



Urząd Ochrony Konkurencji i Konsumentów

OCHRONA KONSUMENTA W GOSPODARCE WSPÓŁPRACY W PRAWIE UNII EUROPEJSKIEJ

Anita Kucharska

Warszawa 2019

OCHRONA KONSUMENTA W GOSPODARCE WSPÓŁPRACY W PRAWIE UNII EUROPEJSKIEJ

Anita Kucharska



Warszawa 2019

Wszelkie opinie wyrażone w niniejszym opracowaniu są osobistymi opiniami autora i nie mogą być utożsamiane ze stanowiskiem Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów.

Copyright 2019 Anita Kucharska. Wszelkie prawa zastrzeżone.

Praca magisterska napisana pod kierunkiem prof. UW dr. hab. Roberta Grzeszczaka

ISBN 978-83-64681-16-5

Urząd Ochrony Konkurencji i Konsumentów
pl. Powstańców Warszawy 1 < 00-950 Warszawa
tel. 22 55 60 800 < uokik@uokik.gov.pl
www.uokik.gov.pl

Druk, skład i oprawa:
Drukarnia Piotra Włodarskiego
ul. Ksawerów 21
02-656 Warszawa
Tel. 22 853 50 98, 22 566 42 40

Spis treści

Wykaz akronimów i skrótów	9
Wykaz skróconych nazw aktów prawnych.	10
Wstęp	13
Rozdział I. Gospodarka współpracy jako nowy model ekonomiczny	18
Uwagi ogólne	18
1.1. Przyczyny powstania i rozwoju gospodarki współpracy	19
1.2. Podstawowe pojęcia i podziały	22
1.3. Cechy gospodarki współpracy jako modelu biznesowego	28
1.4. Przyszłość gospodarki współpracy	31
Podsumowanie	32
Rozdział II. Gospodarka współpracy z perspektywy działań podejmowanych przez instytucje Unii Europejskiej	33
Uwagi ogólne	33
2.1. Gospodarka współdzielenia czy gospodarka współpracy? Terminologia używana przez instytucje UE	35
2.2. Szanse i zagrożenia związane z funkcjonowaniem gospodarki współpracy	37
2.3. Zarys podstawowych problemów prawnych związanych z funkcjonowaniem środowiska gospodarki współpracy	39
Podsumowanie	41
Rozdział III. Status prawny użytkowników gospodarki współpracy według unijnego porządku prawnego.	43
Uwagi ogólne	43
3.1. Platformy	45

3.1.1. Ogólne informacje o platformach internetowych	45
3.1.2. Rola platformy w gospodarce współpracy. Przegląd koncepcji	46
3.1.3. Dostęp do rynku – przepisy mające zastosowanie w przypadku platform	54
3.1.4. Relewantność przepisów dotyczących ochrony konsumentów.	60
3.2. Dostawcy usługi podstawowej	61
3.2.1. Ogólne informacje o dostawcach	61
3.2.2. Dostęp do rynku – przepisy mające zastosowanie w przypadku dostawców	64
3.2.3. Relewantność przepisów dotyczących ochrony konsumentów.	65
3.3. Nabywcy usługi podstawowej	65
3.3.1. Ogólne informacje o nabywcach i ich dostępie do rynku.	65
3.3.2. Relewantność przepisów dotyczących ochrony konsumentów.	66
Podsumowanie	67
Rozdział IV. Ochrona konsumentów w unijnym środowisku gospodarki współpracy	68
Uwagi ogólne	68
4.1. Podstawowe problemy prawne związane z ochroną konsumentów w prawie UE – zarys problematyki	70
4.2. Ochrona w relacjach <i>peer-to-business</i>	71
4.2.1. Relewantność przepisów dotyczących ochrony konsumentów w sytuacji P2B	71
4.2.2. Ochrona oparta na podstawie relewantnych przepisów	72
4.3. Ochrona w relacjach <i>peer-to-peer</i>	78
4.3.1. Informacje ogólne	78

4.3.2. Relewantność przepisów dotyczących ochrony konsumentów w sytuacji P2P	79
4.3.3. Ochrona konsumentów oparta na zaufaniu.	80
4.4. Odpowiedzialność (<i>liability</i>) platformy	83
4.5. Obszary wpływające na sytuację konsumentów	85
4.5.1. Prawo ochrony danych osobowych	86
4.5.2. Prawo ochrony konkurencji	87
4.5.3. Jurysdykcja w przypadku rozstrzygania sporów.	88
Podsumowanie	93
Rozdział V. Propozycje modeli prawnych regulujących gospodarkę współpracy	94
Uwagi ogólne	94
5.1. Podstawowe modele prawne	95
5.2. Regulacja w formie przepisów ustanowionych przez instytucje unijne	98
5.3. Miękkie prawo – wytyczne i zasady.	100
5.4. Samoregulacja i współregulacja	101
5.5. Brak regulacji	103
5.6. Monitorowanie – niezbędny element implementacji modeli prawnych	103
5.7. Rekomendowany przeze mnie model prawny – najlepszy dla zapewnienia właściwej ochrony konsumentów.	104
Podsumowanie	110
Zakończenie.	111
Spis tabel	116
Spis rysunków.	117
Bibliografia	118

Źródła sieciowe	119
Badania, sprawozdania i raporty	121
Wykaz aktów prawnych	122
Inne	124
Wykaz dokumentów Komisji	124
Wykaz orzecznictwa	125
Regulaminy platform	125

Wykaz akronimów i skrótów

B2B	<i>Business to business</i> – transakcje między przedsiębiorcami
B2C	<i>Business to consumer</i> – transakcje między przedsiębiorcami i konsumentami
C2B	<i>Consumer to business</i> – transakcje między konsumentami i przedsiębiorcami
C2C	<i>Consumer to consumer</i> – transakcje między konsumentami
Dz. Urz. UE	Dziennik Urzędowy Unii Europejskiej
OECD	Organizacja Współpracy Gospodarczej i Rozwoju
TFUE	Traktat o funkcjonowaniu Unii Europejskiej (wersja skonsolidowana: Dz. Urz. UE Nr C 326/47 z dnia 26.10.2012 r.)
TSUE	Trybunał Sprawiedliwości Unii Europejskiej
UOKiK	Urząd Ochrony Konkurencji i Konsumentów
art.	artykuł
lit.	litera
m.in.	między innymi
np.	na przykład
nr	numer
pkt	punkt
por.	porównaj
późn.	późniejszy
red.	redakcja
r.	rok
s.	strona
tłum. aut.	tłumaczenie autorki
zm.	zmiany
zob.	zobacz

Wykaz skróconych nazw aktów prawnych

Dyrektywa o nieuczciwych postanowieniach umownych	Dyrektywa Rady 93/13/EWG z dnia 5 kwietnia 1993 r. w sprawie nieuczciwych warunków w umowach konsumenckich (Dz. Urz. WE Nr L 95/29 z dnia 21.04.1993 r., z późn. zm.)
Dyrektywa w sprawie niektórych aspektów sprzedaży towarów konsumpcyjnych	Dyrektywa 1999/44/WE Parlamentu Europejskiego i Rady z dnia 25 maja 1999 r. w sprawie niektórych aspektów sprzedaży towarów konsumpcyjnych i związanych z tym gwarancji (Dz. Urz. WE Nr L 171/12 z dnia 07.07.1999 r., z późn. zm.)
Dyrektywa o handlu elektronicznym (dyrektywa <i>E-commerce</i>)	Dyrektywa 2000/31/WE Parlamentu Europejskiego i Rady z dnia 8 czerwca 2000 r. w sprawie niektórych aspektów prawnych usług społeczeństwa informacyjnego, w szczególności handlu elektronicznego w ramach rynku wewnętrznego („Dyrektywa o handlu elektronicznym”) (Dz. Urz. WE Nr L 178/1 z dnia 17.07.2000 r.)
Dyrektywa o nieuczciwych praktykach handlowych	Dyrektywa 2005/29/WE Parlamentu Europejskiego i Rady z dnia 11 maja 2005 r. dotycząca nieuczciwych praktyk handlowych stosowanych przez przedsiębiorstwa wobec konsumentów na rynku wewnętrznym oraz zmieniająca dyrektywę Rady 84/450/EWG, dyrektywy 97/7/WE, 98/27/WE i 2002/65/WE Parlamentu Europejskiego i Rady oraz rozporządzenie (WE) nr 2006/2004 Parlamentu Europejskiego i Rady („Dyrektywa o nieuczciwych praktykach handlowych”) (Dz. Urz. UE Nr L 149/22 z dnia 11.06.2005 r.)
Dyrektywa o uznawaniu kwalifikacji zawodowych	Dyrektywa 2005/36/WE Parlamentu Europejskiego i Rady z dnia 7 września 2005 r. w sprawie uznawania kwalifikacji zawodowych (Dz. Urz. UE Nr L 255/22 z dnia 30.09.2005 r., z późn. zm.)
Dyrektywa usługowa	Dyrektywa 2006/123/WE Parlamentu Europejskiego i Rady z dnia 12 grudnia 2006 r. dotycząca usług na rynku wewnętrznym (Dz. Urz. UE Nr L 376/36 z dnia 27.12.2006 r.)
Rozporządzenie w sprawie prawa właściwego dla zobowiązań pozaumownych (Rzym II)	Rozporządzenie (WE) nr 864/2007 Parlamentu Europejskiego i Rady z dnia 11 lipca 2007 r. dotyczące prawa właściwego dla zobowiązań pozaumownych („Rzym II”) (Dz. Urz. UE Nr L 199/40 z dnia 31.07.2007 r.)

Rozporządzenie w sprawie prawa właściwego dla zobowiązań umownych (Rzym I)	Rozporządzenie Parlamentu Europejskiego i Rady (WE) nr 593/2008 z dnia 17 czerwca 2008 r. w sprawie prawa właściwego dla zobowiązań umownych (Rzym I) (Dz. Urz. UE Nr L 177/6 z dnia 04.07.2008 r.)
Dyrektywa o audiowizualnych usługach medialnych	Dyrektywa Parlamentu Europejskiego i Rady 2010/13/UE z dnia 10 marca 2010 r. w sprawie koordynacji niektórych przepisów ustawowych, wykonawczych i administracyjnych państw członkowskich dotyczących świadczenia audiowizualnych usług medialnych („Dyrektywa o audiowizualnych usługach medialnych”) (Dz. Urz. UE Nr L 95/1 z dnia 15.04.2010 r.)
Dyrektywa w sprawie praw konsumentów	Dyrektywa Parlamentu Europejskiego i Rady 2011/83/UE z dnia 25 października 2011 r. w sprawie praw konsumentów, zmieniająca dyrektywę Rady 93/13/EEG i dyrektywę 1999/44/WE Parlamentu Europejskiego i Rady oraz uchylająca dyrektywę Rady 85/577/EEG i dyrektywę 97/7/WE Parlamentu Europejskiego i Rady (Dz. Urz. UE Nr L 304/64 z dnia 22.11.2011 r., z późn. zm.)
Rozporządzenie w sprawie jurysdykcji i uznawania orzeczeń sądowych oraz ich wykonywania w sprawach cywilnych i handlowych (Bruksela I bis)	Rozporządzenie Parlamentu Europejskiego i Rady (UE) nr 1215/2012 z dnia 12 grudnia 2012 r. w sprawie jurysdykcji i uznawania orzeczeń sądowych oraz ich wykonywania w sprawach cywilnych i handlowych (Dz. Urz. UE Nr L 351/1 z dnia 20.12.2012 r., z późn. zm.)
Dyrektywa ADR	Dyrektywa Parlamentu Europejskiego i Rady 2013/11/UE z dnia 21 maja 2013 r. w sprawie alternatywnych metod rozstrzygania sporów konsumenckich oraz zmiany rozporządzenia (WE) nr 2006/2004 i dyrektywy 2009/22/WE („Dyrektywa w sprawie ADR w sporach konsumenckich”) (Dz. Urz. UE Nr L 165/63 z dnia 18.06.2013 r.)
Rozporządzenie ODR	Rozporządzenie Parlamentu Europejskiego i Rady (UE) nr 524/2013 z dnia 21 maja 2013 r. w sprawie internetowego systemu rozstrzygania sporów konsumenckich oraz zmiany rozporządzenia (WE) nr 2006/2004 i dyrektywy 2009/22/WE („Rozporządzenie w sprawie ODR w sporach konsumenckich”) (Dz. Urz. UE Nr L 165/1 z dnia 18.06.2013 r.)
Dyrektywa techniczna	Dyrektywa (UE) 2015/1535 Parlamentu Europejskiego i Rady z dnia 9 września 2015 r. ustanawiająca procedurę udzielania informacji w dziedzinie przepisów technicznych oraz zasad dotyczących usług społeczeństwa informacyjnego (Dz. Urz. UE Nr L 241/1 z dnia 17.09.2015 r.)

Dyrektywa w sprawie imprez turystycznych (New Travel Package Directive)

Dyrektywa Parlamentu Europejskiego i Rady (UE) 2015/2302 z dnia 25 listopada 2015 r. w sprawie imprez turystycznych i powiązanych usług turystycznych, zmieniająca rozporządzenie (WE) nr 2006/2004 i dyrektywę Parlamentu Europejskiego i Rady 2011/83/UE oraz uchylająca dyrektywę Rady 90/314/EEG (Dz. Urz. UE Nr L 326/1 z dnia 11.12.2015 r.)

Rozporządzenie w sprawie ochrony osób fizycznych w związku z przetwarzaniem danych osobowych (RODO)

Rozporządzenie Parlamentu Europejskiego i Rady (UE) 2016/679 z dnia 27 kwietnia 2016 r. w sprawie ochrony osób fizycznych w związku z przetwarzaniem danych osobowych i w sprawie swobodnego przepływu takich danych oraz uchylenia dyrektywy 95/46/WE („Ogólne rozporządzenie o ochronie danych”) (Dz. Urz. UE Nr L 119/1 z dnia 04.05.2016 r.)

Wstęp

Przedmiotem pracy magisterskiej jest zagadnienie ochrony udzielanej konsumentom w gospodarce współpracy w świetle prawa Unii Europejskiej. Inspirację do rozpoczęcia prac nad tą tematyką stanowił zauważalny wzrost zainteresowania instytucji unijnych działalnością platform współpracy, a zwłaszcza wydany przez Komisję komunikat *Europejski program na rzecz gospodarki dzielenia się*¹.

Dynamiczny rozwój socjologiczno-ekonomicznego zjawiska *collaborative economy* od samego początku swojego istnienia wzbudza kontrowersje. Entuzjaści gospodarki współpracy uwypuklają jej liczne zalety ujawniające się m.in. w postaci wzmożonej integracji pomiędzy użytkownikami, generowania mniejszych kosztów infrastrukturalnych oraz eksploatacyjnych czy możliwości działania w mniej sformalizowanych relacjach. Jednocześnie fenomen ten podlega szeroko zakrojonej krytyce dotyczącej podważania tradycyjnego podziału ról ekonomicznych oraz wykorzystywania próżni prawnej, w jakiej funkcjonuje.

Wielopłaszczyznowość i różnorodność zagadnienia, a przede wszystkim jego wciąż niedookreślony charakter, podlegający nieustannym zmianom sprawiają, że *collaborative economy* powinna stać się przedmiotem dogłębnych interdyscyplinarnych analiz, które pomogą w rozwiązaniu trudności pojawiających się na jej tle. Praca ma być przyczynkiem do rozpoczęcia dyskusji na temat najodpowiedniejszych sposobów uregulowania modelu gospodarki współpracy, które nie tylko zapewnią ochronę użytkowników, ale również nie zahamują jej rozwoju.

Na samym wstępie należy zaznaczyć, że ze względu na braki występujące w obrębie polskiej siatki pojęciowej oraz niedoskonałości w zakresie dostępnych tłumaczeń, w niezbędnym zakresie będą wykorzystywane angielskie wyrażenia. W niektórych częściach pracy, przede wszystkim ze względu na niemożność wyrażenia tożsamego sensu danego fragmentu, zamiast przekładu na język polski zdecydowałam się na pozostawienie oryginalnej wersji językowej. W dokonanych przeze mnie tłumaczeniach ponad dosłowną translację przedłożyłam oddanie ducha tekstu.

Zasadniczy cel badawczy polega na zidentyfikowaniu i opisanu fundamentalnych problemów prawnych, które są związane z funkcjonowaniem gospodarki współpracy, w szczególności w kontekście udzielenia ochrony konsumentom, działającym w jej środowisku. W konsekwencji powyższego drugi istotny cel stanowi próba wskazania propozycji rozwiązań ww. trudności oraz zaproponowanie podstawowych modeli prawnych, które mogą zostać wykorzystane do zbudowania najbardziej optymalnego systemu ochrony konsumentów. Przy okazji realizacji wspomnianych zamierzeń nastąpi próba uporządkowania zasadniczych kwestii związanych z funkcjonowaniem gospodarki współpracy.

Najbardziej odpowiedni model prawny ochrony konsumentów w gospodarce współpracy w prawie Unii Europejskiej wymaga zastosowania istniejących już przepisów (w sytuacjach, kiedy jest to uzasadnione w świetle prawa) oraz uchwalenia nowych regulacji (w niezbędnym do tego zakresie). W przypadku

1 Zob. komunikat Komisji *Europejski program na rzecz gospodarki dzielenia się* COM (2016) 356 final.

zastosowania do środowiska platform współpracy obowiązujących już aktów prawnych, zawarte w nich normy muszą zostać odpowiednio zmodyfikowane, tak by odpowiadały charakterowi *collaborative economy*. Ze względu na niejednorodność zjawiska możliwe jest stworzenie więcej niż jednego modelu prawnego, który byłby dostosowany do potrzeb wynikających z danego typu platformy.

Podjęcie tematyki gospodarki współpracy było podyktowane kilkoma względami. Przede wszystkim gospodarka współpracy jest tematem z jednej strony bardzo aktualnym, a z drugiej nadal nie w pełni zbadanym. Ten nowy model ekonomiczny zyskuje coraz większy udział w ogólnosiwiatowym rynku, co przekłada się na większą liczbę zawieranych w jego ramach transakcji. Pomimo to może niepokoić fakt, iż niewiele jest opracowań dotyczących sposobów funkcjonowania *collaborative economy*, a jeszcze mniej takich, które poruszałby kwestię bezpieczeństwa konsumentów. Z tego względu wszelkie refleksje obejmujące tę materię są niezwykle cenne. Po drugie gospodarka współpracy jest tematyką stosunkowo nową i rodzącą wiele wątpliwości. Zasadne wydaje się postawienie pewnych kluczowych pytań i próba znalezienia odpowiedzi na nie – zwłaszcza, gdy dotyczą one np. pozycji jej użytkowników. Po trzecie *collaborative economy* towarzyszy nieuporządkowana siatka terminologiczna oraz ogólne poczucie chaotyczności i dezorientacji związane z brakiem jednolitego podejścia czy różnorodnością obszarów, na jakich występuje. Powyższe może być wzmagane poprzez podlegający dynamicznym zmianom charakter zjawiska oraz brak wyraźnie określonego kierunku, w którym zmierza. Stosownie do przytoczonych argumentów celowe wydaje się opracowanie i uporządkowanie ww. sfery.

Budząc zainteresowanie wieloaspektowość tematyki jest jednocześnie powodem występowania licznych problemów badawczych. Zaznaczyć trzeba, że środowisko gospodarki współpracy znajduje się obecnie w fazie formowania, co znalazło swoje odzwierciedlenie zarówno w doborze źródeł, jak i samym sposobie analizy ww. zagadnienia. Podczas opracowywania problematyki *collaborative economy* najczęściej napotkać można przeszkodę w postaci albo całkowitego braku koncepcji dotyczących danego zagadnienia, albo występowania szczątkowych, niespójnych jej wersji. Nieusystematyzowane i niezwykle skąpe opracowania doktryny, jak również praktycznie całkowity brak judykatów wydanych w tym zakresie przez Trybunał Sprawiedliwości Unii Europejskiej spowodowały, że praca opiera się głównie na moich autorskich przemyśleniach (wypracowanych na podstawie skromnej liczby dostępnych materiałów).

Ze względu na ograniczone ramy pracy należy podkreślić, że zawarte w niej opracowanie w żadnym razie nie ma wyczerpującego charakteru. Do celów analizy nie należało w szczególności zaprezentowanie wszystkich możliwych zagadnień powiązanych z gospodarką współpracy czy ochroną konsumenta, ale jedynie przedstawienie modelu prawnego, który może znaleźć zastosowanie w relacjach pomiędzy podmiotami gospodarki współpracy. Dobór analizowanych problemów prawnych ma charakter subiektywny, przy czym w ich selekcji kierowałam się doniosłością danej materii w kontekście zapewnienia bezpieczeństwa konsumentom. Z tego względu nacisk został położony na kwestię wewnętrznych podziałów w ramach grup danych użytkowników, więzi pomiędzy poszczególnymi rodzajami podmiotów oraz relewantność istniejących przepisów. Poza obszarem moich badań znalazły się bardziej ogólne (choć również istotne) zagadnienia

collaborative economy dotyczące m.in. kwestii podatkowych, socjalnych czy praw pracowniczych. Z uwagi na ograniczony zakres pracy nie dokonałam głębszej analizy dwóch obszarów, mających istotny wpływ na sytuację konsumentów – ochrony danych osobowych oraz ochrony konkurencji.

Dodatkowo dla zapewnienia kompletności wyводу warto zaznaczyć, że poniższe opracowanie ma za zadanie wskazanie najbardziej właściwego modelu prawnego udzielającego ochrony konsumentom, przy jednoczesnym wyważeniu dwóch dóbr – zapewnieniu bezpieczeństwa nabywcom usług oraz zachowaniu charakteru zjawiska. Analiza koncentruje się na zachowaniu równowagi w doborze instrumentów, które by to umożliwiły. Przede wszystkim ze względu na brak ugruntowanych koncepcji dotyczących ochrony konsumentów skupiłam się na jej pierwszym, fundamentalnym etapie, czyli podstawach prawnych do jej udzielenia i środkach, które ją zapewniają. Poza obszarem moich analiz znalazł się etap drugi w postaci kontroli i egzekwowania ochrony np. przez działania władz państwowych czy urzędów ochrony konkurencji i konsumentów. Wydaje się jednak, że dokonanie takich rozważań byłoby zasadne z pewnej perspektywy czasowej (np. po wdrożeniu części z przedstawionych rozwiązań prawnych) i zasługiwałoby na osobne omówienie.

Praca swoim zakresem obejmuje sytuację konsumentów gospodarki współpracy. Nie wyprzedzając poczynionych w dalszej części pracy rozważań, należy podkreślić, że poza zakresem pracy znajdują się relacje B2B, tj. relacje pomiędzy przedsiębiorcami. Ze względów przedstawionych w kolejnych rozdziałach analizie zostanie poddana sytuacja podmiotów wchodzących w relacje C2C – tzn. jednostek, które nie podlegałyby zakresowi zastosowania dyrektyw konsumenckich.

Należy podkreślić, że wszelkie uwagi poczynione w poniższym opracowaniu ograniczają się wyłącznie do poziomu prawa Unii Europejskiej. Prawo konsumenckie poza szczeblem unijnym jest również regulowane na poziomie krajowym (a nawet regionalnym czy lokalnym). Z racji wyznaczonych na samym początku rozważań granic – refleksje dotyczące bezpieczeństwa konsumentów nie będą wkraczały na obszar prawodawstwa poszczególnych państw członkowskich.

Ograniczony charakter wstępu sprawia, że nie sposób odnieść się w nim kompleksowo do wszystkich istotnych kwestii ani przedstawić całej złożoności kontekstów: socjologicznych, ekonomicznych oraz prawnych, jakie oddziałują na sposób rozumienia zjawiska gospodarki współpracy. Niemniej jednak zostały w nim zarysowane najbardziej znaczące problemy i zagadnienia, które zostaną rozwinięte w dalszej części opracowania.

W poniższej pracy wykorzystano kilka różnych metod badawczych. Mając na względzie cel pracy, poniższe opracowanie oparto głównie na metodzie dogmatycznoprawnej. Zasadność jej użycia wynikała przede wszystkim z możliwości rozpatrzenia na jej tle sytuacji podmiotów funkcjonujących w gospodarce współpracy, a w konsekwencji ustalenia, jakie przepisy dotyczące ochrony konsumentów powinny znaleźć w stosunku do nich zastosowanie. Ponadto w pracy wykorzystano metodę teoretycznoprawną, zwłaszcza w części, która obejmowała prezentację propozycji modeli prawnych (tj. rozdziale piątym). Z powodu multidyscyplinarnego charakteru zjawiska gospodarki współpracy część refleksji została przeprowadzona w oparciu o metodę prawnoekonomiczną z wykorzystaniem elementów statystyki. Chcąc wyraźniej uwypuklić różnice

między porządkami prawnymi wybranych państw członkowskich, w niektórych miejscach posłużono się metodą prawnoporównawczą.

Jak już zostało to wspomniane, z racji tego, że gospodarka współpracy jest stosunkowo nowym modelem ekonomicznym, w literaturze wciąż brakuje monografii, które podejmowałyby się jej przeanalizowania. Z powodu braku kompleksowych opracowań praca została oparta przede wszystkim na obcojęzycznych artykułach naukowych. Należy podkreślić, że korzystanie z nich wiązało się z pewnymi ograniczeniami. Co prawda ww. publikacje zarysowywały pewne problemy prawne, ale odnosiły się one do problematyki platform współpracy w sposób wybiórczy, często nie proponując żadnych konkretnych rozwiązań. Podczas przeprowadzanej analizy szczególnie przydatne były dokumenty wydawane przez instytucje unijne (np. komunikaty Komisji) oraz informacje, badania i raporty wydawane przez niezależne organizacje. Krótki okres istnienia zjawiska nie pozwolił na rozwinięcie się trybunalskiego orzecznictwa. W obszarze platform współpracy TSUE wydało jedynie dwa liczące się judykaty². Tak jak zostało to już wspomniane skromny dostęp do źródeł nie uniemożliwił dokładnego przestudiowania zagadnień *collaborative economy*, ale pozwolił na bardziej twórcze podejście oraz możliwość zaproponowania własnych koncepcji.

Systematyka wewnętrzna pracy obejmuje wstęp, pięć rozdziałów merytorycznych oraz zakończenie.

Wstęp stanowi wprowadzenie do tematyki pracy. Przedstawia on przedmiot badawczy, podstawowe problemy prawne, cele oraz metody badawcze – zastosowane, by możliwie najpełniej zaprezentować dokonane rozważania. Ponadto wskazuje na powody wyłączenia pewnych obszarów z zakresu opracowania.

Rozdział I został poświęcony zagadnieniom ogólnym. Zjawisko gospodarki współpracy zostało przedstawione jako fenomen ekonomiczny. Przede wszystkim zwrócono uwagę na przyczyny powstania nowego modelu biznesowego oraz podkreślono jego nieuporządkowany charakter. W rozdziale tym usystematyzowano siatkę pojęciową oraz wskazano na konstytutywne cechy, które pozwalają zakwalifikować dane zjawisko do środowiska *collaborative economy*. Na końcu zarysowano scenariusze przyszłości, jakie mogą czekać środowisko platform współpracy.

Rozdział II podejmuje tematykę działań instytucji unijnych w obszarze gospodarki współpracy oraz przygotowuje do bardziej szczegółowych rozważań podjętych w dalszej części pracy. W omawianym rozdziale następuje wyjaśnienie zawartości terminologicznych, które mogą się pojawić na gruncie niekonsekwentnego używania siatki pojęciowej. Ponadto zestawiono katalog szans i zagrożeń, jakie niesie za sobą *collaborative economy*, co ma niebagatelne znaczenie przy wyborze odpowiednich środków chroniących konsumentów. W tym miejscu wskazano również podstawowe problemy prawne pojawiające się na tle działalności platform współpracy.

W rozdziale III poczyniono uwagi na temat jednego z podstawowych problemów prawnych, tzn. statusu prawnego podmiotów działających w gospodarce

2 Warto podkreślić, że te dwa wyroki wydane w sprawach związanych z funkcjonowaniem platform współpracy nie odnoszą się w sposób bezpośredni do zagadnienia ochrony konsumentów. Zob. wyrok Trybunału z dnia 20 grudnia 2017 r. w sprawie C-434/15, *Asociación Profesional Elite Taxi przeciwko Uber Systems Spain SL*, ECLI:EU:C:2017:981 oraz wyrok Trybunału z dnia 10 kwietnia 2018 r. w sprawie C-320/16, *Uber France SAS przeciwko Nabilowi Bensalemowi*, ECLI:EU:C:2018:221.

współpracy – platform, dostawców i nabywców usług. W tej części rozważań nastąpiła dokładna analiza i przedstawienie propozycji dotyczącej podziału ról, jakie mogą pełnić użytkownicy. W sposób szczegółowy zaprezentowano możliwe do wystąpienia więzi pomiędzy podmiotami oraz wskazano na podstawę prawną dostępu do rynku. Ponadto wskazano przypadki relacji pomiędzy podmiotami, które pozwalają na zastosowanie istniejących przepisów z zakresu ochrony konsumentów. W tym rozdziale zaprezentowano tezę, że obecnie obowiązujące przepisy z zakresu ochrony konsumentów mogą mieć zastosowanie wyłącznie w relacjach *business-to-peer*.

Rozdział IV zawiera gruntowną analizę problematyki ochrony konsumentów w środowisku gospodarki współpracy. Punkt wyjścia rozważań stanowi rozwinięcie i uzupełnienie katalogu problemów prawnych, które w pierwszej kolejności należy wyjaśnić. W rozdziale – na podstawie przedstawionych wcześniej refleksji – dokonano podziału na ochronę udzielaną w relacjach *business-to-peer* oraz *peer-to-peer*. Następnie dokładnie omówiono relewantne przepisy i możliwe do zastosowania sposoby ochrony udzielanej konsumentom. Przedstawiono dwie tezy o fundamentalnym znaczeniu. Pierwszą o konieczności zastosowania w relacjach *peer-to-peer* odmiennych od obecnie obowiązujących środków ochrony konsumentów. Drugą o zasadności stworzenia dwóch reżimów prawnych opartych na podziale dostawców usług (kryterium bazowałoby na stopniu profesjonalizacji usług). Ponadto przeprowadzono rozważania na temat odpowiedzialności platform oraz zasygnalizowano obszary prawa, mające wpływ na sytuację ochrony konsumentów.

W rozdziale V rozwinięto rozważania z poprzednich rozdziałów. Przede wszystkim wskazano modele prawne, które mogą mieć zastosowanie w przypadku uregulowania ochrony konsumentów w gospodarce współpracy. W dalszej kolejności przeprowadzono dokładną analizę poszczególnych scenariuszy. Na końcu omawianego rozdziału dokonano przedstawienia propozycji autorskiej koncepcji dotyczącej modelu prawnego ochrony konsumentów w gospodarce współpracy. Przedłożono tezę, zgodnie z którą najwłaściwszą koncepcją byłby model mieszany obejmujący: uchwalony przez instytucje unijne nowy akt prawny – dyrektywę platformową (harmonizującą przepisy w sposób zupełny), samoregulację platform (obejmującą m.in. kontrolę nad systemami reputacyjnymi) oraz instrumenty prawa miękkiego.

Zakończenie pracy zawiera reasumpcję analiz i tez zaprezentowanych we wcześniejszych rozdziałach. W połączeniu ze wstępem stanowi całość, pozwalającą na poznanie zasadniczych refleksji wynikających z poniższej pracy. Po raz kolejny podkreślono, że w przypadku zachodzących w *collaborative economy* relacji *peer-to-peer* udzielony konsumentom poziom ochrony powinien być porównywalny, a nie identyczny jak ten funkcjonujący w tradycyjnej gospodarce. W zakończeniu zawarto wnioski o konieczności zachowania równowagi podczas wyboru modelu ochrony konsumentów – najodpowiedniejsze środki powinny zapewniać zarówno bezpieczeństwo interesów nabywców usług, jak i uwzględniać specyficzny charakter zjawiska gospodarki współpracy.

Praca uwzględnia stan prawny na dzień 1 czerwca 2018 r.

Rozdział I. Gospodarka współpracy jako nowy model ekonomiczny

Uwagi ogólne

Jedną z najważniejszych i zarazem najbardziej charakterystycznych cech ludzkości jest jej ciągłe dążenie do rozwoju. Wśród wielu zalet, jakie niesie za sobą wewnętrzne pragnienie zmiany, fundamentalna dotyczy tego, że prowadzi ono do wielopłaszczyznowego postępu, czego dowód stanowi nieodwracalnie zmieniająca się rzeczywistość. Nie ulega wątpliwości, że przeobrażenia społeczne i ekonomiczne zawsze były motywowane wybuchającymi rewolucjami przemysłowymi. Nie dziwi więc, iż w dzisiejszych czasach – czwartej już rewolucji przemysłowej wywołanej i związanej z nowymi technologiami oraz powszechnym do nich dostępem³ – zachodzi podobne zjawisko, w związku z czym tradycyjne modele ekonomiczne przestają być wystarczające.

Poważną konkurencję dla klasycznej gospodarki rynkowej zaczynają stanowić innowacyjne modele biznesowe działające dzięki platformom ekonomii współpracy (ang. *collaborative economy*). Ich istotnym wyróżnikiem jest połączenie elementów dobrze znanych od początków istnienia rasy ludzkiej, tzn. bezpośredniej wymiany dóbr i usług pomiędzy jednostkami z nowymi, tj. zaawansowanymi rozwiązaniami technicznymi w postaci Internetu i urządzeń pozwalających na dostęp do niego. Szacuje się, że w najbliższych latach wzrost roli internetowych platform współpracy będzie znaczący. Jak wynika z raportu PwC, potencjalny globalny przychód osiągnięty w 5 kluczowych sektorach (tj. turystyce, transporcie, usługach finansowych, doborze kadr oraz streamingu muzyki i filmów) zwiększy się z 15 mld dolarów w 2014 r. do około 335 mld dolarów do 2025 r.⁴ To wzrost o ponad 2100%.

Nic zatem dziwnego, że zjawisko współpracy wykorzystujące modele *e-biznesu* coraz częściej staje się przedmiotem zainteresowania ekspertów, naukowców i rządzących. Należy jednak pamiętać o tym, że trend gospodarki współpracy poza ogromnym potencjałem i licznymi możliwościami niesie ze sobą również pewne zagrożenia. Mogą one dotyczyć bezpośrednio nie tylko jej uczestników – ich wpływ będzie miał znaczenie dla całego światowego rynku.

Coraz powszechniejsza rozpoznawalność, a zwłaszcza coraz częstsze używanie platform ekonomii współpracy (prawie co piąty obywatel Unii korzystał z oferowanych przez nie usług⁵) może uzasadniać postawienie tezy o przełomie i wystąpieniu pewnego rodzaju nowego początku w zdawałoby się niepodważalnym i ustabilizowanym porządku gospodarczym wyznaczonym przez tradycyjną gospodarkę wolnorynkową. Wzmocnienie pozycji platform internetowych

3 Zob. więcej K. Schwab, *The Forth Industrial Revolution*, 2017.

4 Raport PwC, *The Sharing Economy. Consumer Intelligence Service*, kwiecień 2015, źródło: https://www.pwc.fr/fr/assets/files/pdf/2015/05/pwc_etude_sharing_economy.pdf [dostęp na: 13.06.2018 r.], s. 14.

5 Flash Eurobarometer 438, *Report The use of collaborative platforms*, marzec 2016, źródło: https://data.europa.eu/euodp/data/dataset/S2112_438_ENG [dostęp na: 13.06.2018 r.], s. 5.

bezsprzecznie ma związek z wieloma czynnikami stanowiącymi podstawę funkcjonowania współczesnych społeczeństw. Digitalizacja, urbanizacja, zachodzące zmiany demograficzne, większa świadomość społeczna dotycząca degradacji środowiska, efektywniejsza eksploatacja już istniejących dóbr – to tylko niektóre z wielu bodźców, które przyczyniają się do szukania i powstawania innowacyjnych rozwiązań m.in. w dziedzinie ekonomii. Z powyższego wynika potrzeba podjęcia próby uporządkowania wiedzy na temat szeroko pojętego zagadnienia ekonomii współpracy, jak również jej pogłębionej analizy i usystematyzowania, co z pewnością przyczyni się do efektywniejszego i pełniejszego wykorzystania drzemiącego w niej potencjału.

Należy podkreślić, że próba dogłębnego zbadania pojęć oraz modeli gospodarki współpracy wraz z ich konstytutywnymi cechami nie stanowi głównego celu tej pracy. Przywołane teorie i pojęcia, jak również moje własne przemyślenia stanowią jedynie tło dla pełniejszego zrozumienia fenomenu, jakim bez wątpienia jest model biznesowy platform internetowych. Zasadnym było jednak zasygnalizowanie pewnych problemów i umieszczenie interdyscyplinarnych rozważań z zakresu nauk społecznych takich jak ekonomia czy socjologia, gdyż pozwoliło to na zarysowanie granic potrzebnych do wyznaczenia zakresu ochrony, jakiej należy udzielić konsumentom uczestniczącym w gospodarce współpracy.

1.1. Przyczyny powstania i rozwoju gospodarki współpracy

W ciągu ostatnich lat modele biznesowe oparte na współpracy ekonomicznej jednostek stały się jednym z najważniejszych ogólnościowych trendów gospodarczych i konsumenckich⁶. Ekonomisci i socjologowie zwracają uwagę na fakt, że obecnie coraz większa liczba ludzi aktywnie bierze udział w współtworzeniu alternatywnych modeli konsumpcji, których zasadnicza rola opiera się na dostępie do dóbr i usług, a nie na prawie własności (tak jak ma to miejsce w tradycyjnej gospodarce)⁷. Wobec powyższego naturalne wydaje się pytanie, co sprawiło, że ludzie tak chętnie decydują się zamienić wypracowywane od lat klasyczne modele gospodarki rynkowej na rzecz dopiero kształtującego się *e-biznesu*. Na to szczególne zainteresowanie zjawiskiem gospodarki współpracy złożyło się co najmniej kilka czynników. Powody te można zakwalifikować do jednej z następujących kategorii: przesłanek technologicznych, socjologiczno-społecznych, gospodarczo-ekonomicznych, środowiskowo-ekologicznych.

Punkt wyjścia i jednocześnie najważniejszy składnik umożliwiający powstanie modeli biznesowych gospodarki współpracy stanowią bez wątpienia czynniki technologiczne związane z dynamicznym rozwojem Internetu, urządzeń mobilnych, platform internetowych oraz obsługiwanych przez nie aplikacji. Rewolucja cyfrowa, a zwłaszcza inkluzywność nowych technologii w fundamentalny sposób odmieniły sposób funkcjonowania współczesnego świata. Stało się tak głównie dzięki nieograniczonym możliwościom, jakie są dostarczane przez wirtualną sieć oraz ich

6 Zob. więcej U. Kalina-Prasznic i J. Ziobrowska, *Sharing economy jako nowy trend konsumencki*, źródło: <http://www.repozytorium.uni.wroc.pl/dlibra/publication/84036/edition/79622/content?ref=desc> [dostęp na: 13.06.2018 r.].

7 M.in. R. Belk, *You Are What You Can Access: Sharing and Collaborative Consumption Online*, "Journal of Business Research" 2014, vol. 67, issue 8.

połączeniu z dynamicznym rozwojem koncepcji Web 2.0⁸, w której to użytkownicy odpowiadają za treści tworzone na stronach internetowych⁹. Te dwa elementy wspólnie doprowadziły do tego, że chęć generowania pewnych treści i dzielenia się nimi z innymi użytkownikami ewoluowała ze zwykłego sposobu komunikowania się (ze znajomymi i nieznanymi) w kierunku jednego z fenomenów światowej gospodarki.

Krytycy platform współpracy podnoszą, że ten model ekonomiczny w rzeczywistości nie jest żadnym *nowum* – stanowi on bowiem konglomerat standardowego podejścia biznesowego z doskonałym marketingowym wizerunkiem¹⁰. Innymi słowy twierdzą oni, że za sukcesem gospodarki współpracy stoi pewnego rodzaju kamuflaż. Wydaje się jednak, że rację mają ci, którzy uważają, że to właśnie Internet jest głównym argumentem na rzecz tezy, że gospodarka współpracy wcale nie stanowi starego modelu konsumpcji¹¹. Mimo widocznych podobieństw z całą pewnością można mówić o zupełnie nowej koncepcji ekonomicznej, a to za przyczyną udziału zaawansowanych technologii, odpowiedzialnych za umożliwienie ludziom współpracy.

Wspomniany wyżej rozwój Internetu oraz powszechny dostęp do niego ma swój udział w powstaniu drugiej grupy powodów umożliwiających rozwój gospodarki współpracy, a mianowicie czynników społeczno-socjologicznych. Nowe technologie spowodowały, że powszechna stała się bezpośrednia komunikacja pomiędzy ludźmi dotychczas niemającymi ze sobą nic wspólnego. Zaowocowało to nie tylko nawiązywaniem nowych znajomości, a także – na co szczególnie zwraca się uwagę – tworzeniem się ruchów oddolnych, stanowiących zaczyn dla koncepcji gospodarki współpracy¹². Współpraca ze skali lokalnej stopniowo zdobywała coraz większy obszar, aż w końcu osiągnęła poziom globalny. Powszechne stało się przekonanie, że działając wspólnie można osiągnąć więcej niż indywidualnie.

Trend gospodarki współpracy został wzmocniony przez zachodzące społeczne i demograficzne zmiany. Należy zauważyć, że korzystanie z platform współpracy doskonale wpisuje się w usposobienie pokolenia Y, czyli osób urodzonych pomiędzy 1981 a 1996 r.¹³ Cechy charakterystyczne przypisywane tzw. *millenialsom*, wśród których wymienia się m.in. niezależność, słabe przywiązanie do zewnętrznych oznak społecznego statusu, otwartość czy chęć poznawania nowych ludzi potęgują zalety usług oferowanych przez platformy internetowe. Pomiedzy zupełnie nieznanymi się osobami za pośrednictwem Internetu tworzone są sieci powiązań, które stanowią bazę dla modeli ekonomicznych opartych na relacjach międzyludzkich.

8 B. Jung, *Debata wokół pojęcia sharing economy i jego miejsca w gospodarce cyfrowej*, „Kolegium Analiz Ekonomicznych Szkoły Głównej Handlowej w Warszawie” 2017, nr 44, s. 2; źródło: http://rocznik-kae.sgh.waw.pl/p/roczniki_kae_z44_12.pdf [dostęp na: 13.06.2018 r.].

9 Tłumaczenie własne definicji hasła Web 2.0. z Oxford Dictionary: *Web 2.0* – drugi etap rozwoju Internetu, charakteryzujący się w szczególności zastąpieniem statycznych stron internetowych stronami dynamicznymi lub zawierającymi treści tworzone przez użytkowników, jak również rozwojem mediów społecznościowych; źródło: https://www.lexico.com/en/definition/web_2.0 [dostęp na: 13.06.2018 r.].

10 B. Sztokfisz, *Gospodarka współdzielenia – pojęcie, źródła, potencjał*, „Zeszyty Naukowe. Uniwersytet Ekonomiczny w Krakowie” 2017, nr 6 (966), s. 91.

11 *Ibidem*, s. 98-99.

12 Ł. Zgiep, *Sharing economy jako ekonomia przyszłości*, „Myśl Ekonomiczna i Polityczna” 2014, nr 4, s. 194.

13 M. Dimock, *Defining generations: Where Millenials end and Post-Millenials begin*, źródło: <https://www.pewresearch.org/fact-tank/2019/01/17/where-millennials-end-and-generation-z-begins/> [dostęp na: 13.06.2018 r.].

Trzecia grupa czynników związana jest ze światową sytuacją ekonomiczną. Kryzys gospodarczy z 2007 r., którego szczyt przypadł na lata 2008-2009 spowodował, że przynajmniej część ludzi straciła zaufanie do podmiotów funkcjonujących w ramach gospodarki wolnorynkowej¹⁴. Narastający sceptycyzm wobec przedsiębiorców i ich działań nie wyeliminował potrzeb konsumentów, ale zrodził potrzebę przeniesienia zawieranych transakcji na zupełnie nowy, niezależny od dotychczasowych reguł grunt. Dodatkowo zastój płynności finansowej wielu przedsiębiorstw przyczynił się do utraty bądź znacznego zmniejszenia zarobków przez pracowników. Na skutek tego zaczęli oni poszukiwać alternatywnych źródeł dochodu i znaleźli je za pośrednictwem platform internetowych. Warto wspomnieć, że funkcjonowanie platform współpracy łączy się ze skracaniem łańcucha dostaw oraz ograniczeniem wielu wydatków, które zwyczajowo wpisane są w działalność profesjonalnych przedsiębiorstw. W związku z tym entuzjaści gospodarki współpracy widzą w niej możliwość zaoszczędzenia znacznych środków finansowych. Powyższe czynniki ekonomiczne przyspieszyły budowę nowych relacji ekonomicznych, na bazie których wykształciła się gospodarka współpracy.

Swój udział w kształtowaniu i propagowaniu koncepcji modelu internetowego biznesu mają również kwestie związane z ochroną środowiska i zrównoważonym rozwojem. Wzrastająca świadomość dotycząca degradacji równowagi ekologicznej spowodowała, że wiele osób w sposób bardziej odpowiedzialny podchodzi do zagadnień związanych z produkcją dóbr i świadczeniem usług. Jak pokazują badania aż 69% konsumentów jest zdania, że nadmierny konsumpcjonizm stanowi zagrożenie dla naszego społeczeństwa i naszej planety¹⁵. Sprzeciw wobec nadmiernej konsumpcji w połączeniu z troską o środowisko naturalne spowodował, że ludzie zaczęli dostrzegać zagrożenia płynące z wszechogarniającego materializmu i stopniowo gotowi są na jego porzucenie. Badania przeprowadzane wśród polskich konsumentów pokazują, że 52% ankietowanych bez trudu mogłoby się obyć bez większości rzeczy, które posiada¹⁶.

Obecnie zauważa się, że świat zmierza w kierunku ery post-własnościowej¹⁷. Jak zostało to już wspomniane, główną wartością nie jest samodzielne posiadanie dobra, ale dostęp do niego. Może to się odbywać w różny sposób np. poprzez współdzielenie, pożyczanie, wynajmowanie, handel wymienny, ponowne używanie, wykonywanie czegoś samodzielnie, wspólne kupowanie¹⁸ – wspominając tylko o tych najbardziej powszechnych formach działań wpisujących się w nurt gospodarki współpracy.

Powyższy przegląd czynników przyczyniających się do powstania platform współpracy w głównym nurcie ekonomicznych koncepcji w żadnej mierze nie jest wyczerpujący, ale stanowi jedynie przyczynek do zrozumienia, skąd wzięto się tak duże zainteresowanie tym modelem *e-biznesu*.

14 C. van der Cruysen, J. de Haan, D.-J. Jansen, *Trust and Financial Crisis Experiences*. DNB Working Papers, sierpień 2013, źródło: https://www.dnb.nl/binaries/working%20Paper%20389_tcm46-295960.pdf [dostęp na: 13.06.2018 r.], s. 12.

15 Havas Worldwide Raport Prosumer, *Nowy typ konsumenta i gospodarka oparta na współdzieleniu*, 2014, źródło: <http://crnavigator.com/materialy/bazadok/389.pdf> [dostęp na: 13.06.2018 r.], s. 9.

16 *Ibidem*, s. 16.

17 R. Belk, *op. cit.*, s. 1599.

18 B. Jaros, *Sharing economy jako ważny trend w obszarze zrównoważonej konsumpcji*, „Handel wewnętrzny” 2016, vol. 364, issue 5, s. 84.

1.2. Podstawowe pojęcia i podziały

Podczas wypracowywania nowych teorii naturalnym jest równoległe tworzenie paradygmatu, który ma za zadanie uporządkować i usystematyzować nowopowstałe zjawisko. W przypadku modelu platform ekonomii współpracy ich niezwykła różnorodność oraz elastyczne podejście w zakresie tego, czym w istocie są, doprowadziły do tego, że obecnie można mówić o występowaniu chaosu pojęciowego, zaciemniającego ogólny odbiór tego zjawiska.

O obfitości siatki terminologicznej najdobitniej świadczy fakt, iż w literaturze w gronie przykładowych, a zarazem najistotniejszych pojęć kwalifikujących się do ogólnej kategorii – terminy związane z platformami ekonomii współpracy – wymienia się¹⁹: *peer economy* (gospodarka rówieśników, P2P), *access economy* (gospodarka dostępności/dostępu), *gig economy* (gospodarka zadaniowa), *shared capitalism* [wspólny kapitalizm – przyp. aut.], *collaborative consumption* [wspólna konsumpcja – przyp. aut.], *sharing economy* [gospodarka współdzielenia; gospodarka dzielenia się – przyp. aut.], *on-demand economy* (gospodarka na żądanie), *circular economy* [gospodarka okrężna w zakresie produkcji – przyp. aut.], *mesh economy* (gospodarka siatkowa/sieciowana), *hippienomics*, *people economy* [ekonomia ludzi – przyp. aut.], *enabling economy* [gospodarka możliwości – przyp. aut.], *empowering economy* [gospodarka wzmacniania/upodmiotowienia – przyp. aut.], *instant gratification economy* [gospodarka natychmiastowej satysfakcji – przyp. aut.], *collaborative economy* (gospodarka współpracy)²⁰. Powyższe wyliczenie w żadnym razie nie jest wyczerpujące i wskazuje jedynie niektóre z licznych pojęć, jakimi opisuje się ekonomię współpracy, przy czym w sposób zdecydowany nakreśla problem zawłości terminologicznej, z jakim trzeba się zmierzyć podczas analizy ww. tematu.

Brak jednolitości podejścia co do kwestii tak elementarnej jak siatka pojęciowa oraz wzrost zainteresowania platformami współpracy w ciągu ostatniej dekady sugerowałyby, że podejście zakładające współpracę jednostek nigdy wcześniej nie stanowiło przedmiotu akademickich rozważań. Jednak takie przeświadczenie jest mylne. Historia terminologii związanej z gospodarką współpracy (a zatem również powolne kształtowanie się jej pierwszych idei) sięga lat siedemdziesiątych ubiegłego wieku, kiedy to wprowadzono pojęcie wspólnej konsumpcji. Wymaga podkreślenia, że istotnie największy postęp dotyczący powstawania pojęć związanych z gospodarką współpracy miał miejsce w ciągu ostatnich dziesięciu lat, kiedy to na skutek rozczarowań spowodowanych kryzysem ekonomicznym z 2007 r. teoretyczne deliberacje przybrały realną formę internetowych platform współpracy. Chronologiczny porządek rozwoju pojęć przedstawia poniższa tabela.

19 Polskie tłumaczenie ww. pojęć umieszczone w nawiasach zwykłych pochodzi z: G. Sobiecki, *Sharing economy – dylematy pojęciowe*, (w:) M. Poniatowska-Jaksch i R. Sobiecki (red.), *Sharing economy (gospodarka współdzielenia)*, Warszawa 2016, s. 27.

20 R. Botsman, *Defining The Sharing Economy: What Is Collaborative Consumption – And What Isn't?*, źródło: <https://www.fastcompany.com/3046119/defining-the-sharing-economy-what-is-collaborative-consumption-and-what-isnt> [dostęp na: 13.06.2018 r.].

Tabela 1. Historyczny rozwój terminów związanych z gospodarką współpracy

Termin	Rok	Autor
<i>Collaborative consumption</i>	1978 ²¹	M. Felson, J.L. Spaeth
<i>Share economy</i>	1984	M.L. Weitzman
<i>Sharing economy</i>	2008	I. Lessig
<i>Collaborative economy</i>	2009	M.C. Jennejohn
<i>Peer-to-peer economy</i>	2010	J. Silver
<i>Mesh economy</i>	2010	I. Gansky
<i>Access economy</i>	2011	J. Blaisdell
<i>On-demand economy</i>	2012	J. Wortham

Źródło: Ł. Zgiep, *Współpracy czy współdzielenia – jaka jest ta nowa ekonomia?*, <http://zgiep.com/wspolpracy-czy-wspoldzielenia-jaka-naprawde-jest-ta-nowa-ekonomia/> [dostęp na: 13.06.2018 r.].

