

Odborná studie

realizovaná v rámci projektu „Posilování sociálního dialogu prostřednictvím integrovaného systému podpory spolupráce zástupců zaměstnanců a zaměstnavatelů-iPodpora - 3. etapa“, registrační číslo projektu: CZ.03.1.52/0.0/18_09/0010386 financovaného Evropským sociálním fondem prostřednictvím Operačního programu Zaměstnanost a státního rozpočtu ČR.

Poskytovatel dotace: Ministerstvo práce a sociálních věcí ČR

Příjemce dotace: Asociace samostatných odborů (ASO)

Partner projektu: Konfederace zaměstnavatelských a podnikatelských svazů ČR
(KZPS ČR)

Ekonomika platforem

*(její dopad na trh práce, výzvy z ní plynoucí a
úloha sociálních partnerů v této oblasti)*

Zpracovala:

Expertní skupina zástupci zaměstnavatelů

ve složení

Ing. Věra Řeháčková

Ing. Monika Bayerová

Lenka Madejová

Jana Veselá

2020

Obsah

1. Úvod	4
2. Základní charakteristiky pracovníků platforem.....	5
3. Budoucnost platforem, základní typy platforem, trendy v budoucí platformě	10
4. V čem jsou platformové modely důležité a proč by je společnosti měly sledovat.	18
5. Dokument nadace Eurofound týkající se platformové ekonomiky.....	21
6. Vytvoření vlastní platformy, rizika spojená s vytvářením vlastního modelu platformy	28
7. Charta zásad pro dobrou práci na platformě a Příklad práce na platformě vydaný prostřednictvím Světového ekonomického fóra.....	31
8. Evropská unie potřebuje jasná pravidla pro platformové hospodářství.....	32
9. Globální trendy zaměstnanosti mládeže 2020 - Vyloučení mladých lidí z práce, vzdělávání nebo odborné přípravy má vzestupnou tendenci.....	37
10. Koronavirová krize a její vliv	39
11. Vzdělávání a rozvoj dovedností pracovníků v platformové ekonomice	49
12. Online platformy a digitální reklama.....	53
13. Strategie pro digitální platformy, průzkum společnosti McKinsey & Company.	56
14. Platformová družstva – jedna z možností řešení nerovností v digitálním světě.....	59

POJMY:

CLICKWORKING

Třídění databází, klikání na odkazy, klasifikace klíčových slov, přidružování textu k obrázkům, kontrola obsahu apod.

PLATFORMA

Základna, východisko společné činnosti.

OFFSHORING

Přemístění obchodního procesu z jedné země do druhé.

B2C

Business-to-consumer - Obchodník k zákazníkovi – to je název zřejmě nejrozšířenější formy internetového podnikání. Jedná se o přímý prodej a podporu zákazníkovi

NEET

Not in Education, Employment or Training - je označení pro mladé lidi, kteří nestudují, nepracují ani se na zaměstnání nepřipravují a živí je především rodiče.

PLATFORMOVÁ DRUŽSTVA

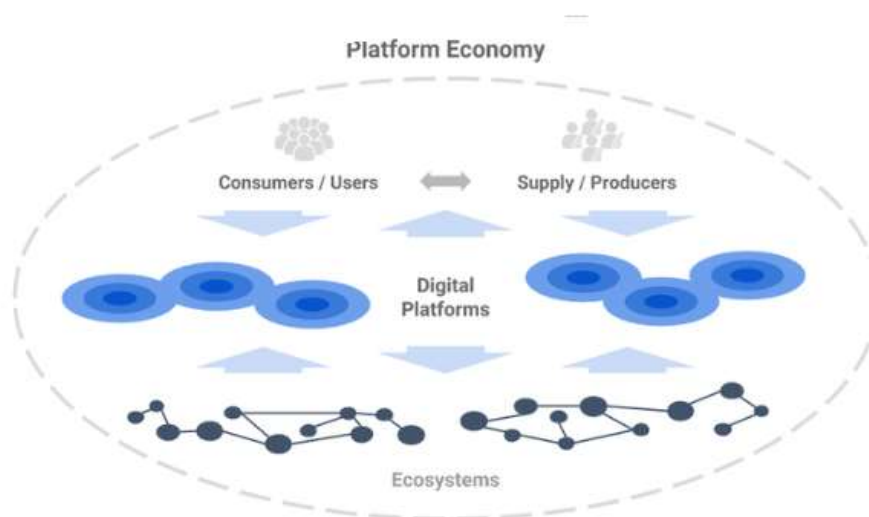
Družstva, která používají družstevně vlastněný a spravovaný web, mobilní aplikaci nebo protokol k usnadnění prodeje zboží a služeb

HAILING

Automatizované služby spolujízdy, alternativní taxislužby, apod.

1. ÚVOD

Digitální platformy jsou dnes na vrcholu popularity. Vytvářejí spotřebitelské trhy obrovského rozsahu a efektivity. Kromě toho umožňují nové úrovně spolupráce mezi společnostmi z různých průmyslových odvětví, což může vést k další vlně technologického a sociálního narušení, ale i hospodářskému růstu a průlomové inovaci. Když hovoříme o platformě obchodního modelu, zmiňujeme společnosti, které nepotřebují příliš představovat, jako je Google, Facebook, Twitter, Instagram, LinkedIn, Amazon, Spotify, Uber, BlablaCar, AirBnB, Etsy, eBay atd. Lidé, kteří se snaží definovat transformace v digitálně založené ekonomice, ji nazývají kreativní ekonomikou či sdílenou ekonomikou. V dnešní době je moderní pojem platformová ekonomika. Jde o neutrálnější a zobecněný pojem, který zahrnuje rostoucí počet digitálně aktivních činností v oblasti obchodu, politiky a sociální interakce. Jednoduše řečeno, platformová ekonomika znamená ekonomické a sociální aktivity podporované platformami, jejichž majitelé zdánlivě rozvíjejí bezprecedentní moc a kontrolu nad mnoha segmenty spotřebitelských trhů. Jejich úspěch je založen na digitalizaci lidských činností vytvářejících hodnotu.



Zdroj: https://cs.qwe.wiki/wiki/Platform_economy

2. ZÁKLADNÍ CHARAKTERISTIKY PRACOVNÍKŮ PLATFORMEM

Kdo jsou typičtí pracovníci platformy

Typickým evropským pracovníkem na platformě je mladý muž, do určité míry vzdělaný. Podíl žen pracujících na platformě se snižuje v souvislosti s rostoucí intenzitou práce. V jednotlivých zemích však existuje značná heterogenita. Skutečnost, že většina pracovníků platformy je vzdělaná, nepřekvapuje, neboť, aby bylo možné poskytovat služby prostřednictvím platformy, musí být pracovník pokročilejší uživatel internetu. Typický pracovník platformy má pravděpodobně rodinu a děti a navíc, bez ohledu na věk, mají pracovníci na platformě méně let zkušeností na trhu práce než průměrný pracovník.

Zaměstnanecký status pracovníků na platformě

Zaměstnanecký **status pracovníků** na platformě je kontroverzní. Odhady z průzkumu COLLEEM ukazují, že při dotazu na jejich současnou zaměstnaneckou situaci 75,7% pracovníků platformy uvedlo, že jsou zaměstnanci (68,1%), nebo samostatně výdělečně činnými osobami (7,6%). První možností je, že pracovníci platformy mají rovněž pravidelné zaměstnání jako zaměstnanci, nebo samostatně výdělečně činné osoby (v tradičtějším slova smyslu), a proto se na ně vztahují standardní pracovní předpisy. Druhou možností je, že pracovníci platformy si nejsou zcela jisti svým pracovním statutem a mohou se považovat za zaměstnance pouze proto, že poskytují pravidelně určitou službu prostřednictvím stejné platformy. To je překvapivé, protože ve většině případů jsou poskytovatelé práce/ služeb prostřednictvím platformem formálně nezávislími smluvními partnery a nikoli zaměstnanci. To odráží také nejistotu, která tuto otázku vyvolává v politických, a dokonce i právních debatách po celé Evropě. Stručně řečeno, postavení pracovníků na platformě na trhu práce zůstává nejasné, dokonce i pro ně samotné.

Typy služeb poskytované a koordinované prostřednictvím pracovních platform

Pracovní služby poskytované digitálními platformami práce lze obecně rozlišovat jako služby prováděné digitálně (tj. mikroúkony, administrativní a datové), nebo služby prováděné na místě (tj. doprava, dodání, úklid atd.). Podle úrovně

dovedností požadovaných různými službami můžeme rozlišovat mezi: a) profesionálními službami (vysoké dovednosti); b) neprofesionálními službami (střední dovednosti) a c) službami na místě (nízké dovednosti). Většina pracovníků platformy poskytuje více než jeden typ služeb a je aktivní na dvou nebo více platformách, často kombinujících činnosti s vysokou a nízkou kvalifikací, což naznačuje, že někteří pracovníci platformy si tím snižují rizikovitost svých příjmů (a možná i zvyšují rozmanitost práce). Nejběžněji poskytovanou službou je „online administrativa a zadávání údajů“.

V souvislosti s platformovou ekonomikou je na místě zmínit se o clickworkingu. **Clickworking** je jednoduchá metoda, jak vydělávat na internetu. Práce spočívá v provádění malých úkolů. Třídění databází, klikání na odkazy, klasifikace klíčových slov, přidružování textu k obrázkům, kontrola obsahu na Facebooku. Miliony lidí jsou zaměstnány velkými webovými korporacemi, které jim platí za to, že provádějí tyto jednoduché a velmi často monotónní úkoly přes počítač. Plat je poměrně nízký, ale na druhou stranu nabízí clickworking i některé výhody.

Co je vlastně clickworking

Společnosti často potřebují texty a strukturovaná data k vytváření katalogů produktů nebo k průzkumu trhu. Pracovní vytížení může být obrovské, například když je třeba vytvořit desítky tisíc popisů článků, nebo musí být zkontrolovány nebo doplněny stovky tisíc adres.

Tato práce je také obvykle jedinečná a časově omezená. Výsledky musí být k dispozici rychle a po dokončení úkolu často neexistuje žádná další poptávka. Proto není užitečné, aby společnosti najímaly své vlastní zaměstnance. Díky tomu jsou platformy pro zpracování kliknutí zajímavé pro tyto společnosti. Mají mnoho uživatelů a software, který rozděluje objednávku na stovky nebo tisíce malých mikrojobů. Tyto mikrojoby mohou zpracovat zpracovatelé kliknutí a za každý dokončený úkol obdrží malý poplatek.

Výhodou clickworkingu oproti běžné práci na volné noze je to, že clickworkeři se nemusí snažit si najít práci, ani si nemusí budovat dlouhodobou pověst. Normálně musí projít snadným testem. Pokud se ukáže, že mikrojob je příliš

obtížný, lze jej jednoduše zrušit bez negativních důsledků. Nevýhodou pro clickworkery je nízký plat, který se pohybuje mezi 5 až 10 centy za mikrojob (1,35 až 2,67 Kč). Texty se platí v průměru jedním centem za slovo (0,27 Kč za slovo). To může být někdy více, v závislosti na naléhavosti a tlaku smluvní společnosti, ale nestává se to příliš často.

Vzhledem k nízkému platu není klikání výhodné pro každého. Bylo by těžké si s tím vydělat na živobytí, s výjimkou lidí, kteří žijí v zemi s velmi nízkými průměrnými příjmy. K neznámějším clickworkovým platformám patří Clickworker a Textbroker.

Největší podíl pracovníků platformy však poskytuje profesionální služby. Pohlaví ovlivňuje také typ poskytovaných služeb: vývoj softwaru a doprava jsou služby, kterým dominují muži. Naopak překladatelské služby jsou převážně doménou žen.

Trh digitálních služeb je celosvětový, což může vést k určité specializaci na služby poskytované typicky v některých zemích. Většina služeb v jednotlivých zemích se však příliš neliší. Pokud uvedeme příklady některých zemí, zdá se, že Slovensko a Chorvatsko se specializují na služby, které vyžadují nízkou až střední úroveň vzdělání. Rumunsko patří mezi přední země v poskytování neprofesionálních služeb. Nizozemsko většinou poskytuje služby, které vyžadují vysoké digitální dovednosti.

Přestože byla značně kritizována pracovní praxe platform a dopady společnosti Airbnb na dostupnost bydlení a kvalitu sousedství, stále se vedou diskuse o tom, jak tyto společnosti ovlivňují spotřebitele a jak se mění spotřebitelské vzorce.

Klíčovou součástí přitažlivosti platform jsou nové služby a nízké ceny. Výhody se liší v závislosti na platformě: Airbnb poskytuje ke spokojenosti zákazníků mnohem nižší ceny, místní sousedství a personalizaci klíčem. Pokud jde o Uber, faktory spokojenosti zahrnují nízké ceny, pohodlnou platbu, dostupnost a snadné použití.

U ostatních služeb, jako je dodávka potravin nebo spotřebního zboží, platformy zpřístupňují „práci sluhů“ za relativně nízké náklady. Tyto platformy umožňují

spotřebitelům střední a vyšší třídy přístup ke službám dříve vyhrazeným pro bohaté.

Je třeba si ještě uvědomit další souvislosti: nižší ceny vedou k větší poptávce. V sektoru ubytování - levné ubytování zvyšuje ujeté kilometry a podniknuté výlety. Airbnb navíc umožňuje hostům pronajmout své domovy, když jsou sami na cestách, takže ubytování je pro ně v zásadě bezplatné (stává se také, že někteří hostitelé cestují konkrétně za účelem pronájmu, aby využili cenové arbitráže - mohou pronajmout své domovy za vyšší sazbu, než je tomu v místech, kam cestují.)

Motivace a podmínky pracovní platformy

Flexibilita a autonomie jsou často uváděnými motivacemi pro pracovní platformu, nedostatek alternativ je také uveden jako důležitý motiv pro práci na platformách.

Autonomie pracovníků platformy je velmi diskutovaným tématem. V rámci práce na platformě zahrnuje autonomie svobodu pracovníků zvolit si, jaké úkoly vykonávají, svou pracovní dobu a jak organizovat a vykonávat svou práci. Více autonomie je obvykle spojeno s větší spokojeností s pracovními podmínkami, ačkoli pracovníci s úplnou samostatností v průběhu pracovní doby budou s větší pravděpodobností čelit problémům s rovnováhou mezi pracovním a soukromým životem. Naopak, platformy mohou vykonávat kontrolu nad prováděnými úkoly, časem a způsobem práce, stejně jako klienti.

Podmínky platformy jsou polarizovanější než podmínky běžných pracovníků. Pracovní podmínky pro pracovníky platformy se zdají být flexibilní, ale také práce na platformě mohou být namáhavé a pro některé pracovníky trvající dlouhé hodiny.

Dopady digitálních pracovních platforem na práci a zaměstnanost jsou nejednoznačné. Na jedné straně mohou snížit překážky vstupu na trh práce, a usnadnit pracovní podmínky konkrétních skupin (tj. pracovníků se silnými rodinnými povinnostmi, lidí se zdravotním postižením, mládeže, starších pracovníků, dlouhodobě nezaměstnaných, lidí z rodin migrantů). Na druhé straně

se platformy pro digitální práci obvykle opírají o pracovní sílu nezávislých dodavatelů, jejichž podmínky zaměstnání, zastoupení a sociální ochrany jsou přinejlepším nejasné, v nejhorším případě zjevně nepříznivé. Skutečná povaha pracovního poměru je ve většině případů mlhavá. To je obzvláště problematické, protože status zaměstnání je klíčový pro přístup k sociálnímu zabezpečení, nároky na vzdělání a pokrytí právními předpisy o pracovních podmínkách. Z tohoto důvodu se jeví nezbytné vyjasnění pracovního statusu pracovníků platformy.

3. BUDOUCNOST PLATFORMEM, ZÁKLADNÍ TYPY PLATFORMEM, TRENDY V BUDOUCÍ PLATFORMĚ

MIT Sloan Management Review, který je výzkumným časopisem a digitální platformou pro obchodní manažery, publikovaným na Massachusetts Institute of Technology, přinesl zajímavé zkušenosti s platformovými podniky, s nimiž pracuje již více než 30 let.

Nejlépe hodnocené společnosti na světě a jejich bilionové podniky jsou postaveny na digitálních platformách, které rostou díky síťovým efektům. Podle tržní kapitalizace to jsou společnost Apple, Microsoft, Alphabet (mateřská společnost Google) a Amazon. Facebook, Alibaba a Tencent nejsou o nic pozadu. Od ledna 2020 představovalo těchto sedm společností tržní hodnotu více než 6,3 bilionu dolarů a všechny jsou platformovými podniky.

