Co je smyslem regulace? Je regulace nutná? Jaké nástroje regulace použít, zda ve formě obecně závazných normativních aktů nebo na základě nich vydávaných aktů aplikace práva anebo jen prostřednictvím samoregulačních mechanismů? Jaká míra obecnosti úpravy je nutná? Jakou má mít regulace povahu, má být kogentní či dispozitivní? Do jaké míry má být úprava „ochranitelská“ a do jaké míry „represivní“? Jaké mají být sankce a jak má být zajištěna vynutitelnost práva? Členství České republiky v Evropské unii pak přináší další rozměr těchto otázek, a to do jaké míry má a může Česká republika provádět vlastní regulaci?

Na straně jedné se lze setkat s názory, že úprava by měla být rozsáhlejší a podrobnější, na straně druhé se hovoří o „přeregulovanosti“. Odpověď na tuto otázku není jednoduchá ani jednoznačná. Předně lze brát v úvahu stále se rozšiřující a nově vznikající oblasti společenských vztahů, které vyžadují alespoň základní úpravu, k nimž nepochybně patří i oblast on-line platformem a sdílené ekonomiky

Limity efektivnosti právní regulace ve světě on-line platformem a vymahatelnost práva

Zatímco soukromoprávní ochrana má za cíl zajistit poškozenému spotřebiteli satisfakci a náhradu škody, které se musí domáhat spotřebitel sám, veřejnoprávní regulace má bránit samotnému vzniku škody, a to plošně. Veřejnoprávní ochrana spotřebitele a související regulace zakládají na efektivním odrazení podnikatelů od protiprávního jednání.

Ve správním řízení bude řešeno zejména

- porušení povinnosti mít živnostenské oprávnění je možno uložit sankci ve formě pokuty za nedovolené podnikání (která je však nižší, než při porušení živnostenských předpisů);
- porušení zákona o silniční dopravě (Uber), připravovaná novela zvažuje zpřísnění sankcí pro neoprávněné podnikání;
- porušení hygienických předpisů (Airbnb);
- zda nové postupy přinášejí nové formy zaměstnání, např. „sdílení zaměstnanců“ – příp. revize daňového systému, zvážení nových pravidel zdravotního pojištění, apod.

V případě soudního řízení pak bude řešeno zejména

- uplatnění odpovědnosti za škodu způsobenou „sdíleným“ zaměstnancem, odpovědnosti za škodu způsobenou „sdílenému“ zaměstnanci zaměstnavatelem;
- kromě jiného je zaváděno např. i poskytování on-line právních služeb (např. Legito) a vyvstává tudíž potřeba dovést odpovědnost za případné nesprávné uzavření smlouvy, resp. jejích podmínek, která při poskytnutí služby např. advokátem je vynutitelná podle nového soukromého práva a podle zákona o advokacii. Nový občanský zákoník sice zavedl odpovědnost za škodu způsobenou nesprávnou radou, ale je otázka, zda pro tyto případy by byla aplikace dostačující. Také právo směřuje k automatizaci, tedy k tvorbě právních dokumentů s vynecháním lidského faktoru, ale s rizikem ztížené vymahatelnosti chybných postupů.

On-line platformy lze od obvyklé obchodní činnosti, která je regulována stávajícími právními předpisy EU/ČR dostatečně - odlišit několika základními znaky. Ty mohou, ale nemusí být vždy všechny vyjádřeny:

- Spotřebitel nemá možnost prohlídky výrobku, rozhoduje se na základě méně přesné a snadněji manipulovatelné obrazové dokumentace.
- Informace na internetu (reklama) de facto spotřebiteli před koupí nahrazují informace na obalech výrobku. Pro informace v reklamě a na obalech výrobků přitom platí nezřídka jiná pravidla.
- Prodávající může být zahraniční podnikající osobou, která ve státě spotřebitele není zastoupena žádnou osobou s právní subjektivitou (např. pobočkou).
- Prodávající může mít sídlo v jiných členských státech EU i mimo EU.
- On-line platformy se vyznačují flexibilitou ve smyslu snadné zaměnitelnosti (snadným přesunem praktik na jinou platformu při zásahu veřejné moci vůči jedné platformě).
- Možností podmíněného zpřístupňování informací o výrobcích a službách (výměnou za osobní údaje spotřebitele při zájmu apod.)

