

VYSOKÁ ŠKOLA EKONOMICKÁ V PRAZE

Fakulta mezinárodních vztahů

Obor: Mezinárodní obchod

Překážky v informačních a komunikačních
technologiích na trzích EU a USA a jejich
dopad na vzájemný obchod

Diplomová práce

Vypracovala: Bc. Anna Růžicková

Vedoucí diplomové práce: Mgr. Jarolím Antal, Ph.D.

Prohlášení

Prohlašuji, že jsem diplomovou práci na téma Překážky v informačních a komunikačních technologiích na trzích EU a USA a jejich dopad na vzájemný obchod vypracovala samostatně. Veškerou použitou literaturu a podkladové materiály uvádím v příloženém seznamu literatury.

V Praze dne

.....

Podpis

Poděkování

Tímto bych chtěla poděkovat Mgr. Jarolímu Antalovi, Ph.D. za odborné vedení mé diplomové práce a cenné rady a připomínky, které mi napomohly při jejím vypracování. Dále bych ráda poděkovala svým nejbližším za podporu při psaní této práce.

Obsah

Úvod	1
1 Trendy a současný stav digitálního obchodu mezi EU a USA	3
1.1 Digitální a digitálně zprostředkované služby	6
1.2 E-commerce.....	10
1.3 Výzvy světové digitální ekonomiky	17
1.3.1 Ztráta soukromí	18
1.3.2 Dominance trhu	18
1.3.3 Digitální oddělení rozvinutých a rozvíjejících se ekonomik.....	19
1.3.4 Zavedení protekcionistických opatření	20
2 Přístupy USA a EU k digitálnímu trhu.....	22
2.1 Opatření chránící trh v EU a USA	24
2.2 Opatření chránící uživatele v EU a USA.....	28
3. Důsledky a možnosti harmonizace právní regulace EU a USA v digitálním obchodě a jejich zhodnocení	38
3.1 Vliv konkrétních opatření na digitální trh EU a USA	39
3.2 Možnosti harmonizace právní regulace na trzích EU a USA.....	45
Závěr.....	49
Literatura	53

Seznam tabulek

Tabulka č. 1: Export a import informačních a digitálně zprostředkovaných služeb mezi USA a EU
v roce 2017, v milionech amerických dolarů

Tabulka č. 2: Nákupy online a nákupy online ze zahraničí ve vybraných zemích v roce 2018,
v % spotřebitelů

Tabulka č. 3: Podíl e-commerce na celkovém obratu společností v EU (kromě finančního sektoru)
v letech 2007–2018, v %

Seznam zkratek

B2B	Business to business
B2C	Business to consumer
BEA	Bureau of Economic Analysis (Úřad pro ekonomickou analýzu)
C2C	Consumer to consumer
DESI	The Digital Economy and Society Index (Index digitální ekonomiky a společnosti)
EU	Evropská unie
GDPR	General Data Protection Regulation (Obecné nařízení o ochraně osobních údajů)
HDP	Hrubý domácí produkt
ICT	Informační a komunikační technologie
IT	Informační technologie
ITA	Information Trade Agreement (Dohoda o informačních technologiích)
ITES	ICT-enabled services (digitálně zprostředkované služby)
MOSS	Mini One Stop Shop
NSA	National Security Agency
OECD	Organizace pro hospodářskou spolupráci a rozvoj
OTT	over-the-top služby
P2P	Peer to peer
PWAs	Progresivní webové aplikace
SMEs	Small and medium enterprises (Malé a střední podniky)
SP ČR	Svaz průmyslu a dopravy České republiky
USA	Spojené státy americké
UNCTAD	Konference OSN o obchodu a rozvoji
USITC	The U.S. International Trade Commission (Mezinárodní obchodní komise Spojených států)
USTR	United States Trade Representative (Americký úřad nejvyššího představitele pro obchod)
VOD	Video on Demand (video na vyžádání)
VoIP	Voice over Internet Protocol (volání přes internet)
WTO	Světová obchodní organizace

Úvod

Evropská unie a Spojené státy americké jsou významnými obchodními partnery nejenom historicky, ale i v současné ekonomice. Oba regiony jsou velmi provázané ať již z pohledu poboček, vzájemného obchodu, nebo přenosu informací. Přeshraniční přenos informací je mezi EU a USA nejintenzivnější, v roce 2015 byl o 50 % vyšší, než mezi USA a Asií a oba regiony generují asi 75 % digitálního obsahu ve světě (Hamilton, Quinlan 2019). Rozvoj ICT průmyslu a digitálních technologií tak jenom prohloubil vzájemné propojení Evropské unie a Spojených států amerických ve světové ekonomice a vytváří nové způsoby obchodování a výměny dat.

I kvůli současnému intenzivnímu rozvoji technologií se stále mění i podmínky digitálního obchodu a státy na ně reagují zaváděním různých opatření. Ať se jedná o opatření tarifní, pravidla týkající se autorských práv, nebo požadavky na ochranu soukromí, všechna mají vliv na vzájemný digitální obchod mezi Spojenými státy americkými a Evropskou unií. Proto se oba regiony snaží nastolit vzájemná pravidla či představit zastřešující dohody, jelikož je harmonizace a usnadnění transatlantického obchodu prioritou obou regionů.

Cílem této práce je popsat současné trendy digitálního obchodu mezi Evropskou unií a Spojenými státy americkými a specifikovat oblasti, v kterých jsou vzájemné bariéry transatlantického digitálního obchodu nejrelevantnější a jaké výzvy z těchto bariér pro oba regiony vyplývají. Dále si práce klade za cíl analyzovat přístupy Evropské unie a Spojených států amerických k regulaci digitálního trhu a jejich dopady na vzájemný obchod. V neposlední řadě se pak práce zaměří na možnosti harmonizace právní regulace Evropské unie a Spojených států amerických a jejich zhodnocení.

Trendům digitálního obchodu mezi Evropskou unií a Spojenými státy americkými se bude věnovat první kapitola práce, která se zaměří jak na e-commerce, tak na digitální a digitálně zprostředkované služby. Poté budou v kapitole popsány některé z nejdůležitějších výzev nejen transatlantického digitálního obchodu.

Druhá kapitola se bude věnovat odlišným přístupům Evropské unie a Spojených států amerických k regulaci digitálního trhu a bude analyzovat konkrétní opatření Evropské unie i Spojených států amerických zaměřená na ochranu obou trhů, ale i spotřebitelů. Zároveň bude věnován prostor i vzájemným dohodám mezi EU a USA s vlivem na transatlantický digitální obchod.

Třetí kapitola práce se zaměří na vliv konkrétních opatření Evropské unie i Spojených států amerických na vzájemný digitální obchod. Okomentována také bude současná situace na transatlantickém digitálním trhu a možné změny, jež by mohly na tomto trhu v blízké budoucnosti nastat. Druhá část třetí kapitoly se pak bude věnovat možnostem harmonizace právní regulace na trzích Evropské unie a Spojených států amerických a představí konkrétní možná řešení, jež by umožnila zjednodušení podnikání na digitálním trhu EU americkým společnostem. Nakonec bude také věnován prostor pro zhodnocení vlivu Brexitu na transatlantický digitální obchod.

1 Trendy a současný stav digitálního obchodu mezi EU a USA

Informační a komunikační technologie (ICT) představují celosvětově jednu z nejrychleji se vyvíjejících oblastí ekonomiky. Využití digitálních dat výrazně urychluje celosvětovou globalizaci a technologie jsou nyní základem světového trhu. Data se tak stávají důležitým elementem moderní ekonomiky založené na znalostech a rozvoji technologií, a právě proto schopnost účastníků této moderní ekonomiky data efektivně sbírat, analyzovat a využívat určí jejich úspěšnost na trhu (Hofheinz, Mandel 2015). Jelikož okamžitá dostupnost dat, nových služeb a stupeň rozvoje digitální infrastruktury nutí všechny účastníky na světovém trhu držet krok s inovativními přístupy, je v zájmu všech společností i států nezaostat, a naopak se technicky rozvíjet a zefektivňovat využití dat v nejvyšší možné míře. Proto například mezi zeměmi OECD připadá největší podíl výdajů společností na výzkum a vývoj právě na oblast ICT (OECD 2017). Tyto neustálé inovace a vývoj daného sektoru ovlivňují i další sektory ekonomiky, jako například bankovníctví, zdravotnictví, ale i fungování státního sektoru. Zároveň díky vývoji informačního sektoru vznikají nové přístupy, obchodní modely a způsoby obchodování, stejně jako nová pracovní místa.

Při pohledu na vliv ICT sektoru na světové HDP vidíme, že nepředstavuje nikterak závratnou část, je přesto důležitou součástí současné ekonomiky. Například v roce 2014 tvořil ICT sektor 3,9 % HDP v Evropské unii, kdežto ve Spojených státech amerických již 5,3 % HDP (Mas et al. 2017). Nicméně, jak již bylo naznačeno, informační technologie v současnosti ovlivňují i další sektory ekonomiky, byť se jejich vliv nedá snadno vyčíslit.

Využívání technologií v různých sektorech ekonomiky zažívá v posledních desetiletích značný nárůst. To samozřejmě exponenciálně zvyšuje toky dat, zejména mezi vyspělými regiony. Ty jsou umožněny pomocí optických kabelů na dně moří a oceánů, které přenáší 99 % veškeré mezikontinentální telekomunikace (Hsu 2016). Konkrétně například v roce 2005 byl tok dat ve světě 4,7 terabitů za vteřinu, z toho nejsilnější byl mezi Severní Amerikou a Evropou, v rozmezí mezi 500 až 1000 gigabitů za vteřinu. Nicméně již do roku 2014 vzrostl celosvětový tok dat na 45násobek, konkrétně na 211,3 terabitů za vteřinu, mezi Severní Amerikou a Evropou pak proudilo přes 20000 gigabitů dat za vteřinu (McKinsey Global Institute 2016, str. 4). Velikost toků dat v posledních letech velmi rychle roste a datové toky navíc na rozdíl od toků zboží a finančních toků nejsou tak výrazně ovlivněny vývojem světové ekonomiky. Případná krize

samozřejmě ovlivní objemy obchodů a s nimi spojené platby, případně i objemy finančních služeb poskytovaných přes internet, celosvětová výměna dat však zahrnuje i úkony jako vyhledávání, komunikaci a video, jež je obzvláště datově náročné. Zároveň se technologie využívají v nových oblastech a umožňují, aby se stále více úkonů dalo provádět online. A to ať již jde o samotné objednávky, platby a poskytování dalších, nejen finančních, služeb, jako sledování zásilek, jejich pojištění a další. Nehledě na stále rostoucí počet zařízení, které mohou k výměně dat přispívat – kromě počítačů a chytrých mobilních telefonů se rovněž používají přístroje sloužící k navigaci, chytré hodinky či zdravotní monitory. Uvedené pouze potvrzuje závěr, že datová výměna není ovlivněna ekonomickou situací ve světě tak razantně, jako toky zboží či finanční toky. Nejenže totiž nezahrnuje pouze data týkající se obchodování, ale současně stále roste počet online interakcí a využitelnost dat k novým účelům.

Dalším důležitým prvkem je míra přístupu k internetu, která celosvětově postupně roste. V roce 2007 používalo internet ve světě pouze 20,4 % obyvatel, v roce 2017 již 48,5 %. Mezi zeměmi OECD a členskými státy Evropské unie je internet ještě mnohem přístupnější a počet uživatelů v uvedeném časovém horizontu deseti let narostl z 61,9 % v roce 2007 na 79 % v roce 2017 pro země OECD a z 60,3 % na 80,6 % pro EU (World Bank Group 2019). Díky celosvětově postupně narůstající míře přístupu k internetu tak malé a střední podniky mohou každoročně oslovit více potenciálních klientů po celém světě, a zákonitě tak můžeme i nadále očekávat stále rostoucí celosvětovou výměnu dat.

Z průzkumu americké Mezinárodní obchodní komise zabývajícího se vlivem internetu na obchod a ekonomiku celkově zároveň vyplývá, že internet ovlivňuje i produktivitu určitých odvětví průmyslu a přispívá ke zlepšení obchodní bilance země. Dle průzkumu popsánoho ve zprávě z roku 2014 internet zvyšuje produktivitu průmyslů, které intenzivně využívají digitální data, o 7,8–10,9 %. Mezi tyto sektory komise zařadila komunikační sektor, obchod (velkoobchod i maloobchod), zpracovatelský průmysl, finanční sektor a další vybrané služby. Internet v těchto sektorech zefektivňuje zejména B2B a interní komunikaci v rámci společností. Ze stejné zprávy pak také vyplývá, že internet též výrazně snižuje obchodní náklady amerických exportů a importů v rámci těchto sektorů průmyslu, a to v průměru o 26 %, konkrétně pak o 3–38 % v závislosti na stupni využití internetu zahraničním obchodním partnerem. V neposlední řadě pak zpráva také uvádí, že díky tomuto zvýšení produktivity a snížení nákladů digitální obchod zvyšuje reálný hrubý domácí produkt o odhadovaných 3,4–4,5 %, zaměstnanost roste až o 1,4 % a reálné mzdy

jsou o 3,6–4 % vyšší, než při úvaze absence internetu (U.S. International Trade Commission 2014, str. 65–76). Přestože je tento průzkum založen na zúženém výběru odvětví a společností pouze z USA, můžeme předvídat, že podobné výsledky by jistě prokázal i výzkum na evropské půdě, jelikož se jedná o podobně vyspělý region využívající digitalizace a dat v téměř totožných oblastech.

Tento názor můžeme dále podložit článkem Meijerse z roku 2013, kde bylo zkoumáno, zda internet a přístup k němu způsobuje ekonomický růst, zvyšuje mezinárodní obchod, či pozitivně ovlivňuje oboje. Tento výzkum dokazuje, že přístup k internetu ovlivňuje poměr otevřenosti ekonomiky, což má vliv na mezinárodní obchod, a zvýšení mezinárodního obchodu má pak za následek ekonomický růst. Konkrétně pak z výzkumu vyplynulo, že přístup k internetu má větší vliv na ekonomiku chudých států než těch s vysokými příjmy. Desetiprocentní navýšení přístupu k internetu v chudých státech způsobí ekonomický růst o 0,27 %, kdežto ve vyspělých státech růst o 0,17 % (Meijers 2013). Na základě tohoto zkoumání tak můžeme tvrdit, že internet má celosvětově pozitivní vliv nejen na globalizaci, ale rovněž na světovou ekonomiku.

Moderní technologie a ICT sektor tak ovlivňují další oblasti ekonomiky, vytváří nové způsoby interakce se zákazníky a nové způsoby obchodování. Zároveň však kvůli rozmachu možností, jak spolu mohou obchodní partneři komunikovat a uzavírat obchody v rámci technologického pokroku, vzniká problém se samotným zaznamenáváním a kategorizací obchodu v ICT sektoru. Díky rozvoji a rozšíření internetu totiž narůstá využití e-commerce, které však nemá přesně stanovené metriky, dle kterých se určují výsledky a ani neexistují přesné statistiky přeshraničního obchodu v oblasti e-commerce (UNCTAD 2016).

Ačkoliv e-commerce představuje nezanedbatelnou část současného obchodu se zbožím, sektor informačních technologií ještě více ovlivňuje mezinárodní obchod se službami. V roce 2016 představoval sektor služeb 87,5 % hodnoty veškeré digitální ekonomiky, jež v sobě zahrnuje nejenom hodnotu ICT sektoru, ale rovněž dalších souvisejících produktů a služeb (Barefoot et al. 2018). Přesná definice digitální ekonomiky i kvůli enormnímu technickému rozvoji neexistuje, ovšem mnoho autorů a orgánů na národní i nadnárodní úrovni se shoduje na zařazení veškeré ekonomické činnosti umožněné díky digitálním technologiím do této kategorie (Bukht, Heeks 2017).

Digitální obchod se službami představuje rychle rostoucí kategorii, která je nejvýznamnější právě mezi rozvinutými regiony z důvodu nejsilnějšího datového spojení. Na sektor služeb

v digitální ekonomice pak můžeme nahlížet ze dvou úhlů. Buď definujeme sektor služeb v digitální ekonomice jako digitální služby, tedy služby poskytované online, nebo do této kategorie zahrneme i služby digitálně pouze zprostředkované (Hamilton, Quinlan 2019). Obě kategorie jsou však pro digitální ekonomiku velmi důležité, a proto se specifikaci těchto skupin služeb bude věnovat následující podkapitola.

1.1 Digitální a digitálně zprostředkované služby

K určení významnosti propojení transatlantického prostoru z hlediska dat a digitálních služeb je nejdříve potřeba specifikovat, co si pod těmito pojmy představit. Digitální služby neboli služby ICT sektoru umožňují přeshraniční přenos informací a komunikaci. Tyto služby jsou tedy doručitelné online a samy o sobě nemusí generovat žádné zisky. I z tohoto důvodu jsou digitální služby velmi špatně měřitelné. Při přenosu dat mezi Spojenými státy americkými a Evropskou unií nutně nedochází k převodu peněz a tyto výměny dat tak nemají žádnou monetární stopu, kvůli čemuž jsou velmi těžce registrovatelné. Proto nejsou tyto toky dat řádně zaznamenané ani v mezinárodních statistikách, přestože jsou velmi ekonomicky významné (Mandel 2014). Pojetí digitálních služeb ve svém měření digitálního obchodu používá Mezinárodní obchodní komise Spojených států (The United States International Trade Commission, USITC), která do digitálního obchodu započítává striktně pouze produkty a služby, které mohou být doručeny digitálně, ať už po pevné lince či bezdrátově (Lund, Manyika 2016). Produkty doručitelné elektronicky, které jsou tak prakticky bez distribučních nákladů, jsou pak velmi omezené na e-knihy, filmy, časopisy, hry a další média. Toto užší pojetí digitálního obchodu má tedy, i přes současný růst, své limity. Dle Rozšířené klasifikace služeb platební bilance EBOPS 2010 jsou pak informační služby zařazeny do kategorie s telekomunikacemi a počítačovými službami, kam patří zejména software (OECD 2010), což ovšem nekoresponduje s definicí ICT sektoru dle OECD, kdy produkty a služby ICT sektoru „musí být určeny k plnění funkce zpracování informací a komunikaci“ (OECD 2002). Tuto definici splňují právě pouze telekomunikace a počítačové služby. Pojem Informační služby zde zastupuje služby tiskových agentur a další služby k získávání informací, které jsou doručeny online, a tím pádem využívají, ale samy neobsahují, informační a komunikační systémy. Kvůli tomuto zařazení, které znesnadňuje identifikaci důležitosti informačních služeb, navrhl UNCTAD ve své zprávě

z roku 2015 nové rozřazení ICT služeb, kdy dojde k vytvoření separátní podkategorie pro informační služby. Rozdělením počítačových služeb na služby spojené se softwarem a ostatní počítačové služby, kam spadá například IT consulting, návrhy a vývoj sítí a systémů, údržba a opravy a další služby, se zajistí oddělení této nově vytvořené podkategorie od dat zaznamenávajících obchod v ICT službách, jelikož právě tyto služby dle definice OECD do sektoru ICT nepatří (UNCTAD 2015). Nicméně UNCTAD ve své zprávě zmiňuje také obtížnost správného zařazení informačních a dalších služeb a možné komplikace při určování, kam dané služby spadají dle druhu či sektoru. Byť by přesnější zařazení ICT sektoru do určité kategorie usnadnilo přesnější zaznamenávání statistik týkajících se mezinárodního obchodu, v současnosti je taková klasifikace vzhledem k rychlému vývoji ICT sektoru velmi komplikovaná. Veškeré snahy o kategorizaci takto rychle se rozvíjejícího odvětví tedy bojují s tím, že budou o krok za inovacemi a že se budou stále objevovat nové způsoby využití informačních a komunikačních technologií pro poskytování digitálních služeb.

Na problematiku služeb v digitální ekonomice můžeme nahlížet i širším úhlem pohledu, kdy bychom do obchodu spojeného s ICT sektorem zařadili i služby, které jsou digitálně zprostředkované. Mezi ně by patřily veškeré služby, které mohou být poskytovány dálkově pomocí digitálních technologií, jako například poradenství, účetnictví, design, finanční služby, výzkum, nebo vzdělávání. Tento pohled lépe vyobrazuje důležitost ICT sektoru a jeho rozvoje pro mezinárodní obchod. Technologický pokrok rozvíjí možnosti užití digitálních technologií v rámci zprostředkování dalších služeb, kdy by následně nemuselo docházet k osobnímu kontaktu kupujícího s prodávajícím (UNCTAD 2015, Hamilton, Quinlan 2019). Digitálně zprostředkované služby pak hrají roli i ve výrobním procesu a pomáhají tak vytvářet další produkty či služby, často dále exportované, čímž přináší přidanou hodnotu mezinárodnímu obchodu (Hamilton, Quinlan 2019). Stejně jako u digitálních či informačních služeb i zde však nastává problém nekonzistentní definice digitálně zprostředkovaných služeb, což dále komplikuje jakékoliv snahy o komparaci statistik. V tomto případě ve své zprávě UNCTAD navrhuje definovat digitálně zprostředkované služby (ICT-enabled services, ITES) jako „služby poskytované na dálku prostřednictvím ICT sítí“, což z kategorie vyřazuje veškeré služby, které zahrnují fyzický pohyb lidí či věcí (UNCTAD 2015).

