

**Univerzita Pardubice
Fakulta ekonomicko-správní
Ústav matematiky a kvantitativních metod**

Dopad GDPR na provoz vybraného podniku

Nikola Vytlačilová

**Bakalářská práce
2019**

PROSTOR PRO ZADÁVACÍ LIST

PROHLÁŠENÍ

Prohlašuji, že jsem tuto práci vypracoval/a samostatně. Veškeré literární prameny a informace, které jsem v práci využil/a, jsou uvedeny v seznamu použité literatury.

Byl/a jsem seznámen/a s tím, že se na moji práci vztahují práva a povinnosti vyplývající ze zákona č. 121/2000 Sb., autorský zákon, zejména se skutečností, že Univerzita Pardubice má právo na uzavření licenční smlouvy o užití této práce jako Školního díla podle § 60 odst. 1 autorského zákona, a s tím, že pokud dojde k užití této práce mnou nebo bude poskytnuta licence o užití jinému subjektu, je Univerzita Pardubice oprávněna ode mne požadovat přiměřený příspěvek na úhradu nákladů, které na vytvoření díla vynaložila, a to podle okolností až do jejich skutečné výše.

Beru na vědomí, že v souladu s § 47b zákona č. 111/1998 Sb., o vysokých školách a o změně a doplnění dalších zákonů (zákon o vysokých školách), ve znění pozdějších předpisů, a směrnicí Univerzity Pardubice č. 9/2012, bude práce zveřejněna v Univerzitní knihovně a prostřednictvím Digitální knihovny Univerzity Pardubice.

V Pardubicích dne 30. 4. 2019

Nikola Vytlačilová

PODĚKOVÁNÍ:

Moje poděkování patří především mému vedoucímu bakalářské práce RNDR. Jaromíru Zahradkovi, Ph.D. za cenné rady a poznatky z praxe.

ANOTACE

Tato práce je zaměřena na analyzování dopadů, které Obecné nařízení o ochraně osobních údajů přináší na provoz vybraného podniku. Práce seznamuje s vývojem GDPR, jeho základními elementy a zásadami. Analyzování dopadů je provedeno na vybraný podnik ze třech nejpodstatnějších perspektiv – na podnik jako na celek, na zaměstnance a na klienty formou dotazníkových šetření, Analýzy Sebehodnocení a rozhovorem se správcem osobních údajů vybraného podniku.

KLÍČOVÁ SLOVA

GDPR, Nařízení, ochrana osobních údajů, souhlas se zpracováním osobních údajů, subjekt údajů, dopad

TITLE

The effect of GDPR on operation of selected enterprise

ANNOTATION

This bachelor paper is focused on analyzing the effects which General Data Protection Regulation brings to the operation of selected enterprise. The paper introduces the readers with development of GDPR, with its basic elements and rules. The analysis of the effects is done from three most essential perspectives: of the enterprise as a single unit, of the employees, of the clients. The forms which had been used are questionnaires, Analysis of Self-evaluation., dialogue with the administrator of personal data of selected enterprise.

KEYWORDS

GDPR, Regulation, personal data protection, consent with personal data processing, subject of personal data, effect

OBSAH

ÚVOD.....	10
1 ZÁKLADNÍ POJMY	11
2 GDPR.....	13
2.1 VÝVOJ GDPR.....	13
2.2 CÍL GDPR	18
3 ZÁKLADNÍ ELEMENTY GDPR	19
3.1 OSOBNÍ ÚDAJE	19
3.2 SUBJEKT OSOBNÍCH ÚDAJŮ	19
3.3 SPRÁVCE	19
3.4 ZPRACOVATEL.....	20
3.5 ÚŘAD PRO OCHRANU OSOBNÍCH ÚDAJŮ.....	20
3.6 SOUBORY COOKIES.....	20
4 ZÁKLADNÍ ZÁSADY ZPRACOVÁNÍ OSOBNÍCH ÚDAJŮ	22
4.1 ZÁKONNOST.....	22
4.2 KOREKTNOST	22
4.3 TRANSPARENTNOST	22
4.4 ÚČELOVÉ VYMEZENÍ.....	22
4.5 MINIMALIZACE ÚDAJŮ.....	23
4.6 OMEZENÍ ULOŽENÍ.....	23
4.6.1 Anonymizace	23
4.7 INTEGRITA A DŮVĚRNOST	23
4.8 ODPOVĚDNOST	24
5 GDPR V PODNIKU	25
5.1 POVINNOSTI PODNIKŮ	25
5.2 HODNOTA ZÍSKANÝCH DAT	25
6 SOUHLAS SE ZPRACOVÁNÍM OSOBNÍCH ÚDAJŮ	26
7 DOPAD GDPR NA PROVOZ VYBRANÉHO PODNIKU	28
7.1 ANALÝZA SEBEHODNOCENÍ VE VYBRANÉM PODNIKU	29
7.1.1 Získávání osobních údajů.....	30
7.1.2 Vymezení účelu zpracování osobních údajů.....	32
7.1.3 Užívání a publikace informací	32
7.1.4 Bezpečnost	33
7.1.5 Přiměřenost, relevantnost a nezbytnost rozsahu	33
7.1.6 Aktuálnost a exaktnost.....	34
7.1.7 Interval uchování.....	35
7.1.8 Nárok na přístup.....	35
7.1.9 Registrace k ÚOOÚ	35
7.1.10 Vzdělanost.....	35
7.1.11 Koordinace.....	36
8 VLIV GDPR NA ZAMĚSTNANCE	37
8.1 SOUHLAS SE ZPRACOVÁNÍM OSOBNÍCH ÚDAJŮ ZAMĚSTNANCE.....	37
8.2 DOTAZNÍKOVÉ ŠETŘENÍ.....	38
8.2.1 Pozice v podniku.....	38
8.2.2 Kontakt s klientem	38
8.2.3 Řešení problematiky GDPR v podniku.....	39
8.2.4 Způsob řešení problematiky GDPR	40
8.2.5 Obeznamení v problematice GDPR.....	41
8.2.6 Forma vzdělání zaměstnanců v problematice GDPR.....	42
8.2.7 Dostatečnost absolvovaného vzdělání v GDPR.....	43
8.2.8 Povinnosti a úkoly plynoucí zavedením GDPR.....	44