Z výše uvedených bodů lze usuzovat, že on-line platformy rozumně vyžadují specifické regulační předpisy, protože se jedná o specifické prostředí pro jednání spotřebitelů i podnikatelů. Avšak zcela odlišná věcná regulace obsahu jednotlivých obchodních praktik na on-line platformách od situací standardních je potřebná jen zřídka. Může být odůvodněná tam, kde na on-line platformách může docházet ke specifickému jednání vůči spotřebitelům, které právo EU/ČR ze standardních situací dosud nepředvídá. (Například podmíněné sdělení cenového údaje až po zadání osobních kontaktních údajů spotřebitelem.) Tam, kde na on-line platformách dochází k takovému protiprávnímu jednání vůči spotřebitelům, ke kterému může docházet ve standardních obchodních situacích, lze předpokládat, že stávající regulační předpisy EU/ČR jsou po věcné stránce regulativně dostatečné.

Specifické právní předpisy pro regulaci on-line platform by byly potřebné zejména pro zajištění efektivity práva a pro podporu jeho vynutitelnosti, která může být právě u on-line platform snižena, a to i velmi výrazně.

Nevynutitelnost správních rozhodnutí vůči zahraničním osobám

Mezi základní problémy veřejnoprávní ochrany spotřebitele patří faktická neukončitelnost protiprávního jednání na on-line platformách správními orgány. Respektive podnikatelé, jejichž cílem je ziskové protiprávní jednání, mohou vždy přijmout taková „obránná“ protipatření, která prakticky anulují vynutitelnost práva – anulují účinky veřejnoprávní ochrany spotřebitele.

Podnikatelé mohou zejména k protiprávní obchodní činnosti cíleně založit a využívat právnické osoby se sídlem mimo EU (outsourcing). Protiprávní jednání je možno rovněž realizovat na serverech umístěných v zemích, kde ukončení protiprávního jednání prakticky v rámci EU nevynutitelné. Toto jednání přitom mohou realizovat a takové prostředníky používat i podnikatelé, kteří mají své sídlo v EU a dokonce i v členském státě, na jehož spotřebitele je nekalá on-line praktika zacílena.

Skutečnost, že orgán veřejné správy vezme za účastníka řízení zahraniční právnickou osobu se sídlem mimo EU a uloží jí sankci s nápravnými opatřeními, neznamená bohužel ještě žádný ochranný účinek. Takové správní rozhodnutí totiž není v praxi vynutitelné a na zahraniční právnickou osobu jeho důsledky nedopadnou. Správní rozhodnutí bude mít tedy pouze deklaratorní povahu. (Sankce zůstane neuhrazena a v protiprávním jednání bude pokračováno.)

S tímto stavem a touto skutečností se pojí několik významných otázek a názorů:

1. Je rozumné extenzivně regulovat podnikání na on-line platformách v situaci, kdy každý podnikatel je především schopen toto právo EU/ČR účinným způsobem obejít a vyhnout se jeho důsledkům? Taková regulace půjde k tíži a omezí pouze zákona dbalé a slušné podnikatele, aniž by postihla jejich nekalou konkurenci. Měla by proto být vždy odůvodněna zcela jednoznačným a nesporným přínosem pro spotřebitele, kterého je opravdu nezbytné dosáhnout i s tímto rizikem.
2. Je možné v těch případech, kdy zjevně vnitrostátní podnikatel (nebo podnikatel z jiného státu EU) využívá ke svým nekalým on-line praktikám zahraniční právnickou osobu (prostředníka se sídlem mimo EU) dovodit odpovědnost i tohoto „iniciátora“, kterému jde protiprávní jednání ku prospěchu? Například v situaci, kdy na českém trhu v rozporu s právem jedná vůči spotřebitelům společnost z USA či Kanady, která však nabízí a prodává výrobky prokazatelně českého výrobce? Je možné a vhodné upravit legislativou EU/ČR tak, že výrobci a poskytovatelé služeb, v jejichž prospěch na on-line platformách protiprávně jednají jiní prodejci, mají za takové jednání odpovědnost? Například v těch případech, kdy budou na takové

jednání nejprve prokazatelně upozorněni, aby mu v rámci svých možností zabránili.