Přestože kategorie digitálně zprostředkovaných služeb zahrnuje podstatně více druhů služeb, je mnohem snazší tuto kategorii definovat. Samotný vylučující prvek, tedy existence fyzického

pohybu věcí či lidí, je poměrně jednoznačný, a díky tomu se tato kategorie nejen snáze specifikuje, ale i statisticky zaznamenává. Nicméně statistiky obchodu jsou dostupné pro obě kategorie služeb, tedy jak informační/digitální služby, tak i digitálně zprostředkované, ovšem kategorizace těchto služeb je v šetřeních jednotlivých institucí odlišná. Například americký Úřad pro ekonomickou analýzu (Bureau of Economic Analysis, BEA) shromažďuje data týkající se digitálních a digitálně zprostředkovaných služeb z hlediska exportu a importu, a právě obchodní vztah USA a EU v této oblasti je znázorněn v tabulce níže.

Tabulka č. 1: Export a import informačních a digitálně zprostředkovaných služeb mezi USA a EU v roce 2017, v milionech amerických dolarů

	Export USA		Import USA	
partner	ICT služby	Digitálně zprostředkované	ICT služby	Digitálně zprostředkované
EU	26 154	163 372	nezveřejněno	103 985

Zdroj: BEA 2018, vlastní zpracování

Přestože data týkající se importu digitálních služeb do USA nejsou z důvodu anonymizace oněch několika evropských společností exportujících tyto služby do Spojených států dostupná, z tabulky můžeme jasně vidět, že digitálně zprostředkované služby jsou pro vzájemný obchod významnější než právě digitální služby. Digitálně zprostředkované služby pak Úřad pro ekonomickou analýzu (BEA) rozděluje do pěti hlavních kategorií, které jsou pro obchod mezi Spojenými státy a Evropskou unií v rámci digitální ekonomiky nejdůležitější. Největší zastoupení s podílem 44 % exportovaných digitálně zprostředkovaných služeb z USA do EU představují služby týkající se podnikání a technických služeb, 33 % pak tvoří licenční poplatky a 20 % finanční služby. Oproti tomu importované digitálně zprostředkované služby z EU jsou více jak z poloviny (53 %) tvořeny službami spojenými s podnikáním a technickými službami, licenční poplatky tvoří pouze 20 % a finanční služby 13 %, naopak větší podíl má pojištění (13 %) (Bureau of Economic Analysis 2018). Trhy EU a USA jsou velmi provázané, a i díky velkému počtu dceřiných společností a mezinárodních poboček je datová výměna mezi těmito regiony a vzájemný obchod velmi intenzivní. Potenciál digitálně zprostředkovaných

služeb je proto v současnosti vyšší než potenciál samotných ICT služeb, a to nejen z důvodu, že se do této kategorie řadí více druhů služeb, ale také díky globalizaci a častější mezinárodní spolupráci například v oblastech výzkumu a vývoje, stavebnictví, či průmyslu.

Nicméně ani digitální/ICT služby nestagnují a s technologickým vývojem roste jejich využitelnost a důležitost, protože rozšiřují možnosti mezinárodního přenosu dat a mohou nahrazovat v současnosti zastaralejší způsoby komunikace. Se zvyšující se propojeností světa díky novým technologiím například klesá významnost telekomunikačních technologií pro světovou ekonomiku. Vyplývá to ze statistik amerického Úřadu pro ekonomickou analýzu, který zkoumá poměr jednotlivých prvků digitálních technologií na celkové přidané hodnotě digitální ekonomiky a jejich změnu v průběhu posledních 20 let. Zatímco v roce 1997 telekomunikační technologie představovaly 40,7 % z celkové přidané hodnoty digitální ekonomiky v USA s hodnotou 205,5 miliardy dolarů, v roce 2017 jejich přidaná hodnota sice představovala 339,6 miliard dolarů, avšak jejich poměr na celkové přidané hodnotě digitální ekonomiky byl pouze 25,1 %. ICT technologie tedy stále rostou, a současně se relativně rychle mění významnost jednotlivých oblastí. V americké ekonomice roste na rozdíl od telekomunikací například podíl softwaru, e-commerce a digitálních technologií a také podpůrných služeb spojených s digitálními technologiemi (BEA 2019). I z těchto statistik tedy můžeme potvrdit, že digitální ekonomika je rychle rostoucí a rozvíjející se oblast ekonomiky, která má potenciál výrazně ovlivňovat i další oblasti, v kterých jsou využívány digitální technologie.

Dalším důvodem rychlého nárůstu mezinárodního obchodu v oblasti ICT technologií je i stále intenzivnější provázání světové ekonomiky na bázi přímých zahraničních investic, zejména pak rostoucí síť zahraničních poboček. Zahraniční pobočky si velmi často vzájemně poskytují digitální i digitálně zprostředkované služby, a to zejména v technologicky vyspělých a pro investice zajímavých oblastech. Například v roce 2016 směřovaly zhruba dvě třetiny zahraničních investic USA zaměřených na informační sektor do Evropské unie. I díky tomu pak bylo 52 % všech služeb poskytnutých americkými pobočkami v EU digitálně zprostředkovaných (Hamilton, Quinlan 2019). Přímé zahraniční investice tudíž hrají velmi důležitou roli v růstu mezinárodního obchodu a propojenosti světové ekonomiky. Rovněž však platí, že intenzivní propojení nejrozvinutějších regionů v rámci zahraničních investic a sítí poboček dále prohlubuje rozdíly v zapojení jednotlivých světových regionů do světové digitální ekonomiky.

1.2 E-commerce

Informační technologie ovlivňují současný vnitrostátní i mezinárodní obchod se statky i službami. Jedním ze způsobů, jak můžeme vyjádřit důležitost digitálního propojení světa, je použití e-commerce, jehož podíl na celkových obratech společností v průběhu let roste. V roce 2017 tvořil e-commerce 12 % světového obchodu se zbožím a tento podíl roste každým rokem (INTRACEN 2017). Hodnotově pak v roce 2016 prodej zboží a služeb přes internet odpovídal 27,7 bilionům amerických dolarů, což pouze od roku 2012 znamenalo nárůst o 44 % (U.S. International Trade Commission 2017). Nicméně podobně jako u digitálních a digitálně zprostředkovaných služeb nastává problém s měřením e-commerce. Současné statistiky nerozlišují přeshraniční a domácí elektronické nákupy, jelikož nezaznamenávají původ online zakoupeného zboží a služeb (WTO 2018, str. 8). Zároveň není u údajů týkajících se e-commerce často uvedeno, zda zahrnují všechny modely měření, či pouze B2B a B2C obchody. Dalším důvodem nemožnosti získat přesná data týkající se e-commerce je samotný způsob získávání údajů do současných statistik. Většina průzkumů se spoléhá na dotazníková šetření, což v kombinaci s různou metodologií znemožňuje mezinárodní srovnání dat a získání relevantních závěrů (UNCTAD 2016, str. 22). Nicméně stále platí, že většina digitálně uskutečněných nákupů zboží i služeb je doručena fyzicky, nikoliv elektronicky (USITC 2014, str. 296–297). Rovněž z odhadů americké Mezinárodní obchodní komise vyplývá, že hodnota všech transakcí e-commerce je mnohonásobně vyšší v B2B obchodních vztazích než v B2C. Komise konkrétně odhadla, že B2B elektronický obchod v roce 2016 dosahoval hodnoty 23,9 bilionů amerických dolarů (z toho ve Spojených státech amerických 855 miliard dolarů), což bylo přibližně šestkrát více, než hodnota B2C (USITC 2017). Nicméně tyto údaje jsou pouhými odhady a zároveň není rozlišeno, jaké množství z těchto transakcí bylo přeshraničních či domácích.

Představu o poměru přeshraničního a vnitrostátního e-commerce, alespoň z pohledu B2C, nám mohou poskytnout údaje společnosti DHL týkající se zaslaných balíčků. Společnost DHL uvádí, že v roce 2015 tvořil přeshraniční online obchod se zbožím pouze 15 % z celkového zasílaného e-commerce zboží. Avšak očekává se, že online obchod se zbožím zasílaným do zahraničí poroste téměř dvakrát rychleji, než vnitrostátní a v roce 2020 by mohly zásilky do zahraničí pořízené online tvořit již 22 % všech zásilek (DHL 2016). S očekávaným nárůstem přeshraničního obchodu v e-commerce souhlasí i analytická a konzultační společnost Forrester,

která odhaduje podobně, leč střízlivěji, že v roce 2022 by mohly objednávky ze zahraničí tvořit 20 % hodnoty obchodu uskutečněného online (O'Grady 2017).

Rychlejší nárůst počtu přeshraničních zásilek můžeme zdůvodnit hned několika faktory. Zaprvé je internet ve vyspělých zemích stále dostupnější a všednější součástí každodenního života, jež činí online nákupy stále běžnější a lidé se navíc stále častěji „odvažují“ nakupovat i zboží ze vzdálených zemí. Zadruhé roste počet e-shopů s levným zbožím zejména z Asie, které nabízejí zboží na jiných trzích nedostupné či cenově velmi odlišné.

Ke snížení nejistoty zákazníků spojené s objednáváním zboží ze zahraničí jistě přispěla i možnost sledování zásilek, již v současnosti zasilatelské společnosti nabízejí. Dále se s rozvojem technologií zrychlují časy dodání zboží, proto již pro spotřebitele není překážkou ani delší čekání na doručení. S rostoucím množstvím uživatelů internetu, a tedy potenciálních zákazníků e-commerce postupně přichází i zevšednění objednávek zboží přes internet, což potvrzuje i dotazníkový průzkum společnosti PayPal z roku 2018, který proběhl v 31 zemích po celém světě. Výsledky z výběru pro tuto práci relevantních trhů můžeme vidět v tabulce č. 2 na další straně.

Tabulka č. 2: Nákupy online a nákupy online ze zahraničí ve vybraných zemích v roce 2018, v % spotřebitelů

Země	Nakoupili online	Z toho ze zahraničí
Švédsko	85	56
Spojené království	85	38
Rakousko	84	82
Itálie	84	54
Nizozemí	84	49
Spojené státy americké	81	34
Francie	81	40
Německo	81	32
Česká republika	80	51

Zdroj: PayPal 2018, vlastní zpracování

Jak vyplývá z tabulky č. 2, v transatlantickém regionu je v současnosti zcela běžné nakupovat zboží (či služby) přes internet, kdy více jak čtyři pětiny spotřebitelů nakoupili online v posledních 12 měsících před konáním dotazníkového šetření. Nicméně poměr spotřebitelů, kteří nakupují online ze zahraničí, se mezi zeměmi podstatně liší. Nejvyšší procento spotřebitelů nakupujících online ze zahraničí z vybraných zemí mělo Rakousko, kde tak nakupuje 82 % dotázaných spotřebitelů. Oproti tomu v Německu či Spojených státech amerických nakupuje online ze zahraničí pouze zhruba třetina spotřebitelů využívajících k nákupům internet. To však může být vysvětleno umístěním velkých skladů nadnárodních e-shopů právě v těchto zemích, jako v případě společnosti Amazon, která má 160 skladů ve Spojených státech, 25 skladů v Německu, a například i 30 skladů ve Velké Británii. Oproti tomu Rakousko nemá sklad žádný, stejně jako Švédsko (MWPVL 2019).

Co se týče zemí, ze kterých spotřebitelé nejčastěji zboží objednávají, pak v případě USA, Francie, Německa, Itálie, Nizozemí, Švédska a České republiky vévodí zboží z Číny. Nicméně procento spotřebitelů objedávajících z Číny se v jednotlivých zemích podstatně liší. Zatímco ve Spojených státech amerických z čínských e-shopů objednává 16 % spotřebitelů a v Německu 13 %, v České republice je to více jak třetina spotřebitelů nakupujících v zahraničí. V Rakousku jsou objednávky z Číny až druhé nejčastější, přesto tam nakupuje 19 % spotřebitelů, tedy více, než v Německu či USA. Na prvním místě jsou však u Rakušanů online objednávky z blízkého Německa, kde online nakupuje 71 % spotřebitelů. Mezi další oblíbené země, z kterých nakupují evropští spotřebitelé, patří Spojené státy americké, Velká Británie a v případě britských spotřebitelů i Hong Kong. Američtí spotřebitelé pak vedle Číny rádi objednávají zboží z Kanady a Velké Británie (PayPal 2018). Výsledky průzkumu tedy ukazují, že mezi spotřebiteli nakupujícími online jsou preferovány e-shopy z několika málo zemí a nikoli z celého světa. Spotřebitelé se tak dostanou k extrémně levnému zboží (převážně z Asie) i jinému zboží, které jejich trh nenabízí. Díky frekventovaným dopravním trasám mezi Severní Amerikou, Evropou a Asií se navíc zboží dostane ke spotřebitelům rychle a levně.

E-commerce a jeho úspěšnost v jednotlivých zemích je rovněž jedním ze zkoumaných faktorů Indexu digitální ekonomiky a společnosti (DESI), jež je každoročně vyhodnocován na úrovni Evropské unie. V kategorii e-commerce je započítán poměr malých a středních společností prodávajících své zboží online, poměr obrátu e-commerce na celkovém obrátu malých a středních společností a také procento těchto společností prodávajících své zboží online do zahraničí. Mezi členské státy s nejvyšším hodnocením v kategorii e-commerce pak patří Irsko, Švédsko, Dánsko a Česká republika. Zároveň se hodnoty členských států v této kategorii každoročně zvyšují, což dokazuje rostoucí zájem spotřebitelů nakupovat online a stále větší vliv online obchodu na ekonomiku (Evropská komise 2019e). Evropská unie patří mezi nejvýznamnější regiony v rámci e-commerce ačkoliv jsou hodnoty online obchodu mezi jednotlivými členskými státy odlišné. Všeobecně se však e-commerce rozvíjí ve všech členských státech a jeho poměr na celkovém B2C obchodu se zbožím roste.

Při pohledu na hodnotu světového B2C obchodu byla největším trhem pro e-commerce Čína, která i díky svému počtu obyvatel dosáhla v roce 2018 na objem 636,1 miliard amerických dolarů v maloobchodním e-commerce. Z pohledu hodnoty zboží prodaného přes internet v modelu B2C per capita však Čína stále výrazně zaostává za vyspělými západními státy.

Například Spojené státy americké mají výdaje na spotřebu v rámci e-commerce v přepočtu na obyvatele 13x vyšší, Velká Británie 9x vyšší a Němci i Francouzi v roce 2018 přes internet nakoupili zboží v hodnotě 7x vyšší než Číňané (Hamilton, Quinlan 2019, str. 30).

Zejména v B2C obchodě můžeme rovněž zaznamenat nárůst oblíbenosti nakupování přes mobilní telefony či tablety. S rapidním vývojem chytrých telefonů spotřebitelé stále častěji volí pro své nákupy přes internet aplikace svých oblíbených obchodů. Již v roce 2014 bylo předpovídáno, že nákupy přes internet uskutečněné z mobilních zařízení, tedy tzv. mobilní e-commerce, bude v roce 2018 dosahovat hodnot celkového e-commerce z roku 2013 (Madrigal 2014). V současnosti se internetové obchody přizpůsobují trendu nakupování přes mobilní telefon či tablet a mnoho z nich upravilo svoje běžné mobilní aplikace na modernější progresivní webové aplikace (PWAs), které představují kombinaci webových stránek a klasických mobilních aplikací. Kromě toho, že spotřebitelé již nejsou nuceni si tyto nové aplikace stahovat, jelikož samotná stránka obchodníků slouží jako aplikace, díky inovativnímu systému PWAs také umožňují rychlejší načtení stránek a jejich obsahu. Úspěch progresivních webových aplikací demonstrují jejich výsledky, například společnost Lancôme po přetvoření své klasické aplikace na PWA zaznamenala nárůst konverzí o 17 %. Díky push notifikacím se také navýšil poměr dokončených nákupů (Absolunet 2019). Přizpůsobení aplikací spotřebitelským preferencím tak podporuje nárůst využívání mobilních přístrojů k obchodování, a nakupování online se tak stává již běžnou součástí života spotřebitelů, kterou mohou provádět kdekoli skrze svůj mobilní telefon.

S rostoucí dostupností a zevšedněním technologií se nejenom objevují nové způsoby nákupu, ale elektronického obchodu se účastní stále více společností i zákazníků, čímž roste i zisk společností z e-commerce. V tabulce č. 3 můžeme vidět podíl e-commerce na celkovém obrátu společností v EU v průběhu let 2007 až 2018 s vyloučením finančního sektoru.

Tabulka č. 3: Podíl e-commerce na celkovém obratu společností v EU (kromě finančního sektoru) v letech 2007–2018, v %

společnosti/ rok	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018
Všechny (>10 zaměstnanců)	11	12	13	14	14	15	14	15	17	16	18	17
SMEs (10–249 zaměstnanců)	6	8	7	8	8	8	8	8	9	9	10	10

Zdroj: Eurostat 2019, vlastní zpracování

Z tabulky vyplývá, že e-commerce tvoří nezanedbatelnou část obratu evropských společností a jeho poměr na obratu v průběhu let kolísavě roste. Zároveň můžeme z tabulky vyčíst, že větší podíl má e-commerce na obratu velkých společností s 250 a více zaměstnanci, jelikož pro společnosti zaměstnávající 10 a více lidí tvoří e-commerce v současnosti 17 % obratu, přitom pro část této skupiny, tedy malé a střední společnosti s 10 až 249 zaměstnanci, je to pouze 10 % obratu. Jednou z příčin vyšší využitelnosti e-commerce v případě velkých společností mohou být větší náklady na provoz internetového obchodu či náklady na logistiku, které mnohdy nejsou menší společnosti schopny vynaložit. Větší společnosti tak sice mají značnou výhodu oproti menším konkurentům, nicméně i pro podnikání malých a středních společností je využití e-commerce důležité, zejména pak jako možnost dostat své produkty na jinak nedostupné trhy.

Moderní technologie a jejich uplatnění na poli obchodování přináší inovace. V rámci e-commerce vznikají nové platformy, na kterých mohou obchodovat jak společnosti mezi sebou a společností se svými zákazníky, tak i spotřebitelé mezi sebou. Například Alibaba, největší čínská obchodní platforma, která umožňuje obchodování na všech úrovních, tedy B2B, B2C i C2C (neboli P2P, peer to peer), vykazala v roce 2014 hodnotu prodaného zboží 370 miliard amerických dolarů, což je více, než součet hodnot zboží Amazonu a eBay ve stejném roce (Garner 2015). Díky takovým platformám se mohou i menší společnosti či samostatní prodejci účastnit exportu do zahraničí. Například na platformě eBay 97 % prodejců zasílá své zboží do zahraničí. Oproti tomu malé tradiční společnosti ve většině zemí exportují zboží v méně než 10 % případů. Jelikož užívání obchodní platformy jako je eBay ke zprostředkování online

obchodu snižuje transakční náklady až o 64 %, je přeshraniční obchodování tímto způsobem mnohem jednodušší (Lendle et al. 2013).

Existence online obchodních platform propojujících zákazníky silně podpořila C2C neboli P2P model. Běžně proto na internetu existují možnosti půjček na bázi C2C, komunitní financování nebo třeba car sharing. Obliba sdílené ekonomiky stále stoupá a dle odhadů by v roce 2025 ve vhodných oborech, jako je car sharing, home sharing, streamování hudby či osobní půjčky, mohla sdílená ekonomika vyprodukovat stejnou hodnotu, jako tradiční model (PwC 2015). V Evropě dosahuje sdílená ekonomika největšího růstu ve Velké Británii, kde byl v roce 2015 zaznamenán 92% meziroční nárůst hodnoty transakcí v rámci sdílené ekonomiky oproti 77% nárůstu ve zbytku Evropy. Tomuto nárůstu v Británii nejvíce pomohlo komunitní financování, kdy za rok skrze online platformy prošly 3 miliardy liber (PwC 2016).