Platformy jsou také mimořádně populární mezi podnikateli a investory v soukromých podnicích. Při průzkumu seznamu více než 200 startupů v roce 2017 (s oceněním 1 miliardy USD a více), bylo odhadnuto, že 60% až 70% byly podniky na platformě. V té době to byly společnosti jako Ant Financial, Uber, Didi Chuxing, Xiaomi a Airbnb.

Cesta k úspěchu pro platformový podnik však není v žádném případě snadná ani zaručená, ani se úplně neliší od cesty společností s konvenčnějšími obchodními modely. **Proč?** Protože platformy, stejně jako všechny společnosti, musí v konečném důsledku dosahovat lepších výsledků než jejich konkurenti. Kromě toho, aby přežily dlouhodobě, musí být platformy také politicky a sociálně životaschopné, jinak hrozí, že budou rozdraceny vládní regulací nebo sociální opozicí, jakož i potenciálně obrovskými dluhovými závazky.

S regulací digitálních pracovních platform ve více jurisdikcích mohou také vznikat problémy. V důsledku problematických pracovních podmínek a nízké odměny častokrát za mnoho práce na platformě se pracovníci platformy a odbory z celého světa obrací na soudy ve snaze dovolávat se ochrany pracovního práva. Většina z těchto případů se týká práce podléhající určité místní jurisdikci (zejména v odvětví dopravy). Vzhledem k rozdílům v regulaci práce podle jurisdikce není překvapivé, že závěry dosažené jednotlivými jurisdikcemi se liší.

Přesto pro webové platformy digitální práce, jejichž činnosti zahrnují přeshraniční transakce – s platformou umístěnou v jedné zemi a klientem v jiné zemi, různá právní rozhodnutí dosažená napříč jurisdikcemi připravila půdu pro nejednotná rozhodnutí a kolizní normy. Může to také vést k problémům při dodržování právních předpisů. Vzniká také obava, že jakmile se země začnou zabývat současnou neexistencí regulace, tento nedostatek pravděpodobně povede k uniformitě.

V roce 2015 MIT Sloan Management Review provedl nové kolo výzkumu zaměřeného na analýzu vývoje platform a jejich dlouhodobého výkonu ve srovnání s běžnými podniky. Výzkum potvrdil, že úspěšné platformy přinášejí silnou konkurenční výhodu s finančními výsledky. Také odhalil, že se mění povaha platform, stejně jako ekosystémy a technologie, které je pohánějí a výzvy a pravidla spojená s řízením platformy.

Platformy jsou tu, aby zůstaly, ale k vybudování úspěšné a udržitelné společnosti kolem nich musí vedení, podnikatelé a investoři znát různé typy platform a jejich obchodní modely. Musí pochopit, proč některé platformy generují růst tržeb a zisky relativně snadno, zatímco jiné ztratí mimořádné částky peněz. Musí předvídat trendy, které určují úspěch platformy versus selhání v nadcházejících letech a technologie, které zítra přinesou ničivá platformová bojiště.

Společnosti, které formovaly vývoj moderních strategií platformy a obchodních modelů, mají známá jména. V 80. a začátkem 90. let narušily Microsoft, Intel a Apple společně s IBM vertikálně integrovaný počítačový průmysl sálových počítačů. Udělali z osobního počítače jednu z prvních hromadných digitálních platform. Druhá vlna platformových firem se objevila v polovině 90. let pod vedením společností Amazon, Google, Netscape a Yahoo v USA, Alibaba a Tencent v Číně a Rakuten v Japonsku. Využívaly internet k narušení různých odvětví, včetně maloobchodu, cestování a publikování. V příštím desetiletí využívala sociální média, propagovaná společnostmi Friendster a Myspace a poté Facebook, LinkedIn a Twitter, platformy, které lidem umožnily nové způsoby interakce a společnosti cílily na zákazníky. V poslední době Airbnb, Didi Chuxing,

Grab, Uber a menší podniky, jako Deliveroo a TaskRabbit, využívaly strategie platformy ke spuštění ekonomiky sdílení.

Dnes jsou platformové společnosti téměř na každém trhu a všechny sdílejí společné funkce. Používají digitální technologii k vytvoření soběstačných smyček pozitivní zpětné vazby, které potenciálně zvyšují hodnotu jejich platform s každým novým účastníkem. Budují ekosystémy firem třetích stran a jednotlivých dodavatelů, které jim umožňují obejít tradiční dodavatelské řetězce a pracovní zdroje, které vyžadují tradiční společnosti.

Navíc všechny platformy společnosti čelí stejným čtyřem obchodním výzvám. Musí si vybrat klíčové „strany“ platformy (tj. určit, které účastníky trhu chtějí spojit, jako jsou kupující a prodejci, nebo uživatelé a inovátoři). Musí vyřešit problém s kuřetem nebo vejcem, aby mohli nastartovat síťové efekty, na kterých závisí. Musí navrhnout obchodní model schopný generovat příjmy, které převyšují jejich náklady. A konečně musí stanovit pravidla pro používání (a nezneužívání) platformy, jakož i pro kultivaci a správu všech důležitých ekosystémů.

Pro všechny jejich podobnosti je možné rozlišovat platformy na základě jejich hlavní činnosti. To přináší dva základní typy: transakční a inovační platformy, s některými hybridními společnostmi, které tyto dva kombinují.

Inovační platformy usnadňují vývoj nových doplňkových produktů a služeb, jako jsou aplikace pro PC nebo smartphony, které jsou většinou postaveny společnostmi třetích stran bez tradičních dodavatelských smluv. Doplňkový – to znamená, že tyto inovace přidávají na platformu funkčnost nebo prostředky. Toto je zdroj jejich síťových efektů: čím více doplňků existuje, nebo čím vyšší je kvalita, tím atraktivnější je platforma pro uživatele a další potenciální účastníky trhu. Inovační platformy obvykle přinášejí a zachycují hodnotu přímým prodejem nebo pronájemem produktu, jako v tradičních podnicích. Pokud je platforma bezplatná, mohou ji společnosti zpeněžit prodejem reklamy nebo jiných doplňkových služeb. Microsoft Windows, Google Android, Apple iOS a Amazon Web Services jsou běžně používanými inovačními platformami.

Transakční platformy jsou zprostředkovatelé nebo online tržiště, která účastníkům umožňují výměnu zboží, služeb nebo informací. Čím více účastníků a funkcí je k dispozici na transakční platformě, tím užitečnější je. Tyto platformy vytvářejí hodnotu tím, že umožňují výměny, k nimž by jinak nedošlo bez platformy jako zprostředkovatele. Vybírají transakční poplatky nebo si účtují za reklamu. Google Search, Amazon Marketplace, Facebook, Tencent's WeChat, Alibaba's Taobao Marketplace, Uber a Airbnb jsou běžně používanými transakčními platformami.

Hybridní společnosti obsahují inovační i transakční platformy. Jejich strategie jsou nové, protože v prvních letech počítačů a internetu byly inovační a transakční platformy odlišnými podniky. Spojování kupujících a prodejců, inzerentů a spotřebitelů, nebo uživatelů sociálních sítí se zdálo být zásadně odlišnou činností od stimulace externích společností k vytváření doplňkových inovací. V posledním desetiletí však rostoucí počet úspěšných inovačních platform integroval transakční platformy do svých obchodních modelů.

V souvislosti s typologií platform, je také zajímavé uvést závěry studie nadace Eurofound.

V rámci tří sektorů ekonomiky platform, v nichž platformy fungují, nadace Eurofound identifikovala 10 typů platform, které již v Evropě dosáhly značného rozmachu, pokud jde o počet platform a pracovníků.

Jedná se o:

- 1) rutinní práce určené klientem na místě (např. Go More, potenciálně i Airbnb)
- 2) rutinní práce určené platformou na místě (např. Uber a Deliveroo)
- 3) mírně kvalifikované práce na místě určené klientem (např. Oferia)
- 4) mírně kvalifikované práce iniciované pracovníkem na místě (např. Listminute)
- 5) online středně kvalifikované práce s klikáním (např. Crowd-Flower)
- 6) práce experta na místě určené klientem (např. appJobber)
- 7) práce experta na místě určené platformou (např. Be My Eyes)

- 8) více kvalifikované práce určené online platformou (např. Clickworker)
- 9) odborné práce online určené klientem (např. Freelancer)
- 10) online odpovědi – specializovaná práce (např. 99Designs)

Hlavní rozdíly mezi těmito typy jsou v:

- rozsahu úkolů (od mikroúloh až po velké projekty);
- formátu poskytování služeb (ať už jsou úkoly dodávány na místě nebo online);
- úrovni dovedností vyžadovaných pro tyto úkoly (rutina naznačuje, že k plnění úkolu je zapotřebí jen málo složitých znalostí nebo dovedností, zatímco specializovaná práce vyžaduje vyšší dovednosti a pravděpodobně zkušenosti nebo školení);
- selektorovi, který určuje rozdělení práce. Selektorem může být klient, pracovník nebo platforma.

Rozmanitost platformem předpokládá stejně rozmanitou škálu účinků na trh práce. Rozdíly mezi typy platformem jsou užitečné pro pochopení různých typů dopadu. Platformy mohou umožnit transformaci činností, které se tradičně spoléhaly na standardní pracovní poměr do samostatně výdělečné činnosti. Dosud však úspěšné platformy spíše reorganizovaly sektory, které již spoléhaly na některé formy samostatně výdělečné činnosti. Uber je typickým příkladem, dalším je italská platforma pro návrháře interiérů, CoContest.

Dá se konstatovat, že platformy zvyšují konkurenci snižováním překážek pro vstup na platformu, i když pouze reorganizují samostatnou výdělečnou činnost, což vede k většímu tlaku na odměny a pracovní podmínky. Tak je tomu v případě Uberu, který staví profesionální řidiče do konkurence se studenty, nebo lidmi na rodičovské dovolené hledající příležitostné doplnění svých příjmů. Tyto snížené bariéry vstupu také přispívají k rozmazávání fyzických hranic mezi pracovním a domácím prostředím a rovněž tak k vytváření zdravotních a bezpečnostních rizik pro pracovníky.

Platformy často usnadňují zvýšené dělení práce do jednotlivých úkolů, které jsou pak diferencovány na ty, které vyžadují kreativní práci a vysokou kvalifikaci a ty úkoly, které spočívají pouze v manuální práci s nízkou kvalifikací. Prvně uvedené

úkoly mají lepší mzdové podmínky a další výhody, zatímco druhý uvedený druh práce s nízkou kvalifikací je neustále ohrožen offshoringem a automatizací.

Zvýšená politizace tohoto problému otevírá prostor pro kolektivní vyjednávání příslušných subjektů - odborů, zástupců tradičních i nových průmyslových odvětví a samozřejmě politických autorit s cílem navrhnout a definovat pravidla hry.

Uvedme si příklad výsledku kolektivního vyjednávání v Dánsku.

Dánská odborová organizace 3F podepsala dohodu o kolektivním vyjednávání se společností Hilfr.dk, platformou zajišťující práce v domácnosti, jako jsou úklidové služby v soukromých domácnostech. Tato dohoda zavádí v rámci společnosti novou kategorii pracovníků se statusem zaměstnání, souběžně se stávajícími smlouvami na volné noze. Pracovníci na volné noze se mohou přihlásit, aby se stali zaměstnanci platformy, na které se vztahuje kolektivní smlouva. Po 100 hodinách práce budou pracovníci považováni za zaměstnance, na něž se vztahuje kolektivní smlouva, pokud se z tohoto statusu aktivně neodhlásí.

Tato dohoda do určité míry vyvrací myšlenku, že práce na platformě není slučitelná se stávajícími formami ochrany práce, jako jsou zaměstnanecká práva a kolektivní vyjednávání. Ukazuje, že ochrana práce není nutně alternativou k autonomii - pracovníci, kteří z jakéhokoli důvodu chtějí zůstat na volné noze, jsou stále schopni tak učinit pouhým odhlášením. Tato kolektivní smlouva stanoví významnou ochranu. Poskytuje hodinovou minimální mzdu 141 DKK (cca 19 EUR nebo 21,50 USD), výplatu dávek v nezaměstnanosti a v případě nemoci a ochranu před propuštěním. V souladu s dánským právem je rovněž přiznáno právo na dovolenou a ochranu pracovní doby. Nejdůležitější je, že dohoda rovněž stanoví pravidla pro zrušení směn, klíčovou ochranu pro příležitostné pracovníky a pracovníky na platformě - je-li práce zrušena méně než 36 hodin před začátkem, je zákazník povinen zaplatit 50 % dohodnuté mzdy.

Dohoda konečně zahrnuje také ustanovení o ochraně údajů, které může sloužit jako plán budoucího kolektivního vyjednávání bez ohledu na odvětví. Ochrana údajů prostřednictvím kolektivního vyjednávání je v současné době aktuálnější více než kdy jindy. Pravidla pro používání osobních údajů a jejich kolektivní

vyjednávání, jsou nezbytná ve světě, ve kterém se digitální data stále častěji využívají v náborových procesech, s algoritmy vyšetřujícími osobní historii uchazečů, jak vyplývá z jejich používání sociálních médií nebo databází. Digitální služby umožňující náborářům přístup k nežádoucímu množství informací o potenciálních pracovnících, nebo hodnocení profilu kandidáta na základě těchto údajů jsou na vzestupu a představují zásadní etické otázky.

Kolektivní vyjednávání je o to naléhavější, že ve všech odvětvích hospodářství se provádí sběr a využívání údajů o zaměstnancích, a proto slouží pro zajištění lepší ochrany pracovníků na platformě. Smlouva o kolektivním vyjednávání podepsaná v Dánsku ukazuje, že to není jen žádoucí, ale je to také uskutečnitelné.

Trendy v budoucí platformě

Zatímco za posledních 20 let došlo k dramatickému rozšíření technologií založených na platformách, aplikacích a obchodních modelech, v příštích 20 letech může dojít k ještě výraznějším změnám. Digitalizace a nové technologie, jako je umělá inteligence, strojové učení, analytika velkých dat a infrastrukturní služby, dosud nedosáhly plně svého rušivého potenciálu. Stále více individuálních uživatelských a transakčních dat bude propojeno s různými platformovými službami a funkcemi, s potenciálem generovat jak pozitivní, tak i negativní výsledky.

Byli identifikovány čtyři hlavní trendy, které pravděpodobně ovlivní dynamiku platformy napříč průmyslovými odvětvími: vznik hybridního modelu jako dominantní strategie pro platformové podniky, použití umělé inteligence a strojového učení k dosažení významných zlepšení v provozování a schopnosti platform, zvyšování koncentrace na trhu malým počtem výkonných společností působících na platformě a požadavek na více kurátorů a regulací platform pro řešení problémů, s nimiž se potýkají některé dnešní společnosti působící na platformě.

4. V ČEM JSOU PLATFORMOVÉ MODELY DŮLEŽITÉ A PROČ BY JE SPOLEČNOSTI MĚLY SLEDOVAT.

[Položme si otázku, jak je možné dnes získat tolik informací z internetu zdarma?](#)

Začněme s bezplatným účtem na twitteru a vyhledáváním v rámci Google. Také je možné zamyslet se nad rezervacemi zdarma na platformách, jako je Airbnb. Pak je třeba také vzít v úvahu všechny tyto technologické společnosti postavené na open-source koncepcích a rozsáhlých freemiových nabídkách. A pokud je třeba za službu platit, zdá se, že je to velmi cenově dostupné. Odpověď zní: toto všechno je o samotné myšlence platformy a růstu produktů platformy.

Internetová ekonomika Jean Tirole, nositel Nobelovy ceny za ekonomii v roce 2014, uvádí, že je to kvůli posunu paradigmatu, který upřednostňuje určitý druh myšlení cirkulující kolem konceptů jako „platforma“ a „síťové efekty“. Již v roce 2002 vydal Tirole společně se svým kolegou Jean Rochetem příspěvek „Platformová soutěž na oboustranných trzích“. Na klasickém příkladu Tirole uvádí spotřebitele na jedné straně a poskytovatele zboží nebo služeb na druhé straně platformy. Platformou je v tomto případě pojivová tkáň, která tyto dva typy aktérů spojuje a umožňuje výměnu služeb.

Klasické příklady zahrnují řešení platformy B2C, jako je Airbnb. Výměna mezi dvěma stranami je zprostředkována platformou, která jim umožňuje „setkat se“ a usnadňuje přenos znalostí a služeb mezi nimi.