Na samym wstępie, przed rozpoczęciem rozważań dotyczących poszczególnych rodzajów modeli *e-biznesu* oraz ich charakterystyki, należy zaznaczyć, że nie jest dopuszczalne wymienne stosowanie pojęć np. *collaborative economy*, *sharing economy* czy *peer-to-peer economy*. Wszystkie terminy dotyczące gospodarki platform współpracy zachowują swoją odrębność i mimo licznych podobieństw, nazw zaprezentowanych koncepcji nie można uważać za synonimy. Dodatkowo należy zaznaczyć, że w przypadku tłumaczenia pojęć z języka angielskiego zawierających słowo *economy* jego najwłaściwszym polskim odpowiednikiem – ze względu na definiens²² – jest nie ekonomia, ale gospodarka²³.

Powszechnie uważa się, że w przypadku braku chociażby niepełnej definicji czy też fragmentarycznego opisu danego zjawiska, jego zrozumienie może okazać się znacznie utrudnione, o ile w ogóle możliwe. Z tego względu, aby doprowadzić do lepszego zglobienia i rozwoju wspomnianej problematyki, wielu badaczy podjęło próbę uporządkowania terminologii związanej z modelami biznesowej współpracy.

Jedna z najważniejszych koncepcji została opracowana w 2010 r. przez R. Botsman, która zaproponowała bodaj najbardziej rozpowszechnioną siatkę pojęciową opartą na podziale systemu obiegu zasobów²⁴. Przede wszystkim, aby móc odróżnić aplikacje mobilne od rzeczywistej gospodarki współpracy działającej poprzez platformy internetowe²⁵, Botsman posłużyła się 5 kryteriami mającymi pomóc w ustaleniu statusu danego modelu.

Po pierwsze główny pomysł dotyczący założenia biznesu zakłada wykorzystanie nieużywanych lub słabo wykorzystywanych aktywów (tzw. *idling capacity*) – bez

21 Na stronie www autor mylnie podał rok 1976 jako rok powstania terminu, natomiast w istocie pojęcie to zostało wprowadzone dwa lata później w 1978 r. w M. Felson, J.L. Spaeth, *Community Structure and Collaborative Consumption: A routine activity approach*, „American Behavioral Scientist” 1978, vol. 21.

22 Tj. człon definiujący, (w:) *Słownik języka polskiego*, źródło: <https://sjp.pl/definiens> [dostęp na: 13.06.2018 r.].

23 Zob. więcej B. Sztokfisz, *op. cit.*, s. 91.

24 Tłumaczenie pojęć zaproponowanych przez R. Botsman pochodzi z G. Sobiecki, *op. cit.*, s. 29-32.

25 Botsman w nieco żartobliwy sposób porównała to do sytuacji, w której samo zamówienie pizzy poprzez aplikację mobilną miałyby uczynić Pizzę Hut podmiotem gospodarki współpracy. – Zob. R. Botsman, *Defining...*, *op. cit.* [dostęp na: 13.06.2018 r.].

względem na to, czy osiągnęte zyski przybiorą formę pieniężną czy niepieniężną. Po drugie dana firma (platforma) powinna kierować się misją opartą na wartościach takich jak przejrzystość czy autentyczność oraz informować korzystających z niej użytkowników o swoich planach i strategiach (zarówno krótko-, jak i długoterminowych). Po trzecie dostawcy (znajdujący się po stronie podażowej) powinni być m.in. cenieni i szanowani, a firmy (platformy) powinny zapewnić im lepsze życie pod względem ekonomicznym i socjalnym. Po czwarte klienci (znajdujący się po stronie popytowej) powinni korzystać z dóbr i usług w sposób bardziej efektywny, co oznacza, że zapłacą oni za dostęp do nich, a nie za nabycie praw właścicielskich. Po piąte biznes powinien być stworzony na rozproszonych rynkach albo zdecentralizowanych sieciach, tworzących poczucie przynależności, wspólnej odpowiedzialności oraz wspólnych korzyści (przez społeczność, którą budują)²⁶.

Różnice pomiędzy pojęciami w głównej mierze wynikają z tego, iż kładą one nacisk na różne elementy danego systemu np. gospodarka powszechności (*access economy*) koncentruje się na zasięgu, gospodarka współpracy (*collaborative economy*) na podmiotach, a gospodarka współdzielenia (*sharing economy*) na zachowaniu. Nie oznacza to, że modele biznesowe oparte na platformach współpracy nie mogą się przenikać – wręcz przeciwnie, często dochodzi do sytuacji, w której dana platforma pośrednicząca może zostać zakwalifikowana do więcej niż jednego systemu. Za przykład takiej wielorodzajowej platformy może posłużyć np. eBay będący platformą do sprzedaży niepotrzebnych już przedmiotów (*circular economy, collaborative consumption*) czy Couchsurfing łączący osoby, które oferują wolne miejsce do zakwaterowania z osobami poszukującymi darmowego noclegu (*collaborative economy, gift economy, sharing economy*).

Dane dotyczące poszczególnych pojęć i ich zakresu przedmiotowego ujęto w tabeli.

Tabela 2. Terminologia związana z platformami współpracy

Pojęcie	Definicja
<i>access economy</i> gospodarka dostępu	systemy umożliwiające ludziom zapłatę za dostęp do korzyści płynących z dóbr zamiast ich posiadania kluczowa cecha: udostępnianie dóbr zamiast posiadania przykład: Netflix i Spotify (dostęp do elektronicznych materiałów), Zipcar (dostęp do samochodów)
<i>circular economy</i> gospodarka okrężna w zakresie produkcji	systemy generujące najbardziej efektywne wykorzystanie źródeł poprzez maksymalne wydobycie wartości produktów i materiałów podczas ich użycia oraz wydłużenie ich żywotności poprzez ponowne użycie po zakończeniu cyklu życia kluczowa cecha: maksymalizacja użycia produktu lub materiału przykłady: Yerde (możliwość kupienia używanych rzeczy Patagonia), Terracycle (ponowne wykorzystanie śmieci)

26 *Ibidem* [dostęp na: 13.06.2018 r.].

<i>collaborative consumption</i> wspólna konsumpcja	systemy unowocześniające tradycyjne rynkowe zachowania – wynajmowanie, wypożyczanie, zamianę, dzielenie się, wymianę barterową, obdarowywanie – w sposób i na skalę niedostępną przed czasami Internetu kluczowa cecha: zachowanie dotyczące wymiany aktywów staje się bardziej wydajne dzięki technologii przykłady: Airbnb (wynajmowanie domów i niewykorzystanej przestrzeni gościom), eBay (globalna garażowa wyprzedaż; sprzedawanie niechcianych rzeczy na skalę większą niż lokalna, dzięki dostępowi do Internetu)
<i>collaborative economy</i> gospodarka współpracy	systemy odblokowujące wartość z mało wykorzystywanych aktywów poprzez dopasowanie potrzebujących oraz posiadających w sposób pomijający tradycyjnych pośredników i kanały dystrybucji kluczowa cecha: pominięcie tradycyjnych pośredników, które wpływają na dynamikę popytu i podaży przykłady: Food Assembly (kupowanie świeżych produktów prosto od lokalnych rolników), Upcounsel (wybór i zatrudnienie prawnika wprost z „rynku handlowego”), Uber (zamówienie samochodu bezpośrednio do miejsca, które wskaże nabywca usługi)
<i>gift economy</i> gospodarka podarunkowa	systemy umożliwiające dostarczanie dóbr i usług bez natychmiastowej zapłaty lub przyszłego zwrotu kosztów kluczowa cecha: ułatwienie prawdziwego podarowania dobra lub usługi przykłady: Freecycle (dawanie i branie rzeczy za darmo), Couchsurfing (kontakt z lokalnymi mieszkańcami w celu przenocowania u nich [na kanapie] za darmo)
<i>gig economy</i> gospodarka zadaniowa	systemy zrywające z tradycyjnym pojęciem pracy na rzecz indywidualnych zadań, za które niezależni pracownicy otrzymują wynagrodzenie za określony czas kluczowa cecha: zmiana charakteru/natury pracy oraz relacji pomiędzy pracownikiem a dostawcą, konsumentem i pośredniczącą platformą przykłady: TaskRabbit (zapłata za każde wykonane zadanie), Postmates (zapłata za dostawę, której się dokonano)
<i>on-demand economy</i> gospodarka na żądanie	systemy natychmiast dobierające kupujących i sprzedających do dostarczenia dóbr i usług, gdy tylko ludzie tego zażąдают kluczowa cecha: korzyści oparte na czasie wynikające np. z natychmiastowej wygody czy gratyfikacji przykłady: Instacart (dostarczenie zamówionych zakupów w ciągu godziny), Drizly (dostarczenie zamówionego alkoholu w mniej niż godzinę)
<i>peer economy</i> gospodarka rówieśników	systemy łączące kupujących i sprzedających ułatwiające wymianę aktywów bezpośrednio pomiędzy jednostkami kluczowa cecha: użycie mechanizmu <i>peer-to-peer</i> przykłady: Etsy (połączenie wytwórców rękodzieła z osobami chętnymi do zakupu wyjątkowych, unikalnych rzeczy), Lyft (połączenie ludzi szukających transportu samochodowego z kierowcami jeżdżącymi codziennie i oferującymi swoje usługi w ww. zakresie)

<i>rental economy</i> gospodarka wynajmu	systemy umożliwiające wynajmowanie aktywów za opłatą zamiast posiadania ich na własność kluczowa cecha: wynajmowanie aktywów za opłatą przykłady: Rent the Runway (wynajmowanie markowych ubrań stworzonych przez projektantów), Getable (wynajmowanie sprzętu budowlanego)
<i>sharing economy</i> gospodarka współdzielenia, współdzielona, dzielona ²⁷	systemy ułatwiające dzielenie się niewykorzystanymi aktywami lub usługami, za opłatą lub za darmo, bezpośrednio pomiędzy jednostkami lub organizacjami kluczowa cecha: odblokowanie wartości z niewykorzystanych aktywów (miejsca, umiejętności i innych); zachowanie dotyczy współdzielenia przykład: BlaBlaCar (wspólne podróżowanie na długie dystanse dzięki udostępnieniu wolnego miejsca w samochodzie), Peerby (sąsiedzkie współużytkowanie dóbr)

Źródło: Opracowanie własne na podstawie R. Botsman, *The Sharing Economy: Dictionary of Commonly Used Terms*, źródło: <https://medium.com/@rachelbotsman/the-sharing-economy-dictionary-of-commonly-used-terms-d1a696691d12> [dostęp na: 13.06.2018 r.].

W literaturze występują także inne podziały dotyczące zjawiska platform współpracy. Nie jest celem tej pracy przegląd ich wszystkich²⁸, ale warto zwrócić uwagę na jeszcze kilka. Przedmiot kategoryzacji mogą stanowić również sektory, w jakich działają platformy (np. usługi transportowe, wyjmowanie przestrzeni, usługi finansowe, jedzenie, zdrowie, uroda). Obecnie sektorem, w którym gospodarka współpracy ma największy udział są trwałe dobra konsumpcyjne (materialne i niematerialne), stopniowo rośnie także udział usług finansowych (zwłaszcza pożyczek, czego przykładem może być strona Lending Club). Przewiduje się, że kwestią czasu jest, gdy model platform współpracy przeniesienie się do sektora energii czy logistyki²⁹.

Niektóre z podziałów jako kryterium wskazują orientację rynkową, tzn. to, czy dana platforma nastawiona jest na zysk (for profit; np. Airbnb) czy nie (non profit; np. Couchsurfing) oraz strukturę rynku w postaci podmiotów, pomiędzy którymi wytwarzają się relacje (*peer-to-peer*, czyli relacje pomiędzy równorzędnymi podmiotami oraz *business-to-peer*, czyli relacje pomiędzy profesjonalistami a konsumentami)³⁰.

27 Krytykę dot. polskiego tłumaczenia *sharing economy* przeprowadził B. Jung. Zdaniem Junga błędne określenie gospodarka współdzielenia powinno zostać zastąpione określeniem gospodarka współuczestnictwa, gdyż ono lepiej uwypukla dwustronny charakter relacji, jaka zachodzi między podmiotami w tym systemie. Zob. szerzej B. Jung, *Debata wokół pojęcia sharing economy i jego miejsca w gospodarce cyfrowej*, http://rocznikikae.sgh.waw.pl/p/roczniki-kae_z44_12.pdf, [dostęp na 13.06.2018 r.].

28 Przedstawienia części z nich dokonała B. Sztokfisz. — Zob. więcej B. Sztokfisz, *op. cit.*, s. 92-94.

29 C. Russel, *Rachel Botsman on the collaborative economy*, źródło: <http://knowledge.ckgsb.edu.cn/2016/02/02/innovation/rachel-botsman-on-the-collaborative-economy/> [dostęp na: 13.06.2018 r.].

30 J. Schor, *Debating the Sharing Economy*, źródło: <http://greattransition.org/publication/debating-the-sharing-economy> [dostęp na: 13.06.2018 r.].

Tabela 3. Podział platform współpracy ze względu na typ dostawcy i orientację na zysk

		Typ dostawcy	
		Peer-to-peer	Business-to-peer
Orientacja na zysk platformy	Non-profit	Banki czasu	Makerspaces ³¹
	For profit	Airbnb	Zipcar

Źródło: J. Schor, *Debating the Sharing Economy*, <http://greattransition.org/publication/debating-the-sharing-economy> [dostęp na: 13.06.2018 r.].

Podział w oparciu o obszar, jakiego dotyczy działalność ekonomiczna zaproponowała J. Schor poprzez wskazanie 4 podstawowych rodzajów dzielenia się, tj. recykulację towarów (np. eBay), większe wykorzystanie trwałych aktywów (np. Couchsurfing), wymianę usług (np. TaskRabbit) oraz dzielenie się aktywami produkcyjnymi (np. platforma edukacyjna skillshare.com)³².

Tabela 4. Przenikanie się modeli platform

Działanie ekonomiczne (wg podziału J. Schor)	Przykład platformy	Rodzaj gospodarki (wg podziału R. Botsman)
1. Recykulacja towarów	eBay	<i>circular economy, collaborative consumption</i>
2. Większe wykorzystanie trwałych aktywów	Couchsurfing	<i>collaborative economy, gift economy, sharing economy</i>
3. Wymiana usług	TaskRabbit	<i>gig economy</i>
4. Dzielenie się aktywami produkcyjnymi	skillshare.com	<i>collaborative economy, gift economy, sharing economy</i>

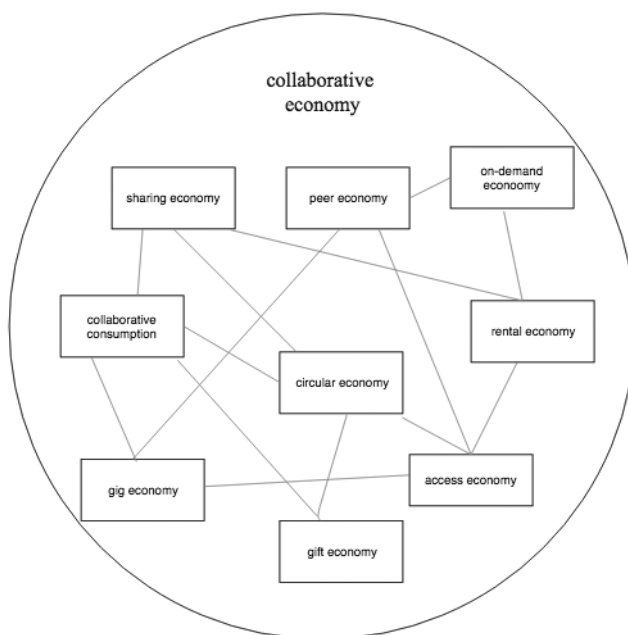
Źródło: Opracowanie własne na podstawie: J. Schor, *op. cit.* [dostęp na: 13.06.2018 r.] oraz R. Botsman, *The Sharing Economy...*, *op. cit.* [dostęp na: 13.06.2018 r.].

Jak dowodzi powyższe zestawienie, przenikanie się modeli platform dokonuje się nie tylko w ramach danej kategorii, ale również w obrębie różnych klasyfikacji. Przyjęcie zbyt wielu punktów odniesienia spowodowało, że podziały w obrębie gospodarki współpracy są niepotrzebnie multiplikowane i wprowadzają zbędne zamieszanie. Po dokonanej przez mnie dokładnej analizie terminologii związanej z modelem biznesu internetowego – w celu uchwycenia sedna problemu i uporządkowania stosowanej terminologii, jak również biorąc pod uwagę podobieństwa i różnice wynikające z zaprezentowanych w tym podrozdziale pojęć – proponuję, aby na potrzeby pracy za najszersze pojęcie uznać gospodarkę współpracy (*collaborative economy*), w ramach której mieściłyby jej bardziej szczegółowe rodzaje (np. *sharing economy*, *access economy*, *on-demand economy*) połączone relacjami w wielostronne sieci.

31 Makerspace to przestrzeń udostępniona dla wspólnej pracy w szkole, bibliotece lub innym prywatnym/publicznym miejscu, gdzie można pracować, uczyć się, odkrywać i dzielić się poprzez używanie nowych, zaawansowanych technologii wobec zwykłych narzędzi. Miejsce to jest ogólne dostępne dla dzieci, dorosłych, ale również dla przedsiębiorców - *What is a Makerspace?*, źródło: <https://www.makerspaces.com/what-is-a-makerspace/> [dostęp na: 13.06.2018 r.].

32 J. Schor, *op. cit.* [dostęp na: 13.06.2018 r.].

Rysunek 1. Wielosieciowe powiązania pomiędzy różnymi pojęciami związanymi z platformami współpracy



Źródło: opracowanie własne.

Uzasadnieniem dla przyjęcia takiej klasyfikacji jest przede wszystkim fakt, że gospodarka współpracy w największym stopniu obejmuje zjawisko relacji występujących pomiędzy podmiotami współużytkującymi środowisko platform internetowych. Definicja odnosząca się do odblokowania w ogóle lub nie w pełni wykorzystywanych aktywów poprzez dopasowywanie nabywców i dostawców dzięki nowym kanałom dystrybucji i powszechnemu dostępowi do nowych technologii³³ jest najwłaściwsza. Po pierwsze ze względu na to, iż dotyczy rdzenia zagadnienia, a po drugie, ponieważ jest na tyle ogólna, że obejmuje pozostałe rodzaje współpracy, jakie mogą zaistnieć w ramach tego *e-biznesu*.

1.3. Cechy gospodarki współpracy jako modelu biznesowego

Nie tylko sformułowanie najdokładniejszej definicji gospodarki współpracy stanowi przedmiot sporu badaczy. Bezpośrednio z braku konsensusu dotyczącego formuły ww. pojęcia wynika problem z określeniem konstytutywnych cech, jakie powinien posiadać model biznesowy, aby mógł być zakwalifikowany do grona internetowych platform współpracy.

Zdaniem Ł. Zgiepa istnieją dwa elementarne składniki gospodarki współpracy: powszechny dostęp do technologii, który jest możliwy dzięki urządzeniom mobilnym oraz *systemy reputacyjne np. gwiazdki, punkty*, czyli w rzeczywistości oceny i opinie

33 R. Botsman, *Defining...*, op. cit. [dostęp: 13.06.2018 r.]

wystawiane przez użytkowników po zakończonej transakcji³⁴. Wydaje się jednak, że zaproponowane powyżej elementy nie są wystarczające. Oczywiście zarówno nowe technologie (tj. Internet wraz z urządzeniami umożliwiającymi dostęp do aplikacji w postaci smartphone'ów czy tabletów), jak i możliwość oceny stanowią trzon zjawiska, niemniej w moim przekonaniu brakuje w nich przynajmniej trzech dodatkowych komponentów.

Po pierwsze należy zwrócić szczególną uwagę na fakt istnienia rozproszonych sieci, w jakich funkcjonują użytkownicy. Wymiana dóbr i usług pomiędzy nabywcami i dostawcami odbywa się na niespotykaną dotychczas skalę. Przeniesienie bliskich, lokalnych relacji na poziom globalny³⁵ sprawiło, że większość transakcji w ramach gospodarki współpracy odbywa się pomiędzy podmiotami sobie nieznanymi. O ile w tradycyjnym modelu rynkowym jest to sytuacja całkowicie naturalna, to w przypadku tej gałęzi ekonomii (zwłaszcza biorąc pod uwagę charakter zachowań podmiotów np. współużytkowanie czy współkupowanie) może budzić to pewne zdziwienie. Rozproszenie sieci wynika nie tylko z ogólnej dostępności do platform. Zdecentralizowanie jest wzmacniane przez możliwość tworzenia się nieograniczonej liczby powiązań oraz milionów pojedynczych relacji zawiązywanych pomiędzy podmiotami. Dodatkowo do rozproszenia dochodzi ze względu na fakt, iż całość oparta jest na funkcjonowaniu Internetu oraz wspomnianej już koncepcji Web 2.0 – nie ma żadnego nadrzędnego, zewnętrznego podmiotu, który sprawowałby nadzór nad zachodzącymi relacjami.

Drugim elementem, bez którego nie można mówić o istnieniu gospodarki współpracy, jest występowanie zaufania pomiędzy jednostkami. Mandat zaufania poniekąd łączy się z systemami reputacyjnymi, ale z pewnością kapitału, jaki niesie ze sobą, nie można sprowadzać go wyłącznie do roli dodatku do ocen i opinii wystawianych przez nabywców. Można powiedzieć, że cała gospodarka współpracy opiera się na zaufaniu³⁶. Gdyby nie chęć do współpracy w postaci współużytkowania, współdzielenia czy współkupowania, rozwój tego modelu nie byłby możliwy. Inicjatywa i aktywne uczestnictwo wynikają z pragnienia ludzi do robienia czegoś wspólnie. Zaufanie jest kluczową wartością, również dlatego że w przypadku gospodarki współpracy podmioty nie znają się, a całość jest w dużym stopniu zanonimizowana³⁷. Nie ulega wątpliwości, że zbudowanie wspólnych fundamentów pod gospodarkę współpracy nie byłoby możliwe bez odpowiednio dużego kredytu zaufania udzielonego zarówno przez nabywców, jak i dostawców.

Ostatni, prawdopodobnie najważniejszy, składnik to wolne zasoby, którymi dysponują i chcą się dzielić strony. Niewykorzystane miejsce w samochodzie, własne umiejętności np. w zakresie znajomości języków, wolne środki finansowe, chęć wspólnego spędzenia czasu – aktywa materialne i niematerialne, czyli wszystko, co ludzie posiadają – dzięki platformom mogą zaoferować innym. Przedmiot obrotu w nowoczesnej gospodarce platform internetowych stanowią nieużywane (w całości lub w części) dobra i usługi. Tak jak już zostało to podkreślone, jednym z głównych

34 Ł. Zgiep, *Współpracy...*, op. cit. [dostęp: 13.06.2018 r.].

35 B. Jung, op. cit., s. 150.

36 *Ekonomia współdzielona korzysta z waluty innej niż pieniądz: z zaufania.* – Zob. więcej R. Botzman, R. Rogers, *What's Mine Is Yours: The Rise Of Collaborative Consumption*, s. 16.

37 Zob. więcej I. Rudawska, *Ekonomia dzielenia się, czyli konsumpcja współdzielona i inne formy alternatywnego dostępu do dóbr*, „Studia Ekonomiczne. Zeszyty Naukowe Uniwersytetu Naukowego w Katowicach” 2016, nr 254, s. 185.

impulsów do współdzielenia aktywów jest chęć ich efektywnego wykorzystania. Częściowo wynika to ze zmian dokonujących się w społeczeństwie np. ruchów antykonsumpcyjnych, częściowo jest efektem bardziej świadomego podejścia do ochrony środowiska i zrównoważonego rozwoju.

Wspomniane części w naturalny sposób uzupełniają główną charakterystykę zjawiska. Dla celów badawczych pracy należy uznać, że model biznesowy gospodarki współpracy do swoich konstytutywnych cech zalicza: powszechny dostęp do technologii internetowej (poprzez urządzenia mobilne), systemy reputacyjne (oceny i opinie), rozproszone i zdecentralizowane sieci powiązań, zaufanie (jako kapitał i podstawa wszelkich działań) oraz niewykorzystywane (w pełni lub w części) wolne zasoby.

Jak podkreślają badacze rozwój modelu biznesowego gospodarki współpracy był możliwy głównie dzięki zmianie podejścia oraz wykorzystaniu społecznych i technologicznych sieci. Doprowadziło to do powstania zupełnie nowego modelu *e-biznesu*. Zgodnie z propozycją wysuniętą przez M. Poniatowską-Jaksch w przypadku *sharing economy* można nazwać go modelem pośrednika ukierunkowanego na klienta³⁸. Biorąc pod uwagę znaczenie ww. określenia oraz po dokonaniu analizy podobieństw i różnic występujących pomiędzy pojęciami gospodarki współdzielenia (termin węższy) oraz gospodarki współpracy (termin szerszy) – w tym przypadku usprawiedliwione i uzasadnione wydaje się zastosowanie wspomnianego wyrażenia również w stosunku do gospodarki współpracy.

Model biznesowy gospodarki współpracy wykorzystuje relację P2P, tj. sytuację, w której odbywające się transakcje zachodzące pomiędzy równorzędnymi podmiotami, posiadającymi te same prawa. W przypadku platform współpracy relacja ta jest jednak jeszcze bardziej wyjątkowa, ponieważ opiera się na *dwoistości (...) relacji – w opisanym modelu można być jednocześnie klientem i przedsiębiorcą*³⁹. Co za tym idzie więzi pomiędzy uczestnikami są relacjami nie tylko dwustronnymi i wzajemnymi, ale w niektórych przypadkach stają się całkowicie równoważne, wręcz identyczne. Warto zaznaczyć, że sama działalność biznesu gospodarki współpracy opiera się na funkcjonowaniu platformy – pośredniczącej w dopasowaniu nabywcy i dostawcy. Dokładna analiza dotycząca podmiotów gospodarki współpracy oraz relacji pomiędzy nimi zostanie przeprowadzona w rozdziale III.

Na marginesie przeprowadzonych rozważań – w celu zapewnienia kompletności obrazu modelu biznesowego gospodarki współpracy – należy wspomnieć, że poza wymienionymi, zasadniczymi cechami poszczególne systemy mogą różnić się w zakresie pozostałych przymiotów. Przykładowy katalog cech, jakie można przypisać modelom *e-biznesu* ukierunkowanym na klientów, przedstawia poniższa tabela.

38 M. Poniatowska-Jaksch, *Modele biznesu w sharing economy*, (w:) M. Poniatowska-Jaksch i R. Sobiecki (red.), *Sharing economy...*, op. cit., s. 58.

39 *Ibidem*, s. 59.

Tabela 5. Cechy modeli biznesowych platform współpracy

	Business Model attributes	Specifications				
Value creation dimension	Platform type	Web-based platform			Mobile app	
	Key activity	Data services		Community building	Content creation	
	Price discovery	Fixed prices	Set by sellers	Set by buyers	Auction	Negotiation
	Review system	User reviews		Review by marketplace	None	
Value delivery dimension	Key value proposition	Price/Cost/Efficiency		Emotional value	Social value	
	Transaction content	Product			Service	
	Transaction type	Digital			Offline	
	Industry scope	Vertical			Horizontal	
	Marketplace participants	C2C		B2C	B2B	
	Geographic scope	Global		Regional	Local	
Value capture dimension	Key revenue stream	Commissions	Subscriptions	Advertising	Service Sales	
	Pricing mechanism	Fixed pricing		Market pricing	Differentiated pricing	
	Price discrimination	Feature based	Location based	Quantity based	None / other	
	Revenue source	Seller	Buyer	Third party	None / other	

Źródło: K. Täuscher, S.M. Laudien, *Understanding platforms business models: A mixed methods study of marketplaces*, "European Management Journal" XXX 2017, 1-11, s. 3.

1.4. Przyszłość gospodarki współpracy

Nie podlega żadnej dyskusji fakt, że *collaborative economy* spowoduje pewne zmiany w funkcjonowaniu tradycyjnej gospodarki wolnorynkowej. Z pewnością trudno dzisiaj przewidzieć, jaki dokładnie scenariusz wzajemnych relacji zostanie zrealizowany, jednak można przypuszczać, że wiele będzie zależało od tego, jak duży udział wśród klasycznych mechanizmów rynkowych uzyska gospodarka współpracy.

Do zagadnienia niewyznaczonego biznesowego kierunku rozwoju, w jakim zmierza gospodarka współpracy odniosła się m.in. J. Schor. W swoich pracach podkreśla ona siłę ogromnego potencjału, jaki niesie ze sobą ten nowy rodzaj gospodarczych powiązań pomiędzy podmiotami. Społeczność P2P wraz z jej zaangażowaniem w procesy współpracy i współdzielenia posiadanych dóbr i usług powodują, że możliwe jest powstanie zupełnie nowego modelu gospodarstwa domowego. Jednocześnie Schor przestrzega przed włączeniem gospodarki współpracy w tryby klasycznej gospodarki rynkowej z obawy przed uniemożliwieniem równomiernego przepływu nowopowstałej wartości ekonomicznej⁴⁰. W istocie rzeczy brak odpowiednich działań może spowodować, że podstawowa wartość, jaką jest chęć kooperacji zostanie stłamszona, a stanowiąca filar równość całkowicie pominięta.

40 J. Schor, *op. cit.* [dostęp na: 13.06.2018 r.].

Eksperci badający mechanizmy funkcjonowania gospodarki współpracy zwracają również uwagę na to, że zalety modelu *e-biznesowego* z czasem będą musiały wpłynąć również na działalność tradycyjnych przedsiębiorców. Zdaniem R. Botsman: *Nie jest tak, że wszystkie przedsiębiorstwa działające w tradycyjny sposób przekształcą się w modele gospodarki rówieśników, ale jej wpływ odcisnie piętno na oczekiwaniach dotyczących usług, personalizacji, przejrzystości i ludzkiej postawy w ten sposób, iż właśnie tego będziemy od nich oczekiwać. Powodem takiego stanu rzeczy będzie to, że gdy otrzymasz taki szczegółowy wgląd w dany produkt, usługę czy osobę (tj. dostawcę), będziesz miał możliwość interakcji jeszcze przed samym zawarciem transakcji, będziesz tego samego oczekiwał od bardziej tradycyjnych podmiotów*⁴¹.

Tak jak niemożliwe okazało się dokładne przewidzenie kierunku rozwoju Internetu i mediów społecznościowych, tak samo nie da się wyznaczyć ostatecznego kształtu, jaki przybierze gospodarka współpracy. Z całą pewnością będzie to model zależny nie tylko od czynników społecznych, ekonomicznych i środowiskowych, stanowiących źródła jego powstania. Jego ostateczna forma zostanie określona także przez czynniki polityczne wpływające na zakres regulacji, jakiej zostanie poddany. W zależności od tego gospodarka współpracy stanie się bardziej lub mniej podobna do klasycznych mechanizmów kapitalizmu.

Podsumowanie

Gospodarka współpracy rozwija się w sposób niezwykle dynamiczny, co uwidacznia się m.in. w powiększającym się gronie platform umożliwiających swoje pośrednictwo w dostępie do towarów i usług oraz we wzrastającej liczbie osób coraz chętniej zamieniających pokoje hotelowe na mieszkania wynajmowane poprzez Airbnb.

Ze względu na powyższe, nie dziwią liczne dysputy i prowadzone na forum publicznym debaty dotyczące istoty, oczekiwań oraz przyszłości platform internetowych. Chaos dotyczący siatki pojęciowej i relacji pomiędzy poszczególnymi rodzajami systemów, nie zawsze udane próby definiowania czy wreszcie brak zgody dotyczący wyznaczenia konstytutywnych cech – to sprawia, że gospodarka współpracy może nie być traktowana z należytą uwagą. Byłoby to krzywdzące i niewłaściwe, gdyż przy odpowiednim ukierunkowaniu gospodarka platform współpracy ma szansę stać się modelem ekonomicznym, który w sposób zasadniczy wpłynie na kształt współczesnego świata⁴².

Jak zostało to już wspomniane, nie da się przewidzieć, w jakim dokładnie kierunku zmierza gospodarka współpracy i jakie ostatecznie jej modele staną się najbardziej znaczące. Nie stoi to jednak na przeszkodzie temu, by podejmować próby uporządkowania zastanych już modeli *e-biznesu* i poddawać je analizie, co pozwoli

41 *It's not that these traditional companies will all move to these peer-to-peer collaborative models, but the impact's going to be on the expectation of service and personalization and transparency and humanness that we will expect from these more traditional service providers because if you get such a detailed window into the product, the service or the person that you're interacting with before you even make any kind of transaction, you're going to expect that from more traditional brands* [- tłum. aut.] – C. Russel, *op. cit.* [dostęp na: 13.06.2018 r.].

42 *O collaborative consumption* jako o jednej z idei, które zmieniają świat: *Today's Smart Choice. Don't Own Share*, (w:) B. Walsh, *10 Ideas That Will Change the World*, źródło: http://content.time.com/time/specials/packages/article/0,28804,2059521_2059717_2059710,00.html [dostęp na: 13.06.2018 r.].

na efektywniejsze z nich korzystanie i wyeliminowanie drzemących w nich wad. Jednocześnie trzeba podkreślić, że pomimo wzrostu zainteresowania tą tematyką, ciągle brakuje opracowań, które w sposób szczegółowy podjęłyby się zbadania jej fenomenu.

Eksperci i komentatorzy zadają sobie pytanie, czy innowacyjny charakter gospodarki współpracy doprowadzi do podważenia istniejącego porządku zaprowadzonego wiele lat temu przez gospodarkę wolnorynkową. Biorąc pod uwagę zasięg internetowych platform współpracy oraz ich wzrastający udział w różnych sektorach rynku (np. Uber w transporcie czy Airbnb w najmie powierzchni), jest to prawdopodobne. Otwartą kwestią pozostaje też wzajemna relacja pomiędzy zachodzącymi zmianami społecznymi a rozwojem platform internetowych oraz ich wpływem na urzeczywistnienie idei zrównoważonego rozwoju⁴³.

Bez względu na przynależność do grona zwolenników czy przeciwników platform gospodarki współpracy, nie da się zaprzeczyć, że w ostatnich latach zyskały one ogromną popularność. Ich działalność wiąże się nie tylko z wieloma szansami, ale sprawia, że poza widocznymi na pierwszym planie zaletami, uwaga musi zostać skierowana również na wady i zagrożenia, jakie jej towarzyszą. Zignorowanie ich może mieć poważne konsekwencje nie dla relacji pomiędzy użytkownikami platform (tj. na płaszczyźnie horyzontalnej), ale również dla rynku ogólnosiękatowego. W związku z powyższym następuje konieczność zgłębienia tej problematyki przez podmioty odpowiedzialne za prowadzenie polityki wewnętrznej i zewnętrznej na danym terytorium, tak by po przeprowadzeniu odpowiednich prac, zaproponowały one najwłaściwsze rozwiązania zapewniające wielopłaszczyznowe bezpieczeństwo.

Rozdział II. Gospodarka współpracy z perspektywy działań podejmowanych przez instytucje Unii Europejskiej

Uwagi ogólne

Rosnąca popularność gospodarki współpracy nie ograniczyła się tylko do obszaru Ameryki Północnej, ale w krótkim czasie dotarła do Europy. Zalety, które przyczyniły się do jej rozwoju za oceanem, także na Starym Kontynencie zaowocowały powstaniem nowych platform współpracy takich jak np. francuski BlaBlaCar czy polski Brainly.pl. Korzyści w postaci bezpośredniego, wygodnego dostępu do usług (jedyne wymóg to urządzenie mobilne z dostępem do Internetu), niższych cen (w porównaniu do tych oferowanych przez podmioty działające na tradycyjnym rynku) czy poczucia tworzenia wspólnoty poprzez współkorzystanie z dóbr, w znacznym stopniu odpowiadają za ekspansję nowego modelu rynku.

Badania przeprowadzone wśród obywateli Unii Europejskiej pokazują, że świadomość w zakresie istnienia platform współpracy jest relatywnie wysoka.

⁴³ J. Schor, *op. cit.* [dostęp na: 13.06.2018 r.].

W 2016 r. 52% ankietowanych odpowiedziało, że posiada wiedzę dotyczącą zjawiska *collaborative economy*⁴⁴ (w tej grupie znalazły się zarówno osoby, które nigdy nie korzystały z oferowanych w jej ramach usług, jak i korzystający – jednorazowo, okazjonalnie i regularnie)⁴⁵, a prawie co piąta osoba (17%) była aktywnym użytkownikiem serwisów oferujących takie usługi⁴⁶. Biorąc pod uwagę nieustannie zwiększający się wpływ Internetu na życie ludzi oraz powstawanie coraz bardziej różnorodnych platform współpracy, można z pełną mocą stwierdzić, że w niedalekiej przyszłości powszechna orientacja w zakresie dotyczącym gospodarki współpracy będzie jeszcze większa.

Zainteresowanie działalnością platform internetowych spowodowało, że także instytucje unijne nie pozostały obojętne wobec tego fenomenu. Początkowo ostrożne podejście z czasem przerodziło się w dość wyraźnie okazywany entuzjazm, skutkujący promowaniem i zachęcaniem do współtworzenia nowego, innowacyjnego modelu biznesowego. Ogromna szansa na odświeżenie rynku, jakiej upatrują w gospodarce współpracy unijni przedstawiciele, jest powodem podjęcia różnorodnych działań, mających na celu wyznaczenie najwłaściwszej drogi rozwoju. Należy podkreślić, że zadanie, jakiego podjęły się instytucje unijne nie jest łatwe. Rozwagi i dalekowzroczności wymaga przede wszystkim wybór odpowiednich środków prawnych, które z jednej strony pozwolą na możliwie jak najbardziej swobodny rozwój tego rodzaju *e-biznesu* (gdyż nadmierna regulacja może spowodować jego spowolnienie, a nawet całkowite zahamowanie), a z drugiej skutecznie zabezpieczą interesy podmiotów w nim uczestniczących (po stronie podażowej, popytowej, jak również platform). Zarysowane problemy pogłębiają się również z powodu trudności przedstawionych w poprzednim rozdziale (brak zgody co do definicji, kłopoty z ustaleniem obowiązujących podziałów, niejednorodność w określeniu relewantnych cech poszczególnych modeli).

Wobec powyższego zasadne wydaje się postawienie sobie kolejnych pytań, na które niełatwo znaleźć jednoznaczne odpowiedzi. Czy istniejące akty prawne mają zastosowanie w przypadku gospodarki współpracy? Jeśli tak, to w jaki sposób? Jeśli nie, to czy należy w ogóle regulować tę sferę? Czy powinna być to regulacja na poziomie UE, czy może powinno się pozostawić swobodę państwom członkowskim? Jaki model jest najwłaściwszy? Jakie są podstawowe obszary, które powinny zostać poddane analizie w kontekście *collaborative economy*? Czy należą do nich ochrona konsumentów, ochrona danych osobowych oraz ochrona konkurencji, czy również przepisy dotyczące prawa pracy i przepisy podatkowe?

To tylko przykładowa lista zagadnień, które mają ogromne znaczenie dla całego zjawiska gospodarki współpracy, ale pozwala ona na dostrzeżenie przynajmniej części problemów natury prawnej, z którymi instytucje Unii oraz państwa członkowskie muszą się zmierzyć. Ze względu na dynamiczny rozwój sytuacji oraz brak wyraźnie zarysowanej przyszłości *collaborative economy*, jest potrzeba działań nie tylko skutecznych, ale również szeroko perspektywicznych. W tym kontekście nieuniknione wydaje się rozważenie przynajmniej kilku różnych

44 *Ibidem*, s. 3.

45 *Ibidem*, s. 4.

46 Odsetek ten jest jeszcze wyższy i wynosi 63% dla osób młodszych (15-39 lat), lepiej wykształconych, mieszkających w miastach (małych, średnich i dużych), które są pracownikami albo są samozatrudnionymi. – Por. Flash Eurobarometer..., *op. cit.*, s. 11.

scenariuszy w zależności od przyjętej wizji dotyczącej preferowanego modelu działania platform współpracy.

Warto podkreślić, że podstawowym zadaniem poniższego rozdziału jest nakreślenie tła do rozważań o gospodarce współpracy, a w szczególności koncepcji regulacji ochrony konsumenta, pochodzenia zaproponowanych środków prawnych, próby uporządkowania najważniejszych cech charakteryzujących podmioty oraz łączących ich więzi, a także scenariuszy dotyczących przyszłości tego zjawiska. Należy zaznaczyć, że celem tego rozdziału nie jest próba całościowego, kompleksowego ujęcia wszystkich zagadnień związanych z problematyką gospodarki współpracy – a jedynie tych, które będą miały kluczowe znaczenie dla prawidłowego zrozumienia koncepcji zaprezentowanych w kolejnych rozdziałach. Analizowana materia została dobrana w sposób subiektywny tak, aby w możliwie najszerszym świetle zaprezentować najbardziej znaczące kwestie.

2.1. Gospodarka współdzielenia czy gospodarka współpracy? Terminologia używana przez instytucje UE

Problemy dotyczące właściwego używania terminologii – przedstawione w rozdziale pierwszym – nie ominęły również instytucji unijnych. Podobnie jak miało to miejsce wśród badaczy i ekspertów zajmujących się opisywaniem zjawiska gospodarki współpracy, także w tym przypadku na początku pracy może towarzyszyć poczucie nieuporządkowania i chaosu. Dodatkowo jest ono wzmacniane przez wysuwającą się na pierwszy plan oraz niedającą się niczym usprawiedliwić niekonsekwencję w wymiennym stosowaniu pojęć, które w żadnym razie nie mogą być traktowane jako synonimy.

Początek unijnego zainteresowania kwestiami nietradycyjnego modelu biznesowego (a zatem również pierwsze użycie terminów związanych z tą tematyką) można datować na rok 2012. Problematyka ta uwidoczniała się przede wszystkim na kanwie rozważań dotyczących zmian gospodarczych i społecznych wpływających na sytuację konsumentów. W komunikacie Komisji – *Europejski program na rzecz konsumentów – Zwiększenie zaufania i pobudzanie wzrostu gospodarczego* – rewolucja cyfrowa oraz zrównoważona konsumpcja (*collaborative consumption*), będące jednymi z czynników wyzwalających nurt związany z gospodarką współpracy, zostały wskazane jako przyszłe wyzwania Unii⁴⁷. Wspomniany dokument w znacznej mierze skoncentrował się jednak na szansach, jakie niosą za sobą ww. zjawiska, prawie całkowicie pomijając tematykę zagrożeń. Największy nacisk został położony na wypływające z nich pozytywne czynniki ekonomiczne w postaci wzrostu gospodarczego czy zwiększenia konkurencji.

Prawdziwe rozpoczęcie prac związanych z zagadnieniami związanymi ze współpracą za pomocą pośredników online łączy się bezpośrednio z ogłoszoną strategią jednolitego rynku cyfrowego dla Europy⁴⁸. Pomimo podjęcia działań na rzecz analizy i wspierania rozwoju platform współpracy, nie zaowocowało to ustaleniem ujednoliconej siatki terminologicznej. W dokumencie w kontekście wzrastającej roli platform internetowych używano pojęcia *sharing economy* (w polskim

47 Komunikat Komisji *Europejski program na rzecz konsumentów – Zwiększenie zaufania i pobudzanie wzrostu gospodarczego* COM (2012) 225 final, s. 4 i 5.

48 Komunikat Komisji *Strategia jednolitego rynku cyfrowego dla Europy* COM (2015) 192 final.

tłumaczeniu jako gospodarka dzielenia się)⁴⁹, jednak termin ten nie został wyjaśniony. Jedyna wzmianka, jaka znalazła się w dokumencie roboczym służb Komisji, dotyczyła natury gospodarki dzielenia się, opisywanej jako zakłócająca spokój, przełomowa (*disruptive*). Nie dała ona jednak żadnego asumptu do zrozumienia ww. terminu⁵⁰. Wobec wielości różnych modeli *e-biznesu* należy poddać krytyce brak chociażby wskazówki na temat sposobu rozumienia ww. terminu. Trudno wyobrazić sobie sytuację, w której możliwe jest analizowanie szans i zagrożeń zjawiska, które nie zostało nawet szczątkowo opisane.

Brak konsekwencji w działaniach instytucji unijnych najlepiej uwidacznia się w tym, że niedługo po ogłoszeniu ww. komunikatu Komisja wydała dokument dotyczący usprawnienia jednolitego rynku, w którym po raz pierwszy pojawił się termin *collaborative economy*⁵¹. Jest to o tyle niezrozumiałe, że nie wyjaśniono powodów, dla których zdecydowano się na odejście od pojęcia *sharing economy*⁵². Po przeprowadzeniu analizy dokumentów roboczych wydanych do ww. komunikatu można przypuszczać, że instytucje unijne niesłusznie utożsamiają pojęcia *sharing economy* i *collaborative economy*⁵³. Jest to działanie o tyle niebezpieczne, że zawężenie rozumienia modelu gospodarki współpracy do zakresu gospodarki współdzielenia może wyeliminować wiele z modeli *e-biznesu* i spowodować namnożenie się problemów związanych z ustaleniem właściwych środków prawnych, jakie powinny mieć zastosowanie. W komunikacie Komisji pojawiła się propozycja definicji *collaborative economy* – gospodarkę tę nazwano kompleksowym ekosystemem usług na żądanie i czasowego korzystania z dóbr w oparciu o kontakty za pośrednictwem platform internetowych⁵⁴. Mając na uwadze rozważania z rozdziału pierwszego, trudno całkowicie pozytywnie ocenić tę próbę. Jej główną wadą jest brak informacji o występującej w systemie wielopodmiotowości czy wzmianki o rozproszonych sieciach zbudowanych na zaufaniu pomiędzy podmiotami.

Przełomowe dla ukształtowania się terminologii dotyczącej opisywanego zjawiska było wydanie przez Komisję komunikatu *Europejski program na rzecz gospodarki dzielenia się*⁵⁵. Sposób rozumienia gospodarki współpracy zaproponowany w ww. dokumencie zdecydowanie lepiej oddaje właściwy charakter badanego zjawiska. Elementy wskazane przez Komisję w postaci: pośrednictwa platform, ogólnie dostępnego czasowego korzystania z rynku dóbr i usług, wyróżnienia trzech rodzajów podmiotów biorących udział w działaniach (z zaznaczeniem, iż możliwe jest dokonanie

49 *Ibidem*, s. 13 i 14.

50 Commission staff working document *A Digital Single Market Strategy for Europe – Analysis and Evidence* SWD (2015) 100 final, s. 4.

51 Komunikat Komisji *Usprawnienie jednolitego rynku: więcej możliwości dla obywateli i przedsiębiorstw* COM (2015) 550 final.

52 Na marginesie warto wspomnieć, że polskie tłumaczenie *sharing economy* i *collaborative economy* w ogóle nie oddało różnicy występujących pomiędzy pojęciami. Obydwa terminy zostały przetłumaczone tak samo – jako gospodarka dzielenia się.

53 *Sometimes also known as, inter alia, collaborative consumption, the sharing economy, peer (P2P) economy, the access economy, etc.* – Fragment pochodzi z: Commission staff working document *A Single Market Strategy for Europe – Analysis and Evidence* SWD (2015) 202 final, s. 4. Wspomniane podejście zostało niejako potwierdzone w innym komunikacie Komisji, gdzie zamienny sposób używania pojęć *sharing economy* i *collaborative economy* ponownie został nie tylko podkreślony, ale również usprawiedliwiony dynamicznym rozwojem zjawiska. – Zob. komunikat Komisji *Europejski...*, *op. cit.* COM (2016) 356, s. 3.

54 Komunikat Komisji *Usprawnienie...*, *op. cit.* COM (2015) 550 final, s. 4.

55 Komunikat Komisji *Europejski...*, *op. cit.* COM (2016) 356 final.

dalszych podziałów) oraz zwrócenie uwagi na sposobność zawierania transakcji odpłatnych albo nieodpłatnych w sposób zasadniczy zmieniły perspektywę patrzenia na problemy prawne mogące zaistnieć w związku z funkcjonowaniem *collaborative economy*⁵⁶. Na pochwałę zasługuje podkreślenie możliwości dostarczania usług przez podmioty zarówno prywatne, jak i profesjonalistów, gdyż pozwala ono na otwarcie się gospodarki współpracy na zupełnie nowe modele rynkowe.

Można powiedzieć, że wydanie komunikatu Komisji COM (2016) 356 final ustabilizowało sytuację niepotrzebnego zamieszania wprowadzonego do siatki pojęciowej. Od tego momentu omawianie modeli *e-biznesu* powinno dotyczyć *collaborative economy* (gospodarki współpracy) w najszerszym znaczeniu – tj. w świetle cech zaprezentowanych w rozdziale pierwszym.

Na marginesie konieczne jest wspomnienie, że polskie tłumaczenie gospodarka dzielenia się – zawarte zarówno w samym tytule komunikatu, jak i w jego dalszej treści – błędnie odnosi się do *sharing economy*, a nie do *collaborative economy* (co można wywodzić z angielskiej wersji dokumentu). Powyższy wniosek wynika przede wszystkim z analizy zakresu przedmiotowego propozycji definicji, która m.in. w odniesieniu do odpłatności transakcji czy udziału podmiotów profesjonalnych jest znacznie szersza niż powszechnie rozumiane znaczenie gospodarki dzielenia się. Biorąc powyższe pod uwagę, w dalszej części pracy polskie nieprawidłowe tłumaczenie zostanie przeze mnie konsekwentnie zastąpione terminem gospodarka współpracy – co, mam nadzieję, rzetelniej odda ducha wersji autentycznej.

2.2. Szanse i zagrożenia związane z funkcjonowaniem gospodarki współpracy

Powstanie modelu biznesowego opartego na platformach współpracy przez Unię Europejską traktowane jest głównie jako szansa na stworzenie nowego rynku, będącego przyczyną znacznego wzrostu gospodarczego. Wśród zalet gospodarki współpracy na pierwszy plan wyłaniają się te związane z kwestiami ekonomicznymi w postaci zwiększenia wydajności oraz powstawania nowych miejsc pracy⁵⁷. W opinii instytucji unijnych zwiększenie zatrudnienia będzie korzystne dla pracowników m.in. ze względu na możliwość tworzenia bardziej elastycznych harmonogramów – od krótkotrwałego zatrudnienia niewykwalifikowanych pracowników po samozatrudnienie w niepełnym wymiarze czasu pracy⁵⁸.

Rozwój gospodarki współpracy stanowi również szansę dla dostawców usług, innowacyjnych przedsiębiorców oraz już istniejących przedsiębiorstw. Otwarcie

56 W myśl komunikatu gospodarka współpracy oznacza modele prowadzenia działalności, w których działalność odbywa się dzięki pośrednictwu platform współpracy, tworzących ogólnie dostępny rynek czasowego korzystania z dóbr lub usług, często dostarczanych przez osoby prywatne. Gospodarka dzielenia się obejmuje trzy kategorie uczestników: (i) usługodawców dzielących się swoimi dobrami, zasobami, czasem lub umiejętnościami – mogą to być osoby fizyczne oferujące usługi okazjonalnie („peers”) lub usługodawcy zawodowo zajmujący się świadczeniem usług („profesjonalni dostawcy usług”); (ii) użytkowników powyższych usług; oraz (iii) pośredników łączących – za pośrednictwem platformy internetowej – dostawców z użytkownikami i ułatwiających transakcje między nimi („platformy współpracy”). Transakcje w ramach gospodarki dzielenia się nie wiążą się zwykle z przeniesieniem własności i mogą być dokonywane odpłatnie lub nieodpłatnie. – Ibidem, s. 3.

57 Komunikat Komisji Strategia..., op. cit. COM (2015) 192 final, s.13.

58 Komunikat Komisji Usprawienie..., op. cit. COM (2015) 550 final, s. 4.

nowego rynku zbytu stanie się dla nich przede wszystkim szansą na osiągnięcie większych zysków. Patrząc z perspektywy konsumentów wzrost znaczenia gospodarki współpracy oznacza dostęp do szerszego wyboru usług i asortymentu⁵⁹ oraz niższe ceny (jako reperkusja zwiększenia siły podażowej)⁶⁰.

Collaborative economy może odnieść pozytywny skutek również w wymiarze proekologicznym. W kontekście idei zrównoważonego rozwoju – leżącej u podłoża działań Unii – większy udział modelu *e-biznesu* platform współpracy oznacza możliwość przyczyniania się do ochrony środowiska. Dzieje się tak poprzez charakterystyczne dla gospodarki współpracy używanie niewykorzystanych zasobów oraz aktywów⁶¹. Ponadto do mocnych stron funkcjonowania platform współpracy można zaliczyć fakt, iż pozwalają one na wytworzenie się więzi pomiędzy jednostkami oraz silniejszej integracji społecznej.