Přestože Evropa zaznamenává růst oblíbenosti C2C obchodního modelu, nejvíce obchodních online platform pochází ze Severní Ameriky či Asie (zejména Číny) a Evropa za nimi výrazně zaostává (Evans, Gawer 2016). Při růstu hodnoty online obchodu může tato skutečnost představovat pro evropskou ekonomiku hrozbu. Důvodů vzniku menšího počtu či menší úspěšnosti evropských platform může být mnoho. Od jazykové bariéry, která zamezuje rychlé expanzi platform na celý evropský trh, přes menší dostupnost potřebného kapitálu oproti USA, odlišné spotřebitelské preference, nižší poptávku až po právní regulace, jež omezují jejich založení. Nicméně existují samozřejmě i příklady úspěchů evropských platform, jako například Spotify či Booking.com.

Ačkoliv je cílem globalizace digitálního světa dosáhnout volného toku informací napříč světovým trhem, a umožnit tak neomezený, digitálně podpořený obchod se statky a službami zprostředkovaný i díky volnému toku kapitálu, stále existují pevnější vazby s výrazně frekventovanější datovou výměnou mezi vedoucími státy světové ekonomiky, konkrétně pak mezi Spojenými státy americkými a evropským regionem, na úkor rozvojových zemí. Tato mezera se však stále zmenšuje a digitální globalizace umožňuje zaostalejším ekonomikám i malým a středním podnikům (SMEs) zapojit se do přeshraničního obchodu, například vytvářením globálních platform k uskutečnění obchodu s minimálními náklady. Pomocí těchto digitálních platform mají podniky i jednotlivci snadný přístup k velkému množství informací a potenciálních zákazníků a rovněž mají k dispozici efektivní způsob, jak tyto zákazníky oslovit. Zároveň platí, že expanze na cizí trhy pomocí digitálních technologií nutně neznamená prudké zvýšení nákladů,

a proto je tento způsob globalizace přístupný i pro malé a střední podniky a nutí společnosti zvyšovat svou efektivitu (McKinsey Global Institute, 2016).

Malé a střední podniky tak mohou z digitálního obchodu a dostupnosti informací, umožněné i díky mezinárodním datovým výměnám, značně benefitovat. Každopádně rozvoj digitálních technologií poskytuje nejen mnoho příležitostí, ale i výzev, co se týká digitálních platforem, e-commerce i užívání dat. Kvůli jejich intenzivnímu zapojení do ekonomiky se vlády i nadnárodní organizace snaží držet krok s prudkým vývojem technologií a snaží se řešit otázky opatření obchodní politiky, právní regulace i samotných investic do digitální infrastruktury. Nejvýznamnějšími otázkami a bariérami ICT průmyslu ve světové ekonomice se věnuje následující kapitola.

1.3 Výzvy světové digitální ekonomiky

S vývojem informačních technologií a jejich využitím v mezinárodním obchodu vyvstávají otázky týkající se výzev s nimi spojených. Přes značné množství výhod digitálních technologií se stále více diskutuje o problémech, které tyto technologie mohou představovat pro státy, sektory ekonomiky, ale i samotné spotřebitele. Nejčastěji zmiňovanými otázkami jsou ztráta soukromí, problém koncentrace a dominance trhu několika málo hráči, digitální odloučení rozvinutých a rozvíjejících se ekonomik, nejasný vliv na globální hodnotové řetězce. Dále je diskutováno, zda digitální technologie opravdu zvyšují produktivitu. Všechny tyto potenciální negativní dopady digitálních technologií vytváří tlak na vlády i nadnárodní organizace a rozpoutávají diskuze na téma regulace digitálního trhu. Zároveň je zmiňováno i mnoho změn, které digitální technologie do světové ekonomiky přinášejí, jež nemají nutně negativní vliv. Mezi ně patří například i změna komparativní výhody, kdy stav digitální sítě i regulace digitálního trhu výrazně ovlivňují úspěšnost ekonomik v digitálním obchodě. Proto právě regulace týkající se soukromí, výměny dat či práv k duševnímu vlastnictví, stejně jako rozvoj digitální infrastruktury, představují nový zdroj komparativní výhody (WTO 2018). Vybrané problémy, které jsou v rámci digitálního obchodu pro světovou ekonomiku a zejména pak transatlantický region zřejmě nejvýznamnější, jsou podrobněji popsány níže.

1.3.1 Ztráta soukromí

Soukromí uživatelů internetu je jedním z nejdůležitějších parametrů bezpečnosti internetu. Osobní údaje uživatelů, jako jejich kontaktní údaje, aktuální poloha, bankovní informace, hesla i zdravotní záznamy, jsou však v době digitálních technologií lehce přístupné a často je uživatel sám dobrovolně na internetu sdílí, pokud například nakupuje či komunikuje s úřady. Zabezpečení těchto dat tak vyvolává diskuze a mezi uživateli nepanuje důvěra v instituce, které by měly jejich údaje bezpečně uchovávat. Podle výzkumu z roku 2016 okolo 50 % Američanů nevěří své vládě ani sociálním sítím, že ochrání jejich soukromé údaje. Více pak důvěřují výrobcům svých mobilních telefonů, operátorům a poskytovatelům bankovních služeb (Pew Research Center 2017). Mnoho uživatelů nahlíží na ukládání osobních informací online a jejich sdílení negativně, což je samozřejmě odůvodněno i častými případy nabezení databází s osobními údaji. Soukromí uživatelů v rozvinutých zemích narušují také stále rozšířenější bezpečnostní kamery a další způsoby sledování. Například v roce 2013 si spotřebitelé stěžovali na sledování v obchodech na základě wifi signálu ve svých chytrých telefonech. Společnost Nordstrom tak chtěla sledovat a analyzovat své zákazníky, aby mohla, podobně jako online obchody, rozpoznat, kolik zákazníků navštěvuje obchod opakovaně, kolik zákazníků přijde denně do obchodu a jaké je jejich nákupní chování. Společnost experiment po pár měsících ukončila, zčásti i kvůli stížnostem zákazníků (Clifford, Hardy 2013). I přes jisté výhody sdílení údajů je ochrana soukromí na internetu jednou z nejdiskutovanějších otázek v rámci digitalizace, a proto jí bude věnován větší prostor v druhé kapitole této práce.

1.3.2 Dominance trhu

Digitální technologie podstatně zjednodušují vstup na nové trhy obchodníkům z celého světa. Jelikož společnosti nemusí investovat do fyzické expanze na cizí trhy, ale stačí jim na těchto trzích působit online, tedy nabízet své produkty či služby i na tomto trhu, odpadají tak geografické překážky vstupu na nové trhy. Díky tomu roste světová konkurence, jelikož již neexistují překážky pro světové obchodníky, co se dostupnosti trhů týče, a všichni tak mohou nabízet své zboží a služby po celém světě. Světovou konkurenci v digitálním obchodě kromě standardních prvků obchodu

zároveň ovlivňují 2 faktory, které jsou specifické právě pro digitální ekonomiku: síťové efekty (network effects) a náklady změny (switching costs).

Přímý síťový efekt představuje rostoucí hodnotu sítě pro všechny její účastníky s narůstajícím počtem uživatelů. Tedy že síť (či platforma) je pro uživatele hodnotnější a užitečnější s každým jejím novým uživatelem (Katz, Shapiro 1985). Nepřímý síťový efekt pak díky nárůstu uživatelů sítě přitahuje i nové uživatele z „druhé strany trhu“, tedy například zvyšující se počet nakupujících přivádí na nákupní portály i nové prodávající. Tyto efekty pak způsobují koncentraci trhu, kdy může nastat situace „vítěz bere vše“, kdy se na digitálním trhu uchytí jedna největší platforma s nejvyšším počtem uživatelů a další jí již nemohou konkurovat (Evans, Schmalensee 2008).

Náklady změny pak mohou působit na uživatele, kteří by se chtěli přesunout na jinou platformu. Tyto náklady tedy nejvíce ovlivňují prodejce i nakupující využívající k obchodu sociální sítě či aukční weby, které často fungují na bázi hodnocení uživatelů, jež narůstá s každou dokončenou obchodní transakcí (Haucap, Heimeshoff 2013). Přesun na jinou platformu by tedy pro tyto uživatele znamenal ztrátu reputace, kterou by si museli znovu vybudovat.

Konkurence na digitálních trzích se od konvenčních trhů odlišuje také tím, že je více orientovaná na inovace, než na ceny (Haucap, Heimeshoff 2013). Uvádí se, že díky takto nastolené konkurenci, často nazývané Schumpeterovou konkurencí, není negativní vliv síťových efektů dlouhotrvající, a díky inovacím je tak možné stávající platformu nahradit platformou novou. Existují tedy tzv. dočasné monopoly, které se obměňují vlivem inovací. Samozřejmě však platí, že tato změna zpravidla neproběhne okamžitě a inovativní model či platforma musí počítat s úvodními ztrátami (Farrell, Katz 2001).

1.3.3 Digitální oddělení rozvinutých a rozvíjejících se ekonomik

Přestože digitalizace přispívá k propojení světa a urychluje globalizaci, zároveň svět i rozděluje. Prospěšnost digitalizace totiž závisí na připravenosti zemí a jejich schopnosti zapojit se do digitální ekonomiky. To vytváří rozdíly mezi rozvinutými státy, které v této oblasti nemají problémy a rozvojovými zeměmi, kde připojení k internetu a digitální infrastruktura není na takové úrovni. Toto rozdělení světa však neplatí pouze pro stupeň vývoje ekonomik, ale záleží také na tom, zda regulace vytváří vhodné a bezpečné prostředí k uskutečnění transakcí a podporuje

online obchod. Uvedené souvisí s již zmíněnou ochranou soukromí spotřebitelů, jelikož důvěra uživatelů v bezpečnost digitálního prostředí umožňujícího užívání e-podpisů, elektronických plateb a dalších existujících funkcí pomáhá rozvíjet digitální obchod (OECD, WTO 2017).

Digitální propast navíc nevzniká pouze mezi státy či regiony, ale též uvnitř jednotlivých států, a to na několika úrovních. Kvůli odlišné úrovni využívání internetu mezi pohlavími existuje digitální mezera mezi muži a ženami, kdy ženy využívají internet až o 12 % méně (a tedy se i méně zapojují do digitálního obchodu) než muži (ITU 2016). Podobný nepoměr pak vidíme i v rozdílech mezi účastníky s různým vzděláním, a pochopitelně i mezi malými a velkými firmami, jelikož menší firmy bývají zpravidla méně připravené na digitalizaci a nejsou tak schopny využít jejích výhod (WTO 2018, str. 43–49). Rozdíly v úrovni digitalizace a připojení k internetu ve světě tak přispívají k převaze rozvinutých regionů (zejména pak Evropské unie a Severní Ameriky) v digitální ekonomice.

1.3.4 Zavedení protekcionistických opatření

Vliv digitálních technologií na ekonomiku záleží samozřejmě i na jejich přístupnosti a rozšíření digitální infrastruktury. Tuto oblast mohou podpořit nejen vlády, ale i soukromí investoři. Vlády mohou pomoci navýšit využití digitálních technologií v mezinárodním obchodě, a tím i přispět ke snížení obchodních nákladů, například zjednodušením přeshraničního přenosu dat skrze uznávání e-certifikátů nebo vytvoření systémů na přenos dat. Zároveň mohou zavést opatření k usnadnění obchodních a celních operací, například podpora *de minimis*, kdy by na zásilky do určité hodnoty platilo nulové clo, čímž by se výrazně usnadnilo celní řízení a i import zboží v případě malých zásilek ze zahraničí, jejichž množství postupně stoupá. Toto a podobná opatření snižující náklady dovozu však zlevňují zahraniční zboží a mohla by vyvolat tlak na zavedení protekcionistických opatření na ochranu domácího zboží ze strany domácích výrobců (WTO 2018, str. 132). Na preferenci domácích společností je poukazováno rovněž v případě online obchodu bez nutnosti fyzického importu zboží. Američtí zástupci ICT průmyslu zmínili preferenci domácích společností v rozvíjejících se i rozvinutých zemích jako překážku online obchodu. Preference domácích společností může být zprostředkována povinností další certifikace produktů ze zahraničí, či lokalizačními opatřeními a požadavky na domácí obsah (USITC 2014, str. 85).

Mezi protekcionistická opatření se tak v současnosti nepočítají pouze cla, která mají navíc v současnosti velmi malý vliv na světovou ekonomiku (OECD 2009), ale rovněž i netarifní překážky a různá legislativní opatření s účelem ochrany vnitřního trhu (Štěrbová 2013). Harmonizace daných opatření je komplikovanější, než sjednocení či postupné snižování tarifů ve světě, jelikož každý stát zavádí odlišná opatření, přizpůsobená situaci v domácí ekonomice.

Mnoho ze zmíněných výzev digitálního obchodu úzce souvisí s regulací digitálního trhu. Přístupy k regulaci se po celém světě liší a stejně je tomu i v rámci transatlantického regionu. Přístupům Spojených států amerických i Evropské unie k regulaci digitálního trhu a rozvoji digitální infrastruktury se proto budou věnovat následující kapitoly, které přiblíží současné podmínky, za kterých vzájemný digitální obchod probíhá.

2 Přístupy USA a EU k digitálnímu trhu

Jak již bylo zmíněno v první kapitole, digitální trh a užívání ICT technologií v mezinárodním obchodě je stále poměrně novou záležitostí a se stále se vyvíjejícími technologiemi se digitální trh rychle mění. Ze strany států a nadnárodních organizací je tedy nutné na vývoj těchto technologií reagovat, a to zejména přizpůsobením regulace týkající se digitálních technologií. Uvedené platí nejen pro regulaci týkající se importu technologií či digitálních služeb, ale i regulaci sloužící k ochraně soukromí uživatelů internetu a k ochraně spotřebitele. V tom jsou podstatně napřed rozvinuté státy, kde hrají digitální technologie v ekonomice velkou roli. Oproti tomu například v Africe je taková regulace vzácná, když má právní úpravu ochrany spotřebitele implementováno pouze 20 států a o této legislativě jedná 6 zemí (UNCTAD 2019).¹

Každý stát však nahlíží na regulaci digitálního trhu odlišně. Některé státy kupříkladu zvyšují ochranu domácích výrobců, například Indie navýšila clo na telekomunikační techniku o 10 % (WTO 2017a). Jiné státy naopak vítají rozvoj digitálního obchodu, ať už snížením či zrušením cel na import techniky informačního a telekomunikačního sektoru, jak učinilo Švýcarsko či Argentina (WTO 2017a), či zvýšením hranice *de minimis* podpory, kdy se neplatí clo na zásilky určitých hodnot, jako tomu je v případě Spojených států amerických, kde byla hranice pro nulové clo zvýšena z hodnoty 200 dolarů na 800 (WTO 2018, str. 137). Digitální trh a infrastruktura jsou ovlivňovány trhem se zbožím i trhem služeb. Limitace obchodu se službami, ať již omezením vstupu na trh, či omezením zahraničních investic v tomto sektoru, omezuje další rozvoj nejen digitální ekonomiky (Roy 2017). Bariéry na trhu služeb tak omezují jejich import, kvůli čemuž pak mohou růst ceny domácích služeb a klesat jejich inovace. Tento efekt se pak odrazí i na exportu služeb, kdy kvůli poklesu kvality domácí nabídky nemohou tyto služby konkurovat těm nabízeným v zahraničí a jejich export tak rovněž klesá (Nordås, Rouzet 2015).

Světová banka (2016) navíc zaznamenala, že existuje negativní korelace mezi bariérami konkurence a investicemi firem do digitálních technologií. Omezení vstupu do sektoru služeb je tak spojeno i s nižší úrovní využívání informačních a komunikačních technologií.

¹ UNCTAD má ovšem k dispozici data pouze z 36, tedy dvou třetin, afrických zemí.

Regulace a bariéry vstupu pak nemotivují společnosti k investicím do technologií a jejich užívání klesá.

Reakce států na rozvoj digitálního trhu tedy může působit hned na několik oblastí, a to jak na digitální infrastrukturu a její rozvoj, tak na regulaci týkající se importu či pravidel ochrany spotřebitelů, bezpečnosti na internetu či problémů duševního vlastnictví. Zároveň se mohou lišit obchodní opatření působící vůči světovému trhu a opatření chránící spotřebitele na domácím trhu. Je tedy časté, že, ačkoliv některé státy podporují rozvoj digitálních technologií a buď sami investují, nebo podporují investice ze zahraničí do rozvoje digitální infrastruktury, mohou rovněž zavádět přísná bezpečnostní opatření a pravidla sloužící k ochraně soukromí a bezpečnosti úkonů prováděných na internetu, jako jsou elektronické platby či sdílení dat.

Restrikcím digitálního obchodu se věnuje Evropským střediskem pro mezinárodní politickou ekonomii v rámci Indexu digitální ekonomiky a společnosti, kde restrikce určují faktor omezení digitálního obchodu. Index sleduje omezení digitálního obchodu ze strany 64 států po celém světě, přičemž Evropská unie nemá všechny bariéry pro digitální obchod jednotné, proto Index rozlišuje jednotlivé členské státy. Mezi nejvíce restriktivní země vůči digitálnímu obchodu v EU patří Francie a Německo. Francie dokonce patří mezi 10 nejvíce restriktivních zemí celého světa, kde se jinak vyskytují zejména rozvíjející se státy jako Indonésie, Vietnam, nebo Čína. Oproti tomu nejvíce otevřenými evropskými státy v rámci digitálního obchodu jsou Irsko, Malta, Nizozemí či Lucembursko. Z tohoto výčtu je vidět, že menší státy jsou digitálnímu obchodu více otevřené a oproti restriktivním zemím mají také významnější sektor služeb. Spojené státy americké jsou dle indexu v restrikcích lehce nad světovým průměrem. Jelikož restrikce zpomalují nárůst efektivity a Spojené státy americké jsou sídlem mnoha digitálních společností, snížení restrikcí by mohlo americké ekonomice prospět (ECIPE 2018).

Restrikce ovlivňující digitální ekonomiku můžeme rozdělit do dvou skupin. Mezinárodní digitální obchod samozřejmě ovlivňují opatření zaměřená na import či export digitálních služeb a zboží objednaného pomocí digitálních technologií, a dále opatření zaměřená na import techniky sloužící pro ICT sektor či investice do technologií a opatření k ochraně duševního vlastnictví. Druhou skupinou opatření ovlivňujících digitální obchod, byť ne přímo, jsou opatření k ochraně spotřebitelů, jejich soukromí a zajištění kyberbezpečnosti. Tyto dvě skupiny restrikcí či bariér platných pro trhy Evropské unie a Spojených států amerických

a jejich vývoj popíše následující kapitola. Zjednodušeně můžeme tyto skupiny restrikcí rozlišit na opatření chránící trh a opatření chránící bezpečnost uživatelů. Toto dělení je však dosti zobecněné a neplatí, že by například opatření týkající se kyberbezpečnosti nepůsobila i jako ochrana domácího trhu obecně.

2.1 Opatření chránící trh v EU a USA

Ve světě jsou pouze tři státy (Norsko, Singapur a Hong Kong), které neuplatňují žádná cla, či jiná opatření na ochranu obchodu, na digitální zboží (ECIPE 2018, str. 27). Všechny ostatní státy aplikují clo či jiná opatření, která působí jako ochrana domácího digitálního trhu. Současně existují určitá opatření, která mají za cíl naopak zjednodušení mezinárodního obchodu, tedy i přeshraničního e-commerce. Jako příklad můžeme uvést již zmíněné opatření *de minimis*, které umožňuje import zboží malé hodnoty bez nutnosti platit clo. V USA je hranice relativně nově (od roku 2015) stanovena na 800 dolarů, Evropská unie má hranici podstatně níže, na hodnotě 150 eur (Evropská komise 2019a).

O zjednodušení mezinárodního obchodu nejen v digitální sféře se pak snaží i různé mezinárodní dohody a iniciativy. Evropská unie i Spojené státy americké jsou signatáři Dohody o informačních technologiích (ITA) v její rozšířené verzi z roku 2015. Tato dohoda cílí na zrušení tarifů pro široký rozsah produktů IT průmyslu. Všichni její účastníci tvoří zhruba 97 % hodnoty obchodu se začleněnými produkty a 15 % celkového světového exportu zboží, čímž dohoda ovlivňuje v mezinárodním obchodě větší hodnotu zboží, než má automobilový, textilní či farmaceutický průmysl (WTO 2017b). Zavedení nulových cel tak nejen podporuje zahraniční obchod v rámci ICT sektoru, ale také snižuje administrativní zátěž spojenou s exportem a importem zboží a zrychluje jeho dodání. Dohoda ITA rovněž zlevňuje zboží dovážené ze zahraničí pro domácí spotřebitele a zvyšuje dostupnost technologií, což může mít pozitivní vliv na produktivitu a využití technologií v pracovním procesu. Benefity pak můžeme předpokládat i v případě sociální sféry, kde má zvýšená dostupnost IT produktů vliv na snižování „digitální propasti“ mezi různými skupinami obyvatel.