Kapitál platformy.

V typickém scénáři je volba mezi nákladnými výrobky s vysokou kvalitou služeb nebo levnějšími výrobky s nižší úrovní služeb. Nabídka a poptávka však v ekonomice digitálních platforem a ekosystémů nefungují. Platformy jednoduše nepřicházejí s nabídkou produktů v kamenném obchodě. Vytvářejí společné prostředí, ve kterém se mohou uživatelé sejit, vytvářet a spotřebovávat hodnotu. Toto prostředí je založeno na různých úrovních propojení. Bez internetu bychom tedy nikdy nebyli svědky vzniku obchodních modelů platforem. Netřeba dodávat, že se jedná o obrovský posun od obchodních modelů, které se držely mentality

průmyslové revoluce. Klasický model platformy popsany Tirolem je obchodní model, který vytváří hodnotu usnadněním výměn mezi vzájemně závislými skupinami. Obvykle se jedná o spotřebitele a výrobce nebo klienty a poskytovatele služeb. Aby tyto výměny bylo možné uskutečnit ve velkém počtu, vytvářejí platformy masivně škálovatelné sítě uživatelů a zdrojů.

Tento model vedl k tzv. platformové revoluci, která klade důraz na nelineární hodnotové řetězce, síťové trhy a hodnotu vytvořenou ze síťových efektů. Uživatelé jsou oprávněni vytvářet své vlastní produkty nebo řešení pomocí služeb platformy. Model platformy je proto jedním ze způsobů aktivace a usnadnění.

Od vlastnictví k použití: vzestup ekonomiky platformy.

Tento vývoj vedl ke změnám na jiné úrovni. Uživatelé platformy se tolik nezajímají o vlastní produkt, ale pouze o využití již existující infrastruktury. V mnoha případech je dnes produkt produktem infrastruktury. Celkovou tendencí je přechod od vlastnictví k používání.

Mnoho společností dnes již nemusí investovat do obrovských IT oddělení nebo najímat velké poradenské týmy, aby pro ně vytvořily tzv. datový sklad. Mohou se jednoduše obrátit na **cloudovou datovou skladovací platformu**, která přichází s flexibilními výpočetními a úložnými prostředky. Společnosti pak mohou využít model paušálních cen nebo fakturace na základě zdrojů, které používají. Technicky společnosti nevlastní infrastrukturu datového skladu ani cloudové zdroje, které jim byly poskytnuty. Ale také to nemusí. Jsou schopni využívat všechny zdroje platformy a „vlastnit“ výsledky: poznatky generované z dat zpracovávaných na platformě a související obchodní výsledky.

Mnoho produktů platformy spolupracuje. Výměna, která je usnadňována, je mezi různými typy skupin znalostí nebo držiteli know-how, kteří se sešli na platformě. Platforma poskytuje těmto skupinám nezbytnou infrastrukturu a společný základ pro sdílení nástrojů, svolávání a komunikaci.

Pouze 3 % společností na celém světě aktivně přijaly strategii platformy. Podle McKinseyho však do roku 2025 budou ekosystémy a platformy tvořit více než

30% globální podnikové hodnoty - s ročními příjmy ve výši zhruba 60 bilionů dolarů, které budou přerozděleny napříč ekonomikou.

Zpráva společnosti Accenture, která se zabývá digitálními platformami B2B, odhaduje, že se očekává, že interakce založené na platformě umožní do roku 2025 digitalizaci přibližně dvou třetin hodnoty 100 bilionů dolarů z digitalizace. Zpráva McKinsey „Winning in Digital Ecosystems“ definuje platformy jako software a hardware, které mohou zahrnovat operační prostředí, zabezpečení, výpočetní výkon, úložiště, sadu vývojových nástrojů a řadu společných funkcí. Platformy také podporují různé menší aplikační programy.

5. DOKUMENT NADACE EUROFOUND TÝKAJÍCÍ SE PLATFORMOVÉ EKONOMIKY

Stále více slyšíme o platformové ekonomice v souvislosti potenciálních dlouhodobých dopadů jejího růstu na trh práce a dopadu na tradiční a zavedené podniky a průmyslová odvětví. Stále častěji se požaduje legislativní reakce na evropské a vnitrostátní úrovni, **ale jaké informace máme pro tvorbu politiky založené na důkazech?** V červnu 2016 přijala Komise evropskou agendu pro společnou ekonomiku, která vyjasnila koncept práce na platformě a poskytla pokyny ohledně zaměstnaneckého postavení pracovníků na platformě. Jedním z cílů Evropského pilíře sociálních práv, který byl oficiálně vyhlášen v listopadu 2017, je řešení některých politických výzev souvisejících s novými formami zaměstnání, včetně práce na platformě. V rámci iniciativ zavádění pilíře Evropský parlament a Rada v červnu 2019 oznámily novou směrnici 2019/1152 o transparentních a předvídatelných pracovních podmínkách, která zahrnuje rovněž práci na platformě. V listopadu 2019 Rada rovněž přijala doporučení o přístupu pracovníků a osob samostatně výdělečně činných k sociální ochraně, včetně odkazu na pracovníky na platformě.

Pokusy o odhad velikosti platformové ekonomiky se vracejí do doby, kdy byly tyto platformy v plenkách, ale závěry byly různorodé. Nadace Eurofound nyní zveřejnila pracovní dokument shrnující doposud známé informace a zamýšlející se nad možnostmi pro nejbližší budoucnost.

Pokud jde o platformovou ekonomiku, první, co každý chce vědět je, jak velký je její rozsah, ale většinou bez objasnění toho, co platformová ekonomika pokrývá. Odhady rozsahu platformové ekonomiky se v různých studiích liší a částečně to závisí na druhu a povaze měřených činností platformy.

Co se týká označení platformové ekonomiky, téměř každý se může shodnout, že se jedná o velmi rychle se měnící ekonomiku, kde platformy mění cíle, rozšiřují se na nové trhy, nebo rychle mizí. Z tohoto důvodu by měla být jakákoli kategorizace platformem co nejotevřenější a měla by odrážet její neustále se vyvíjející povahu. Stejně důležité je pochopit, jak se různé segmenty platformové ekonomiky vzájemně propojují (například práce na platformě, digitální ekonomika atd.).

Nedostatek průzkumů, které by měřily velikost ekonomiky platformy, nebo spíše jejích částí, rozhodně není. Mnoho z nich se pokusilo měřit konkrétně množství pracovníků zapojených do práce na platformě. To, co se měří a jak je to prováděno, se může v různých průzkumech lišit, což ztěžuje srovnatelnost odhadů.

Mnoho soukromých agentur a národních statistických úřadů v Evropě i mimo ni provedlo jednorázové nebo pilotní průzkumy za účelem odhadu počtu lidí zapojených do platformové ekonomiky, jak spotřebitelů, tak poskytovatelů služeb, ale konkrétně se ukázalo, že platformová ekonomika je minové pole z mnoha různých důvodů. Mnoho průzkumů je založeno na webu, často se spoléhají na relativně malé vzorky a obvykle se uchylují k nekonvenčním technikám vzorkování. Toto ohrožuje reprezentativnost průzkumů, což znamená, že odhady jsou přinejmenším indikativní. Je také obtížné formulovat otázky, na které respondenti mohou reagovat, a také zvolit vhodný časový rámec pro otázky.

Neexistují žádná pevná čísla týkající se velikosti ekonomiky platformy, ale dostupné důkazy ukazují na rychle rostoucí fenomén. V USA analýza JPMorgan Chase provedená u zákazníků na běžných účtech na konci roku 2015 odhadovala, že přibližně 1 % amerických dospělých v daném měsíci vydělávalo příjmy z platformové ekonomiky (včetně kapitálových i pracovních platform). Pracovní platformy rostou rychleji než kapitálové platformy, které jsou však stále výrazně větší. Aktualizace z roku 2018 potvrdila, že účast v platformové ekonomice nadále rostla, přičemž odvětví dopravy vedlo z hlediska počtu účastníků a celkového objemu transakcí.

Průzkum Eurobarometru provedený Evropskou komisí v roce 2016 zjistil, že 17% respondentů v EU využilo „platformu pro spolupráci“ pro širokou škálu služeb - od pronájmu ubytování a sdílení automobilů až po drobné domácí práce - v určité fázi jako poskytovatel služeb, nebo klient. Ze skupiny respondentů, kteří takové platformy využívali, 5 % uvedlo, že své služby nabízeli každý měsíc.

Další studie EU (Vaughan a Daverio, 2016) odhadla na základě extrapolace dat a spoléhání se na sekundární údaje, že platformové hospodářství, včetně platform práce a kapitálu, v roce 2015 vytvořilo v EU příjmy 3,6 miliardy EUR a usnadněné transakce ve výši přibližně 28 miliard EUR.

Podle průzkumu Společného výzkumného střediska Evropské komise bylo odhadnuto, že v roce 2018 jen malá část populace v produktivním věku - v průměru asi 1,4% se zapojuje do práce na platformě jako hlavní formy zaměstnání. Jedná se o respondenty, kteří tvrdí, že pracují více než 20 hodin týdně, nebo vydělávají alespoň polovinu svých příjmů poskytováním služeb prostřednictvím online pracovních platform. Pro mnoho dalších zůstává práce na platformě pouze sporadickou (2,4%), marginální (3,1%) nebo sekundární (4,1%) formou zaměstnání. Celkově vzato, dostupné důkazy říkají, že platformová ekonomika roste rychlým tempem.

Observatoř EU pro ekonomiku online platform

Online platformy fungují ve velmi dynamickém prostředí. Z tohoto důvodu Komise zřídila Observatoř EU pro ekonomiku online platform s cílem sledovat vývoj a identifikovat vznikající výzvy. Mezi témata, která observatoř sleduje, patří: otázky týkající se přístupu k datům a jejich použití, nediskriminace, algoritmické rozhodování nebo hodnocení.

Observatoř monitoruje a analyzuje nejnovější trendy a data v ekonomice online platformy. Informace, které observatoř poskytuje, pomáhají Komisi při tvorbě politiky pro online platformové hospodářství. Observatoř se skládá ze skupiny úředníků Komise a specializované skupiny významných nezávislých odborníků. Různé prvky observatoře se navzájem doplňují a posilují, aby Komisi poskytly nejrelevantnější a vysoce kvalitní analýzu.

Observatoř má specializovaný web, na kterém mohou profesionální uživatelé platform naznačit problémy, se kterými se setkávají v souvislosti s platformami. Observatoř používá tyto informace ve své práci ke zvýšení povědomí Komise o

hlavních problémech, kterým podniky a profesionální uživatelé čelí na online platformách. To je zásadní pro cílenou politiku v této oblasti.

[Pohled OECD Observer na výzvy, výhody a nevýhody platformové ekonomiky](#)

Časopis OECD Observer, který přináší analýzy klíčových světových ekonomických a sociálních otázek, se touto problematikou zabýval a ve svém článku pod názvem „[Jsou pracovníci na platformách skutečně svými vlastními pány?](#)“ uvedl několik příkladů a dospěl k následujícím závěrům.

Inteligentní komunikační technologie umožnily lidem nechat se najmout jako samostatní nájemní pracovníci ve všech oblastech, od taxislužby až po produkci videa a zahradníky. [Jaké jsou však výzvy tzv. platformové ekonomiky?](#)

Když Tybalt Mooney ukončil střední školu, hledal práci, která by mu pomohla zaplatit vysokou školu. Zaregistroval se u kurýrní služby provozované na bicyklech. Dodávala nejen jídlo s sebou, ale cokoli od krémů na nohy až po hamburgery, rychlé občerstvení a šálky kávy. Tybalt musel mít svůj vlastní bicykl a chytrý telefon, do něhož si mohl stáhnout firemní aplikaci a přihlásit se, kdykoliv chtěl několik hodin pracovat. Přestože pracoval pro kurýrní službu, musel mít své doklady jako samostatně výdělečně činný pracovník, který si platí své vlastní sociální zabezpečení. [Co platformová společnost dodala?](#) Velkou dodávkovou tašku, aplikace a možnosti směn.

"Mohl jsem vstát, kdykoliv jsem chtěl, a pracovat tak dlouho, jak jsem chtěl," říká Tybalt. "Ale kdybych byl závislý jen na té práci a na tom příjmu, byl bych na docela špatném místě, protože dostáváte málo, je to těžké a vy jste sami. Kdybych měl nehodu, neměl bych nic. Neměl jsem žádné placené volno. Když jedete na kole, kývnete, když uvidíte jiného kurýra, ale nikdy se s ním nezastavíte. Tito lidé neprotestují a neznají se navzájem. Vaši jediní kolegové jsou váš mobilní telefon a vaše kolo. "

Toto představuje jeden z konkrétních pohledů na platformovou ekonomiku. Inteligentní komunikační technologie umožnily lidem nechat se najmout se jako nezávislí dodavatelé videa, dodavatelé potravin, taxikáři a dokonce i instalatěři

nebo zahradníci prostřednictvím online platform, ke kterým má kdokoliv přístup ze svého telefonu. Firma Uber a firma Deliveroo zcela vyčnívají mezi rostoucím počtem online firem.

„Je to dobré pro lidi, kteří byli strukturálně vyloučeni z trhu práce. Stejně tak jako pro lidi se zdravotním postižením nebo pro ty, kteří byli příliš dlouho bez práce,“ říká Jeremias Prassl, docent z Oxfordské univerzity a autor publikací *Člověk jako služba, Příslib a nebezpečí práce v platformové ekonomice*. „Nevýhodou je nedostatek jistoty a ochrany práce, jako je nemocenské pojištění a pojištění v nezaměstnanosti. To je problém, protože samotná mzda to někdy nekompensuje“, jak říká Tybalt. Přesto je to užitečné pro pracovníky a klienty. Některé služby lze provádět bez ohledu na to, kde žijete, například překladatelství nebo účetnictví a na některých daňových platformách, což ale často vede k silné konkurenci. Tak se Tybalt oprávněně ptá, zda je platformová ekonomika opravdu jeho budoucností.

A je zde ještě další otázka: jsou zaměstnanci platform skutečně „svými vlastními pány“? Skutečně nezávislí dodavatelé si sjednávají své ceny a smlouvy na volném trhu, ale např. uklízeči z platformy Handy.com nikoliv. Jsou závislí na platformovém softwaru, který je spojuje s klienty a často i na stanovení poplatků, které se mnohdy řídí neprůhlednými algoritmy, kde kontrolu nad nimi nemá ani zákazník, ani servisní pracovník. Pracovníci platformy jsou příliš často ve vztahu, kde nejsou ani skutečnými nezávislými dodavateli, ani zaměstnanci. Avšak nebývá tomu tak vždy: např. pracovní úřad Spojeného království v roce 2016 rozhodl, že řidiči Uberu jsou zaměstnanci a nikoliv nezávislí smluvní partneři, a měli by dostávat životní mzdu. Existují však i další případy, například ve stavebnictví, kde stav zůstává nejasný (viz www.out-law.com). V Kanadě jsou pracovníci platform ve své vlastní kategorii, tzv. závislí dodavatelé.

Nedávný briefingový dokument o stavu zaměstnanosti ve Velké Británii odhadoval, že v roce 2017 pracovalo v platformové ekonomice až 1,3 milionu lidí. Zpráva McKinsey Global Institute odhaduje, že do roku 2025 bude na celém světě prostřednictvím platform pracovat asi 72 milionů osob. Pokud budou tito pracovníci nadále klasifikováni jako nezávislí dodavatelé, riskují ztrátu

bezpečnosti, výhod a slušných odměn a pracovních podmínek. Může to však také posílit trh práce, jak jej známe dnes. Pokud zaměstnavatelé nebudou vázání příspěvky na sociální zabezpečení, daněmi, zárukami na pracovišti nebo zákonnými a smluvními povinnostmi nad rámec konkrétního úkolu, společnosti sníží režijní náklady a přesunou se ze systému placených zaměstnanců na platformy.

Jednou z diskutovaných reforem práce na platformě je přenos výhod. Spíše než navázání sociálního pojištění a ochrany na pracovní smlouvy by se výhody vztahovaly k jednotlivcům bez ohledu na místo výkonu práce nebo zaměstnavatele. Pracovníci by tak mohli shromažďovat např. práva na školení, nebo jiné výhody na osobních účtech a v případě potřeby by je mohli využívat.