Przy okazji prezentowania zalet warto zwrócić uwagę na korzyści dostrzegane przez zwykłych użytkowników platform. Jak pokazały badania najczęściej przywoływaną zaletą jest wygoda związana z korzystaniem z modelu gospodarki współpracy (41%). W dalszej kolejności respondenci wskazywali aspekt ekonomiczny w postaci tańszych albo w ogóle darmowych usług (33%), możliwość wymiany towarów i usług zamiast zapłaty za ich posiadanie (25%) czy nowy lub inny charakter oferowanych usług (24%)⁶² – co poniekąd można przypisać ciekawości związanej ze skorzystaniem z różniącej się od standardowej formy usługi.

Bazując na powyższych danych można zaryzykować stwierdzenie, że w odniesieniu do głównych korzyści płynących z *collaborative economy* w zależności od punktu widzenia (odpowiednio instytucji unijnych oraz użytkowników platform w postaci podmiotów prywatnych) w inny sposób rozkłada się akcent położony na główny walor – ekonomiczny lub funkcjonalny.

Fenomen gospodarki współpracy łączy się jednak nie tylko z zaletami, ale również wadami stanowiącymi zagrożenie dla jego dalszego rozwoju. Główna kategoria zagrożeń, jakie dostrzegają instytucje unijne, to te związane z kwestiami prawnymi. Dotyczą one w szczególności wystąpienia zupełnie nowych problemów regulacyjnych⁶³ oraz niepewności co do zastosowania istniejących już przepisów. Wątpliwości interpretacyjne rozciągają się na wiele dziedzin – od materii związanej z zezwoleniami, poprzez ochronę konsumentów, przepisy podatkowe, kwestie zabezpieczenia socjalnego aż po różnorakie modele zatrudnienia.

Wskazane niebezpieczeństwa są dodatkowo nasilone poprzez *zacieranie się granic pomiędzy konsumentem a dostawcą, pracownikiem a samozatrudnionym oraz między profesjonalnym a nieprofesjonalnym świadczeniem usług*⁶⁴. Brak jasnych reguł może doprowadzić do powiększenia się istniejącej regulacyjnej szarej strefy. Ponadto brak działań wymierzonych w przeciwdziałanie wskazanym zagrożeniom może w konsekwencji spowodować niekorzystną i trudną do wyeliminowania fragmentację przepisów (zarówno na poziomie unijnym, jak również krajowym i lokalnym).

59 Komunikat Komisji Europejskiej..., *op. cit.* COM (2016) 356 final, s. 2.

60 Commission staff working document *A Single...*, *op. cit.* SWD (2015) 202 final, s. 4.

61 Commission staff working document *European agenda for the collaborative economy – supporting analysis* SWD (2016) 184 final, s. 4.

62 Flash Eurobarometer..., *op. cit.*, s. 15.

63 Komunikat Komisji Europejskiej..., *op. cit.* COM (2015) 192 final, s. 13.

64 Komunikat Komisji Europejskiej..., *op. cit.* COM (2016) 356 final, s. 2.

Powyższe słabe strony znajdują odzwierciedlenie w przeprowadzonych badaniach. Wśród zwykłych użytkowników najpoważniejszy mankament *collaborative economy* (w porównaniu do tradycyjnych modeli gospodarczych) stanowi brak jasnego określenia, jaki podmiot jest odpowiedzialny w przypadku wystąpienia problemów (41%). W dalszej kolejności ankietowani wskazywali następujące wady: generalny brak zaufania wobec przeprowadzania transakcji w Internecie (28%), brak zaufania wobec dostawcy lub sprzedawcy (27%), obawa przed niespełnieniem oczekiwań związanych z towarem lub usługą (27%) czy wreszcie niedostateczna liczba informacji związanych z dostarczaną usługą (17%)⁶⁵.

Jak widać – wspólnym mianownikiem podejścia instytucji unijnych oraz podmiotów korzystających z platform współpracy jest ich postawa wobec zagrożeń. Przybiera ona postać licznych obaw związanych głównie z niedookreślonością zasad funkcjonowania w świecie *collaborative economy*, co w znaczącym stopniu może ograniczać chęć do korzystania z usług oferowanych za pośrednictwem platform współpracy.

Instytucje unijne oraz podmioty prywatne dostrzegają ogromny potencjał tkwiący w gospodarce współpracy. Przedstawiony powyżej przykładowy katalog szans, jakie niesie za sobą analizowany fenomen, wskazuje na możliwość zupełnie nowego otwarcia – nie tylko na płaszczyźnie ekonomicznej, ale również społecznej czy proekologicznej. Nie ulega jednak wątpliwości, że mnogość zalet, jakie związane są z funkcjonowaniem w reżimie *collaborative economy*, nie może jednak całkowicie zrekompensować istniejących wad. Analiza zjawiska z całkowitym pominięciem wynikających z niego zagrożeń może doprowadzić do wypaczenia, a w ostateczności zniechęcenia i zahamowania rozwoju modelu gospodarki platform współpracy. Z tego powodu niezwykle istotne jest kompleksowe oraz racjonalne podejście.

2.3. Zarys podstawowych problemów prawnych związanych z funkcjonowaniem środowiska gospodarki współpracy

Przeprowadzona powyżej analiza dotycząca niejasności związanych z pojęciami pojawiającymi się w dokumentach instytucji unijnych w połączeniu z przeglądem najważniejszych korzyści i zagrożeń pozwala na zarysowanie podstawowych problemów prawnych. Podjęcie jakichkolwiek działań bez próby rozstrzygnięcia poniższych kwestii z całą pewnością można określić jako bezcelowe.

Zasadniczą kwestią wymagającą wyjaśnienia jest odpowiedź na pytanie, czy – a jeśli tak, to w jakim zakresie – należy stosować obecnie obowiązujące przepisy prawne w odniesieniu do gospodarki współpracy. Punkt wyjścia w postaci określenia relewantnych przepisów wydaje się być podstawowym działaniem, które rodzi kolejne dylematy natury prawnej. Badanie możliwości zastosowania przepisów dotyczących tradycyjnych form gospodarki musi być związane z podjęciem czynności mających na celu wyznaczenie odpowiedniego kanonu aktów prawnych, które można w tym przypadku stosować. Podstawą do wskazania powyższych dokumentów powinno być przede wszystkim prawo wtórne UE, a zwłaszcza odpowiednie dyrektywy⁶⁶.

⁶⁵ Flash Eurobarometer..., *op. cit.*, s. 21.

⁶⁶ Lista dyrektyw o kluczowym znaczeniu dla przedstawionej problematyki zostanie wskazana i omówiona w rozdziałach 3. i 4.

W przypadku stwierdzenia niemożliwości zastosowania istniejących już przepisów prawnych, należy rozważyć jakie działania, w jakiej formie oraz przez jakie podmioty powinny zostać podjęte – celem zapewnienia prawidłowego i efektywnego funkcjonowania *collaborative economy*. W praktyce oznacza to konieczność przedstawienia modeli prawnych, zakładających odmienny udział czynników regulujących. Czynniki te mogą przybrać postać m.in. nowo ustanowionych powszechnie obowiązujących przepisów uchwalonych przez instytucje unijne, zasad i standardów wyznaczonych przez podmioty niezależne czy samoregulacji dokonanej przez podmioty-uczestników gospodarki współpracy⁶⁷.

Przy okazji opracowywania modeli prawnych możliwych do wdrożenia na poziomie unijnym i krajowym, niezbędne jest także wzięcie pod uwagę metod mających na celu zapobiegnięcie fragmentacji. W dokumentach dotyczących *collaborative economy* wydawanych przez Komisję wielokrotnie uwypuklana jest konieczność przeciwdziałania tworzeniu się podziałów w przestrzeni prawnej. Główna przyczyna prezentowania tak wyraźnego stanowiska opiera się na obecnych działaniach państw członkowskich, które regulacjami krajowymi próbują wyprowadzić platformy współpracy z próżni prawnej. Niestety ich działania prowadzą do powstania wrażenia chaosu, w którym trudno zorientować się użytkowników⁶⁸. Ze względu na powyższe, warto rozważyć potrzebę podjęcia działań nastawionych na koordynację i harmonizację rynku gospodarki współpracy na poziomie unijnym.

Kolejnym ważnym zagadnieniem jest sytuacja podmiotów uczestniczących w gospodarce współpracy wraz z uwzględnieniem obowiązujących przepisów, jakie mają do nich zastosowanie. Nabywcy, dostawcy i platformy współpracy charakteryzują się różnorodnością nie tylko względem siebie, ale również w ramach swoich grup. Wobec powyższego naturalne wydaje się być postawienie sobie pytań m.in. o cechy charakterystyczne pozwalające na dokonanie ich rozróżnienia czy o naturę łączących ich stosunków⁶⁹.

Z punktu widzenia rozwoju jednolitego rynku cyfrowego sprawą o fundamentalnym znaczeniu jest także prawo dostępu do rynku. Kwestia dopuszczenia do niego podmiotów funkcjonujących w ramach gospodarki współpracy wymaga wyznaczania zakresu zastosowania odpowiednich przepisów. Ten problem prawny jest

67 Propozycja modeli wraz z konkretnymi rozwiązaniami prawnymi zostanie przedstawiona w rozdziale V.

68 Różnice w regulacjach ustanawianych przez poszczególne państwa członkowskie są znaczne. Przykładowo, by móc świadczyć usługi poprzez platformę Airbnb w Słowenii (stan na kwiecień 2017 r.) należy spełnić szereg niezwykle restrykcyjnych wymogów, do których należą m.in. obowiązek zarejestrowania się w słoweńskim rejestrze przedsiębiorców/handlowym (Slovenian Business Register); w przypadku udostępniania mieszkania w bloku – konieczność uzyskania zgody na taką działalność od 75% właścicieli lokali danego budynku; przymus spełnienia kilku technicznych warunków; obowiązek zarejestrowania się w celach odprowadzania podatku VAT oraz nakaz wystawiania faktur. Z kolei w przypadku Chorwacji (stan na kwiecień 2017 r.) dostawcy usługi Airbnb również muszą spełnić określone wymagania dotyczące np. technicznych warunków czy uzyskania urzędowej zgody na wynajem, ale ciężar tych obowiązków jest zróżnicowany w zależności od tego, czy działalności podejmują się osoby prywatne czy przedsiębiorcy. – Zob. więcej P. Mikolič, I. Grlica, P. Peterka, R. Chovanculiak, *Comparative study. The Regulatory Framework of the Collaborative Economy in Central and Eastern Europe*, 2017, źródło: <http://visio-institut.org/wp-content/uploads/2017/10/The-Regulatory-Framework-of-the-Collaborative-Economy-in-Central-and-Eastern-Europe.pdf>, [dostęp na: 13.06.2018 r.], s. 9-10 i 15.

69 Poszczególne grupy podmiotów wraz propozycjami zespołu ich podstawowych cech zostaną zaprezentowane w rozdziale III.

bezpośrednio związany z podziałem podmiotów-użytkowników na kategorie oraz z analizą modeli regulacji prawnych⁷⁰.

Jednym z pierwszoplanowych problemów prawnych jest kwestia wyznaczenia zakresu ochrony poszczególnych dziedzin prawa Unii. W literaturze⁷¹ najczęściej wskazuje się na trzy podstawowe obszary, które wymagają refleksji w kontekście relacji istniejących i przyszłych przepisów oraz gospodarki współpracy: ochronę konsumentów⁷², ochronę danych osobowych⁷³ oraz ochronę konkurencji⁷⁴. Badania związane z ochroną konsumentów prowadzą w szczególności do postawienia pytań o kwestię odpowiedzialności (*liability*), co obecnie wydaje się być problemem węzłowym dla szeroko pojętego rozwoju biznesu platform współpracy.

Zadaniem i jednocześnie zaletą sformułowania sztandarowych problemów prawnych związanych z funkcjonowaniem gospodarki współpracy jest to, że pozwalają one na podjęcie pogłębionej i uporządkowanej refleksji. Należy podkreślić, że ww. sześć podstawowych zagadnień stanowi wyłącznie przykładowy katalog i w żadnej mierze nie ma na celu wyczerpującego ujęcia poruszanej tematyki. Dokonany przeze mnie dobór tematów i obszarów był całkowicie subiektywny, przy czym jego podstawa opiera się na przemyśleniach dotyczących wiodących problemów wymagających opracowania.

Podsumowanie

Zjawisko gospodarki współpracy – z racji swojego dynamicznie zmieniającego się charakteru oraz braku wyraźnie określonego kierunku w jakim zmierza – stanowi ogromne wyzwanie dla instytucji unijnych oraz państw członkowskich. Potencjał tkwiący w tym nowoczesnym modelu ekonomicznym oraz możliwość odświeżenia rynku i wzrostu gospodarczego dostrzega zwłaszcza Komisja Europejska. Wypowiedź komisarz ds. rynku wewnętrznego, przemysłu, przedsiębiorczości i MŚP E. Bieńkowskiej dotycząca tego, że *[g]ospodarka współpracy to szansa dla konsumentów, przedsiębiorców i przedsiębiorstw – pod warunkiem, że dobrze ją wykorzystamy*⁷⁵ może być traktowana jako myśl przewodnia dotychczasowych działań na poziomie UE.

70 Zagadnienie to zostanie przedstawione przy okazji omawiania podmiotów-uczestników w rozdziale III.

71 Zob. szerzej V. Hatzopoulos, *The Collaborative Economy and EU Law*, 2018.

72 Ze względu na tematykę oraz ograniczony zakres przedmiotowy pracy, szczegółowej analizie zostanie poddana wyłącznie materia związana z ochroną konsumentów – patrz rozdział IV.

73 Zob. szerzej V. Hatzopoulos, *Data protection in collaborative economy*, źródło: <https://blogdroiteuropeen.com/2018/04/09/data-protection-in-the-collaborative-economy-by-vassilis-hatzopoulos/> [dostęp na: 13.06.2018 r.].

74 Zob. szerzej D. Vitković, *The Sharing Economy: Regulation and the EU Competition Law*, "Global Antitrust Review" 2016, Issue 9; V. Hatzopoulos, *The collaborative economy and competition law: of undertakings, markets and market power (horizontal issues)*, źródło: <https://blogdroiteuropeen.com/2018/04/16/leconomie-collaborative-et-le-droit-de-la-concurrence-des-entreprises-des-marches-et-du-pouvoir-de-marche-questions-horizontales-par-vassilis-hatzopoulos/> [dostęp na: 13.06.2018 r.] oraz V. Hatzopoulos, *The collaborative economy and competition law: of concerted practices, abuse and more (vertical issues)*, źródło: <https://blogdroiteuropeen.com/2018/04/23/the-collaborative-economy-and-competition-law-of-concerted-practices-abuse-and-more-vertical-issues-by-vassilis-hatzopoulos/> [dostęp na: 13.06.2018 r.].

75 Komunikat prasowy *Europejski program na rzecz dzielenia się*, źródło: http://europa.eu/rapid/press-release_IP-16-2001_en.htm [dostęp na: 13.06.2018 r.].

Skoncentrowanie się na promowaniu integracji oraz znoszeniu istniejących barier, w szczególności poprzez zapobiegnięcie postępującej fragmentyzacji prawa w obszarze *collaborative economy*, z całą pewnością przyczyni się do usunięcia trudności związanych z funkcjonowaniem użytkowników na obszarze jednolitego cyfrowego rynku. Będzie miało to przełożenie na pełniejsze eksploataowanie ekosystemu platform.

Trudności, jakie stoją przed Unią, są związane nie tylko z ustaleniem generalnych regulacji, które miałyby zastosowanie, ale również z zarysowaniem chociażby podstawowych reguł dotyczących poszczególnych sektorów, w jakich funkcjonują użytkownicy platform (przede wszystkim ze względu na ich często diametralnie różny charakter – np. sektor usług związanych z udostępnianiem pomieszczeń a sektor finansowy). Zadania nie ułatwia nie tylko niezwykle rozbudowany rynek, ale również niejednorodność występująca w ramach samych sektorów.

By móc mówić o możliwości rozwoju *collaborative economy* na terytorium Unii Europejskiej sześć zasygnalizowanych przeze mnie powyżej kategorii problemów prawnych musi zostać przeanalizowanych, a następnie odpowiednio opracowanych. Nie mogą one jednak pozostać badane w oderwaniu od pozostałych istniejących przeszkód, do których należą m.in. przestarzałe regulacje prawne, brak politycznego wsparcia do rozwoju platform współpracy, brak dostępu do środków umożliwiających rozwój infrastruktury niezbędnej do obsługi platformy, problemy z brakiem możliwości/ograniczeniami dotyczącymi zawarcia ubezpieczenia czy nawet wymogi posiadania zezwoleń i licencji⁷⁶.

Działania instytucji unijnych, a zwłaszcza Komisji w zakresie umożliwiania rozwoju gospodarce współpracy powinny być kontynuowane. Pozytywnie należy ocenić przede wszystkim dostrzeżenie znaczenia zjawiska i próbę względnie szybkiego zareagowania na jego obecność na rynku. Niestety wydanie szeregu komunikatów, celem rozjaśnienia sytuacji podmiotów w mojej ocenie nie do końca spełniło swoją rolę. Wskazówki udzielone przez Komisję, chociaż przydatne, są zbyt ogólne by mogły w sposób zasadniczy pomóc w funkcjonowaniu środowiska *collaborative economy*. Ocena poszczególnych wytycznych nastąpi przy okazji analizy poszczególnych problemów prawnych omówionych w dalszej części pracy.

76 European Collaborative Economy Forum. *Shared thinking for a collaborative Europe*, źródło: http://eucolab.org/wp-content/uploads/2016/09/Industry-views-survey_FINAL_SCREEN.pdf [dostęp na: 13.06.2018 r.], slajd 9.

Rozdział III. Status prawny użytkowników gospodarki współpracy według unijnego porządku prawnego

Uwagi ogólne

Przedstawienie gospodarki współpracy jako dynamicznie rozwijającego się modelu ekonomicznego oraz zarysowanie sposobu jej funkcjonowania na tle działań podejmowanych przez instytucje unijne pozwala na rozpoczęcie dogłębszych analiz prawnych. Problemy, jakie pojawiają się m.in. w związku z nieprzeprowadzeniem szczegółowych badań nad tym zjawiskiem czy jego niedookreśloną przyszłością – są przyczyną ogromnej niepewności i fragmentacji prawa. Długotrwałe utrzymywanie się takiego stanu niewątpliwie niekorzystnie wpływa nie tylko na rozwój *collaborative economy*, ale przede wszystkim na sytuację jego użytkowników. Z tego względu niezbędne jest przeprowadzenie rozważań, mających na celu wyjaśnienie przynajmniej części pojawiających się wątpliwości.

Punktem wyjścia do rozpoczęcia właściwego wywodu jest określenie zakresu terytorialnego, w jakim poniższa analiza jest przeprowadzana. Jak wynika z problematyki wyznaczonej przez tytuł pracy, przedstawiona materia obejmuje sytuację podmiotów, których zachowanie należy ocenić według reżimu prawa Unii Europejskiej. Wobec powyższego, zastosowanie unijnych aktów prawnych oznacza konieczność zaistnienia związku pomiędzy podmiotami gospodarki współpracy a UE (w praktyce często łączy się to z wystąpieniem elementu transgranicznego)⁷⁷.

W przypadku gospodarki współpracy element transgraniczny wystąpi najczęściej w związku z tzw. bierną swobodą świadczenia usług⁷⁸. Taka okoliczność wystąpi np. gdy platforma ma swoją siedzibę w państwie członkowskim A, dostawca ma swoją siedzibę i świadczy usługi w państwie członkowskim B, natomiast miejsce zamieszkania korzystającego i przemieszczającego się czasowo do państwa B w celu nabycia usługi podmiotu znajduje się w państwie członkowskim C. Do przykładowej biernej swobody świadczenia usług należy sytuacja, w której hiszpański turysta, który wyjechał na urlop do Francji, korzysta tam z serwisu Eataway⁷⁹ oferującego spożywanie posiłków w prywatnych domach mieszkających w Paryżu amatorów-kucharzy, którzy są jednocześnie dostawcami usługi.

77 Zob. więcej o transgraniczności *Traktat o funkcjonowaniu Unii Europejskiej. Komentarz. Tom I*, A. Wróbel (red.), D. Miąsik, N. Półtorak, Warszawa 2012, s. 957-962.

78 Zgodnie z orzecnictwem TSUE prawo do swobodnego świadczenia usług przyznane przez art. 56 TFUE obywatelom państw członkowskich, a zatem obywatelom Unii, obejmuje „bierną” swobodę świadczenia usług, a mianowicie swobodę udania się przez odbiorców usług do innego państwa członkowskiego celem skorzystania tam z usługi, czemu na przeszkodzie nie powinny stać żadne ograniczenia. (...) [S]woboda świadczenia usług obejmowała pierwotnie wyłącznie czynną swobodę świadczenia usług. Dopiero w 1984 r. Trybunał wyraźnie wskazał w ww. wyroku w sprawach połączonych *Luisi i Carbone*, że swoboda świadczenia usług w rozumieniu traktatu obejmuje również bierną swobodę świadczenia usług. — Zob. w szczególności wyrok Trybunału z dnia 24 września 2013 r. w sprawie C-221/11, *Demirkan*, ECLI:EU:C:2013:583, pkt 35 i przytoczone tam orzecznictwo oraz pkt 59.

79 Spółka zarejestrowana w Wielkiej Brytanii. Źródło: <https://www.eataway.com/pl/about> [dostęp na: 26.05.2018 r.].

Ze względu na fakt, iż działalność znakomitej większości platform ma charakter międzynarodowy, a dzięki aplikacjom mobilnym dostęp do nich jest potencjalnie umożliwiony wszystkim obywatelom Unii – dla potrzeb pracy należy uznać, że w przypadku analizowanych scenariuszy w każdym przypadku występuje sytuacja transgraniczna, pozwalająca na zastosowanie prawa unijnego. W mojej ocenie przyjęcie powyższego założenia jest niezbędne dla możliwości zaprezentowania właściwych koncepcji i uniknięcia niepotrzebnych dywagacji dotyczących tego, czy prawo unijne ma w ogóle zastosowanie. W rzeczywistości sytuacja czysto wewnętrzna, kiedy to stosuje się wyłącznie przepisy krajowe, ze względu na główne cechy charakteryzujące gospodarkę współpracy, występuje niezwykle rzadko.

Jedynie na marginesie – celem przedstawienia pełnego obrazu *collaborative economy* – warto wspomnieć, że wiele z działających platform ma swoją siedzibę poza granicami Unii Europejskiej⁸⁰, co jest przyczyną, dla której w takich przypadkach przepisy prawa UE nie znajdują zastosowania. Jak wskazuje się w literaturze podmioty spoza UE otrzymują prawo dostępu do unijnego rynku na mocy umów o wolnych handlu (*free trade agreement*; np. CETA pomiędzy UE a Kanadą) lub poprzez artykuł XVI GATS (np. w przypadku działalności amerykańskich spółek na terytorium UE)⁸¹. Bardziej szczegółowe przedstawienie powyższej problematyki wykracza poza ramy tego opracowania.

W ramach *collaborative economy* możliwe jest tworzenie się czterech rodzajów relacji: C2C (*consumer-to-consumer*; pomiędzy podmiotami równorzędnymi, nieprofesjonalnymi), C2B (*consumer-to-business*; pomiędzy podmiotem nieprofesjonalnym a profesjonalnym), B2C (*business-to-consumer*; pomiędzy podmiotem profesjonalnym a nieprofesjonalnym) oraz B2B (*business-to-business*; pomiędzy podmiotami profesjonalnymi). Ze względu na materię opracowania, która swoim zasięgiem obejmuje wyłącznie kwestie dotyczące konsumentów, koncepcje przedstawione w poniższym rozdziale nie będą podejmowały tematyki relacji występujących pomiędzy przedsiębiorcami (tj. B2B).

Analiza dotycząca podmiotów uczestniczących w modelu gospodarki współpracy musi rozpocząć się od ustalenia podstawowych kategorii, według których należy dokonać ich podziału, a następnie od ustalenia relewantnych przepisów umożliwiających im dostęp do rynku. Dopiero na tej podstawie możliwe jest przedstawienie relacji, jakie łączą poszczególne podmioty, a w konsekwencji ustalenie przypadków, w których można zastosować regulacje dotyczące ochrony konsumentów. Biorąc pod uwagę złożoność problematyki oraz występujące niepewności na gruncie prawa, zaprezentowane koncepcje nie mają charakteru wyczerpującego opracowania. Podjęte rozważania mają charakter próby uporządkowania zawitej tematyki i są jedynie przyczynkiem do podjęcia dalszych refleksji.

80 Do grona takich platform należy zaliczyć np. Crowdspring, czyli platformę z siedzibą w Chicago, która zajmuje się dopasowywaniem projektantów i osób zainteresowanych zamówieniem projektu np. szyldu, logo, grafiki. Z kolei część platform założonych poza terytorium państw członkowskich (np. w Stanach Zjednoczonych) otworzyła siedziby swoich spółek również w UE. Przykładem takiej platformy jest Airbnb, której siedziba znajduje się w Irlandii. – Źródło: <https://www.airbnb.pl/about/company-details> [dostęp na: 13.06.2018 r.].

81 Zob. więcej V. Hatzopoulos, *Market Access in the Collaborative Economy*, <https://blogdroiteuropeen.com/2018/03/19/market-access-in-the-collaborative-economy-by-vassilis-hatzopoulos/> [dostęp na: 13.06.2018 r.].

3.1. Platformy

3.1.1. Ogólne informacje o platformach internetowych

Platformy internetowe, pomimo pełnienia niezwykle istotnej roli w budowie jednolitego rynku cyfrowego, jak dotąd nie doczekały się legalnej definicji. Ich działalność najczęściej charakteryzuje się jako *oferowanie infrastruktury oraz umożliwianie interakcji pomiędzy dostawcami a użytkownikami na potrzeby świadczenia usług, dostawy towarów, treści cyfrowych i informacji – w trybie online*⁸². Powyższe sformułowanie ma charakter bardzo ogólny i w związku z tym nie może stanowić samodzielnego kryterium kategoryzowania platform. Pomimo to stanowi dobry punkt wyjścia do stworzenia bardziej precyzyjnych definicji.

Brak przepisu tworzącego autonomiczną, unijną definicję platformy nie oznacza, że nie podjęto czynności mających na celu jej stworzenie. W szczególności Komisja w ramach publicznych konsultacji przystąpiła do takich działań⁸³, jednakże przedstawiona przez nią propozycja została poddana uzasadnionej krytyce. Nieprzychylność środowiska wynikała przede wszystkim ze zbyt obszernego zakresu przedmiotowego, który według ankietowanych w przyszłości musiałby doprowadzić do rewizji uregulowania. Dodatkowo respondenci wskazywali na istnienie kolizji pomiędzy rolą platformy a działalnością pośrednictwa internetowego (*online intermediation*), które może ona świadczyć.

W istocie wydaje się, że propozycja definicji nie ujmuje w sposób wystarczająco precyzyjny sedna roli, jaką odgrywa platforma. Samo wskazanie na umożliwienie interakcji oraz pośrednictwo nie mogą zostać uznane za wystarczające. Przy okazji próby stworzenia ww. definicji całkowicie zignorowano przejawy działalności w postaci np. aktywnej roli platformy jako strony ustalającej warunki umowy zawieranej pomiędzy nabywcą a dostawcą⁸⁴, czy w ogóle platformy jako dostawcy usługi podstawowej (*underlying service provider*). Pominięcie tej problematyki jest o tyle kłopotliwe, że w dalszych rozważaniach odciska ono piętno m.in. na sposobie kształtowania się odpowiedzialności platformy za niewykonanie albo nienależyte wykonanie zobowiązania.

82 Dokument roboczy służb Komisji Wytyczne dotyczące wykonania/stosowania dyrektywy 2005/29 w sprawie nieuczciwych praktyk handlowych SWD (2016) 163 final, s. 134.

83 „Online platform” refers to an undertaking operating in two (or multi)-sided markets, which uses the Internet to enable interactions between two or more distinct but interdependent groups of users so as to generate value for at least one of the groups. Certain platforms also qualify as Intermediary service providers. [„Platforma internetowa” odnosi się do podejmowania działalności na dwu – lub wielostronnych rynkach, które za pomocą Internetu umożliwiają interakcje pomiędzy dwoma lub więcej, odrębnymi i niezależnymi grupami użytkowników, co ponadto generuje zyski dla przynajmniej jednej z grup. Dodatkowo wybrane platformy zaliczają się do usługodawców będących pośrednikami. – tłum. aut.] – Fragment pochodzi z: *Ankiety: Regulatory environment for platforms, online intermediaries, data and cloud computing and the collaborative economy*, źródło: <https://ec.europa.eu/digital-single-market/en/news/public-consultation-regulatory-environment-platforms-online-intermediaries-data-and-cloud> [dostęp na: 13.06.2018 r.].

84 Co jest zjawiskiem bardzo częstym. Jedną z najbardziej rozpoznawalnych platform, które decydują o warunkach umów pomiędzy korzystającymi z niej użytkownikami jest Uber. Ceny pobierane za przejazd są ustalane przez algorytm z uwzględnieniem systemu *surge pricing*. Zdaniem Ubera kierowcy zawsze mogą mieć wpływ na cenę, poprzez możliwość jej obniżenia po wykonaniu kursu. Powyższe stanowisko wydaje się być niezgodne z rzeczywistością. Przede wszystkim dokonanie obniżenia ceny nie jest możliwe, w przypadku gdy opłata pobierana jest w sposób bezgotówkowy (przelewem), automatycznie z konta danego użytkownika po zakończeniu wykonania usługi. – Zob. więcej <https://www.uber.com/pl/drive/partner-app/how-surge-works/> [dostęp: 13.06.2018 r.].

Ze względu na spełnianie różnorodnych funkcji czy posiadanie charakterystycznych cech dokonuje się podziału platform na kilka kategorii, wśród których najpopularniejsze są: wyszukiwarki (Google, Bing), media społecznościowe (Facebook, Twitter), serwisy do prezentacji opinii użytkowników (Tripadvisor), porównywarki (trivago.com, booking.com), platformy współpracy (Airbnb, Uber, BlaBlaCar), platformy *e-commerce* (rynki; Zalando, Amazon, eBay), sklepy z aplikacjami (Apple App Store, Google Play), czy platformy zakupów grupowych (Groupon)⁸⁵. Rozmaitość i podział platform współpracy może wynikać również z ich zasięgu terytorialnego – od platform względnie małych, umożliwiających funkcjonowanie lokalnych inicjatyw, po ogromne, międzynarodowe przedsiębiorstwa⁸⁶.

Wszystkie platformy internetowe, w tym także te wskazane powyżej, posiadają pewien zestaw cech wspólnych. W szczególności należą do nich: zdolność do tworzenia i kształtowania nowych rynków oraz organizowania nowych form uczestnictwa w działalności lub jej prowadzenia w oparciu o gromadzenie, przetwarzanie i edytowanie dużych ilości danych, odgrywanie kluczowej roli w tworzeniu wartości cyfrowych oraz działanie na wielostronnych rynkach⁸⁷. Kluczowe znaczenie dla gospodarki współpracy ma zwłaszcza ten ostatni przymiot związany z funkcjonowaniem na dwu – albo nawet wielostronnych rynkach (*two or even multisided markets*)⁸⁸. Przede wszystkim wynika to z faktu, że umożliwia on dzielenie się niewykorzystanymi dobrami i usługami na skalę dotychczas niespotykaną oraz bezpośrednio przekłada się na więzi, jakie powstają między samymi użytkownikami oraz użytkownikami a platformą.

3.1.2. Rola platformy w gospodarce współpracy. Przegląd koncepcji

Nie ulega wątpliwości, że rola platform współpracy ma charakter zasadniczy dla możliwości funkcjonowania analizowanego modelu ekonomicznego. Powstanie i rozwój zjawiska *collaborative economy* opiera się przede wszystkim na udostępnianiu przestrzeni online służącej do nawiązywania więzi oraz pośrednictwu platformy w odpowiednim dopasowywaniu podmiotów zainteresowanych szeroko pojętą współpracą w postaci np. wymiany dóbr materialnych (eBay), dzielenia się niewykorzystanym miejscem w samochodzie (BlaBlaCar) czy umiejętnościami językowymi (jakprzetlumaczyc.pl). To właśnie pośrednictwo jest cechą najbardziej charakterystyczną i jednocześnie najlepiej rozpoznawalną z wszystkich przymiotów przypisanych platformom internetowym.

W świetle powyższego zasadne wydaje się postawienie pytania, czy rola jaką pełni platforma ogranicza się wyłącznie do pośrednictwa, czy wykracza poza ten obszar. Odpowiedź na to pytanie ma przełożenie na trzy niezwykle istotne kwestie. Po pierwsze na to, jakie przepisy prawa unijnego będą mogły zostać zastosowane w stosunku do platformy (a w związku z tym, na jakiej podstawie platforma będzie mogła domagać się dostępu do rynku). Po drugie, jaki charakter relacji wystąpi pomiędzy platformą a dostawcą usługi oraz pomiędzy platformą a nabywcą usługi.

85 Dokument roboczy służb Komisji *Wytyczne...*, *op. cit.* SWD (2016) 163 final, s. 134-135.

86 Komunikat Komisji *Strategia...*, *op. cit.* COM (2015) 192 final, s. 12.

87 Komunikat Komisji *Platformy internetowe i jednolity rynek cyfrowy. Szanse i zagrożenia dla Europy* COM (2016) 288 final, s. 2.

88 Commission staff working document *A digital...*, *op. cit.* SWD 2015 100 final, s. 52.

Wreszcie po trzecie, w jaki sposób ukształtuje się odpowiedzialność (*liability*) platformy.

Na podstawie analizy możliwych do wystąpienia przypadków w mojej ocenie platforma może wystąpić w pięciu różnych rolach (z czego opcje czwarta i piąta są *de facto* połączeniem dwóch występujących wcześniej). Podział, którego dokonałam, opiera się na kryterium charakteru działalności platformy.

Pierwsza (i zarazem podstawowa) rola to rola pośrednika (*intermediator*). W takim przypadku jedynym zadaniem platformy jest odpowiednie dopasowanie nabywcy i dostawcy usługi (na podstawie zgłoszonych przez nich uprzednio preferencji). Powyższe oznacza, że platforma współpracy nie dokonuje żadnych innych czynności (jej rola jest całkowicie neutralna i pozbawiona jakiejkolwiek aktywności⁸⁹ – czy to skierowanej ku świadczeniu dodatkowych usług czy ku właściwej usłudze). Pierwsza rola to innymi słowy rola czystego pośrednictwa.

Druga rola pełniona przez platformę stanowi rozszerzoną wersję pierwszej. Platforma nadal pozostaje pośrednikiem w relacji pomiędzy nabywcą a dostawcą usługi, jednak tutaj dodatkowo zostaje ona wzmocniona poprzez przyznanie jej prawa do oferowania dodatkowych usług dostawcy (co nazwane zostało przeze mnie *superintermediator* – superpośrednik). Dodatkowe usługi mogą dotyczyć w szczególności obsługi płatności czy proponowania fakultatywnego ubezpieczenia.

Trzecia rola platformy łączy się ze świadczeniem przez nią właściwej usługi lub tak daleko idącym wywieraniem wpływu na warunki umowy (np. w zakresie ceny), które w konsekwencji jest postrzegane jako świadczenie usługi podstawowej. Taka sytuacja zachodzi w przypadku, gdy działalność platformy zostaje oddzielona od doboru nabywców oraz dostawców albo oferowania dodatkowych usług dostawcy usługi podstawowej. Platforma współpracy sama staje się podmiotem świadczącym usługę podstawową (czyli dostawcą usługi – *service provider*). Najczęściej związane jest to z posiadaniem dóbr (np. niewykorzystanej przestrzeni biurowej możliwej do wynajęcia lub własnej floty samochodowej służącej do dostarczania przesyłek pomiędzy miastami), nawiązywaniem z dostawcami relacji podobnych lub tożsamyh z zatrudnieniem bądź pełnieniem roli głównego decydenta w sprawie postanowień umowy zawieranej przez nabywcę i dostawcę.

Dwie kolejne role odgrywane przez platformę to niejako połączenie i rozwinięcie trzech wcześniejszych ról. W przypadku czwartej koncepcji platforma z jednej strony jest pośrednikiem w tworzeniu się relacji pomiędzy nabywcą i dostawcą usługi, ale z drugiej sama może również świadczyć właściwą usługę jako dostawca (*service provider*). Koncepcja ta jest połączeniem roli pierwszej i trzeciej. Piąta koncepcja obejmuje pośrednictwo platformy z możliwością dodatkowego wpływania na kształt umowy pomiędzy podmiotami jako pierwszy element oraz świadczenie usługi właściwej jako drugi element. Z kolei ta koncepcja jest połączeniem roli drugiej i trzeciej.

⁸⁹ Przy czym warto dodać, że zgodnie z poglądem wyrażonym przez TSUE udzielanie informacji, które mają charakter ogólny i jednocześnie dotyczą usługi, nie narusza warunków neutralności i bierności. – Zob. wyrok Trybunału z dnia 23 marca 2010 r., w sprawach połączonych od C-236/08 do C-238/08, *Google France przeciwko Louis Vuitton, Viaticum oraz Thonet*, ECLI:EU:C:2010:159, pkt 116.

Zestawienie ról, jakie może pełnić platforma, zawiera poniższa tabela.

Tabela 6. Role, jakie może pełnić platforma internetowa

Rola, jaką może pełnić platforma	Uwagi	Przykład platformy
Platforma jako zwykły pośrednik (<i>intermediator</i>)		Szafa.pl ⁹⁰ – w zakresie, w jakim umożliwia zawieranie transakcji pomiędzy użytkownikami
Platforma jako superpośrednik (oferujący dodatkowe usługi) (<i>superintermediator</i>)		Airbnb ⁹¹ – w zakresie, w jakim oferuje gwarancje i ubezpieczenia
Platforma jako dostawca usługi (<i>service provider</i>)		Pickpack.pl ⁹² – w zakresie, w jakim posiada własną flotę
Platforma jako pośrednik i jednocześnie dostawca usługi (<i>intermediator + service provider</i>)	Połączenie roli 1. i 3.	Uber – w zakresie, w jakim ma decydujący wpływ na kształt umowy zawieranej pomiędzy użytkownikami
Platforma jako superpośrednik (oferujący dodatkowe usługi) i jednocześnie dostawca usługi (<i>superintermediator + service provider</i>)	Połączenie roli 2. i 3.	

Źródło: opracowanie własne.

Ze względu na dopiero co kształtujący się charakter zjawiska, w literaturze brakuje kompleksowych opracowań dotyczących ról, jakie może pełnić platforma. Jedną z nielicznych prac dotyczących tego zagadnienia proponuje inny od powyższego podział. Jej autor V. Hatzopoulos zaprezentował pięć różnych scenariuszy⁹³, według których dana platforma współpracy może funkcjonować na rynku *collaborative economy*. Trudno wyznaczyć jedno zasadnicze kryterium, według którego dokonano przywołanej poniżej systematyzacji. Czasami podział koncentruje się na tym, jaka jest podstawowa rola platformy (co w rzeczywistości stanowi istotę problemu), innym razem ciężar przenosi się na źródło uregulowania jej pozycji. Pomimo wskazanych nieścisłości, wydaje się, że główny cel autora – tj. przedstawienie relacji występujących pomiędzy uczestnikami oraz kwestii potencjalnie pojawiającej się odpowiedzialności – został osiągnięty. Z uwagi na walor porównawczy w mojej ocenie zasadne jest przytoczenie podstawowych tez teorii V. Hatzopoulosa.

Role i relacje opisane w powyższych scenariuszach przedstawiają grafy.

W pierwszym scenariuszu (podobnie jak ma to miejsce w przypadku pierwszej opisanej przeze mnie roli) platforma pełni rolę pośrednika (oferuje pośrednictwo w usłudze cyfrowej – *digital service*), a usługę podstawową (*underlying service*)

90 Platforma umożliwiająca wymianę, sprzedaż i kupno ubrań oraz akcesoriów.

91 Kwestia dotycząca ubezpieczeń oferowanych przez Airbnb została omówiona w przypisie 232.

92 Platforma pośrednicząca w usługach transportowych. Zakres jej działalności obejmuje dostarczanie przesyłek. Ze względu na fakt, iż posiada ona flotę samochodową wykorzystywaną do przewozu paczek, pickpack.pl można uznać za dostawcę usługi podstawowej. Źródło: <http://innpoland.pl/137047,dhl-ipocza-moga-sie-uczyc-od-tej-firmy-dla-nich-dostarczenie-pczaki-na-czas-to-za-malokupil-lientow-czys-innym> [dostęp na: 13.06.2018 r.].

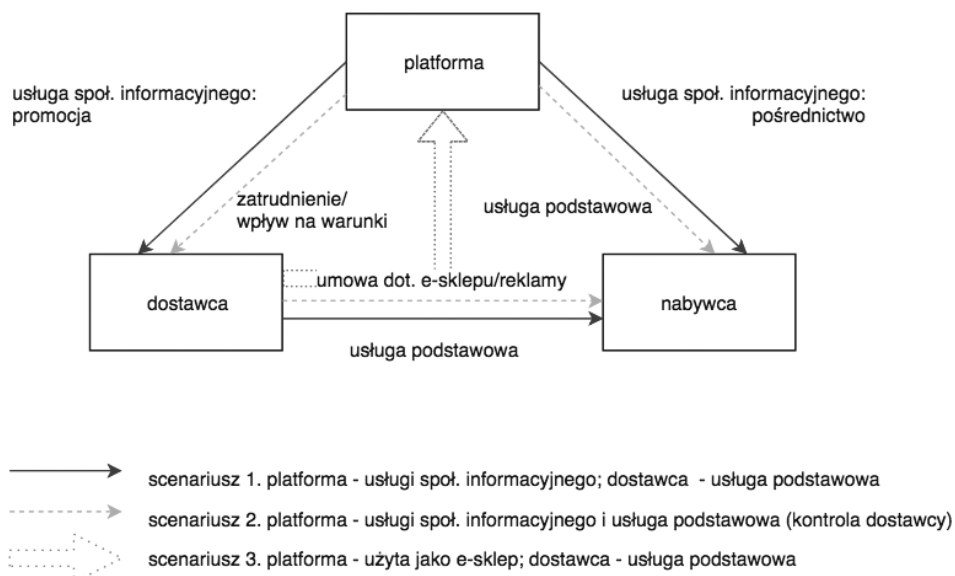
93 V. Hatzopoulos, *The Collaborative...*, op. cit., s. 22-26.

realizuje dostawca (*service provider*). Odpowiedzialność platformy zasadniczo ogranicza się do prawidłowego dostarczenia usługi cyfrowej.

W drugim scenariuszu platforma pełni rolę podwójnego dostawcy usługi (*double service provider*) – dostarcza usługę cyfrową (*digital service*) i usługę podstawową (*underlying service*). Zakwalifikowanie platformy jako podwójnego dostawcy usługi następuje wtedy, gdy platforma odgrywa decydującą rolę w zdefiniowaniu czy dostarczeniu usługi podstawowej lub wywiera wpływ na dostawcę usługi (np. poprzez wytworzenie relacji podobnej do zatrudnienia)⁹⁴. Często w powszechnym przekonaniu to platforma jest postrzegana jako dostawca usługi. W tym scenariuszu platforma ponosi odpowiedzialność zarówno za dostarczenie usługi cyfrowej, jak również za usługę podstawową.

Trzeci scenariusz zakłada, że platforma służy wyłącznie jako dodatkowy kanał marketingowy dla dostawcy. Nie jest ona w żaden sposób powiązana z nabywcą – jedyne relacje, jakie występują dotyczą platformy i dostawcy (w odniesieniu do usług marketingowych, a nie usług pośrednictwa, które tutaj nie występują) oraz nabywcy i dostawcy (w odniesieniu do usługi podstawowej).

Rysunek 2. Role pełnione przez platformę – scenariusze 1-3

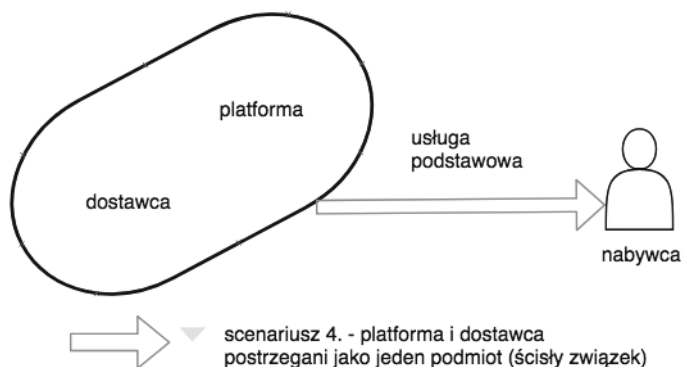


Źródło: opracowanie własne na podstawie V. Hatzopoulos, *The Collaborative...*, op. cit., s. 22-24.

Czwarty scenariusz obejmuje sytuację, w której platforma i dostawca usługi podstawowej są tak ściśle powiązani, że przez nabywców są postrzegani jako jeden podmiot. Ich odpowiedzialność kształtuje się na podstawie *joint enterprise* (wspólnej odpowiedzialności).

⁹⁴ Podobną koncepcję dotyczącą roli platformy przedstawił w swojej opinii rzecznik generalny M. Szpunar w sprawie C-434/15. Analiza wizji przedstawionej w ww. opinii zostanie dokonana w dalszej części tego podrzdziału.

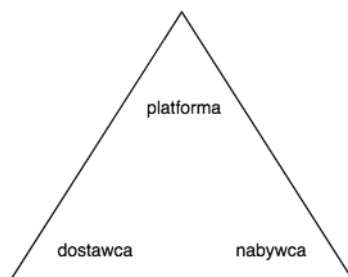
Rysunek 3. Role pełnione przez platformy – scenariusz 4.



Źródło: opracowanie własne na podstawie V. Hatzopoulos, *The Collaborative...*, op. cit., s. 24-25.

Piąty i ostatni zaproponowany scenariusz dotyczy stanu, w którym to ustawodawca (unijny lub krajowy) tworzy specjalne przepisy kreujące rolę, jaką powinna pełnić dana platforma, jak również określa łączące je z innymi użytkownikami więzi oraz wytycza granice odpowiedzialności, jaką powinna ona ponosić.

Rysunek 4. Role pełnione przez platformy – scenariusz 5.



scenariusz 5. - specjalnie uregulowana trójkonna relacja

Źródło: opracowanie własne na podstawie V. Hatzopoulos, *The Collaborative...*, op. cit., s. 25-26.

Problemy z ustaleniem właściwego statusu platformy dostrzega Komisja. W wydanych przez siebie wytycznych podkreśla ona, że platformy współpracy mogą świadczyć nie tylko usługi związane z pośrednictwem⁹⁵, ale również inne np. usługi podstawowe. Ze względu na różnorodność charakteryzującą gospodarkę

⁹⁵ Używany przeze mnie termin pośrednictwo dotyczy działalności platformy, która polega na dopasowaniu nabywcy i dostawcy usługi podstawowej w oparciu o przedstawione przez nich preferencje w zakresie jej wykonania. Nie chcąc wyprzedzać zbytnio toku wywodu, a jednocześnie sygnalizując przyszłe rozważania, w świetle unijnych przepisów terminowi pośrednictwo będzie odpowiadała usługa społeczeństwa informacyjnego zdefiniowana w art. 2 lit. a dyrektywy 2000/31/WE (Dyrektywa 2000/31/WE Parlamentu Europejskiego i Rady z dnia 8 czerwca 2000 r. w sprawie niektórych aspektów prawnych usług społeczeństwa informacyjnego, w szczególności handlu elektronicznego w ramach rynku wewnętrznego („Dyrektywa o handlu elektronicznym”) (Dz.Urz. WE Nr L 178/1 z dnia 17.07.2000 r.; dalej: dyrektywa *E-commerce*) i art. 1 ust. 1 lit b) dyrektywy 2015/1535 (Dyrektywa (UE) 2015/1535 Parlamentu Europejskiego i Rady z dnia 9 września 2015 r. ustanawiająca procedurę udzielania informacji w dziedzinie przepisów technicznych oraz zasad dotyczących usług społeczeństwa informacyjnego (Dz.Urz. UE Nr L 241/1 z dnia 17.09.2015 r.; dalej: dyrektywa techniczna).

współpracy, ocena działalności podejmowanej przez daną platformę musi mieć wymiar indywidualny i być podejmowana w każdym przypadku osobno (*on case-by-case basis*)⁹⁶. By ułatwić dokonanie rozgraniczenia pomiędzy różnymi rodzajami świadczonych usług (a co za tym idzie różnymi rolami platform), Komisja proponuje przyjrzenie się prowadzonej przez platformę działalności.

Po pierwsze zaproponowano przeprowadzenie testu, który dotyczy stopnia kontroli lub wpływu, jaki na usługę podstawową lub oferującego ją dostawcę wywiera dana platforma⁹⁷. Im większy wpływ platformy w zakresie ww. materii, tym większe prawdopodobieństwo, że ciężar pełnionej przez nią funkcji odchodzi od zwykłego pośrednictwa na rzecz świadczenia usługi podstawowej. Warto podkreślić, że wynik testu wpływa bezpośrednio na zakres stosowanych przepisów oraz zastosowanie odpowiedniego reżimu odpowiedzialności.

Test został oparty na trzech kluczowych kryteriach: ustaleniu ceny⁹⁸, ustaleniu głównych warunków umownych⁹⁹ oraz posiadaniu kluczowych zasobów¹⁰⁰. W przypadku kumulatywnego spełnienia się ww. warunków, jak wskazuje Komisja, *istnieją poważne przesłanki*, by uznać, że taka kontrola lub wpływ istotnie występuje. To w konsekwencji *może [...] wskazywać, że [... platforma – przyp. aut.] powinna zostać uznana za podmiot świadczący usługę podstawową (oprócz usługi społeczeństwa informacyjnego)*¹⁰¹.

96 Taka ocena powinna opierać się na podstawie kryteriów faktycznych i prawnych. – Zob. więcej komunikat Komisji Europejski..., *op. cit.* COM (2016) 356 final, s. 6.

97 W dalszej części pracy nazywany przeze mnie testem kontroli i wpływu.

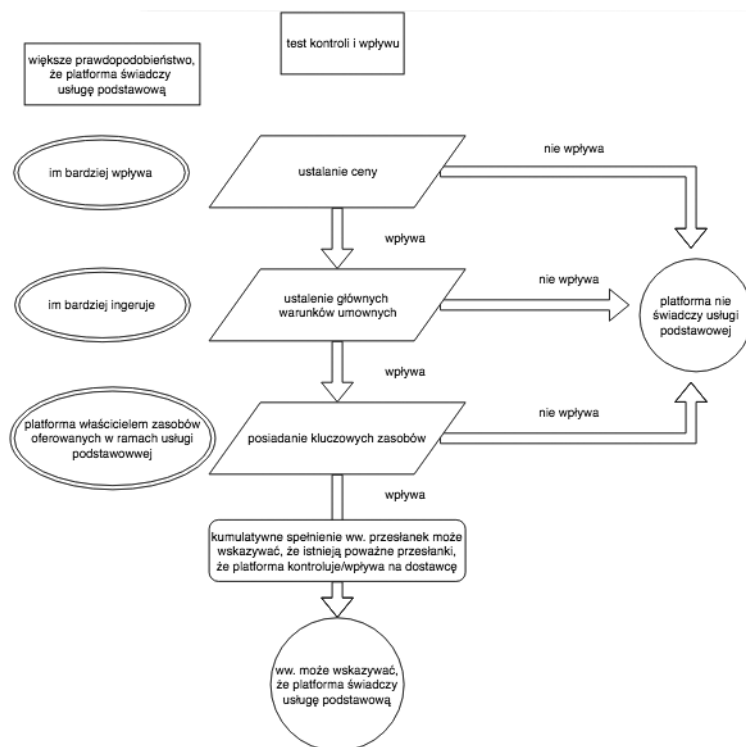
98 Spełnienie tego kryterium zależne jest od stopnia, w jakim platforma wpływa na cenę końcową. Gdy platforma nie ingeruje w wyznaczenie ceny (tak jak w przypadku najmu pomieszczeń poprzez Airbnb – *Cena, jaką ustalisz dla swojej oferty, zależy wyłącznie od Ciebie*. – Źródło: <https://www.airbnb.pl/help/article/52/how-should-i-choose-my-listing-s-price> [dostęp na: 13.06.2018 r.]) lub ogranicza się do rekomendowania ceny, jej działania powinny być zakwalifikowane jako pośrednictwo (tj. usługa społeczeństwa informacyjnego). Z kolei kryterium ceny zostaje spełnione, gdy platforma sama ustala cenę pobieraną po wykonaniu usługi (jak ma to miejsce w przypadku przewozu poprzez Ubera).