Evropská unie v roce 2015 rovněž představila novou prioritu, kterou je Jednotný digitální trh. Ten si klade za cíl omezit překážky na digitálním trhu v rámci Evropské unie a zjednodušit tak přeshraniční obchod na digitálním trhu mezi členskými státy. Jedním z argumentů pro vytvoření

jednotného digitálního trhu je i fakt, že pouze 4 % online služeb v EU jsou poskytována přeshraničně mezi členskými státy. Dalších 42 % online služeb je v EU poskytováno na národní úrovni a zbylých 54 % online služeb na evropském trhu poskytují americké společnosti (Evropská komise 2015).

Tyto údaje potvrzují nejen jedinečný vztah EU a USA v rámci mezinárodního obchodu a digitálního obchodu především, ale též skutečnost, že potenciál digitálního trhu v rámci Evropské unie není dostatečně využit. Proto si program Jednotného digitálního trhu klade za cíl zjednodušit přístup evropských spotřebitelů k digitálnímu zboží a službám, vytvořit vhodné prostředí pro růst digitálních sítí a služeb a vybudovat evropskou digitální ekonomiku a společnost. Těchto cílů chce dosáhnout postupným plněním dílčích kroků, jež usnadní vytvoření jednotného trhu, jako jsou modernizace autorského práva, zajištění rychlého širokopásmového připojení, stanovení pravidel na ochranu údajů či využití velkoobjemových dat (Evropská komise 2015).

V rámci tvorby Jednotného digitálního trhu se Evropská unie zaměřuje na zjednodušení úkonů spojených s digitálním obchodem a odstranění bariér vnitrounijního digitálního obchodu mezi členskými státy. Proto postupně zavádí zefektivňující opatření, která přinesou do problematiky digitálního evropského trhu více transparentnosti a srozumitelnosti, jak pro spotřebitele, tak pro prodejce v Evropě. Jedním z těchto opatření zavedeným hned v roce 2015 byl systém mini One Stop Shop (MOSS), který usnadňuje přihlášení se k dani a platbu daně za služby telekomunikací, vysílání a elektronických služeb. Systém MOSS umožňuje poskytovatelům těchto služeb platit daně skrze systém MOSS bez nutnosti registrovat se k dani v každém členském státě, kde služby poskytují, pokud v těchto státech nemají zavedenou pobočku (Evropská komise 2019c). Od roku 2019 mohou systém mini One Stop Shop využívat i zahraniční společnosti poskytující dané služby, pokud jsou registrováni k dani v některém z členských států EU (Evropská komise 2018a).

Tento princip by měl být v budoucnu rozšířen na všechny služby, dálkový prodej zboží uvnitř společenství i zboží importovaného ze třetích zemí, čímž se mini One Stop Shop změní na One Stop Shop. Ten umožní dodavatelům těchto služeb či zboží využít webový portál v členském státě, ve kterém jsou přihlášení k dani, za účelem platby daní v ostatních členských státech (Evropská komise 2018b). Evropská unie se tak snaží zjednodušit podnikání pro poskytovatele digitálních služeb a tím podpořit přeshraniční digitální obchod v rámci EU.

Digitální obchod dále ovlivňují i technické standardy, jež jsou aplikovány na hardware a software. Státy mohou požadovat užívání určitých technologií či produktů z důvodu bezpečnosti. Lze se však setkat s kritikou ze strany amerických pozorovatelů, že dané standardy mohou působit jako protekcionistická opatření a mají za cíl zdražit určité výrobky či technologie (USITC 2017a, str. 312). Pro zahraniční výrobce může být nutnost konformity výrobků s různými technickými standardy významnou překážkou vstupu na zahraniční trhy, jelikož odlišnost standardů v jednotlivých zemích může podstatně navyšovat náklady na výrobu i distribuci.

Další bariérou digitálního obchodu, jež funguje jako ochrana domácího trhu, jsou lokalizační opatření, tedy požadavky států na provádění určitých činností spojených s digitálním obchodem na jejich území. Tyto požadavky mohou být fyzické či programové a mohou zahrnovat lokaci serverů na území daného státu či požadavky na místní obsah. Fyzické požadavky na obsah nutí zahraniční prodejce užívat ve svých výrobcích určité procento komponentů vyrobených v domácí ekonomice. Oproti tomu programové požadavky po zahraničních společnostech požadují nabízení určitého množství domácího obsahu na jejich platformách (USITC 2017a, str. 323).

Lokalizační opatření vztahující se na obsah aplikuje Evropská unie na audiovizuální mediální služby na vyžádání, kdy EU požaduje po těchto službách podporu výroby evropských děl a přístupu k nim. Tato podpora může být vyjádřena finančními příspěvky na jejich výrobu, skupováním práv k těmto dílům či jejich zvýraznění v nabídce mediální služby. Konkrétně pak Směrnice o audiovizuálních mediálních službách určuje, že v případě služeb videí na vyžádání (video on demand, VOD), musí tvořit evropský obsah alespoň 30 % jejich nabídky. Směrnice rovněž určuje podmínky ochrany dětí před škodlivým obsahem, kdy internetové stránky sloužící ke sdílení videí a sociální sítě musí nově chránit uživatele před obsahem podněcujícím k násilí, nenávisti a nelegálním obsahem (Evropský parlament a Rada 2016a). Tato opatření jsou ze strany Spojených států amerických považována za omezující a vzbuzují velké obavy ohledně možnosti omezení poskytování přeshraničních služeb v mediálním a zábavním odvětví (USITC 2017b, str. 266). Požadavek na domácí obsah v nabídkách mediálních služeb ze strany Evropské unie má povahu kulturní podpory, nicméně tyto požadavky omezují podnikání amerických společností poskytujících služby videí na vyžádání, které tak musí značně měnit svoji nabídku pro evropský trh. Pokud by obdobné požadavky existovaly i v dalších světových regionech, mediální služby by musely významně investovat do pořízení děl pocházejících

z těchto regionů a do úpravy nabídky. Proto představují daná opatření jistou komplikaci pro zahraniční společnosti vstupující na evropský trh.

V rámci Jednotného digitálního trhu Evropská unie rovněž zavedla opatření proti blokování služeb na základě zeměpisné polohy (geo-blocking). Tato opatření mají zamezit diskriminaci spotřebitelů na základě jejich polohy v rámci EU, jelikož si spotřebitelé často nemohou objednat zboží z důvodu, že dodavatel/prodejce v zemi spotřebitele nepůsobí. Nemožnost nákupu z webových stránek z jiného členského státu EU pak představuje bariéru pro vnitrounitní přeshraniční obchod a jednotný trh v rámci Evropské unie. Dle průzkumů jen 9 % evropských společností prodává své zboží v zahraničí, a to často z důvodu právní nejistoty při působení na zahraničním trhu (Evropská komise 2018). Proto vydala Evropská unie nařízení, jež by mělo zamezit neoprávněnému zeměpisnému blokování a další diskriminaci spotřebitelů, například na základě státní příslušnosti či bydliště. Neoprávněné blokování na základě zeměpisné polohy pak nařízení specifikuje ve třech situacích, kdy udává příklady neodůvodnitelného rozdílného zacházení se zákazníky. Prvním příkladem je situace, kdy obchodník dodává zboží do státu zákazníka, či se se zákazníkem domluví na předání zboží v jiném členském státě. Zákazník si v tomto případě sám zboží vyzvedne, či si na své vlastní náklady zařídí dopravu zboží. V takovém případě by měl mít zákazník možnost nakoupit za naprosto stejných podmínek, jako ostatní zákazníci z členského státu, kde je zboží nabízeno. Druhou situací zmíněnou v nařízení je poskytování online služeb, tedy například cloudových služeb či web hostingu, jež nepožaduje fyzické dodání. Třetím příkladem je poskytování služeb, které jsou odebírány ve fyzické formě, jako například ubytování. Ani v tomto případě není diskriminace na základě státní příslušnosti či bydliště odůvodnitelná (Evropský parlament a Rada 2018).

Z uvedených příkladů tedy jasně vyplývá, že se dané nařízení týká neoprávněné diskriminace na základě bydliště, zeměpisné polohy či státní příslušnosti. Obchodníkům však neupírá možnost omezit dovoz svého zboží pouze na určité státy či možnost připravovat pro spotřebitele z různých zemí personalizovanou nabídku, pokud mají stále stejný přístup ke zboží a podmínky nákupu včetně ceny.

Zmíněná opatření tedy představují konkrétní způsoby, jak státy chrání své domácí trhy. V případě tarifních opatření vidíme postupnou snahu o jejich omezení či úplné zrušení, nicméně stále v některých zemích hrají významnou roli v omezení mezinárodního obchodu. Na druhou stranu se také rozvíjí různá netarifní opatření, která hrají v současné digitální ekonomice

větší roli. Evropská unie je v této oblasti podstatně důraznějším regulátorem než Spojené státy americké, ovšem mnoho opatření zaváděných na úrovni EU má za účel sjednocení evropského trhu a poskytování stejných podmínek pro podnikatele i spotřebitele na trhu Evropské unie.

2.2 Opatření chránící uživatele v EU a USA

Mezi opatření na digitálním trhu chránící uživatele můžeme zařadit opatření podporující ochranu duševního vlastnictví a ochranu soukromí a osobních dat. Autorská práva a ochrana duševního vlastnictví se s rozvojem internetu a jednoduchého šíření autorského obsahu stala komplikovanou otázkou. Většina zemí proto přistoupila na zavedení poplatků za autorská práva, které mají formu daní zavedených na záznamová média a další přístroje s volnou kapacitou. Tato opatření jsou často kritizována, jelikož zavádí daň na produkty, které nemusí být nutně používány ke kopírování a šíření materiálu chráněného autorskými právy (ECIPE 2018, str. 31). I přesto k zemím, které zavedly tyto poplatky, patří jak Spojené státy americké, tak Evropská unie. Evropská unie navíc členským státům umožňuje zavedení samostatného systému poplatků, tedy uvalení daní na zařízení s volnou kapacitou a rozdělení těchto zisků mezi držitele práv na tvůrčí práce, což by jim mělo poskytnout férovou kompenzaci za kopírování jejich děl (Evropský parlament a Rada 2001). Stejná kompenzace se týká rovněž vydavatelů tisku, kteří s nástupem internetu zveřejňují články online. Evropská unie se zabývá otázkou požadavků na odměnu pro vydavatele v případech, kdy jsou náhledy, titulky a citace z těchto článků zobrazovány vyhledávačích na internetu (Evropský parlament a Rada 2019).

Evropská unie ve své směrnici navíc specifikuje způsoby užití chráněného obsahu, kdy ukládá informačním společnostem poskytujícím veřejnosti velké množství děl online, aby přijala opatření k zajištění fungování dohod uzavřených s nositeli práv, či k zabránění dostupnosti chráněných děl skrze jejich služby. Informační společnosti jakožto poskytovatelé služeb tak musejí zavádět vhodná opatření na rozpoznávání zneužití chráněných děl a informovat nositele práv o rozpoznání a užití jejich děl (Evropský parlament a Rada 2019). Nově tak mají povinnost zabráňovat porušení autorských práv informační společnosti, jež zprostředkovávají obsah veřejnosti, a ty pak za případná porušení ponesou zodpovědnost, na rozdíl od uživatelů těchto služeb. Tento princip, kdy je nově povinností informačních společností hlídat případné zneužití autorských práv a kdy by právě informační společnost měla

zveřejnění děl bez schválení autora zabránit, je nazýván „notice and stay down“. Společnosti zamezí neoprávněnému zveřejnění autorských děl díky technologiím rozeznání obsahu (Romero-Moreno 2017).

Opatření představená ve Směrnici o autorském právu na jednotném digitálním trhu však vzbudila velkou vlnu kritiky, ať již ze strany informačních společností sdílejících obsah, jako například Nadace Wikimedia (ČTK 2018) či český server Seznam.cz (SP ČR 2018), nebo třeba ze strany neziskových organizací a národních reprezentací jako Electronic Frontier Foundation (Doctorow 2018) či Svazu průmyslu a dopravy České republiky a Hospodářské komory ČR (SP ČR 2018). Mezi stěžejní argumenty proti zavedení daných opatření se řadí obava z omezení soukromí i svobody projevu (Internet Society 2011, str. 77; Romero-Moreno 2018). Dále je zdůrazňováno, že posouzení porušení autorských práv by probíhalo prostřednictvím automatizovaných systémů, které nemusí situaci vždy posoudit správně, a může tak dojít k situaci, kdy bude odstraňován legální obsah, a naopak obsah porušující autorská práva systémy projde (Urban et al. 2016). Nová pravidla také samozřejmě přináší podstatné navýšení nákladů pro informační společnosti, které musí investovat do automatických systémů kontroly obsahu, jelikož se kvůli objemům obsahu zveřejňovaného online nedá tato kontrola provádět ručně. Odpovědnost kladená na informační společnosti z hlediska posouzení autentičnosti obsahu také může způsobit cenzuru zveřejňovaných děl, případně zdržení zveřejnění daných děl, kvůli obavám z porušení autorských práv. Přesun odpovědnosti za porušení autorských práv na informační společnosti tedy představuje výraznou změnu pro fungování veřejných platform sdílejících obsah online.

Samozřejmě však existuje i skupina podporující daná opatření, do které se řadí i někteří umělci a zpravodajci. Směrnice má rovněž stanoveny výjimky, na které se tato nová pravidla nevztahují, a to, pokud jsou díla užita ve výuce, při vytěžování textů a dat pro vědecký výzkum a rovněž pro případ zachování kulturního dědictví (Evropský parlament a Rada 2019).

I přes kritiku, kdy byly veřejně diskutované především články 15 a 17 (v dřívějším návrhu pod čísly 11 a 13), byla směrnice v březnu 2019 schválena Evropským parlamentem a členské státy tak mají 2 roky na její implementaci (Evropský parlament 2019). Prvním státem, který směrnicí již implementoval do svého právního řádu je Francie. Tato akce ihned vyvolala reakci největšího internetového vyhledávače Google, který omezil výsledky vyhledávání pouze na titulky článků a ve Francii již nezobrazuje jejich náhledy (White 2019). Podle studie Deloitte (2019) by totiž

každé prokliknutí z vyhledávače na článek mohlo stát Google 4 až 6 eurocentů a zobrazováním pouze nadpisů tak Google ušetří na platbách pro vydavatele. To se samozřejmě neobešlo bez nesouhlasné reakce francouzských vydavatelů, a dokonce i francouzského ministra kultury. Francouzské mediální firmy poté prohlásily, že se budou se společností Google soudit (Gaillard 2019).

Spojené státy americké oproti Evropské unii žádné speciální úpravy ochrany duševního vlastnictví na internetu nezavedly. Aplikují tedy svůj Zákon o autorských právech, nicméně nespecifikují řešení otázek, které vyvstaly s rozvojem internetu a například zobrazováním článků na internetových vyhledávačích, jako je tomu v případě EU. Ochrana proti případnému zneužití autorského práva na internetu spočívá v tzv. principu „notice and take down“, jež funguje na bázi upozornění autora, tedy vlastníka autorského práva, na zneužití a následného odstranění tohoto díla z internetu. Oproti principu „notice and stay down“ funguje tato náprava zpětně po upozornění na porušení autorských práva až po zveřejnění těchto děl (Romero-Moreno 2017). Přístup k autorským právům v Evropské unii a Spojených státech amerických se tedy liší a v budoucnosti by mohl způsobit problémy kvůli internacionalizaci informačních společností sdílejících obsah online, jež budou muset řešit problematiku porušování autorských práv v jednotlivých regionech světa odlišně. Nicméně autorská práva nejsou jedinou oblastí související s digitální ekonomikou, kde je postoj Evropské unie a Spojených států amerických odlišný.

Jednou z nejdůležitějších oblastí diskutovaných v rámci digitální ekonomiky je ochrana soukromí, jelikož s rozvojem e-commerce přirozeně narůstá i využití dat a výměna informací. Ochrana soukromí je zmiňována i v souvislosti s evropskou Směrnicí o autorském právu, a tudíž představuje důležitý prvek digitálního obchodu, který má vliv i na další bariéry.

Evropská unie a Spojené státy americké mají k ochraně soukromí z principu odlišné přístupy. Evropská unie řeší ochranu osobních údajů a regulaci jejich užití dlouhodobě. Zároveň se dává vysoká důležitost roli státu při řešení sociálních nejistot či problémů oproti situaci ve Spojených státech, kde se spoléhají na trh a vliv soukromého sektoru (Fromholz 2000). V Evropě je soukromí rovněž považováno za fundamentální lidské právo, kdežto ve Spojených státech je soukromí komoditou, která může být vyměněna za určité benefity (Aaron 2001).

Občané Evropské unie jsou z historických důvodů rovněž velmi citliví na centrální sbírky osobních údajů, což také zdůvodňuje jejich důraz na ochranu soukromí. Nicméně nemůžeme tvrdit, že celá Evropa je v této oblasti jednotná, například Velká Británie se ve svém přístupu často

více shoduje se Spojenými státy americkými, než s kontinentální Evropou (Movius, Krup 2009, str. 172).

Spojené státy americké mají k soukromí a jeho ochraně odlišný přístup. Slovo „soukromí“ se ani výslovně nevyskytuje v Ústavě Spojených států, což je relativně neobvyklé v porovnání s ústavním pořádkem rozvinutých zemí ve zbytku světa (Movius, Krup 2009, str. 174). Nicméně k ochraně soukromí pak byly implementovány jednotlivé zákony, které jsou ve většině případů specifické přímo pro určité obory či skutečnosti. Na ochranu soukromí v USA má velký význam seberegulace.

Po teroristických útocích 11. září 2001 byl do legislativy USA urychleně zaveden Patriot Act, jež výrazně zvyšuje státní dohled z důvodu bezpečnosti a mění tak i přístup k osobním údajům. Patriot Act byl implementován již 26. října 2001, proto nebyl v rychlém jednání brán ohled na právo na soukromí jednotlivců a zákonodárci jednali zejména s vidinou větší veřejné bezpečnosti i za cenu oslabení práva na soukromí obyvatel. Je však vhodné poznamenat, že podobná protiteroristická opatření a nové zákony zavedlo v tomto období i mnoho dalších států ve světě (Movius, Krup 2009, str. 178).

Patriot Act byl v roce 2015 nahrazen novým zákonem – USA Freedom Act. Ten ukládá americkým bezpečnostním agenturám omezení pro hromadný sběr dat občanů USA z telekomunikačních služeb. Tento zákon byl představen po uveřejnění zpráv o hromadném sběru dat Edwardem Snowdenem a dle zákonodárců představuje nový, vyvážený přístup, kdy specifikuje pravidla sledování z důvodu ochrany (U.S. Government Publishing Office 2015). Opatření dotýkající se ochrany soukromí ve Spojených státech amerických se tedy vždy týkají veřejné bezpečnosti, a proto je v USA nahlíženo na soukromí odlišně než v případě Evropské unie. Avšak výchozí situace a podmínky pro ochranu soukromí byly v obou regionech podobné.

Oba regiony začaly blíže řešit ochranu soukromí začátkem 70. let minulého století, kdy rozvoj technologií vzbudil obavy z možnosti zneužití dat z centrálních databází a ve světě tak začaly vznikat zákony na ochranu soukromí. Evropská unie se zaměřovala na ochranu jednotlivců před vládou a ostatními aktéry na trhu, již by mohli mít přístup k jejich osobním údajům. Oproti tomu Spojené státy americké vycházely z odlišných hodnot a zaměřily se pouze na ochranu dat před zneužitím ze strany státu, v ostatních oblastech byla ochrana dat velmi omezená (Farrell 2005). V rámci služeb a obchodu se Spojené státy americké spoléhaly na seberegulaci společností sbírajících a uchovávajících data o svých zákaznících.

Nicméně úsilí firem o ochranu dat jednotlivců spočívalo spíše ve snaze legitimizovat jejich počínání s daty a zabránit tak kritice, než pečovat o soukromí spotřebitelů (Froomkin 2000).