Dalším způsobem je univerzální využití výhod a jejich financování spíše prostřednictvím daňových výnosů než prostřednictvím příspěvků od zaměstnavatelů. Takto například Nový Zéland financuje základní důchod, který vyplácí všem důchodcům a který představuje zhruba 40% průměrného výdělku bez ohledu na jejich pracovní záznamy. Dalším modelem je univerzální základní příjem, který má podobu platby v hotovosti všem občanům. Stále je v experimentální fázi v Ontariu, Keni a Skotsku, od této myšlenky se však upustilo ve Finsku, kde byla od roku 2017 testována, byť jen omezeným způsobem.

Také je problematické pojištění v nezaměstnanosti. Kolísavé výdělky samostatně výdělečně činných osob je obtížné sledovat. O to víc je složitější sledovat výdělky u pracovníků na platformě. [Jak si můžeme být jisti, že pracovník na platformě je skutečně nezaměstnaný a úmyslně neodmítá pracovní místa proto, aby získal výhody?](#) Dávky v nezaměstnanosti pro samostatně výdělečně činné osoby jsou mimořádně komplikovanou záležitostí a ačkoli je nedávno zavedla např. Francie, jsou ve 20 z 34 zemí OECD.

Platformová ekonomika umožňuje pracovat těm lidem, kteří dříve pracovat nemohli. Pracovníci platformou mohou využít svůj pracovní čas na jiné časově náročné povinnosti. Mohou se také připojit k práci na dálku a dělat úkoly, které pro ně nejsou k dispozici na místě. Nabídka práce z hlediska svobody v zaměstnání je vzrušující, ale rozmazala staré klasifikace práce. To je to, co

způsobuje narušení. Pokud dojde k porušování základních práv, dojde ke snížení standardů. V takovém případě na tom ztratí zaměstnanci i zaměstnavatelé i zákazníci. Z tohoto důvodu je třeba upravit rovní postavení pracovníků na platformě.

6. VYTVOŘENÍ VLASTNÍ PLATFORMY, RIZIKA SPOJENÁ S VYTVÁŘENÍM VLASTNÍHO MODELU PLATFORMY

Obchodní modely platformy změnilы způsob, jakým jsou podniky pojaty a vedeny. Abychom pochopili hodnotu platformového podnikání, je důležité si uvědomit, jak se platformový obchodní model liší od tradičního lineárního obchodního modelu. Obchodní model platformy spojuje komunitu uživatelů (dvě nebo více skupin uživatelů) tím, že poskytuje společnou platformu transakcí a interakcí mezi členy těchto skupin. Na druhou stranu tradiční lineární obchodní model vytváří hodnotu prodejem produktů v dodavatelském řetězci.

Model platformy je dynamický obchodní model, který se rychle přizpůsobuje měřítku a získává větší podíl na trhu tím, že umožňuje interakci a spolupráci mezi velkým počtem účastníků. Platforma se v posledních letech výrazně rozvinula, po celém světě existuje několik úspěšných variací modelů platformy (např. online tržiště, sociální sítě, sdílení ekonomiky, platební systémy atd.).

Existují dva klíčové prvky, kde platformové obchodní modely mají významnou výhodu oproti tradičním obchodním modelům, jsou to příznivé struktury nákladů vytvářející větší hodnotu prostřednictvím síťových efektů. Obchodní model platformy vytváří rentabilnější strukturu nákladů (téměř nulové mezní náklady) a demonstruje škálovatelnost podniku. Dalším rozlišovacím znakem platformy je to, že zdůrazňuje síťové efekty (přidávání hodnoty zvýšením počtu uživatelů) a vzájemnou závislost poptávky mezi různými skupinami uživatelů platformy.

Ať už tedy stavíte platformový obchodní model od nuly, nebo měníte stávající podnikání začleněním platformových řešení, musí být vytvořena dobrá strategie. Z právního hlediska existují výzvy, kterých byste si měli být vědomi a chránit své podnikání hned od začátku. Dvě zásadní právní rizika spojená s vytvářením modelu platformy se týkají ochrany duševního vlastnictví a ochrany údajů. Odlišné regulační požadavky na ochranu duševního vlastnictví i na ochranu údajů v zemích po celém světě vyžadují, abyste měli odpovídající strategii dodržování předpisů a od začátku používali přístup inteligentního řízení rizik.

Duševní vlastnictví může být jedním z nejcennějších aktiv pro jakoukoli firmu. Přednosti ochrany duševního vlastnictví u platformového modelu se však liší od

tradičního obchodního modelu založeného na produktech. Je proto důležité jasně definovat příslušná aktiva a práva duševního vlastnictví. To bude vyžadovat identifikaci povahy použití majetku duševního vlastnictví, přístup k ochraně duševního vlastnictví a jeho ochranu prostřednictvím pevných smluvních dohod. Sofistikovaná a účinná strategie duševního vlastnictví se vyhne finančním a provozním rizikům v důsledku porušení nebo napodobení práv duševního vlastnictví, poškození značky a oslabení práv.

Data se staly cennějšími než kdy předtím a použití dat v zákonných mezích je klíčové. V platformové ekonomice se data stávají ještě složitější výzvou kvůli síťovým efektům. Podniky na bázi platformy se tedy musí připravit na včasné dodržování příslušných předpisů o ochraně údajů a bezpečnosti. Jinak je firma vystavena regulačním rizikům (např. pokutám), reputačnímu a finančnímu riziku (např. ztrátě důvěry spotřebitelů a zaměstnanců) a operačnímu riziku (např. omezení zpracování dat). Důležitá je neustálá a nepřetržitá ostražitost.

Neil Spencer, který přednáší statistiku na britských univerzitách, z toho posledních dvaadvacet let na University of Hertfordshire, se v posledních letech zaměřuje na problematiku neformální práce přes digitální platformy, jako je Uber. Spolu s dalšími výzkumníky nedávno vypracoval studii o platformové práci v České republice. Její hlavní výsledky jsou následující.

Úroveň platformové práce v České republice je poměrně značná. Jeden z výzkumníků z jeho týmu Českou republiku popsal jako chudší zemi s výbornou informatickou infrastrukturou. Platformová práce zde tak získala tu výhodu, že nabízí poměrně vysoké mzdy. Někteří z respondentů zmínili, že výdělek, kterého lze dosáhnout prací přes digitální platformy je vyšší, než kdyby pracovali v tradičnějších odvětvích. A to i přes možné nevýhody, jako je nižší úroveň sociální ochrany, nezahrnutí do penzijního systému a další problémy vyplývající z jisté neregulérnosti této práce.

Zastoupení platformové práce průběžně roste a data nenaznačují, že by se trend měl zastavit. Kdy ale nastane bod zpomalení nastane, se bude lišit zemí od země. Jeden z vlivů bude představovat místní legislativa. Ta se zatím v některých regionech zavádí ve vztahu k Uberu, platformové taxislužbě.

Status zaměstnance má velké důsledky v podobě zahrnutí do sociálních systémů. Platformovou práci to pro řadu lidí může učinit atraktivnější, na druhou stranu takové opatření možná odradí provozovatele platform. Proč by se měly chovat jako běžní zaměstnavatelé, když tím v podstatě zmizí hlavní důvod jejich vzniku.

V Evropě existují odbory, které se snaží vytvářet speciální sekce pro platformové pracovníky, nebo dokonce odbory, jež se na platformovou práci vyloženě zaměřují. Potýkají se ale s rozdílem oproti jiným organizacím pracovních sil, které přirozeně vycházejí ze sebeorganizace lidí na fyzickém pracovišti.

Respondenti nebyli dotazováni na konkrétní motivaci, nicméně výzkum zjistil, že oproti lidem věnujícím se platformové práci na pravidelné bázi, je tu část lidí, která neformální pracovní úkoly vykonává jen málokdy a jejich výdělek je tedy velmi malý. Z logiky věci pro ně platformová práce nepředstavuje zásadní část příjmu. Důvod, proč se práci věnují, tedy musí být jiný. Přinejmenším částečně se bude jednat o věc zájmu, o hobby, nebo o hru či zábavu. Jejich činnost lze chápat spíše jako snahu o svobodnější formu organizace pracovního života, neboť platformová práce poskytuje možnost příjmu, která části lidí chybí na tradičním pracovním trhu. Dalším lidem umožňuje dělat práci, již by na běžný úvazek nezískali.

7. CHARTA ZÁSAD PRO DOBROU PRÁCI NA PLATFORMĚ A PŘÍSLIB PRÁCE NA PLATFORMĚ VYDANÝ PROSTŘEDNICTVÍM SVĚTOVÉHO EKONOMICKÉHO FÓRA

Přední platformové společnosti - Cabify, Deliveroo, Grab, MBO Partners, Postmates a Uber – se spojily prostřednictvím Světového ekonomického fóra, aby vytvořily zásady pro kvalitu práce na platformě.

Společnosti se dohodly na Chartě zásad pro dobrou práci na platformě, která vyšla v lednu 2020 a nastiňuje následující klíčové oblasti, které je třeba řešit: rozmanitost a začlenění; bezpečnost a pohodu; flexibilitu a spravedlivé podmínky; přiměřenou platbu a poplatky; sociální ochranu; učení a rozvoj; účast a správu dat. Světové ekonomické fórum také vydalo bílou knihu Příslib práce na platformě: porozumění ekosystému, která nastiňuje různé kategorie platform pro digitální práci / služby, příležitosti a výzvy, které představují pro pracovníky a existující příklady osvědčených postupů pro platformové společnosti v oblastech, na které se charta vztahuje.

Společnosti provozující digitální platformy pro jednotlivce v posledních letech zaznamenaly rychlý růst a narušily řadu odvětví.

Charta zásad pro dobrou práci na platformě a Příslib práce na platformě: porozumění ekosystému jsou součástí platformy Světového ekonomického fóra pro utváření budoucnosti nové ekonomiky a společnosti, která poskytuje příležitost k rozvoji prosperujících, inkluzivních a spravedlivých ekonomik a společností. Zaměřuje se na společné vytváření nové vize v několika vzájemně propojených oblastech, kterými jsou: růst a konkurenceschopnost; vzdělávání, dovednosti a práce a rovnost a začlenění. Zúčastněné strany společně prohlubují porozumění složitým problémům, formují nové modely a standardy a uskutečňují společné akce pro systémové změny.

8. EVROPSKÁ UNIE POTŘEBUJE JASNÁ PRAVIDLA PRO PLATFORMOVÉ HOSPODÁŘSTVÍ.

Počátkem prosince 2019 se dal do práce nový tým Evropské komise. Jedním z jeho hlavních úkolů v roce 2020 má být vypracování balíčku zákonů pro digitální hospodářství. 5. prosince 2019 schválil Evropský výbor regionů na základě iniciativy města Vídně katalog požadavků: jedná se o nastavení jasných pravidel pro digitální platformy jako je například Airbnb. Regiony a města požadují přitom jasná nařízení, která právně ukotví digitální hospodářství a zajistí prosazení pravidel příslušnými veřejnými orgány. Katalog požadavků pro evropskou rámcovou regulaci platformového hospodářství sestavil vídeňský zastupitel a zpravodaj ve Výboru regionů, Peter Florianschütz.

Evropský výbor regionů zastává názor, že společná evropská iniciativa zaměřená na regulaci práce v digitálních platformách by měla zajistit koordinovanou reakci členských států na právní problémy vyplývající z probíhajících technologických změn na trhu práce. Zdůrazňuje, že je třeba řádně řešit negativní dopady nových technologií na pracovníky platform, neboť rostoucí výskyt těchto technologií, včetně umělé inteligence, podřizuje tyto pracovníky rozhodnutím, která jsou do značné míry určována algoritmy umělé inteligence.

Připojuje se k výzvě Mezinárodní organizace práce požadující vytvoření systému mezinárodní správy, který by majitelům platform ukládal povinnost dodržovat určitá minimální práva a ochranu a reguloval používání údajů a „algoritmické odpovědnosti“ ve světě práce. To by řešilo otázky kolektivního zastoupení pracovníků platform i otázky týkající se umělé inteligence prostřednictvím požadavku, aby se uplatňoval přístup „člověk ve velení“, jenž zajišťuje, že konečná rozhodnutí, která ovlivňují práci, jsou přijímána lidmi. Zároveň vítá iniciativy na celostátní a nižší úrovni, jakož i iniciativy založené na platformách, které zavádějí kodexy chování pro crowdsourcing a crowdworking.

Vítá záměr nové předsedkyně Evropské komise Ursuly von der Leyen, jenž zazněl na zahajovacím zasedání Evropského parlamentu dne 16. července 2019 a jímž je **zlepšit pracovní podmínky pracovníků platform, zejména se**

zaměřením na dovednosti a vzdělávání. Očekává nicméně, že zlepšení těchto podmínek přesáhne rámec výše uvedených politických oblastí a jeho součástí bude návrh nové Komise na „řešení pracovních podmínek pracovníků platform a aktivní řešení nových forem nejistoty“.

Evropský výbor regionů si je vědom složitosti smluvních vztahů v digitálních platformách, poukazuje však na to, že velmi rozmanité modely zaměstnávání v tradiční ekonomice se řídí společnými základními pravidly, která platí pro všechny provozovatele stejně. Výbor regionů proto žádá, aby byla působnost základních pracovních a sociálních ustanovení rozšířena i na ekonomiku platform a její pracovníky, a zdůrazňuje, že sociální dopady jednotného digitálního trhu je třeba řešit na evropské úrovni. Přiměřený vnitrostátní a v případě potřeby – s ohledem na nadnárodní povahu digitální ekonomiky – evropský rámec, který bude řešit výzvy v oblasti regulace práce v digitálních platformách, vytvoří rovné podmínky pro tradiční hospodářství a hospodářství digitálních platform a bude řešit sociální dumping. Tento regulační rámec by měl rovněž stanovit zákaz doložek o výlučnosti, které pracovníkům brání ve spolupráci s jinými platformami.

Evropský výbor regionů zdůrazňuje, že tato regulace by měla řešit důležité regulační otázky, jako je např. důkazní břemeno týkající se pracovního poměru (a tedy jakékoli nesprávné klasifikace), ověření vyvratitelné domněnky existence zaměstnaneckého vztahu, organizace práce na základě smluvních vztahů obsahujících nespravedlivé podmínky nebo i otázka vlastnictví a přenositelnosti údajů o profilu a výkonnosti pracovníka platformy. Kromě toho by se mohla zabývat otázkou příspěvků zaměstnavatelů na sociální zabezpečení ve vztahu k celkovému počtu dotčených pracovníků, a to bez ohledu na jejich postavení v zaměstnání a s přihlédnutím ke kvalitě pracovních ujednání. S cílem zohlednit možnost přeshraniční digitální činnosti a umožnit uplatňování směrnice o vysílání pracovníků by mělo být – coby minimální záruka pracovních práv – možné rozlišovat mezi „místem zaměstnání“ a „místem poskytnutí služby“.

[Studie Evropské komise, která se zaměřuje na výzvy plynoucí z platformové ekonomiky](#)

Komise zveřejnila začátkem března 2020 studii o pracovních podmínkách pracovníků na platformě, ale i o výzvách, které z platformové ekonomiky plynou a které by měly řešit členské státy EU i orgány EU.

Mnoho významných výzev souvisejících s prací na platformě není nic nového. Mezi nejvíce diskutované a řešené výzvy související s prací na platformě patří **postavení zaměstnanců**, jejich zastoupení a **sociální ochrana**. Každý z těchto problémů se objevuje i v jiných formách nestandardní práce. Jinými slovy, práce na platformě vynesla do popředí výzvy odpovídající nestandardní práci, zejména prostřednictvím vysoce viditelných platform. Národní reakce na tyto výzvy se často zaměřují pouze na jednu platformu nebo na jednu službu poskytovanou platformami. Reakce tudíž mají obvykle minimální systémový účinek, protože nezamýšlejí řešit kořeny problému (např. **malé nebo žádné právo na kolektivní vyjednávání a omezený přístup samostatně výdělečně činných osob k sociální ochraně**). Tradiční způsoby prosazování regulace v oblasti pracovních podmínek, jako je např. inspekce práce, jsou pro práci na platformě méně vhodné. Důvodem je mimo jiné to, že k práci obvykle nedochází ve fyzických prostorách zaměstnavatele.