Recidivy protiprávního jednání – a rejstříky deliktů na úseku ochrany spotřebitele

Správní trestání je základem efektivity veřejnoprávní ochrany spotřebitele. Přitom platí základní teoretické principy a východiska, že recidivující protiprávní jednání má být trestáno přísněji, když poukazuje na neefektivitu předchozích materiálních sankcí a opatření.

Pro účel přiměřeného zohlednění recidiv protiprávního jednání na úseku porušování zákonů na ochranu spotřebitele (směrnice 2009/22/ES) je nezbytný rejstřík deliktů právnických osob na úseku ochrany spotřebitele. Tyto rejstříky (veřejné, neveřejné) mohou být zavedeny na úrovni národní i nadnárodní. V principu tyto rejstříky svým působením zvyšují odrazující efekt dozorové činnosti orgánů veřejné správy. Mohou být tedy s výhodou specificky zavedeny a použity právě tam, kde účinnost veřejnoprávní ochrany je oslabena objektivních příčin.

Právě u protiprávního jednání vůči spotřebiteli na on-line platformách by tyto rejstříky deliktů činnosti (adresné vůči subjektům) mohly být prostředkem efektivity ochrany spotřebitele – pokud by ovšem byly veřejné. Velmi nízká vynutitelnost práva, o které by byli spotřebitelé pravdivě informováni, by vedla průměrné a obezřetné spotřebitele k prověření obchodníka ve veřejném rejstříku deliktů činnosti. Takový účinek katalogizovaných správních rozhodnutí na úseku ochrany spotřebitele by do jisté míry mohl nahradit jejich praktickou nevynutitelnost a pouze deklaratorní povahu. Určitou náhradou tohoto veřejného rejstříku jsou interní hodnotící systémy platformy, které umožňují zákazníkům ohodnotit svoji zkušenost s danou službou nebo zbožím. Rizikem samozřejmě zůstává manipulace s výsledky takového hodnocení, a to jak umělé zvyšování známky, tak i nekalá konkurence ve formě umělého snižování.

Nedostatečná kontrola komplexních praktik na on-line platformách

Velmi specifickým problémem je účinná veřejnoprávní kontrola on-line obchodů, tzv. e-shopů. Problém zde činí informační rozsah nabídky. Tak, jako je prakticky nemožné zkontrolovat všechny obaly výrobků v nákupním centru, je prakticky nemožné zkontrolovat celý obsah webových stránek e-shopů. Pouze dílčí kontrolu lze v takových případech ještě obhájit. Tento problém však přichází i s možností velmi rozsáhlé a rozvětvené propagace výrobku jednoho jediného. On-line platformy umožňují po věcné stránce mnohonásobně rozsáhlejší prezentace výrobků a služeb, jejichž detailní prověření se poté stává prakticky nemožným, přestože se jedná de facto o jeden jediný propagační materiál. Zásada dobré správy neumožňuje správním orgánům zákonným způsobem zkontrolovat pouze „část“ reklamy nebo „část“ obalu výrobku. Takové situace mají a priori významný odrazující efekt vůči výkonu státního dozoru z moci úřední. Důvody jsou zcela přirozené.

Řešením zde může být jediné poloprofesionální až profesionální napadání takových praktik na on-line platformách konkurencí nebo specializovanými odbornými organizacemi. Tyto subjekty poté ucelenou analýzu těchto komplexních on-line praktik provedou a správním orgánům již de facto velmi kvalitně zpracovanou pouze předloží k uvážení („odborný podnět“), případně tyto samy napadnou žalobou před soudy.

Problematika aplikace právních předpisů na sdílenou ekonomiku a on-line platformy

Problematiku aplikace obecných právních předpisů lze ilustrovat na společnosti Uber, která z hlediska obecných znaků je podnikáním, avšak je provozována za zcela jiných podmínek, resp. žádných podmínek než „klasická“ taxislužba, která má přísná a kontrolovatelná pravidla, včetně právně vymezené odpovědnosti vůči zákazníkům.