Evropská unie řešila otázku ochrany soukromí na unijní úrovni a v roce 1995 vešla v platnost směrnice o ochraně osobních údajů (celým názvem Směrnice o ochraně fyzických osob v souvislosti se zpracováním osobních údajů a o volném pohybu těchto údajů). Z této směrnice dále vychází i Směrnice o zpracování osobních údajů a ochraně soukromí v odvětví elektronických komunikací z roku 2002, jež zajišťuje stejnou úroveň ochrany osobních údajů a soukromí jako Směrnice o ochraně osobních údajů bez ohledu na použité technologie (Evropský parlament a Rada 2002). Tyto směrnice zahrnují mimo jiné omezení předávání osobních údajů do třetích zemí, pokud tyto země nezajistí dostatečný způsob ochrany údajů (Evropský parlament a Rada 1995). Jenže právě tento požadavek dostatečné ochrany se ukázal být problematický v rámci transatlantického obchodu, jelikož seberegulace fungující ve Spojených státech amerických mohla být považována za nedostatečnou ochranu a americké firmy by tak již nemohly sbírat a schraňovat údaje o svých evropských zákaznících. Proto Evropská unie navrhla v roce 1997 jednání s cílem nalezení jednotného řešení ochrany soukromí v rámci transatlantického prostoru, ovšem oba regiony přistoupily k jednání s odlišnými požadavky. Evropská unie požadovala po USA přistoupení na stejný systém ochrany, který již v Evropě fungoval, oproti tomu Spojené státy americké považovaly svoje řešení za dostatečné a dožadovaly se uznání systému seberegulace jako dostatečné ochrany, čímž by pomohly americkým firmám operujícím na evropském trhu (Farrell 2005).

Ze společného jednání nakonec v roce 2000 vzešla dohoda „Safe Harbor“, jež stanovila principy zajišťující adekvátní ochranu soukromí jednotlivců a umožnila americkým společnostem, které dané principy ochrany osobních dat spotřebitelů dobrovolně aplikují, stát se „bezpečnými přístavy“. Tyto společnosti či organizace pak mohou, za splnění všech principů dohody, shromažďovat a zpracovávat data a poskytovat je třetím stranám pouze v případě, že se i tyto zaváží principy dodržovat. Zároveň byla specifikována skupina citlivých osobních údajů, které mohou společnosti schraňovat pouze v případě, že k tomu získají přímo souhlas od daného subjektu (možnost *opt in*). Ostatní údaje fungují na bázi *opt out*, kdy daný subjekt může požádat o vyřazení určitých údajů z databáze. Americké ministerstvo obchodu rovněž vydalo soubor „často kladených otázek“ jakožto formu návodu pro americké společnosti ohledně principů ochrany dat a jejich aplikace (Evropská komise 2000).

Přestože se do Safe Harbor zapojilo podstatně méně společností, než se čekalo, je zdůrazňován pozitivní efekt dohody, který spočívá v jejím nepřímém vlivu na standardy amerických seberegulujících společností, které díky principům Safe Harbor přistoupily k lepší ochraně soukromí (Farrell 2003). Přesto existovala nejistota o dodržování dohody, která byla vyvolána podáním několika stížností na porušování jejích principů a zneužívání údajů americkými společnostmi. Žádná společnost však nebyla potrestána. V té souvislosti v roce 2015 Soudní dvůr Evropské unie v rozsudku ve věci C-362/14 Maximilian Schrems v. Data Protection Commissioner, která se týkala stížnosti na přenos dat mimo EU společností Facebook Ireland Ltd, prohlásil dohodu Safe Harbor za neplatnou, jelikož Spojené státy americké neposkytují dostatečnou ochranu osobních údajů, jak požaduje Evropská unie. Konkrétně šlo v případě o stížnost Maxmilliana Schemse z Rakouska u Komisaře pro ochranu údajů na společnost Facebook Ireland Ltd, která údajně osobní údaje evropských uživatelů této sociální sítě odesílala do Spojených států amerických a tam je i uchovávala. Pan Schems napadal tvrzení o dostatečné ochraně soukromí v souvislosti s možným využíváním dat americkou Národní bezpečnostní agenturou (NSA) a evropský Soudní dvůr mu nakonec dal za pravdu a dohodu Safe Harbor prohlásil za neplatnou (Soudní dvůr Evropské unie 2015).

Se zrušením „bezpečných přístavů“ se opět zkomplikovala situace přenosu dat, zejména soukromých údajů, přes Atlantik. Spojené státy americké i Evropská unie si však uvědomovaly, že stávající situace negativně ovlivňuje transatlantický obchod a nechává americké společnosti působící na evropském trhu v nejistotě, a proto rychle vyjednaly náhradu za Safe Harbor, kterou se stal štít pro ochranu osobních údajů (Privacy Shield). Již v únoru roku 2016 sbor komisařů schválil tento nový rámec ochrany soukromí platný pro transatlantický prostor, který splňuje všechny parametry ochrany zmíněné v rozsudku z roku 2015. Tato nová dohoda tedy stanoví přísnější podmínky, které musí americké firmy nakládající s osobními údaji občanů Evropské unie splnit, a zároveň slibuje přísnější kontrolu ze strany amerických úřadů. Přestože je zapojení do programu Privacy Shield pro americké firmy dobrovolné, jakmile se zaváží dodržovat dané principy, stane se jejich dodržování vynutitelné americkým právem. Pro případné stížnosti a otázky Evropská unie určila nového veřejného ochránce práv. Splnění podmínek dohody dokládají americké společnosti vlastní sebecertifikací, jež je pro americký trh běžná a kterou musí předkládat každoročně. Společnosti jsou rovněž

povinný řešit jakékoliv stížnosti jednotlivců ohledně porušování podmínek dohody (Evropská komise 2016).

Privacy Shield tedy nahrazuje Safe Harbor a chrání osobní data občanů Evropské unie přenášena za komerčními účely do USA. Nejen, že stanovuje přísné podmínky ochrany údajů pro americké společnosti, ale rovněž představuje podmínky přístupu vlády USA k údajům a zavádí každoroční společné přezkoumání EU a USA o správném dodržování dohody. Každoročně se pak v tomto přezkoumání objevují i doporučení pro zlepšení ochrany údajů (Evropská komise 2019b). Americké firmy nakládající s osobními údaji občanů EU tedy musí splňovat nová pravidla stanovená v rámci Privacy Shieldu, díky čemuž pak získají certifikaci. V současnosti je takto certifikovaných přes pět tisíc společností, některé z nich současně i v rámci Swiss – U.S. Privacy Shield, jež představuje obdobnou dohodu pro Švýcarsko a osobní údaje jeho občanů (Mezinárodní obchodní správa 2019). Evropská unie a Spojené státy americké tedy stále spolupracují na ochraně údajů, jelikož vzájemný obchod těchto regionů, zejména pak v souvislosti s rozvojem technologií, nelze legislativně přehlížet. Pokud by strany nenašly společné řešení ochrany soukromí, ekonomicky by tím poškodily samy sebe. Privacy Shield nepředstavuje souhrnné řešení ochrany osobních údajů a nesjednocuje ochranu soukromí v EU a USA, takovou ambici však ani nemá. Evropská unie se soukromím svých obyvatel a jeho ochranou zabývá podstatně více než Spojené státy americké, a proto je Privacy Shield pouze zastřešující dohodou, jež umožňuje aktivity spojené se vzájemným obchodem a podnikáním amerických firem na území EU. Ovšem výrazná odlišnost přístupů k soukromí v obou regionech a podobnost dohody Privacy Shield se Safe Harbor přináší pochybnosti o dlouhodobé efektivnosti této dohody.

Evropská unie, jakožto aktivnější ochránce a regulátor soukromí, představuje stále nové úpravy ochrany osobních údajů. Ty se aktualizují zejména v souvislosti s technologickým rozvojem a existencí nových způsobů užití, přenosu a zpracování dat. Z těchto důvodů Evropská unie představila v roce 2016 Nařízení o ochraně fyzických osob v souvislosti se zpracováním osobních údajů a o volném pohybu těchto údajů, jež nahrazuje zastaralou směrnici z roku 1995. Toto nové Obecné nařízení o ochraně osobních údajů – známé pod zkratkou GDPR – harmonizuje právní předpisy ochrany soukromí v souvislosti se zpracováním údajů a zajišťuje volný pohyb osobních údajů mezi členskými státy, přičemž si klade za cíl co nejlepší ochranu práv občanů EU před neoprávněným zacházením s jejich osobními údaji a dalšími daty. Sjednocení úrovně

ochrany a zpracování osobních údajů v rámci EU omezuje stávající překážky ekonomických vztahů na vnitrounitní úrovni. Tato nová pravidla přináší právní jistotu a transparentnost všem hospodářským subjektům a stejnou úroveň ochrany souvisejících práv všem fyzickým osobám, stejně tak i rovnocenné sankce ve všech členských státech v případech porušení stanovených pravidel. Tato pravidla musí být dodržována i v případě, že jsou data zpracovávána mimo EU, pokud je účelem jejich zpracování nabízet subjektům, tedy fyzickým osobám, zboží či služby (Evropský parlament a Rada 2016b).

Organizace či společnost, jež určuje účel, podmínky a způsob zpracování dat, je správcem údajů. Ten pak na samotné zpracování může využívat služby zpracovatele. Údaje, jichž se GDPR týká, jsou veškeré informace, které mohou být použity k identifikaci osoby. Díky technickému rozvoji se mezi tyto údaje nově řadí i síťové identifikátory jako například IP adresy či identifikátory cookies, které mohou být v kombinaci s dalšími informacemi získávanými skrze servery použity k identifikaci fyzických osob. Zpracování osobních údajů by pak pro fyzické osoby mělo být transparentní, tedy by měly vědět, které údaje jsou o nich shromažďovány a zpracovávány a za jakým účelem. Osobní údaje by rovněž měly být přiměřené účelům, ke kterým jsou zpracovávány, a proto by měly být shromažďovány a zpracovávány pouze údaje potřebné ke stanoveným účelům a doba jejich uchovávání by měla být omezena na minimum. Subjekty (fyzické osoby) by rovněž měly mít právo na přístup ke shromážděným osobním údajům o své osobě a případně na opravu těchto údajů. Zároveň by měly mít i „právo být zapomenuty“, pokud uchovávání údajů porušuje GDPR, subjekt odvolal svůj souhlas se zpracováním, vznesl námitku proti zpracování osobních údajů, či pokud již údaje nejsou potřebné pro účely, pro které byly shromážděny (Evropský parlament a Rada 2016b). Toto nařízení tedy upřesňuje podmínky schraňování osobních údajů v rámci celé Evropské unie a představuje možnosti spotřebitelů na omezení sběru jejich osobních informací.

V roce 2017 Evropská unie rovněž navrhla Nařízení o respektování soukromého života a ochraně osobních údajů v elektronických komunikacích. To by mělo nahrazovat zastaralou směrnici z roku 2002 o soukromí a elektronických komunikacích. Toto nařízení si klade za cíl chránit komunikace umožněné technickým pokrokem, tedy například webové e-mailové služby, výměnu rychlých zpráv (instant messaging) či volání přes internet (Voice over Internet Protocol, VoIP), neboli služby označované jako „over-the-top“ (OTT služby). Nařízení tedy chrání jak obsah komunikací uskutečněných přes internet, tak informace týkající se koncového uživatele,

jako například jeho zeměpisnou polohu a datum, čas, dobu trvání a typ komunikace (Evropský parlament a Rada 2017).

Evropská unie se věnuje rovněž kyberbezpečnosti sítí a informačních systémů. V roce 2016 přijala směrnici o opatřeních k zajištění vysoké společné úrovně bezpečnosti sítí a informačních systémů v Unii, jež se snaží zajistit připravenost členských států čelit kybernetickým útokům. Směrnice zároveň ukládá poskytovatelům základních a digitálních služeb ohlašovací povinnost v případě incidentů (Evropský parlament a Rada 2016c). Tato směrnice spadá do širšího balíčku opatření týkajících se kyberbezpečnosti představeného v září 2017 (Evropská komise 2017). Nejnovější součástí balíčku kybernetické bezpečnosti je The EU Cybersecurity Act, který mimo jiné zakládá celoevropský rámec certifikace kybernetické bezpečnosti pro digitální produkty, služby a procesy. Tato certifikace bude zahrnovat komplexní soubor pravidel, technických standardů, norem a postupů, jež budou zajišťovat bezpečnost produktů a služeb na jednotném digitálním trhu EU. V létě 2019 Evropská komise vyhlásila výběrové řízení na výběr členů skupiny zúčastněných stran pro certifikaci kybernetické bezpečnosti, jež bude pomáhat vytvářet daná pravidla certifikace (Evropská komise 2019d). V dohledné době tak vzniknou pravidla bezpečnosti zahrnující netarifní překážky obchodu, jelikož importéři zboží používaného v ICT sektoru do EU budou muset splňovat technické standardy určené Evropskou komisí. Nicméně na danou specifikaci podmínek zmíněné certifikace a hodnocení jejích dopadů na obchod s ICT zbožím si budeme muset počkat.

Spojené státy americké, nebo alespoň jejich progresivnější státy, se rovněž začaly otázkou ochrany osobních údajů v posledních letech zabírat. Stát Kalifornie schválil v roce 2018 Kalifornský zákon o ochraně soukromí spotřebitelů (California Consumer Privacy Act), který má podobně jako evropské směrnice a nařízení posílit právo na soukromí a ochranu spotřebitelů obyvatel státu Kalifornie. S platností od 1. ledna 2020 tak budou mít spotřebitelé právo vědět, jaká data a z jakého důvodu se o nich shromažďují, zda jsou tato data někomu poskytovány a sami k nim budou mít přístup. Zároveň budou moci po společnostech žádat vymazání svých osobních údajů (Stát Kalifornie 2018). Stát Kalifornie tak aplikuje některé zásady, jež jsou v Evropské unii již platně zavedené v rámci GDPR či dalšími právními akty unie.

Z jmenovaných opatření je očividné, že se Evropská unie otázkou soukromí a ochrany spotřebitelů na internetu věnuje velmi intenzivně a v rámci Jednotného digitálního trhu postupně zavádí mnoho opatření omezujících bariéry na vnitrounijním digitálním trhu a potažmo i bariéry

digitálního trhu ve vztahu ke světovým partnerům. Světoví aktéři, zejména pak Spojené státy americké, kteří se v Evropě v rámci digitálního trhu významně angažují, pak pozorně sledují veškeré změny regulací, jež EU zavádí. Spojené státy americké se pak snaží ovlivnit jednání na půdě EU ve prospěch amerických společností podnikajících v Evropské unii, nicméně ani pro EU není žádoucí tvořit těmto zahraničním společnostem překážky na trhu. Současně dala Evropská unie, například v jednání o Privacy Shieldu, jasně najevo, že nehodlá slevit ze svých požadavků na ochranu soukromí evropských spotřebitelů a požaduje po zahraničních společnostech dodržování stanovených pravidel v souvislosti se zpracováním či uchováváním osobních údajů občanů Evropské unie.

Společná řešení a vytváření zastřešujících dohod jsou v současnosti tím nejlepším možným východiskem, jež neomezuje vzájemný digitální obchod a vytváří vhodné prostředí pro další prohlubování obchodních vztahů. S přihlédnutím k rozdílnému přístupu Spojených států amerických a Evropské unie, zejména k ochraně soukromí, se můžeme domnívat, že vytvoření legislativy platné pro oba regiony v současnosti není možné. Řešení pak poskytují vzájemné dohody umožňující společný digitální obchod, jako například již zmiňovaný Privacy Shield.

3. Důsledky a možnosti harmonizace právní regulace EU a USA v digitálním obchodě a jejich zhodnocení

Jak vyplývá z předchozí kapitoly a v ní popsaných překážek digitálního obchodu, Spojené státy americké a Evropská unie mají odlišný přístup k regulaci trhu, což ovlivňuje vzájemný obchodní vztah těchto regionů. Evropská unie se soustředí zejména na ochranu spotřebitelů a sjednocování vnitřního trhu s cílem omezit vnitrouniní bariéry, Spojené státy americké oproti tomu trh regulují podstatně méně a v rámci regulací se spoléhají na seberegulaci jednotlivých odvětví. Nicméně v rámci globalizace a provázání trhu, které je podpořeno technickým rozvojem a novými způsoby obchodování a přenosu informací, je pro oba regiony žádoucí, aby se jejich právní regulace významně neodlišovaly, a nepředstavovaly tak překážky pro společnosti působící na obou stranách Atlantiku.

Současně platí, že ne ve všech oblastech se regulátoři v Evropské unii a Spojených státech amerických shodnou a dané oblasti pak představují problémy a omezení pro druhou stranu. Evropská unie je podstatně více zaměřena na ochranu soukromí a dat spotřebitelů než Spojené státy. Tato ochrana je pro Evropskou unii prioritou, a proto se při regulaci týkající se soukromí neohlíží na postavení či stav regulace Spojených států amerických. Ty pak musí řešit dopady evropské regulace na americké společnosti pracující s daty evropských spotřebitelů.

Spojené státy americké i kvůli významnému zapojení amerických společností na evropském trhu sledují veškeré legislativní změny a diskutují jejich dopady se zástupci daných průmyslů. Tato kapitola nastíní reakci Spojených států amerických na některé legislativní kroky EU, které se týkají digitální ekonomiky a zároveň vzbuzují určité obavy. Rovněž bude analyzován efekt mezinárodních dohod týkajících se digitálního obchodu, jichž se účastní Spojené státy americké i Evropská unie, a budou zhodnoceny další možnosti vzájemné transatlantické úpravy ochrany soukromí.

3.1 Vliv konkrétních opatření na digitální trh EU a USA

Evropská unie a Spojené státy americké jsou i přes odlišný přístup k regulaci členy různých mezinárodních organizací, a jsou pochopitelně i signatáři některých dohod či smluv ovlivňujících podmínky světové ekonomiky. Jednou z nich je dohoda ITA (Information Technology Agreement) pod Světovou obchodní organizací (WTO) v její rozšířené verzi z roku 2015. Tato dohoda si klade za cíl postupně eliminovat celní sazby uvalené na techniku a další zboží související s ICT průmyslem. V rozšíření dohody ITA II bylo k produktům zahrnutým v této dohodě přidáno 207 nových položek. Snížení či úplné zrušení cel na produkty pod dohodou ITA nejen snížilo náklady obchodu v ICT sektoru, ale přineslo též omezení administrativní zátěže a časovou úsporu pro přeshraniční obchod ICT zboží (WTO 2017b).

Na efekt dohody ITA lze nahlížet hned z několika úhlů. Omezení či přímo zrušení cel znamená podporu importu i exportu zboží ICT sektoru. Konkrétně se uvádí, že snížení tarifů pro ICT zboží o 1 % způsobí navýšení importu tohoto zboží o 0,7–0,8 %, a že snížení obchodních nákladů pak zvyšuje integraci účastníků dohody ITA do globálních hodnotových řetězců. Vliv na konkrétní země se pak samozřejmě odvíjí i od pozice země v těchto řetězcích, tedy zda je určitá země exportérem meziproduktů, nebo naopak importérem meziproduktů a exportérem produktů finálních. V neposlední řadě se zmiňuje též tzv. „závazkový efekt“, jež poskytuje větší jistotu ohledně obchodních podmínek, pokud státy snižují cla v rámci zapojení do dohody ITA, která je následně vynutitelná mezinárodním právem, než je tomu v případě nezávazného unilaterálního snižování cel (Henn, Gnutzmann-Mkrtchyan 2015).

Dohoda ITA tedy poskytuje stabilnější prostředí společností obchodujícím v rámci ICT sektoru, jelikož zvrácení změn uskutečněných v rámci mezinárodní dohody je mnohem méně pravděpodobné, než je zvrácení samovolného zrušení cel či bilaterálních dohod. Mezinárodní snižování cel na ICT produkty pak podporuje mezinárodní obchod a zlevnění těchto produktů napomáhá digitalizaci ve světě.

Vzájemný obchod EU a USA ovlivňují kromě tarifních opatření i požadavky na ochranu soukromí, technické standardy či lokalizační opatření. Evropská unie v rámci digitálního obchodu aplikuje lokalizační opatření zaměřená na obsah, kdy požaduje po společnostech poskytujících služby videí na vyžádání (VOD), aby jejich nabídka byla tvořena z alespoň 30 % evropskými díly. Tento požadavek je kritizován americkými zástupci ICT průmyslu, kteří tvrdí, že takové pravidlo

povede poskytovatele těchto služeb buďto k nákupu levných evropských děl nižší kvality, či ke snížení počtu neevropských děl v jejich katalogích (The Computer & Communications Industry Association 2018, str. 48). Nabídka daných služeb pro občany Evropské unie by tak byla uměle upravena za účelem splnění „kvót na obsah“, ale nemusela by jim přinášet kvalitní obsah, o který mají zájem. Tyto úpravy obsahu by pak ve výsledku nejvíce poškodily spotřebitele, jež by nemuseli mít přístup ke kvalitnímu obsahu, nebo by byl jejich výběr oproti spotřebitelům mimo Evropskou unii omezený.