99 Warunki takie dotyczą relacji łączącej nabywcę z dostawcą i muszą dotyczyć usługi podstawowej. Kryterium to jest spełnione np. w przypadku strony jakprzetlumaczyc.pl, która w sposób wyczerpujący określa wszystkie istotne elementy umowy zawartej pomiędzy nabywcą a dostawcą usługi podstawowej (w tym przypadku tłumaczenia tekstu).

100 To kryterium zostaje spełnione, gdy platforma jest właścicielem zasobów oferowanych w ramach usługi podstawowej. Np. platforma dopasowująca osoby zamawiające usługę przewozu rzeczy z osobami świadczącymi takie usługi posiada flotę samochodową zajmującą się przewozem.

101 Komunikat Komisji Europejski..., *op. cit.* COM (2016) 356 final, s. 7.

Rysunek 5. Test kontroli i wpływu



Źródło: opracowanie własne na podstawie komunikatu Komisji Europejskiej..., op. cit. COM (2016) 356 final, s. 7.

Z jednej strony stworzenie testu z kryteriami wydaje się być niezwykle przydatne, ponieważ w pewien sposób porządkuje podejście do ustalania roli platformy współpracy. Z drugiej strony może dziwić bardzo ostrożne podejście Komisji, która wspomina o *poważnych przesłankach* i *możliwości wskazania* na uznanie platformy za dostawcę usługi podstawowej. Spełnienie wszystkich wymaganych kryteriów w połączeniu z tylko potencjalną możliwością oferowania podstawowej usługi uwidacznia, że stosunek Komisji do platform jest co najmniej przychylny.

Na marginesie należy wspomnieć, że test kontroli i wpływu ma charakter niejako przykładowy i nie jest jedynym kryterium służącym ustaleniu rzeczywistej roli platformy. Czasami do jej ustalenia niezbędne będzie wykorzystanie innych kryteriów, czasami przeprowadzenie testu będzie niepotrzebne. Ten drugi przypadek wystąpi np. gdy pomiędzy platformą a dostawcą istnieje stosunek pracy¹⁰².

Po drugie zwrócono uwagę na fakt, iż platformy mogą oferować usługi, które należałoby zakwalifikować jako usługi dodatkowe. Nie są one ani usługami pośrednictwa (zaliczającymi się do usług społeczeństwa informacyjnego),

102 Komisja zaleca badanie istnienia stosunku pracy w każdym przypadku z osobna w świetle okoliczności faktycznych (...) przy łącznym uwzględnieniu w szczególności (...) istnienia stosunku zależności, charakteru pracy [i] występowania wynagrodzenia. — Zob. więcej *Ibidem*, s. 13-14.

ani usługami podstawowymi. Polegają one w szczególności na oferowaniu dostawcy wsparcia w formie obsługi płatności czy dodatkowych ubezpieczeń. Wyznaczają one trzeci – odmienny od wskazanych powyżej – model roli platformy.

Podsumowując kwestie związane z podejściem Komisji, usługi świadczone przez platformy mogą przybrać trzy podstawowe rodzaje: usługi społeczeństwa informacyjnego (brak charakteru dostawcy usługi podstawowej), usługi podstawowej (rola dostawcy usługi) oraz usługi dodatkowej – świadczonej na rzecz dostawcy (brak charakteru dostawcy usługi podstawowej). Analizowane zagadnienia przedstawia poniższa tabela.

Tabela 7. Rodzaje usług świadczone przez platformę według podejścia Komisji

Przykładowe zachowania platformy	Rodzaj świadczonej usługi	Czy platforma występuje w charakterze dostawcy usługi podstawowej (<i>service provider</i>)?
dopasowywanie nabywców i dostawców na podstawie zgłaszanych przez nich preferencji	usługa społeczeństwa informacyjnego	nie
kontrola lub wywieranie wpływu na dostawcę lub sposób świadczenia przez niego usługi (np. poprzez ustalanie ceny końcowej)	usługa podstawowa	tak, gdy spełni kryteria testu kontroli i wymagań
oferowanie dostawcy dodatkowych usług (np. obsługi płatności lub ubezpieczenia)	usługa dodatkowa – świadczona na rzecz dostawcy	nie

Źródło: opracowanie własne.

W celu zaprezentowania pełnej wizji dotyczącej roli platform współpracy, wartościowe wydaje się być wspomnienie o najważniejszych tezach opinii rzecznika generalnego¹⁰³ wydanych w postępowaniu prejudycjalnym w sprawie hiszpańskiego Ubera¹⁰⁴. Pytania o miejsce i zakres zastosowania prawa unijnego do platform współpracy wymusiły podjęcie refleksji w przedmiocie kwalifikacji działalności platform. Zgodnie z przedstawioną w opinii analizą, ustalenie roli platformy opiera się na określeniu charakteru jej działalności.

W związku z powyższym platformę można zakwalifikować jako pośrednika w dostarczaniu usług (tj. podmiot świadczący usługi społeczeństwa informacyjnego wraz z wszystkimi związanymi z tym konsekwencjami np. w postaci obowiązujących go regulacji prawnych) albo jako dostawcę usługi podstawowej. Ze względu na fakt, iż usługi dostarczane przez platformy niejednokrotnie mają charakter mieszany¹⁰⁵,

103 Opinia rzecznika generalnego M. Szpunara z dnia 11 maja 2017 r. w sprawie C-434/15, *Asociación Profesional Elite Taxi przeciwko Uber Systems Spain SL*, ECLI:EU:C:2017:364.

104 Zgodnie z orzeczeniem wydanym w tej sprawie usługi dostarczane przez Ubera należą do „usług w dziedzinie transportu”, a co za tym idzie są wyłączone z zakresu zastosowania art. 56 TFUE, dyrektywy 2006/123 (dyrektywy usługowej) i dyrektywy 2000/31 (dyrektywy *E-commerce*). Zob. więcej wyrok Trybunału z dnia 20 grudnia 2017 r. w sprawie C-434/15, *Asociación Profesional Elite Taxi przeciwko Uber Systems Spain SL*, ECLI:EU:C:2017:981, pkt 48.

105 Tj. zawierają jeden element świadczony drogą elektroniczną (np. pośrednictwo) i drugi nieświadczony tą drogą (np. usługę przewozu).

dokładne wyznaczenie roli jest uzależnione od przeprowadzenia testu, nazywanego testem Ubera.

Aby daną mieszaną usługę można było zakwalifikować jako usługę społeczeństwa informacyjnego, po pierwsze element usługi świadczony drogą elektroniczną (tj. kojarzenie nabywców z dostawcami) *powinien być albo być samodzielny w sensie gospodarczym, albo mieć charakter podstawowy w porównaniu do drugiego elementu*¹⁰⁶. Po drugie działalność platformy nie może wykraczać poza usługę rzeczywistego pośrednictwa, tzn. nie może ona ani świadczyć usługi podstawowej, ani wywierać decydującego wpływu na kształt tej usługi (np. w postaci ustalania cen).

O ile można zgodzić się z warunkami dot. zakwalifikowania danej usługi do kategorii usług społeczeństwa informacyjnego, o tyle elementy stanowiące o jednolitości usług świadczonych przez platformę¹⁰⁷ (tj. świadczące o tym, że działalność danej platformy wykracza poza pośrednictwo), mogą budzić niepokój. Zwłaszcza założenie występowania aktywnej roli w przypadku, gdy dostawcy nie prowadzą własnej działalności, która istniałaby niezależnie od usług świadczonych w ramach gospodarki współpracy (tj. gdy nie są dostawcami danej usługi poza środowiskiem *collaborative economy*) albo podkreślenie tego, że działalność dostawcy może istnieć tylko dzięki platformie¹⁰⁸ wydają się być niewłaściwe.

Cały sens funkcjonowania środowiska gospodarki współpracy opiera się na tym, że działalność dostawcy, która w normalnych warunkach nie byłaby możliwa, dzięki Internetowi i instrumentom zapewnionym przez platformę jest dostępna dla nabywców. Czynienie z powyższej fundamentalnej cechy *collaborative economy* czynnika automatycznie wykluczającego pełnienie przez platformę roli wyłącznie pośrednika należy ocenić negatywnie.

3.1.3. Dostęp do rynku – przepisy mające zastosowanie w przypadku platform

Zastosowanie danego rodzaju przepisów unijnych gwarantujących dostęp do rynku, uzależnione jest od roli, jaką odgrywa platforma¹⁰⁹. Bez uprzedniego przedstawienia koncepcji dotyczących poszczególnych ról niemożliwe jest zanalizowanie i zaproponowanie odpowiednich regulacji. Warto zaznaczyć, że ze względu na istotne różnice występujące pomiędzy ich różnymi rodzajami, nie jest dopuszczalne uogólnienie i zastosowanie jednakowej podstawy prawnej dla wszystkich modeli.

Regulacje dotyczące dostępu do rynku w przypadku platform współpracy należy rozpatrywać na dwóch poziomach: prawie pierwotnym (a dokładnie art. 56 i 57 TFUE) oraz prawie wtórnym, a w szczególności dyrektywie o handlu elektronicznym

106 Opinia rzecznika..., *op. cit.*, pkt 71.

107 W analizowanym przypadku usługi kojarzenia użytkowników i usługi przewozu.

108 Opinia rzecznika..., *op. cit.*, pkt 56.

109 Podobne podejście do tego problemu prezentuje Komisja, która w swoich wytycznych wskazuje, że [t]o, czy – i w jakim stopniu – platformy współpracy mogą podlegać wymogom regulującym dostęp do rynku, zależy od charakteru prowadzonej przez nie działalności. – Zob. komunikat Komisji Europejskiej..., *op. cit.* COM (2016) 356 final, s. 6.

(dyrektywa *E-commerce*)¹¹⁰, dyrektywie w sprawie usług na rynku wewnętrznym (dyrektywa usługowa)¹¹¹ oraz wybranych dyrektywach sektorowych.

Podstawowa koncepcja dostępu do rynku związana jest z bazową usługą świadczoną przez platformę współpracy, tj. pośrednictwem w dopasowaniu nabywców i dostawców. W świetle dyrektywy o handlu elektronicznym¹¹² taka działalność może zostać uznana za usługę społeczeństwa informacyjnego¹¹³, tj. usługę świadczoną za wynagrodzeniem, na odległość, drogą elektroniczną i na indywidualne żądanie odbiorcy.

Zakwalifikowanie działalności platformy współpracy jako usługi społeczeństwa informacyjnego ma swoje doniosłe znaczenie w dwóch zasadniczych obszarach. Po pierwsze umożliwia platformie dostęp do rynku. Powyższe łączy się bezpośrednio z zasadą zapewnienia swobodnego przepływu usług pochodzących z innego państwa członkowskiego¹¹⁴. Dopuszczalne wyjątki muszą mieć odpowiedni charakter¹¹⁵ oraz zostać poprzedzone przeprowadzeniem właściwej procedury¹¹⁶. Po drugie wprowadza zakaz wprowadzania przez państwa członkowskie wymogu posiadania uprzedniego zezwolenia (lub innych równoważnych wymogów) przewidzianych szczególnie i wyłącznie w odniesieniu do tych usług¹¹⁷.

Korzyści związane z zakwalifikowaniem platform jako pełniących funkcję wyłącznie pośrednika, tj. dostarczających usługę społeczeństwa informacyjnego, rozciągają się także na inne ważne kwestie. Na mocy przepisów dyrektywy *E-commerce*¹¹⁸ dokonano wyłączeń w zakresie odpowiedzialności – tj. odpowiedzialności umownej, administracyjnej, deliktowej, karnej, cywilnej i wszystkich innych rodzajów odpowiedzialności wobec wszystkich rodzajów działań zainicjowanych przez

110 Dyrektywa ta stanowi *lex specialis* wobec dyrektywy usługowej. Wynika to z art. 3 ust. 1 dyrektywy usługowej, który stanowi, że [w] przypadku kolizji między przepisami niniejszej dyrektywy i innym wspólnotowym aktem prawnym regulującym specyficzne aspekty podejmowania i prowadzenia działalności usługowej w określonych dziedzinach lub w ramach określonych zawodów, pierwszeństwo mają przepisy innych wspólnotowych aktów prawnych i to one stosowane są do tych określonych dziedzin lub zawodów (...).

111 Dyrektywa 2006/123/WE Parlamentu Europejskiego i Rady z dnia 12 grudnia 2006 r. dotycząca usług na rynku wewnętrznym (Dz.Urz. UE Nr L 376/36 z dnia 27.12.2006 r.).

112 Art. 1 tej dyrektywy odwołuje się do zapewnienia swobodnego przepływu usług społeczeństwa informacyjnego, co zgodnie z motywem 3 ma stworzyć rzeczywisty obszar bez granic wewnętrznych.

113 Art. 2 lit a) dyrektywy *E-commerce* odsyła do usługi w rozumieniu art. 1 ust. 1 lit. b) dyrektywy 2015/1535/EU (dyrektywy technicznej), który stanowi, że „usługa” oznacza każdą usługę społeczeństwa informacyjnego, to znaczy każdą usługę normalnie świadczoną za wynagrodzeniem, na odległość, drogą elektroniczną i na indywidualne żądanie odbiorcy usług. Do celów niniejszej definicji: (i) „na odległość” oznacza, że usługa świadczona jest bez równoczesnej obecności stron; (ii) „drogą elektroniczną” oznacza, iż usługa jest wysyłana i odbierana w miejscu przeznaczenia za pomocą sprzętu elektronicznego do przetwarzania (włącznie z kompresją cyfrową) oraz przechowywania danych, i która jest całkowicie przesyłana, kierowana i otrzymywana za pomocą kabla, fal radiowych, środków optycznych lub innych środków elektromagnetycznych; (iii) „na indywidualne żądanie odbiorcy usług” oznacza, że usługa świadczona jest poprzez przesyłanie danych na indywidualne żądanie. Przykładowy wykaz usług nieobjętych niniejszą definicją został określony w załączniku I.

114 Art. 3 ust. 2 dyrektywy *E-commerce*.

115 Tj. być konieczne, niezbędne i proporcjonalne – zob. więcej art. 3 ust. 4 lit. a) dyrektywy *E-commerce*.

116 Art. 3 ust. 4 lit. b) dyrektywy *E-commerce*.

117 Art. 4 ust. 1 dyrektywy *E-commerce*.

118 A dokładnie art. 12-14 dyrektywy *E-commerce*.

osoby trzecie¹¹⁹. Możliwość powołania się na wyłączenia uzależniona jest od tego, czy działalność platformy ogranicza się do *technicznego procesu obsługi i udzielenia dostępu do sieci komunikacyjnej*¹²⁰. Jak wskazuje się w literaturze¹²¹, w przypadku platform współpracy zastosowanie może mieć wyłączenie odpowiedzialności związane ze świadczeniem usług hostingu¹²². Jedyne odstępstwa od zasady wyłączenia odpowiedzialności określa dyrektywa i związane są one z posiadaniem wiedzy na temat bezprawnego charakteru działalności lub przechowywanych informacji¹²³.

Druga koncepcja dostępu do rynku oparta jest na regulacjach dyrektywy usługowej. Dostęp do rynku zapewniony przez dyrektywę usługową obejmuje dwa przypadki¹²⁴ – podejmowanie i prowadzenie działalności usługowej na terytorium państwa członkowskiego (w państwie pochodzenia – home Member State)¹²⁵ oraz świadczenie usług w innym państwie członkowskim (w państwie przyjmującym – host Member State)¹²⁶.

W analizowanym przypadku dostępu do rynku platforma powinna być postrzegana jako dostawca usługi podstawowej, co w praktyce wiąże się z większymi obciążeniami (w porównaniu do dostępu ukształtowanego na podstawie dyrektywy *E-commerce*). Przede wszystkim możliwe jest wprowadzenie wymogu posiadania uprzedniego zezwolenia potrzebnego do prowadzenia działalności¹²⁷, w przypadku gdy taki wymóg ma charakter niedyskryminacyjny, konieczny (tj. uzasadniony nadrzędnym interesem publicznym) oraz proporcjonalny¹²⁸. Podobny warunek – tzn. niedyskryminacyjny, konieczny i proporcjonalny charakter wymogów – musi zostać spełniony, aby państwo, w którym świadczona jest usługa (państwo przyjmujące) miało prawo wprowadzenia ograniczeń związanych z podejmowaniem lub prowadzeniem działalności usługowej na jego terytorium¹²⁹. Dodatkowo w sposób mniej korzystny przedstawia się kwestia odpowiedzialności platformy, która nie może powoływać się na wyłączenia.

Nie wyprzedzając zanedo toku wyводу warto już teraz zasygnalizować, że platforma występująca jako dostawca (*service provider*) usługi podstawowej podlega wszystkim obowiązkom tradycyjnie przypisanym tej roli, w tym również

119 G. Smorto, Critical Assessment of European Agenda for the Collaborative Economy. In Depth Analysis for the IMCO Committee, luty 2017, źródło: [http://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/IDAN/2016/595361/IPOL_IDA\(2016\)595361_EN.pdf](http://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/IDAN/2016/595361/IPOL_IDA(2016)595361_EN.pdf) [dostęp na: 13.06.2018 r.], s. 18.

120 Motyw 42 dyrektywy *E-commerce*. Wyłączenia mogą dotyczyć: zwykłego przekazu (art. 12), cachingu (art. 13) oraz hostingu (art. 14).

121 V. Hatzopoulos, *The Collaborative...*, op. cit., s. 46-47.

122 Art. 14 dyrektywy *E-commerce*.

123 Zob. więcej art. 14 ust. 1 dyrektywy *E-commerce*. Wyłączenie odpowiedzialności następuje, gdy spełnione zostaną następujące warunki: a) usługodawca nie ma wiarygodnych wiadomości o bezprawnym charakterze działalności lub informacji, a w odniesieniu do roszczeń odszkodowawczych – nie wie o stanie faktycznym lub okolicznościach, które w sposób oczywisty świadczą o tej bezprawności; lub b) usługodawca podejmuje niezwłocznie odpowiednie działania w celu usunięcia lub uniemożliwienia dostępu do informacji, gdy uzyska takie wiadomości lub zostanie o nich powiadomiony.

124 V. Hatzopoulos, S. Roma, Caring for sharing? The collaborative economy under EU law, "Common Market Law Review" 2017, vol. 57, issue 1, s. 100.

125 Art. 9 ust. 1 dyrektywy usługowej.

126 Art. 16 ust. 1 dyrektywy usługowej.

127 Kwestie udzielania zezwoleń są uregulowane w art. 9-13 dyrektywy usługowej.

128 Art. 9 ust. 1 lit. a-c dyrektywy usługowej.

129 Art. 16 ust. 1 lit. a-c dyrektywy usługowej.

obowiązkom informacyjnym wobec nabywców usług. W kontekście ochrony konsumentów będzie miało to niebagatelne znaczenie.

Na marginesie warto wspomnieć, że zakres zastosowania dyrektywy usługowej zawiera liczne wyłączenia¹³⁰. Niektóre z rodzajów działalności pozostawionych poza obszarem ww. regulacji mogą mieć doniosłe znaczenie dla gospodarki współpracy – np. usługi w dziedzinie transportu czy usługi zdrowotne. W takich przypadkach trzeba przeanalizować i ustalić, jaka jest główna działalność prowadzona przez platformę. Następnie w świetle dotychczasowego orzecznictwa TSUE należy podjąć decyzję, czy czynności podejmowane przez platformę powinny zostać wyłączone z zakresu dyrektywy usługowej, a samo uprawnienie dostępu do rynku powinno wynikać z dyrektyw sektorowych¹³¹.

Ostatecznie droga umożliwiająca platformie dostęp do rynku (w przypadku, gdy nie jest ona objęta ani zakresem dyrektywy *E-commerce*, ani dyrektywy usługowej) może wywodzić się z traktatowej swobody świadczenia usług¹³². Powołanie się na ww. swobodę najczęściej związane jest przywoływaniem orzecznictwa TSUE np. w zakresie zasady równego traktowania¹³³.

Podsumowanie ww. rozważań zostało ujęte w formie tabeli.

130 Art. 2 ust. 2 i 3 dyrektywy usługowej.

131 Zob. więcej V. Hatzopoulos, *The Collaborative ...*, *op. cit.* s. 33-34. Powyższy tok rozumowania zdaje się znajdować potwierdzenie w orzecznictwie TSUE – por. wyrok Trybunału z dnia 20 grudnia 2017 r. w sprawie C-434/15, *op. cit.*, pkt 40 i 48.

132 Art. 56 i 57 TFUE. Na temat swobody świadczenia usług – zob. więcej Traktat..., *op. cit.*, A. Wróbel (red.), D. Miąsik, N. Póttorak, s. 929-973.

133 V. Hatzopoulos, *The Collaborative ...*, *op. cit.* s. 33.

Tabela 8. Podsumowanie dotyczące platform

Rola platformy	Świadczona usługa	Regulacje umożliwiające dostęp do rynku ¹³⁴	Konieczność posiadania zezwoleń	Odpowiedzialność ¹³⁵ platformy ¹³⁶
1. zwykły pośrednik	usługa społeczeństwa informacyjnego (hosting)	art. 3 ust. 2 dyrektywy o handlu elektronicznym ograniczenia: wyjątkowo ¹³⁷	zasada: nie ¹³⁸	w zakresie hostingu – zasada: odp. wyłączona ¹³⁹ wyjątki: nieliczne i określone ¹⁴⁰
2. pośrednik + dostawca dodatkowej usługi	usługa społeczeństwa informacyjnego (hosting) + dodatkowa usługa	art. 3 ust. 2 dyrektywy o handlu elektronicznym ograniczenia: wyjątkowo ¹⁴¹	zasada: nie ¹⁴²	w zakresie hostingu – zasada: odp. wyłączona ¹⁴³ wyjątki: nieliczne i określone ¹⁴⁴ w zakresie usługi dodatkowej – zasada: odp. obowiązuje

¹³⁴ Poza przepisami wskazanymi poniżej, podstawę prawną umożliwiającą dostęp do rynku mogą stanowić przepisy dyrektyw sektorowych oraz art. 56 i 57 TFUE.

¹³⁵ Zob. szerzej o problematyce związanej z odpowiedzialnością platform oraz dostawców usług V. Hatzopoulos, *The Collaborative... op. cit.*, s. 23-26.

¹³⁶ Odpowiedzialność ta nie dotyczy odpowiedzialności wynikającej z przepisów o ochronie danych osobowych w zakresie działalności własnej platformy.

¹³⁷ Art. 3 ust. 4 dyrektywy *E-commerce*.

¹³⁸ Art. 4 dyrektywy *E-commerce*.

¹³⁹ Art. 14 dyrektywy *E-commerce*.

¹⁴⁰ *Ibidem*.

¹⁴¹ Art. 3 ust. 4 dyrektywy *E-commerce*.

¹⁴² Art. 4 dyrektywy *E-commerce*.

¹⁴³ Art. 14 dyrektywy *E-commerce*.

¹⁴⁴ *Ibidem*.

3. dostawca usługi	usługa podstawowa	art. 9 ust. 1 oraz art. 16 ust. 1 dyrektywy usługowej	zasada: tak, jeśli są niedyskryminujące, konieczne i proporcjonalne ¹⁴⁵ wyjątki: określone ¹⁴⁶ zasada: tak, przy uznaniu kwalifikacji ¹⁴⁷	w zakresie usługi podstawowej – zasada: odp. obowiązuje
4. pośrednik + dostawca usługi	usługa społeczeństwa informacyjnego (hosting) + usługa podstawowa	art. 9 ust. 1 oraz art. 16 ust. 1 dyrektywy usługowej	zasada: tak, jeśli są niedyskryminujące, konieczne i proporcjonalne ¹⁴⁸ wyjątki: określone ¹⁴⁹	w zakresie hostingu – zasada: odp. wyłączona ¹⁵⁰ wyjątki: nieliczne i określone ¹⁵¹ w zakresie usługi podstawowej – zasada: odp. obowiązuje
5. pośrednik dostarczający dodatkowe usługi + dostawca usługi	usługa społeczeństwa informacyjnego (hosting) + usługa podstawowa + usługa dodatkowa	art. 9 ust. 1 oraz art. 16 ust. 1 dyrektywy usługowej	zasada: tak, jeśli są niedyskryminujące, konieczne i proporcjonalne ¹⁵² wyjątki: określone ¹⁵³	w zakresie hostingu – zasada: odp. wyłączona ¹⁵⁴ wyjątki: nieliczne i określone ¹⁵⁵ w zakresie usługi podstawowej – zasada: odp. obowiązuje w zakresie usługi dodatkowej – zasada: odp. obowiązuje

Źródło: opracowanie własne.

¹⁴⁵ Art. 9 ust. 1 lit. a-c oraz 16 ust. 1 lit. a-c dyrektywy usługowej.

¹⁴⁶ Art. 14-15 oraz art. 16 ust. 2 dyrektywy usługowej.

¹⁴⁷ W doktrynie pojawiła się koncepcja zakładająca, że zakwalifikowanie platformy jako dostawcy usługi podstawowej w obszarze uregulowanym przez dyrektywę 2005/36/WE Parlamentu Europejskiego i Rady z dnia 7 września 2005 r. w sprawie uznawania kwalifikacji zawodowych (Dz.Urz. UE Nr L 255/22 z dnia 30.09.2005 r., z późn. zm.) nakłada na nią wymóg posiadania niezbędnych zezwoleń. Zob. więcej V. Hatzopoulos, *The Collaborative...*, *op. cit.*, s. 40-41.

¹⁴⁸ Art. 9 ust. 1 lit. a-c oraz 16 ust. 1 lit. a-c dyrektywy usługowej.

¹⁴⁹ Art. 14-15 oraz art. 16 ust. 2 dyrektywy usługowej.

¹⁵⁰ Art. 14 dyrektywy *E-commerce*.

¹⁵¹ *Ibidem*.

¹⁵² Art. 9 ust. 1 lit. a-c oraz 16 ust. 1 lit. a-c dyrektywy usługowej.

¹⁵³ Art. 14-15 oraz art. 16 ust. 2 dyrektywy usługowej.

¹⁵⁴ Art. 14 dyrektywy *E-commerce*.

¹⁵⁵ *Ibidem*.

3.1.4. Relewantność przepisów dotyczących ochrony konsumentów

W przypadku relacji tworzonych pomiędzy platformą a jej użytkownikami przepisy dotyczące ochrony konsumentów mogą znaleźć zastosowanie w stosunku do trzech rodzajów świadczonych usług: usługi społeczeństwa informacyjnego, usługi podstawowej świadczonej na rzecz nabywcy oraz usługi dodatkowej świadczonej na rzecz dostawcy. W każdym z tych przypadków, gdy platforma zostaje połączona relacją z podmiotem niebędącym profesjonalistą (tj. nie zawiera więzi z przedsiębiorcą), powinny zostać zastosowane przepisy chroniące konsumentów.

Tabela przedstawia możliwości zastosowania regulacji z zakresu ochrony konsumentów w przypadku, gdy platforma dostarcza usługę społeczeństwa informacyjnego (tj. spełnia swoją pierwotną rolę pośrednictwa).

Tabela 9. Platforma wobec usługi społeczeństwa informacyjnego

Usługa społeczeństwa informacyjnego (hosting)	
Platforma traktowana jako przedsiębiorca ¹⁵⁶	
Z kim została nawiązana relacja?	Czy możliwe jest zastosowanie przepisów ¹⁵⁷ z zakresu ochrony konsumentów?
dostawca profesjonalny	nie
dostawca nieprofesjonalny regularny	nie
dostawca nieprofesjonalny okazjonalny	tak
dostawca nieprofesjonalny jednorazowy	tak
nabywca profesjonalny	nie
nabywca nieprofesjonalny	tak

Źródło: opracowanie własne.

Poniższe zestawienie odnosi się do kwestii podnoszenia zarzutów dotyczących uchybień z zakresu ochrony konsumentów w przypadku świadczenia przez platformę usługi podstawowej na rzecz nabywcy.

Tabela 10. Platforma wobec usługi podstawowej świadczonej na rzecz nabywcy

Usługa podstawowa świadczona wobec nabywcy	
Platforma traktowana jako przedsiębiorca	
Z kim została nawiązana relacja?	Czy możliwe jest zastosowanie przepisów ¹⁵⁸ z zakresu ochrony konsumentów?
nabywca profesjonalny	nie
nabywca nieprofesjonalny	tak

Źródło: opracowanie własne.

156 W przypadku świadczenia usług społeczeństwa informacyjnego platforma powinna być traktowana jak przedsiębiorca (tj.) profesjonalista. O kryteriach uznania platform za przedsiębiorców. — Zob. więcej dokument roboczy służb Komisji Wytoczne..., *op. cit.* SWD (2016) 163 final, s. 135-140.

157 Lista aktów prawnych mających zastosowanie wraz z omówieniem znajdujących się w nich regulacji będzie przedmiotem analiz rozdziału IV.

158 Zob. przypis nr 157.

Ostatnia tabela prezentuje warianty powołania się na regulacje dotyczące ochrony konsumentów w przypadku świadczenia przez platformę usługi dodatkowej na rzecz dostawcy.

Tabela 11. Platforma wobec usługi dodatkowej świadczonej na rzecz dostawcy¹⁵⁹

Usługa dodatkowa świadczona wobec dostawcy	
Platforma traktowana jako przedsiębiorca	
Z kim została nawiązana relacja?	Czy możliwe jest zastosowanie przepisów ¹⁵⁹ z zakresu ochrony konsumentów?
dostawca profesjonalny	nie
dostawca nieprofesjonalny regularny	nie
dostawca nieprofesjonalny okazjonalny	tak
dostawca nieprofesjonalny jednorazowy	tak

Źródło: opracowanie własne.

3.2. Dostawcy usługi podstawowej

3.2.1. Ogólne informacje o dostawcach

Podstawową kwestią mającą znaczenie w przypadku dostawców usług podstawowych jest możliwość ich zakwalifikowania do jednej z dwóch grup: profesjonalistów (przedsiębiorców) albo nieprofesjonalistów (konsumentów, *peers*). Dokonany przydział będzie miał wpływ na zakres regulacji, jakim zostanie objęty dany podmiot oraz na zakres ochrony udzielanej podmiotom wchodzącym z nim w relacje.

Wyznaczenie dokładnej linii demarkacyjnej pomiędzy dostawcami profesjonalnymi a nieprofesjonalnymi stanowi przedmiot licznych analiz doktryny oraz orzeczeń TSUE¹⁶⁰. Chociaż w prawie unijnym znajdują się definicje przedsiębiorcy¹⁶¹, ich przydatność w zakresie gospodarki współpracy i wyznaczenia ram podziału może być wątpliwa. Wynika to głównie z tego, że odnoszą się one do rodzaju świadczonej działalności, pomijając aspekty istotne z punktu widzenia *collaborative economy*,

¹⁵⁹ Zob. przypis nr 157.

¹⁶⁰ Jak zauważył Trybunał *prawodawca Unii ustanowił szczególnie szerokie pojęcie „przedsiębiorcy”, które dotyczy „każdej osoby fizycznej lub prawnej”, w przypadku gdy prowadzi ona działalność zarobkową, i nie wyklucza z jej zakresu stosowania ani podmiotów realizujących zadania leżące w interesie ogólnym, ani podmiotów mających status podmiotu prawa publicznego* – Zob. wyrok Trybunału z dnia 3 października 2013 r. w sprawie C-59/12, *Zentrale zur Bekämpfung unlauteren Wettbewerbs eV*, ECLI:EU:C:2013:634, pkt 32.

¹⁶¹ Art. 2 b) dyrektywy 2005/29/WE Parlamentu Europejskiego i Rady z dnia 11 maja 2005 r. dotyczącej nieuczciwych praktyk handlowych stosowanych przez przedsiębiorstwa wobec konsumentów na rynku wewnętrznym oraz zmieniająca dyrektywę Rady 84/450/EWG, dyrektywy 97/7/WE, 98/27/WE i 2002/65/WE Parlamentu Europejskiego i Rady oraz rozporządzenie (WE) nr 2006/2004 Parlamentu Europejskiego i Rady („Dyrektywa o nieuczciwych praktykach handlowych”) (Dz.Urz. UE Nr L 149/22 z dnia 11.06.2005 r.) (dyrektywy o nieuczciwych praktykach handlowych) stanowi, że to *każda osoba fizyczna lub prawna (...) działająca w celu związanym z jej działalnością handlową, gospodarczą, rzemieślniczą lub wolnym zawodem (...)*. Podobnie art. 2 b) dyrektywy Parlamentu Europejskiego i Rady 2011/83/UE z dnia 25 października 2011 r. w sprawie praw konsumentów, zmieniająca dyrektywę Rady 93/13/EWG i dyrektywę 1999/44/WE Parlamentu Europejskiego i Rady oraz uchylająca dyrektywę Rady 85/577/EWG i dyrektywę 97/7/WE Parlamentu Europejskiego i Rady (Dz.Urz. UE Nr L 304/64 z dnia 22.11.2011 r., z późn. zm.) (dyrektywy w sprawie praw konsumentów).

np. częstotliwość świadczenia usługi¹⁶². W świetle powyższego także definicja usługodawcy pochodząca z dyrektywy usługowej¹⁶³ nie spełnia wymogów użyteczności. Akt ten nie podejmuje aspektu czasowego ani nie wyznacza żadnego kryterium, które mogłoby stanowić walor w wyznaczeniu podziału pomiędzy różnymi rodzajami dostawców.

Ze względu na brak regulacji na poziomie unijnym państwa członkowskie same próbują ustalić granicę pomiędzy dostawcami profesjonalnymi a mającymi charakter *peer*¹⁶⁴. Na wzmiankę zasługuje zwłaszcza pomysł wykorzystujący ustalone dla danego sektora progi. Przykładowo w dziedzinie transportu progi mogą dotyczyć maksymalnej wysokości rocznych obrotów, a w dziedzinie krótkoterminowego zakwaterowania rocznego limitu dni, podczas których można świadczyć takie usługi¹⁶⁵.

Narzędzia mogące pomóc w ustaleniu, czy dany dostawca spełnia warunki do uznania go za przedsiębiorcę, zostały przedstawione przez Komisję. Przede wszystkim z wytycznych wynika, że kwestia ta powinna za każdym razem być oceniana osobno, w sposób indywidualny. Propozycja Komisji opiera się na przeprowadzaniu testu¹⁶⁶, składającego się z trzech kryteriów: częstotliwości usług¹⁶⁷, nastawienia na zysk¹⁶⁸ oraz poziomu obrotów¹⁶⁹. Kumulatywne spełnienie wyróżnionych w nim przesłanek może wskazywać na to, że dany podmiot jest przedsiębiorcą¹⁷⁰.

162 Co oczywiście jest uzasadnione, biorąc pod uwagę trwały charakter, z jakim wiąże się prowadzenie przedsiębiorstwa.

163 Zgodnie z art. 4 pkt 2) ww. dyrektywy jest to każda osoba fizyczna będąca obywatelem państwa członkowskiego lub każda osoba prawna, o której mowa w art. 48 Traktatu, prowadząca przedsiębiorstwo w państwie członkowskim, która oferuje lub świadczy usługę (tj. wszelką działalność gospodarczą prowadzoną na własny rachunek, zwykle świadczoną za wynagrodzeniem, zgodnie z art. 50 Traktatu – fragment z art. 4 pkt 1) dyrektywy usługowej).

164 O sposobach na rozróżnienie transakcji B2C i C2C – zob. więcej E. Psaila, S. Fiorentini, M. Santos Silva and A. Gomez, Exploratory study of consumer issues in online peer-to-peer platform markets Task 5 Report – Legal Analysis Report, luty 2017, źródło: file:///Volumes/NO%20NAME/Annex5_Task5_ReportMay2017pdf.pdf [dostęp na: 13.06.2018 r.], s. 7-9.

165 Komunikat Komisji *Europejski...*, op. cit. COM (2016) 356 final, s. 5-6.

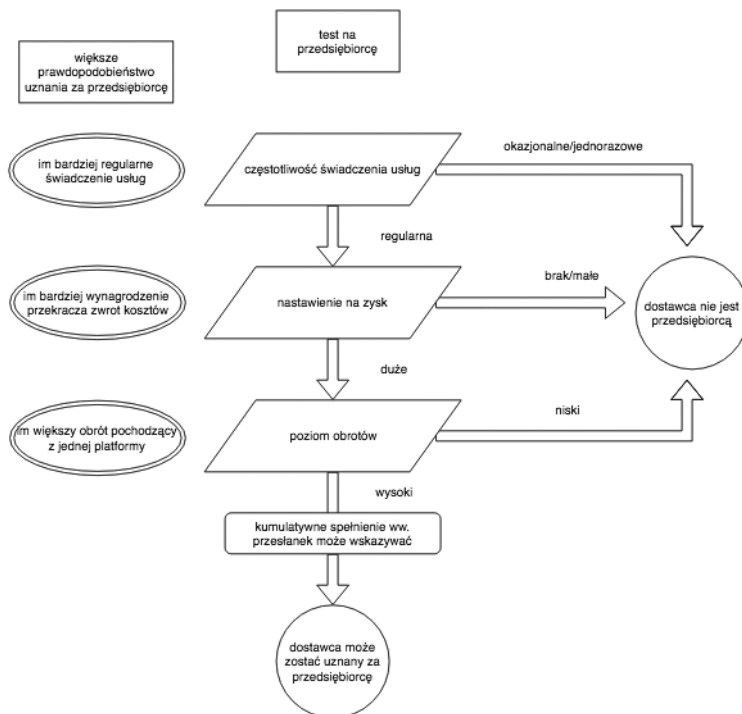
166 Test ten w dalszej części pracy będzie nazwany testem na przedsiębiorcę.

167 Im bardziej regularne świadczenie usług, tym większe prawdopodobieństwo, że dana osoba może zostać uznana za przedsiębiorcę.

168 Zasadniczo zaliczeniu do grona przedsiębiorców nie będą podlegaly osoby, dla których uczestnictwo w gospodarce współpracy łączy się z wymianą dóbr i usług, jak również osoby oczekujące wyłącznie zwrotu poniesionych kosztów. Otrzymywanie wynagrodzenia ponad koszty zwrotu sprawia, że dana osoba może być postrzegana jako potencjalny przedsiębiorca.

169 Prawdopodobieństwo pełnienia roli przedsiębiorcy zwiększa się wraz ze wzrostem obrotów, przy czym podczas analizy sytuacji danego podmiotu należy wziąć pod uwagę, czy taki obrót pochodzi z jednej, czy z wielu platform. W tym drugim przypadku duże obroty nie muszą świadczyć o tym, że dana osoba jest przedsiębiorcą.

170 Komunikat Komisji *Europejski...*, op. cit. COM (2016) 356 final, s. 10-11.



Źródło: opracowanie własne na podstawie wytyczny zawartych w komunikacie Komisji Europejskiej..., op. cit. COM (2016) 356 final, s. 10-11.

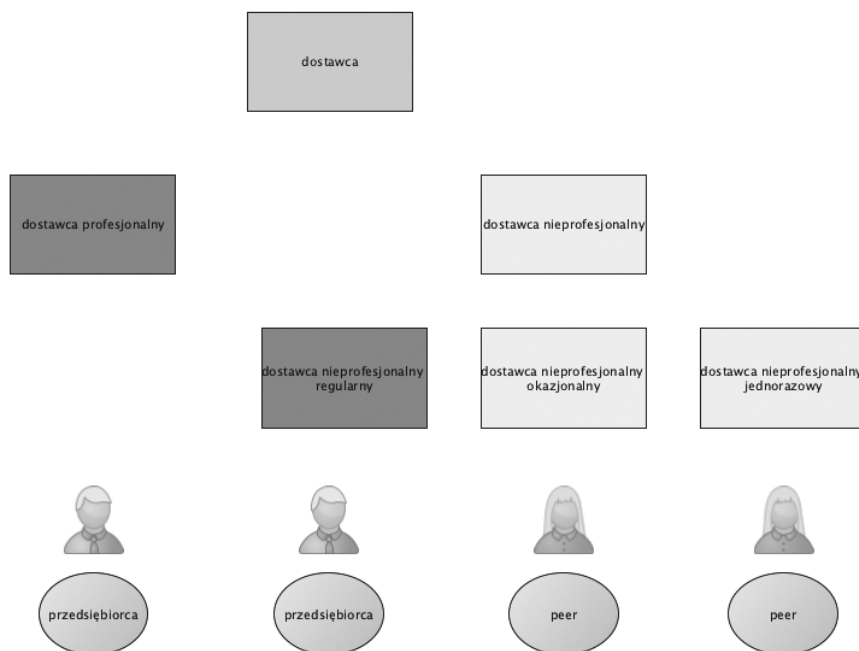
O istotności problemu, jakim jest ustalenie statusu danego podmiotu świadczący fakt, iż kwestia kwalifikacji osoby fizycznej świadczącej usługi sprzedaży za pomocą platformy online do kategorii przedsiębiorcy, stanie się przedmiotem rozważań Trybunału. Wydana w tej sprawie opinia rzecznika M. Szpunara zdaje się potwierdzać zaprezentowany powyżej tok rozumowania. Możliwość uznania osoby fizycznej za przedsiębiorcę¹⁷¹ wymaga *całościowej oceny na podstawie wszystkich kryteriów istotnych dla wypowiedzenia się w przedmiocie kwalifikacji*¹⁷². Na tej podstawie sądy krajowe będą mogły ustalić, czy dany podmiot *wykonuje działalność handlową, która w konsekwencji plasuje ją w sytuacji przewagi wobec konsumenta, i w związku z tym ma miejsce sytuacja braku równowagi między konsumentem i przedsiębiorcą*¹⁷³. W takim przypadku zastosowanie regulacji dotyczących ochrony konsumentów będzie uzasadnione.

171 W analizowanej sprawie uznanie podmiotu za przedsiębiorcę zostało podjęte na tle regulacji dyrektywy o nieuczciwych praktykach handlowych oraz dyrektywy w sprawie praw konsumentów. Ustalenia w ww. materii mają doniosłe znaczenie w świetle m.in. obowiązków nałożonych na podmioty.

172 Do przykładowych kwestii należą m.in. ustalenie, czy sprzedaż za pośrednictwem platformy internetowej dokonywana była w ramach zorganizowanej działalności i w celach zarobkowych, czy ta sprzedaż ujęta jest w określone ramy czasowe i częstotliwość, czy sprzedawca posiada status prawny, który pozwala mu na prowadzenie działalności handlowej, i w jakim stopniu sprzedaż online jest połączona z działalnością handlową sprzedawcy (...). — Zob. więcej opinia rzecznika generalnego M. Szpunara przedstawiona w dniu 31 maja 2018 r. w sprawie C-105/17, *Komisia za zashtita na potrebitelite przeciwko Evelina Kamenova*, ECLI:EU:C:2018:378, pkt. 51.

173 *Ibidem*, pkt. 52.

Tabela 12. Podział dostawców



Źródło: opracowanie własne.

Być może jednak niepokój związany z regularnym występowaniem w roli dostawcy usługi oraz idącym za tym profesjonalnym charakterem działalności jest nieuzasadniony. Jak wynika z badań Eurobarometru¹⁷⁴, osoby oferujące swoje usługi na platformach współpracy regularnie (tj. każdego miesiąca) stanowią zaledwie 5%. Najczęściej spotykaną formą świadczenia usług jest ich okazjonalne dostarczanie (raz na kilka miesięcy) – przynależność do grona takich osób deklaruje prawie co piąty (18%) użytkownik platform współpracy.

3.2.2. Dostęp do rynku – przepisy mające zastosowanie w przypadku dostawców

Podobnie jak miało to miejsce w przypadku platform współpracy, również dostawcy mogą domagać się dostępu do rynku na podstawie kilku regulacji. Aktualne pozostają rozważania z poprzedniego podrozdziału dotyczące świadczenia usług społeczeństwa informacyjnego (regulowanych przez dyrektywę *E-commerce*) oraz usług podstawowych (regulowanych przez dyrektywę usługową).

W przypadku, gdy usługa podstawowa może zostać zakwalifikowana jako usługa społeczeństwa informacyjnego dany dostawca podlega przepisom dyrektywy *E-commerce*¹⁷⁵. Zastosowanie mają wszystkie omówione wyżej przepisy, tj. zakaz wymagania zezwoleń na prowadzenie działalności czy wyłączenia w zakresie odpowiedzialności.

¹⁷⁴ Flash Eurobarometer..., *op. cit.*, s. 12.

¹⁷⁵ Tj. gdy usługa jest normalnie świadczona za wynagrodzeniem, na odległość, drogą elektroniczną i na indywidualne żądanie odbiorcy usługi. Taka usługa może być przykładowo związana z programowaniem czy projektowaniem stron.

Usługa podstawowa wykraczająca poza ramy ustanowione dyrektywą *E-commerce* powinna być rozpatrywana w świetle dyrektywy usługowej. W związku z powyższym dostawca może podlegać wymogowi posiadania zezwolenia (musi mieć ono charakter niedyskryminacyjny, konieczny i proporcjonalny). Ponadto jego sytuacja nie jest tak korzystna, jak w reżimie dyrektywy *E-commerce*, gdyż jego odpowiedzialność nie jest wyłączona i dodatkowo ciąży na nim liczne obowiązki informacyjne wobec nabywcy.

3.2.3. Relewantność przepisów dotyczących ochrony konsumentów

Kwalifikacja dostawcy jako przedsiębiorcy ma zatem doniosłe znaczenie w kontekście możliwości zastosowania przepisów dotyczących ochrony konsumentów. W przypadku, gdy dany podmiot jest zaliczany do grona profesjonalistów, ciąży na nim specjalne obowiązki wobec drugiej strony umowy. Z racji tego, że w środowisku gospodarki współpracy część dostawców nie jest profesjonalistami, ale zalicza się do grona konsumentów – wobec nich powinny być stosowane inne, mniej rygorystyczne przepisy¹⁷⁶.

Tabela 13. Możliwość zastosowania przepisów dotyczących konsumentów – rodzaje dostawców

Relacja dostawcy usługi podstawowej z nabywcą			
Rodzaj dostawcy		Czy można uznać go za przedsiębiorcę?	Czy możliwe jest zastosowanie przepisów ¹⁷⁷ z zakresu ochrony konsumentów?
profesjonalista		tak	tak
nieprofesjonalista	regularny	tak	tak
	okazjonalny	nie	nie
	jednorazowy	nie	nie

Źródło: opracowanie własne.

3.3. Nabywcy usługi podstawowej

3.3.1. Ogólne informacje o nabywcach i ich dostępie do rynku

Trzecim rodzajem podmiotów, który uczestniczy w tworzeniu gospodarki współpracy, są nabywcy usługi podstawowej (*service recipient*). Łączą ich dwa rodzaje więzi: po pierwsze – świadczenia dotyczące usługi społeczeństwa informacyjnego (z platformą), po drugie – świadczenia dotyczące usługi podstawowej oferowanej przez dostawcę.

Wśród nabywców usług większość będą stanowiły osoby działające w sposób nieprofesjonalny, tj. konsumenci¹⁷⁸. Ich dostęp do rynku jest oparty na przepisach prawa pierwotnego (w szczególności art. 26 TFUE) oraz wtórnego (przede

¹⁷⁶ Dokładna analiza tego zagadnienia zostanie przeprowadzona w rozdziale IV.

¹⁷⁷ Lista aktów prawnych mających zastosowanie wraz z omówieniem znajdujących się w nich regulacji będzie przedmiotem analiz rozdziału IV.

¹⁷⁸ Zgodnie z art. 2 lit. a dyrektywy o nieuczciwych praktykach handlowych są to wszystkie osoby fizyczne (...) działające w celu niezwiązanym z ich działalnością handlową, gospodarczą, rzemieślniczą lub wolnym zawodem. Podobnie art. 2 lit. a dyrektywy w sprawie praw konsumentów.

wszystkim dyrektywie o usługach na rynku wewnętrznym, ale również dyrektywie o nieuczciwych praktykach handlowych, dyrektywie w sprawie praw konsumentów czy dyrektywie w sprawie nieuczciwych warunków w umowach konsumenckich¹⁷⁹).

Chociaż analiza sytuacji przedsiębiorców wykracza poza ramy tej pracy, to na marginesie warto wspomnieć, że gospodarka współpracy umożliwia także podmiotom profesjonalnym występowanie w roli nabywcy usługi podstawowej. Najczęściej taka sytuacja występuje, gdy korzystają oni z platform związanych z dziedzinami finansowania czy wynajmowania przestrzeni do pracy¹⁸⁰. Przykładowo przedsiębiorca poszukujący środków finansowych korzysta z platformy *wspólnicy.pl*. W przypadku profesjonalistów ocena tego, czy znajdują się oni pod ochroną przepisów dotyczących konsumentów zależy od występowania w ramach albo poza prowadzoną przez siebie działalnością¹⁸¹.

3.3.2. Relewantność przepisów dotyczących ochrony konsumentów

Zależności pomiędzy relacjami użytkowników a możliwością zastosowania do nich przepisów dotyczących ochrony konsumenta przedstawia poniższa tabela.

Tabela 14. Możliwość zastosowania przepisów dotyczących konsumentów – rodzaje nabywców

Rodzaj nabywcy	Relacja	Czy możliwe jest zastosowanie przepisów ¹⁸² z zakresu ochrony konsumentów?
profesjonalista (przedsiębiorca)	z innym profesjonalistą w ramach wykonywanego zawodu	nie ¹⁸³
	z innym profesjonalistą poza wykonywanym zawodem	tak ¹⁸⁴
nieprofesjonalista (konsument)	z innym profesjonalistą	tak ¹⁸⁵
	z innym nieprofesjonalistą (konsumentem)	nie ¹⁸⁶

Źródło: opracowanie własne.

179 Dyrektywa Rady 93/13/EWG z dnia 5 kwietnia 1993 r. w sprawie nieuczciwych warunków w umowach konsumenckich (Dz.Urz. WE Nr L 95/29 z dnia 21.04.1993 r., z późn. zm.).

180 V. Hatzopoulos, *The Collaborative...*, *op. cit.*, s. 49.

181 Zgodnie z orzecznictwem TSUE (...) jedna i ta sama osoba może występować w charakterze konsumenta w ramach określonych czynności, a w charakterze przedsiębiorcy w ramach innych. – Zob. więcej wyrok Trybunału z dnia 3 września 2015 r. w sprawie C-110/14, Costea przeciwko Volksbank, ECLI:EU:C:2015:538, pkt 20.

182 Lista aktów prawnych mających zastosowanie wraz z omówieniem znajdujących się w nich regulacji będzie przedmiotem analiz rozdziału IV.

183 Ze względu na profesjonalny charakter relacji występującej pomiędzy ww. podmiotami (B2B), nie-możliwe jest zastosowanie przepisów z zakresu ochrony konsumentów. Przykładem platformy kreującej takie sytuacje jest *sharespace.pl*. Nabywca (przedsiębiorca) wynajmuje od dostawcy (przedsiębiorcy) niewykorzystaną przestrzeń w postaci np. sali konferencyjnej na spotkanie ze swoimi klientami.

184 Platforma umożliwiająca tworzenie takich relacji (C2B) to np. *Golem*. Informatyk w swoim wolnym czasie korzysta z potencjału dostępnego na ww. platformie.

185 Zastosowanie przepisów dot. ochrony konsumenta jest możliwe dlatego, że w tej relacji (C2B) jedną ze stron jest konsument, a drugą podmiot profesjonalny (przedsiębiorca).

186 Nie można zastosować przepisów dotyczących ochrony konsumentów, ponieważ w tej relacji (C2C) brakuje podmiotu profesjonalnego (przedsiębiorcy).

Podsumowanie

Ustalenie statusu prawnego podmiotów uczestniczących w gospodarce współpracy ma charakter fundamentalny dla możliwości podjęcia dalszych rozważań w tej pracy. O doniosłości wątpliwości, jakie pojawiają się m.in. w związku ustaleniem właściwego charakteru podmiotów, świadczy fakt, że analiza ich statusu prawnego stała się przedmiotem judykatów TSUE¹⁸⁷.