Uber

Obchodní model společnosti Uber je založen na mobilní aplikaci pro chytré telefony, která propojuje řidiče se zákazníky. Mobilní aplikace funguje současně jako taxametr. Umožňuje změnit délku jízdy a vypočítat cenu za poskytnutou službu na základě předem stanovených kilometrových sazeb. Platba probíhá odečtením příslušné částky z kreditní karty zákazníka, přičemž společnost Uber si ponechává určité procento z této ceny a zbytek převede na svého řidiče. Obdobné služby s odlišnostmi poskytuje také společnost Taxify. Zatímco služby Uber a Taxify jsou v ČR provozovány v určitém právním vakuu, na trhu v ČR působí také společnost Liftago, která prostřednictvím své mobilní aplikace nabízí přepravu osob licencovanými taxikáři za smluvní cenu.

I přes chybějící regulaci na národní úrovni provádí Magistrát hl. města Prahy namátkové kontroly u řidičů služby Uber. Výsledky kontrol ukázaly, že někteří kontrolovaní řidiči neměli živnostenské oprávnění. Za neoprávněné podnikání přitom hrozí pokuta 10 až 100 tisíc Kč. V této souvislosti je vhodné zmínit, že Ministerstvo dopravy ČR předložilo návrh novely zákona o silniční dopravě. Novelou se usiluje o přísné sankcionování tzv. černé taxislužby, za niž by bylo možné považovat i služby Uber a Taxify, a to zavedením nové skutkové podstaty deliktu „zprostředkovatele taxislužby spočívajícího v porušení povinnosti zajistit, aby zprostředkovaná přeprava byla vykonána dopravcem, který má příslušné živnostenské oprávnění řidiče taxislužby.“ Za tento nový delikt se navrhuje pokuta až 500 000 Kč.

Je otázkou, zda je uvedený legislativní návrh postihu tzv. černých taxislužeb na národní úrovni v tuto chvíli vhodný zejména proto, že o kvalifikaci služeb poskytovaných společnostmi Uber probíhá před Soudním dvorem EU řízení o předběžné otázce zahájená na žádost španělského a belgického soudu. Obě řízení jsou zásadní z hlediska výkladu, který SDEU poskytne ohledně slučitelnosti poskytování služeb Uber s právem EU. Cílem řízení o předběžné otázce je mimo jiné dosažení jednotného výkladu a aplikace práva EU ve všech členských státech EU.

Potenciální dopady očekávaného rozsudku Soudního dvora EU jsou přitom značné. Pokud shledá, že Uber není přepravní službou, a že podléhá režimu směrnice o službách, budou muset členské státy respektovat existenci této služby a zajistit takové právní prostředí, které splňuje zásady zákazu diskriminace, svobody usazování a proporcionality.

Z hlediska legislativního plánu regulovat činnost společnosti Uber na vnitrostátní úrovni je vhodné zmínit projekt maďarského zákonodárce zakázat na území Maďarska služby Uber v reakci na nátlak provozovatelů taxislužby, a to i přes pochybnosti ohledně slučitelnosti takového národního opatření s právem EU. O tomto legislativním záměru informovala média v květnu 2016.

Evropská komise podle sdělení CEBRE zatím neplánuje regulaci služby Uber na celoevropské úrovni, avšak tato „vyčkávací taktika“ se může změnit, jakmile budou k dispozici rozsudky SDEU ve výše uvedených řízeních, které by mohly poukázat na nedostatečný regulační rámec pro provozování služby Uber na nediskriminačním základě.

Na příkladu Uberu je zřejmé, že některé on-line platformy mohou v jednotlivých případech v různých státech

vyvolávat otázky, zda a jak lze do rámce existujících právních předpisů tyto platformy zařadit. Je to problém, se kterým se budou vlády nejen členských států Evropské unie pravděpodobně potýkat stále častěji.

Vymahatelnost práva ze strany spotřebitelů

Z hlediska vymahatelnosti nároků spotřebitelů při využívání on-line platform lze vycházet z následujících předpokladů v rovině hmotného a procesního práva.