Dohodou, která ovlivňuje digitální trh transatlantické oblasti prostřednictvím ochrany soukromí, je Privacy Shield, jež nahradil dříve platnou dohodu Safe Harbor. Privacy Shield představuje možnost pro americké společnosti působící na evropském digitálním trhu pracovat s daty evropských spotřebitelů i přes rozsáhlé evropské regulace soukromí a ochrany dat. Tato dohoda, stejně jako předchozí Safe Harbor, upravuje principy ochrany osobních údajů a dat, ke kterým se mohou americké firmy zavázat za účelem stát se „prověřenou“ společností, jež nakládá s údaji spotřebitelů bezpečně. Po přistoupení společnosti k Privacy Shield jsou tyto principy vynutitelné americkým právem a společnosti každoročně formou sebecertifikace potvrzují jejich dodržování.

Privacy Shield využívá mnoho amerických společností, většina z nich malých či středních (SMEs). Po prohlášení dohody Safe Harbor za neplatnou se ovšem některé společnosti uchýlily spíše k užívání standardních smluvních doložek mezi americkými a evropskými společnostmi, a to kvůli obavám, že Privacy Shield bude stejně jako Safe Harbor prohlášen za neplatný. Evropská komise rovněž schválila standardní smluvní doložky o ochraně osobních údajů, jež je možné užívat pro transfer osobních dat mimo EU (Evropský parlament a Rada 2016b). Jak Privacy Shield, tak využívání smluvních doložek bylo stejně jako Safe Harbor napadnuto u soudu, navíc opět Maximilianem Schremsem v souvislosti se společností Facebook Ireland Ltd (Soudní dvůr Evropské unie 2018). V červenci 2019 se konala jednání u Soudního dvora EU a případ platnosti dohody Privacy Shield byl odložen, dokud nebude rozhodnuto ve věci standardních smluvních doložek. Rozhodnutí v této věci však není očekáváno před koncem roku 2019 (Boardman 2019). Tato nejistota v problematice soukromí a přenosu dat spotřebitelů za účelem zpracování do zahraničí, v tomto případě konkrétně do USA, má negativní dopad na americké společnosti působící na evropském trhu.

I přes nejistou budoucnost Privacy Shield se v září 2019 uskutečnil již třetí roční přezkum této dohody, jehož se účastní zástupci Evropské unie i Spojených států amerických. Ze zprávy z jednání je zřejmé, že se obě strany shodují na ochraně soukromí a postupně aplikují nová opatření na ochranu soukromí. Například v dubnu 2019 byl spuštěn program proaktivních kontrol, kdy je každý měsíc zkontrolováno 30 společností certifikovaných pod dohodou Privacy Shield z hlediska toho, zda správně dodržují podmínky ochrany soukromí. Dalším důležitým bodem přezkumu bylo potvrzení nezávislosti dohledu nad přístupem vlády USA k osobním údajům občanů EU (Evropská komise 2019b). Tyto závěry Evropské komise tak působí jako argumenty dostatečné ochrany soukromí v rámci dohody Privacy Shield a mohly by hrát roli v dalším soudním jednání o platnosti této dohody. Všeobecně však stále panují nejistoty o dostatečnosti ochrany soukromí ze strany amerických společností.

Zároveň byly na jednání Evropskou komisí představeny další kroky, kterých je třeba k zajištění lepšího fungování štítu pro ochranu soukromí v praxi. Mezi ně patří například zkrácení času určeného společností na každoroční recertifikaci na 30 dní, které by měly být pro opětovnou certifikaci a řešení případných problémů dostačující, a které by zároveň zajišťovaly naplňování smyslu tohoto procesu. Současně Evropská komise požaduje zachování záruk a limitací pro získávání zahraničních zpravodajských informací dle článku 501 Zákona o zpravodajských službách, které jsou specifikované v USA Freedom Act (Evropská komise 2019b). Zachování těchto limitací a omezení například i hromadného sběru informací je stěžejní pro ochranu soukromí evropských spotřebitelů a je tak jedním z důležitých kritérií pro uznání dostatečné ochrany soukromí pod Privacy Shieldem.

Přestože je dohoda Privacy Shield v platnosti již přes tři roky, nelze s určitostí říct, zda před soudem obstojí. V současnosti však představuje spolu se smluvními doložkami, jež jsou též soudně projednávány, jedinou možnost amerických společností podnikajících v Evropské unii ke sběru a zpracování dat spotřebitelů. Pokud by byl Privacy Shield, a s ním pravděpodobně i smluvní doložky, zrušen, pak by na transatlantickém trhu, zejména pak digitálním trhu, nastal chaos a americké společnosti by musely rychle hledat nová řešení, jak dále operovat v EU a neporušovat při tom zdejší zákony na ochranu soukromí.

Dalším opatřením, jež vyvolává ve Spojených státech obavy, je navrhované Nařízení o respektování soukromého života a ochraně osobních údajů v elektronických komunikacích z roku 2017. Toto nařízení rozšiřující požadavky na ochranu dat a omezující použití dat

pro komerční účely bez souhlasu uživatelů má dle amerických expertů v oboru velmi náročné požadavky na splnění, které rovněž navýší náklady poskytovatelů komunikačních služeb a webových prohlížečů (USITC 2017a).

Spojené státy americké, zejména americké společnosti působící na digitálním trhu EU, pak musí být v rámci svých aktivit zahrnujících práci s daty ve shodě i s GDPR. Pravidla ochrany soukromí jsou v tomto nařízení opět o něco konkrétnější, než tomu bylo v předchozích platných opatřeních na území Evropské unie, a zároveň jsou aktualizovaná, aby odpovídala technologickému vývoji. Právní odborníci pak v souvislosti s novým nařízením zmiňují obsáhlé povinnosti správce a zpracovatele údajů a rovněž povinnost provést posouzení dopadů na ochranu údajů v případě využití nových technologií při zpracování dat, kdy mohou být dotčena práva a svobody subjektů daných dat (Long et al. 2019). Tyto případy pak specifikuje článek 35 daného nařízení. Na druhou stranu se nařízení snaží snížit byrokratickou zátěž pro společnosti ustanovením orgánu pro ochranu dat v každém členském státě, jenž přijímá stížnosti spotřebitelů. Společnosti pak mohou tyto stížnosti řešit prostřednictvím jednoho orgánu, který se nachází v členském státě jejich hlavní působnosti (Evropský parlament a Rada 2016b). Americké společnosti v zásadě přivítaly cíl iniciativy, jež by mohl snížit byrokratickou zátěž v souvislosti s řešením stížností spotřebitelů, ale některé z nich vyjádřily obavy, že daný mechanismus je moc komplikovaný a nechává orgánům pro ochranu údajů prostor pro rozdílný přístup v jednotlivých členských státech (USTR 2017, str. 179). Američtí zástupci ICT průmyslu rovněž zpochybnilы snížení byrokratické zátěže, a to kvůli existenci práva být zapomenut. Toto právo dle nich představuje enormní zátěž pro společnosti shromažďující data online, jelikož se každá žádost o vymazání těchto dat musí řešit individuálně a nákladnost tohoto opatření by mohla tvořit další bariéru vstupu pro malé a střední podniky ze zahraničí (The Computer & Communications Industry Association 2018, str. 48).

Přenos osobních dat mimo území Evropské unie je tedy diskutovaným problémem, jenž zůstává doposud nevyřešen. V současnosti se čeká na rozsudek Evropského soudního dvora v otázce dohody Privacy Shield i užívání smluvních doložek. Americké společnosti se tak nemohou spoléhat na současná řešení. Některé další státy světa mohou data z EU zpracovávat, jelikož splňují podmínky Evropské unie o dostatečné ochraně dat. Evropská unie tak přezkoumala a v současnosti uznala 12 států či území, jež mohou díky adekvátní ochraně dat pracovat s daty z EU, mezi nimi například Švýcarsko, Kanadu, Nový Zéland, či Izrael (Long et al. 2019, str. 17).

Alternativním způsobem, jenž by umožnil (nejen) americkým společnostem přenos dat z EU, by mohlo být využití závazných firemních pravidel. Nadnárodní společnosti by mohly aplikovat firemní pravidla splňující přísné podmínky ochrany soukromí platné v rámci celé skupiny, a v případě uznání těchto pravidel za dostatečná ze strany Evropské unie by jim nic nebránilo data z EU přenášet (Long et al. 2019, str. 18). Závazná firemní pravidla tak představují způsob, jak vyřešit problém přenosu dat z Evropské unie bez nutnosti spoléhat se na řešení implementovaná na státní úrovni.

Přesto, jak již bylo zmíněno v druhé kapitole této práce, i ve Spojených státech se ochrana osobních údajů začíná řešit na legislativní úrovni. Kromě zákonů zaměřených proti terorismu, jež jsou platné na celém území USA, je nutné připomenout i Kalifornský zákon o ochraně soukromí spotřebitelů. Ten bude účinný od začátku roku 2020 a bude poskytovat ochranu osobních údajů obyvatelům Kalifornie. Některé požadavky tohoto zákona jsou velmi podobné pravidlům stanoveným v evropském GDPR. Přestože ochrana stanovená tímto zákonem nedosahuje evropských standardů, je to první významnější krok k jejich přiblížení. Pokud by se tento zákon ukázal být prospěšným, mohlo by případně dojít k přijetí obdobné legislativy i na federální úrovni. V takovém případě by se dalo polemizovat o možném uznání adekvátnosti této ochrany soukromí ze strany Evropské unie, což by zařadilo Spojené státy americké mezi světové státy, jež mohou shromažďovat a zpracovávat evropská data na svém území. Samozřejmě je tato úvaha závislá na velkém množství spekulací a její naplnění není velmi pravděpodobné. Avšak uvedení kalifornského zákona v platnost naznačuje, jakým směrem by se mohla legislativa ve Spojených státech amerických ubírat. Pokud by se pak ochrana osobních údajů v amerických zákonech přiblížila evropské úrovni, bylo by případné uznání dostatečné ochrany možné.

Spojené státy americké všeobecně podporují tvorbu jednotného digitálního trhu v rámci Evropské unie, jelikož v něm vidí potenciál rozšíření transatlantického obchodu bez vytváření nových bariér vstupu pro mimoevropské společnosti (USTR 2017, str. 178). Sjednání pravidel digitálního trhu pro celou Evropskou unii zjednoduší přístup na tento trh americkým společnostem, jež se nebudou muset přizpůsobovat legislativě jednotlivých členských států. Na druhou stranu je pravda, že nová legislativa EU představovaná v rámci jednotného digitálního trhu vyvolává v amerických společnostech i určité obavy. Po zavedení regulací do praxe však samozřejmě dochází k ustálení situace a některé nejistoty amerických společností se ukazují jako neopodstatněné. Obavy Spojených států amerických týkající se nových evropských regulací

shrnuje posouzení zveřejněné ve Zprávě o odhadu národního obchodu tak, že „pokud bude dobře zamýšlený cíl vytvořit harmonizovaný digitální trh v Evropě prováděn prostřednictvím chybné regulace, mohlo by dojít k vážnému narušení transatlantického obchodu a investic, potlačení inovací a ohrožení vlastního úsilí Komise o podporu silné digitální ekonomiky v celé EU“ (USTR 2019, str. 207). Spojené státy americké vidí největší hrozbu v zavedení regulace, jež by, namísto ustanovení jasných pravidel v rámci jednotného digitálního trhu, pouze vytvářela nové překážky a situaci na trhu pro společnosti komplikovala.

Američtí zástupci ICT průmyslu se k představovaným evropským opatřením vyjádřili ještě kritičtěji. V komentářích k zahraničním bariérám napadli platnost Směrnice o autorském právu a právech s ním souvisejících kvůli novému požadavku na poskytovatele online služeb monitorovat a filtrovat obsah, jež by mohl porušovat autorské právo. Američtí zástupci argumentují výslovnými ustanoveními obsaženými v evropském i americkém právu,² dle kterých nemají poskytovatelé služeb povinnost dohledu nad jimi zpřístupněnými materiály. Podle nich je požadavek na aplikaci technologií k rozpoznávání a filtrování obsahu na základě autorských práv zcestný (The Computer & Communications Industry Association 2018, str. 37).

Ve spojitosti s požadavkem na monitorování a filtrování obsahu je zmiňován případný negativní dopad na americkou ekonomiku kvůli vytvoření nové bariéry pro americké společnosti a rovněž možný vliv na americké investice na evropském trhu. Dle průzkumu uskutečněného mezi investory po celém světě je mnohem méně pravděpodobné, že investor zainvestuje do služeb poskytujících digitální obsah, které nabízejí hudbu nebo videa nahrané uživateli, pokud na ně dopadá nejednoznačný právní rámec. Ve Spojených státech by nejednoznačná regulace znejistila 89 % investorů (Le Merle et al. 2014). Americké investice do digitálních služeb v Evropské unii by tak sice mohly být zmíněnou regulací ovlivněny, ovšem tento dopad nelze s určitostí vyčíslit, neboť Evropská unie stále zůstává jedním z hlavních regionů pro digitální ekonomiku a znepříjemnění zdejšího legislativního prostředí nutně nemusí způsobit přesun investorů na jiná území.

² Ustanovení čl. 15 odst. 1 směrnice Evropského parlamentu a Rady 2000/31/ES, resp. ustanovení § 512 (m) (1) zákona o omezení odpovědnosti za porušení autorských práv online (*Online Copyright Infringement Liability Limitation Act*)

Kvůli zmíněným negativním dopadům regulace digitálního trhu je třeba shrnout možnosti harmonizace opatření Evropské unie a Spojených států amerických v oblasti ICT a digitálního obchodu. Harmonizace umožňující americkým společnostem nakládat s daty občanů EU by tak vyřešila nejpalčivější otázku transatlantického digitálního obchodu, a proto je jí věnována následující podkapitola.

3.2 Možnosti harmonizace právní regulace na trzích EU a USA

Evropská unie a Spojené státy americké jsou nejvýznamnější světové regiony z pohledu digitální ekonomiky a rychlý technologický vývoj v této oblasti přináší stále nové výzvy týkající se regulace. Jak již bylo popsáno v předchozích kapitolách, Evropská unie a Spojené státy americké mají odlišný přístup k legislativní regulaci tohoto odvětví, kdy Evropská unie je zaměřena zejména na ochranu spotřebitele a významně reguluje soukromí a manipulaci s daty spotřebitelů, kdežto Spojené státy americké nechávají společnostem podnikajícím v ICT průmyslu větší volnost a veškerá případná regulace probíhá způsobem sebecertifikace společností.

Tato rozdílnost jednotlivých přístupů zákonitě ovlivňuje i vzájemný obchod. Restriktivnější Evropská unie skrze svá opatření zavádí potenciální bariéry vstupu pro americké společnosti podnikající v oblasti ICT, které se s danými požadavky na ochranu soukromí či lokalizačními opatřeními na svém domácím trhu nesečkávají. Proto se na opatření zaváděná na úrovni Evropské unie snaží kritika ze strany amerických zástupců ICT průmyslu. Na druhou stranu je však nutné zmínit, že komplikovaná je pro transatlantický digitální obchod především problematika ochrany soukromí a osobních údajů a ostatní standardní překážky obchodu v digitální ekonomice nemají takový vliv. Většina tarifů pro ICT produkty v těchto regionech je totiž díky účasti EU i USA v mezinárodní dohodě ITA na nulové hodnotě a technické standardy Evropská unie představila až v nedávné době právě v souvislosti s kyberbezpečností. Hlavní hrozbou pro transatlantický digitální obchod je tedy odlišná ochrana soukromí a osobních údajů.

Současná opatření zaměřená na digitální trh, zejména ta zavedená v Evropské unii, ovlivňují transatlantický digitální obchod, jejich vliv se však nedá jednoznačně vyčíslit. Můžeme sice spekulovat o překážkách vstupu, jež tato opatření přinesla pro malé a střední americké společnosti, které by chtěly působit i na evropském digitálním trhu, ale konkrétní

ekonomický dopad na americkou ekonomiku nejsme schopni určit. Jelikož jsou meziroční změny vzájemného digitálního obchodu mezi Spojenými státy a Evropskou unií způsobeny zejména situací na světovém trhu, a ne těmito opatřeními, nemůžeme se při řešení problematiky překážek transatlantického digitálního trhu a jejich vlivu na digitální obchod spoléhat pouze na statistiky obchodu. Dotazníková šetření a komentáře zástupců ICT průmyslu nám poskytují náhled na potenciální vlivy regulatorních opatření, ale musíme brát v úvahu zaujatost jejich výsledků, jelikož je logické, že společnosti upřednostňují co nejméně regulovaný trh.

Při pohledu na současný stav digitálního trhu v Evropské unii a Spojených státech amerických je očividné, že oba regiony přistupují k regulaci odlišně, současně je však vidět i vzájemná snaha o nalezení společného řešení, jež by umožňovalo neomezený transatlantický digitální obchod. Vytvořením zastřešujícího štítu pro ochranu soukromí v Privacy Shieldu se Evropská unie snaží vyjít vstříc americkým společnostem působícím na jejím trhu, a to bez omezení ochrany soukromí občanů EU. Jelikož je však budoucnost této dohody i smluvních doložek, které představují alternativní řešení této problematiky, nejistá, diskutuje se o dalších možnostech, včetně harmonizace regulací.

Jedním z nabízených řešení pro americké společnosti nakládající s osobními údaji občanů EU je zavedení a dodržování závazných firemních pravidel zahrnujících principy ochrany soukromí stanovené Evropskou unií, a to na všech úrovních skupiny nadnárodní společnosti. Toto řešení je tedy aplikováno na úrovni jednotlivých společností, a ne na legislativní úrovni Spojených států amerických a Evropské unie.

Dalším možným řešením je zavedení opatření s podobnou mírou ochrany osobních údajů na federální úrovni USA, což by mělo za důsledek uznání amerického trhu Evropskou unií jako trhu s adekvátní ochranou. Tím by se Spojené státy americké zařadily mezi další světové země, jež mohou shromažďovat a zpracovávat osobní údaje občanů Evropské unie.

Z teoretického hlediska je další možností zavést totožná opatření, jež se uplatňují v Evropské unii, i na americkém trhu. Z praktického hlediska se však tato možnost zdá spíše nereálnou. Úvaha, že by se suverénní stát, který je jedním z nejvýznamnějších ve světové ekonomice, podvoloval zahraničním regulacím, se sice zdá být naivní, velmi pravděpodobně by však měla pozitivní efekt na světový digitální trh. Harmonizace digitálního trhu Evropské unie a Spojených států amerických by znamenala eliminaci veškerých vzájemných bariér v této oblasti,

a ještě větší ekonomické propojení těchto regionů. Vytvoření „bezbariérového“ transatlantického digitálního trhu by dalo oběma regionům vzájemnou výhodu oproti zbytku světa. Některé světové státy by se pravděpodobně k dané regulaci rovněž připojily, obzvláště pokud jsou Spojené státy americké a Evropská unie jejich hlavními partnery v oblasti digitálního obchodu. Představené řešení by umožnilo vytvoření jednotného volného digitálního trhu, který by ještě podpořil světovou globalizaci. Vytvoření jednotného digitálního trhu, byť jen v transatlantické oblasti, je však velmi nepravděpodobné, a proto můžeme očekávat spíše úspěch některé ze střízlivějších možností, jako například zavedení pouze obdobných opatření na americkém trhu a následné uznání dostatečné ochrany dat ze strany Evropské unie.

Práce shrnující stav transatlantického digitálního trhu a jeho aktuálních změn by nebyla kompletní bez zamyšlení se nad vlivem Brexitu na tento digitální trh. Již několikrát odložený Brexit samozřejmě ovlivní transatlantický digitální obchod zejména v absolutních číslech kvůli odečtení britského digitálního trhu od trhu Evropské unie. Současně bude odchod Velké Británie z Evropské unie ovlivňovat i evropské a americké společnosti působící na britském trhu. Fakt, že Velká Británie bude mít po Brexitu vůči Evropské unii postavení třetí země³ (European Data Protection Supervisor 2019) situaci těchto společností neprospívá. Nicméně můžeme s určitou pravděpodobností předpokládat, že by Velká Británie implementovala právní regulaci ochrany soukromí a dat velmi podobnou té evropské, a to především kvůli domácím společnostem, které by byly v opačném případě odlišnou regulací poškozeny. Můžeme proto zhodnotit, že vliv Brexitu na transatlantický digitální obchod bude pravděpodobně nejvíce viditelný v mezinárodních statistikách obchodu, kde budou Velká Británie a Evropská unie vedeny již odděleně. Otázkou však zůstává konečná podoba a termín uskutečnění Brexitu. Existují dokonce spekulace o jeho celkovém odvolání, tudíž přesnější hodnocení dopadů Brexitu na transatlantický digitální obchod a ekonomiku není možné stanovit.