Zawitości związane z ustaleniem właściwych regulacji prawnych są pogłębiane przez niedostatecznie ukształtowany charakter samego środowiska gospodarki współpracy. Dodatkowo wielostronność rynku, z której bezpośrednio wynika mnogość ról i relacji występujących pomiędzy podmiotami sprawia, że uporządkowanie kwestii prawnych jest wyjątkowo trudne do wykonania. Same instytucje unijne podejmując się próby wskazania kierunku interpretacji już istniejących przepisów prawnych, mogących mieć zastosowanie do *collaborative economy*, wykazują się daleko idącą ostrożnością. Z tego powodu np. wytyczne wydane przez Komisję mają bardzo ogólnikowy charakter, przez co nie do końca realizują przypisaną im rolę.

Wskazane w tym rozdziale koncepcje dotyczące m.in. ról, relacji występujących pomiędzy podmiotami, podstawy prawnej mającej zastosowanie, możliwości zastosowania przepisów z zakresu ochrony konsumenta, cechują się nieco akademickim charakterem. Ze względu na fakt, iż gospodarka współpracy od stosunkowo niedawna jest obecna na rynku ekonomiczno-społeczno-gospodarczym, niemalże wszystkie odnoszące się do niej stanowiska i scenariusze (w tym również te przedstawione przeze mnie) na bieżąco podlegają rozwojowi i dopasowaniu do otaczającej rzeczywistości.

Pomimo wskazanych niedogodności – w świetle wzrostu popularności platform współpracy – zasadne wydaje się podejmowanie prób uporządkowania prawnego otoczenia. Zwłaszcza koncepcje dotyczące rozwiązań w zakresie pojawiających się problemów prawnych, w związku z brakiem szczegółowych wskazówek pochodzących od organów unijnych, powinny zostać uznane za przydatne.

¹⁸⁷ Dotychczas do Trybunału wpłynęły trzy sprawy związane z funkcjonowaniem platform współpracy. Dwie z nich zakończyły się wydaniem merytorycznych wyroków – sprawa C-434/15 oraz sprawa C-320/16. Trzeci wniosek został odrzucony jako niedopuszczalny – sprawa C-526/15. – Zob. więcej wyrok Trybunału z dnia 20 grudnia 2017 r. w sprawie C-434/15, *Asociación Profesional Elite Taxi przeciwko Uber Systems Spain SL*, ECLI:EU:C:2017:981, wyrok Trybunału z dnia 10 kwietnia 2018 r. w sprawie C-320/16, *Uber France SAS przeciwko Nabilowi Bensalemowi*, ECLI:EU:C:2018:221 oraz postanowienie Trybunału z dnia 26 października 2016 r. w sprawie C-526/15, *Uber Belgium przeciwko Taxi Radio Bruxellois*, ECLI:EU:C:2016:830.

Rozdział IV. Ochrona konsumentów w unijnym środowisku gospodarki współpracy

Uwagi ogólne

W poprzednim rozdziale – na kanwie rozważań dotyczących relacji pomiędzy poszczególnymi podmiotami oraz relewantnych przepisów dotyczących ich ochrony – zasygnalizowano problemy związane z korzystaniem przez konsumentów z platform współpracy. W tej części pracy tematyka dotycząca zabezpieczenia interesów konsumentów zostanie poddana bardziej dogłębnej analizie. Należy jednak podkreślić, że ze względu na niezwykle obszerną materię związaną z ochroną konsumentów oraz ograniczony zakres opracowania – przedstawione zostaną jedynie najważniejsze problemy prawne, pojawiające się na tym tle.

Ze względu na często występujące w *collaborative economy* zacieranie się granic pomiędzy podmiotami, na samym początku należy wyjaśnić, kim w rozumieniu tego rozdziału będą konsumenci¹⁸⁸. Biorąc pod uwagę przedstawione powyżej koncepcje, rozważania dotyczące sytuacji konsumentów poświęcam nabywcom usługi podstawowej – nieprofesjonalnym oraz profesjonalnym w zakresie wykraczającym poza prowadzoną przez nich działalność (bez względu na to, czy wchodzi w relacje z platformą, czy z dostawcą usługi podstawowej traktowanym jako przedsiębiorca; B2C). Dodatkowo dokonam analizy sytuacji nabywców wchodzących w relacje z dostawcami niebędącymi przedsiębiorcami (C2C) oraz dostawców niebędących przedsiębiorcami (tj. nieprofesjonalistami okazjonalnymi i jednorazowymi) w relacjach z platformami (C2B).

Warte podkreślenia jest, że nie tylko więzi pomiędzy poszczególnymi podmiotami mają znaczący wpływ na zastosowanie i kształt przepisów dotyczących ochrony konsumentów. Do czynników oddziałujących na ww. materię należą m.in. sektory, w jakich dane platformy współpracy funkcjonują (zakwaterowanie, transport, usługi finansowe, usługi zdrowotne, żywność) oraz założenia leżące u podstaw całego systemu ochrony.

Podejmując się analizy zagadnienia ochrony konsumentów oraz mając na względzie zakres przedmiotowy wyznaczony przez temat pracy, swoje rozważania będę odnosiła wyłącznie do prawa unijnego. Wiele z sytuacji przedstawionych w poniższym rozdziale może mieć swoje rozwinięcie na gruncie prawa krajowego państw członkowskich (przede wszystkim na gruncie obowiązującego w nich prawa

188 Pomimo wyraźnego wyodrębnienia znaczenia, jakie w tym rozdziale przypisano konsumentowi, należy podkreślić, że nie tracą na swojej aktualności wydane w ramach rozważań nad ww. pojęciem opracowania doktryny oraz tezy zawarte w judykatach TSUE. – Zob. więcej i powołane tam orzecznictwo: J. Lazikova, L. Rumanovska, *The Notion of Consumer in the EU law*, "EU Agrarian Law" 2016, vol.5, issue 2.

cywilnego)¹⁸⁹, jednakże refleksje wykraczające poza ramy prawa Unii Europejskiej nie będą kontynuowane.

Przed rozpoczęciem właściwych rozważań – chcąc zaprezentować zagadnienia związane z sytuacją konsumentów z możliwie najszerzej perspektywy – trzeba zwrócić uwagę na fakt, iż istnieją trzy podstawowe obszary, mające szczególne znaczenie dla bezpieczeństwa i interesów nabywców usług. Po pierwsze jest to prawo ochrony konsumentów, zwłaszcza w zakresie obowiązków informacyjnych i praktyk wprowadzających w błąd. Po drugie prawo ochrony danych osobowych, w szczególności w obszarze zasad korzystania i przetwarzania danych. Po trzecie prawo ochrony konkurencji w sferach, które dotyczą konsumentów (w kontekście nadużycia pozycji dominującej będą to np. postanowienia wprowadzające w błąd czy nieograniczone gromadzenie danych).

Pomimo że poniższy rozdział koncentruje się na prawie ochrony konsumentów, nie powinno się lekceważyć pozostałych dwóch dziedzin, które w sposób zasadniczy wpływają na sytuację podmiotów gospodarki współpracy. Z tego względu, w celu zapewnienia kompleksowości przedstawianej problematyki, na końcu rozdziału zasygnalizowane zostaną podstawowe problemy prawne występujące na gruncie ww. obszarów.

Potrzeba zapewnienia bezpieczeństwa konsumentom znajduje odzwierciedlenie w działaniach podejmowanych przez Unię. Na pierwszy plan wysuwają się przede wszystkim problemy łączące się z funkcjonowaniem konsumentów w rzeczywistości gospodarki współpracy oraz ustaleniem właściwych sposobów przyznania im ochrony. Jednym z zagadnień budzących najpoważniejsze wątpliwości jest potrzeba udzielenia wsparcia nabywcom w relacji z dostawcą niebędącym przedsiębiorcą (tj. nieprofesjonalnym okazynym/jednorazowym)¹⁹⁰.

Zdaniem Komisji *[c]elem regulacji dotyczących ochrony konsumentów jest bronienie bezpieczeństwa i interesów konsumentów oraz rozwiązywanie problemów wynikających z informacyjnej asymetrii (nierówności) czy słabszej pozycji negocjacyjnej (w porównaniu do tej, którą mają dostawcy usługi). W gospodarce współpracy transakcje często przybierają kształt peer-to-peer [tj. relacji pomiędzy podmiotami równorzędnymi, nieprofesjonalnymi – przyp. aut.], co rodzi pytania o występowanie ww. informacyjnej asymetrii (nierówności)*¹⁹¹. W świetle powyższego zasadniczą trudność stanowi wyważenie dóbr pomiędzy zabezpieczeniem interesów

189 Część przepisów dotyczących ochrony konsumentów ma charakter przepisów krajowych i z tego względu nie zostaną poddane analizie. Dodatkowo warto zaznaczyć, że ww. przepisy w poszczególnych państwach członkowskich mogą się w znacznym stopniu od siebie różnić, w konsekwencji czego sytuacja konsumentów w państwie członkowskim A może być nieco odmienna niż w państwie członkowskim B. Problematyka ta w kontekście funkcjonowania gospodarki współpracy została poruszona w specjalnym raporcie. – Zob. więcej E. Psaila, S. Fiorentini, M. Santos Silva and A. Gomez, *op. cit.*

190 Wynika to z faktu, iż w tej sytuacji w istocie ma się do czynienia z dwoma podmiotami prywatnymi, tj. niebędącymi przedsiębiorcami. Po jednej stronie znajduje się konsument, a po drugiej prosument. Taka relacja (C2C) nie podlega zakresowi przepisów dotyczących ochrony konsumentów (właśnie ze względu na brak występowania przedsiębiorcy po jednej ze stron), ale wyłącznie regułom prawa cywilnego.

191 Commission staff working document A Single..., *op. cit.* SWD (2015) 202 final, s. 5-6.

nabywcy (konsumenta) a nienakładaniem zbyt wymagających obowiązków na niezawodowego dostawcę (prosumenta¹⁹²).

Biorąc pod uwagę wskazane wyżej czynniki, materia poddana analizie w poniższym rozdziale w żadnym razie nie stanowi wyczerpującego opracowania. Moim zasadniczym zamiarem była próba przedstawienia najistotniejszych kwestii dotyczących ochrony konsumentów, a nie całościowe opracowanie tematyki¹⁹³. Dobór materii i przykładów został dokonany w sposób subiektywny w oparciu o zagadnienia dotyczące sedna sprawy.

4.1. Podstawowe problemy prawne związane z ochroną konsumentów w prawie UE – zarys problematyki

Zagadnienia dotyczące ochrony konsumentów są na tyle istotne dla prawidłowego funkcjonowania całego środowiska *collaborative economy*, że stały się przedmiotem rozważań zarówno instytucji unijnych, jak i przedstawicieli doktryny. Prace toczące się nad wyjaśnieniem zawłości i uporządkowaniem tej skomplikowanej materii zaowocowały powstaniem wielu stanowisk i spostrzeżeń w zakresie podstawowych problemów prawnych. W zależności od ustalonego kryterium akcenty dotyczące analizowanej tematyki rozkładają się w różny sposób. Na samym początku warto zaprezentować porównanie podstawowych koncepcji związanych z trudnościami, pojawiającymi się na tle ochrony konsumenta.

Jedna z propozycji, opracowana na podstawie badań przeprowadzonych na konsumentach korzystających z platform współpracy, przedstawiła pięć zasadniczych tematów, stanowiących pole do dalszych rozważań¹⁹⁴. Zagadnienia warte rozważenia obejmowały po pierwsze jasność i przejrzystość dotyczącą natury transakcji zawieranych poprzez platformy współpracy oraz relewantność istniejących przepisów dotyczących ochrony konsumentów. Drugim zagadnieniem, które powinno zostać poddane refleksji, jest kwestia niezawodności systemów wzajemnej oceny i systemów reputacyjnych oraz prawidłowości danych zamieszczanych na platformie. Trzecią materię wartą zbadania stanowią rozbieżności dotyczące odpowiedzialności, jaką ponosi platforma – w szczególności w zakresie wyłączeń oraz zobowiązań związanych z prowadzeniem działalności (m.in. umożliwianiem zawierania transakcji czy samymi praktykami platformy). Czwarta kategoria problemów prawnych obejmuje możliwość dochodzenia roszczeń zarówno przez nabywców, jak i dostawców usług. Ostatni rodzaj zagadnień obejmuje użycie i ochronę danych osobowych.

192 Prosument to nazwa łącząca w sobie pojęcia konsumenta, producenta i profesjonalisty (w znaczeniu przedsiębiorcy). Obecność nowego podmiotu łączy się z pewnymi trudnościami, gdyż *if a prosumer is a producer and a consumer at the same time, the thin line between them may create legal uncertainty about the responsibility (of a consumer in the sense of a non-professional party, and a business or, better, an entrepreneur)*. – Zob. więcej o koncepcji prosumenta w UE J. Valant, *Consumer protection in the EU. Policy overview. In-depth analysis*, wrzesień 2015, źródło: [http://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/IDAN/2015/565904/EPRS_IDA\(2015\)565904_EN.pdf](http://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/IDAN/2015/565904/EPRS_IDA(2015)565904_EN.pdf) [dostęp na: 13.06.2018 r.], s. 16-17.

193 Co w kontekście złożoności zjawiska gospodarki współpracy oraz mnogości modeli, wariantów i sektorów, w jakich występuje, wydaje się być zadaniem nie tylko brawurowym, ale i bezcelowym.

194 P. Hausemer (i in.), *Exploratory study of consumer issues in online peer-to-peer platform markets. Executive summary*, maj 2017 r., s. 5.

Nieco odmienny zestaw problemów został przedstawiony przez OECD¹⁹⁵. W swoim opracowaniu zwróciła ona uwagę przede wszystkim na podział szkód, jakich doświadczają konsumenci¹⁹⁶ i na tej podstawie opracowała zbiór podstawowych kwestii, które powinny być wyjaśnione na gruncie *collaborative economy*. Grupa najważniejszych problemów dotyczy zwłaszcza: przejrzystej i efektywnej ochrony; uczciwych praktyk dotyczących prowadzenia biznesu, marketingu i reklamy; jasnych informacji w zakresie internetowej tożsamości przedsiębiorcy, oferowanych dóbr i usług oraz terminów i warunków umów; zrozumiałego procesu potwierdzania zamówienia; bezpiecznej obsługi płatności; uczciwych, szybkich i przystępnych postanowień dotyczących mechanizmów rozstrzygania sporów oraz środków dochodzenia odszkodowań, jak również postanowień dotyczących prywatności i ochrony danych.

Ostatnia i jednocześnie najbardziej zwięzła typologia proponuje zagadnienia związane z ochroną konsumenta, które można podzielić na dwa rodzaje: kwestie związane z jakością i ponoszeniem odpowiedzialności za usługi oraz kwestie roszczeń odszkodowawczych w razie wypadków¹⁹⁷.

Wskazane zagadnienia zostaną rozwinięte w kolejnych podrozdziałach.

4.2. Ochrona w relacjach *peer-to-business*

4.2.1. Relewantność przepisów dotyczących ochrony konsumentów w sytuacji P2B

Rozważania dotyczące ochrony konsumenta należy rozpocząć od przedstawienia relewantnych aktów prawnych. Jednocześnie warto przypomnieć, że przedstawione w poprzednim rozdziale scenariusze relacji pomiędzy podmiotami, w których będą one miały zastosowanie, pozostają aktualne¹⁹⁸.

Poza wspomnianymi już regulacjami w postaci dyrektywy *E-commerce* oraz dyrektywy usługowej kluczowe znaczenie będą miały akty tradycyjnie związane transakcjami zawieranymi pomiędzy konsumentami oraz przedsiębiorcami: dyrektywa w sprawie nieuczciwych praktyk handlowych, dyrektywa w sprawie praw konsumentów, dyrektywa w sprawie nieuczciwych warunków w umowach konsumenckich,

195 *Protecting consumers in peer platform markets. Exploring the issues. 2016 Ministerial Meeting on the Digital Economy. Background Report, 2016.*

196 Szkody te zostały podzielone na dwie podstawowe kategorie: finansowe (m.in. zawyżone ceny, utracone zarobki, koszty związane z naprawą/zamianą produktu) oraz niefinansowe (np. ograniczony wybór, skutki natury psychicznej w tym stres i upokorzenie, uszczerbek na zdrowiu). W przypadku szkód związanych z funkcjonowaniem platform współpracy wyróżniono: koszty poniesione w związku z uszkodzonymi produktami lub nienależycie wykonanymi usługami, zawyżone lub nieuczciwe ceny (np. *surge pricing* stosowany przez Ubera, który polega na wzroście ceny w przypadku, gdy popyt jest wysoki. *Surge pricing* ma na celu zrównoważyć popyt i podaż. Np. podczas śnieżycy w NYC podobno ceny za Ubera wzrosły 8,25-krotnie), uszkodzenia lub negatywne skutki dla zdrowia (co dotyczy zwłaszcza usług związanych z transportem i żywnością), kompromis dotyczący danych osobowych konsumentów czy wreszcie ograniczony wybór (w przypadku, gdy z różnych przyczyn użytkownicy przestaną korzystać z danej platformy). – *Ibidem*, s. 14-15.

197 C. Codagnone, B. Martens, *Scoping the Sharing Economy: Origins, Definitions, Impact and Regulatory Issues. Institute for Prospective Technological Studies Digital Economy Working Paper, 2016/01*, źródło: <https://ec.europa.eu/jrc/sites/jrcsh/files/JRC100369.pdf> [dostęp na: 13.06.2018 r.], s. 21.

198 Znajdują się one w podrozdziałach: Relewantność przepisów dotyczących ochrony konsumentów (3.1.4, 3.2.3 oraz 3.3.2).

dyrektywa w sprawie ADR w sporach konsumenckich¹⁹⁹ oraz rozporządzenie w sprawie ODR w sporach konsumenckich²⁰⁰. Dodatkowo, w przypadku gdy dana platforma i dostawca usługi podstawowej funkcjonują na rynku regulowanym przez przepisy sektorowe, mogą być oni zobowiązani do przestrzegania szczególnych obowiązków w zakresie wyznaczonym przez te przepisy²⁰¹.

4.2.2. Ochrona oparta na podstawie relewantnych przepisów

Badania nad środowiskiem konsumentów²⁰² wyróżniają trzy podstawowe obszary, w których można dokonać analizy warunków konsumenckich: wiedzę i zaufanie (*knowledge and trust*)²⁰³, podejście przedsiębiorców, czyli zgodność i egzekwowanie ustalonych zasad (*compliance²⁰⁴ and enforcement*)²⁰⁵ oraz rozpatrywanie skarg i rozstrzyganie sporów (*complaints and dispute resolution*)²⁰⁶.

Problemy, jakie można zarysować na gruncie powyższych kwestii, sprowadzają się do kilku zagadnień. Kwestią zasadniczą jest ustalenie, w jakim zakresie dostawcy, którzy zgodnie z testem na przedsiębiorcę²⁰⁷ zostali zaliczeni do grona profesjonalistów, powinni podlegać wymogom stawianym przedsiębiorcom świadczącym usługi zawodowo. Przykładowo analizie należy poddać sytuację, w której osoba sprzedająca ubrania na platformie szafa.pl, miałaby wypełniać te same obowiązki względem konsumentów, co międzynarodowe hiszpańskie przedsiębiorstwo, którego obroty w 2017 r. wyniosły 25,3 mld euro²⁰⁸. Podejście, zgodnie z którym zarówno przedsiębiorcy (w tradycyjnym znaczeniu), jak i dostawcy usługi podstawowej (uznani za przedsiębiorców na podstawie testu) mieliby podlegać identycznym restrykcjom, nie wydaje się ani potrzebne, ani właściwe.

199 Rozporządzenie Parlamentu Europejskiego i Rady (UE) nr 524/2013 z dnia 21 maja 2013 r. w sprawie internetowego systemu rozstrzygania sporów konsumenckich oraz zmiany rozporządzenia (WE) nr 2006/2004 i dyrektywy 2009/22/WE („Rozporządzenie w sprawie ODR w sporach konsumenckich”) (Dz.Urz. UE Nr L 165/1 z dnia 18.06.2013 r.)

200 Dyrektywa Parlamentu Europejskiego i Rady 2013/11/UE z dnia 21 maja 2013 r. w sprawie alternatywnych metod rozstrzygania sporów konsumenckich oraz zmiany rozporządzenia (WE) nr 2006/2004 i dyrektywy 2009/22/WE („Dyrektywa w sprawie ADR w sporach konsumenckich”) (Dz.Urz. UE Nr L 165/63 z dnia 18.06.2013 r.)

201 Commission staff working document – European..., *op. cit.* SWD (2016) 184 final, s. 34.

202 *Consumer Condition Scoreboard. Consumers at home in the Single Market*, Edition 2017, źródło: http://ec.europa.eu/newsroom/just/document.cfm?action=display&doc_id=45983 [dostęp na: 13.06.2018 r.].

203 Wśród których zasadnicze znaczenie mają kwestie związane ze świadomością odnośnie do np. prawa zwrotu produktów zakupionych na odległość w ciągu 14 dni bez podawania przyczyny, prawo do zamiany/naprawy wadliwych produktów czy brak obowiązku zapłaty lub zwrotu produktu niezamówionego.

204 *Kultura compliance oznacza przyjmowanie i stosowanie kodeksu zasad i procedur, jakimi powinni się kierować wszyscy zatrudnieni w firmie (...). Reguły te wynikają bezpośrednio z przepisów prawa, branżowej samoregulacji czy dobrych praktyk samej firmy.* – Fragment z Polityka ochrony konkurencji i konsumentów. UOKiK, Warszawa 2015, źródło: <https://uokik.gov.pl/download.php?plik=16694> [dostęp na: 13.06.2018 r.], s. 28.

205 Dotyczy to doświadczeń konsumentów związanych z nieuczciwymi praktykami handlowymi oraz nieuczciwymi warunkami umownymi.

206 Skargi dotyczą najczęściej produktów lub ich bezpieczeństwa, braku lub opóźnionej dostawy czy dodatkowych opłat.

207 Przedstawionym i omówionym w podrozdziale 3.2.1.

208 Ł. Izakowski, *Inditex podsumował 2017 rok: więcej sklepów, wyższe obroty, rosnące znaczenie kanału E-commerce*, źródło: <https://retailnet.pl/2018/03/14/123455-inditex-podsumowal-2017-rok-wiecej-sklepow-wyzsze-obroty-rosnace-znaczenie-kanalu-E-commerce/> [dostęp: 13.06.2018 r.].

W literaturze²⁰⁹ zwraca się uwagę na fakt, że podmioty dostarczające usługę podstawową²¹⁰, ze względu na swój (mimo wszystko) amatorski charakter nie mają technicznych, prawnych i organizacyjnych możliwości oraz środków finansowych, do wypełniania obowiązków w sposób, w jaki robią to zawodowi przedsiębiorcy. W konsekwencji mogą mieć oni znaczne problemy np. w spełnieniu wymogów informacyjnych²¹¹, posiadaniu świadomości co do obowiązujących problemów prawnych czy w związku z wymianą/naprawą wadliwego produktu. Z drugiej strony nie jest racjonalne całkowite pozbawianie konsumentów ochrony, wyłącznie z tego powodu, żeby nie nakładać na dostawców żadnych obowiązków.

Wyważenie dwóch przeciwstawnych interesów – udzielenia najszerzej ochrony nabywcom oraz zapewnienia możliwie największej swobody dostawcom – jest zadaniem niezwykle wymagającym. Mimo wskazanych powyżej trudności podjęłam się próby ustalenia zbioru przepisów, które mogłyby znaleźć zastosowanie w relacji nabywca – dostawca uznany za profesjonalistę. Niektóre z regulacji mogą zostać zastosowane wprost, inne – z racji na model ekonomiczny, w jakim miałyby być stosowane – powinny zostać poddane modyfikacji i przyjąć mniej restrykcyjną formę. Na marginesie należy dodać, że dobór odpowiednich przepisów zależy nie tylko od rodzaju podmiotów i więzi występującej między nimi, ale również od sektora, w którym świadczona jest dana usługa.

Poniższa tabela zawiera zestawienie najistotniejszych przepisów dotyczących ochrony konsumentów, które mogą mieć zastosowanie w środowisku gospodarki współpracy. Przedstawiony poniżej zbiór nie ma charakteru wyczerpującego, ale powstał jako przykładowy (subiektywny) przegląd najbardziej znaczących regulacji.

209 *Protecting consumers...*, op. cit., s. 21.

210 W znaczeniu dostawców regularnych, okazjonalnych i jednorazowych.

211 Także ze względów technicznych, gdyż w zasadzie zawsze to platforma decyduje o tym, co jest zamieszczane na należącej do niej stronie internetowej. W sytuacji, w której nie ma odpowiednich warunków do umieszczenia takich informacji na stronie (np. w formularzu rejestracyjnym nie znalazła się odpowiednia rubryka do uzupełnienia), dostawca nie ma możliwości uprzedniego, samodzielnego poinformowania o pewnych kwestiach.

Tabela 15. Ochrona konsumentów oparta na istniejących przepisach

Przepisy, które można zastosować	Przedmiot	Niezbędne modyfikacje
Dyrektywa w sprawie nieuczciwych warunków konsumenckich		
art. 3	uznanie warunków za nieuczciwe ²¹²	
art. 5	prosty i zrozumiały język warunków umów	nie dla interpretowania wszelkich wątpliwości na korzyść konsumenta ²¹³
art. 6 ust. 1	niewiążący charakter nieuczciwych warunków umownych, obowiązki pozostatej części umowy ²¹⁴	
załącznik, par. 1 zwłaszcza punkty: b, e, f, k i l	- przykładowe warunki uznane za nieuczciwe – wśród nich najdonioślejsze znaczenie dla gospodarki współpracy mają: – niewłaściwe wyłączenie lub ograniczenie praw konsumenta; – rażąco wysokie odszkodowanie w razie niewykonania zobowiązań przez konsumenta; – upoważnienie dostawcy do rozwiązania umowy według jego własnego uznania; – umożliwienie dostawcy dokonywania jednostronnych zmian w cechach dostarczanego produktu lub usługi bez uzasadnionego powodu; – możliwość ustalania ceny towaru w momencie dostawy lub umożliwienie dostawcy podwyższenia cen bez zapewnienia konsumentowi prawa do unieważnienia umowy	rozważenie możliwości rozwiązania umowy według uznania dostawcy, gdy ma ona charakter nieodpłatny, a jej wykonanie powoduje znaczne trudności
Dyrektywa w sprawie nieuczciwych praktyk handlowych		
art. 3 ust. 1	nieuczciwe praktyki handlowe stosowane przed, w trakcie oraz po zawarciu transakcji	

212 Zgodnie z art. 3 dyrektywy nieuczciwe warunki to takie, które nie były indywidualnie negocjowane (np. za takie warunki zawsze należy uznać te, które zostały sporządzone wcześniej i konsument nie miał w związku z tym wpływu na ich treść), a ponadto stoją w sprzeczności z wymogami dobrej wiary i powodują znaczącą nierównowagę wynikających z umowy praw i obowiązków stron ze szkodą dla konsumenta.

213 Chodzi tu zwłaszcza o sytuację, gdy strony zawarły umowę i nie doprecyzowały jakiejś kwestii.

214 Jeśli jest to możliwe po wyłączeniu z niej nieuczciwych warunków.

215 Artykuł 2 lit. d stanowi, że „praktyki handlowe stosowane przez przedsiębiorstwa wobec konsumentów” (zwane dalej również „praktykami handlowymi”) oznaczają każde działanie przedsiębiorcy, jego zaniechanie, sposób postępowania, oświadczenie lub komunikat handlowy, w tym reklamę i marketing, bezpośrednio związane z promocją, sprzedażą lub dostawą produktu do konsumentów.

art. 5	zakaz nieuczciwych praktyk handlowych ²¹⁵	obniżenie standardu albo całkowita rezygnacja z elementu dotyczącego wymogów staranności zawodowej ²¹⁶
art. 6	działania wprowadzające w błąd	
art. 7	zaniechania wprowadzające w błąd	
art. 13	sankcje	wymierzenie sankcji powinno mieć charakter ostateczny i być poprzedzone łagodniejszymi działaniami ²¹⁷
załącznik I, zwłaszcza punkty: 6, 7, 9, 18, 22, 23	praktyki handlowe uznane za nieuczciwe – wśród nich najdonioślejsze znaczenie mają: – zaproszenie do nabycia usług²¹⁸ po określonej cenie, a następnie odmowa przyjęcia zamówień/dostarczenia jej w racjonalnym terminie (z zamiarem promowania innego produktu; „przynęta i zamiana”); – fałszywe twierdzenie, że produkt będzie dostępny jedynie przez ograniczony czas lub będzie dostępny na określonych warunkach przez bardzo ograniczony czas w celu nakłonienia do podjęcia natychmiastowej decyzji; – twierdzenie lub stwarzanie w inny sposób wrażenia, że sprzedaz produktu jest zgodna z prawem (gdy naprawdę nie jest); – przekazywanie rzeczowo nieścisłych informacji dotyczących warunków rynkowych lub możliwości znalezienia produktu (z zamiarem nakłonienia do nabycia usługi na warunkach mniej korzystnych niż normalne); – fałszywe twierdzenie lub stwarzanie wrażenia, że sprzedawca nie działa w celu związanym z jego działalnością handlową, gospodarczą, rzemieślniczą lub wolnym zawodem lub fałszywe podawanie się za konsumenta; – wywoływanie fałszywego wrażenia, że platforma współpracy ma siedzibę/jest dostępna w państwie członkowskim innym niż państwo członkowskie, w którym usługa została wykonana	

216 Zgodnie z definicją zawartą w art. 2 lit. h dyrektywy o nieuczciwych praktykach handlowych „staranność zawodowa” oznacza standard dotyczący szczególnej wiedzy i staranności, których można w racjonalny sposób oczekiwać od przedsiębiorcy w jego relacjach z konsumentami, zgodnie z uczciwymi praktykami rynkowymi i/lub ogólną zasadą dobrej wiary w zakresie jego działalności. Biorąc pod uwagę fakt, iż dostawca jest podmiotem w rzeczywistości nieprofesjonalnym, powinno się wymagać od niego zwykłego, przeciętnego, a nie szczególnego poziomu staranności.

217 Wydaje się, że nałożenie na dostawcę sankcji za naruszenie przepisów dotyczących nieuczciwych praktyk handlowych powinno być ostatecznością (podobnie jak wszczęcie postępowania sądowego/administracyjnego z art. 11. Przed zastosowaniem takich środków powinno się rozważyć mniej dotkliwe instrumenty, mające raczej na celu zapoznanie danego podmiotu z regulacjami, których może on nie znać.

218 Wszystkie działania zostały opisane z perspektywy świadczenia usług lub dostarczania dóbr, zamiast zawartego w oryginalnej wersji aktu sprzedawania towarów.

Dyrektywa w sprawie praw konsumentów		
art. 6 ust. 1, zwłaszcza lit. a, b, e, g, h, k i t oraz ust. 7 i 9	obowiązki informacyjne dotyczące umów zawieranych na odległość – jasne i zrozumiałe udzielenie informacji²¹⁹ dotyczących: – głównych cech towarów i usług (...) ²²⁰; – danych identyfikujących przedsiębiorcę (...); – łącznej ceny towarów lub usług (...); – warunków płatności, dostarczenia, wykonania, terminu, w jakim przedsiębiorca zobowiązuje się do dostarczenia towarów lub świadczenia usług oraz, w przypadku gdy ma to zastosowanie, stosowanych przez przedsiębiorcę procedur rozpatrywania reklamacji; – prawa odstąpienia od umowy – warunków, terminów, procedur i wzoru formularza odstąpienia od umowy (w przypadku, gdy takie prawo istnieje); – informacji o braku prawa odstąpienia od umowy lub okoliczności, w których możliwa jest jego utrata; – możliwości skorzystania z pozasądowych mechanizmów rozpatrywania reklamacji i dochodzenia roszczeń (...) oraz dostępu do tych procedur (w przypadku gdy ma to zastosowanie)	– nałożenie na platformę obowiązku ujawnienia, kto jest rzeczywistym dostawcą usługi podstawowej; – ograniczenie obowiązku informacyjnego ciążącego na dostawcy do wyłącznie niezbędnych elementów (np. ceny, płatności, terminu wykonania, podmiotu odpowiedzialnego za niewykonanie lub nienależyte wykonanie usługi); – rozważenie zasadności podtrzymania ciężaru dowodu spoczywającego na przedsiębiorcy w zakresie spełnienia wymogów informacyjnych²²¹
art. 8	wymogi formalne dotyczące umów zawieranych na odległość	– ograniczenie wymogów formalnych ze względu na fakt, że dostawca prawie nigdy nie ma wpływu na informację zamieszczaną na platformie; – dostawca nie ma udostępnionej przestrogi do wykonania obowiązków informacyjnych względem konsumenta

²¹⁹ Według art. 6 ust. 5 informacje te tworzą integralną część umowy (...) i nie mogą być zmieniane, chyba że umawiające się strony postanowią inaczej.
²²⁰ Tak jak zostało to wyjaśnione w podrozdziale dotyczącym odpowiedzialności platformy (4.4.), artykuł ten może stanowić podstawę prawną służącą do zobowiązania platformy do poinformowania nabywców, kto w rzeczywistości jest dostawcą usługi podstawowej.
²²¹ Dostawca usługi niebędący rzeczywistym przedsiębiorcą, a jedynie uznany za takiego, może mieć trudności z wypełnieniem wszystkich obowiązków informacyjnych. Nałożenie na niego dodatkowo ciężaru dowodu w zakresie ich wypełnienia stawia go w bardzo niekorzystnym położeniu, którego nie da się uzasadnić potrzebą zapewnienia ochrony konsumentom.

art. 13	obowiązki dostawcy w przypadku odstąpienia od umowy	trudności z wykonaniem wszystkich obowiązków, głównie ze względu na ograniczony charakter kontaktu z nabywcą i przeszkody natury formalnej ²²²
art. 18 ust. 1	obowiązek dostarczenia towarów w ciągu 30 dni od zawarcia umowy	
Dyrektywa <i>E-commerce</i>		
art. 6	obowiązki informacyjne dotyczące informacji handlowych ²²³	
art. 10	obowiązki informacyjne dotyczące umów zawieranych drogą elektroniczną ²²⁴	
Dyrektywa usługowa		
art. 22 ust. 1 zwłaszcza lit. a, i, j oraz ust. 2-4	obowiązki informacyjne ciążące na usługodawcach (obligatoryjne i fakultatywne) – dostarczane przez usługodawcę z własnej inicjatywy i łatwo dostępne dla usługobiorcy – m.in.: – nazwa usługodawcy; – cena usługi (jeśli ustalono ją wcześniej); – główne cechy usługi (jeśli w sposób oczywisty nie wynikają z kontekstu) informacje udostępniane i przekazywane w sposób jasny i jednoznaczny oraz we właściwym czasie	trudności z wykonaniem wszystkich obowiązków, głównie ze względu na ograniczony charakter kontaktu z nabywcą i przeszkody natury formalnej ²²⁵

Źródło: opracowanie własne.

222 Art. 13 ust. 1 przewiduje, że przedsiębiorca zwraca wszystkie płatności otrzymane od konsumenta (...), jednakże dosyć często usługą płatności zajmuje się platforma i to na jej konto nabywca wpłaca pieniądze. Dopiero z konta należącego do platformy następuje przelanie środków dla dostawcy. Z tego względu, gdy nabywca uprzednio dokona zapłaty, a następnie odstąpi do umowy - może zdarzyć się, że dostawca nie będzie zwrócić zapłaty dokonanej przez nabywcę.

223 Obowiązki te powinny być co do zasady spełniane przez platformy.

224 Obowiązki te powinny być co do zasady spełniane przez platformy.

225 Zob. przypis nr 211.

Jak wynika z powyższej tabeli, lista przepisów regulujących ochronę konsumentów w tradycyjnej gospodarce i jednocześnie mogących znaleźć zastosowanie w gospodarce współpracy jest całkiem pokaźna. Opierając się na istniejących regulacjach, zabezpieczenie interesów konsumentów w głównej mierze oparte byłoby na trzech fundamentach: po pierwsze licznych obowiązkach informacyjnych, po drugie prostocie, przejrzystości i pewności stosowania przepisów prawa oraz po trzecie przeciwdziałaniu nieuczciwym warunkom umownym i nieuczciwym praktykom handlowym.

Zapewnienie bezpieczeństwa użytkownikom platform współpracy poprzez wykorzystanie już istniejących przepisów wydaje się być dobrym pomysłem, jednak należy dokonać pewnych zastrzeżeń. Przede wszystkim należy dokonać dokładnego i popartego głębokimi analizami wyboru relewantnych przepisów. Dodatkowo po wyeliminowaniu nieprzydatnych z różnych powodów przepisów, te które pozostały, powinny zostać zmodyfikowane i dopasowane do środowiska gospodarki współpracy²²⁶.

4.3. Ochrona w relacjach *peer-to-peer*

4.3.1. Informacje ogólne

Zasadniczo przyczyny udzielenia ochrony konsumentom opierają się na ich słabszej pozycji (w porównaniu do przedsiębiorcy). Asymetria występująca w relacjach pomiędzy przeciętnymi konsumentami a przedsiębiorcami przejawia się m.in. w braku możliwości (albo ograniczonym zakresie) negocjowania warunków umowy, mniejszej świadomości dotyczącej przysługujących praw czy podatności na działania marketingowe mogące wprowadzić w błąd. Ustalenie tego, czy dane zachowanie przedsiębiorcy mieści się w granicach prawa i jest dla danego konsumenta zrozumiałe, nie jest zadaniem łatwym. W tym celu, by móc uogólnić standardy oraz ustalić zachowania charakterystyczne dla typowego odbiorcy praktyk handlowych, zdecydowano się na wprowadzenie pojęcia „przeciętnego konsumenta”²²⁷, który w sposób reprezentatywny przedstawia zachowania osób należących do tego grona.

W przypadku gospodarki współpracy występuje jednak zachwianie tradycyjnym modelem relacji. Granice pomiędzy stronami ulegają zatarciu. Po stronie popytowej nadal (najczęściej) znajduje się konsument²²⁸, natomiast po stronie podażowej bardzo często jest obecny podmiot niebędący przedsiębiorcą, ale kwalifikujący się do grona prosumentów²²⁹. Taka sytuacja wywiera skutki na dwóch płaszczyznach. Po pierwsze w przypadku relacji P2P nie jest możliwe zastosowanie przepisów

226 Przykładowy sposób zmiany przepisów został zaprezentowany w tabeli.

227 Motyw 18 dyrektywy o nieuczciwych praktykach handlowych za przeciętnego konsumenta uznaje konsumenta, który jest dostatecznie dobrze poinformowany oraz dostatecznie uważny i ostrożny, z uwzględnieniem czynników społecznych, kulturowych i językowych, zgodnie z wykładnią Trybunału Sprawiedliwości. W dalszej części wyводу zwrócono uwagę na to, że ustalenie typowej reakcji przeciętnego konsumenta należy do oceny krajowych sądów i organów administracyjnych, przy uwzględnieniu orzecznictwa TSUE.

228 Przypadki, w których po stronie nabywczej znajduje się przedsiębiorca zostały przedstawione w podrozdziale 3.3.2.

229 Zob. przypis nr 192.

dotyczących ochrony konsumentów. Po drugie prosument jako dostawca usługi staje się przyczynkiem do podjęcia rozważań dotyczących źródeł przyznania ochrony. Zasadne jest postawienie sobie pytania, czy skoro jedną z podstawowych przyczyn uzasadniających zapewnienie bezpieczeństwa konsumentom była ich słabsza pozycja, to w momencie, w którym wchodzi ona w interakcje z podmiotem równym sobie, nadal powinno traktować się ich w sposób uprzywilejowany. Odpowiedź nie jest oczywista.

Pomimo argumentów dotyczących konieczności ochrony konsumentów w każdej sytuacji, wydaje się, że do umów zawieranych pomiędzy konsumentem jako nabywcą oraz prosumentem jako dostawcą usługi podstawowej, powinno się stosować przepisy o mniej restrykcyjnym charakterze niż w tradycyjnym przypadku²³⁰. Wynika to przede wszystkim z uwagi na fakt, iż nieprofesjonalny dostawca nie ma żadnej przewagi rynkowej nad nabywcą – często sam nie jest całkowicie świadomy, jakie regulacje prawne go obowiązują. Ponadto spełnienie wymogów, jakie zostały postawione profesjonalistom, niejednokrotnie przekracza jego możliwości, co może mieć wpływ na zahamowanie rozwoju gospodarki współpracy.

Ciekawym uzasadnieniem dla utworzenia łżejszego reżimu prawnego dla dostawców niebędących przedsiębiorcami jest również teza o tym, że w przypadku *collaborative economy* konsument nie jest zainteresowany swoją ochroną²³¹. Z racji na to, że w sposób świadomy decyduje się na powierzenie swojego mieszkania obcej osobie, przejazd samochodem z nieznanym kierowcą czy zjedzenie posiłku przygotowanego przez niesprawdzonego kucharza, nie powinien on wymagać standardów takich jak te znane mu z relacji z profesjonalistą. Szeroki zakres ochrony w przypadku platform współpracy został zastąpiony niższymi cenami, bogatszą dostępnością czy cechą kluczową – możliwością zawierania nowych więzi społecznych i dzielenia się dobrami i usługami.

4.3.2. Relewantność przepisów dotyczących ochrony konsumentów w sytuacji P2P

Jak zostało to już kilkakrotnie wspomniane, w przypadku relacji pomiędzy nieprofesjonalnym nabywcą oraz nieprofesjonalnym dostawcą (tj. okazjonalnym lub jednorazowym) nie można stosować przepisów tradycyjnie regulujących relacje konsument-przedsiębiorca.

Dowodem na powyższe mogą być chociażby przepisy dyrektywy w sprawie praw konsumentów, której zakres zastosowania został ograniczony (...) *do każdej umowy zawartej między przedsiębiorcą a konsumentem* (...) ²³². *A contrario* przepisów tych nie stosuje się do relacji przedsiębiorca-przedsiębiorca (B2B) oraz konsument-konsument (C2C).

Mimo że w relacjach pomiędzy *peers* nie można stosować przepisów dotyczących ochrony konsumentów, warto podkreślić, że w relacji nabywca-nieprofesjonalny dostawca zastosowanie mają przepisy prawa cywilnego obowiązujące w danym państwie członkowskim. Powyższe ma znaczenie przede wszystkim z punktu

²³⁰ Trudno wyobrazić sobie racjonalne powody, dla których osoba okazjonalnie wynajmująca swoje mieszkanie miałaby spełniać wymogi, jakie są wymagane od przedsiębiorców prowadzących hotele.

²³¹ V. Haztzopoulous, *The Collaborative...*, op. cit., s. 61-61.

²³² Art. 3 ust.1 dyrektywy w sprawie praw konsumentów.

widzenia możliwości dochodzenia roszczeń przez podmioty, których usługa nie została wykonana albo została wykonana nienależycie²³³.

4.3.3. Ochrona konsumentów oparta na zaufaniu

W przypadku gospodarki współpracy fundamentalnym czynnikiem umożliwiającym funkcjonowanie całego systemu jest zaufanie. Jak zostało to przedstawione w rozdziale pierwszym, to właśnie ono jest kapitałem *collaborative economy* i na nim opierają się wszystkie relacje. Poza tym, że stanowi ono czynnik budujący cały system, zaufanie w dużym stopniu determinuje zakres ochrony. Co zostanie udowodnione w tym podrozdziale, jego obecność przejawia się przede wszystkim na gruncie mechanizmów implementowanych przez platformy.

Bez wątpienia najpowszechniejszym instrumentem, mającym za zadanie budowanie zaufania, są systemy reputacyjne²³⁴. Możliwość wystawiania opinii i ocen przez nabywców usługi sprawia, że w naturalny sposób dostawcy niewykonujący lub wykonujący usługę w nienależyty sposób zostają wyeliminowani z rynku. Jako że systemy te są elementem konstytutywnym dla istnienia platform współpracy, występują one w każdym przypadku – różnią się jedynie formą i zaawansowaniem funkcji²³⁵.

Kolejną dosyć popularną formą ochrony konsumentów w *collaborative economy* są gwarancje i ubezpieczenia, które można wykupić poprzez platformę. Dzięki nim nabywca (ale również dostawca usługi) może czuć się znacznie bezpieczniej. W przypadku gdy dojdzie do wystąpienia szkody objętej umową ubezpieczenia lub gwarancją, podmiotowi zostanie wypłacone odszkodowanie. Takie rozwiązanie jest szczególnie korzystne w sytuacji zajścia wypadków komunikacyjnych (np. podczas przejazdu samochodem), wystąpienia szkód w wynajmowanym mieszkaniu czy w przypadku kradzieży. Do platform oferujących tego typu usługi należy m.in. Airbnb²³⁶.

Weryfikowanie dostawców przez platformę także może stanowić skuteczny środek ochrony konsumentów. W przypadku gdy od dostawcy, którego działalność ma charakter nieprofesjonalny, zostaną uzyskane dane w postaci imienia, nazwiska, adresu czy numeru telefonu, wzrasta nie tylko samo zaufanie do takiego podmiotu

233 Bardziej szczegółowa materia zajmująca się trybem dochodzenia odszkodowań należy do prawa krajowego i wykracza poza ramy tego opracowania.

234 Rozważania dotyczące sposobu uregulowania systemów reputacyjnych zostaną przedstawione w rozdziale piątym.

235 Przykładowo platforma finansowo.pl w swoim regulaminie szczegółowo unormowała sposób, w jaki użytkownicy mogą wystawiać swoje opinie. Użytkownik może wystawić opinię w ciągu 30 dni od spłaty pożyczki albo w dowolnym momencie, jeśli pożyczka nie została spłacona. Ponadto wystawione oceny nie podlegają zmianom, ale w szczególnych przypadkach, jeśli opinia nie jest zgodna z rzeczywistym przebiegiem transakcji, może ona zostać usunięta przez Serwis platformy. – Zob. informacje dotyczące sposobu wystawiania opinii – regulamin Finansowo.pl XV Opinie, źródło: <https://www.finansowo.pl/regulamin/> [dostęp na: 13.06.2018 r.].

236 Airbnb świadczy dwa rodzaje usług: Gwarancję dla Gospodarzy (zwrot kosztów szkód dla gospodarzy do kwoty 1 mln \$) oraz Program Ubezpieczenia Gospodarzy (program chroni od odpowiedzialności cywilnej do kwoty 1 mln \$ na jedną ofertę lub nieruchomość podczas pobytu). W przypadku gdy nabywca usługi przypadkowo uszkodził prysznic, a ten załat sypialnię sąsiada w mieszkaniu piętro niżej – naprawa szkód w łazience gospodarza zostanie pokryta z Gwarancji dla Gospodarzy, a naprawa szkód w sypialni sąsiada – z Programu Ubezpieczenia dla Gospodarzy. Źródło: <https://www.airbnb.pl/help/article/938/what-s-the-difference-between-airbnb-s-host-guarantee-and-host-protection-insurance> [dostęp na: 13.06.2018 r.].

(ponieważ przybiera on bardziej realną postać, nie jest tylko kolejną całkowicie anonimową jednostką), ale również prawdopodobieństwo skutecznego dochodzenia roszczeń w razie problemów z wykonaniem usługi.

Podobne do ww. formy jest uprzednie sprawdzenie kwalifikacji dostawcy dokonywane przez platformę. Takie działanie trzeba ocenić szczególnie korzystnie w zakresie działalności, do której wykonywania potrzebne są szczególne umiejętności, jak np. świadczenie usług transportowych. Za przykład platformy, która sprawdza swoich dostawców, może posłużyć Uber. By móc rozpocząć pracę jako kierowca, należy okazać zbiór dokumentów, w tym prawo jazdy i zaświadczenie o niekaralności²³⁷. Interesującą formę sprawdzenia umiejętności przyjęła platforma ulalache.com²³⁸, która przed zarejestrowaniem danego szefa kuchni, dokonuje weryfikacji dostarczonych dokumentów oraz referencji, a także wymaga przygotowania przez kandydata kolacji testowej²³⁹.

Ochrona konsumenta może być zapewniona również poprzez umożliwienie bezpiecznych form płatności. Praktycznie wszystkie płatności dokonywane są w formie przelewu (najczęściej internetowego). Często, aby móc korzystać z danej platformy, należy podać swój numer konta. Celem zapewnienia bezpiecznego dokonania płatności wiele platform decyduje się na korzystanie ze sprawdzonych stron np. tpay.com.

Ostatnia z form ochrony konsumentów jest oparta na zaufaniu i stanowi raczej zbiór działań o charakterze prewencyjno-ostrzegawczym. Należą do nich podejmowane przez platformę akcje edukacyjne (np. w zakresie tego, jak skutecznie dochodzić roszczeń, do kogo zwrócić się w razie wystąpienia sporu), przygotowywane poradniki, listy kontrolne czy inne formy, których podstawowym zadaniem jest zwiększenie zaufania i poziomu bezpieczeństwa. Wspomniane wyżej działania, w szczególności odnośnie do instruowania użytkowników, w jaki sposób mogą się zachować w poszczególnych sytuacjach, pojawiają się w formie pytań i odpowiedzi – np. na stronie iparkomat.com zamieszczone są informacje dotyczące możliwości wypowiedzenia umowy bez podania przyczyny, rozwiązania umowy czy kwestii podatkowych²⁴⁰.

Poniższa tabela zawiera propozycje form ochrony konsumentów, jakie mogą być zastosowane w gospodarce współpracy.

237 Źródło: <https://www.uber.com/pl/drive/requirements/> [dostęp na: 13.06.2018 r.].

238 Pośredniczy ona w usłudze zamawiania kucharza do domu – oferta ta obejmuje m.in. gotowanie w domu, przygotowanie przyjęcia (domowa impreza, wesele, brunch, garden party), a nawet lekcje gotowania.

239 Źródło: <https://ulalache.com/faq/> [dostęp na: 13.06.2018 r.].

240 Źródło: <https://pl.iparkomat.com/faq> [dostęp na: 13.06.2018 r.].

Tabela 16. Forma ochrony konsumentów oparta na zaufaniu²⁴¹

Forma ochrony konsumentów ²⁴¹	Zalety	Wady
Systemy reputacyjne	– rzeczywiste opinie użytkowników – naturalna selekcja i wyeliminowanie nieuczciwych dostawców – możliwość wyboru dostawcy, który najbardziej odpowiada oczekiwaniom – wcześniejsze poznanie sposobu wykonywania usługi	– niebezpieczeństwo wystawienia fałszywej opinii – ryzyko tworzenia się monopoli – najbardziej popularni dostawcy będą stale na czele rankingu – niejasne kryteria dotyczące sposobów prezentacji opinii i ocen – niebezpieczeństwo dyskryminacji
Gwarancja lub ubezpieczenie	– w przypadku niekorzystanego zajścia (np. wypadku/kradzieży) w prosty sposób można odzyskać pieniądze (uzyskać odszkodowanie) – ubezpieczyciel ponosi koszty szkody – większy poziom bezpieczeństwa	– zwiększenie ceny (konieczność opłaty składki)
Weryfikowanie tożsamości	– możliwość zidentyfikowania i skontaktowania się z dostawcą w razie problemów – większe zaufanie	– utrata anonimowości
Wcześniejsze sprawdzenie dostawcy (przez platformę)	– sprawdzenie np. uprawnień dostawcy do kierowania pojazdami znacznie wpływa na poziom bezpieczeństwa	– konieczność przekazania dodatkowych dokumentów i informacji
Bezpieczne systemy płatności	– mniejsze ryzyko kradzieży i oszustwa	– często muszą spełniać wymagania określone przez prawo – dodatkowe koszty
Edukacja, listy kontrolne i formatki	– większa świadomość dotycząca przysługujących praw – pewność co do mechanizmów np. reklamacji czy odstąpienia od umowy	– koszty poniesione przez platformę (np. przygotowanie dodatkowych materiałów, zlecenie badań) – konieczność bieżącego monitorowania zachowań użytkowników, otoczenia prawnego itp.

Źródło: opracowanie własne

Powyższe wskazuje na to, że udzielenie ochrony konsumentom w relacji *peer-to-peer* przybiera zupełnie nową formę zbudowaną na zaufaniu. Instrumenty, które zastąpiły tradycyjne regulacje, pomimo swoich wad, wydają się być adekwatne zarówno w stosunku do obciążeń nakładanych na użytkowników, jak i dostosowania

²⁴¹ *Protecting consumers...*, op. cit., s. 18-19.

do cech charakterystycznych środowiska *collaborative economy*. W związku z tym, w dalszej perspektywie warto podjąć się rozważań dotyczących tego, w jaki sposób ulepszyć funkcjonowanie ww. systemów, by były dla konsumentów możliwie najbardziej wiarygodne i by zapewniły im jak najlepszą ochronę.