V hmotněprávní rovině se jedná o otázku vymahatelnosti práv, která jsou již regulována a tudíž obsažena v právních předpisech – na příklad úprava závazků ze smluv uzavíraných se spotřebitelem podle občanského zákoníku (dále OZ). V oblastech, kde právní úprava dosud přijata nebyla, je třeba posoudit, zda a jak lze podřadit nárok pod nějaký již existující institut právem regulovaný.

V procesně právní rovině se jedná o odpověď na otázku, jaké procesní instituty nabízí současná právní úprava a do jaké míry je vhodné zabývat se otázkou zavedení dalších možných postupů (procesů), popř. změn stávajících právních předpisů.

V rámci **facilitace** mohou strany při sjednávání závazků využít odbornosti neutrálního odborníka na procesy řešení problémů, rozhodování a skupinové komunikace, tzv. facilitátora.

V procesně-právní oblasti lze kromě vlastního **soudního řízení**, ve kterém o konkrétním sporu bude rozhodnuto některou z forem soudního rozhodnutí, lze nalézt i jiné možnosti řešení názorového střetu subjektů.

K alternativním postupům, které jsou též označovány jako mimosoudní řešení sporů, patří např. svépomoc, vyjednávání, smírčí řízení, conciliace a mediace, příp. rozhodčí řízení. Alternativní postupy řešení spotřebitelských sporů prozatím nejsou příliš rozšířené a spotřebitelé často o této možnosti ani nevědí. Jako příklad alternativního řešení sporů uvádějí nejčastěji formu mediace.

Všechny výše uvedené postupy lze využít při využívání on-line platform, liší se především:

- intenzitou působení třetí osoby;
- vynutitelností splnění rozhodnutí;
- mírou formálnosti postupů.

Zvážit by bylo možno i zavedení dalších procesních postupů, které by vymáhání práv spotřebitelů při využívání on-line platform napomáhaly. Např. tzv. „mini-proces“, který představuje určitou formálnější podobu „zprostředkování“. Jde spíše o hodnotící přístup s cílem srovnat rozdílnosti mezi názory účastníků sporu. Neutrální třetí strana předem dohodne pravidla procesu (např. vymezení času, který bude věnován prezentaci případu). Přesedající prezentuje svůj názor, je-li o to požádán. Strany mají možnost zvážit reálnou úspěšnost případu a argumenty protistrany pro další postup např. soudní nebo rozhodčí cestou.

Dále např. lze uvažovat zakotvení techniky zvané „med-arb“, pokud některá z technik zprostředkování proběhne neúspěšně. Jinak by bylo obvyklé svěžit rozhodnutí sporu v klasickém soudním nebo rozhodčím řízení (výsledkem mediace ani ODR, tak, jak jsou upraveny v právu ČR, není přímo vykonatelná dohoda). Takový postup je však bezesporu finančně i časově náročný, proto by mohly strany přenechat případ k vyřešení bývalému prostředníkovi, zejména je-li k tomu způsobilý svou právní odborností (jako je tomu např. při provádění mediace advokátem). Strany by mohly předem smluvně dohodnout, že pokud proces zprostředkování selže, má prostředník pravomoc změnit jej na rozhodčí řízení, které bude směřovat k vynutitelnému výroku. Výhodou takového postupu je, že jsou k dispozici dosud uplatněné podklady a informace. Takový postup by následoval v případě, pokud se ani jedna ze stran nerozhodne v řízení nepokračovat.

Alternativní řešení sporů

Zatímco u **svěpomoci** jakožto jednostranného aktu, není její zařazení do alternativ řešení sporů jednoznačné, lze při ústním nebo písemném vyjednávání dojít ke sblížení rozdílných stanovisek a tím i k vyřešení sporu. K nalezení shodného stanoviska může přispět i osoba **ombudsmana**, ve sporech o ochraně a spořitelén s jejich klienty **finanční arbit** atd.

Smírčí řízení může mít povahu tzv. praetorského smíru. Provádí jej soud a přichází v úvahu tehdy, pokud by jinak mohl o věci rozhodovat soud, avšak ještě před zahájením soudního řízení (tj. například před podáním žaloby). Po zahájení soudního řízení připadá též v úvahu **soudní smír**.

Zprostředkování řešení sporu provedením **mediace** třetí osobou (mediátorem) může být nařízeno soudem po zahájení soudního řízení, ale též dobrovolně, tj. bez soudního řízení.