Řádné řešení problémů, jako je postavení v zaměstnání, zastoupení a sociální ochrana, si vyžaduje širší změny v rámci sociální ochrany nestandardní práce. Mezi konkrétní příklady patří zvýšení úrovně sociální ochrany poskytované osobám samostatně výdělečně činným, jak je podporováno v doporučení Rady o přístupu pracovníků a osob samostatně výdělečně činných k sociální ochraně. Kromě toho by Evropská komise měla vyjasnit kartelové a soutěžní právo, protože se vztahuje na pracovníky na platformě. To by pomohlo zajistit, aby pracovníci platformy mohli kolektivně vyjednat s platformami nebo kolektivně nebo jednotlivě vyjednat s klienty bez ohledu na status zaměstnání. A konečně, zvýšení ochrany práce vztahující se na samostatně výdělečně činné osoby by také prospělo pracovníkům platformy.

Zaměstnanecký status zůstává nadále hlavní výzvou na vnitrostátní úrovni i na úrovni EU. **Právní pojmy „pracovník“ nebo „zaměstnanec“** jak na úrovni EU, tak i na vnitrostátní úrovni **nejsou zcela jasné a konzistentní**. Hodnocení je založeno na faktickém vztahu mezi platformou a pracovníkem platformy nebo klientem a pracovníkem platformy. Tato hodnocení navíc podléhají interpretaci a rychlým změnám. Určování, zda jsou pracovníci platformy skutečné nebo falešné

samostatně výdělečně činné osoby, je často náročné. Interpretace zaměstnání ze strany vnitrostátních soudců není v členských státech jednotná, naopak někdy bývá protichůdná.

EU a členské státy by měly zvážit vyjasnění, které platformy jsou neslučitelné se samostatně výdělečnou činností pro pracovníky na platformě. To má zvláštní význam pro pracovníky platformy, kteří jsou ekonomicky závislí na pracovních úkolech, přičemž podléhají dohledu, hodnocení a platbám řízeným platformou a bez kontroly nad cenou svých služeb a organizace práce. Takoví pracovníci platformy jsou zranitelnější a ve slabší pozici vůči platformě. Další výzvou je digitální zprostředkování, transparentnost a využití dat. To jsou problémy, které stále rostou v práci na platformě i mimo ni. Orgány EU by měly proto zvážit další opatření v oblasti digitálního zprostředkování a správy algoritmů, a to v rámci práce na platformě i bez ní. Těmito otázkami se začaly zabývat nové právní předpisy EU, včetně nařízení GDPR, nařízení P2B, 458 a směrnice TPWC (EU) 2019/1152. Bylo zjištěno, že tyto nástroje rovněž řeší vysoce relevantní výzvy pro pracovníky platformy.

Naše chápání práce na platformě zůstává do určité míry omezené kvůli nedostatečným datům. Navzdory mnoha snahám o posouzení velikosti a očekávaného vývoje, práce na platformě má nedostatek spolehlivých a komplexních údajů o práci na platformě, což má negativní dopad na tvorbu politik založených na důkazech. Pro práci na platformě neexistuje standardní definice, což také přispívá k nejasnostem.

Jednou ze strategií je začlenit další otázky týkající se práce na platformě do průzkumů práce na vnitrostátní úrovni a na úrovni EU. To může vycházet z průzkumů COLLEEM, které generovaly velmi užitečné údaje pro část členských států. Ještě lepší možností by bylo vyžadovat, aby platformy poskytovaly určité údaje příslušnému orgánu EU, což by pomohlo zajistit koordinovaný a účinný sběr údajů.

Dobrovolná a nelegislativní opatření měla na některé pracovníky platformy pozitivní účinky. Některé platformy spolupracovaly mezi sebou a se sociálními partnery při zavádění důstojných pracovních podmínek. Příklady v Německu a

v Itálii prokazují, že taková opatření lze zavést do praxe a zlepšit podmínky pro online a místní formy práce na platformě. **Vnitrostátní orgány a orgány EU by proto měly zvážit organizaci a podporu dobrovolných a nelegislativních opatření.** Jednou z možností je zavedení mechanismu řešení sporů pro pracovníky platformy. EU a členské státy by také měly zvážit podporu dobrovolných kodexů chování pro platformy, které by se zavázaly k zajištění spravedlivých pracovních podmínek.

9. GLOBÁLNÍ TRENDY ZAMĚSTNANOSTI MLÁDEŽE 2020 - VYLOUČENÍ MLADÝCH LIDÍ Z PRÁCE, VZDĚLÁVÁNÍ NEBO ODBORNÉ PŘÍPRAVY MÁ VZESTUPNOU TENDENCI.

Pokud jde o šanci zaměstnávání mladých lidí v rámci platformové ekonomiky, jsou zajímavé statistické informace Mezinárodní organizace práce (ILO) uvedené ve zprávě Globální trendy zaměstnanosti mládeže 2020.

Podle zprávy Mezinárodní organizace práce (ILO) počet mladých lidí, kteří v současné době nejsou v zaměstnání, vzdělávání nebo odborné přípravě (NEET), vzrůstá a mladé ženy mají více než dvojnásobnou pravděpodobnost, že budou více postiženy než jejich mužské protějšky.

Zpráva ukazuje, že **mladí lidé** (ve věku 15–24 let), kteří jsou zaměstnáni, také **čelí většímu riziku ztráty zaměstnání v důsledku automatizace** než starší pracovníci.

To odráží fakt, že **dovednosti specifické pro povolání poskytované odborným vzděláváním se stávají rychleji zastaralejšími než dovednosti obecného vzdělávání**, uvádí se ve zprávě. Zpráva vyzývá k revizi a modernizaci programů odborného vzdělávání tak, aby odpovídaly měnícím se požadavkům digitální ekonomiky.

Nejnovější Globální trendy zaměstnanosti mládeže 2020: technologie a budoucnost pracovních míst (GET Youth 2020) ukazují, že od předchozí zprávy GET Youth v roce 2017 se objevil vzestupný trend stavu NEET. V roce 2016 bylo 259 milionů mladých lidí klasifikováno jako NEET, v roce 2019 tento počet vzrostl na 267 milionů a předpokládá se, že se v roce 2021 bude nadále zvyšovat až na 273 milionů. V procentuálním vyjádření se trend také zvýší: z 21,7% v roce 2015 na 22,4% v roce 2020.

„Pro tyto mladé lidi není vytvořeno dostatečné množství pracovních míst. Nemůžeme si dovolit promarnit jejich talent nebo investici do učení, pokud máme čelit výzvám, které představují technologie, změna klimatu, nerovnost a demografie“, prohlásil Sukti Dasgupta, vedoucí odboru zaměstnanosti a politiky trhu práce odboru ILO pro zaměstnanost.

V současné době je na celém světě přibližně 1,3 miliardy mladých lidí, z nichž **267 milionů je klasifikováno jako NEET**. Dvě třetiny, neboli 181 milionů NEET jsou mladé ženy.

Příliš mnoho mladých lidí na celém světě se stává oddělenými od vzdělávání a trhu práce, což může poškodit jejich dlouhodobé vyhlídky a v konečném důsledku podkopat sociální a ekonomický rozvoj jejich zemí. Ale důvody, proč se stanou NEET, se velmi liší. Úkolem bude vyvážit pružný přístup potřebný k oslovení těchto mladých lidí. Přístup „univerzální pro všechny“ nemusí fungovat. “

GET Youth 2020 ukazuje, že ti, kteří dokončili terciární vzdělávání, mají menší šanci najít práci nahrazenou automatizací. Čelí však jiným problémům, protože rychlý nárůst počtu mladých lidí s titulem předstihl poptávku po práci absolventů, čímž se snížily mzdy absolventů.

„Pro tyto mladé lidi není vytvářeno dostatečné množství pracovních míst, což znamená, že potenciál milionů lidí není řádně využit,“ uvedl Sukti Dasgupta. „Nemůžeme si dovolit ztrácet tento talent nebo tuto investici do učení, pokud máme čelit výzvam, které představují technologie, změna klimatu, nerovnost a demografie. Potřebujeme integrované politické rámce a odpovídající systémy odborné přípravy navržené za současného použití dialogu mezi vládami, pracovníky a zaměstnavateli.“

10. KORONAVIROVÁ KRIZE A JEJÍ VLIV

Koronavirus zdůrazňuje neplatnou mzdu pro pracovníky na platformě

Četné platformy sdílené ekonomiky bojovaly kvůli koronové krizi. Zároveň však krize ukazuje sílu jejich obchodního modelu. Otázka zní, jak brzy spotřebitelé „zapomenou“ na bakteriofobii, pokud jde o sdílené dopravní prostředky. Ekonomika sdílení je založena na principu, že pro použití není třeba nic vlastnit. Můžete snadno použít něco, co je ve vlastnictví někoho jiného. A digitální platformy jsou dokonale schopny koordinovat nabídku a poptávku.

Vypuknutí koronaviru (COVID-19) začalo mít vážný dopad na světové hospodářství. Důsledky pro pracovníky na platformě jsou obzvláště závažné s ohledem na přerušení práce v důsledku samoizolace a v mnoha případech nedostatečné výše nemocenské. Nedávné zpravodajství v médiích ukazuje, že pracovníci platformy v odvětví dopravy jsou nejvíce zasaženi, zatímco profesionální služby prováděné online (například vzdálené konzultace se zdravotníky) by mohly pomoci snížit tlak na zdravotnické systémy.

Kroky, jak se vypořádat s ohniskem

Platformy zprostředkovávající lokální služby, tj. služby poskytované osobně, se snaží vyrovnat se sníženou pracovní silou, protože pracovníci se izolují nebo se vyhýbají práci ze strachu z kontaktu s virem, jakož i ze změn poptávky, které se mohou zvýšit nebo snížit, v závislosti na typu služby, kterou platforma nabízí. Právní vydavatelství Lexology poskytlo sedmibodový plán platformám pro správu ohniska koronaviru. Doporučuje, aby svým zaměstnancům sdělovali informace přizpůsobené jejich potřebám, sdělovali zákazníkům problémy, zakazovali diskriminaci, byli připraveni na změny v počtech poptávek a pracovních sil a využili virové epidemie jako příležitost, aby si v podobných situacích zajistili budoucí obchodní model.

Uber vydal pokyny svým řidičům poté, co bylo oznámeno, že se začali vyhýbat vyzvedávání cestujících z letišť. Společnost rovněž oznámila, že dočasně pozastavuje účty řidičů, kteří byli na virus pozitivně testováni, nebo kteří s ním byli v kontaktu. Společnost prostřednictvím svých webových stránek vydala informace o dopadu nemoci na řidiče a zákazníky a zavedla opatření, která

odrazují řidiče od práce, když se cítí nemocní, včetně ujištění, že si budou udržovat svůj status Uber Pro bez ohledu na své řízení aktivita.

Platby pro pracovníky v sebeizolaci

Protože vztah mezi platformou, klientem a pracovníkem platformy obvykle není založen na tradiční pracovní smlouvě, vyvstaly otázky týkající se nemocenské odměny řidičům přímo nebo nepřímo postiženým virem.

Případy, kdy platformy platí pracovníkům, kteří by teoreticky mohli pracovat, ale sami se izolovali kvůli příznakům koronaviru, jsou vzácné. Hermes ve Velké Británii, která obvykle platí 15 000 pracovníků na platformě pouze za dokončenou dodávku, vyčlenila podpůrný fond v hodnotě 1 milion GBP (1,13 milionu EUR) na podporu pracovníků, kteří se musejí izolovat kvůli příznakům viru. Společnost uvedla, že by to pomohlo kurýrům najít někoho, kdo v případě potřeby doručí zásilku jejich jménem, a zaručí, že se mohou vrátit do svých kol dodávek, jakmile skončí období izolace. Za tím následoval tlak odborů na nemocenské odměny pro pracovníky na platformě a dohodu uzavřenou mezi společností a odborovou organizací GMB na začátku února, která by zaručovala placenou dovolenou a zákonnou minimální mzdu.

Reakce z jiných platform jsou smíšené. V Belgii společnost Deliveroo oznámila, že by výjimečně nabídla placenou nemocenskou dovolenou pracovníkům, kteří kvůli soběstačné izolaci nebo nemoci nemohou dodávat jídlo. Ve Spojených státech nabídne Uber řidičům 14 dnů pracovní neschopnosti, pokud onemocní virem. Ovladače Amazon Flex však nebudou vypláceny. Postmates, platforma pro dodávky potravin a zboží, zřizuje fond pro mimořádné události na podporu postižených pracovníků. Kurýři, kteří provedli alespoň jednu dodávku ve státech, kde byly zjištěny případy koronaviry, mají nárok na náhradu z fondu.

Belgická zkušenost

„Režim hibernace“

„Krise jako je tato, se v žádném obchodním plánu neočekává,“ říká Philippe De Schutter z Nakipower, který představuje mladý start-up, který pronajímá přenosné baterie na veřejných místech. „Investoři očekávají trvalý růst, ale to je nyní nemožné. Jsme v režimu hibernace“.

Také belgické iniciativy sdílené mobility jsou sraženy ke dnu. Sdílená kola, jako jsou Jump a Lime, byla dočasně odstraněna z velkých měst, a dokonce i BlueBike, sdílená kola na vlakových stanicích, zaznamenala významně snížené použití: podle ředitele Bram Dousselare méně než 10% běžného používání.

Cambio, nejdůležitější společnost v oblasti sdílení automobilů (23 500 uživatelů, 800 automobilů), zaznamenala pokles asi o 80%. Společnost zvažuje dočasné vyčlenění části flotily, ale pokud bude regrese pokračovat, bude zapotřebí „drastičtějších opatření“.

Otázka zní, jak brzy spotřebitelé „zapomenou“ na bakteriofobii, pokud jde o sdílené dopravní prostředky. "Doufám, že se uživatelé veřejné dopravy a sdílených automobilů nevrátí ke svým soukromým vozidlům," říká Jeffrey Matthijs ze síťové organizace Autodelen.net. "Poskytovatelé budou muset vyvinout další úsilí, aby udrželi svá vozidla po krizi čistá."

Dobrovolníci

Přesto krize, jako je tato, ukazuje sílu digitálních sdílených platform. Četní obchodníci najednou objevili elektronický obchod. Společnost, jako je Deliveroo, využívá krizi k dodávce jídel domů. A platforma jako Airbnb je pro bankrot méně citlivá než hotel nebo rekreační park, protože společnost není vlastníkem aktiv, které pronajímá. Dokonce i některé místní a sociální iniciativy ukazují svou přidanou hodnotu v době krize. Např. Helpper, platforma, která organizuje domácí pomoc obyvatelům, spustila svou platformu pro dobrovolníky a za dva týdny nabídla pomoc 2 500 lidí.

Chování spotřebitele, organizační priority a vládní regulace se s rozšířením Covid19 rychle změnily. Pravidla tohoto nového světa budou do značné míry určována učiněnými rozhodnutími a opatřeními přijatými během několika týdnů a měsíců. Ekonomika platformy se v krizi COVID-19 dostala do centra pozornosti. Nastaly velké posuny, které budou formovat budoucnost platformové ekonomiky. Krize zároveň představuje jedinečnou příležitost k vytvoření systémových řešení lidských problémů.

Organizace Platformthinkinglabs např. uvádí možné scénáře pro platformovou ekonomiku v post-COVID-19 době.

Scénář č. 1: Jedinečná příležitost k přehodnocení systémů pro svět po roce Covid-19

Scénář č. 2: Infrastrukturní posun bude větší než okamžité přechody k práci ovládané na dálku. Regulace platformem může být téměř zastavena, dá se i očekávat deregulace zdravotnických údajů. Negativní stránka platformem může získat větší postavení v post- COVID -19 světě.

Pokud jde o přehodnocení systémů pro post-COVID-19 svět, dojde k přeformulování rozsáhlých programů humanitární pomoci. Krize poskytuje jedinečnou příležitost k nastartování rozsáhlých humanitárních řešení, po nichž by nebyla za normální situace taková poptávka, aby se vyplatilo investovat do systémových změn.

[Výzva Evropské odborové konfederace k ochraně pracovníků na platformě v souvislosti s globální pandemií.](#)

Evropská odborová konfederace (ETUC) vydala v souvislosti s globální pandemií výzvu k ochraně pracovníků pracujících v nestandardních pracovních poměrech. Uvedla následující skutečnosti. **Globální pandemie ukázala, že je třeba, aby nestandardní pracovníci měli stejnou právní ochranu jako pracovníci s běžnými právními smlouvami.** Evropská odborová konfederace vyzvala, aby EU a členské státy zaručily nestandardním pracovníkům přístup k preventivnímu zdraví a bezpečnosti, sociální ochraně a všem ostatním pracovním právům. S ohledem na šíření viru je však také třeba zastavit jakoukoli doručovací činnost, která se nepovažuje za nezbytnou a na tyto pracovníky by se měl vztahovat dočasný režim nezaměstnanosti podobný těm režimům, které mají standardní pracovníci. Opatření přijatá některými zeměmi k omezení šíření viru a zajištění určité bezpečnosti pracovníků nedokázala však chránit tyto nejzranitelnější pracovníky.