4.4. Odpowiedzialność (*liability*) platformy

Ochrona konsumenta w sposób nierozwalny związana jest z pozycją, jaką zajmują uczestnicy *collaborative economy*. Część problemów prawnych związanych z istnieniem i funkcjonowaniem platform współpracy, mających doniosłe znaczenie dla analizowanej tematyki, została przedstawiona w podrozdziale 3.1., przy okazji omawiania koncepcji ról, jakie dana platforma może pełnić. Bardziej szczegółowe rozważania podjęte w tym podrozdziale opierają się na zawartych tam spostrzeżeniach.

W kontekście opracowywania odpowiedzialności platform działających w środowisku gospodarki współpracy kluczowe jest zwrócenie uwagi na trzy zasadnicze kwestie²⁴². Pierwszy problem prawny wymagający analizy dotyczy wyjaśnienia roli platformy jako pośrednika²⁴³. Drugi podejmuje tematykę obowiązków i zobowiązań (np. w zakresie obowiązków informacyjnych wobec konsumenta). Trzeci i ostatni wątek dotyczy tego, czy może zaistnieć sytuacja – a jeśli tak, to przy okazji spełnienia się jakich warunków – aby platforma działająca jako pośrednik odpowiadała za niewykonanie usługi przez dostawcę.

Uzupełniając zaprezentowane już teorie należy dodać, że platforma, która chce pełnić wyłącznie rolę pośrednika, powinna w sposób niebudzący wątpliwości poinformować o tym swoich użytkowników, a w szczególności nabywcę usługi podstawowej. W literaturze²⁴⁴ wskazuje się, że podstawę prawną do spełnienia tego obowiązku stanowią przepisy pochodzące z dyrektywy w sprawie praw konsumenta²⁴⁵ – zwłaszcza wymóg informacyjny dotyczący zawierania umów na odległość w zakresie jasnego i zrozumiałego informowania konsumenta o głównych cechach towarów i usług²⁴⁶. Platformy często spełniają powyższy obowiązek zamieszczając w Regulaminach odpowiednie postanowienia np. platforma wulu.pl w § 2 ust. 4 Regulaminu informuje, że *Wulu, pośrednicząc pomiędzy Użytkownikami zamierzającymi zlecić wykonywanie usług a Wykonawcami, udostępnia zasoby Serwisu na potrzeby pośrednictwa*²⁴⁷.

242 Zaprezentowana poniżej koncepcja została opracowana przez Ch. Buscha, H. Schulte, A. Wiewiórkowską-Domagalską oraz F. Zolla. – Zob. więcej Ch. Busch, H. Schulte, A. Wiewiórkowska-Domagalska, F. Zoll, *The Rise of the Platform Economy: A New Challenge for EU Consumer Law?*, "Journal of European Consumer and Market Law", 2016, vol. 5, issue 1.

243 Zostało to opracowane w podrozdziale 3.1.2.

244 Zob. m.in. Ch. Busch, *op. cit.*, s. 5.

245 W tym miejscu należy przypomnieć, że dyrektywa ta znajduje zastosowanie ze względu na fakt, iż platforma świadcząca wyłącznie usługę społeczeństwa informacyjnego (tj. w tym przypadku pośredniczącą pomiędzy nabywcą a dostawcą usługi podstawowej) jest traktowana jako przedsiębiorca.

246 Art. 6 ust. 1 lit. a dyrektywy w sprawie praw konsumentów. Dla wzmocnienia obowiązku wynikającego z tego przepisu należy interpretować go w związku z art. 6 ust. 5, zgodnie z którym informacje [te] tworzą integralną część umowy (...) i nie mogą być zmieniane – chyba że umawiające się strony wyraźnie postanowią inaczej.

247 Informacja o usłudze pośrednictwa, źródło: <https://wulu.pl/regulamin> [dostęp na: 13.06.2018 r.].

Rozpatrując materię związaną z obowiązkami i zobowiązaniami ciążącymi na platformie pełniącej rolę pośrednika, wspomniane ciężary można podzielić na kilka rodzajów w tym m.in.: przedumowne (np. dotyczące charakteru platformy) czy trwające w trakcie umowy pośrednictwa (np. związane z zapewnieniem kontaktu pomiędzy użytkownikami)²⁴⁸. Do kwestii wymagań związanych z realizacją obowiązków i zobowiązań należy jednak podchodzić z dużą ostrożnością, przede wszystkim ze względu na to, że nie wszystkie przepisy mające racjonalne podstawy zastosowania w tradycyjnej formie gospodarki, powinny być realizowane w *collaborative economy*. Ma to swoje przełożenie także w sytuacji dotyczącej platformy współpracy.

Niejako podsumowując to, co zostało już zaprezentowane, odpowiedzialność platform²⁴⁹ kształtuje się w różny sposób – przede wszystkim w zależności od usługi, którą dostarczają. Dostarczanie wyłącznie usługi pośrednictwa (tj. usługi społeczeństwa informacyjnego) pozwala na wyłączenie odpowiedzialności ponoszonej przez platformę w określonych przez prawo przypadkach (poza wspomnianym już wyjątkiem, kiedy platforma ma świadomość istnienia bezprawnych treści lub mimo posiadanej wiedzy, w żaden sposób nie reaguje – np. nie stara się ich usunąć).

Należy podkreślić, że zgodnie z wykładnią TSUE powołanie się na wyłączenie odpowiedzialności z dyrektywy *E-commerce* jest możliwe tylko, gdy charakter usługi dostarczanej przez platformę jest zgodny z motywem 42 ww. dyrektywy. W jego świetle usługa społeczeństwa informacyjnego musi być *czysto techniczna, automatyczna i bierna*²⁵⁰. Przy tej okazji warto wspomnieć, że zdaniem Komisji podejmowanie dobrowolnych działań z zakresu monitorowania i aktywnego poszukiwania bezprawnych działań²⁵¹ np. fałszywych opinii wystawianych przez nabywców – nie pozbawia platform tej właściwości²⁵².

Celem zapewnienia większej ochrony konsumentom, w doktrynie coraz częściej pojawiają się koncepcje dotyczące stworzenia systemu zastępczej, pobocznej odpowiedzialności platformy (*secondary liability*) – obok podstawowej odpowiedzialności dostawcy. Taka odpowiedzialność występowałaby w przypadku, gdyby dostawca nie wykonałby albo nienależycie wykonał usługę podstawową²⁵³.

248 W tym kontekście w doktrynie wskazuje się na art. 2 ust. 2 lit. d dyrektywy 1999/44/WE Parlamentu Europejskiego i Rady z dnia 25 maja 1999 r. w sprawie niektórych aspektów sprzedaży towarów konsumpcyjnych i związanych z tym gwarancji (Dz.Urz. WE Nr L 171/12 z dnia 07.07.1999 r., z późn. zm.) (dyrektywa w sprawie niektórych aspektów sprzedaży towarów konsumpcyjnych i związanych z tym gwarancji). Przepis ten dotyczy domniemania zgodności z umową towarów konsumpcyjnych w przypadku gdy wykazują jakość i wykonanie, które są normalne dla towarów tego rodzaju i jakich konsument może racjonalnie oczekiwać (...) i biorąc pod uwagę wszelkie oświadczenia publiczne na temat [ich] szczególnych właściwości (...). Wydaje się jednak, że powyższy przepis ze względu na charakter umowy zawieranej pomiędzy platformą a nabywcą nie pozwala na zastosowanie ww. regulacji, zwłaszcza, że zgodnie z definicją z art. 1 ust. 2 lit. b, towary konsumpcyjne obejmują wszystkie materialne rzeczy ruchome (z pewnymi wyjątkami). Usługa świadczona drogą elektroniczną z pewnością nie może być zakwalifikowana jako taka.

249 Skoncentrowana wersja przedstawiająca możliwe warianty odpowiedzialności ponoszonej przez platformy współpracy znajduje się w tabeli 8.

250 Zob. wyrok Trybunału z dnia 23 marca 2010 r., w sprawach połączonych od C-236/08 do C-238/08, *op. cit.*

251 O zakazie nakładania na platformy współpracy obowiązku nadzoru przez państwa członkowskie stanowi art. 15 dyrektywy *E-commerce*.

252 Komunikat Komisji, Europejski..., *op. cit.*, s. 8-9.

253 Ch. Busch, *op. cit.*, s. 8.

W moim przekonaniu taka forma odpowiedzialności może mieć zastosowanie jedynie, gdy platforma wywiera rzeczywisty wpływ na formę świadczenia usługi podstawowej np. na warunki umowy. Wtedy niejako staje się ona trzecią ze stron zawierających umowę, wobec czego pociągnięcie jej do odpowiedzialności byłoby uzasadnione. W sytuacji, w której platforma jest tylko pośrednikiem pomiędzy nabywcą a dostawcą, ukształtowanie odpowiedzialności w tak szeroki sposób mogłoby niekorzystnie wpłynąć na rozwój zjawiska *collaborative economy*²⁵⁴.

Jeszcze bardziej niekorzystna dla platformy wydaje się propozycja, zgodnie z którą ciążyłby na niej obowiązek jasnego i przejrzystego poinformowania nabywcy, kto odpowiada za daną usługę. W przypadku, gdy dana platforma nie wywiązałaby się z takiej powinności, a przy tym przez przeciętnego konsumenta mogłaby zostać postrzegana jako dostawca (np. ze względu na swoją rozpoznawalność, jak ma to miejsce np. z Uberem czy Airbnb) – sankcją za niewykonanie ww. obowiązku informacyjnego byłoby całkowite przejęcie odpowiedzialności za wykonanie usługi podstawowej przez platformę.

Wybór właściwego modelu ukształtowania odpowiedzialności platformy jest jednym z fundamentalnych zagadnień dotyczących ochrony konsumenta w gospodarce współpracy. Z uwagi na różnorodność modeli gospodarki współpracy, wielość ról, jakie mogą pełnić platformy czy wreszcie różności koncepcji dotyczących samego ukształtowania odpowiedzialności, nie da się wskazać jednej, właściwej drogi. Wydaje się, że najkorzystniejszym rozwiązaniem (zarówno z perspektywy ochrony praw konsumentów, jak i zapewnienia rozwoju *collaborative economy*) jest indywidualna ocena każdego przypadku. Ustalenie rodzaju odpowiedzialności powinno odbyć się na podstawie m.in. analizy głównej działalności danej platformy, kategorii świadczonych przez nią usług czy postanowień obowiązującego ją regulaminu.

4.5. Obszary wpływające na sytuację konsumentów

Pomimo tego, że zakres pracy obejmuje badanie materii związanej z ochroną konsumentów, celem odzwierciedlenia złożoności zjawiska *collaborative economy*, należy wspomnieć o dwóch istotnych kwestiach. Na wstępie należy jednak zaznaczyć, że poniższe uwagi są przedstawione jedynie na marginesie i ze względu na ograniczenia wynikające z ram rozprawy, nie stanowią przedmiotu głębszych rozważań.

²⁵⁴ Z tych samych powodów (tj. zniechęcenie do tworzenia nowych platform, możliwość zahamowania rozwoju zjawiska) negatywnie należy ocenić propozycję dotyczącą ukształtowania odpowiedzialności platform na wzór odpowiedzialności sprzedawcy detalicznego z dyrektywy Parlamentu Europejskiego i Rady (UE) 2015/2302 z dnia 25 listopada 2015 r. w sprawie imprez turystycznych i powiązanych usług turystycznych, zmieniająca rozporządzenie (WE) nr 2006/2004 i dyrektywę Parlamentu Europejskiego i Rady 2011/83/UE oraz uchylającą dyrektywę Rady 90/314/EWG (Dz.Urz. UE Nr L 326/1 z dnia 11.12.2015 r.) (dyrektywa w sprawie imprez turystycznych i innych powiązanych usług turystycznych; tzw. *New Package Travel Directive*). Zgodnie z art. 13 ust. 1 zdanie drugie państwom członkowskim przyznano prawo do ustalenia na poziomie prawa krajowego, kiedy odpowiedzialność za wykonanie usług turystycznych ponosi nie tylko ich organizator, ale również sprzedawca detaliczny. Dodatkowo art. 20 nakłada na sprzedawcę detalicznego dodatkowe obowiązki w przypadku, gdy organizator prowadzi przedsiębiorstwo poza obszarem EOG. Wydaje się, że kierunek wskazany w powyższych regulacjach jest zbyt restrykcyjny, by mógł znaleźć zastosowanie również w przypadku normowania gospodarki współpracy. Zob. więcej *Ibidem*, s. 8.

Problemów prawnych, wynikających z funkcjonowania konsumentów w środowisku gospodarki współpracy, nie powinno się rozpatrywać tylko w obszarze ochrony *sensu stricto*. Bez wątpienia spojrzenie na dane zagadnienie z innego punktu widzenia jest ogromną wartością, gdyż umożliwia dostrzeżenie istniejących interdyscyplinarnych zależności. W przypadku ochrony konsumentów poszerzenie perspektywy łączy się z próbą badania sytuacji konsumentów w świetle ochrony danych osobowych oraz ochrony konkurencji (w zakresie, w jakim bezpośrednio dotyczy konsumentów). Te trzy dziedziny (tj. ochrona konsumentów, ochrona danych osobowych oraz ochrona konkurencji) w znaczący sposób wzajemnie na siebie wpływają, w konsekwencji czego winno się zapewnić ich kompatybilność i komplementarność.

Dodatkowo kwestią mającą znaczenie jest możliwość skutecznego egzekwowania posiadanych praw. Regulacje z zakresu prawa ochrony konsumentów, danych czy konkurencji nie miałyby sensu, gdyby nie zapewniono sposobów ich dochodzenia. Funkcjonowanie w środowisku gospodarki współpracy nie jest pozbawione konfliktów. W świetle powyższego istotne jest zarysowanie podstawowych regulacji prawnych, zgodnie z którymi konsumenci mogą ustalać prawo właściwe oraz jurysdykcję mające zastosowanie w przypadku zaistnienia sporów, by móc na drodze prawnej dochodzić swoich praw.

4.5.1. Prawo ochrony danych osobowych

Obecnie dane osobowe²⁵⁵ są postrzegane jako jedno z najcenniejszych dóbr, jakie posiada jednostka. Co więcej, ogromny wpływ, jaki wywierają na kształtującą się rzeczywistość sprawił, że zaczynają być postrzegane również jako nowa forma waluty. Do wzrostu znaczenia ww. podejścia niewątpliwie przyczynił się rozwój technologiczny, dzięki któremu dane wykorzystywane są na skalę dotychczas niespotykaną²⁵⁶. Nie dziwi zatem, że kwestie związane z ich ochroną traktowane są priorytetowo.

Dane osobowe mają kluczowe znaczenie również dla gospodarki współpracy. Platformy współpracy zbierają dane osobowe, takie jak wiek, płeć, miejsce zamieszkania, zatrudnienie, zawodowe umiejętności i kwalifikacje, sposób odżywiania, stan zdrowia, przyjmowane leki, stan majątkowy i inne²⁵⁷, by wykorzystywać je w celu dostarczenia maksymalnie spersonalizowanych i wpisujących się w preferencje danego użytkownika usług.

255 Zgodnie z art. 4 pkt 1) rozporządzenia Parlamentu Europejskiego i Rady (UE) 2016/679 z dnia 27 kwietnia 2016 r. w sprawie ochrony osób fizycznych w związku z przetwarzaniem danych osobowych i w sprawie swobodnego przepływu takich danych oraz uchylenia dyrektywy 95/46/WE („Ogólne rozporządzenie o ochronie danych”) (Dz.Urz. UE Nr L 119/1 z dnia 04.05.2016 r.) (dyrektywa RODO) – „dane osobowe” oznaczają informacje o zidentyfikowanej lub możliwej do zidentyfikowania osobie fizycznej („osobie, której dane dotyczą”); możliwa do zidentyfikowania osoba fizyczna to osoba, którą można bezpośrednio lub pośrednio zidentyfikować, w szczególności na podstawie identyfikatora takiego jak imię i nazwisko, numer identyfikacyjny, dane o lokalizacji, identyfikator internetowy lub jeden bądź kilka szczególnych czynników określających fizyczną, fizjologiczną, genetyczną, psychiczną, ekonomiczną, kulturową lub społeczną tożsamość osoby fizycznej;

256 Motyw 6 dyrektywy RODO.

257 Wśród głównych czynników mających znaczenie wyróżnia się: ograniczenie występowania wewnętrznych barier, stymulowanie konkurencji, umożliwienie konsumentom otrzymywania lepszych jakościowo produktów czy pomaganie przedsiębiorstwom w osiąganiu wglądu do potencjału danego rynku. – V. Haztopoulos, S. Roma, *op. cit.*, s. 107.

Działania platformy związane z trzema rodzajami czynności: pozyskiwaniem danych, ich analizowaniem oraz wykorzystaniem wiedzy z ww. zakresu, mają znaczenie zwłaszcza w kontekście *big data* i funkcjonujących algorytmów²⁵⁸. W konsekwencji platformy współpracy zazwyczaj pełnią nie tylko rolę administratora, ale również podmiotu przetwarzającego dane osobowe²⁵⁹, co ma swoje reperkusje w ciążących na nich obowiązkach i kształtującej się odpowiedzialności.

Na tle wspomnianych powyżej kwestii doskonale uwidaczniają się problemy związane z sytuacją konsumentów. Zagadnienia związane z prawem do bycia zapomnianym²⁶⁰, przetwarzaniem danych wrażliwych²⁶¹ czy profilowaniem – stanowią wyzwanie dla *collaborative economy*. W związku z tym przede wszystkim na platformach spoczywa obowiązek wyboru odpowiedniego sposobu wdrożenia wymaganych przepisów. Możliwość regulacji zasadniczo sprowadza się do wyodrębnienia i zastosowania formy najdogodniejszej dla wszystkich podmiotów – np. zamiast tradycyjnej formy obowiązku przedstawienia regulaminu świadczenia usług i polityki prywatności, zapoznanie użytkowników z relevantnymi postanowieniami w formie schematów z wyskakującymi okienkami.

4.5.2. Prawo ochrony konkurencji

Wpływ na gospodarkę współpracy mają również przepisy dotyczące konkurencji. Swobodny sposób funkcjonowania dostawców na rynku platform pozytywnie wpływa również na sytuację korzystających z nich konsumentów. Chociaż – co należy podkreślić – przepisy z zakresu prawa konkurencji zakresem podmiotowym obejmują przedsiębiorców²⁶², zasadne wydaje się ich przeanalizowanie, a następnie zastosowanie odpowiednio dostosowanych i zmodyfikowanych regulacji do podmiotów działających na gruncie gospodarki współpracy.

Interakcja pomiędzy prawem konkurencji a *collaborative economy* jest obustronna. Gwałtowny rozwój nowych modeli ekonomicznych odcisnął widoczne piętno na wzroście konkurencyjności – dzięki powstaniu platform, rynek otworzył się na nieznane dotychczas możliwości, a konsumenci mają dostęp do usług o niższych cenach i bardziej różnorodnych ofertach.

W literaturze²⁶³ podnosi się, że problemy, jakie uwidaczniają się na tle prawa antymonopolowego dotyczą kilku kwestii. Po pierwsze trudności mogą wynikać z ustalenia, kiedy doszło do zawarcia porozumień ograniczających konkurencję.

258 M. Oostveen, K. Irion, *The Golden Age of Personal Data: How to regulate an Enabling Fundamental Right*, "Amsterdam Law School Legal Studies Research Paper" 2016, vol. 68, s. 8-12.

259 V. Hatzopoulos, S. Roma, *op. cit.*, s. 107-108. Definicje ww. pojęć (tj. administratora i podmiotu przetwarzającego dane osobowe) są przedmiotem art. 4 pkt 7) i 8) dyrektywy RODO.

260 Większość platform współpracy w stworzonych przez siebie regulaminach świadczenia usług umieszcza postanowienia dotyczące prawa do żądania usunięcia danych. Np. regulamin korzystania serwisu pozamiatane.pl w Dziale VIII § 2 stanowi Użytkownik Zarejestrowany ma prawo dostępu do treści podanych przez siebie danych i ich poprawiania oraz żądania ich usunięcia z profilu Użytkownika Zarejestrowanego, Serwisu oraz bazy danych. – Źródło: <https://pozamiatane.pl/regulamin> [dostęp na: 13.06.2018 r.].

261 Na przykład w kontekście funkcjonowania platform takich jak znanylekaz.pl.

262 W zgodzie z wcześniejszymi wnioskami, w przypadku *collaborative economy* można by rozważać zasadność ich zastosowania do dostawcy niebędącego przedsiębiorcą, ale uznanego za takiego na podstawie testu na przedsiębiorcę (tj. gdy świadczy usługi regularnie) oraz w odniesieniu do platform w zakresie, w jakim kwalifikują się do grona przedsiębiorców.

263 Zbiór przytoczonych poniżej problemów prawnych kształtujących się na tle prawa konkurencji pochodzi z V. Hatzopoulos, S. Roma, *op. cit.* s. 109-112 i 120-121.

Biorąc pod uwagę, że np. ceny za usługi często są określane na podstawie algorytmów²⁶⁴ opartych na tych samych albo bardzo zbliżonych danych, wykazanie zamiaru i porozumienia może okazać się zadaniem karkołomnym. Dodatkowo z racji na różnorodność platform i obszarów, na jakich działają, wyzwaniem może być wykazanie, że np. platforma działająca na rynku zakwaterowania jest odpowiedzialna za zмовę przedsiębiorstw (w przypadku dostawców świadczących usługi) na rynku transportowym. Po drugie kłopotliwe – i to przynajmniej z kilku względów²⁶⁵ – może okazać się udowodnienie nadużywania pozycji dominującej. Sama próba ustalenia zakresu rynku właściwego geograficznie w przypadku *collaborative economy* wymaga ponownego rozważenia. Zupełnie oddzielnie należałoby przyrzeć się sposobom funkcjonowania algorytmów (np. *surge pricing* Ubera²⁶⁶), które w wielu przypadkach dałyby się zakwalifikować jako nadużywające pozycji dominującej.

Ten wybiórczy przegląd problemów miał za zadanie zasygnalizować potrzebę podjęcia działań w obszarze prawa konkurencji, co ma bezpośrednie przełożenie na sytuację konsumentów. Jak wynika z powyższych refleksji, opracowanie odpowiednich regulacji i wytycznych z pewnością będzie wymagające, ale jednocześnie wydaje się z dzisiejszej perspektywy konieczne do przeprowadzenia.

4.5.3. Jurysdykcja w przypadku rozstrzygnięcia sporów

Ostatnim z zagadnień, o których w świetle tematyki niniejszej pracy, a zatem przy okazji omawiania modeli ochrony udzielanej konsumentom warto wspomnieć, jest wyznaczenie odpowiednich przepisów prawa oraz ustalenie właściwego sądu do rozpoznania i rozstrzygnięcia sporów pomiędzy podmiotami gospodarki współpracy.

W przypadku *collaborative economy* występuje kilka konfiguracji, w jakich strony mogą występować przed sądem. Wśród nich wyróżnia się procesy pomiędzy: po pierwsze platformą i nabywcą usługi, po drugie platformą i dostawcą usługi, po trzecie nabywcą usługi i dostawcą usługi oraz po czwarte pomiędzy osobą trzecią²⁶⁷ i platformą/nabywcą/dostawcą.

Wpływ na to, jakie przepisy znajdą zastosowanie ma kilka czynników, m.in. miejsce świadczenia usługi czy kwalifikacja podmiotów jako konsumentów albo przedsiębiorców²⁶⁸. Wszystkie przedstawione powyżej refleksje dotyczące rozróżniania podmiotów na profesjonalne i nieprofesjonalne pozostają aktualne.

264 Algorytmy te funkcjonują w sposób automatyczny, niezależny od człowieka.

265 Na przykład ze względu na wielostronność rynku, tj. fakt, iż platforma pośredniczy w dopasowywaniu zarówno dostawców, jak i nabywców. Trudno przesądzić, w jaki sposób miałyby ona pogodzić sprzeczne interesy tych dwóch grup (np. nabywca oczekuje jak najniższej ceny, a dostawca jak najwyższej).

266 A zwłaszcza najbardziej charakterystycznej cesze, tj. zwiększaniu ceny w przypadku wzrostu popytu na usługę przejazdu np. podczas deszczu.

267 Tj. osobą postronną, która ucierpiała w wyniku świadczenia usługi. Nabywca usługi mieszkający na drugim piętrze wykonał remont. Osobą przeprowadzającą prace remontowe w łazience był dostawca znaleziony dzięki platformie sirlocal.pl. W wyniku nieprawidłowo przeprowadzonych prac mieszkanie sąsiada z piętra niżej zostało zalane. W przypadku wystąpienia przez niego z roszczeniem o odszkodowanie, w świetle kształtujących się na podstawie gospodarki współpracy umownych więzi będzie on osobą trzecią.

268 O czynnikach mających wpływ na jurysdykcję zob. więcej V. Hatzopoulos, *Dispute Resolution in the Collaborative Economy*, źródło: <https://blogdroiteuropeen.com/2018/05/21/dispute-resolution-in-the-collaborative-economy-by-vassilis-hatzopoulos/> [dostęp na 13.06.2018r.].

W przypadku konfliktu pomiędzy nabywcą a dostawcą usługi zastosowanie znajdują przepisy rozporządzenia Bruksela I bis²⁶⁹ oraz rozporządzenia Rzym I²⁷⁰. Z kolei w przypadku konfliktu pomiędzy osobą trzecią a nabywcą/dostawcą/platformą zamiast rozporządzenia Rzym I należy zastosować rozporządzenie Rzym II²⁷¹.

Na marginesie należy wspomnieć, że w przypadku wystąpienia sporu pomiędzy konsumentem a przedsiębiorcą (ale tylko w relacji C2B²⁷²), możliwe jest zastosowanie przepisów dyrektywy w sprawie alternatywnych metod rozstrzygania sporów konsumenckich. Warunkiem umożliwiającym zastosowanie ww. regulacji jest podwójne związanie terytorialne z Unią, tzn. przedsiębiorca musi posiadać siedzibę, natomiast konsument miejsce zamieszkania – na terytorium UE²⁷³.

Pod identycznymi warunkami dotyczącymi wymogów dotyczących miejsca siedziby i miejsca zamieszkania, konsumenci i przedsiębiorcy²⁷⁴ mogą korzystać z pomocy internetowych systemów rozstrzygania sporów.

Możliwości zastosowania przepisów dotyczących jurysdykcji przedstawia poniższa tabela.

269 Rozporządzenie Parlamentu Europejskiego i Rady (UE) nr 1215/2012 z dnia 12 grudnia 2012 r. w sprawie jurysdykcji i uznawania orzeczeń sądowych oraz ich wykonywania w sprawach cywilnych i handlowych (Dz.Urz. UE Nr L 351/1 z dnia 20.12.2012 r., z późn. zm.) (Bruksela I bis). Art. 1 stanowi, że ww. rozporządzenie ma zastosowanie w sprawach cywilnych i handlowych, niezależnie od rodzaju sądu. Nie obejmuje ono w szczególności spraw podatkowych, celnych, administracyjnych ani spraw dotyczących odpowiedzialności państwa za działania lub zaniechania w wykonywaniu władzy publicznej (*acta iure imperii*). Wyjątki od ww. zakresu zostały wskazane w ust. 2.

270 Rozporządzenie Parlamentu Europejskiego i Rady (WE) nr 593/2008 z dnia 17 czerwca 2008 r. w sprawie prawa właściwego dla zobowiązań umownych (Rzym I) (Dz.Urz. UE Nr L 177/6 z dnia 04.07.2008 r.) (Rzym I). Zgodnie z art. 1 ww. rozporządzenie stosuje się do zobowiązań umownych w sprawach cywilnych i handlowych powiązanych z prawem różnych państw. Niniejszego rozporządzenia nie stosuje się w szczególności do spraw skarbowych, celnych i administracyjnych. Liczne wyjątki dotyczące zakresu przedmiotowego zostały wymienione ust. 2 i 3.

271 Rozporządzenie (WE) nr 864/2007 Parlamentu Europejskiego i Rady z dnia 11 lipca 2007 r. dotyczące prawa właściwego dla zobowiązań pozaumownych („Rzym II”) (Dz.Urz. UE Nr L 199/40 z dnia 31.07.2007 r.). Zgodnie z art. 1 ww. rozporządzenie stosuje się do zobowiązań pozaumownych w sprawach cywilnych i handlowych, powiązanych z prawami różnych państw. Niniejszego rozporządzenia nie stosuje się, w szczególności, do spraw podatkowych, celnych lub administracyjnych ani do odpowiedzialności państwa za działania i zaniechania w wykonywaniu władzy publicznej (*acta iure imperii*). Liczne wyjątki dotyczące zakresu przedmiotowego zostały wymienione ust. 2 i 3.

272 Zgodnie z art. 2 ust. 2 lit. g przepisów dyrektywy ADR nie stosuje się do postępowań wszczynanych przez przedsiębiorcę przeciwko konsumentowi. Z zakresu wyłączone są również relacje B2B oraz C2C.

273 Art. 2 ust. 1 dyrektywy ADR.

274 Tym razem zarówno w relacji C2B, jak i B2C. Patrz: art. 2 ust. 2 dyrektywy ODR.

Tabela 17. Przepisy dotyczące jurysdykcji

Podmioty	Relacja	Podstawa prawna	Uwagi
Platforma i nabywca ²⁷⁵	B2B	Prawo właściwe: art. 3 ust. 1 rozporządzenia Rzym I ²⁷⁶ art. 4 ust. 1 lit. b w związku z art. 2 rozporządzenia Rzym I ²⁷⁷	Zasada: możliwość wyboru prawa właściwego. Gdy strony nie wybrały: prawo państwa, w którym usługodawca ma miejsce zwykłego pobytu.
Platforma i dostawca		Pozywanie – jurysdykcja szczególna: art. 7 pkt 1 rozporządzenia Bruksela I bis ²⁷⁸	Zasada: możliwość pozwania usługodawcy w państwie członkowskim, w którym zgodnie z umową usługa była świadczona lub miała być świadczona.
	B2C	Prawo właściwe: art. 6 rozporządzenia Rzym I	Zasada: prawo państwa, w którym konsument ma miejsce zwykłego pobytu ²⁷⁹ albo w zwykły sposób (patrz uwagi do B2B)

²⁷⁵ Prawo właściwe i jurysdykcja najczęściej są uregulowane np. w regulaminach świadczenia usług.

²⁷⁶ Artykuł ten stanowi, że Umowa podlega prawu wybranemu przez strony. Wybór prawa jest dokonany wyraźnie lub w sposób jednoznaczny wynika z postanowień umowy lub okoliczności sprawy. Strony mogą dokonać wyboru prawa właściwego dla całej umowy lub tylko dla jej części.

²⁷⁷ Zgodnie z art. 4 ust. 1 lit. b [w] zakresie, w jakim nie dokonano wyboru prawa właściwego dla umowy (...) umowa o świadczenie usług podlega prawu państwa, w którym usługodawca ma miejsce zwykłego pobytu. Natomiast art. 2 precyzuje, że [p]rawo wskazane przez niniejsze rozporządzenie stosuje się bez względu na to, czy jest ono prawem państwa członkowskiego.

²⁷⁸ Zgodnie z tym przepisem osoba, która ma miejsce zamieszkania na terytorium państwa członkowskiego może być pozwana w innym państwie członkowskim: 1) a) w sprawach dotyczących umowy - przed sądy miejsca wykonania danego zobowiązania; b) do celów niniejszego przepisu – i o ile nie uzgodniono inaczej – miejscem wykonania danego zobowiązania jest: – w przypadku sprzedaży rzeczy ruchomych – miejsce w państwie członkowskim, w którym rzeczy te zgodnie z umową zostały albo miały zostać dostarczone; – w przypadku świadczenia usług – miejsce w państwie członkowskim, w którym usługi zgodnie z umową były świadczone albo miały być świadczone; c) jeżeli lit. b nie ma zastosowania, stosuje się lit. a.

²⁷⁹ Gdy spełnione są warunki, tzn. przedsiębiorca a) wykonuje swoją działalność gospodarczą lub zawodową w państwie, w którym konsument ma miejsce zwykłego pobytu; lub b) w jakikolwiek sposób kieruje taką działalność do tego państwa lub do kilku państw w tym państwie włącznie; a umowa wchodzi w zakres tej działalności. Gdy warunki nie są spełnione stosuje się zwykłe zasady wynikające z art. 3 i 4 (tak art. 6 ust. 3). Warto wspomnieć, że według art. 6 ust. 4 lit. a zasada ta nie obowiązuje w przypadku umów o świadczenie usług, jeżeli usługi mają być świadczone na rzecz konsumenta wyłącznie w państwie innym niż to, w którym konsument ma miejsce zwykłego pobytu (co może mieć miejsce w przypadku korzystania z platform oferujących wolną przestrzeń do tymczasowego zakwaterowania np. Airbnb).

Nabywca i dostawca ²⁸³			Poszywanie: art. 18 rozporządzenia Bruksela I bis	Konsument pozywa kontrahenta Zasada: możliwość pozwania w państwie członkowskim miejsca zamieszkania kontrahenta albo miejsca zamieszkania konsumenta^{280, 281} Kontrahent pozywa konsumenta: Zasada: możliwość pozwania w państwie członkowskim miejsca zamieszkania konsumenta²⁸²
	B2B C2C		Prawo właściwe: art. 3 ust. 1 rozporządzenia Rzym I²⁸⁴ art. 4 ust. 1 lit. b w związku z art. 2 rozporządzenia Rzym I²⁸⁵	Zasada: możliwość wyboru prawa właściwego. Gdy strony nie wybrały: prawo państwa, w którym usługodawca ma miejsce zwykłego pobytu.
			Pozywanie – jurysdykcja szczególna: art. 7 pkt 1 rozporządzenia Bruksela I bis²⁸⁶	Zasada: możliwość pozwania usługodawcy w państwie członkowskim, w którym zgodnie z umową usługa była świadczona lub miała być świadczona.
	B2C		Prawo właściwe: art. 6 rozporządzenia Rzym I	Zasada: prawo państwa, w którym konsument ma miejsce zwykłego pobytu²⁸⁷ albo w zwykły sposób (patrz uwagi do B2B i C2C)

280 Przy spełnieniu warunku z art. 17 ust. 1 lit c) zgodnie, z którym druga strona umowy w państwie członkowskim, na terytorium którego konsument ma miejsce zamieszkania prowadzi działalność zawodową lub taką działalność w jakikolwiek sposób kieruje do tego państwa członkowskiego lub do kilku państw włącznie z tym państwem członkowskim, a umowa wchodzi w zakres tej działalności. Według art. 17 ust. 2 kontrahent jest traktowany tak, jakby miał miejsce zamieszkania w danym państwie członkowskim, gdy ma tam filię, agencję lub inny oddział.

281 Zgodnie z art. 6 ust. 1 konsument może pozwać kontrahenta, nawet jeśli nie ma on miejsca zamieszkania w UE. Zgodnie z motywem 14 [p]ozwany niemający miejsca zamieszkania w państwie członkowskim powinien zasądzić krajowym przepisom o jurysdykcji, mającym zastosowanie na terytorium państwa członkowskiego, przed którego sądem wytoczono powództwo. Jednakże w celu zapewnienia ochrony konsumentów i pracowników, ochrony jurysdykcji sądów państw członkowskich w sytuacjach, w których mają one jurysdykcję wyłączną, oraz przestrzegania autonomii stron, niektóre przepisy dotyczące jurysdykcji zawarte w niniejszym rozporządzeniu powinny mieć zastosowanie niezależnie od miejsca zamieszkania pozwanego. Ma to ogromne znaczenie w przypadku platform współpracy.

282 Art. 18 ust. 2.

283 Bardzo rzadko sami (np. w formie pisemnej umowy) ustalają przepisy dotyczące prawa właściwego i jurysdykcji.

284 Patrz przypis 276.

285 Patrz przypis 277.

286 Patrz przypis 278.

287 Patrz przypis 279.

		Poszywanie: art. 18 rozporządzenia Bruksela I bis	Konsument pozywa kontrahenta Zasada: możliwość pozwania w państwie członkowskim miejsca zamieszkania kontrahenta albo miejsca zamieszkania konsumenta^{288,289} Kontrahent pozywa konsumenta: Zasada: możliwość pozwania w państwie członkowskim miejsca zamieszkania konsumenta²⁹⁰
Osoba trzecia i platforma/ nabywca/ dostawca	B2B B2C C2C	Prawo właściwe: art. 4 w związku z art. 3 rozporządzenia Rzym II²⁹¹	Zasada: prawo państwa, w którym powstała szkoda albo prawo, które uzgodniły strony²⁹²
		Poszywanie: art. 4 rozporządzenia Bruksela I bis²⁹³	Zasada: możliwość pozwania w państwie członkowskim miejsca zamieszkania pozwanego

Źródło: opracowanie własne.

²⁸⁸ Patrz przypis 280.

²⁸⁹ Patrz przypis 281.

²⁹⁰ Patrz przypis 282.

²⁹¹ Zgodnie z art. 4 ust. 1 co do zasady prawem właściwym dla zobowiązania pozostającego z czynu niedozwolonego jest prawo państwa, w którym powstała szkoda (przy czym nieważne jest w jakim państwie miało miejsce zdarzenie powodujące szkodę oraz w jakim państwie lub państwach występują skutki pośrednie tego zdarzenia). Od ww. zasady istnieją wyjątki. Po pierwsze w przypadku gdy osoba, której przypisuje się odpowiedzialność i poszkodowany mają, w chwili powstania szkody, miejsce zwykłego pobytu w tym samym państwie, stosuje się prawo tego państwa (art. 4 ust. 2). Drugi wyjątek obejmuje sytuację, kiedy ze wszystkich okoliczności sprawy wyraźnie wynika, że czyn niedozwolony pozostaje w znacznie ściślejszym związku z państwem innym niż państwo wskazane w ust. 1 lub 2, w takim przypadku stosuje się prawo tego innego państwa. Znacznie ściślejszy związek z innym państwem może polegać, w szczególności, na istnieniu wcześniejszego stosunku pomiędzy stronami, takiego jak umowa, ściśle związane z danym czynem niedozwolonym. Art. 3 precyzuje, że [p]rawo wskazane przez niniejsze rozporządzenie stosuje się bez względu na to, czy jest ono prawem państwa członkowskiego.

²⁹² Zgodnie z art. 14 ust. 1 strony mogą poddać zobowiązanie pozostające z przestępstwa popełnionego przez siebie prawu: a) w drodze porozumienia zawartego po wystąpieniu zdarzenia powodującego szkodę albo b) w przypadku prowadzenia przez wszystkie strony działalności gospodarczej, również w drodze porozumienia swobodnie wynegocjowanego przed wystąpieniem zdarzenia powodującego szkodę. Wybór prawa musi być wyraźny lub w sposób dostatecznie pewny wynikać z okoliczności sprawy i nie może naruszać praw osób trzecich. Przypadki odejścia od prawa uzgodnionego przez strony przewidują ust. 2 i 3.

²⁹³ Według art. 4 ust. 1 osoby mające miejsce zamieszkania na terytorium państwa członkowskiego mogą być pozywane, niezależnie od ich obywatelstwa, przed sądy tego państwa członkowskiego.

Podsumowanie

Gospodarka współpracy oddziałuje na wiele różnych sfer z zakresu prawa i nie tylko. W związku z jej nieustannym rozwojem pojawiają się coraz liczniejsze problemy i pytania, na które instytucje unijne przy pomocy doktryny próbują udzielić odpowiedzi. Jednym z obszarów, który wymaga szczególnego zainteresowania jest ochrona konsumentów.

W Unii Europejskiej zapewnienie odpowiedniego poziomu bezpieczeństwa konsumentów ma kluczowe znaczenie dla jej gospodarki i dalszego rozwoju. Świadczy o tym m.in. fakt, że poprawa warunków udzielonej ochrony została wskazana jako jeden z czterech głównych celów w perspektywie do 2020 r. Kwestia działalności środowiska *collaborative economy* w połączeniu z korzystaniem z usług transgranicznych spowodowała, że priorytetowe stało się dla instytucji unijnych podjęcie rozważań dotyczących tego, na jakim poziomie udzielić ochrony – unijnym czy krajowym²⁹⁴.

Problemy prawne związane z ochroną konsumentów w gospodarce współpracy, jakie zostały przedstawione w tym rozdziale, są niezwykle złożone i wymagają dokładnego przemyślenia i opracowania. Należą do nich m.in. pytania o możliwość i zasadność zastosowania przepisów regulujących tradycyjne formy gospodarki (np. wymogi dotyczące spełniania obowiązków informacyjnych) czy trudności z ustaleniem zakresu odpowiedzialności poszczególnych podmiotów.

Na gruncie powyższego pojawiają się pomysły dotyczące ustanowienia różnych reżimów prawnych w zależności od rodzaju dostawcy świadczącego dane usługi, a nawet koncepcje rewizji systemu ochrony konsumentów²⁹⁵.

W moim przekonaniu najważniejszą sprawą, stanowiącą rdzeń omawianej problematyki, jest zagadnienie dotyczące wyważenia dwóch przeciwstawnych dóbr: ochrony konsumenta i zapewnienia rozwoju platformom (przy jednoczesnym nienakładaniu zbyt rygorystycznych obowiązków na dostawcę). Powyższe bezpośrednio wiąże się ze zrezygnowaniem z profesjonalnych standardów na rzecz wymogów dotyczących zwykłej jakości i staranności.

Tak, jak zostało to już wspomniane, mniejszy zakres ochrony konsumentów musi być rozpatrywany w świetle korzyści płynących z uczestniczenia w gospodarce współpracy. Podczas analizy powyższej tematyki nie można pominąć tego, że niższy standard bezpieczeństwa jest jednocześnie rekompensowany przez zalety związane z wyjątkową jakością, niepowtarzalnym doświadczeniem czy większą

294 Komunikat Komisji Europejskiej..., *op. cit.* s. 8.

295 Co częściowo ma miejsce. W *nowym ładzie dla konsumentów (a New Deal for Consumers)* zawarto propozycję dodania do dyrektywy w sprawie praw konsumentów art. 6a regulującego dodatkowo obowiązki informacyjne dla umów zawieranych na internetowych platformach handlowych (tzn. również w środowisku gospodarki współpracy). Nowa regulacja wymaga, aby przed zawarciem umowy konsument został poinformowany przez platformę m.in. o tym, czy osoba trzecia oferująca towary, usługi lub treści cyfrowe jest przedsiębiorcą czy nie, na podstawie oświadczenia tej osoby trzeciej złożonego na internetowej platformie handlowej (art. 6a lit. b) oraz czy prawa konsumentów wynikające z przepisów Unii w dziedzinie ochrony konsumentów mają zastosowanie do zawartej umowy (art. 6a lit. c) – Zob. więcej wniosek w sprawie dyrektywy Parlamentu Europejskiego i Rady zmieniającej dyrektywę Rady 93/13/EWG z dnia 5 kwietnia 1993 r., dyrektywę Parlamentu Europejskiego i Rady 98/6/WE, dyrektywę Parlamentu Europejskiego i Rady 2005/29/WE oraz dyrektywę Parlamentu Europejskiego i Rady 2011/83/UE w odniesieniu do lepszego egzekwowania i unowocześnienia przepisów UE dotyczących ochrony konsumenta COM (2018) 185 final.

różnorodnością usług oferowanych przez dostawcę²⁹⁶. Benefity w postaci mieszkania w czymś przytulnym domu zamiast w surowo urządzonym pokoju hotelowym, możliwości skorzystania z rad dotyczących najciekawszych (choć niekoniecznie najpopularniejszych) zabytków w mieście przedstawionych przez gospodarza (a nie wizyta w przeludnionym, nieciekawym turystycznym miejscu), okazja do jeżdżenia różnymi markami samochodów (w opozycji do posiadania jednego), możliwość spróbowania prawdziwej, lokalnej kuchni przyrządzonej przez prawdziwego pasjonata (a nie spożywanie posiłku w kolejnej restauracji).

Powyższe stanowi sedno gospodarki współpracy, a wszelkie rozważania dotyczące ochrony konsumentów powinny być podejmowane w świetle nie tylko zapewnienia bezpieczeństwa nabywcom usług, ale również uwzględnienia faktu, że zawierane transakcje swoim charakterem odbiegają nieco od tradycyjnego modelu ekonomicznego. Ich mniej gospodarczy, a bardziej społeczny charakter nie tylko może, ale i powinien znaleźć odzwierciedlenie także w przepisach dotyczących ochrony konsumenta. Ustanowienie identycznych regulacji prawnych jak w przypadku zwykłych umów sprowadziłoby gospodarkę współpracy do klasycznych modeli ekonomicznych i całkowicie wypaczyło jej sens.

Rozdział V. Propozycje modeli prawnych regulujących gospodarkę współpracy

Uwagi ogólne

Ostatni etap związany z analizą fenomenu gospodarki współpracy polega na zaproponowaniu najwłaściwszej formy regulacji, która – uwzględniając szanse i zagrożenia – zapewniłaby ochronę użytkowników, a jednocześnie nie zahamowałaby dalszego rozwoju *collaborative economy*. Należy jednak zauważyć, że podobne rozważania nie mogą zostać podjęte, dopóki dane zjawisko nie zostanie dobrze poznane. Z tego względu dopiero po przedstawieniu charakterystyki modelu e-biznesu, poznaniu specyfiki podmiotów i relacji, jakie ich łączą oraz zarysowaniu najważniejszych kwestii związanych z ochroną konsumentów, można rozpocząć tworzenie koncepcji dotyczących odpowiednich modeli prawnych.

Specyfika gospodarki współpracy, która polega m.in. na różnorodności platform i obszarów, w jakich funkcjonują, sprawia, że poniższe opracowanie będzie miało charakter bardziej ogólny. Celem rozdziału jest zaproponowanie kierunków i instrumentów, jakimi można uregulować *collaborative economy*, a nie dostarczenie wyczerpującego zbioru rozwiązań możliwych do wdrożenia. Przyczyny takiego podejścia zostaną rozwinięte w dalszej części rozdziału.

Konieczność opracowania modeli prawnych, mających zastosowanie w środowisku platform współpracy, wynika przede wszystkim z występowania dużej niepewności co do prawa. Jak wskazują konsultacje przeprowadzone na temat gospodarki współpracy – wybór i wykorzystywanie odpowiednich reguł prawnych

²⁹⁶ O nieoczywistych korzyściach związanych z uczestniczeniem w gospodarce współpracy zob. więcej *Protecting consumer...*, s. 12-13.

są postrzegane przez użytkowników jako zbyt skomplikowane, niejasne, niejednoznaczne, uciążliwe, a niektóre z ustanowionych w przepisach obciążeń jako zbyt nieproporcjonalne. Zdaniem ankietowanych z powyższego wynika ogromna potrzeba uproszczenia istniejących zasad²⁹⁷.

Należy zaznaczyć, że koncepcje przedstawione w poniższym rozdziale odnoszą się do regulacji dwóch sfer: części ogólnej – dotyczącej podstawowych zagadnień (np. statusu prawnego użytkowników czy przysługującego im prawa dostępu do rynku) oraz części szczegółowej – w postaci problematyki z zakresu ochrony konsumentów. Poza obszarem opracowania znajduje się materia związana z np. regulacjami podatkowymi, normami bezpieczeństwa i higieny pracy czy wyznaczeniem i doszczegółowieniem tematyki pracowniczej. Nie oznacza to, że przedstawione koncepcje w ogóle nie mogą znaleźć zastosowania również co do tych obszarów. Jednak mając na względzie ich specyficzny charakter, trzeba podkreślić, że w pewnym zakresie mogą wymagać one rozwiązań innych niż te zaproponowane poniżej.

5.1. Podstawowe modele prawne

Początek prac nad zarysowaniem scenariuszy regulacji, jakie są możliwe do zastosowania w środowisku platform współpracy, powinien zacząć się od rozważań nad tym, czy warto w ogóle regulować tę problematykę. Próba znalezienia właściwej odpowiedzi na powyższe pytanie doprowadziła do zauważalnej w doktrynie polaryzacji²⁹⁸. Modele prawne wskazują na dwie skrajne postawy: ścisłą regulację oraz jej całkowity brak, jak również znajdujące się pomiędzy nimi liczne (mniej lub bardziej wyważone) podejścia zakładające różny udział zaostrzających i liberalizujących środków prawnych.

Argumenty przywoływane podczas szeroko zakrojonej dyskusji w sposób wyraźny wskazują na zalety i wady obydwu postaw. Zwolennicy braku regulacji podkreślają, że wyznaczenie bezwzględnie obowiązujących przepisów prawa jest nie tylko bardziej kosztowne niż nieprawidłowości rynkowe, którym mają przeciwdziałać, ale w rzeczywistości nieuregulowana sytuacja prawna chroni nabyte interesy (w znaczeniu interesów przedsiębiorców działających na tradycyjnym rynku). Zdaniem osób o bardziej liberalnym podejściu systemy reputacyjne i rankingi są nie tylko wystarczającą, ale nawet bardziej efektywną formą ochrony konsumentów (w porównaniu do klasycznych metod). Z kolei entuzjaści ścisłej regulacji uważają, że tylko ona może skorygować pojawiające się błędy rynkowe, których sami użytkownicy nie są w stanie przezwyciężyć²⁹⁹.

Na marginesie należy wspomnieć, że w związku z dynamicznym rozwojem gospodarki współpracy oraz trudnym do przewidzenia kierunkiem jej rozwoju pojawiają się głosy namawiające do wstrzymania się z wyborem właściwej drogi regulacji i poczekaniem na bardziej właściwy moment³⁰⁰. Postawa *wait-and-see* łączy się jednak z pewnymi niebezpieczeństwami m.in. trudnością związaną z rozpoznaniem odpowiedniego momentu, czy zbyt późnym rozpoczęciem prac nad

297 *Consultation on the collaborative economy in the tourism accommodation sector. Summary of responses*, czerwiec 2017, źródło: <https://ec.europa.eu/docsroom/documents/24224?locale=en> [dostęp na: 13.06.2018 r.], s. 12.

298 Zob. więcej C. Codagnone, B. Martens, *op. cit.*, s. 20-21.

299 *Ibidem*, s. 24.

300 Zob. więcej D.D. Acevedo, *Regulating employment relationship in the sharing economy*, s. 23-27.

regulacją. Powyższe może mieć swoje konsekwencje w postaci nieodwracalnych skutków np. związanych z niemożnością wprowadzenia nowych środków prawnych do ukształtowanych już środowisk czy stratami poniesionymi przez użytkowników platform (a zwłaszcza podmiotów występujących w roli konsumentów). Podjęcie działań regulacyjnych nie musi oznaczać pośpiechu czy nieodpowiednich czynności³⁰¹. Ze względu na wspomnianą niepewność prawa, w moim przekonaniu taka bierna postawa jest dalece niepożądana i z tego powodu nie powinna być rozpatrywana jako jedno z przydatnych rozwiązań.

Biorąc pod uwagę występowanie różnych postaw co do sposobu wyjaśniania pojawiających się niepewności oraz celem dostarczenia rozwiązań dla przedstawionych w poprzednich rozdziałach problemów prawnych, wartościowe jest wskazanie kierunków regulacji. Pięć scenariuszy wraz z ich różnymi wariantami stanowi punkt wyjścia do podjęcia rozważań w zakresie wyznaczenia odpowiedniej drogi unormowania *collaborative economy*.

Na początku konieczne jest przyjęcie założenia, że wskazane poniżej modele nie mają charakteru wyłącznego i dopuszczalną, a nawet preferowaną sytuacją jest ta, w której mogą się one wzajemnie przenikać i uzupełniać. Nie ma przeszkód, by w jednym obszarze zastosować model regulacji częściowej na poziomie unijnym, natomiast w innym samoregulację. Co więcej, można uznać, że takie podejście byłoby korzystne, gdyż wykorzystywałoby najlepsze cechy każdej ze ścieżek.

Pierwsza z możliwych dróg to droga regulacji w formie przepisów. Możliwe jest jej przeprowadzenie na poziomie unijnym lub poziomie państw członkowskich (w tym lokalnym, regionalnym i krajowym). Uchwalenie wiążących przepisów może przybrać charakter całościowy, wyczerpujący (np. regulacji bardzo szczegółowej, która nie pozostawia żadnej swobody użytkownikom gospodarki współpracy i w rzeczywistości na gruncie prawa sprowadza *collaborative economy* do tradycyjnych modeli ekonomicznych) lub jedynie częściowy (ograniczający się do unormowania kwestii najważniejszych lub budzących największe wątpliwości).