Konciliace představuje určitou formu smírčího řízení, v tomto případě již mimosoudního, při níž je kladen důraz na řešení případu, směřuje tedy k navržení určitého řešení sporu, ke kterému přispívá např. i odbornou radou třetí osoba. V současné době vykazuje určité prvky konciliace postup uvedený v zákoně o ochraně spotřebitele. Jeho novelou byla zavedena právní tzv. **on-line řešení spotřebitelských sporů (ODR)**, které je v současné době nejnovější cestou alternativního řešení sporů. Očekává se, že tato platforma řešení sporů mimosoudní cestou najde svoje využití mezi spotřebiteli a obchodníky s bydlištěm, resp. místem podnikání ve státech EU, byla-li služba či zboží zakoupeno on-line a na straně „objednatele“ není spokojenost.

Cestou **ODR** by tedy měly být řešeny spory vzniklé z kupních smluv nebo smluv o poskytování služeb uzavíraných spotřebiteli s bydlištěm v EU s obchodníky se sídlem v EU. Pokladem pro řešení sporu je stížnost podaná prostřednictvím webového formuláře. Dalším krokem je dohoda stran sporu o tom, kdo bude spor mezi spotřebitelem a obchodníkem. Jakmile je dohoda mezi stranami uzavřena, systém automaticky zašle údaje o subjektu, který si strany pro řešení svého sporu vybraly. V případě, že k dohodě o řešení sporu nedojde, nebude stížnost dále řešena a řízení bude zastaveno. Subjekt, který si strany pro řešení sporu vybraly, má tři týdny na to, aby rozhodl, zda je k vyřizování stížnosti kompetentní, a své rozhodnutí zašle stranám. Vyřízení stížnosti trvá obvykle 90 dnů. Poté subjekt vyřizující stížnost strany sporu informuje o výsledku. Řešením může být vydání doporučení, vydání rozhodnutí, které je závazné po jednu nebo obě strany nebo návrh, aby spotřebitel a obchodník dospěli ke společnému řešení sami.

Mezi alternativní způsoby řešení sporů je zařazováno i **rozhodčí řízení**, kdy spor je předložen k rozhodnutí nikoliv soudu ale rozhodčí či rozhodcům. Pro řešení sporů ze spotřebitelských smluv může být rozhodcem určena jen osoba zapsaná ve zvláštním seznamu vedeném Ministerstvem spravedlnosti

V dalším je možno poukázat na různost důsledků, resp. vymahatelnosti jednotlivých práv v případě jejich porušení. Obecně lze říci, že služby nebo produkty nejsou poskytovány jen cestou prosté směny (bezúplatně), ale za úhradu, mnohdy mají povahu určitého přivýdělku.

V. ZÁVĚR

Rozvoj on-line platform a sdílené ekonomiky je rychlý a právo musí být dostatečně obecné, aby bylo schopno reagovat na rychle rozvíjející se odvětví. Regulace konkrétních subjektů ad hoc, specificky či příliš kazuistická úprava povede spíše k úpravě služeb tak, aby danými předpisy nebyly regulovány. Z toho důvodu je regulaci vhodné nastavit obezřetně tak, aby nevedla ke zpomalení růstu této oblasti a je nutno vyjít ze stávajících předpisů, které je možné vhodně rozšířit o on-line platformy či jen definovat on-line platformu jako jeden ze subjektů právních poměrů, tak aby na ni dopadala obecná úprava ochrany spotřebitele.

Oblast on-line platform má určitá specifika, jelikož poskytovatel platformy může mít své sídlo kdekoli, tedy nejen v České republice nebo v EU. Problémem při řešení sporů je přeshraniční prvek, kdy řešení sporu je pro spotřebitele velmi nákladné a nemusí se vyplatit. V případě, že bude usazen na území Evropské unie, bude případný spor regulován evropskými předpisy.