Pracovníci na platformě v době této krize dodávali jídlo a zboží do domovů osob v karanténě nebo lidem infikovaným virem. Jejich nejisté pracovní podmínky jim nedávaly jinou možnost než pokračovat v práci, i když měli příznaky, které by mohly znamenat, že mají virus. Alternativou by bylo ztratit veškerý příjem.

Globální pandemie znamenala velký zlom pro platformy pro doručování. ETUC uvádí, že provozovatelé platforem těžili z tržních příležitostí, které přineslo dočasné uzavření obchodů a restaurací. To dokládá nedostatek právního zabezpečení ze strany řídicích orgánů. Zatímco hlavní řetězce rychlého občerstvení pozastavily provozy svých podniků na celém kontinentu, podniky poskytující online služby to považovaly za svou zlatou šanci. Uber Eats nabízel restauracím možnost vydělávat si příjem denně, nikoli týdně. Pro firmy, které by se rády objevily na platformě, buď jednorázově, nebo trvale, vytvořil Uber Eats tým speciálně určený k urychlení registračního procesu. Společnost Deliveroo oznámila, že od začátku března se k této službě připojilo 1 400 nových podniků. Deliveroo také urychlila partnerství s obchodem s potravinami Franprix, což jim zvýšilo tržní podíl. A konečně, Uber Eats má novou dohodu s Carrefourem o organizaci dodávky do 30 minut, která zajistila jejich vstup do velkoobchodu. Drobní pracovníci čelili agresivitě ze strany některých zákazníků, tlaku ze strany zaměstnavatelů, strachem z nákazy virem a byla jim věnována jen velmi malá pozornost. Podmínky v době pandemie posílily přítomnost těchto online obchodů, jednalo se však o multiplikátor rizika, protože kurýři mohli bohužel být zdravými nositeli viru.

Můžeme poukázat na některé ze skandálních skutečností, které ETUC identifikovala.

Amazon, Deliveroo a další doručovací platformy vytvořily marketingovou strategii označovanou jako „dodání nulového kontaktu“, která spočívá v tom, že bude eliminován osobní kontakt mezi zákazníkem a doručovatelem tím, že zásilky budou ponechány u dveří a nakoupené zboží se zaplatí na dálku. Kurýři však byli skeptičtí ohledně toho, že tento postup je schopen zamezit rizikům, jak jim společnosti slíbily. Stačí vidět davy doručujících lidí kolem přijímacích míst, abychom pochopili, že pro kurýry je sociální distancování velmi obtížné. Neexistuje tedy nic podobného jako „dodání nulového kontaktu“. Marketingová strategie také zahrnuje omezené ochranné kroky k vybudování důvěry zaměstnanců. Pouze v mobilní aplikaci Stuart dostávali kurýři každou hodinu zprávy se zdravotními a hygienickými pokyny. Kromě toho nebyly pracovníkům poskytovány žádné osobní ochranné prostředky. Namísto

poskytování odpovídajícího vybavení pracovníků společnost přebrala odpovědnost za nákup těchto ochranných prostředků pro pracovníky a nabídla jim pouze směšný příspěvek. Společnost také zavedla systém náhrad pro zaměstnance, kteří onemocněli virem. Ne všichni nemocní pracovníci však na ni měli nárok: pracovníci museli za poslední 4 týdny vydělat 130 EUR / týden, aby měli nárok na tuto kompenzaci. Společnost Deliveroo France propustila kurýry poté, když podnikla kroky, které vyžadovaly preventivní opatření v oblasti BOZP.

ETUC doplňuje, že Amazon se i nadále zaměřil na prodej na úkor zdraví svých zaměstnanců. Každý den vznikalo ve skladech tisíce kontaktů mezi zaměstnanci, což je v rozporu s opatřeními přijatými vládami k udržení pracovníků doma, aby se zabránilo šíření koronaviru. Kromě toho jsou francouzské odbory také kritické vůči skutečnosti, že Amazon nemluví pravdu, když tvrdí, že platforma distribuuje pouze „základní zboží“, aby reagovala na krizi. Ve Francii společnost 18. března oznámila, že se zaměří na domácí, potravinové, lékařské a kosmetické výrobky. Pracovníci však uvádějí, že nabídka společnosti přesahovala tyto základní potřeby a zahrnovala položky, jako jsou lehátka a další předměty pro volný čas. Zatímco zdravotní krize ukazuje na zásadní potřebu veřejných služeb, jsou to giganti technologického průmyslu, často obvinění z daňových podvodů a optimalizace (čímž zbavují státy peněz potřebných k financování svých kolektivních služeb), kteří z toho vycházejí více vlivnější a bohatší více než kdy jindy. Od havárie na trhu 12. března 2020 se akcie Amazonu zvýšily. Jen Bezos vlastní 80 milionů akcií.

ETUC poukazuje na fakt, že krize ukazuje, že rušivý obchodní model doručovacích platforem, který byl již dříve znám pro zneužívání pracovních práv, nedostatek sociální ochrany a neexistenci kolektivního vyjednávání, neumožňuje v období pandemie odpovídající ochranu zdraví a bezpečnosti. Dle názoru ETUC jediným způsobem, jak se těmto praktikám vyhnout a chránit pracovníky, jejich rodiny a klienty, je uznat povinnosti těchto platforem jako každý jiný zaměstnavatel.

[Fond OSN pro odezvu a zotavení se z COVID-19.](#)

V souvislosti s koronavirovou krizí je třeba zmínit důležitost vzniku Fondu OSN pro odezvu a zotavení se z COVID-19. Představuje mechanismus financování

OSN zřízený generálním tajemníkem OSN, který má pomoci zemím s nízkými a středními příjmy reagovat na pandemii a její dopady, včetně bezprecedentního sociálně-ekonomického šoku. Pomoc fondu je zaměřena na ty, kteří jsou nejvíce ohroženi ekonomickými obtížemi a sociálním narušením.

Fond přispívá k financování tří cílů výzvy generálního tajemníka OSN k solidaritě, což je výzva ke globální akci s cílem zastavit pandemii COVID-19 a utrpení, které způsobila.

Jedná se o následující cíle:

- 1) řešení mimořádných událostí v oblasti zdraví;
- 2) zaměřit se na sociální dopad a na hospodářskou obnovu;
- 3) pomoci zemím lépe se zotavit.

Finance fondu jsou plánovány na 2 miliardy USD, přičemž v prvních devíti měsících provozu je potřeba 1 miliarda USD, přičemž je třeba vzít v úvahu, že tyto požadavky budou přezkoumány s vývojem potřeb v důsledku pandemie. Fond doplňuje Strategický plán připravenosti Světové zdravotnické organizace (WHO) a cíle Úřadu OSN pro koordinaci humanitárních záležitostí (OCHA).

[Jak digitální investice mohou pomoci zotavení se z COVID-19](#)

Podpora digitální konkurenceschopnosti může pomoci ekonomikám zotavit se z pandemie COVID-19. Přímé zahraniční investice do digitální ekonomiky mohou pomoci zejména do rozvojových zemí přinést technologie, know-how, pracovní místa a růst. Položme si otázku, jaké jsou některé politiky, předpisy a opatření, která mohou vlády přijmout, aby přilákaly digitální přímé zahraniční investice. COVID-19 změnil způsob, jakým žijeme a pracujeme téměř přes noc. Analytici se snaží udržet krok s dopadem na ekonomiky, odvětví a firmy. Jedna věc, kterou však již víme, je, že tato krize urychluje již rostoucí trend směrem k digitalizaci. Od virtuálních setkání po automatizované továrny, online objednávky až po doručování drony. **Digitální služby nabývají na důležitosti a pronikají do rostoucího počtu odvětví a činností.** Digitálně agilní firmy se úspěšně přizpůsobují probíhající krizi a další rychle reagují na výzvy modelů podnikání. **Pro**

vlády, které se po pandemii snaží dosáhnout oživení ekonomiky, bude podpora digitální konkurenceschopnosti klíčová. Jedním ze způsobů jsou přímé zahraniční investice v digitální ekonomice, jinými slovy „Digitální FDI“.

Existují významné důkazy, že **přímé zahraniční investice mohou přinést technologie, know-how, pracovní místa a růst.** Jsou také často největším zdrojem financí pro rozvojové ekonomiky. Stejně tak jako tradiční firmy, tak i digitální firmy investují do zahraničí, aby byly blízko k zákazníkům, získaly místní znalosti, otevřely nové trhy a další. Přitahování přímých zahraničních investic v digitální ekonomice však vyžaduje odlišné politiky a předpisy, protože digitální firmy mají obchodní modely, které se liší od tradičních kamenných podniků. Digitální firmy se silně spoléhají na data a technologie, často zahrnují úspory z platform a využívají netradiční aktiva.

Nová iniciativa Světového ekonomického fóra v oblasti digitálních přímých investic se snaží identifikovat politiky, předpisy a opatření, která mohou vlády přijmout, aby přilákaly takové investice.

Digitální ekonomika vytvořila řadu nových obchodních modelů. Od sociálních médií a platformové ekonomiky až po cloud computing a datová centra. Bez internetu by takové podniky nevznikly. Vlády, které přijmou nové obchodní modely, vytvoří prostředí přivádějící digitální firmy k prosperitě. Firmy, které aktivně propagují své digitální hospodářství, budou pravděpodobně mít větší úspěch při získávání investic.

Jihovýchodní Asie je pozoruhodným příkladem, kde politiky a opatření povzbudily investice, jako jsou miliardy investované do společností Gojek a Grab pro sdílení jízd a dodávek.

Kromě nových obchodních modelů má digitální revoluce potenciál změnit tradiční způsoby podnikání. Místní podniky mohou přijmout různé digitální služby, aby snížily překážky způsobené fyzickými překážkami, zjednodušily dodavatelské a hodnotové řetězce a poskytovaly rychlé dodání zboží a služeb. Předchůdcem k dosažení těchto investic jsou politiky a opatření, včetně telemedicíny, mobilního bankovníctví a online prodeje, které podporují přijímání

digitálních funkcí pro podnikání. Například polská telemedicínská firma MedApp investovala v pobaltských státech, což umožnilo kardiovaskulární diagnostiku prostřednictvím telemedicíny.

Robustní základní digitální infrastruktura je klíčem k rozvoji a růstu digitální ekonomiky. Přitahování investic do digitální infrastruktury vyžaduje příznivý regulační rámec, například politiky a opatření, která podporují investice do zpracovatelů plateb. Úspěch při získávání zahraničních investic do digitální infrastruktury může významně prospět místním společnostem, zejména malým a středním podnikům.

Existuje několik otázek, které si musí investoři položit. V každém ze scénářů existují konkrétní zásady, předpisy a opatření, které mají dopad na rozhodnutí potenciálního investora o přidělení kapitálu a dalších zdrojů.

Ovlivňují požadavky na lokalizaci dat investice do digitálních firem a činností? Ustanovení o lokalizaci dat opravňují firmy ukládat a zpracovávat data lokálně prostřednictvím datových center. I když to vyžaduje určitou fyzickou přítomnost v zemi, do značné míry neprozkoumaným faktem zůstává, zda je to překážkou pro digitální přímé zahraniční investice.

Ovlivňují daně z digitálního zboží a služeb digitální adopci v tradičně nedigitálním sektoru? V posledních letech několik zemí zavedlo nebo uvažuje o uvalení daní za používání mobilních a internetových služeb, elektronického zboží, digitálních služeb, jako jsou elektronické knihy, a online streaming. Kromě otázek souvisejících s náklady na výběr však není jasné, do jaké míry tyto daně ovlivňují digitální adopci.

Ovlivňuje použití mezinárodních standardů investice do digitální infrastruktury? Harmonizaci usnadňují technické normy pro telekomunikace, data, elektroniku a další infrastrukturu v digitální ekonomice. V oblasti stanovování norem je aktivní několik mezinárodních, regionálních, odvětvových a profesních organizací. Tyto standardy jsou však zřídka všeobecně přijímány. V tomto kontextu je třeba lépe porozumět dopadu používání mezinárodních standardů na přilákání investic.

Aby bylo možné odpovědět na tyto a další otázky, Světové ekonomické fórum zahájilo nový průzkum, kde vyzývá firmy, aby hodnotily možnosti v desetibodové stupnici. Zjištění z průzkumu pomohou formulovat doporučení vládám na národní i multilaterální úrovni a zdůrazní nejdůležitější politiky, předpisy a opatření, která je třeba zvážit v každé oblasti.

11. VZDĚLÁVÁNÍ A ROZVOJ DOVEDNOSTÍ PRACOVNÍKŮ V PLATFORMOVÉ EKONOMICE

Evropské středisko pro rozvoj odborného vzdělávání Cedefop se zabývalo otázkou vzdělávání a rozvojem dovedností pracovníků v platformové ekonomice a dospělo k následujícím závěrům.

Proces rozvoje dovedností a přizpůsobování se radikálně liší u pracovníků na platformě v porovnání se standardním zaměstnáním. Zatímco standardní zaměstnanci mohou očekávat, že jejich zaměstnavatelé jim budou poskytovat další vzdělávání v souvislosti se vstupem nových technologií na pracoviště, pracovníci na platformě jsou zodpovědní za vlastní učení a rozvoj dovedností. Na standardních trzích práce hrají veřejně regulované kvalifikační systémy důležitou roli při porovnávání dovedností, ale na online trhu práce se hledání dovedností spoléhá na vlastní data platformy a algoritmy přiřazování. Standardní nástroje politiky dovedností a vzdělávání, které evropští tvůrci politik používají k řešení mezer v dovednostech, nesouladu dovedností, rekvalifikaci, digitálních dovednostech a dalších otázkách, se proto na tento kontext přímo nevztahují.

Za klíčový prvek je nutné považovat školení, nicméně platformy, které považují školení pracovníků za nezbytný prvek, jsou vzácné. Jedním z významných příkladů, který byl v literatuře uveden, je Samasource (Lehdonvirta a Ernkvist, 2011; Gino a Staats, 2012). Samasource je platforma mikroúkolů, která zřídila pracovní centra v různých rozvojových zemích v Africe a jižní Asii, která se zaměřují na znevýhodněné pracovníky a zástupce marginalizovaných skupin, kteří mají často malé nebo žádné zkušenosti s účastí na konvenčním trhu práce.

Před zahájením práce na platformě jsou pracovníci školeni v regionálních pracovních střediscích Samasource o různých aspektech práce na platformě, od technických dovedností po základní profesní dovednosti, jako je řízení času, dodržování harmonogramu, komunikační dovednosti nebo budování sebevědomí. Samasource se konkrétně zaměřuje na porozumění dovednostem, které jsou v jednotlivých regionech k dispozici a které jsou pro ně nativní. Důležité je, že Samasource využívá a úzce spolupracuje s instruktory v regionálních centrech, zatímco omezuje interakce s jednotlivými pracovníky. Samasource

také poskytuje studijní zdroje – příklady úkolů, tipů a videí - prostřednictvím technologické platformy, na které se práce provádí.

Stávající literatura nemá dostatek politických doporučení týkajících se dovedností. Některé studie uvádějí, že tvůrci politik by měli vnímat platformy jako způsob, jak poskytnout kvalifikovaným pracovníkům příležitosti k výdělku, pokud je poptávka na místním trhu práce nedostatečná.

Několik klíčových politických iniciativ EU zdůraznilo důležitost vybavení lidí a organizací znalostmi a dovednostmi, které jsou potřebné k efektivnímu fungování a k prosperitě na pracovišti v průběhu celého životního cyklu. Bylo stanoveno několik cílů a politických aktivit. Zejména strategie Evropa 2020 (Evropská komise, 2015), celkový rámec, o který se opírá politické prostředí EU v oblasti vzdělávání dospělých, stanovila cíl u 75 % lidí ve věku 20–64 let, aby do roku 2020 pracovali. Program pro nové dovednosti a pracovní místa (Evropská komise, 2017) stanovil soubor klíčových akcí, včetně posílení reform s cílem zlepšit flexibilitu a jistotu na trhu práce, vybavení lidí správnými dovednostmi pro práci dneška a zítřka, zlepšení kvality pracovních míst a zajištění lepších pracovních podmínek a zlepšení podmínek pro vytváření pracovních míst. Obdobně Evropská agenda pro vzdělávání dospělých zdůraznila význam zvýšení dostupnosti učení na pracovišti při současném účinném využívání ICT.