Kolejny ze scenariuszy opiera się na korzystaniu z instrumentów miękkiego prawa. Wytyczne, zasady, standardy, kodeksy postępowania – niezależnie od przyjętej formy i nazwy, z racji swojego charakteru byłyby tylko (i aż) niewiążącymi wskazówkami. Ich wykorzystanie (czy to samodzielne, czy w formie uzupełniającej) pozwoliłoby na zachowanie pewnej swobody w danym obszarze.

Trzeci zaś model zakłada przeniesienie obowiązku utworzenia regulacji na jeden z podmiotów gospodarki współpracy – platformę. Możliwe jest wskazanie jej trzech podstawowych źródeł. Po pierwsze, kiedy wynika z potrzeby współregulacji (tj. ma być komplementarna w stosunku do miękkiego prawa). Po drugie, kiedy wynika bezpośrednio z obowiązków nałożonych przepisami prawa. Ostatnia możliwość to samoregulacja związana z własną inicjatywą podjętą przez platformy. Najczęściej ma ona związek z sytuacją, gdy organy władzy nie decydują się na podjęcie żadnych działań, natomiast narastająca niepewność co do prawa wymusza na platformach uregulowanie pewnych, najistotniejszych kwestii.

301 Czego, jak można wywnioskować, obawia się Komisja. Dotychczasowy brak zdecydowanych działań w sferze gospodarki współpracy (nie licząc wytycznych wydanych w 2016 r.) należy odczytywać właśnie jako postawę „wait-and-see” instytucji unijnych. – Zob. więcej komunikat Komisji Usprawnienie..., op. cit. SWD (2015) 550 final, s. 4.

Następna ścieżka to brak regulacji. Może mieć ona charakter świadomie podjętej decyzji – np. wstrzymania się od ustanawiania regulacji do czasu ukształtowania się zjawiska w sposób pozwalający na jego kompleksowe zbadanie, a potem unormowanie. Poza tym brak działań w kierunku uporządkowania otoczenia prawnego może wynikać z obawy i ostrożności związanej z doбором odpowiednich środków prawnych albo jako wynik refleksji zakładającej szybkie zniknięcie *collaborative economy* z przestrzeni społecznej i ekonomicznej, a w konsekwencji również prawnej. Druga możliwość to niezaplanowane działanie wynikające raczej z ignorowania zjawiska.

Ostatnia propozycja wyłamuje się ze schematu ww. modeli, gdyż dotyczy bardziej czynności podejmowanych przez platformy i inne podmioty niż *stricte* ścieżek regulacji. Mimo to zdecydowałam się umieścić ją wśród modeli prawnych, ponieważ po pierwsze może występować samodzielnie, a po drugie ma doniosłe znaczenie. Monitorowanie może być dokonywane przez organy władzy, organy ochrony konkurencji i konsumentów, inne wskazane podmioty czy wreszcie same platformy. W tym ostatnim przypadku powodem takiej działalności może być realizacja obowiązków nałożonych przez przepisy czy wytyczne albo potrzeba wynikająca z funkcjonowania na rynku (w przypadku braku odpowiednich regulacji).

Podsumowanie dotyczące propozycji modeli prawnych możliwych do wykorzystania wraz z ich różnymi wariantami przedstawia poniższa tabela. Ich bardziej szczegółowe omówienie zostanie przedstawione w kolejnych podrozdziałach.

Tabela 18. Modele prawne

Model prawny	Warianty	Uwagi
Przepisy	na poziomie UE/na poziomie państw członkowskich (lokalne, regionalne, krajowe)	wybór poziomu zależy od rozważania zalet i wad: harmonizacja a fragmentyzacja
	całkowita/częściowa	pakiet przepisów/dyrektywa platformowa
Wytyczne i zasady	samodzielnie	miękkie prawo (niewiążące)
	razem z samoregulacją (współregulacja)	razem z samoregulacją tworzy kompletny system
Samoregulacja	zaplanowana – razem z zasadami (współregulacja)	razem z miękkim prawem tworzy kompletny system
	zaplanowana – samodzielna	jest konsekwencją obowiązków prawnych nałożonych na platformy
	nieplanowana	wynika z potrzeby rynku
Brak regulacji	zaplanowany	wstrzymanie się z działaniami
	nieplanowany	brak reakcji ze strony organów władzy oraz platform; zignorowanie zjawiska i pojawiających się na jego tle problemów
*Monitorowanie	przez organy władzy publicznej/urzędy ochrony konkurencji lub konsumentów	konieczność uchwalenia odpowiednich przepisów lub wydania wytycznych
	wykonanie obowiązku przez platformę	
	inicjatywa platformy	jako odpowiedź na potrzeby rynku

Źródło: opracowanie własne.

5.2. Regulacja w formie przepisów ustanowionych przez instytucje unijne

Do kluczowych czynników odpowiedzialnych za zrównoważony rozwój gospodarki współpracy należy otoczenie prawne, w jakim funkcjonuje dany model. Brak działań regulacyjnych wywiera wiele niekorzystnych skutków np. w postaci pojawiających się nierówności. Z kolei niejasność reguł dotyczących zapewnienia równych warunków jest szczególnie niebezpieczna, biorąc pod uwagę możliwość tworzenia się barier w dostępie do rynku³⁰².

Zachowanie równowagi pomiędzy zapewnieniem rozwoju zjawiska a ochroną podmiotów, które w nim uczestniczą stanowi dla instytucji unijnych wartość o priorytetowym charakterze. Jednocześnie z komunikatów i działań podejmowanych przez Komisję można wyczytać, że należy ona do zwolenników bardziej liberalnego podejścia w kwestii regulacji *collaborative economy*. Dowodem na to może być stwierdzenie, że *[p]otrzebne jest jasne i zrównoważone środowisko regulacyjne, które (...) zapewni, by nie zostały nałożone żadne niepotrzebne przeszkody na istniejące lub nowe podmioty rynkowe, niezależnie od modelu biznesowego, który stosują*³⁰³.

W przypadku gospodarki współpracy głównym motorem działań Komisji jest zapobieganie fragmentacji rynku³⁰⁴. Niepewność co do prawa ulega znacznemu pogłębieniu, gdy dotyczy ona nie jednego, ale dwudziestu ośmiu systemów prawnych zmultiplikowanych jeszcze przez różne modele biznesowe gospodarki współpracy – tak jak dzieje się to w przypadku Unii Europejskiej. Z tego względu pojawił się pomysł harmonizacji przepisów dotyczących gospodarki współpracy³⁰⁵, który jest popierany przez Parlament Europejski³⁰⁶. Jednak jak do tej pory nie rozpoczęły się żadne prace nad propozycją projektu takiego aktu³⁰⁷.

Podjęcie prac nad regulacją dotyczącą gospodarki współpracy, ze względu na złożoną naturę problemów prawnych z nią związanych, musiałoby przybrać wieloetapowy charakter. Dokładne wytyczne dotyczące tego, jak powinna wyglądać taka procedura zostały przedstawione przez Dyрекcję Generalną PE ds. Polityki Wewnętrznej³⁰⁸. Ze względu na dużą wartość wpływającą z zawartych tam uwag i rozważań, wskazane jest przytoczenie najważniejszych tez, a następnie ich omówienie.

Przeprowadzając procedurę ustalenia ram prawnych w obszarze ochrony konsumenta na początku należy rozważyć, czy i jakie istniejące przepisy w danym

302 Commission staff working document *A Single...*, *op. cit.* SWD (2015) 202 final, s. 4.

303 Komunikat Komisji *Usprawnienie...*, *op. cit.* COM (2015) 550 final, s. 4

304 O którym wspomina ona bardzo często. – Por. komunikat Komisji *Usprawnienie...*, *op. cit.* COM (2015) 550 final, s. 4 lub komunikat Komisji *Strategia...*, *op. cit.* COM (2015) 192 final, s. 12.

305 Komunikat Komisji *Platformy...*, *op. cit.* COM (2016) 288 final, s. 8.

306 *[W] miarę potrzeby ramy te [dotyczące gospodarki współpracy – przyp. aut.] należy zharmonizować (...) powinny one być elastyczne i neutralne pod względem technologicznym, a także nie ulegać dezaktualizacji oraz powinny stanowić połączenie ogólnych zasad i konkretnych przepisów w uzupełnieniu ewentualnie niezbędnych regulacji sektorowych.* Wydaje się, że zwłaszcza element dezaktualizacji może być trudny do spełnienia. – Fragment z: rezolucja Parlamentu Europejskiego z dnia 15 czerwca 2017 r. w sprawie europejskiego programu na rzecz gospodarki dzielenia się P8 TA(2017)0271, pkt 31.

307 Wynika to częściowo z opisywanej wyżej postawy „wait-and-see”, którą reprezentuje Komisja. Pomimo wielokrotnego wspominania o potrzebie harmonizacji przepisów oraz wydawaniu niewiążących dokumentów, w których odnosi się do zjawiska *collaborative economy* (jak np. komunikat w sprawie gospodarki współdzielenia), nie podejmuje ona żadnych konkretnych działań w kierunku unormowania gospodarki współpracy, niejako czekając na to, co się wydarzy. Taką postawę trzeba ocenić negatywnie. – Podobnie: V. Hatzopoulos, *The Collaborative...*, *op. cit.*, s. 207.

308 Smorto G., *op. cit.*, s. 21-22.

przypadku mogą zostać zastosowane³⁰⁹ – a po wyznaczeniu powyższego – czy nie są one zbyt uciążliwe i nieadekwatne. Jak zostało to już wykazane w poprzednich rozdziałach, zastosowanie istniejących przepisów jest możliwe tylko w stosunku do dostawców usługi podstawowej, którzy mogą zostać uznani za przedsiębiorców (relacja B2C) – tj. profesjonalistów i nieprofesjonalistów (*peers*) zajmujących się świadczeniem usług w sposób regularny³¹⁰.

W tym momencie usprawiedliwione wydaje się zadanie pytania o zasadność stosowania istniejących przepisów do podmiotów gospodarki współpracy. Jak zauważa Komisja, istniejące przepisy dotyczące tradycyjnych form gospodarki nie zawsze znajdują zastosowanie w przypadku *collaborative economy*. Z tego powodu nie powinny być one automatycznie i w każdym przypadku traktowane jako wzorzec³¹¹. Problem ten kieruje rozważania ku kryteriom odpowiedniości stosowania ww. regulacji.

W przypadku obowiązków wynikających z wiążących przepisów o ochronie konsumentów – można przyjąć, że w stosunku do dostawców nieprofesjonalnych regularnych przepisy często nie spełniają warunków braku uciążliwości i adekwatności. Stosując kryteria pochodzące z dyrektywy usługowej, można uznać, że np. obowiązki informacyjne z zakresu informacji handlowych nie są niedyskryminujące, konieczne i proporcjonalne³¹². Zwłaszcza wymóg proporcjonalności, w świetle przedstawionych już koncepcji o braku asymetrii, może być zakwalifikowany jako naruszony.

Niezależnie należy dokonać unormowania transakcji zawieranych między *peers*, tj. konsumentami oraz dostawcami nieprofesjonalnymi okazjonalnymi i jednorazowymi. Jak zostało to już wyjaśnione, w tym przypadku zastosowanie obowiązujących przepisów z zakresu ochrony konsumentów jest niemożliwe³¹³. Z racji na to, możliwość ustanowienia zupełnie nowych przepisów powinna spełniać dwa założenia. Po pierwsze w jeszcze większym stopniu brać pod uwagę niezawodowy charakter świadczenia usługi. Po drugie uwzględniać, że w relacji C2C ustalenie, która ze stron jest stroną słabszą, wcale nie jest zadaniem oczywistym.

Podjęcie decyzji o uregulowaniu kwestii dotyczących gospodarki współpracy na poziomie aktów prawnych z pewnością doprowadziłoby do wyeliminowania, a przynajmniej ograniczenia występowania części fundamentalnych problemów prawnych. Unormowanie zagadnień związanych z możliwością i zakresem zastosowania istniejących przepisów, kwestią wyważenia dóbr w przypadku ustalenia jednolitej polityki dotyczącej ochrony konsumentów, czy dokładne opracowanie problematyki odpowiedzialności jest niezwykle potrzebne nie tylko z punktu widzenia uczestników, ale również organów władzy państw członkowskich i interesu całej Unii.

Jak zostało to już wspomniane – możliwość regulacji może odbywać się nie tylko na poziomie unijnym, ale również krajowym, regionalnym, a nawet lokalnym. Wady wyboru takiej drogi na tle przedstawionych powyżej zagadnień wydają się oczywiste. Na pierwszy plan wysuwa się zwłaszcza niepewność i brak jasności co

309 O możliwości zastosowania istniejących przepisów w poszczególnych wariantach relacji *collaborative economy* traktują poprzednie rozdziały (zwłaszcza trzeci i czwarty).

310 Ocena tego, czy dany podmiot zalicza się do tego grona zostaje przeprowadzona na podstawie indywidualnej analizy w oparciu o np. test na przedsiębiorcę. Zob. podrozdział 3.2.1.

311 Commission staff working document *A Single...*, *op. cit.* SWD (2015) 202 final, s. 6.

312 Wartości te zostały zaczerpnięte z art. 16 dyrektywy usługowej.

313 Zob. podrozdział 3.3.

do praw i obowiązków, które miałyby obowiązywać użytkowników, w tym również konsumentów. Należy również zauważyć, że taka forma regulacji prowadzi do fragmentacji, a co za tym idzie – paradoksalnie – zamiast uporządkować daną materię wzmacnia tylko dezorientację podmiotów. Trudno mówić o skuteczności ochrony konsumentów w sytuacji, w której z powodu rozmaitych przeszkód³¹⁴, nie potrafiliby wyegzekwować lub nawet rezygnowaliby z dochodzenia swoich praw. Z powyższych względów regulacja wyłącznie na gruncie krajowym wydaje mi się dalece niepożądana i nie będzie przedmiotem dalszych rozważań.

5.3. Miękkie prawo – wytyczne i zasady

Drugim sposobem na uregulowanie gospodarki współpracy jest wprowadzenie środków należących do tzw. miękkiego prawa (*soft law*). Wykorzystanie niewiążących instrumentów odpowiadałoby potrzebie realizacji dwóch celów. Z jednej strony wyjaśnieniu podstawowych niepewności, a z drugiej wytyczeniu kierunku, który w razie potrzeby mógłby zostać bez większych problemów skorygowany.

Z korzyści płynących z modelu *soft law* czerpie Komisja, która za pomocą wydawanych przez siebie komunikatów bardzo często wskazuje państwom członkowskim kurs, jaki powinny obrać, w szczególności w stosunku do zjawisk związanych z jednolitym rynkiem cyfrowym³¹⁵. Poszczególne wskazówki zawarte w wytycznych dotyczących gospodarki współpracy³¹⁶ zostały omówione we właściwych do tego częściach pracy³¹⁷. Przy tej okazji trzeba wspomnieć, że pomimo pozytywnej oceny dotyczącej samego podjęcia działań przez Komisję, krytyce należy poddać zbyt ogólny charakter ww. dokumentu.

Ogólny wydźwięk wytycznych ma charakter wezwania państw członkowskich do liberalizacji przepisów. Przybiera to postać m.in. zachęcenia państw członkowskich do rezygnacji z nadmiernie restrykcyjnych uregulowań chroniących konsumentów (w *postaci niewspółmiernych obowiązków informacyjnych i innych obciążeń administracyjnych*³¹⁸) wobec dostawców nieprofesjonalnych. Powyższe można również odczytywać jako nakłanianie do stworzenia dwóch reżimów prawnych: lżejszego – wobec dostawców nieprofesjonalnych i bardziej obciążającego – wobec dostawców będących przedsiębiorcami. Takie działanie w obszarze ochrony konsumentów wydaje się być nie tylko przydatne, ale i uzasadnione.

Unormowanie środowiska *collaborative economy* za pomocą instrumentów prawa miękkiego nie musi ograniczać się do wytycznych stworzonych przez Komisję. Parlament Europejski wskazuje, że przydatne było *ustanowienie zbioru ogólnych zasad i kryteriów na szczeblu UE oraz zbioru odpowiednich wartości progowych na szczeblu krajowym*³¹⁹.

314 Np. braku znajomości struktury prawa w danym kraju, niezaznajomienia z obowiązującymi regulacjami czy dochodzącymi trudnościami związanymi z barierami językowymi.

315 O potrzebie wydawania wytycznych dotyczących właściwych unijnych przepisów oraz zaleceń dla państw członkowskich w zakresie rozwoju i wspierania powstawania nowych platform internetowych i gospodarki współpracy. – Zob. komunikat Komisji *Platformy...*, op. cit. COM (2016) 288 final, s. 4.

316 Umieszczone w komunikacie Komisji *Europejski...*, op. cit. COM 2016 (356) final.

317 Dla zachowania porządku wyводу należy jednak przypomnieć, że do problemów prawnych, co do których wypowiedziała się Komisja zaliczyć trzeba m.in. kryteria podziału dostawców i ich wpływ na ochronę udzielaną nabywcom czy kwestie związane z rolą i odpowiedzialnością platform.

318 Komunikat Komisji *Europejski...*, op. cit. COM 2016 (356) final, s. 12.

319 Rezolucja Parlamentu Europejskiego w sprawie europejskiego..., op. cit., pkt 18.

Zestaw zasad (*principles*) dotyczący gospodarki współpracy – ze względu na podobieństwo materii – mógłby być wzorowany na tych stosowanych w przypadku platform internetowych. Jeśli chodzi o rozwiązania zaproponowane w przypadku platform online opierają się one na: *równ[ych] szans[ach] dla porównywalnych usług cyfrowych*; – *odpowiedzialn[ym] zachowani[u] platform internetowych w celu ochrony podstawowych wartości*; – *przejrzystoś[ci] i sprawiedliwoś[ci] w celu utrzymania zaufania użytkowników oraz ochrony innowacji*; – *otwartoś[ci] i niedyskryminacyjn[ym] charakter[ze] rynków gospodarki opartej na danych*³²⁰.

Modyfikacje, jakie należałoby wprowadzić do zasad platform współpracy, powinny obejmować równość podmiotów w dostępie do gospodarki współpracy³²¹, zamianę ochrony innowacji na ochronę konsumentów oraz otwartość i niedyskryminacyjny charakter rynków gospodarki współpracy, a nie tak jak w wersji pierwotnej – gospodarki opartej na danych.

Jednocześnie warto zauważyć, że regulacja w formie wytycznych czy zasad nie we wszystkich obszarach wydaje się być dobrym rozwiązaniem. Zdecydowanie sprawdza się ona tam, gdzie potrzeba pewnej elastyczności i szybkiego reagowania na zachodzące zmiany. Z kolei w niektórych sferach, zwłaszcza tych związanych z wyznaczeniem podziałów i granic między nimi, właściwszą formą wydają się być akty prawne wiążące. Jak wskazuje się w literaturze, przepisy (*strict rules*) powinny znaleźć zastosowanie np. w wyznaczeniu ram stosowania istniejących już przepisów oraz wskazaniu obszarów, gdzie potrzebna jest nowa regulacja, jak również w przypadku określenia statusu podmiotów niebędących profesjonalistami (*peers*). Z kolei zasady (*principles*) lepiej sprawdziłyby się w uregulowaniu kwestii bezpieczeństwa i ochrony konsumentów³²².

5.4. Samoregulacja i współregulacja

Unormowanie środowiska *collaborative economy* nie musi opierać się wyłącznie na regulacjach pochodzących od podmiotów zewnętrznych, ale może obejmować również akty autoregulacyjne³²³.

Na możliwość wykorzystania samoregulacji i współregulacji³²⁴ jako instrumentów przyczyniających się do lepszego ukształtowania otoczenia prawnego pierwsza zwróciła uwagę Komisja³²⁵, co z entuzjazmem zostało przyjęte przez Parlament

320 Komunikat Komisji *Platformy...*, *op. cit.* COM (2016) 288 final, s. 6.

321 Co nie oznacza takich samych przepisów stosowanych do danej kategorii użytkowników. Jak zostało to już zasygnalizowane – np. w przypadku dostawców warto rozważyć bytoby utworzenie przynajmniej dwóch reżimów prawnych (lżejszego i surowszego).

322 Smorto G., *op. cit.*, s. 21 i 23.

323 Ciekawy podział w tym zakresie zaproponowała J. Black dzieląc samoregulację na: dobrowolną (niewymaganą przez władzę), z przymusu (by zapobiec działaniom prawodawców), zatwierdzaną przez organy władzy oraz obowiązkową (wynikającą nałożonego przez prawodawcę obowiązku). – Zob. więcej J. Black, *Decentring Regulation: Understanding the Role of Regulation and Self-regulation in „Post-Regulation” World*, „Current Legal Problems” 2001, vol. 54, issue 1, s. 118.

324 Różnica pomiędzy samoregulacją a współregulacją polega na tym, że współregulacja *powinna dopuszczać możliwość interwencji państw, w przypadku gdy jej cele nie zostaną spełnione*. – Fragment z dyrektywy Parlamentu Europejskiego i Rady 2010/13/UE z dnia 10 marca w sprawie koordynacji niektórych przepisów ustawowych, wykonawczych i administracyjnych państw członkowskich dotyczących świadczenia usług medialnych („Dyrektywa o audiowizualnych usługach medialnych”) (Dz.Urz. UE Nr L95/1 z dnia 15.04.2010 r.), motywy 44.

325 Komunikat Komisji *Platformy...*, *op. cit.* COM (2016) 288 final, s. 6.

Europejski³²⁶. Powody, dla których platformy same powinny podjąć pewne czynności celem uregulowania gospodarki współpracy, mają kilka zasadniczych źródeł.

Po pierwsze platformy mają narzędzia do zmniejszenia informacyjnych asymetrii, jakie występują pomiędzy użytkownikami³²⁷. Dzieje się tak przede wszystkim poprzez możliwość tworzenia przez platformy cyfrowych mechanizmów budowania zaufania, które obejmują w szczególności mechanizmy konstruowania rankingów i ocen, określanie kryteriów ocen i reputacji, weryfikowanie tożsamości podmiotów, udostępnianie bezpiecznych metod płatności czy udzielanie gwarancji lub ubezpieczeń. Powyższe elementy uzupełnione np. o niezależne formy kontrolowania systemów reputacji czy wprowadzenie dobrowolnych systemów certyfikacji³²⁸ w sposób bezpośredni podnoszą poziom ochrony konsumentów.

Po drugie platformy mają interes w tym, żeby środowisko gospodarki współpracy było bezpieczne dla jego użytkowników³²⁹. Im większa ochrona zapewniana przez platformę, tym chętniej korzystają z niej nabywcy i dostawcy, co przekłada się na osiągane zyski (np. w formie prowizji, opłat subskrypcyjnych lub środków pochodzących od reklamodawców).

Wreszcie ze względu na ogromną różnorodność *collaborative economy* ustanowienie przepisów odpowiadających potrzebom każdego sektora może stanowić znaczne trudności, a dynamiczny rozwój zjawiska nie pozwala na przewidzenie i uregulowanie wszystkich niezbędnych kwestii. Ponadto ustanowienie przepisów wymaga stosunkowo dużo czasu i przygotowań, a w przypadku internetowej rzeczywistości szybkie reagowanie na pojawiające się problemy jest wartością szczególnie cenną. Wobec powyższego zasadne wydaje się wykorzystanie do tego celu doświadczenia platform, które najlepiej znają dane środowisko, jego potrzeby i pojawiające się w nim zagrożenia i mogą w sprawny sposób wprowadzać niezbędne zmiany.

Wskazówek do tego, jak powinna wyglądać właściwa samo- i współregulacja dostarczyła również Komisja w wydanym przez siebie dokumencie *Principles for Better Self – and Co-regulation*³³⁰. Działania podejmowane w celu wypracowania ogólnie akceptowanych mechanizmów samoregulacyjnych powinny być oparte, w szczególności na otwartym dostępie podmiotów do konsultacji³³¹, dobrej wierze oraz zgodności z prawem unijnym. Po samym wdrożeniu regulacji należy podejmować czynności dotyczące m.in. wprowadzania niezbędnych zmian, przeprowadzania ewaluacji czy podejmowania prac nad rozwiązywaniem sporów.

Pomimo pojawiających się w doktrynie głosów o tym, że m.in. ze względu na ogromną siłę, jaką daje konsumentom Internet i dostępne dzięki niemu informacje,

326 Rezolucja Parlamentu Europejskiego w sprawie europejskiego..., *op. cit.*, motyw 27.

327 Wskazane poniżej przykłady pochodzą z *Ibidem*, motyw 27-28.

328 Wartym rozważenia pomysłem na zwiększenie poziomu ochrony konsumentów wydaje się prowadzenie np. zharmonizowanych znaków zaufania. W przypadku gdy platforma posiadałaby taki znak, dla korzystających z niej użytkowników byłby to jasny sygnał, że jest ona bezpiecznym miejscem. – Pomysł pochodzi z komunikatu *Komisji Europejskiej program na rzecz konsumentów – Zwiększanie zaufania...*, *op. cit.* COM (2012) 225, s. 15.

329 Smorto G., *op. cit.*, s. 22.

330 Źródło: <https://ec.europa.eu/digital-single-market/en/news/principles-better-self-and-coregulation-and-establishment-community-practice> [dostęp na: 13.06.2018 r.].

331 Tj. przedstawiciele władzy publicznej, przedsiębiorców, legislatorów, urzędów ochrony konkurencji i konsumentów oraz osób fizycznych.

unormowanie gospodarki współpracy może ograniczyć się tylko do samoregulacji środowiska platform³³², należy raczej zgodzić się z bardziej umiarkowanym stanowiskiem, że samoregulacja powinna pełnić rolę uzupełniającą³³³.

5.5. Brak regulacji

Ostatnią, zdecydowanie najmniej pożądaną możliwością, jest brak wprowadzenia jakichkolwiek regulacji. Niepodjęcie żadnych działań jest o tyle niebezpieczne, że nie tylko utrzymuje stan niepewności, ale prowadzi do zmnożenia istniejących problemów natury prawnej. W konsekwencji późniejsza próba uregulowania danej sfery może okazać się znacznie trudniejsza.

Powyższe podejście może wynikać z dwóch zasadniczych postaw. Po pierwsze, gdy jest ono rezultatem zamierzonych działań i łączy się to ze wspomnianym już podejściem „wait-and-see”. Dane organy władzy publicznej nie chcą podejmować działań ze względu na to, że mają nadzieję na to, że sytuacja sama się unormuje. Czekają w efekcie, aż dane zjawisko się ukształtuje, ponieważ ich zdaniem nie ma potrzeby wcześniejszego podejmowania regulacji. Powyższe wynika z tego, że w przekonaniu podmiotów sprawujących władzę zawsze istnieje możliwość późniejszego uchwalenia przepisów (a skutków niewłaściwej regulacji często całkowicie cofnąć nie można).

Po drugie niewprowadzanie żadnych regulacji może wynikać również z tego, że dane organy w ogóle nie zauważają istnienia danego zjawiska. Co za tym idzie, w ich przekonaniu nie ma sfery, którą należałoby unormować. Taka postawa wydaje się być najbardziej niepokojąca, bo wskazuje na brak spostrzegawczości, a nawet pewną ignorancję ze strony władz.

5.6. Monitorowanie – niezbędny element implementacji modeli prawnych

Umieszczenie monitorowania wśród wariantów ustalenia norm i zasad prawnych może wzbudzać kontrowersje. Na tle pozostałych propozycji wyróżnia się przede wszystkim tym, że dotyczy ono bardziej podejmowanych czynności niż tworzy nowy rodzaj unormowania. Również w moim przekonaniu nie należy traktować go jako modelu prawnego, ale jako aktywność towarzyszącą każdemu etapowi – od rozważań poprzedzających wybór danego scenariusza, poprzez jego wdrożenie, aż po obserwację, czy funkcjonuje prawidłowo, czy być może wymaga zmian. Ze względu na istotny wkład, jaki wnosi do ochrony konsumentów, warto krótko o nim wspomnieć.

Monitorowanie może poprzedzać wybór właściwego modelu albo zostać wprowadzone w każdym z nich. Podstawy jego funkcjonowania mogą opierać się na działalności podejmowanej przez organy władzy publicznej, urzędy ochrony konkurencji i konsumentów lub samych użytkowników, a zwłaszcza platformy. W przypadku tych ostatnich czynności monitorowania mogą wynikać z nałożonego na nich obowiązku albo własnej inicjatywy.

Obserwowanie sytuacji środowisk współpracy jest zadaniem kluczowym w świetle identyfikacji problemów. Tylko dzięki niemu możliwe jest opracowanie odpowiednich

332 Zob. więcej C. Koopman, M. Mitchell, A. Thierer, *The Sharing Economy and Consumer Protection Regulation: The Case for Policy Change*, "The Journal of Business, Entrepreneurship & the Law" 2015, vol. 8, issue 2, s. 542-543 i powołana tam literatura.

333 Ch. Busch, *op. cit.*, s. 9.

regulacji, które będą odpowiadały z jednej strony potrzebom rynkowym, a z drugiej wymogom bezpieczeństwa interesów konsumentów. Systematyczne monitorowanie może zapobiec powstawaniu niepewności i niejasności prawnych, co ma znaczenie w przypadku zapewnienia właściwych warunków rozwoju. Połączenie monitoringu z czynnościami kontrolnymi może doprowadzić np. do eliminacji pojawiającej się dyskryminacji, zapobiegania powstawaniu monopolu, zwalczania nielegalnych treści czy usuwania użytkowników w znaczący sposób naruszających zasady funkcjonowania danej platformy.

Jak widać na podstawie powyższych analiz i wywiedzionych z nich refleksji, monitorowanie jest czynnikiem w istotny sposób wpływającym na wszystkie etapy związane z implementacją modeli prawnych. Dzięki niemu zachowane są standardy racjonalnego i niepochoptego ustalania odpowiednich rozwiązań oraz ich skuteczne wdrażanie i egzekwowanie.

5.7. Rekomendowany przeze mnie model prawny – najlepszy dla zapewnienia właściwej ochrony konsumentów

Biorąc pod uwagę powyższe rozważania oraz charakter fenomenu gospodarki współpracy, wydaje się, że najwłaściwszym – z punktu widzenia ochrony konsumentów i kompletności unormowań – byłoby zastosowanie wariantu, w którym samoregulacja platform byłaby uzupełniona przepisami ustanawianymi przez prawodawców unijnych oraz instrumentami prawa miękkiego. Wprowadzenie takiego mieszanego modelu prawnego zapewniłoby możliwość całościowego unormowania, wykorzystującego najlepsze cechy każdej z omówionych powyżej koncepcji.

W zaproponowanym scenariuszu główną oś wyznaczałby podział materii poddanej regulacji odpowiednio – na poziomie przepisów prawnych (a zwłaszcza stworzonego na tę okoliczność całkowicie nowego aktu prawnego – dyrektywy platformowej³³⁴) oraz na poziomie mechanizmów samoregulacji. Z racji na dynamiczny rozwój zjawiska oraz potrzebę interweniowania³³⁵ instytucje unijne doraźnie mogłyby wydawać niewiążące dokumenty (prawo miękkie), wskazujące na preferowane drogi interpretacji. Takie instrumenty przybierałyby postać wytycznych lub innego rodzaju pism skierowanych do konkretnych podmiotów. Dodatkowo w celu ujednolicenia mechanizmów autoregulacyjnych, Komisja mogłaby wydać zaktualizowany i dostosowany do środowiska gospodarki współpracy kodeks najlepszych praktyk w obszarze samoregulacji.

Podział materii pomiędzy przepisy zamieszczone w aktach prawnych wydanych przez instytucje unijne a regulacje stworzone przez same platformy opierałby się na trzech kryteriach. Dwa z nich³³⁶ dotyczyłyby bezpośrednio zachowań platformy, tj. tego czy jest ona sama w stanie rozwiązać pojawiające się problemy prawne/

334 Pomysły dotyczące powstania dyrektywy platformowej pojawiają się również w literaturze. – Zob. więcej Ch. Busch, *op. cit.*, s. 4-5.

335 Tylko w wyjątkowych, określonych prawem sytuacjach. Z racji na poszanowanie korzeni, z jakich wyrósł ten nowy model ekonomiczny, czyli oddolnej współpracy między podmiotami równymi sobie, zaproponowany mieszany model ma za zadanie w największym stopniu zapewniać wolność działającym w nim użytkownikom, przy jednoczesnym zabezpieczeniu ich interesów.

336 Zaproponowane w Smorto G., *op. cit.*, s. 21-25.

uregulować daną problematykę³³⁷ oraz czy ma interes w jej uporządkowaniu³³⁸. Trzecie kryterium (bardziej ogólne)³³⁹ odnosiloby się do tego, czy dana materia zalicza się do kwestii najbardziej systemowych, bazowych. Odróżnienie problemów podstawowych od mniej ważkich mogłoby opierać się na przeprowadzeniu specjalnego testu³⁴⁰. Pozostała tematyka niespełniająca ww. warunków byłaby podejmowana na poziomie samoregulacji platform.

Propozycja uchwalenia dyrektywy platformowej opiera się na założeniu, że fragmentacja przepisów dotyczących gospodarki współpracy w znacznym stopniu niekorzystnie oddziałuje na jej rozwój, jak również sytuację uczestniczących w niej podmiotów. Opierając się na przemyśleniach dokonanych w toku tej pracy oraz zgadzając się ze stanowiskiem prezentowanym przez instytucje unijne (w tym Komisję i Parlament Europejski)³⁴¹, wydaje się, że doprowadzenie do harmonizacji tego obszaru stanowiłoby dobre rozwiązanie. Moim zdaniem najlepszy możliwy wybór, odpowiadający specjalnym wymogom i wpisujący się jednocześnie w trendy tradycyjnego prawa konsumenckiego³⁴², to harmonizacja horyzontalna (międzysektorowa) zupełna³⁴³.

Uchwalenie dobrze przemyślanej, szczegółowej (ale jednocześnie niezbyt kazuistycznej) wersji dyrektywy może okazać się krokiem milowym w stronę rozwoju *collaborative economy*. Obecna sytuacja, w której podmioty muszą funkcjonować *de facto* w dwudziestu ośmiu różnych systemach prawnych, powoduje duże obawy i może zostać uznana za przeszkodę w dostępie do rynku oraz czynnik zmniejszający poczucie bezpieczeństwa wśród konsumentów. Zdaniem niektórych przedstawicieli doktryny dyrektywa platformowa mogłaby stanowić *lex specialis* wobec innych aktów prawa konsumenckiego i regulować tylko ten obszar, który nie byłby poddany reżimowi istniejących już przepisów³⁴⁴. Z tego względu w treści merytorycznej powinna zawierać przepisy wskazujące na to, w jakich dokładnie

337 Tzn. czy posiada instrumenty pozwalające na jej unormowanie.

338 Platforma może nie mieć interesu np. w regulowaniu obszarów związanych z wyznaczaniem cen za wykonanie usługi. Przykładowo swoboda w tym zakresie pozwala na działanie korzystnego dla Ubera (a niekoniecznie dla konsumentów) *surge pricing*. Poza tym wydaje się, że platforma nie powinna tworzyć przepisów dotyczących m.in. prawa konkurencji. Powyższe wynika głównie z tego, że może być ona jednym z podmiotów bezpośrednio zaangażowanych w tworzenie monopolu i wartość wydawanych przez nią aktów w ww. obszarze mogłaby być podważana.

339 W mojej ocenie dobrze uzupełniające pozostałe dwa.

340 Jego główne pytania mogłyby dotyczyć m.in. tego, czy uregulowanie danej kwestii na poziomie unijnego aktu prawnego byłoby ogólnie pożyteczne, czy podobny efekt dałoby się osiągnąć za pomocą samoregulacji, w jakim stopniu dana materia jest już unormowana w innych aktach i czy zasadne byłoby jej uzupełnienie w drodze wiążących przepisów.

341 Zob. więcej komunikat Komisji *Strategia...*, *op. cit.* COM (2015) 192 final czy rezolucja Parlamentu Europejskiego w sprawie europejskiego..., *op. cit.*, motyw 31.

342 Sposoby regulowania prawa ochrony konsumentów na przestrzeni lat podlegały zmianom. Początkowo główną metodą stanowiła harmonizacja minimalna, jednak od 2005 r. instytucje unijne realizują politykę harmonizacji zupełnej. — Zob. więcej A. Kunkiel-Kryńska, *Metody harmonizacji prawa konsumenckiego w Unii Europejskiej i ich wpływ na procesy implementacyjne w państwach członkowskich*, Warszawa 2013, s. 234-250.

343 Zgodnie z definicją zakres harmonizacji horyzontalnej (międzysektorowej) *nie obejmuje jednej dziedziny gospodarki (polityki/sektora prawa unijnego), ale może obejmować każde zagadnienie (...). Z kolei harmonizacja zupełna przewiduje jednolite i wyczerpujące (całkowite) uregulowanie przez państwo członkowskie danej materii prawnej, określonej w dyrektywie unijnej opartej na tej harmonizacji. Nie musi to jednak oznaczać regulacji danej materii w sposób całościowy. Mimo że dyrektywę oparte na harmonizacji zupełnej regulują daną materię prawną w sposób pełny, nie zawsze jest on tożsamy z regulacją całościową i wyczerpującą tematycznie dane zagadnienie prawne. Metoda harmonizacji zupełnej zasadniczo nie pozostawia państwom członkowskim pola do przyjmowania odmiennych rozwiązań prawnych w zharmonizowanym obszarze.* — *Ibidem*, s. 60 i 202-203.

344 Ch. Busch, *op. cit.*, 4-5.

przypadkach zastosowanie znajdują obowiązujące już przepisy³⁴⁵, a jakie podlegają wyłącznie zawartym w niej nowym normom³⁴⁶.

W moim przekonaniu, celem uniknięcia nadmiernej regulacji, zakres dyrektywy powinien ograniczać się do kwestii spełniających ww. kryteria, tj. dotyczących platformy – posiadania odpowiednich narzędzi oraz interesu w regulacji, oraz dotyczących materii – ograniczenia się do spraw o wyłącznie fundamentalnym charakterze. Ze względu na powyższe, w centrum zagadnień koniecznych do opracowania umieściłabym potrzebę ustalenia generalnych zasad dotyczących tego, które podmioty i na jakich zasadach powinny zostać uznane za dostawców profesjonalistów³⁴⁷.

Powyższe umożliwiłoby uregulowanie dwóch kolejnych istotnych zagadnień. Po pierwsze dałoby podstawę do wyznaczenia podziału na przepisy już istniejące, które mogą znaleźć zastosowanie oraz przepisy całkowicie nowe – wraz ze wskazaniem, jakie rodzaje podmiotów powinny zostać przypisane do danej kategorii. Po drugie stanowiłoby bazę do stworzenia dwóch reżimów przepisów – lżejszego dedykowanego dostawcom nieprofesjonalnym oraz bardziej restrykcyjnego obejmującego profesjonalne podmioty.

Dodatkowo dyrektywa platformowa w sposób jednoznaczny powinna uregulować problem ról i odpowiedzialności platform (z uwzględnieniem różnych jej rodzajów w zależności od pełnionych przez nią funkcji). Z tego względu zasadne byłoby umieszczenie kryteriów, które pozwalałyby na ustalenie, jaką dokładnie rolę pełni platforma i w związku z tym, jakiemu rodzajowi przepisów podlega. Pożądane byłoby również wskazanie koncepcji dotyczących ponoszonej przez nią odpowiedzialności. Z punktu widzenia ochrony konsumentów unormowanie ww. zagadnień bezpośrednio przyczyni się do polepszenia ich sytuacji.

Poza tym by jednoznacznie wyjaśnić kwestię prawa dostępu do rynku, przysługującego podmiotom gospodarki współpracy, tj. platformom, dostawcom i nabywcom – także ta problematyka mogłaby znaleźć swoje odzwierciedlenie w przepisach merytorycznych dyrektywy platformowej.

Aby dać przestrzeń do korzystania z bardziej swobodnych niż tradycyjne form działalności i jednocześnie nie rezygnować całkowicie z wyznaczenia pewnych ram funkcjonowania – główny ciężar ustalenia regulacji powinien zostać przeniesiony na platformy. Pozytywnie należy ocenić pogląd, zgodnie z którym powinny być

345 Uzasadnione wydaje się zastosowanie przepisów już obowiązujących do relacji B2C (tj. transakcji zawieranych między profesjonalnym dostawcą a nabywcą nieprofesjonalnym – konsumentem), przy czym można pokusić się o wprowadzenie pewnych zmian np. w zakresie bardziej ograniczonych obowiązków informacyjnych, dostosowanych do gospodarki współpracy i związanego z nią powszechnego dostępu do Internetu. Jak zostało to już wspomniane, stałe połączenie internetowe ogranicza występującą w tradycyjnych formach gospodarki asymetrię informacyjną, gdyż dopuszcza użytkowników do w zasadzie niczym nieograniczonego źródła wiadomości. Moim zdaniem powyższe zdecydowanie powinno znaleźć swoje odzwierciedlenie w przepisach.

346 Byłyby to transakcje na poziomie C2C, czyli zawierane pomiędzy podmiotami nieprofesjonalnymi (peers). Obecnie jedynymi aktami prawnymi, jakie znajdują do nich zastosowanie są przepisy prawa cywilnego obowiązujące na terytorium danego państwa członkowskiego. Ze względu na przedstawione już wady takiego rozwiązania, celowe wydaje się jednak opracowanie dotyczących ich zharmonizowanych przepisów na poziomie unijnym, najlepiej w formie dyrektywy platformowej.

347 To nie tylko przyczyniłoby się do rozwiązania wielu problemów prawnych, pojawiających się na tym tle, ale dodatkowo pozwoliłoby na usunięcie nadmiernie wymagających przepisów prawa krajowego – niespełniających wymogów niedyskryminacji, konieczności i proporcjonalności.

one postrzegane jako współpartnerzy w pracach nad unormowaniem środowiska gospodarki współpracy, a nie wyłącznie jako podmioty, do których dana regulacja jest skierowana³⁴⁸. Samoregulację *collaborative economy* należy oprzeć na podwójnej roli, jaką można przypisać w tej materii platformom. W pierwszej kolejności podmiotu ustalającego zasady (*ruler*), a następnie kontrolującego ich przestrzeganie (*enforcer*)³⁴⁹.

Wśród korzyści płynących z zastosowania środków autoregulacyjnych jedną z najważniejszych wydaje się utrzymanie kontaktu ze źródłami gospodarki współpracy, tj. działaniem w sferze poza restrykcyjnie ustalonymi przepisami prawnymi. Formalne i nieformalne systemy samoregulacji z racji na swój charakter dawałyby pewną wolność, przy jednoczesnej możliwości zabezpieczenia interesów jej użytkowników. Dodatkowo z racji na różnorodność platform i obszarów, w jakich funkcjonują³⁵⁰, bardziej efektywne i odpowiadające potrzebom rynku wydaje się unormowanie ich funkcjonowania na poziomie sektorowej samoregulacji niż przepisów powszechnie obowiązujących. Dzięki temu szczegółowe rozwiązania będą przybierały bardziej indywidualny i dostosowany do wymagań kształt, który w zależności od zachodzących zmian będzie mógł być poddawany szybkim i elastycznym modyfikacjom. Takie podejście zrealizuje wytyczne Komisji w sprawie niemożności zastosowania do gospodarki współpracy koncepcji „one-size-fits-all”³⁵¹.

Zakres przedmiotowy, jaki powinna obejmować samoregulacja, pozostaje kwestią otwartą. Jednak ze względu na doniosłość pewnych zagadnień, niektóre z problemów nie powinny zostać pominięte. Punkt wyjścia regulacji dotyczącej gospodarki współpracy i zachodzącej w niej ochrony konsumentów powinny stanowić postanowienia dotyczące obowiązków informacyjnych. Wydaje się, że uzasadnione byłoby przeniesienie ich ciężaru na platformy, głównie z powodu posiadania przez nie narzędzi umożliwiających dotarcie do użytkowników³⁵². Informacje powinny zostać zawarte w dokumencie normującym funkcjonowanie danej platformy np.

348 A. Sundararajan, *The Collaborative Economy: Socioeconomic, Regulatory and Policy Issues. In depth Analysis for the IMCO Committee*, luty 2017, źródło: [http://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/IDAN/2017/595360/IPOL_IDA\(2017\)595360_EN.pdf](http://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/IDAN/2017/595360/IPOL_IDA(2017)595360_EN.pdf) [dostęp na: 13.06.2018 r.], s. 21.

349 Smorto G., *op. cit.*, s. 24.

350 Do obszarów z zakresu gospodarki współdzielenia można zaliczyć: wynajmowanie przestrzeni (prywatnej, biurowej), wynajmowanie pojazdów (samochodów, skuterów, rowerów); transport (wspólne przejazdy; wynajmowanie miejsc parkingowych), usługi (naprawy, sprzątanie), żywność (dzielenie się jedzeniem, wynajmowanie kucharzy, zamawianie posiłków), logistyka (dostarczanie przesyłek), analityka (łączenie poszukujących pracy z pracodawcami), wsparcie (w dostarczaniu usług za pomocą platform współpracy; głównie relacje B2B), samorząd (ułatwianie kontaktu z samorządem), korporacje i organizacje (szukanie freelancerów, udzielanie opinii na temat produktów w zamian za benefity), udostępnianie mediów (wolnej przestrzeni internetowej), finanse (wymiana walut, udzielanie pożyczek), zdrowie (kontakt z lekarzami), uroda (usługi kosmetyczne świadczone w domu), nauka (dzielenie się umiejętnościami). Wyliczenie to jest jedynie przykładowe i nie wyczerpuje wszystkich wariantów usług, jakie mogą być świadczone, osiągnięte w wyniku współpracy czy współdzielone w ramach *collaborative economy*. — Na podstawie: *Collaborative Economy Honeycomb Version 3.0*. Źródło: <http://www.web-strategist.com/blog/2016/03/10/honeycomb-3-0-the-collaborative-economy-market-expansion-sxsw/> [dostęp na 13.06.2018 r.].

351 *The Commission concluded that a “one-size-fits-all” was not appropriate for consumers to benefit from the opportunities and for the rules to meet the different challenges posted by the very diverse types of the online platforms.* — Fragment z: *European Commission Fact Sheet. A European Agenda for the collaborative economy. Questions and answers*, źródło: http://europa.eu/rapid/press-release_MEMO-16-2002_en.htm [dostęp na: 13.06.2018 r.].

352 Początek takiego podejścia można zauważyć w regulacjach pochodzących z nowego ładu dla konsumentów. — Zob. przypis nr 295.

warunkach świadczenia usług lub regulaminie, a korzystanie z niej uzależnione od zapoznania się z nimi i ich zaakceptowania.

Warto podkreślić, że pomimo różnic w zakresie funkcjonowania platform współpracy, wydaje się, że kanon zasadniczych kwestii podlegających obowiązkowi informacyjnemu powinien być jednolity. W moim przekonaniu informacje muszą obejmować przede wszystkim wskazanie roli, jaką pełni platforma oraz doprecyzowanie, jakiego rodzaju usług dostarcza³⁵³, a w konsekwencji powyższego również dokładne określenie podmiotów odpowiedzialnych za wykonanie usługi³⁵⁴. Poza tym platforma powinna poinformować o kwestiach związanych bezpośrednio z dostarczaniem usługi³⁵⁵, tj. o sposobach weryfikacji dostawców, o kwestiach związanych z płatnością, systemach reklamacji i gwarancji³⁵⁶, zasadach dotyczących odszkodowania za niewykonanie lub nienależyte wykonanie usługi, możliwości odstąpienia od umowy³⁵⁷, karach za anulowanie/odwołanie usługi, polityce zwrotów oraz sposobach rozwiązywania sporów³⁵⁸. Na marginesie należy wspomnieć, że platforma w celu wypełnienia ciężących na niej obowiązków powinna również stworzyć dokument dotyczący polityki prywatności.

W przypadku tworzenia warunków świadczenia usług ważne jest, aby dana platforma poza kwestiami technicznymi takimi jak używanie jasnego i prostego języka, uwzględniała również rodzaj świadczonych przez dostawców usług. Przede wszystkim wpływ na postanowienia dotyczące np. nienależytego wykonywania usług czy kar za odstąpienie od umowy powinno mieć to, czy dana usługa ma charakter odpłatny, pieniężny. Trudno nie zgodzić się ze stwierdzeniem, że reklamacja dotycząca nierzetelnego wykonania usługi przewozu przesyłki, za którą nabywca zapłacił oraz nie do końca poprawnego tłumaczenia wykonanego bezpłatnie albo w zamian za pomoc przy rozwiązaniu zadań z matematyki nie może przybierać takiego samego stopnia dolegliwości. W pierwszym przypadku uzasadnione wydaje się dochodzenie

353 Tj. dokładne określenie, czy występuje ona w roli wyłącznie pośrednika, pośrednika dostarczającego dodatkowe usługi dla dostawcy, dostawcy usługi podstawowej albo mieszanej roli łączącej ww. warianty. Informacja dostarczana przez platformę oparta byłaby na jasno wyznaczonych kryteriach zawartych w dyrektywie platformowej.

354 Wyłącznie dostawca, wyłącznie platforma, dostawca i platforma. Kwestia odpowiedzialności platform została omówiona w podrozdziale 4.4.

355 Zob. więcej P. Hausemer (i in.), *op. cit.*, s. 11-12 oraz Collaborative economy. BEUC Position, czerwiec 2016, źródło: https://www.beuc.eu/publications/beuc-x-2016-030_gbe_collaborative_economy_beuc_position.pdf [dostęp na: 13.06.2018 r.], s. 2 i 3.

356 Niektóre z platform decydują się na wprowadzenie własnych systemów reklamacji. Np. postanowienia działu IX Regulaminu pozamiatane.pl stanowią, że §1 Reklamacje dot. Usługi można zgłaszać poprzez pocztę elektroniczną na adres elektroniczny kontakt@pozamiatane.pl do trzech dni po zakończeniu sprzątania. §2 Reklamacja winna zawierać adres elektroniczny zgłaszającego oraz szczegółowy opis problemu wraz ze zdjęciami przypadku reklamacji dotyczących jakości świadczonych usług oraz ew. zniszczeń. Reklamacje zostaną rozpatrzone w terminie 14 dni od daty otrzymania zgłoszenia reklamacyjnego przez Administratora. — Źródło: <https://pozamiatane.pl/regulamin> [dostęp na: 13.06.2018 r.].

357 Dokładną politykę dotyczącą odstąpienia od umowy opracowała platforma Airbnb. Co do zasady reguły dotyczące anulowania rezerwacji ustalane są przez gospodarza (w zakresie terminów, warunków itp.). Jednak w pewnych przypadkach zamieszczonych w zamkniętym katalogu Okoliczności Wyjątkowych (np. nieoczekiwana choroba osoby bliskiej, znaczne kataklizmy czy poważne zagrożenia sygnalizowane dla danej podróży, które wystąpiły po dokonaniu rezerwacji i które zostały oficjalnie zakomunikowane przez stosowne organy krajowe lub międzynarodowe) po oficjalnym odwołaniu rezerwacji możliwe jest odstąpienie od ustalonych przez gospodarza zasad anulowania i podjęcie decyzji o dokonaniu zwrotu za rezerwację. Sytuacja przedstawia się podobnie, gdy rezerważę anuluje gospodarz — na podstawie ww. Okoliczności Wyjątkowych Airbnb może podjąć decyzję o odstąpieniu od wymierzenia kary. — Źródło: <https://www.airbnb.pl/help/article/1320/what-if-i-need-to-cancel-because-of-an-emergency-or-unavoidable-circumstance> [dostęp na: 13.06.2018 r.].

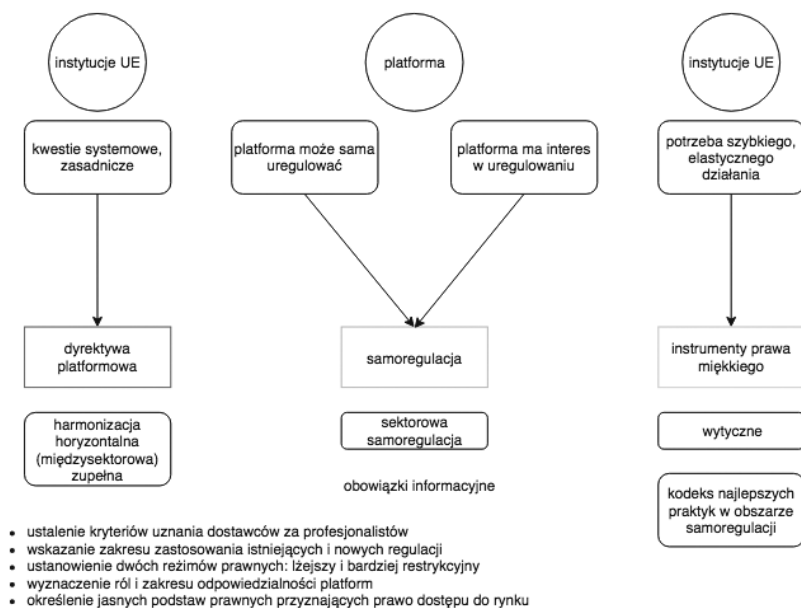
358 Zarówno na poziomie platformy, jak i na poziomie unijnym (np. ADR i ODR w przypadku gdy zostały spełnione stosowne warunki, omówione w podrozdziale 4.5.3).

odszkodowania, natomiast w drugiej sytuacji wystarczającą konsekwencją jest zamieszczenie negatywnej opinii lub wystawienie słabszej oceny.