Jedním z předpokladů pro zajištění vymahatelnosti práva je, že kooperující subjekty budou identifikovatelné a ztotožnitelné s reálnými subjekty. Zde je nutné brát v úvahu, že subjekty mohou pocházet i ze zemí mimo Evropský hospodářský prostor

Skutečnost, že na určitá práva nelze aplikovat současné právní předpisy, snižuje do značné míry jejich vymahatelnost. Vznikající modely on-line platform jsou zcela nové a nečekané, proto by bylo možno zvážit právní regulaci sektorově či resortně. Nelze se však spokojit s konstatováním, že se jednotlivé technologie vyvíjejí natolik rychle, že nelze odhadnout vývoj a proto je nelze regulovat. Jde jen o otázku dostatečné obecnosti úpravy, která by byla využitelná pro většinu nových postupů a posléze vynutitelná s přihlédnutím k sektorovým či rezortním specifikům.

LITERATURA

Acomware. *E-commerce má za sebou rekordní rok, v roce 2016 pravděpodobně atakuje hranici 100 miliard Kč.* [online]. 2016-01-07 [vid. 2016-05-16].

Dostupné z: <http://www.acomware.cz/e-commerce-ma-za-sebou-rekordni-rok-v-roce-2016-pravdepodobne-atakuje-hranici-100-miliard-kc/>

Asociace pro mezinárodní otázky (AMO). Kruliš, K., Rezková, A. *Analýza vybraných sektorů sdílené ekonomiky.* Research Paper 2/2016. [online]. Duben 2016 [vid. 2016-05-16].

Dostupné z: <http://www.mpo.cz/dokument174112.html>

CEBRE. *Digitální agenda: Návrh regulace on-line platform.* [online]. 2016-04-27 [vid. 2016-05-16]. Dostupné z: <http://www.cebrecz.cz/archiv-zprav/zprava-8155/?newsletter=1&datum=1461943376&hash=a3065949c5f6a63b3d7b83a71e7d7faf3d889d77>

Elliott R. E. (2015). *Sharing App or Regulation Hack(ney)?: Defining Uber Technologies, Inc.* The Journal of Corporation Law. Vol. 41:3, str. 728-753.