I přesto, že úplná harmonizace opatření Evropské unie a Spojených států amerických je nepravděpodobná, můžeme s bezpečností říci, že naopak vzdalování právních regulací digitálního trhu obou regionů rozhodně není v jejich společném zájmu. Současné řešení regulace transatlantického digitálního trhu se nejeví dostatečné, a to zejména s ohledem na přetrvávající

³ Právní předpisy Evropské unie o ochraně údajů setrvávají na území Velké Británie v platnosti do konce roku 2020 s možností prodloužení až o dva roky.

nejistotu. Bude proto třeba pokračovat v další spolupráci Evropské unie a Spojených států amerických za účelem přiblížení právní regulace obou trhů, a tím vytvoření vhodného podnikatelského prostředí. Vzájemná spolupráce se však bude odvíjet od ekonomické situace a zajisté i politických reprezentací obou regionů a jejich cílů. V případě vzájemného přibližování regulace dopadající na digitální trh by Spojené státy americké a Evropská unie mohly podpořit svou pozici mezi nejvýznamnějšími oblastmi z pohledu světového obchodu i přes rostoucí důležitost asijských zemí (WTO 2019).

Závěr

Digitální technologie a ICT průmysl hrají velmi důležitou roli ve světové ekonomice a významně ovlivňují i mezinárodní obchod. Digitální ekonomika zažívá v posledních desetiletích rychlý růst a postupně se stává důležitou oblastí světového obchodu. Přestože tvoří ICT průmysl pouze jednotky procent HDP jednotlivých států, je nyní součástí mnoha dalších oblastí a digitální technologie ovlivňují další sektory průmyslu. S postupným rozvojem technologií a inovací rovněž dochází k postupné digitalizaci dalších oborů, kde technologie přispívají k vyšší efektivitě, ať již zrychlením a zjednodušením výměny dat, tak vytvořením nových způsobů obchodování.

Digitální technologie tedy významně ovlivňují mnoho dalších oborů a stejně tak samotný digitální obchod je na vzestupu. Do digitální ekonomiky můžeme řadit jak obchod se zbožím po internetu, tedy e-commerce, tak poskytování digitálních či digitálně zprostředkovaných služeb. Digitální služby neboli ICT služby, tedy služby doručitelné online, jsou podstatně menší kategorií než digitálně zprostředkované služby, přesto jsou zároveň i hůře statisticky zaznamenány. Digitálně zprostředkované služby jsou poskytované pomocí digitálních technologií a může se jednat o služby z různých sektorů, od finančních služeb, přes design a technické návrhy až po vzdělávání. S rozšířením digitálních technologií ve světě tedy roste jejich vliv na různé obory a stávají se běžnou součástí mezinárodního obchodu.

S rostoucí přístupností k internetu ve světě a rozvojem digitálních technologií roste i vliv e-commerce v mezinárodním obchodě. Již v roce 2017 tvořil e-commerce 12 % světového obchodu se zbožím a službami. Celosvětově roste množství spotřebitelů s přístupem k internetu, proto se nakupování online stává běžnější součástí každodenních životů. Inovace digitálních technologií zjednodušují obchodování online a dělají ho pohodlnější pro spotřebitele.

Nicméně není pravda, že by rozvoj digitálních technologií pomohl zapojit se do mezinárodního obchodu všem světovým regionům stejně. V e-commerce i poskytování digitálních a digitálně zprostředkovaných služeb stále vévodí nejrozvinutější regiony, tedy Evropa, Severní Amerika a Asie, které zároveň mezi sebou mají nejfrekventovanější dopravní trasy.

S rozvojem digitálních technologií a větším vlivem ICT průmyslu v dalších oblastech ekonomiky však vyvstávají i problémy, které tento vývoj může způsobit. Digitální technologie mohou ovlivnit dominanci trhu několika málo aktéry, zavádění protekcionistických opatření jednotlivými státy, ale rovněž je ohroženo i soukromí spotřebitelů. Zejména k ochraně domácího

trhu a soukromí spotřebitelů přistupují světové regiony odlišně na základě národních zájmů i historických postojů. Konkrétně Evropská unie a Spojené státy americké se v rámci digitálního obchodu neuchylují k zavádění protekcionistických opatření, naopak jsou oba regiony signatáři dohody ITA v rozšířené verzi, která si klade za cíl postupně eliminovat clo uvalené na produkty ICT průmyslu. Spojené státy rovněž v roce 2015 navýšily hranici podpory *de minimis* na 800 amerických dolarů, což umožňuje import zásilek do této hodnoty bez nutnosti členění. Toto a podobná opatření podporují růst e-commerce.

Evropská unie se také zaměřuje na úpravu podmínek pro digitální obchod na vnitrounitní úrovni prostřednictvím iniciativy Jednotného digitálního trhu, jež sjednocuje digitální trh EU a napomáhá tak rozvoji digitálního obchodu v Evropské unii jako celku. Sjednocený evropský trh pak vítají zejména zahraniční společnosti podnikající v EU. Evropská unie rovněž sjednocuje základní pravidla týkající se autorských práv v digitální sféře. Prostřednictvím směrnice o autorských právech představila způsoby užití chráněného obsahu a povinnost informačních společností předcházet zneužití autorských práv na jejich platformách.

K tématu ochrany soukromí však Evropská unie a Spojené státy americké přistupují odlišně. Evropská unie klade velký důraz na ochranu spotřebitelů, tudíž i jejich soukromí, a to se snaží zajišťovat celou řadou směrnic a nařízení, která mají za cíl chránit osobní údaje spotřebitelů v rychle se rozvíjejícím digitálním světě. Mezi nejaktuálnější opatření EU patří GDPR, jež stanoví podmínky schraňování osobních údajů a umožňuje spotřebitelům v Evropské unii mít dohled nad tím, jaké údaje se o nich shromažďují a za jakým účelem.

Soukromí nemá v americkém právu takovou důležitost, jako je tomu v Evropské unii, proto Spojené státy americké chrání soukromí spotřebitelů podstatně méně a většina opatření zaměřená na ochranu dat funguje na bázi seberegulace jednotlivých odvětví průmyslu.

Odlišnost obou přístupů a úrovní ochrany pak způsobuje problémy při přenosu dat z Evropské unie do Spojených států amerických. Jelikož v Evropské unii v současnosti poskytují 54 % všech online služeb americké společnosti, jež tak pracují s osobními daty evropských spotřebitelů, je otázka dostatečné ochrany soukromí v USA velmi důležitá pro transatlantický digitální průmysl. Proto byl již v roce 2000 zaveden tzv. Safe Harbor, jež stanovil pravidla ochrany soukromí a z amerických společností, které se zavázaly tato pravidla dodržovat, vytvořil „bezpečné přístavy“. Safe Harbor byl však v roce 2015 zrušen po rozsudku Evropského soudního dvora, kde byla ochrana údajů v dohodě Safe Harbor označena za nedostatečnou.

Nicméně kvůli velkému provázání transatlantického digitálního obchodu bylo nutné vyřešit problém přenosu dat mezi Evropskou unií a Spojenými státy americkými, a proto byl již v roce 2016 představen Privacy Shield, jakožto nová zastřešující dohoda umožňující americkým společnostem pracovat s daty evropských spotřebitelů. Ten podobně jako Safe Harbor stanovuje pravidla pro ochranu soukromí a americké společnosti operující na evropském trhu se mohou dobrovolně zavázat tyto pravidla dodržovat, aby mohla data z EU přenášet. Tato pravidla se pak stávají vynutitelná americkým právem a každoročně se uskutečňuje recertifikace společností zapojených do Privacy Shield. I toto řešení transatlantického přenosu dat je však nyní napadáno u soudu a v blízké budoucnosti bude rozhodnuto, zda je ochrana stanovená v Privacy Shield dostatečná, či nikoliv.

Kvůli nejistotám ohledně platnosti dohody Privacy Shield se americké společnosti často uchylují i k jiným řešením, zejména pak smluvním doložkám, které řeší ochranu dat na firemní úrovni a nespolehají se na domluvu mezi Evropskou unií a Spojenými státy americkými. Nicméně i platnost smluvních doložek pro řešení ochrany soukromí se v současnosti projednává u Evropského soudního dvora. Proto se stále hledá vhodné řešení, jak zajistit přenos osobních dat spotřebitelů z Evropské unie do Spojených států amerických a zajistit jejich dostatečnou ochranu proti zneužití.

Možná řešení dostatečné ochrany dat v USA můžeme nalézt ve třech potenciálních scénářích. Prvním z nich je řešení situace na úrovni jednotlivých společností, a to zavedení závazných firemních pravidel. Americké společnosti mající pobočky v Evropské unii by zavedením firemních pravidel stanovily vnitřní úroveň ochrany osobních údajů, která by poskytovala dostatečnou ochranu z pohledu Evropské unie. Toto řešení by tedy poskytovalo jednotlivým společnostem jistotu v jejich podnikání a zároveň chránilo data evropských spotřebitelů, ale nebylo by nijak regulováno či garantováno státem.

Další alternativou by bylo zavedení podobné míry ochrany osobních údajů na federální úrovni Spojených států amerických, jako má Evropská unie. Po uznání takové ochrany osobních údajů jako dostatečné ze strany Evropské unie by se Spojené státy americké přidaly k dalším světovým státům, jež mohou na své území přenášet data spotřebitelů z Evropské unie. Přestože je přístup Spojených států amerických k ochraně osobních údajů podstatně odlišný od Evropské unie, jistá pravděpodobnost uskutečnění tohoto scénáře stejně přetrvává a je podpořena například i zavedením Kalifornského zákona o ochraně soukromí spotřebitelů

z roku 2018. Tento zákon stanovuje ochranu osobních údajů na podobné úrovni, jakou má Evropská unie a je tedy určitá možnost, že by se podobný zákon mohl prosadit i na federální úrovni.

Třetím řešením představeným v této práci je velmi nepravděpodobná situace, kdy by Spojené státy americké přebraly legislativu o ochraně soukromí od Evropské unie a zavedly tak ochranu totožnou. To by umožnilo plnou harmonizaci v rámci ochrany soukromí, ovšem představa, že by suverénní stát bezvýhradně přebíral legislativu jiné entity do svého právního řádu je velmi nepravděpodobná, spíše až nereálná.

Na řešení stávající situace si tedy budeme muset počkat i s ohledem na výsledek soudního řízení týkající se Privacy Shieldu. Další postup rovněž závisí na světové ekonomické situaci a politické reprezentaci obou regionů, ovšem můžeme říci, že přibližování a harmonizace právních regulací digitálního trhu obou regionů je v jejich společném ekonomickém zájmu.

Literatura

Aaron, D. L. 2001. Prepared Witness Testimony. The EU Data Protection Directive: Implications for the U.S. Privacy Debate. The House Committee on Energy and Commerce. Washington, D.C.

8. března 2001. Str. 42. Dostupné z: <https://www.govinfo.gov/content/pkg/CHRG-107hhrg71497/pdf/CHRG-107hhrg71497.pdf>.

Absolunet. 2019. Mobile Faster As PWAs Blur Lines Between Sites and Apps. *10 Ecommerce Trends 2019*. 2019. Dostupné z: <https://10ecommercetrends.com/>.

Barefoot, K. et al. 2018. Defining and Measuring the Digital Economy. *Working Paper*. 15. března 2018. Bureau of Economic Analysis. Dostupné z: <https://www.bea.gov/system/files/papers/WP2018-4.pdf>.

Boardman, R. 2019. IAPP FAQs: What does the CJEU's 'Schrems II' case mean for data transfers? International Association of Privacy Professionals. 10. července 2019. Dostupné z: <https://iapp.org/news/a/iapp-faqs-what-does-the-cjeus-schrems-ii-case-mean-for-data-transfers/>.

Bukht, R.; Heeks, R. 2017. Defining, Conceptualising and Measuring the Digital Economy. *Paper No. 68. Development Informatics. Working Paper Series*. Global Development Institute, SEED. 2017. ISBN: 978-1-905469-62-8. Str. 4–10. Dostupné z: https://www.researchgate.net/publication/327356904_Defining_Conceptualising_and_Measuring_the_Digital_Economy.

Bureau of Economic Analysis. 2018. U.S. Trade in ICT and Potentially ICT-Enabled Services, by Country or Affiliation. 19. října 2018. Dostupné z: <https://apps.bea.gov/iTable/iTable.cfm?reqid=62&step=9&isuri=1&6210=4#reqid=62&step=9&isuri=1&6210=4>.

Bureau of Economic Analysis. 2019. Measuring the Digital Economy: An Update Incorporating Data from the 2018 Comprehensive Update of the Industry Economic Accounts. Duben 2019. Str. 9. Dostupné z: https://www.bea.gov/system/files/2019-04/digital-economy-report-update-april-2019_1.pdf.

Clifford, S.; Hardy, Q. 2013. Attention, Shoppers: Store Is Tracking Your Cell. The New York Times. 14. července 2013. Dostupné z: <https://www.nytimes.com/2013/07/15/business/attention-shopper-stores-are-tracking-your-cell.html>.

ČTK. 2018. Italská Wikipedie zablokovala svůj obsah. Protestuje proti evropské směrnici o autorském právu. 4. července 2018. Dostupné z: <https://zpravy.aktualne.cz/zahranici/italska-wikipedie-zablokovala-svuj-obsah-protestuje-proti-ev/r~b7444dbc7eff11e8b9420cc47ab5f122/>.

Deloitte. 2019. The impact of web traffic on revenues of traditional newspaper publishers. *A study for France, Germany, Spain and the UK*. Září 2019. Str. 5. Dostupné z: <https://www2.deloitte.com/content/dam/Deloitte/es/Documents/financial-advisory/The-impact-of-web-traffic-on-revenues-of-traditional-newspaper-publishers.pdf>.

DHL. 2016. The 21st Century Spice Trade *A Guide to the Cross-border E-commerce Opportunity*. Prosinec 2016. Str. 7. Dostupné z: https://www.dhl.com/content/dam/downloads/g0/press/publication/g0_dhl_express_cross_border_ecommerce_21st_century_spice_trade.pdf.

Doctorow, C. 2018. The EU's Link Tax Will Kill Open Access and Creative Commons News. 28. října 2018. Dostupné z: <https://www.eff.org/deeplinks/2018/10/eus-link-tax-will-kill-open-access-and-creative-commons-news>.

ECIPE. 2018. DTE Report. Digital Trade Restrictiveness Index. European Centre for International Political Economy. Brusel. Duben 2018. Dostupné z: https://ecipe.org/wp-content/uploads/2018/05/DTRI_FINAL.pdf.

European Data Protection Supervisor. 2019. Information note on international data transfers after Brexit. 16. července 2019. Dostupné z: https://edps.europa.eu/sites/edp/files/publication/19-07-16_for_translation_note_on_personal_data_transfers_post-brexit_en.pdf.

Eurostat. 2019. Share of enterprises' turnover on e-commerce – %. Dostupné z: <https://ec.europa.eu/eurostat/tgm/table.do?tab=table&init=1&language=en&pcode=tin00110&plugin=1>.

Evans, D. S.; Schmalensee, R. 2008. Markets with Two-Sided Platforms. 1 Issues in Competition Law and Policy 667 (ABA Section of Antitrust Law 2008). Kapitola 28. Str. 667–693. 2008. Dostupné z: <https://poseidon01.ssrn.com/delivery.php?ID=459088119025091000107101098076087098010024009039040035126005009014097101119127123031122003024052103055112127095104112083015095123053009076092014111098016098103118070021024002110004115006117030009114079096090114019102000016113100117104074104027121004&EXT=pdf>.

Evans, P. C.; Gawer A. 2016. The Rise of the Platform Enterprise. *A Global Survey*. The Emerging Platform Economy Series No. 1. The Center for Global Enterprise. Leden 2016. Dostupné z: https://www.thecge.net/app/uploads/2016/01/PDF-WEB-Platform-Survey_01_12.pdf.

Evropská komise. 2000. Rozhodnutí komise ze dne 26. července 2000 podle směrnice Evropského parlamentu a Rady 95/46/ES o odpovídající ochraně poskytované podle zásad „bezpečného přístavu“ a s tím souvisejících „často kladených otázek“ vydaných Ministerstvem obchodu Spojených států. 2000/520/ES. 26. července 2000. Dostupné z: <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/CS/TXT/PDF/?uri=CELEX:32000D0520&from=CS>.

Evropská komise. 2015. Why we need a Digital Single Market. *Factsheet*. 6. května 2015. Dostupné z: https://ec.europa.eu/commission/sites/beta-political/files/dsm-factsheet_en.pdf.

Evropská komise. 2016. EU–U.S. Privacy Shield Factsheet. Červenec 2016. Dostupné z: https://ec.europa.eu/info/sites/info/files/factsheet_eu-us_privacy_shield_en.pdf.

Evropská komise. 2018a. The VAT e-commerce package and the MOSS What changes on 1 January 2019? Brusel. 18. října 2018. Dostupné z: https://ec.europa.eu/taxation_customs/business/vat/telecommunications-broadcasting-electronic-services/sites/mossportal/files/what_is_new_as_of_2019.pdf.

Evropská komise. 2018b. Proposal for a COUNCIL DIRECTIVE amending Council Directive 2006/112/EC of 28 November 2006 as regards provisions relating to distance sales of goods and certain domestic supplies of goods. Brusel. 11. prosince 2018. Dostupné z: https://ec.europa.eu/taxation_customs/sites/taxation/files/vat_proposal_2018_819_en.pdf.

Evropská komise. 2019a. Buying goods online coming from a non–European Union country. Taxation and Customs Union. Dostupné z: https://ec.europa.eu/taxation_customs/individuals/buying-goods-services-online-personal-use/buying-goods/buying-goods-online-coming-from-a-noneu-union-country_en.

Evropská komise. 2019b. Report From the Commission to the European Parliament And Council on the third annual review of the functioning of the EU–U.S. Privacy Shield. Brusel. 23. října 2019. Dostupné z: https://ec.europa.eu/info/sites/info/files/report_on_the_third_annual_review_of_the_eu_us_privacy_shield_2019.pdf.

Evropská komise. 2019c. The Mini One Stop Shop [online]. Brusel. 2019. Dostupné z: https://ec.europa.eu/taxation_customs/business/vat/telecommunications-broadcasting-electronic-services/content/mini-one-stop-shop_en.

Evropská komise. 2019d. The EU cybersecurity certification framework. Digital Single Market. Brusel. 24. července 2019. Dostupné z: <https://ec.europa.eu/digital-single-market/en/eu-cybersecurity-certification-framework>.

Evropská komise. 2019e. Integration of Digital Technology. Digital Economy and Society Index Report 2019. *Integration of Digital Technology*. 2019. Dostupné z: https://ec.europa.eu/newsroom/dae/document.cfm?doc_id=59979.

Evropský parlament a Rada. 1995. Směrnice Evropského parlamentu a Rady 95/46/ES ze dne 24. října 1995 o ochraně fyzických osob v souvislosti se zpracováním osobních údajů a o volném pohybu těchto údajů. Článek 25. 23. listopadu 1995. Dostupné z: <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/CS/TXT/PDF/?uri=CELEX:31995L0046&from=CS>.

Evropský parlament a Rada. 2000. Směrnice Evropského parlamentu a Rady 2000/31/ES ze dne 8. června 2000 o některých právních aspektech služeb informační společnosti, zejména elektronického obchodu, na vnitřním trhu („směrnice o elektronickém obchodu“). 8. června 2000. Článek 15, odstavec 1. Dostupné z: <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/CS/TXT/PDF/?uri=CELEX:32000L0031&from=EN>.

Evropský parlament a Rada. 2001. Directive 2001/29/EC of the European Parliament and of the Council of 22 May 2001 on the harmonisation of certain aspects of copyright and related rights in the information society. *Official Journal L 167*, 22/06/2001 P. 0010 – 0019. Dostupné z: <https://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=CELEX:32001L0029:EN:HTML>.

Evropský parlament a Rada. 2002. Směrnice Evropského parlamentu a Rady 2002/58/ES ze dne 12. července 2002 o zpracování osobních údajů a ochraně soukromí v odvětví elektronických komunikací (Směrnice o soukromí a elektronických komunikacích). 12. července 2002. Dostupné z: <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/CS/TXT/PDF/?uri=CELEX:32002L0058&from=EN>.

Evropský parlament a Rada. 2016a. Směrnice Evropského parlamentu a Rady kterou se mění směrnice 2010/13/EU o koordinaci některých právních a správních předpisů členských států upravujících poskytování audiovizuálních mediálních služeb s ohledem na měnící se situaci na trhu. 2016/0151. Článek 13. 25. května 2016. Dostupné z: <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/CS/TXT/PDF/?uri=CELEX:52016PC0287&from=EN>.

Evropský parlament a Rada. 2016b. Nařízení Evropského parlamentu a Rady (EU) 2016/679 ze dne 27. dubna 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). Úřední věstník Evropské unie. 4. května 2016. Dostupné z: <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/CS/TXT/PDF/?uri=CELEX:32016R0679&from=CS>.