Souběžně byl navržen **Strategický rámec pro evropskou spolupráci v oblasti vzdělávání a odborné přípravy, aby řešil nedostatky v dovednostech pracovníků, technologický rozvoj** a celosvětovou hospodářskou soutěž a zdůraznil potřebu vytváření pracovních míst a investic do vzdělávání. Kromě toho byla již dříve předložena stěžejní iniciativa Nové dovednosti pro nová pracovní místa s cílem podpořit lepší předvídání budoucích potřeb dovedností, rozvíjet lepší soulad mezi potřebami dovedností a trhu práce a překlenout propast mezi světem vzdělávání a práce. Další klíčovou iniciativou je **Evropský rámec klíčových kompetencí pro celoživotní učení, který definuje klíčové kompetence občana EU, včetně znalosti cizích jazyků, digitální dovednosti, gramotnosti, základní dovednosti z matematiky a vědy, učení se učit, iniciativy a podnikání, a kulturního povědomí.** V podobném duchu Agenda dovedností pro Evropu zdůrazňuje potřebu zlepšit

kvalitu a relevanci tvorby dovedností, zviditelnit a porovnat dovednosti, podporovat „inteligenci dovedností“ a informace pro lepší výběr povolání.

Dosud žádný z těchto rámců politik však přímo neřeší práci na platformě významným způsobem.

Některé orientační oblasti pro další reflexi, které vycházejí rovněž z poznatků získaných v rámci probíhající studie Cedefop o dovednostech a postupech učení pracovníků na platformě, zahrnují:

- a) potřebu přizpůsobení regulačních rámců pro podporu a udržování kontinuálního učení a přizpůsobení dovedností pracovníků platformy;
- b) potřebu zlepšit viditelnost a přenositelnost dovedností na platformách (zejména zapojením platform do dialogu o tom, jak převést skóre reputace jednotlivce do neformálních certifikací a jak potenciálně integrovat nebo uznávat údaje získané v ekonomice online platform);
- c) zajištění rovného přístupu k výhodám odborné přípravy a rozvoji kompetencí pracovníků platformy a přenositelnosti práv na školení napříč platformami;
- d) pobídky pro podporu dalšího odborného vzdělávání registrovaných pracovníků na platformách prostřednictvím kurzů zajišťujících kvalitu ve spolupráci s certifikovanými poskytovateli školení;
- e) potřebu revidovat typ kvalifikací a studijních plánů v programech odborného vzdělávání a přípravy vycházející z inteligence, pokud jde o potřeby dovedností různých typů práce na platformě;
- f) význam spolupráce s platformami při přijímání a integraci rámců kompetencí v celé EU s cílem zajistit větší průhlednost dovedností a rovné příležitosti pro odměňování práce zejména jednotlivců s nižší kvalifikací nebo začínajících osob;
- g) význam navrhování vhodných politik, které podporují a zvyšují hodnotu a přínosy nezávislé práce na platformě, aniž by zvyšovaly své relativní náklady pro firmy a jednotlivce.

Práce zprostředkované online platformami lze považovat za pokračování širších transformací v ekonomice a na trhu práce. Představují formu nestandardních, flexibilních, tržních pracovních opatření, kde je zdůrazněna individuální odpovědnost za kariéru a rozvoj dovedností. Zároveň jsou součástí digitální transformace trhů práce, která mimo jiné zvyšuje tempo změny požadavků na dovednosti v mnoha povoláních. Podílí se také na přesunu mezinárodních dělb práce. Stávající výzkum zaměřený na tyto otázky však zatím zůstává značně omezený.

Ačkoli práce na platformě představuje jen malou část celkového evropského trhu práce, lze předpokládat, že do roku 2030 může dokonce překonat konvenční práci na plný úvazek (Freelancer USA, 2019). V mnoha ohledech je také nejviditelnějším příkladem transformací a technologických změn na širším trhu práce, jako je růst samostatné výdělečné činnosti a podmíněné práce, práce na dálku a řešení virtuální týmové práce, a využití dat a algoritmů firmami při řízení pracovníků. Nové politické výzvy, které vznikají v souvislosti s prací na platformě, mají proto potenciálně širší dopad na evropskou politiku v oblasti dovedností.

12. ONLINE PLATFORMY A DIGITÁLNÍ REKLAMA

Digitální reklama hraje důležitou roli při poskytování cenných služeb a obsahu spotřebitelům, včetně internetového vyhledávání, sociálních médií a zpravodajské žurnalistiky. Spotřebitelé obvykle za tyto služby neplatí přímo – spíše platformy a vydavatelé je financují díky pozornosti a datům spotřebitelů za účelem prodeje cílené digitální reklamy. Pro širokou škálu firem – od největšího konglomerátu až po místní kavárnu poskytuje digitální reklama vysoce efektivní způsob doručování reklam, které jsou relevantní pro spotřebitele, což pomáhá zvyšovat prodej a povědomí o značce.

Hlavními typy digitální reklamy jsou vyhledávací reklama, ve které jsou sponzorované reklamy poskytovány jako odpověď na vyhledávací dotazy uživatelů a grafická reklama, ve které se statický obsah či videoreklama zobrazují vedle obsahu, o který se uživatel zajímá. Facebook má silné postavení v grafické reklamě. Vedle platform Google a Facebook existuje také „otevřený zobrazovací trh“, na kterém vydavatelé, jako jsou online noviny, soutěží v reálném čase o prodej reklamního inventáře široké škále inzerentů. Každá z těchto forem digitální reklamy vyžaduje, aby byla vybrána relevantní reklama a doručena jednotlivému spotřebiteli za zlomek vteřiny. Jedná se o výjimečný technologický výkon, který před několika lety ještě nebyl možný. Digitální reklama představuje většinu příjmů některých z největších platform na světě, včetně společností Google a Facebook.

Přestože spotřebitelé obvykle neplatí za obsah, který je podporován digitální reklamou, jsou vystaveni problémům v různých formách, pokud na těchto trzích nefunguje dobře hospodářská soutěž. Problémy s hospodářskou soutěží mohou brzdit inovace a vývoj nových cenných služeb pro spotřebitele. Zatímco se služby, jako jsou vyhledávání a sociální média, zdají být pro ty, kteří je používají, zdarma, jsou placeny nepřímo prostřednictvím příjmů z reklamy. Náklady na digitální reklamu podle odhadů např. v roce 2018 ve Velké Británii dosáhly přibližně 13 miliard liber, což se odrazilo v cenách zboží a služeb v celé ekonomice.

U poskytovatelů obsahu, jako jsou online noviny, digitální reklama představuje zásadní součást jejich podnikání. Pokud problémy na trhu digitální reklamy budou znamenat, že tito poskytovatelé budou dostávat nižší podíl na příjmech z reklamy, než by měli, je pravděpodobné, že se tím sníží jejich pobídka a schopnost investovat do zpráv a jiného online obsahu, a to na úkor těch, kteří takové hodnoty využívají a oceňují je.

Omezený výběr a hospodářská soutěž také mohou znamenat, že lidé budou méně schopni kontrolovat, jak se jejich osobní údaje používají a mohou se účinně setkat s nabídkou „vzít nebo opustit“, jestliže jde o podepsání podmínek platformy a pro některé to bude znamenat, že budou muset platformám poskytovat více osobních údajů, než by chtěli.

Je třeba vzít v úvahu, že existuje mnoho dalších forem společenské újmy, které souvisejí s chováním online platform, jako jsou škody na internetu, falešné zprávy a možnost politické manipulace a je pravděpodobné, že obavy z narušování hospodářské soutěže týkající se tržní síly a asymetrických informací, které bereme v potaz, mohou tyto škody ještě zhoršovat.

Mediální agentury a většina inzerentů mají názor, že vyhledávací a grafická reklama není zaměnitelná, hlavně proto, že plní různé role. Vyhledávání je reklama zaměřená na záměry, která má povzbudit ty zákazníky, kteří již projeví zájem o koupi produktu, aby provedli nákup, zatímco zobrazení je vhodné pro zvýšení povědomí o značce a oslovení nových zákazníků, kteří ještě neprojevili zájem.

Google má po mnoho let trvale vysoký podíl na trhu vyhledávání. Vygeneroval za posledních deset let každý rok přibližně 90 % nebo více operací ve Velké Británii a v roce 2018 vygeneroval více než 90% příjmů z reklamy ve vyhledávání ve Velké Británii. Jediným plně nezávislým konkurentem společnosti Google v klíčových funkcích obecného vyhledávání je Bing, vlastněný společností Microsoft. Facebook (včetně Instagramu, který si koupil v roce 2012) vygeneroval v roce 2018 téměř polovinu celkových příjmů z grafické reklamy. Pro srovnání to bylo více než čtyřnásobek výnosů jeho dalšího velkého konkurenta - YouTube (ve vlastnictví společnosti Google).

Síťové efekty a úspory z rozsahu

Síťové efekty se objevují, když se hodnota služby pro její uživatele zvyšuje s tím, jak se zvyšuje celkový počet uživatelů, zatímco úspory z rozsahu vznikají, když se průměrné náklady s rostoucím rozsahem snižují. Jak vyhledávání, tak sociální média se vyznačují významnými síťovými efekty a úsporami z rozsahu.

Platformy sociálních médií se vyznačují silnými síťovými efekty, protože hodnota pro někoho, kdo se připojuje k síti, přímo souvisí s ostatními lidmi, kteří jsou již v síti. Vzhledem k vysoké úrovni fixních nákladů vykazují platformy sociálních médií také výrazné úspory z rozsahu, což přináší nákladovou výhodu pro větší soupeře oproti menším potenciálním účastníkům. Digitální ekonomika změnila způsob interakce s informacemi – odpověď na otázku, která by v minulosti vyžadovala značný čas a úsilí, je nyní k dispozici za zlomek vteřiny. Jak se přístup k obrovským rezervám informací stal téměř okamžitým, tak naše schopnost filtrovat cizí informace a soustředit se na to, co je nejdůležitější, se stala důležitější a naše tolerance vůči zpožděním klesla. Výchozí chování spotřebitelů mělo hluboký dopad na podobu konkurence ve vyhledávacích i sociálních médiích. Výchozí hodnoty hrají velmi důležitou roli při ovlivňování používání vyhledávačů spotřebiteli a také výchozí nastavení a způsob, jakým jsou spotřebitelům nabízeny možnosti, mají silný vliv na schopnost platform – zejména platform sociálních médií - shromažďovat údaje o jejich uživateli a schopnostech uživatelů zase kontrolovat použití svých dat.

Jedním z hlavních problémů je nedostatek transparentnosti a asymetrie informací mezi platformami a jejich zákazníky. To se týká jak individuálních spotřebitelů, kteří nemají povědomí o tom, jak jsou jejich data používána a schopnosti je ovládat, tak podniků, kterým často chybí potřebné informace k efektivnímu výběru na trzích digitální reklamy. Některé možné zásahy určené ke zlepšení transparentnosti a řešení asymetrických informací pro spotřebitele i podniky by se pravděpodobně týkaly pouze firem SMS, zatímco jiné mohou vyžadovat širší odvětvovou regulaci, aby dosáhly svých zamýšlených účinků.

13. STRATEGIE PRO DIGITÁLNÍ PLATFORMY, PRŮZKUM SPOLEČNOSTI MCKINSEY & COMPANY.

Mnoho zavedených společností začíná budovat své vlastní platformy nebo navazovat vazby s ostatními. Budování vaší vlastní platformy na většině trhů, na nichž globální platformy již prosperují, může však znamenat nerovný či někdy přímo marný zápas.

Abychom lépe pochopili, jak stávající digitální společnosti vytvářejí své strategie, aby využily sílu platform, nedávno společnost McKinsey & Company provedla průzkum u téměř 1600 vedoucích pracovníků v platformových společnostech napříč odvětvími a klíčovými zeměpisnými oblastmi. Druhy platform se liší: některé byly vytvořeny zavedenými provozovateli, jiné jsou zaměřeny na průmysl a jsou provozovány třetími stranami, zatímco jiné jsou provozovány známými globálními hráči s velkými horizontálními platformami. Odpovědi naznačují, že platformy se šíří na mnoha digitálních trzích a že obecně může úspěšná platformová hra ze strany zavedených společností přinést významné zvýšení výkonu.

Dle tohoto průzkumu novou konkurenci definují dvě základní digitální struktury (digitální platformy a ekosystémy). První zahrnuje globální platformy, jako je Facebook, které umožňují stavět na nich řadu digitálních produktů, jedná se o reklamní a mediální tržiště v případě Facebooku. Naproti tomu ekosystémy, které často začínají potřebou služby pro zákazníka, jako je mobilita v reálném čase (Lyft, Didi), nebo ubytování mimo domov (Airbnb) poskytují prostor, který odpovídá poptávce - například řidiči vozidel s vyhledávači jízd a cestující s majiteli domů. Společnosti, jako je čínská společnost Ping An, posunuly tento model přes hranice odvětví a nabízejí zákazníkům digitální místa, která uspokojují velkou škálu potřeb, od pojištění vozidel a realitních služeb až po radu lékařů. Hranice mezi platformami a ekosystémy se smazávají a tento proces bude i nadále pokračovat.

Stávající subjekty, které si možná uvědomují obtížné vlastnictví a provozování průmyslové platformy, se často úspěšně rozhodnou spolupracovat s globálními platformami a ekosystémy, aby mohly těžit z výhod plynoucích z rozsahu. I když

se zdá, že strategie, které zahrnují přihlášení se na platformu někoho jiného, pomáhají účastníkům na startu, mohou také představovat rizika: tisíce dalších dělají totéž, což ztěžuje diferenciaci. A samozřejmě existuje vždy otázka, zda se vlastník platformy nakonec zapojí do podnikání svých partnerů.

Jedním ze závěrů průzkumu je míra, do jaké se platformy staly nezbytnou součástí podnikatelského prostředí a již nejsou doménou výhradně digitálních „domorodců“. Stávající společnosti, včetně společností Daimler, Nike a Unilever, si zavedly své vlastní platformy. Existují také platformy méně běžné na trzích s nižší digitální zralostí, jako je farmaceutika a zdravotnictví (55 %), než v retailovém bankovníctví (95 %). Sektory typu business-to-business (s 65 % účastí na platformě) se také výrazně liší od sektorů business-to-consumer (85 %).

Není divu, že hlavní důvody, proč tyto platformy prosperují, jsou spojeny se síťovými a škálovými efekty, v tandemu s touhou zabezpečit komplexní digitální služby. Nejčastějším důvodem, který poskytují společnosti využívající platformy (31 % všech společností), je to, že umožňují kombinovat jednotlivé služby a integrovat je do nabídky úplných služeb. Další významnou motivací, kterou vyjádřilo více než 20 % respondentů, je touha vyvinout větší škálu zákazníků napříč kategoriemi, často s ohledem na snižování cen a agregaci souvisejících údajů do sdíleného cloudového nástroje.

Pokud jde o zvýšení výkonu, průzkum zjistil, že jakýkoliv typ hry na platformě – ať již prostřednictvím platformy vlastněné společností nebo třetí strany, může zvýšit výdělký nad úroveň benchmarku. Společnosti s platformami zaznamenaly roční nárůst zisku o 1,4 % ve srovnání s 0,3procentním ziskem platformem bez hraní. Společnosti, které se připojily k širším dohodám o spolupráci, si vedly o něco lépe než společnosti provozující vlastní platformy.

Digitální platformy se staly součástí podnikového prostředí. Pro etablované subjekty se platformová strategie, prováděná samostatně nebo ve spolupráci, stává konkurenční nutností.

14. PLATFORMOVÁ DRUŽSTVA – JEDNA Z MOŽNOSTÍ ŘEŠENÍ NEROVNOSTÍ V DIGITÁLNÍM SVĚTĚ

V souvislosti s platformovou ekonomikou je třeba zmínit potenciální interakci mezi platformami a družstevními společnostmi. Družstva, která vznikala již v 19. století, jsou představiteli velkého hnutí, které zahrnuje téměř 180 000 podniků na světě, s více než 140 miliony členů a více než 4,5 miliardami zaměstnanců. Přes svůj neustálý růst, jako každý jiný sociální a ekonomický aktér, družstva potřebují neustálý vývoj k udržení se a posílení své sociální a ekonomické role. Platformová ekonomika díky své schopnosti navrhovat nové formy sociální interakce a inteligentně využívat digitální technologie, může být jedním z hnacích motorů inovací družstevních společností.