Tak jak zostało to już wspomniane, formę uzupełniającą do dyrektywy platformowej oraz środków samoregulacji platform powinny pełnić instrumenty prawa miękkiego. W przypadku gdy instytucje unijne zauważą istnienie problemów prawnych, z którymi platformy nie mogłyby same sobie poradzić albo których uregulowanie nie leżałoby w ich interesie, a dodatkowo dany obszar nie byłby uregulowany przez dyrektywę platformową ani żaden inny relewantny akt prawny – uzasadnione byłoby wydanie w danej materii niewiążącego aktu prawnego np. w postaci wytycznych Komisji. Takie działanie *ad hoc* byłoby pożądane przede wszystkim z dwóch względów. Po pierwsze pozwalałoby na szybkie i elastyczne działanie, a po drugie mogłoby w realny sposób zabezpieczać interesy konsumentów.

Celem zapewnienia możliwie najwyższego poziomu ochrony, wszystkie działania powinny na bieżąco podlegać monitorowaniu przez platformy, organizacje i podmioty zewnętrzne, instytucje unijne oraz urzędy ochrony konkurencji i konsumentów. Zwłaszcza na tych ostatnich podmiotach połączonych w unijną sieć współpracy w zakresie przyznanych im uprawnień spoczywa zadanie dokładnego obserwowania rozwoju zjawiska i egzekwowania przepisów, mających na celu ochronę konsumentów.

Rysunek 7. Propozycja modelu prawnego – najlepszego dla zapewnienia ochrony konsumentom



Źródło: opracowanie własne.

Kwestia ochrony konsumentów jest niezwykle ważnym zagadnieniem rozpatrywanym na tle środowiska gospodarki współpracy. Poza wspomnianymi już licznymi trudnościami, z jakimi trzeba się zmierzyć podczas opracowywania właściwego prawnego modelu ochrony, należy wziąć pod uwagę, że tradycyjne narzędzia ochrony nie zawsze

powinny być zastosowane (czy wprost, czy z modyfikacjami) w omawianym modelu ekonomicznym³⁵⁹. Samo unowocześnienie starych przepisów nie jest rozwiązaniem³⁶⁰.

Z powyższych względów warto podkreślenia jest, że stworzona przeze mnie propozycja modelu ochrony konsumentów w gospodarce współpracy nie ma na celu idealnego odwzorowania ochrony funkcjonującej na tradycyjnym rynku. W moim przekonaniu kluczem do zrozumienia zaproponowanej koncepcji jest to, że ma ona zagwarantować konsumentom porównywalny (a nie identyczny) poziom bezpieczeństwa. Wynika to z faktu, iż model ten musi być rozpatrywany w świetle wymogu zachowania niezbędnej swobody wynikającej z konstytutywnych cech *collaborative economy* oraz całej jej złożoności.

Podsumowanie

Istnienie różnych metod regulacji pozwala na tworzenie modeli prawnych specjalnie dedykowanych danym zjawiskom. W przypadku ochrony konsumentów w gospodarce współpracy realizacja podstawowych potrzeb polega na zrównoważeniu dwóch z pozoru sprzecznych ze sobą wartości. Z jednej strony są to interesy konsumentów, które powinny być zabezpieczone w możliwie najwyższym stopniu, z drugiej interesy dostawców usług, którzy nie powinni być obciążani nadmiernymi obowiązkami. Trudności związane z regulacją polegają na takim dobraniu środków, które nie spowodują np. zahamowania rozwoju całego środowiska, a jednocześnie będą w efektywny sposób zapewniały bezpieczeństwo.

W przypadku gospodarki współpracy najwłaściwszym modelem regulacji jest model mieszany – łączący elementy wydanych przez instytucje unijne wiążących przepisów w postaci np. dyrektywy platformowej, środków samoregulacji stworzonych przez platformy oraz niewiążących instrumentów prawa miękkiego.

Ze względu na ogromną różnorodność występującą w środowisku gospodarki współpracy ostateczny kształt danej regulacji będzie zależał od wielu czynników, w szczególności obszaru, na jakim funkcjonuje dana platforma, pełnionej przez nią roli i łączącej się z nią odpowiedzialności czy jej specyficznych cech. W konsekwencji trzeba uznać, że nie da się wyznaczyć jednego, dopasowanego do całego środowiska platform współpracy modelu prawnego. Rzeczywista, końcowa forma, jaką przybierze dana regulacja będzie zależna od danego modelu biznesowego i wszystkich jego właściwości.

Podczas tworzenia konkretnych uregulowań należy mieć na szczególnej uwadze, że ochrona konsumentów w *collaborative economy* różni się od tej udzielanej w tradycyjnych formach gospodarki. Moim zdaniem fundamentalnym założeniem, jakie trzeba przyjąć jest to, że interesy konsumentów w gospodarce współpracy powinny mieć poziom ochrony porównywalny do tradycyjnego. Pogląd przeciwny stanowiący o potrzebie ustanowienia identycznych rozwiązań jest nieuzasadniony przede wszystkim w świetle różnic, które występują pomiędzy dwoma wspomnianymi modelami ekonomicznymi.

359 *Protecting...*, op. cit., s. 24.

360 A. Sundararajan, op. cit., s. 22.

Na podstawie przeprowadzonej w toku pracy magisterskiej analizy można stwierdzić, że model prawny ochrony konsumentów w gospodarce współpracy w prawie Unii Europejskiej jest koncepcją opartą przede wszystkim na wyważeniu dwóch wartości. Z jednej strony zapewnieniu bezpieczeństwa interesów konsumentów w możliwie najszerszy sposób, a z drugiej na umiejętnym wykorzystaniu takich metod i środków prawnych, które pozostaną w zgodzie z podstawowymi właściwościami *collaborative economy*.

Przeprowadzone rozważania umożliwiły realizację wyznaczonych we wstępie celów w postaci uporządkowania tematyki związanej z omawianym zagadnieniem, rozpoznania i opisanie podstawowych problemów prawnych oraz – jako naturalnej konsekwencji powyższego – opracowania i wskazania najwłaściwszych rozwiązań oraz odpowiednich modeli prawnych, które w omawianym przypadku powinny znaleźć zastosowanie.

Podstawę do podjęcia rozważań stanowiła teza o konieczności przeanalizowania tradycyjnego unijnego modelu ochrony konsumentów w kontekście jego przydatności dla nabywców funkcjonujących w gospodarce współpracy. Dokonana rewizja środków prawnych wykorzystywanych w klasycznej wersji prawa ochrony konsumentów pozwoliła na dostrzeżenie obszarów, które wymagają modyfikacji lub nawet uchwalenia nowych regulacji. Przedstawione w pracy rozmyślenia potwierdziły niemożność stworzenia jednego modelu prawnego właściwego dla wszystkich rodzajów platform współpracy. Różnorodność środowiska gospodarki współpracy wymaga wprowadzenia regulacji szczegółowych, dopasowanych do bardziej zindywidualizowanych potrzeb jego użytkowników.

Wskazane powyżej tezy przyczyniły się do spojrzenia na analizowaną tematykę z właściwej, jak sądzę, perspektywy. W trakcie dokonywania refleksji ww. spostrzeżenia stanowiły wartościowy punkt odniesienia i przyczyniły się do opracowania bardziej dogłębnych wniosków. Praca badawcza dokonana na podstawie wspomnianych założeń pozwoliła na wysnucie ważnych dla środowiska gospodarki współpracy konstatacji. Najważniejsze z nich w formie krótkiej rekapitulacji zostaną przedstawione poniżej.

Gospodarka współpracy to model ekonomiczny, którego rozwój przypada na drugą dekadę XXI w. Źródeł jego powstania można dopatrywać się wśród czynników społecznych (przede wszystkim chęci współpracy między obcymi sobie ludźmi), ekonomicznych (jako reperkusja ogólnoświatowego kryzysu ekonomicznego z 2007 r.) czy ekologicznych (dążenie do ochrony środowiska poprzez dzielenie się niewykorzystanymi zasobami zamiast tworzenia nowych dóbr). Ze względu na swój specyficzny charakter – wynikający z połączenia nierozzerwalnymi więziami z siecią internetową i wykorzystaniem systemów reputacyjnych – *collaborative economy* otwiera nowy rozdział w światowej gospodarce i przy odpowiednim ukierunkowaniu może stać się zjawiskiem podważającym cały dotychczasowy ekonomiczny porządek.

Zjawisko *collaborative economy* – przede wszystkim ze względu na swój charakter, który w znaczący sposób różni się od tradycyjnych form gospodarki – na gruncie

prawa rodzi wiele wątpliwości. Przez wzgląd na nieustabilizowaną sytuację użytkowników platform współpracy, pojawiające się liczne problemy prawne powinny zostać możliwie jak najszybciej przeanalizowane i rozwiązane. Wśród znaczących trudności koniecznych do wyjaśnienia szczególnie priorytetową materię stanowi ochrona nabywców usług, których interesy powinny zostać odpowiednio zabezpieczone.

Ustalenie modelu prawnego ochrony konsumentów uzależnione jest od podjęcia refleksji w zakresie relewantności istniejących przepisów. Rozstrzygnięcie ww. kwestii opiera się na wyznaczeniu rodzaju relacji, jaka występuje pomiędzy danymi podmiotami. W przypadku, gdy więź wykazuje charakter więzi konsument-profesjonalista (B2C) zastosowanie obowiązujących przepisów jest możliwe. Z kolei niemożność powołania się na istniejące regulacje ma miejsce, gdy relacja użytkowników zalicza się do kategorii konsument-konsument (C2C).

Na tle powyższego pojawia się problem wyznaczenia granic pomiędzy profesjonalnym a nieprofesjonalnym świadczeniem usług. Ustalenie rodzaju dostawcy powinno przybierać charakter indywidualnej oceny dokonywanej na podstawie analizy konkretnego przypadku. Niemniej jednak na gruncie m.in. wytycznych dostarczonych przez Komisję z dużą dozą prawdopodobieństwa można uznać, że dostawca profesjonalny to przedsiębiorca i osoba świadcząca usługi nieprofesjonalnie w sposób regularny (podmiot uznany za przedsiębiorcę). Do grona nieprofesjonalistów zaliczyć należy dostawców dostarczających usługi nieprofesjonalnie okazjonalnie i jednorazowo.

Podział dostawców na profesjonalistów i nieprofesjonalistów wykazuje swoją doniosłość nie tylko w materii relewantności obowiązującego prawa konsumenckiego, ale również w kwestii ustalenia nowych regulacji. Z racji na ww. rozgraniczenie uzasadnione wydaje się wprowadzenie dwóch reżimów prawnych dotyczących ochrony konsumentów – lżejszego, któremu podlegać powinni nieprofesjonaliści oraz bardziej restrykcyjnego skierowanego do profesjonalistów.

Udzielenie odpowiedniego poziomu ochrony konsumentom jest również związane z ustaleniem granic odpowiedzialności, jaką ponoszą platformy. Powyższe opiera się przede wszystkim na wyznaczeniu pełnionych przez nie ról, czyli ustaleniu rodzaju podejmowanej działalności. W przypadku, gdy rola platformy ogranicza się do pośrednictwa (dopasowania nabywcy z dostawcą), tj. jej działalność można zakwalifikować do usług społeczeństwa informacyjnego – obowiązujące przepisy pozwalają na jej wyłączenie. Jednak w sytuacji, gdy podejmowane przez nią czynności wykraczają poza ten obszar i dotyczą np. znacznej ingerencji w ustalanie warunków umowy pomiędzy użytkownikami albo nawet samego świadczenia usługi podstawowej – poziom odpowiedzialności odpowiednio wzrasta.

Możliwość wykorzystania istniejących przepisów trzeba rozpatrywać z uwzględnieniem specyfiki gospodarki współpracy. Z tego względu przepisy dyrektyw konsumenckich powinny być odpowiednio modyfikowane, tak by zapewniały ochronę i jednocześnie nie nakładały nadmiernych obowiązków na dostawców usług. W przypadku transakcji zawieranych z dostawcami nieprofesjonalnymi ochrona konsumentów jest zbudowana na środkach opartych w dużej mierze na zaufaniu. Ich forma najczęściej przybiera postać systemów

reputacyjnych, weryfikacji podmiotów czy udzielanych przez platformy gwarancji i ubezpieczeń.

Dokładna analiza sytuacji podmiotów doprowadziła do konstatacji, że najodpowiedniejszym modelem prawnym ochrony konsumentów jest model mieszany. Łączy on w sobie trzy formy regulacji – przepisy, samoregulację oraz instrumenty prawa miękkiego. W celu zapobiegnięcia nadmiernej fragmentacji rynku, przepisy powinny zostać ustanowione na poziomie unijnym. Preferowany akt prawny regulujący podstawowe i ogólne kwestie miałby zostać uchwalony pod postacią dyrektywy platformowej, harmonizującej otoczenie prawne w sposób zupełny. Ustalenie znacznej części regulacji należy powierzyć platformom. Mając na względzie różnorodność środowiska, jak również biorąc pod uwagę potrzebę elastycznego i swobodnego unormowania *collaborative economy* – środki samoregulacyjne wydają się być do tego najlepszą formą. W zaproponowanym przeze mnie modelu instrumenty prawa miękkiego w postaci wytycznych i zasad powinny pełnić uzupełniający charakter.

Najważniejszą konkluzją płynącą z powyższego wywodu jest to, że różnice występujące pomiędzy tradycyjnym modelem ekonomicznym a gospodarką współpracy przekładają się również na odmienności w sposobie zapewnienia bezpieczeństwa interesów konsumentów. Ze względu na charakter *collaborative economy* poziom ochrony powinien być porównywalny, a nie identyczny jak ten występujący w klasycznych formach transakcji. W konsekwencji również użyte środki powinny uwzględniać m.in. większą swobodę czy mniej sformalizowany charakter więzi. Bazą do stworzenia gospodarki współpracy była chęć wymiany dóbr i usług, spożytkowania tkwiącego w ludziach i niewykorzystanych aktywach potencjału. Użytkownicy muszą mieć świadomość, że poza licznymi zaletami (np. bogatszym dostępem do ofert, niższymi cenami, możliwością poznania nowych ludzi) korzystanie z platform współpracy łączy się z innym rodzajem ochrony ich interesów.

Trudności związane z opracowaniem ww. zagadnienia wynikały przede wszystkim z krótkiego okresu istnienia tego modelu biznesowego. Zaledwie kilka lat rozwoju gospodarki współpracy przekłada się bezpośrednio na brak usystematyzowanego badawczego podejścia. Widać to np. w niejednolitej siatce pojęciowej, niejasnych klasyfikacjach oraz braku naukowych opracowań, podejmujących się zbadania tego fenomenu.

Zwłaszcza ten ostatni element odcisnął swoje piętno na przeprowadzonej analizie. Znikomy dorobek naukowy dotyczący *collaborative economy* oraz szczątkowe opracowania (głównie w formie zagranicznych artykułów naukowych, które ze względu na swój ograniczony zakres i wybiórcze podejście do problematyki stanowiły niedoskonałe źródła) sprawiły, że przygotowana analiza w niewielkim stopniu wykorzystuje zasoby w postaci doktrynalnych koncepcji. Podobnie niezbyt owocne okazało się korzystanie orzecznictwa TSUE. Dotychczas w zakresie działalności gospodarki współpracy Trybunał wydał tylko dwa merytoryczne orzeczenia, a specyficzny charakter ww. zjawiska sprawia, że w wielu przypadkach wykorzystanie judykatów wydanych w innych sprawach nie było ani celowe, ani przydatne.

Ze względu na powyższe, zaprezentowane w pracy refleksje w ogromnej mierze są efektem moich własnych, autorskich przemyśleń. Bazując na wytycznych zawartych w dokumentach przygotowywanych przez instytucje unijne oraz badaniach i raportach niezależnych organizacji, dokonałam krytycznego przeglądu i twórczego rozwinięcia zawartych tam informacji. Zaproponowany przeze mnie model ochrony udzielanej konsumentom w gospodarce współpracy stanowi rezultat wspomnianych działań.

Spośród wielu cech ekonomicznego modelu współpracy dwie w sposób szczególny wysuwają się na pierwszy plan – różnorodność i dynamiczny charakter. Wpływ ww. czynników zadecydował, że na ten moment niemożliwe wydaje się przewidzenie dokładnego kierunku, w jakim zmierza *collaborative economy*. Mnogość platform i sektorów ich działalności powoduje, że rozwój tego zjawiska może przebiegać wielotorowo.

Z racji na występujące niepewności i wątpliwości, jakiegokolwiek próby dotyczące zaproponowania wizji przyszłości muszą uwzględniać kilka różnych scenariuszy. Jeden z nich – najbardziej korzystny z punktu widzenia platform – zakłada, że gospodarka współpracy rozwinie się na tyle, że zdetronizuje tradycyjne modele ekonomiczne. Na przeciwnym biegunie znajduje się koncepcja uznająca gospodarkę współpracy za jedynie przejściowy trend, który z czasem przestanie mieć jakiegokolwiek znaczenie dla funkcjonowania globalnego rynku. Ziszczenie się obydwu powyższych teorii wydaje się mało prawdopodobne. Najbardziej realistycznym scenariuszem wydaje się ten, który prognozuje, że *collaborative economy* będzie zwiększała swój udział w ogólnoswiatowym rynku i odcisnie widoczne piętno na klasycznych formach gospodarki.

Zjawisko gospodarki współpracy przypuszczalnie doprowadzi do wprowadzenia korzystnych zmian w utartych i nieco przestarzałych mechanizmach klasycznych rynkowych transakcji. Przede wszystkim przy odpowiednim ukierunkowaniu może stać się pretekstem do dokonania rewizji istniejącego już systemu ochrony konsumentów. Impuls w postaci projektów i prac nad nową regulacją stanowiłby bazę do podjęcia działań w kierunku ponownej analizy funkcjonujących już mechanizmów i wysunięcia propozycji dotyczących ich zmian. Ponadto niepodważalne zalety, w szczególności w postaci zindywidualizowanego, niemal ciągłego kontaktu z dostawcą oraz posiadania rzeczywistego wpływu na ostateczny kształt danego dobra czy usługi, prawdopodobnie staną się pozytywną inspiracją dla tradycyjnej wersji gospodarki. Niewykluczone, że systemy reputacyjne (np. w zmodyfikowanej formie) zostaną przeniesione również na grunt klasycznego rynku.

Przedstawione rozważania dotyczą kwestii związanych z ochroną konsumentów, ale wyraźnie zaznaczyć trzeba, że problemy prawne związane z gospodarką współpracy wykraczają znacznie poza tę tematykę. Ze względu na występujące niejasności szczególnie cenne byłoby dokonanie analizy funkcjonowania *collaborative economy* w kontekście prawa ochrony danych osobowych, prawa konkurencji czy prawa pracy. Z punktu widzenia państw członkowskich warto byłoby rozpocząć dokładniejsze badanie funkcjonowania użytkowników na tle materii prawnopodatkowej. Biorąc pod uwagę znaczny wzrost zainteresowania zjawiskiem gospodarki współpracy, jest wysoce prawdopodobne, że w najbliższym czasie powstaną opracowania

podejmujące problematykę tego fenomenu. Nie ulega wątpliwości, że wskazane powyżej zagadnienia zasługują na oddzielne opracowania.

Podsumowując wszystkie zaprezentowane w toku pracy rozważania, tak jak to zostało wspomniane już kilkakrotnie, w ustaleniu właściwego modelu prawnego ochrony konsumentów fundamentalne znaczenie ma odpowiednie wyważenie dóbr. Tylko odpowiednia kongruencja pomiędzy udzieleniem najwyższego poziomu bezpieczeństwa interesów nabywców oraz nienakładaniem nadmiernych obowiązków na dostawców przyczyni się do rozwoju *collaborative economy*. Zachowanie równowagi pomiędzy tymi dwoma wartościami nie jest zadaniem łatwym, ale z pewnością możliwym do wypełnienia. Powyższe opracowanie miało za zadanie wskazać możliwe drogi do osiągnięcia tego celu.

Spis tabel

Tabela 1. Historyczny rozwój terminów związanych z gospodarką współpracy	23
Tabela 2. Terminologia związana z platformami współpracy	24
Tabela 3. Podział platform współpracy ze względu na typ dostawcy i orientację na zysk	27
Tabela 4. Przenikanie się modeli platform	27
Tabela 5. Cechy modeli biznesowych platform współpracy	31
Tabela 6. Role, jakie może pełnić platforma internetowa	48
Tabela 7. Rodzaje usług świadczone przez platformę według podejścia Komisji	53
Tabela 8. Podsumowanie dotyczące platform	58
Tabela 9. Platforma wobec usługi społeczeństwa informacyjnego	60
Tabela 10. Platforma wobec usługi podstawowej świadczonej na rzecz nabywców	60
Tabela 11. Platforma wobec usługi dodatkowej świadczonej na rzecz dostawcy	61
Tabela 12. Podział dostawców	64
Tabela 13. Możliwość zastosowania przepisów dotyczących konsumentów – rodzaje dostawców	65
Tabela 14. Możliwość zastosowania przepisów dotyczących konsumentów – rodzaje nabywców	66
Tabela 15. Ochrona konsumentów oparta na istniejących przepisach	74
Tabela 16. Forma ochrony konsumentów oparta na zaufaniu	82
Tabela 17. Przepisy dotyczące jurysdykcji	90
Tabela 18. Modele prawne	97

Spis rysunków

Rysunek 1. Wielosieciowe powiązania pomiędzy różnymi pojęciami związanymi z platformami współpracy	28
Rysunek 2. Role pełnione przez platformę – scenariusze 1-3	49
Rysunek 3. Role pełnione przez platformy – scenariusz 4.	50
Rysunek 4. Role pełnione przez platformy – scenariusz 5.	50
Rysunek 5. Test kontroli i wpływu.	52
Rysunek 6. Test na przedsiębiorcę	63
Rysunek 7. Propozycja modelu prawnego – najlepszego dla zapewnienia ochrony konsumentom	110

Bibliografia

1. Belk R., *You Are What You Can Access: Sharing and Collaborative Consumption Online*, "Journal of Business Research" 2014, vol. 67, issue 8.
2. Black J., *Decentring Regulation: Understanding the Role of Regulation and Self-regulation in „Post-Regulation” World*, "Current Legal Problems" 2001, vol. 54, issue 1.
3. Botsman R., *What's Mine is Yours: How Collaborative Consumption Is Changing The Way We Live*, Harper Collins Business, 2011.
4. Botsman R., Rogers R., *What's Mine is Yours: The Rise of Collaborative Consumption*, Harper Business, 2010.
5. Busch Ch., Schulte H., Wiewiórkowska-Domagalska A., Zoll F., *The Rise of the Platform Economy: A New Challenge for EU Consumer Law?*, "Journal of European Consumer and Market Law" 2016, vol. 5, issue 1.
6. Felson M., Spaeth J.L., *Community Structure and Collaborative Consumption: A routine activity approach*, "American Behavioral Scientist" 1978, vol. 21.
7. Jaros B., *Sharing economy jako ważny trend w obszarze zrównoważonej konsumpcji*, „Handel wewnętrzny” 2016, vol. 364, issue 5.
8. Hatzopoulos V., Roma S., *Caring for sharing? The collaborative economy under EU law*, "Common Market Law Review" 2017, vol. 57, issue 1.
9. Hatzopoulos V., *The Collaborative Economy and EU Law*, Hart Publishing 2018.
10. Koopman K., Mitchell M., Thierer A., *The Sharing Economy and Consumer Protection Regulation: The Case for Policy Change*, "The Journal of Business, Entrepreneurship & the Law" 2015, vol. 8, issue 2.
11. Kunkiel-Kryńska A., *Metody harmonizacji prawa konsumenckiego w Unii Europejskiej i ich wpływ na procesy implementacyjne w państwach członkowskich*, Wolters Kluwer Polska, Warszawa 2013.
12. Lazikova J., Rumanovska L., *The Notion of Consumer in the EU law*, "EU Agrarian Law" 2016, vol. 5, issue 2.
13. Oostveen M., Irion K., *The Golden Age of Personal Data: How to regulate an Enabling Fundamental Right*, "Amsterdam Law School Legal Studies Research Paper" 2016, vol. 68.
14. Poniatowska-Jaksch M., *Modele biznesu w sharing economy*, (w:) *Sharing economy (gospodarka współdzielenia)*, M. Poniatowska-Jaksch i R. Sobiecki (red.), Oficyna Wydawnicza SGH Szkoła Główna Handlowa w Warszawie, Warszawa 2016.
15. Rudawska I., *Ekonomia dzielenia się, czyli konsumpcja współdzielona i inne formy alternatywnego dostępu do dóbr*, „Studia Ekonomiczne. Zeszyty Naukowe Uniwersytetu Naukowego w Katowicach” 2016, nr 254.
16. Schwab K., *The Forth Industrial Revolution*, Penguin Books Ltd 2017.
17. Sobiecki G., *Sharing economy – dylematy pojęciowe*, (w:) *Sharing economy (gospodarka współdzielenia)*, M. Poniatowska-Jaksch i R. Sobiecki (red.), Oficyna Wydawnicza SGH Szkoła Główna Handlowa w Warszawie, Warszawa 2016.

18. Sztokfisz B., *Gospodarka współdzielenia – pojęcie, źródła, potencjał*, „Zeszyty Naukowe. Uniwersytet Ekonomiczny w Krakowie” 2017, nr 6 (966).
19. Täuscher K., Laudien S.M., *Understanding platforms business models: A mixed methods study of marketplaces*, “European Management Journal” xxx 2017, 1-11.
20. Vitkowić D., *The Sharing Economy: Regulation and the EU Competition Law*, “Global Antitrust Review” 2016, Issue 9.
21. *Traktat o funkcjonowaniu Unii Europejskiej. Komentarz. Tom I*, Wróbel A. (red.), Miąsik D., Półtorak N., Wolters Kluwer Polska, Warszawa 2012.
22. Zgiep Ł., *Sharing economy jako ekonomia przyszłości*, „Myśl Ekonomiczna i Polityczna” 2014, nr 4.

Źródła sieciowe

1. Acevedo D.D., *Regulating employment relationship in the sharing economy*, źródło: <https://www.law.upenn.edu/cf/faculty/ddasacev/workingpapers/EREPJ-Regulating%20Employment.pdf> [dostęp na: 13.06.2018 r.].
2. Botsman R., *Defining The Sharing Economy: What Is Collaborative Consumption – And What Isn't?*, źródło: <https://www.fastcompany.com/3046119/defining-the-sharing-economy-what-is-collaborative-consumption-and-what-isnt> [dostęp na: 13.06.2018 r.].
3. Botsman R., *The Sharing Economy: Dictionary of Commonly Used Terms*, źródło: <https://medium.com/@rachelbotsman/the-sharing-economy-dictionary-of-commonly-used-terms-d1a696691d12> [dostęp na: 13.06.2018 r.].
4. *Collaborative Economy Honeycomb Version 3.0*, źródło: <http://www.web-strategist.com/blog/2016/03/10/honeycomb-3-0-the-collaborative-economy-marketexpansion-sxsw/> [dostęp na 13.06.2018 r.].
5. Definiens (w:) *Słownik języka polskiego*, źródło: <https://sjp.pl/definiens> [dostęp na: 13.06.2018 r.].
6. *DHL i Poczta Polska mogą się uczyć od tej firmy. Dla nich dostarczenie paczki na czas to za mało, kupili klientów czymś innym*, źródło: <http://innpoland.pl/137047,dhl-ipoczta-moga-sie-uczyc-od-tej-firmy-dla-nich-dostarczenie-pczaki-na-czas-to-za-malo-kupil-lientow-czys-innym> [dostęp na: 13.06.2018 r.].
7. Dimock M., *Defining generations: Where Millenials end and Post-Millenials begin*, źródło: <http://www.pewresearch.org/fact-tank/2018/03/01/defining-generations-where-millennials-end-and-postmillennials-begin/> [dostęp na: 13.06.2018 r.].
8. *European Commission Fact Sheet. A European Agenda for the collaborative economy. Questions and answers*, źródło: http://europa.eu/rapid/press-release_MEMO-16-2002_en.htm [dostęp na: 13.06.2018 r.].
9. Jung B., *Debata wokół pojęcia sharing economy i jego miejsca w gospodarce cyfrowej*, „Kolegium Analiz Ekonomicznych Szkoły Głównej Handlowej w Warszawie” 2017, nr 44, źródło: http://rocznikikae.sgh.waw.pl/p/roczniki_kae_z44_12.pdf [dostęp na: 13.06.2018 r.].

10. Hausemer P. (i in.), *Exploratory study of consumer issues in online peer-to-peer platform markets. Executive summary*, maj 2017, źródło: http://ec.europa.eu/newsroom/just/item-detail.cfm?item_id=77704 [dostęp na: 13.06.2018 r.].
11. Hatzopoulos V., *Data protection in collaborative economy. The role of personal data in the collaborative economy: data as a currency*, źródło: <https://blogdroiteuropeen.com/2018/04/09/data-protection-in-the-collaborative-economy-by-vassilis-hatzopoulos/> [dostęp na: 13.06.2018 r.].
12. Hatzopoulos V., *Dispute Resolution in the Collaborative Economy*, źródło: <https://blogdroiteuropeen.com/2018/05/21/dispute-resolution-in-the-collaborative-economy-by-vassilis-hatzopoulos/> [dostęp na 13.06.2018r.].
13. Hatzopoulos V., *Market Access in the Collaborative Economy*, <https://blogdroiteuropeen.com/2018/03/19/market-access-in-the-collaborative-economy-by-vassilis-hatzopoulos/>, [dostęp na: 13.06.2018 r.].
14. Hatzopoulos V., *The collaborative economy and competition law: of concerted practices, abuse and more (vertical issues)*, źródło: <https://blogdroiteuropeen.com/2018/04/23/the-collaborative-economy-and-competition-law-of-concerted-practices-abuse-and-more-vertical-issues-by-vassilis-hatzopoulos/> [dostęp na: 13.06.2018 r.].
15. Hatzopoulos V., *The collaborative economy and competition law: of undertakings, markets and market power (horizontal issues)*, źródło: <https://blogdroiteuropeen.com/2018/04/16/the-collaborative-economy-and-competition-law-of-undertakings-markets-and-market-power-horizontal-issues/> [dostęp na: 13.06.2018 r.].
16. Izakowski Ł., *Inditex podsumował 2017 rok: więcej sklepów, wyższe obroty, rosnące znaczenie kanału E-commerce*, źródło: <https://retailnet.pl/2018/03/14/123455-inditex-podsumowal-2017-rok-wiecej-sklepow-wyzsze-obroty-rosnace-znaczenie-kanalu-e-commerce/> [dostęp: 13.06.2018 r.].
17. Kalina-Prasznic U. i Ziobrowska J., *Sharing economy jako nowy trend konsumencki*, źródło: http://www.repozytorium.uni.wroc.pl/Content/79622/03_4_W_Ziobrowska-Sharing_economy_jako_nowy.pdf [dostęp na: 13.06.2018 r.].
18. Komunikat prasowy: *Europejski program na rzecz dzielenia się*, źródło: http://europa.eu/rapid/press-release_IP-16-2001_pl.htm [dostęp na: 13.06.2018 r.].
19. *Principles for Better Self – and Co-regulation*, źródło: <https://ec.europa.eu/digital-single-market/en/news/principles-better-self-and-co-regulation-and-establishmentcommunity-practice> [dostęp na: 13.06.2018 r.]
20. *Protecting consumers in peer platform markets. Exploring the issues. 2016 Ministerial Meeting on the Digital Economy. Background report*, 2016, źródło: <https://www.oecd-ilibrary.org/docserver/5jlvwz39m1zw-en.pdf?expires=1529092374&id=id&accname=guest&checksum=5C529E5A62D5F547600ABCC458467BCA> [dostęp na: 13.06.2018 r.].
21. Russel C., *Rachel Botsman on the collaborative economy*, źródło: <http://knowledge.ckgsb.edu.cn/2016/02/02/innovation/rachel-botsman-on-the-collaborative-economy/> [dostęp na: 13.06.2018 r.].

22. Schor J., *Debating the Sharing Economy*, źródło: <http://greattransition.org/publication/debating-the-sharing-economy> [dostęp na: 13.06.2018 r.].
23. Walsh B., *Today's Smart Choice. Don't Own Share*, (w:) *10 Ideas That Will Change the World*, źródło: http://content.time.com/time/specials/packages/article/0,28804,2059521_2059717_2059710,00.html, [dostęp na: 13.06.2018 r.].
24. Web 2.0, (w:) Oxford Dictionary, źródło: https://en.oxforddictionaries.com/definition/web_2.0 [dostęp na: 13.06.2018 r.].
25. *What is a Makerspace?*, źródło: <https://www.makerspaces.com/what-is-a-makerspace/> [dostęp na: 13.06.2018 r.].
26. Zgiep Ł., *Współpracy czy współdziałania – jaka jest ta nowa ekonomia?*, <https://zgiep.com/wspolpracy-czy-wspoldzielenia-jaka-naprawde-jest-ta-nowa-ekonomia/> [dostęp na: 13.06.2018 r.].

Badania, sprawozdania i raporty

1. *Ankieta: Regulatory environment for platforms, online intermediaries, data and cloud computing and the collaborative economy*, źródło: <https://ec.europa.eu/digital-single-market/en/news/public-consultation-regulatory-environment-platforms-online-intermediaries-data-and-cloud> [dostęp na: 13.06.2018 r.].
2. Codagnone C., Martens B., *Scoping the Sharing Economy: Origins, Definitions, Impact and Regulatory Issues. Institute for Prospective Technological Studies Digital Economy Working Paper*, 2016/01, źródło: <https://ec.europa.eu/jrc/sites/jrcsh/files/JRC100369.pdf> [dostęp na: 13.06.2018 r.].
3. *Collaborative economy. BEUC Position*, czerwiec 2016, źródło: <https://ec.europa.eu/jrc/sites/jrcsh/files/JRC100369.pdf> [dostęp na: 13.06.2018 r.].
4. *Consultation on the collaborative economy in the tourism accommodation sector. Summary of responses*, czerwiec 2017, źródło: <https://ec.europa.eu/docsroom/documents/24224?locale=en> [dostęp na: 13.06.2018 r.].
5. *Consumer Condition Scoreboard. Consumers at home in the Single Market*, Edition 2017, źródło: http://ec.europa.eu/newsroom/just/document.cfm?action=display&doc_id=45983 [dostęp na: 13.06.2018 r.].
6. European Collaborative Economy Forum, *Shared thinking for a collaborative Europe*, źródło: http://eucolab.org/wp-content/uploads/2016/09/Industry-views-survey_FINAL_SCREEN.pdf [dostęp na: 13.06.2018 r.].
7. Flash Eurobarometer 438, *Report The use of collaborative platforms*, marzec 2016, źródło: https://data.europa.eu/euodp/data/dataset/S2112_438_ENG [dostęp na: 13.06.2018 r.].
8. Havas Worldwide Raport Prosumer, *Nowy typ konsumenta i gospodarka oparta na współdzieleniu*, 2014, źródło: <http://crnavigator.com/materialy/bazadok/389.pdf> [dostęp na: 13.06.2018 r.].
9. Mikolič P., Grlica I., Peterka P., Chovanculiak R., *Comparative study. The Regulatory Framework of the Collaborative Economy in Central and Eastern*

- Europe, 2017, źródło: <http://visio-institut.org/wp-content/uploads/2017/10/The-Regulatory-Framework-of-the-Collaborative-Economy-in-Central-and-Eastern-Europe.pdf>, [dostęp na: 13.06.2018 r.].
10. *Polityka ochrony konkurencji i konsumentów*, UOKiK, Warszawa 2015, źródło: <https://uokik.gov.pl/download.php?plik=16694> [dostęp na: 13.06.2018 r.].
 11. Psaila E., Fiorentini S., Santos Silva M. and Gomez A., *Exploratory study of consumer issues in online peer-to-peer platform markets Task 5 Report – Legal Analysis Report*, luty 2017, źródło: [file:///Volumes/NO%20NAME/Annex5_Task5_Report May2017pdf.pdf](file:///Volumes/NO%20NAME/Annex5_Task5_Report%20May2017pdf.pdf) [dostęp na: 13.06.2018 r.].
 12. Raport PwC, *The Sharing Economy. Consumer Intelligence Service*, kwiecień 2015, źródło: https://www.pwc.fr/fr/assets/files/pdf/2015/05/pwc_etude_sharing_economy.pdf [dostęp na: 13.06.2018 r.].
 13. Smorto G., *Critical Assessment of European Agenda for the Collaborative Economy. In Depth Analysis for the IMCO Committee*, luty 2017, źródło: [http://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/IDAN/2016/595361/IPOL_IDA\(2016\)595361_EN.pdf](http://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/IDAN/2016/595361/IPOL_IDA(2016)595361_EN.pdf) [dostęp na: 13.06.2018 r.].
 14. Sundararajan A., *The Collaborative Economy: Socioeconomic, Regulatory and Policy Issues. In-depth Analysis for the IMCO Committee*, luty 2017, źródło: [http://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/IDAN/2017/595360/IPOL_IDA\(2017\)595360_EN.pdf](http://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/IDAN/2017/595360/IPOL_IDA(2017)595360_EN.pdf) [dostęp na: 13.06.2018 r.].
 15. Valant J., *Consumer protection in the EU. Policy overview. In-depth analysis*, wrzesień 2015, źródło: [http://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/IDAN/2015/565904/EPRS_IDA\(2015\)565904_EN.pdf](http://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/IDAN/2015/565904/EPRS_IDA(2015)565904_EN.pdf) [dostęp na: 13.06.2018 r.].
 16. van der Cruysen C., de Haan J., Jansen D.-J., *Trust and Financial Crisis Experiences. DNB Working Papers*, sierpień 2013, źródło: https://www.dnb.nl/binaries/working%20Paper%20389_tcm46-295960.pdf [dostęp na: 13.06.2018 r.].

Wykaz aktów prawnych

1. Dyrektywa Rady 93/13/EWG z dnia 5 kwietnia 1993 r. w sprawie nieuczciwych warunków w umowach konsumenckich (Dz. Urz. WE Nr L 95/29 z dnia 21.04.1993 r., z późn. zm.).
2. Dyrektywa 1999/44/WE Parlamentu Europejskiego i Rady z dnia 25 maja 1999 r. w sprawie niektórych aspektów sprzedaży towarów konsumpcyjnych i związanych z tym gwarancji (Dz. Urz. WE Nr L 171/12 z dnia 07.07.1999 r., z późn. zm.).
3. Dyrektywa 2000/31/WE Parlamentu Europejskiego i Rady z dnia 8 czerwca 2000 r. w sprawie niektórych aspektów prawnych usług społeczeństwa informacyjnego, w szczególności handlu elektronicznego w ramach rynku wewnętrznego („Dyrektywa o handlu elektronicznym”) (Dz. Urz. WE Nr L 178/1 z dnia 17.07.2000 r.).
4. Dyrektywa 2005/29/WE Parlamentu Europejskiego i Rady z dnia 11 maja 2005 r. dotycząca nieuczciwych praktyk handlowych stosowanych przez przedsiębiorstwa wobec konsumentów na rynku wewnętrznym oraz zmieniająca

dyrektywę Rady 84/450/EWG, dyrektywy 97/7/WE, 98/27/WE i 2002/65/WE Parlamentu Europejskiego i Rady oraz rozporządzenie (WE) nr 2006/2004 Parlamentu Europejskiego i Rady („Dyrektywa o nieuczciwych praktykach handlowych”) (Dz. Urz. UE Nr L 149/22 z dnia 11.06.2005 r.).

5. Dyrektywa 2005/36/WE Parlamentu Europejskiego i Rady z dnia 7 września 2005 r. w sprawie uznawania kwalifikacji zawodowych (Dz. Urz. UE Nr L 255/22 z dnia 30.09.2005 r., z późn. zm.).
6. Dyrektywa 2006/123/WE Parlamentu Europejskiego i Rady z dnia 12 grudnia 2006 r. dotycząca usług na rynku wewnętrznym (Dz. Urz. UE Nr L 376/36 z dnia 27.12.2006 r.).
7. Rozporządzenie (WE) nr 864/2007 Parlamentu Europejskiego i Rady z dnia 11 lipca 2007 r. dotyczące prawa właściwego dla zobowiązań pozaumownych („Rzym II”) (Dz. Urz. UE Nr L 199/40 z dnia 31.07.2007 r.).
8. Rozporządzenie Parlamentu Europejskiego i Rady (WE) nr 593/2008 z dnia 17 czerwca 2008 r. w sprawie prawa właściwego dla zobowiązań umownych („Rzym I”) (Dz. Urz. UE Nr L 177/6 z dnia 04.07.2008 r.).
9. Dyrektywa Parlamentu Europejskiego i Rady 2010/13/UE z dnia 10 marca 2010 r. w sprawie koordynacji niektórych przepisów ustawowych, wykonawczych i administracyjnych państw członkowskich dotyczących świadczenia audiowizualnych usług medialnych („Dyrektywa o audiowizualnych usługach medialnych”) (Dz. Urz. UE Nr L 95/1 z dnia 15.04.2010 r.).
10. Dyrektywa Parlamentu Europejskiego i Rady 2011/83/UE z dnia 25 października 2011 r. w sprawie praw konsumentów, zmieniająca dyrektywę Rady 93/13/EWG i dyrektywę 1999/44/WE Parlamentu Europejskiego i Rady oraz uchylająca dyrektywę Rady 85/577/EWG i dyrektywę 97/7/WE Parlamentu Europejskiego i Rady (Dz. Urz. UE Nr L 304/64 z dnia 22.11.2011 r., z późn. zm.).
11. Rozporządzenie Parlamentu Europejskiego i Rady (UE) nr 1215/2012 z dnia 12 grudnia 2012 r. w sprawie jurysdykcji i uznawania orzeczeń sądowych oraz ich wykonywania w sprawach cywilnych i handlowych (Dz. Urz. UE Nr L 351/1 z dnia 20.12.2012 r., z późn. zm.).
12. Dyrektywa Parlamentu Europejskiego i Rady 2013/11/UE z dnia 21 maja 2013 r. w sprawie alternatywnych metod rozstrzygania sporów konsumenckich oraz zmiany rozporządzenia (WE) nr 2006/2004 i dyrektywy 2009/22/WE („Dyrektywa w sprawie ADR w sporach konsumenckich”) (Dz. Urz. UE Nr L 165/63 z dnia 18.06.2013 r.).
13. Rozporządzenie Parlamentu Europejskiego i Rady (UE) nr 524/2013 z dnia 21 maja 2013 r. w sprawie internetowego systemu rozstrzygania sporów konsumenckich oraz zmiany rozporządzenia (WE) nr 2006/2004 i dyrektywy 2009/22/WE („Rozporządzenie w sprawie ODR w sporach konsumenckich”) (Dz. Urz. UE Nr L 165/1 z dnia 18.06.2013 r.).
14. Dyrektywa (UE) 2015/1535 Parlamentu Europejskiego i Rady z dnia 9 września 2015 r. ustanawiająca procedurę udzielania informacji w dziedzinie przepisów technicznych oraz zasad dotyczących usług społeczeństwa informacyjnego (Dz. Urz. UE Nr L 241/1 z dnia 17.09.2015 r.).
15. Dyrektywa Parlamentu Europejskiego i Rady (UE) 2015/2302 z dnia 25 listopada 2015 r. w sprawie imprez turystycznych i powiązanych usług turystycznych,

- zmieniająca rozporządzenie (WE) nr 2006/2004 i dyrektywę Parlamentu Europejskiego i Rady 2011/83/UE oraz uchylająca dyrektywę Rady 90/314/EWG (Dz. Urz. UE Nr L 326/1 z dnia 11.12.2015 r.).
16. Rozporządzenie Parlamentu Europejskiego i Rady (UE) 2016/679 z dnia 27 kwietnia 2016 r. w sprawie ochrony osób fizycznych w związku z przetwarzaniem danych osobowych i w sprawie swobodnego przepływu takich danych oraz uchylenia dyrektywy 95/46/WE („Ogólne rozporządzenie o ochronie danych”) (Dz. Urz. UE Nr L 119/1 z dnia 04.05.2016 r.).

Inne

1. Rezolucja Parlamentu Europejskiego z dnia 15 czerwca 2017 r. w sprawie europejskiego programu na rzecz gospodarki dzielenia się P8_TA(2017)0271, pkt 31.
2. Wniosek w sprawie dyrektywy Parlamentu Europejskiego i Rady zmieniającej dyrektywę Rady 93/13/EWG z dnia 5 kwietnia 1993 r., dyrektywę Parlamentu Europejskiego i Rady 98/6/WE, dyrektywę Parlamentu Europejskiego i Rady 2005/29/WE oraz dyrektywę Parlamentu Europejskiego i Rady 2011/83/UE w odniesieniu do lepszego egzekwowania i unowocześnienia przepisów UE dotyczących ochrony konsumenta COM (2018) 185 final.

Wykaz dokumentów Komisji

Komunikaty Komisji

1. Komunikat Komisji *Europejski program na rzecz konsumentów – Zwiększenie zaufania i pobudzanie wzrostu gospodarczego* COM (2012) 225 final.
2. Komunikat Komisji *Strategia jednolitego rynku cyfrowego dla Europy* COM (2015) 192 final.
3. Komunikat Komisji *Usprawnienie jednolitego rynku: więcej możliwości dla obywateli i przedsiębiorstw* COM (2015) 550 final.
4. Komunikat Komisji *Platformy internetowe i jednolity rynek cyfrowy. Szanse i zagrożenia dla Europy* COM (2016) 288 final.
5. Komunikat Komisji do Parlamentu Europejskiego, Rady, Europejskiego Komitetu Ekonomiczno-Społecznego i Komitetu Regionów *Europejski program na rzecz gospodarki dzielenia się* COM (2016) 356 final.

Dokumenty robocze służb Komisji

1. Commission staff working document *A Digital Single Market Strategy for Europe – Analysis and Evidence* SWD (2015) 100 final.
2. Commission staff working document *A Single Market Strategy for Europe – Analysis and Evidence* SWD (2015) 202 final.

3. Dokument roboczy służb Komisji *Wytyczne dotyczące wykonania/stosowania dyrektywy 2005/29 w sprawie nieuczciwych praktyk handlowych SWD* (2016) 163 final.
4. Commission staff working document *European agenda for the collaborative economy – supporting analysis SWD* (2016) 184 final.

Wykaz orzecznictwa

1. Wyrok Trybunału z dnia 23 marca 2010 r., w sprawach połączonych od C-236/08 do C-238/08, *Google France przeciwko Louis Vuitton, Viaticum oraz Thonet*, ECLI:EU:C:2010:159.
2. Wyrok Trybunału z dnia 24 września 2013 r. w sprawie C-221/11, *Demirkan*, ECLI:EU:C:2013:583.
3. Wyrok Trybunału z dnia 3 października 2013 r. w sprawie C-59/12, *Zentrale zur Bekämpfung unlauteren Wettbewerbs eV*, ECLI:EU:C:2013:634.
4. Wyrok trybunału z dnia 3 września 2015 r. w sprawie C-110/14, *Costea przeciwko Volksbank*, ECLI:EU:C:2015:538.
5. Postanowienie Trybunału z dnia 26 października 2016 r. w sprawie C-526/15, *Uber Belgium przeciwko Taxi Radio Bruxellois*, ECLI:EU:C:2016:830.
6. Wyrok Trybunału z dnia 20 grudnia 2017 r. w sprawie C-434/15, *Asociación Profesional Elite Taxi przeciwko Uber Systems Spain SL*, ECLI:EU:C:2017:981.
7. Wyrok Trybunału z dnia 10 kwietnia 2018 r. w sprawie C-320/16, *Uber France SAS przeciwko Nabilowi Bensalemowi*, ECLI:EU:C:2018:221.

Opinie rzeczników generalnych

1. Opinia rzecznika generalnego M. Szpunara z dnia 11 maja 2017 r. w sprawie C-434/15, *Asociación Profesional Elite Taxi przeciwko Uber Systems Spain SL*, ECLI:EU:C:2017:364.
2. Opinia rzecznika generalnego M. Szpunara przedstawiona w dniu 31 maja 2018 r. w sprawie C-105/17, *Komisja za zashtita na potrebitelite przeciwko Evelina Kamenova*, ECLI:EU:C:2018:378.

Regulaminy platform

1. Informacja o europejskiej siedzibie Airbnb, źródło: <https://www.airbnb.pl/about/company-details> [dostęp: 13.06.2018 r.]
2. Informacja o miejscu zarejestrowania spółki Eataway, źródło: <https://www.eataway.com/pl/about> [dostęp na: 26.05.2018 r.].
3. Informacja o odstąpieniu od umowy dotyczącej świadczenia usługi podstawowej (platforma Airbnb), źródło: <https://www.airbnb.pl/help/article/1320/co-w-przypadku-gdy-musz%C4%99-anulowa%C4%87-ze-wzgl%C4%99du-na-nag%C5%82e-wydarzenie-lub-nieuniknione-okoliczno%C5%9Bci> [dostęp na: 13.06.2018 r.].

4. Informacja o prawie dostępu do danych: Dział VIII § 2 regulaminu, źródło: <https://pozamiatane.pl/regulamin> [dostęp na: 13.06.2018 r.].
5. Informacja o systemie reklamacji: Dział IX regulaminu, źródło: <https://pozamiatane.pl/regulamin> [dostęp na: 13.06.2018 r.].
6. Informacja o programach: Gwarancja dla Gospodarzy i Program Ubezpieczenia Gospodarzy, źródło: <https://www.airbnb.pl/help/article/938/what-s-the-difference-between-airbnb-s-host-guarantee-and-host-protection-insurance> [dostęp na: 13.06.2018 r.].
7. Informacja o sposobie funkcjonowania cen dynamicznych, źródło: <https://www.uber.com/pl/drive/partner-app/how-surge-works/> [dostęp na: 13.06.2018 r.].
8. Informacja o sposobie weryfikacji szefa kuchni, źródło: <https://ulalacheff.com/faq/> [dostęp na: 13.06.2018 r.].
9. Informacja o sposobie ustalania ceny podczas korzystania z platformy Airbnb, źródło: <https://www.airbnb.pl/help/article/52/how-should-i-choose-my-listing-s-price> [dostęp na: 13.06.2018 r.].
10. Informacja o sposobie wystawiania opinii: regulamin Finansowo.pl XV Opinie, źródło: <https://www.finansowo.pl/regulamin/> [dostęp na: 13.06.2018 r.].
11. Informacja o usłudze pośrednictwa, źródło: <https://wulu.pl/regulamin> [dostęp na: 13.06.2018 r.].
12. Informacje o wymaganych dokumentach, źródło: <https://www.uber.com/pl/drive/requirements/> [dostęp na: 13.06.2018 r.].
13. Odpowiedzi na najczęściej zadawane pytania, źródło: <https://pl.iparkomat.com/faq> [dostęp na: 13.06.2018 r.].

Wydawnictwo powstało w ramach serii „Biblioteka UOKiK”. Niniejsza publikacja zwyciężyła w konkursie na najlepszą pracę magisterską poświęconą ochronie konsumentów w 2018 roku.

Anita Kucharska - aplikantka Okręgowej Izby Radców Prawnych w Warszawie. Absolwentka Wydziału Prawa i Administracji Uniwersytetu Warszawskiego. W latach 2014-2018 beneficjentka stypendium rektora UW dla najlepszych studentów. Zdobywczyni tytułu laureata XXXIX Ogólnopolskiej Olimpiady Historycznej.



Urząd Ochrony Konkurencji i Konsumentów

pl. Powstańców Warszawy 1 < 00-950 Warszawa

tel.: 22 55 60 800 < uokik@uokik.gov.pl

www.uokik.gov.pl

ISBN 978-83-64681-16-5