- E15. *Maďarsko chce vystrnadit Uber, řidičům hodlá zabavovat auta.* [online]. 2016-05-02 [vid. 2016-05-16]. Dostupné z: <http://zpravy.e15.cz/byznys/doprava-a-logistika/madarsko-chce-vystrnadit-uber-ridicum-hodla-zabavovat-auta-1292359>
- E15. *Pražský magistrát kontroloval řidiče Uberu. Chybovali všichni.* [online]. 2016-02-23 [vid. 2016-05-16]. Dostupné z: <http://zpravy.e15.cz/byznys/doprava-a-logistika/prazsky-magistrat-kontroloval-ridice-uberu-chybovali-vsichni-1273544>
- Gerloch, A. *Teorie práva.* 6. vyd. Plzeň: Vydavatelství a nakladatelství Aleš Čeněk, 2013. ISBN 978-80-7380-454-1.
- Google. *Ochrana soukromí a smluvní podmínky.* [online]. 2016-01-05 [vid. 2016-05-16]. Dostupné z: <https://www.google.com/intl/cs/policies/privacy/>
- Grmelová, N. *Vybrané kapitoly z evropského obchodního práva.* 1. vyd. Praha: Nakladatelství Oeconomica, 2015. 150 s. ISBN 978-80-245-2118-3.
- Grmelová, N. *Alternativní mechanismy řešení podnikatelských sporů.* European Offroads of Social Science. 2012, č. 1, s. 16–38. ISSN 1804-6592.
- Havlíková, D. *Ochrání nám EU osobní údaje na internetu?* [online]. 2016-01-05 [vid. 2016-05-16]. Dostupné z: <http://www.lupa.cz/clanky/ochrani-nam-eu-osobni-udaje-na-internetu/>
- Jaroš, J. *On-line platformy: Co přineslo setkání s aktéry kooperativní ekonomiky?* [online]. 2016-01-05 [vid. 2016-05-16]. Dostupné z: <https://www.businessinfo.cz/cs/clanky/on-line-platformy-co-prineslo-setkani-s-aktery-kooperativni-ekonomiky-72343.html>
- Juzgado Mercantil No. 3 Barcelona (2015). *Asunto: 929/2014D2 (Ordinario). Providencia dando traslado a las partes del planteamiento de una cuestión prejudicial ante al Tribunal de Justicia de la Unión Europea.*
- Kartner, M., Prouza, J. *Právní regulace cookies v České republice.* [online]. 2015-07-15 [vid. 2016-05-16]. Dostupné z: <http://www.epravo.cz/top/clanky/pravni-regulace-cookies-v-ceske-republice-98406.html>
- Kindlová, I., Švec, M. *Práva a povinnosti související s právní úpravou tzv. „cookies“.* [online]. 2014-06-04 [vid. 2016-05-16]. Dostupné z: <http://www.epravo.cz/top/clanky/prava-a-povinnosti-souvisejici-s-pravni-upravou-tzv-cookies-94488.html>
- Kužník, J., Kasík, P. *Co umějí Big Data? Třeba pošlou Formuli 1 do boxů nebo poradí fotbalistům.* [online]. 2014-10-11 [vid. 2016-05-16]. Dostupné z: http://technet.idnes.cz/big-data-c53-/veda.aspx?c=A141010_115149_veda_kuz
- Ministerstvo dopravy ČR. *Důvodová zpráva k návrhu zákona, kterým se mění zákon č. 111/1994 Sb., o silniční dopravě, ve znění pozdějších předpisů.* [online]. 2014-10-11 [vid. 2016-05-16]. Dostupné z: www.mdcr.cz
- Pastorčák, J., Moravec, T., Neděla, R. *Legal Aspects of Withdrawal from the Distance Contract in the Czech Republic, Germany and Slovakia.* MMK 2014 Mezinárodní Masarykova konference pro doktorandy a mladé vědecké pracovníky. Hradec Králové: MAGNANIMITAS, 2014, s. 757-766. ISBN 978-80-87952-07-8.
- Pastorčák, J. *Prostředky komunikace na dálku v českém právu.* Aktuální problémy práva v podnikatelském prostředí ČR a EU. Praha: TROAS, s.r.o, 2013, s. 84. ISBN 978-80-904595-9-5.
- Posen, H. H. (2015). *Ridesharing in the Sharing Economy: Should Regulators Impose Uber Regulations on Uber.* Iowa LawReview.Vol. 101, str. 405-433.
- Rogers, B. *The social costs of Uber.* University of Chicago Law Review Dialogue 85. [online]. 2015 [vid. 2016-05-16]. Dostupné z: <https://lawreview.uchicago.edu/page/social-costs-uber>
- Sdělení komise Evropskému parlamentu, Radě, Evropskému hospodářskému a sociálnímu výboru a výboru regionů Strategie pro jednotný digitální trh v Evropě.* Dostupné z: <http://eur-lex.europa.eu/legal-content/CS/TXT/?uri=CELEX:52015DC0192>
- Švarc, Z. *Základy obchodního práva po rekonstrukci soukromého práva.* 4. vyd. Plzeň: Vydavatelství a nakladatelství Aleš Čeněk, 2014. ISBN 978-80-7380-504-3.
- Třmínek, T. *Jak využít BIG Data pro analýzy a reporty.* [online]. Duben 2016 [vid. 2016-05-16]. Dostupné z: <http://www.businessit.cz/cz/jak-vyuzit-big-data-pro-analyzy-a-reporty.php>
- Úřad pro ochranu osobních údajů. *Cookies: přechod z principu opt-out na opt-in.* [online]. 2012-06-15 [vid. 2016-05-16]. Dostupné z: <https://www.uoou.cz/cookies-prechod-z-principu-opt-out-na-opt-in/ds-1853/p1=1853>
- Vousden, S. (2015). *Case C-434/15 Asociación Profesional Élite Taxi – Uber's new software destroys the old order of labour.* In: EU Law Radar. [online]. 2015 [vid. 2016-05-16]. Dostupné z: <http://eulawradar.eu>
- Vousden, S. (2015). *Case C-526/15 Uber Belgium – facilitating a mobility service not a taxi service.* In: EU Law Radar. [online]. 2015 [vid. 2016-05-16]. Dostupné z: <http://eulawradar.eu>
- VŠE v Praze. *Start-up festival konaný dne 11. května 2016, na kterém vystoupili v rámci sekce „Budoucnost dopravy“ zástupci společností Liftago, Uber a Taxify.*