Platformová družstva můžeme charakterizovat jako podniky, které k prodeji zboží nebo služeb používají web, mobilní aplikaci nebo protokol. Jsou založena na demokratickém rozhodování a sdíleném vlastnictví platformy zaměstnanci a uživateli. Mnoho platformových družstev používá obchodní modely podobné známým aplikacím nebo webovým službám, ale s družstevní strukturou.

Technologie, které vlastní malá skupina majitelů odpovědných za umělou inteligenci, způsobují nerovnosti. Podle Trebora Scholze, docenta pro kulturu a média v New School v New Yorku, mohou družstva pomoci tuto nerovnost řešit. Scholz vytvořil termín „platformové družstvo“ jako výraz „spoluvlastnictví platformem a dat a demokratické řízení“. Uvádí, že platformová družstva jsou digitální organizace, které vlastní a online řídí komunita členů. Domnívá se, že družstevní model je součástí řešení nerovnosti v digitálním světě, spolu s vytvářením sítí typu peer-to-peer, s novými rolami pro odbory a technologickými specialisty. Takováto podpůrná síť se již objevila v New Yorku – konsorcium Platform Co-operativism Consortium. Podporuje ekonomiku družstevní platformy prostřednictvím výzkumu, experimentování, vzdělávání, dokumentace a osvědčených postupů technické podpory, koordinace financování a akcí. Scholz věří, že klíčovými prvky potřebnými pro růst družstevních platform jsou kompetence, financování, výzkum, inkubátory, politika, vzdělávání a solidarita.

Pokud se zmíníme o výhodách, které mají družstevní podniky, ukázalo se, že družstva jsou produktivnější než konvenční podniky, často vzhledem k tomu, že pracovníci jsou více zapojeni do své organizace, mají silnější úroveň důvěry a účinnější sdílení znalostí (Perotin 2016). Čísla naznačují, že začínající družstevní podniky mají téměř dvakrát vyšší pravděpodobnost, že přežijí prvních pět let ve srovnání s tradičními společnostmi. (Co-operatives UK 2018). Rovněž se ukázalo, že družstva mají nižší úroveň fluktuace zaměstnanců, nižší nerovnost v odměňování a nižší míru absence v porovnání s jinými podniky (Ed Mayo 2015).

Platformová družstva by se dala charakterizovat následujícím způsobem, ale je třeba podotknout, že jde spíše o základní definice, přičemž mohou chybět některé nuance různých modelů, které spadají pod široký pojem platformového družstevnictví.

1. Platformová družstva jsou inspirována hnutím „open source“, ale nejsou jím definována: často k němu sice otevřeně přistupují, ale jsou definována spíše dodržováním družstevních než otevřených principů.
2. Jsou více než jen digitální nástroje pro účast / zlepšování správy, ačkoliv takové nástroje budou pravděpodobně součástí jakékoliv platformy s demokratickými rysy.
3. Jsou více než družstva využívající digitální kanály / nabízející digitální služby: platformová družstva se odkazují na online platformy, kde se lidé scházejí, kde platforma řídí podnikání a / nebo vytváří významné závislosti.
4. Jsou to více než technologie, které výlučně posilují pracovníky - tj. technologie pracovníků: platformová družstva mají spotřebitelský rozměr, a tak jdou nad rámec propojení zaniklých pracovních míst a poskytují větší pákový efekt na trhu.

Organizace Družstva Velká Británie (Co-operatives UK), která představuje síť sdružující tisíce družstevních podniků uvádí následující typologii družstevních platforem.

- a) Platforma více zúčastněných stran / komunitní platforma je jasným příkladem družstevní platformy: výrobci a uživatelé produktů / služeb, které platforma

umožňuje a samotní vývojáři platformy, všichni se sdružují jako členové – vlastníci.

- b) Platforma vedená výrobcí. Jedná se o geograficky rozptýlené výrobce, kteří společně prodávají svou produkci prostřednictvím digitální platformy. Výrobci jsou členy-vlastníky, kteří řídí správu družstva. Shromažďování a sladění zájmů je výhradně na straně výrobců a spotřebitelům není umožněno stát se spoluvlastníky.
- c) Konsorcium / pracovní platforma. Jedná se o formát, který umožňuje větší interakci mezi družstvy pracovníků, spíše než mezi autonomními výrobci. V konečném důsledku platforma poskytuje pracovníkům kanál pro poskytování svých služeb, často v konkrétních lokalitách.
- d) Platforma datová. Další možnou variantou je myšlenka modelu vzájemné důvěry, zaměřeného hlavně na vlastnictví a využívání dat. Základem takového modelu je, že „subjekty shromažďují svá data a stanovují podmínky, za kterých mohou být údaje sdíleny“. V souladu s tím je vytvořena vzájemná organizace, která spravuje údaje jménem svých členů, kteří mají jak demokratickou kontrolu, tak spravedlivý podíl na svých ziscích.

Položme si otázku, jak se vlastně liší platformové družstvo od podnikových internetových platforem? Vzhledem k tomu, že platformová družstva jsou spravována a vlastněna svými zaměstnanci a uživateli, je pravděpodobnější, že budou fungovat způsobem, který klade komunitu na první místo. Podnikové platformy pro internet jsou právními předpisy povinny maximalizovat zisk svých akcionářů-vlastníků, takže s větší pravděpodobností budou jednat způsoby, které podkopávají zájem svých uživatelů o dosažení tohoto cíle.

Dále se liší ve mzdě a zabezpečení příjmů pro pracovníky: na podnikové platformě jsou zisky často investovány zpět do společnosti pro další růst. Jinak jdou na akcionáře ve formě dividend, větších platů nebo finančních bonusů pro členy představenstva společnosti. Protože družstva jsou vlastnictvím pracovníků a uživatelů, je zabezpečení příjmů nejvyšší prioritou. Pokud se družstvu daří dobře, jeho vlastníci se rozhodnou zaplatit spravedlivou mzdu. Po započtení

nákladů a reinvestování do družstva jsou veškeré zbytkové příjmy obvykle rozděleny mezi pracovníky – vlastníky družstva.

Rovněž se liší v transparentnosti. Většina podnikových platforem je neurčitá, nebo dokonce tajná ohledně skutečností, jak provozují své podnikání. **Platformová družstva** se svými uživateli **jsou** naproti tomu **transparentní**, pokud jde o informace, jak jsou spravována tak, aby byla demokraticky odpovědná.

K nesporným výhodám družstevních platforem bezesporu patří rozmanitost. Podnikové digitální platformy jsou často kritizovány za nedostatek rozmanitosti a za to, že nereagují na potřeby uživatelů z marginalizovaných komunit. Protože družstevní platformy mají kolektivní rozhodovací procesy, všichni uživatelé mohou snadno a přímo vyjádřit své obavy a hrát významnou roli při navrhování řešení.

ZÁVĚR

Uvedené informace naznačují, že nechat algoritmy řídit ekonomickou aktivitu dále zvýhodňuje privilegované. Kromě toho sektor platformem z velké části neodměňuje přiměřeně ty, kteří nemají bezpečné alternativní zdroje příjmů a zhoršuje stávající formy sociální nerovnosti. Pokud chceme těžit z výhod platformem (a jich je mnoho) bez této temné stránky, bude bezpochyby nutná vyšší úroveň regulace a nové vzorce řízení. Výsledky dosavadních výzkumů napovídají, že platformy fungují nejlépe, pokud mají zaměstnanci alternativní prostředky podpory a účastní se aktivit platformy volně a bez donucení.

Platformová ekonomika umožňuje pracovat těm lidem, kteří dříve pracovat nemohli. Pracovníci platformem mohou využít svůj pracovní čas na jiné časově náročné povinnosti. Mohou se také připojit k práci na dálku a dělat úkoly, které pro ně nejsou k dispozici na místě. Nabídka práce z hlediska svobody v zaměstnání je vzrušující, ale rozmazala staré klasifikace práce. To je to, co způsobuje narušení. Pokud dojde k porušování základních práv, dojde ke snížení standardů. **Z tohoto důvodu je třeba upravit právní postavení pracovníků na platformě.**

Dopady digitálních pracovních platformem na práci a zaměstnanost mohou na jedné straně snížit překážky vstupu na trh práce, a usnadnit pracovní podmínky konkrétních skupin (tj. pracovníků se silnými rodinnými povinnostmi, lidí se zdravotním postižením, mládeže, starších pracovníků, dlouhodobě nezaměstnaných, lidí z rodin migrantů). Na druhé straně se platformy pro digitální práci obvykle opírají o pracovní sílu nezávislých dodavatelů, jejichž podmínky zaměstnání, zastoupení a sociální ochrany jsou přinejlepším nejasné, v nejhorším případě zjevně nepříznivé. Skutečná povaha pracovního poměru je ve většině případů mlhavá. To je obzvláště problematické, protože **status zaměstnání je klíčový pro přístup k sociálnímu zabezpečení, nároky na vzdělání a pokrytí právními předpisy o pracovních podmínkách. Z tohoto důvodu se jeví nezbytné vyjasnění pracovního statusu pracovníků platformy.**

Digitální služby nabývají na důležitosti a pronikají do rostoucího počtu odvětví a činností. Digitálně agilní firmy se úspěšně přizpůsobují probíhající krizi a další rychle reagují na výzvy modelů podnikání. **Pro vlády, které se po pandemii snaží dosáhnout oživení ekonomiky, bude podpora digitální konkurenceschopnosti klíčová.**

Digitální platformy se staly součástí podnikového prostředí. Pro etablované subjekty se **platformová strategie**, prováděná samostatně nebo ve spolupráci, stává **konkurenční nutností**.

Mezi nejvíce diskutované a řešené výzvy související s prací na platformě patří **postavení zaměstnanců**, jejich zastoupení a **sociální ochrana**. Každý z těchto problémů se objevuje i v jiných formách nestandardní práce.

Reakce tudíž mají obvykle minimální systémový účinek, protože nezamýšlejí řešit kořeny problému (např. **malé nebo žádné právo na kolektivní vyjednávání a omezený přístup samostatně výdělečně činných osob k sociální ochraně**). Tradiční způsoby prosazování regulace v oblasti pracovních podmínek, jako je např. inspekce práce, jsou pro práci na platformě méně vhodné. Důvodem je mimo jiné to, že k práci obvykle nedochází ve fyzických prostorách zaměstnavatele.

Zaměstnanecký status zůstává nadále hlavní výzvou na vnitrostátní úrovni i na úrovni EU. Právní pojmy „pracovník“ nebo „zaměstnanec“ jak na úrovni EU, tak i na vnitrostátní úrovni nejsou zcela jasné a konzistentní.

Dobrovolná a nelegislativní opatření měla na některé pracovníky platformy pozitivní účinky. Některé platformy spolupracovaly mezi sebou a se sociálními partnery při zavádění důstojných pracovních podmínek. Příklady v Německu a v Itálii prokazují, že taková opatření lze zavést do praxe a zlepšit podmínky pro online a místní formy práce na platformě. Vnitrostátní orgány a orgány EU by proto **měly zvážit organizaci a podporu dobrovolných a nelegislativních opatření**. Jednou z možností je zavedení mechanismu řešení sporů pro pracovníky platformy. EU a členské státy by také měly zvážit podporu

dobrovolných kodexů chování pro platformy, které by se zavázaly k zajištění spravedlivých pracovních podmínek.

Platformová ekonomika díky své schopnosti navrhovat nové formy sociální interakce a inteligentně využívat digitální technologie, může být jedním z hnacích motorů inovací družstevních společností.

Jednou z možností je snížit závislost pracovníků prostřednictvím širokých sociálních opatření. Jedná se o silnější podporu sociálního zabezpečení nezaměstnaných, základní příjem nebo hromadnější zajištění základních potřeb. Alternativně by mohlo být vyžadováno, aby platformy poskytovaly pravidelné výhody a ochranu pracovníkům, kteří v jejich rámci pracují v podstatě na plný úvazek.

Dalším problémem je, že platformy musí začít sledovat a převzít odpovědnost za uhlíkovou stopu. Svět si nemůže dovolit nový dynamický sektor s vysokou uhlíkovou stopou. Závazky v oblasti transparentnosti údajů jsou zásadní pro vytvoření environmentálně pozitivních politik. Mezi možnosti patří např. uhlíkové daně z ubytování (např. Airbnb) a služby spojené s hailingem (např. Uber, Lyft a další). Platformy by se měly zavázat k silné agendě udržitelnosti a k tomu, aby

Role sociálních partnerů

Zvýšená politizace tohoto tématu otevírá prostor pro kolektivní vyjednávání příslušných subjektů – odborů, zástupců tradičních i nových průmyslových odvětví a samozřejmě politických autorit s cílem navrhovat a definovat pravidla hry.

Zdroje:

<https://www.pwc.ch/en/insights/strategy/shifting-towards-a-platform-business-model.html>

<https://zpravy.aktualne.cz/finance/trh-prace-se-meni-zakonna-pravidla-pro-nove-typy-uvazku-ale/r~a60ce554379a11ea9d020cc47ab5f122/>

<https://www.weforum.org/press/2020/01/leading-platform-companies-commit-to-principles-on-good-platform-work/>

<http://denikreferendum.cz/clanek/30190-prace-pro-platformy-je-v-ceske-republice-rozsirenejsi-nez-jinde-v-evrope>

https://www.ilo.org/global/about-the-ilo/how-the-ilo-works/multilateral-system/g20/leaders-summits/argentina2018/WCMS_713378/lang--en/index.htm

Platform Workers in Europe

https://publications.jrc.ec.europa.eu/repository/bitstream/JRC112157/jrc112157_pubsy_platform_workers_in_europe_science_for_policy.pdf

http://oecdobserver.org/news/fullstory.php/aid/6140/Are_platform_workers_really_their_own_boss_.html

Prassl, Jeremias, *Humans as a Service. The Promise and Perils of Work in the Gig Economy*, Oxford University Press, 2018

<https://www.etuc.org/sites/default/files/publication/file/2018-09/Prassl%20report%20maquette.pdf>

<https://sloanreview.mit.edu/article/the-future-of-platforms/>

<https://www.ilo.org/global/lang--en/index.htm>

<https://newmobility.news/2020/04/14/corona-sharing-economy-on-hardest-trial-ever/>

<https://www.eurofound.europa.eu/publications/article/2020/coronavirus-highlights-sick-pay-void-for-platform-workers>

<https://www.weforum.org/agenda/2020/04/covid-19-digital-foreign-direct-investment-economic-recovery/>

<https://www.cedefop.europa.eu/en/events-and-projects/events/skill-development-workers-platform-economy-anticipating-future-work-and-learning/documents>

<https://www.record-evolution.de/en/on-the-very-idea-of-a-platform-or-why-companies-should-be-looking-into-platform-models/>

The global pandemic:

A big break for delivery platforms <https://www.etuc.org/en/document/red-card-platform-abuses-covid-19-crisis>

http://platformed.info/bigtech-platforms-in-a-post-covid-world-four-big-shifts/?utm_source=rss&utm_medium=rss&utm_campaign=bigtech-platforms-in-a-post-covid-world-four-big-shifts

<https://eur-lex.europa.eu/legal-content/CS/TXT/HTML/?uri=OJ:C:2019:390:FULL&from=EN>

<https://steemit.com/clickworking/@mikecgn/how-to-earn-money-as-a-clickworker-is-it-worth-it-at-all>

https://assets.publishing.service.gov.uk/media/5dfa0580ed915d0933009761/interim_report.pdf

<https://www.ica.coop/en/media/news/can-platform-co-operatives-lead-innovation-digital-world>

https://media.nesta.org.uk/documents/Nesta_Platform_Report_FINAL-WEB_b1qZGj7.pdf

The right digital-platform strategy:

<https://www.mckinsey.com/business-functions/mckinsey-digital/our-insights/the-right-digital-platform-strategy>

<https://www.eurofound.europa.eu/data/platform-economy/typology>

<https://www.etui.org/Publications2/Policy-Briefs/European-Economic-Employment-and-Social-Policy/The-platform-economy-and-the-disruption-of-the-employment-relationship>

Valerio De Stefano (KU Leuven, Institute for Labor Law :

http://regulatingforglobalization.com/2018/12/10/collective-bargaining-of-platform-workers-domestic-work-leads-the-way/?doing_wp_cron=1591693495.9062530994415283203125

<https://policynetwork.org/opinions/essays/the-platform-economy/>

<https://en.wikipedia.org/wiki/Offshoring>