Evropský parlament a Rada. 2016c. Směrnice Evropského parlamentu a Rady ze dne 6. července 2016 o opatřeních k zajištění vysoké společné úrovně bezpečnosti sítí a informačních systémů v Unii. Úřední věstník Evropské unie. 19. července 2016. Dostupné z: <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/CS/TXT/PDF/?uri=CELEX:32016L1148&from=EN>.

Evropský parlament a Rada. 2017. Nařízení Evropského parlamentu a Rady o respektování soukromého života a ochraně osobních údajů v elektronických komunikacích a o zrušení směrnice 2002/58/ES (nařízení o soukromí a elektronických komunikacích). Návrh 2017/0003 (COD). Brusel. 10. ledna 2017. Dostupné z: <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/CS/TXT/PDF/?uri=CELEX:52017PC0010&from=EN>.

Evropský parlament a Rada. 2018. Nařízení (EU) 2018/302 Evropského parlamentu a Rady ze dne 28. února 2018 o řešení neoprávněného zeměpisného blokování a dalších forem diskriminace založených na státní příslušnosti, místě bydliště či místě usazení zákazníků v rámci vnitřního trhu a o změně nařízení (ES) č. 2006/2004 a (EU) 2017/2394 a směrnice 2009/22/ES. 2. března 2018. Dostupné z: <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/CS/TXT/PDF/?uri=CELEX:32018R0302&from=EN>.

Evropský parlament a Rada. 2019. Směrnice Evropského parlamentu a Rady o autorském právu a právech s ním souvisejících na jednotném digitálním trhu a o změně směrnic 96/9/ES a 2001/21/ES. 2019/790. Brusel. 17. dubna 2019. Dostupné z: <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/CS/TXT/PDF/?uri=CELEX:32019L0790&from=EN>.

Evropský parlament. 2019. European Parliament approves new copyright rules for the internet. *Press Releases*. 26. března 2019. Dostupné z: <https://www.europarl.europa.eu/news/en/press-room/20190321IPR32110/european-parliament-approves-new-copyright-rules-for-the-internet>.

Farrell, J.; Katz, M. L. 2001. Competition or Predation? Schumpeterian Rivalry in Network Markets. Working Paper No. CPC01-23. Competition Policy Center. University of California, Berkeley. Srpen 2001. Dostupné z: <https://poseidon01.ssrn.com/delivery.php?ID=813098115094006095114066026064114093024068064058019036096098065030008019112022005092025021018032000121001007093065006080028123013041044012006016105103106079103033053018016087114127009008069073126028116082011071121022083003081124068122076108008090&EXT=pdf>.

Farrell, H. 2003. Constructing the International Foundations of E-commerce – The EU–U.S. Safe Harbor Arrangement. *International Organization* 57. Jaro 2003. Str. 277–306. Dostupné z: <http://www.henryfarrell.net/IO.pdf>.

Farrell, H. 2005. New Issue–Areas In the Transatlantic Relationship: E-commerce And the Safe Harbor Arrangement. In: *Creating a Transatlantic Marketplace: Government Policies and Business Strategies* (European Policy Research Unit). Manchester University Press. 2005. ISBN 0719071542. Str. 112–132.

Fromholz, J. M. 2000. The European Union Data Privacy Directive. *Foreign Law: Data Privacy*. Berkeley Technology Law Journal; Berkeley Center for Law & Technology. 2000. Str. 471. Dostupné z: <https://scholarship.law.berkeley.edu/cgi/viewcontent.cgi?article=1281&context=btlj>.

Froomkin, A. M. 2000. The Death of Privacy? *Stanford Law Review*. Stanford Law School. Květen 2000. ISSN 0038–9765. Str. 1461–1543. Dostupné z: https://www.researchgate.net/publication/228711041_The_Death_of_Privacy.

Gaillard, E. 2019. French media groups to take Google copyright fight to court. France24. 24. října 2019. Dostupné z: <https://www.france24.com/en/20191024-french-media-groups-to-take-google-copyright-fight-to-court>.

Garner, P. 2015. Alibaba's gross merchandise volume continued to grow. Market Realist. 23. března 2015. Dostupné z: <https://articles2.marketrealist.com/2015/03/alibabas-gross-merchandise-volume-continued-grow/>.

Hamilton, D. S.; Quinlan, J. P. 2019. The Transatlantic Economy 2019 *Annual Survey of Jobs, Trade and Investment between the United States and Europe*. Washington, DC: Foreign Policy Institute. Johns Hopkins University SAIS. 2019. Dostupné z: http://transatlanticrelations.org/wp-content/uploads/2019/03/TE2019_FullStudy.pdf.

Haucap, J.; Heimeshoff, U. 2013. Google, Facebook, Amazon, eBay: Is the Internet Driving Competition or Market Monopolization? *Discussion Paper*. Düsseldorf Institute for Competition Economics. Leden 2013. ISSN 2190-9938. Dostupné z: http://www.dice.hhu.de/fileadmin/redaktion/Fakultaeten/Wirtschaftswissenschaftliche_Fakultaet/DICE/Discussion_Paper/083_Haucap_Heimeshoff.pdf.

Henn, C.; Gnutzmann-Mkrtchyan, A. 2015. The layers of the IT Agreement's trade impact. WTO Staff Working Paper, No. ERSD-2015-01. WTO. Ženeva. 20. února 2015. Dostupné z: <https://www.econstor.eu/bitstream/10419/107674/1/818785969.pdf>.

Hofheinz, P.; Mandel, M. 2015. Uncovering the Hidden Value of Digital Trade. *Towards a 21st Century Agenda of Transatlantic Prosperity*. Interactive Policy Brief. Issue 19/2015. Progressive Policy Institute. Červenec 2015. ISSN: 2031-0935. Dostupné z: https://www.progressivepolicy.org/wp-content/uploads/2015/07/2015.07-Mandel-Hofeinz-Uncovering-the-Value-of-Digital-Trade_Towards-a-21st-Century-Agenda-of-Transatlantic-Prosperity.pdf.

Hsu, C. 2016. 2014 U.S. International Circuit Capacity Data. INTERNATIONAL BUREAU REPORT. Federal Communications Commission. Leden 2016. Dostupné z: <https://www.fcc.gov/reports-research/reports/international-circuit-capacity-reports/international-circuit-capacity>.

Internet Society. 2011. Perspectives on Policy Responses to Online Copyright Infringement. *An Evolving Policy Landscape*. 20. února 2011. Str. 77. Dostupné z: https://www.wipo.int/edocs/mdocs/copyright/en/wipo_isoc_ge_11/wipo_isoc_ge_11_ref_00_run_negar.pdf.

INTRACEN. 2017. Small is powerful: SMEs to gain most from e-commerce. 28. dubna 2017. ITC News. Dostupné z: <http://www.intracen.org/news/Small-is-powerful-SMEs-to-gain-most-from-e-commerce/>.

ITU. 2016. How can we close the digital gender gap? ITU News Magazine. International Telecommunications Union. Ženeva. 2016. Dostupné z: https://www.itu.int/en/itunews/Documents/2016-04/2016_ITUNews04-en.pdf.

Katz, M. L.; Shapiro, C. 1985. Network Externalities, Competition, and Compatibility. *The American Economic Review*. Vydání 75. č. 3. (Červen 1985). Str. 424–440. American Economic Association. 3. června 1985. Dostupné z: <https://www.jstor.org/stable/1814809>.

Legal Information Institute. 1999. U.S. Code § 512. Limitations on liability relating to material online. 28. října 1999. Písmeno m, odstavec 1. Dostupné z: <https://www.law.cornell.edu/uscode/text/17/512>.

Le Merle, M. C. et al. 2014. The Impact of Internet Regulation on Early Stage Investment. San Francisco. Fifth Era LLC. Listopad 2014. Str. 21. Dostupné z: <http://static1.squarespace.com/static/5481bc79e4b01c4bf3ceed80/t/55200d9be4b0661088148c53/1428163995696/F>.

Lendle, A. et al. 2013. There Goes Gravity: How eBay Reduces Trade Costs. Červen 2013. Dostupné z: http://www.value-chains.org/dyn/bds/docs/851/how_ebay_reduces_trade_costs.pdf.

Long, W. R. M. et al. 2019. EU Overview in Privacy, Data, Protection and Cybersecurity Law Review. Sixth Edition. Editor Alan Charles Raul. Law Business Research Ltd. Říjen 2019. Str. 5–40. Dostupné z: https://thelawreviews.co.uk/digital_assets/a3cf7f19–36b0–4627–84fe–805c58ab9ae7/The-Privacy-Data-Protection-and-Cybersecurity-Law-Review-Edition-6-secured.pdf.

Lund, S.; Manyika, J. 2016. How Digital Trade is Transforming Globalisation. The E15 Initiative *Ženeva: International Centre for Trade and Sustainable Development (ICTSD) and World Economic Forum*. Leden 2016. Dostupné z: <http://e15initiative.org/wp-content/uploads/2015/09/E15-Digital-Lund-and-Manyika.pdf>.

Madrigal, A. C. 2014. Goldman: There Will Be as Much Mobile Commerce in 2018 as E-commerce in 2013. The Atlantic. 6. března 2014. Dostupné z: <https://www.theatlantic.com/technology/archive/2014/03/goldman-there-will-be-as-much-mobile-commerce-in-2018-as-br-e-commerce-in-2013/284270/>.

Mandel, M. 2014. Data, Trade and Growth. *Policy Memo*. Progressive Policy Institute. Duben 2014. Dostupné z: https://www.progressivepolicy.org/wp-content/uploads/2014/04/2014.04-Mandel_Data-Trade-and-Growth.pdf.

Mas M.; Fernández de Guevara J.; Robledo J.C.; López-Cobo M. 2017. The 2017 PREDICT Key Facts Report. *An Analysis of ICT R&D in the EU and Beyond*. Evropská komise. ISSN 1831–9424. 2017. Str. 14. Dostupné z: <https://publications.jrc.ec.europa.eu/repository/bitstream/JRC106658/kjna28594enn.pdf>.

McKinsey Global Institute. 2016. Digital Globalization: *The New Era of Global Flows*. Březen 2016. McKinsey & Company. Dostupné z: <https://www.mckinsey.com/business-functions/digital-mckinsey/our-insights/digital-globalization-the-new-era-of-global-flows>.

Meijers, H. 2013. Does the internet generate economic growth, international trade, or both? *Int Econ Econ Policy* (2014) 11:137–163. Vydáno online 31. 8. 2013.

Mezinárodní obchodní správa. 2019. Privacy Shield List. [citováno 7. 11. 2019] Dostupné z: <https://www.privacyshield.gov/list#>.

Movius, M. B.; Krup, L. 2009. U.S. and EU Privacy Policy: Comparison of Regulatory Approaches. *International Journal of Communication* 3 (2009). Str. 169–187. Dostupné z: <https://ijoc.org/index.php/ijoc/article/viewFile/405/305...>

MWPVL. 2019. Amazon Global Fulfillment Center Network. Dostupné z: http://www.mwpvl.com/html/amazon_com.html.

Nordås, H. K.; Rouzet, D. 2015. The Impact of Services Trade Restrictiveness on Trade Flows: First Estimates. *OECD Trade Policy Papers* No. 178. OECD Publishing. Paříž. 2015. Dostupné z: <http://dx.doi.org/10.1787/5js6ds9b6kjb-en>.

OECD. 2002. Annex 1. The OCED Definition of the ICT Sector. *Measuring the Information Economy*. 2002. Str. 81. Dostupné z: <http://www.oecd.org/internet/ieconomy/2771153.pdf>.

OECD. 2009. *International Trade: Free, Fair and Open?* OECD Insights. OECD Publishing. 27. července 2009. Paříž. Dostupné z: <http://dx.doi.org/10.1787/9789264060265-5-en>.

OECD. 2010. Extended Balance of Payments Services classification (EBOPS 2010). Dostupné z: <http://www.oecd.org/sdd/its/EBOPS-2010.pdf>.

OECD. 2017. *Digital Economy Outlook 2017*. OECD Publishing. Paříž. ISBN 978–92–64–27628–4. Dostupné z: <http://dx.doi.org/10.1787/9789264276284-en>.

OECD, WTO. 2017. Aid for Trade at a Glance 2017. *Promoting Trade, Inclusiveness and Connectivity for Sustainable Development*. OECD Publishing. Paříž. ISSN 978-92-64-27847-9.

O'Grady, M. 2017. Cross-Border Services Will Help Cross-Border eCommerce Reach \$627 Billion By 2022. *ForecastView Document*. 23. června 2017. Dostupné z: <https://www.forrester.com/report/CrossBorder+Services+Will+Help+CrossBorder+eCommerce+Reach+627+Billion+By+2022/-/E-RES137902>.

PayPal. 2018. Consumer Purchasing Trends. PayPal commissioned Ipsos MORI PayPal Insights 2018. n=34,000, 31 markets. Online survey of adults (aged 18+) between March – May 2018. Dostupné z: <https://www.paypal.com/us/webapps/mpp/passport/tools#consumer-purchasing-trends>.

Pew Research Center. 2017. Americans and Cybersecurity. 23. ledna 2017 (výzkum prováděn 30. března – 3. května 2016). Dostupné z: https://www.pewinternet.org/2017/01/26/americans-and-cybersecurity/pi_01-26-cyber-00-02/.

PwC. 2015. Sharing or paring? *Growth of the sharing economy*. Dostupné z: <https://www.pwc.com/hu/en/kiadvanyok/assets/pdf/sharing-economy-en.pdf>.

PwC. 2016. UK's key sharing economy sectors could deliver £140 billion by 2025. 26. června 2016. Dostupné z: https://pwc.blogs.com/press_room/2016/06/uks-key-sharing-economy-sectors-could-deliver-140-billion-by-2025.html.

Romero-Moreno, F. 2018. 'Notice and staydown' and social media: amending Article 13 of the Proposed Directive on Copyright. *International Review of Law, Computers & Technology*. Informa UK Limited, trading as Taylor & Francis Group. 29. května 2018. Str. 187–210. Dostupné z: <https://www.tandfonline.com/doi/full/10.1080/13600869.2018.1475906>.

Roy, M. 2017. The Contribution of Services Trade Policies to Connectivity in the Context of Aid for Trade. WTO Economic Research and Statistics Division. Staff Working Paper ERSD–2017–12. 13. září 2017.

Soudní dvůr Evropské unie. 2015. Rozsudek Soudního dvora ve věci C–362/14. 6. října 2015. Dostupné z: <http://curia.europa.eu/juris/document/document.jsf?text=&docid=169195&pageIndex=0&doclang=CS&mode=req&dir=&occ=first&part=1&cid=118294>.

Soudní dvůr Evropské unie. 2018. The High Court Commercial Between The Data Protection Commissioner and Facebook Ireland Limited and Maxmilian Schrems. 12. dubna 2018. Dostupné z: <http://www.europe-v-facebook.org/sh2/ref.pdf>.

SP ČR. 2018. Společné stanovisko k hlasování EP o směrnici o copyrightu. 1. října 2018. Dostupné z: https://www.spcr.cz/images/Spole%C4%8Dn%C3%A9_stanovisko_k_hlasov%C3%A1n%C3%AD_Evropsk%C3%A9ho_parlamentu_o_sm%C4%9Brnici_o_autorsk%C3%A9m_pr%C3%A1vu_2018.pdf.

Stát Kalifornie. 2018. The California Consumer Privacy Act of 2018. Assembly Bill No. 375. CHAPTER 55. 28. června 2018. Dostupné z: https://leginfo.legislature.ca.gov/faces/billTextClient.xhtml?bill_id=201720180AB375.

Štěrbová, L. 2013. Mezinárodní obchod ve světové krizi 21. století. Grada Publishing a.s. 2013. ISBN 8024746948. Str. 107-108.

The Computer & Communications Industry Association. 2018. Comments of The Computer & Communications Industry Association Regarding Foreign Trade Barriers To U.S. Exports For 2019 Reporting. Docket No. 2018–0029. Before the Office of the United States Trade Representative. Washington D.C. 30. října 2018. Str. 37–38.

UNCTAD. 2015. International Trade in ICT Services and ICT-enabled Services *Proposed Indicators from the Partnership on Measuring ICT for Development*. Technical Note No.3 Unedited TN/UNCTAD/ICT4D/03. Říjen 2015. Dostupné z: https://unctad.org/en/PublicationsLibrary/tn_unctad_ict4d03_en.pdf.

UNCTAD. 2016. In Search of Cross-Border E-commerce Trade Data. Technical Note No 6 Unedited. Duben 2016. Dostupné z: https://unctad.org/en/PublicationsLibrary/tn_unctad_ict4d06_en.pdf.

UNCTAD. 2019. Online Consumer Protection Legislation Worldwide. Ženeva. 27. března 2019. Dostupné z: https://unctad.org/en/Pages/DTL/STI_and_ICTs/ICT4D-Legislation/eCom-Consumer-Protection-Laws.aspx.

USITC. 2014. Digital Trade in the U.S. and Global Economies, Part 2. Publication Number: 4485. Investigation Number: 332–540. United States International Trade Commission. Srpen 2014. Str. 65–76, 296–297. Dostupné z: <https://www.usitc.gov/publications/332/pub4485.pdf>.

USITC. 2017a. Global Digital Trade 1: Market Opportunities and Key Foreign Trade Restrictions. Publication Number: 4716. Investigation Number: 332–561. United States International Trade Commission. Srpen 2017. Dostupné z: <https://www.usitc.gov/publications/332/pub4716.pdf>.

USITC. 2017b. Přepis slyšení – Svědectví Christine Bliss, Coalition of Services Industries. United States International Trade Commission. 4. dubna 2017. Str. 266. Dostupné z: <https://static1.squarespace.com/static/5b018854cc8fed14d46107bd/t/5cc10eb492b4aa00011c6cfb/1556156107712/2017+USITC+DT+Hearing+Transcript.pdf>.

U.S. Government Publishing Office. 2015. Uniting and Strengthening America by Fulfilling Rights and Ensuring Effective Discipline Over Monitoring Act of 2015. 114th Congress. Public Law No: 114–23. 2. června 2015. Dostupné z: <https://www.congress.gov/bill/114th-congress/house-bill/2048/text>.

USTR. 2017. 2017 National Trade Estimate Report on Foreign Trade Barriers. Office of the United States Trade Representative. 2017. Dostupné z: <https://ustr.gov/sites/default/files/files/reports/2017/NTE/2017%20NTE.pdf>.

USTR. 2019. 2019 National Trade Estimate Report on Foreign Trade Barriers. Office of the United States Trade Representative. 2019. Dostupné z: https://ustr.gov/sites/default/files/2019_National_Trade_Estimate_Report.pdf.

Urban, J. M.; Karaganis, J.; Schofield, B. L. 2016. Notice and Takedown in Everyday Practice. University of California, Berkeley School of Law. 2016. Str. 116. Dostupné z: https://illusionofmore.com/wp-content/uploads/2016/04/Berkeley_Columbia-on-512-takedown.pdf.

White, A. 2019. Google to Strip Down French News Results Under New Rules. Bloomberg. 25. září 2019. Dostupné z: <https://www.bloomberg.com/news/articles/2019-09-25/google-to-change-french-news-results-under-copyright-rules>.

World Bank. 2016. World Development Report 2016: Digital Dividends. Washington, DC: World Bank. DOI: 10.1596/978-1-4648-0671-1. Str. 79. 2016. Dostupné z: <https://www.worldbank.org/en/publication/wdr2016>.

World Bank Group. 2019. Individuals using the Internet (% of population). International Telecommunication Union, World Telecommunication/ICT Development Report and database. Dostupné z: https://data.worldbank.org/indicator/it.net.user.zs?end=2017&most_recent_year_desc=true&start=1960&view=chart.

WTO. 2017a. Overview of Developments in the International Trading Environment. Annex 1: Measures Facilitating Trade (Mid-October 2016 to Mid-October 2017). 16. listopadu 2017. Str. 123–137. Dostupné z: https://www.wto.org/english/news_e/news17_e/trdev_04dec17_e.pdf.

WTO. 2017b. 20 Years of the Information Technology Agreement. *Boosting trade, innovation and digital connectivity*. WTO Publications. Ženeva. 2017. Web ISBN 978–92–870–4536–2. Dostupné z: https://www.wto.org/english/res_e/booksp_e/ita20years_2017_full_e.pdf.

WTO. 2018. World Trade Report 2018. *The future of world trade: How digital technologies are transforming global commerce*. World Trade Organization. 2018. ISBN 978–92–870–4502–7. Dostupné z: https://www.wto.org/english/res_e/publications_e/world_trade_report18_e.pdf.

WTO. 2019. World Trade Statistical Review 2019. World Trade Organization. Ženeva. ISBN 978–92–870–4781–6. 2019. Str. 48–54. Dostupné z: https://www.wto.org/english/res_e/statis_e/wts2019_e/wts2019_e.pdf.