8.2.9	Nové povinnosti a úkoly	44
8.2.10	Problémy při výkonu nových povinností a úkolů	46
8.2.11	Rozsah problémů plynoucích zavedením GDPR	46
8.2.12	Přístup ke klientovi	47
8.2.13	Podstata změny	47
8.2.14	Souhlas se zpracováním osobních údajů zaměstnanců	49
8.2.15	Nezbytnost podpisu souhlasu se zpracováním osobních údajů.....	50
8.2.16	GDPR a zaměstnanec	52
9	VLIV GDPR NA VZTAH S KLIENTEM.....	54
9.1	DOTAZNÍKOVÉ ŠETŘENÍ.....	54
9.1.1	Povědomí klientů o GDPR v podniku.....	54
9.1.2	Citlivost klientů na změny vlivem GDPR.....	55
9.1.3	Změny pocítené ze strany klienta.....	56
9.1.4	Zařazení klienta.....	56
9.1.5	Spokojenost se zabezpečením	57
10	ZHODNOCENÍ ANALYZOVANÝCH DOPADŮ NA PODNIK	58
10.1	HLAVNÍ DOPADY	58
10.1.1	Finance	59
10.1.2	Nové povinnosti	59
10.1.3	Administrativa.....	59
10.1.4	Vzdělání	59
10.1.5	Absence pozice DPO	60
10.2	KONKRETIZACE COOKIES SOUBORŮ.....	60
10.3	SANKCE	61
10.4	ZHODNOCENÍ AUTORA PRÁCE JAKO JEDNOHO ZE ZAMĚSTNANCŮ VYBRANÉHO PODNIKU –	
	BABYLON SHOP S.R.O.	62
	ZÁVĚR.....	63
	POUŽITÁ LITERATURA.....	65
	SEZNAM PŘÍLOH.....	68

SEZNAM ILUSTRACÍ

Obrázek 1: Vývoj technologií v porovnání s vývojem legislativy	14
Obrázek 2: Vývoj základních dokumentů upravující soukromí a ochranu osobních údajů při zpracování.....	17
Obrázek 3: Pasivně předodsouhlasený checkbox při potvrzování objednávky.....	26
Obrázek 4: Prázdný checkbox při potvrzování objednávky.....	26
Obrázek 5: Organizační struktura společnosti Babylon Shop s.r.o.	28
Obrázek 6: Banner informující o cookies.....	61

SEZNAM TABULEK

Tabulka 1: Rozložení formy osvěty v rámci pozic v podniku.....	43
Tabulka 2: Rozložení formy osvěty do pozic v podniku.....	44
Tabulka 3: Závislost mezi způsobem vzdělání a povědomím o udělení souhlasu se zpracováním svých osobní údajů.....	51

SEZNAM GRAFŮ

Graf 1: Způsob styku zaměstnanců s klienty v Babylon Shop s.r.o.	39
Graf 2: Řešení GDPR v Babylon Shop s.r.o.	40
Graf 3: Zaměření managementu Babylon Shop s.r.o. v rámci řešení problematiky GDPR.....	41
Graf 4: Informovanost zaměstnanců Babylon Shop s.r.o. o GDPR	41
Graf 5: Způsob absolvované osvěty zaměstnanci Babylon Shop s.r.o. v problematice GDPR.....	42
Graf 6: Porozumění zaměstnanců Babylon Shop s.r.o. při osvětě na GDPR	43
Graf 7: Přínos nových povinností a úkolů pro zaměstnanců Babylon Shop s.r.o. vlivem zavedení GDPR	44
Graf 8: Četnost typů zátěže pro zaměstnance Babylon Shop s.r.o.	45
Graf 9: Přínos nových problémů při výkonu povinností a úkolů zaměstnanců Babylon Shop s.r.o.	46
Graf 10: Změna v chování a přístupu zaměstnanců Babylon Shop s.r.o. ke klientům.....	47
Graf 11: Udělení souhlasu zaměstnanců se zpracováním jejich osobních údajů podnikem Babylon Shop s.r.o.	50
Graf 12: Být zaměstnanec v Babylon shop s.r.o. i přes nepodepsání souhlasu se zpracováním osobních údajů.....	51
Graf 13: Povědomí klientů o zavedení GDPR v Babylon Shop s.r.o.	55
Graf 14: Citlivost klientů na změny způsobené GDPR v Babylon Shop s.r.o.	55
Graf 15: Druh pocítěné změny ze strany klientů Babylon Shop s.r.o.	56
Graf 16: Segment respondentů	57
Graf 17: Spokojenost klientů se zabezpečením osobních údajů podnikem Babylon shop s.r.o.	57

SEZNAM ZKRATEK A ZNAČEK

CRM	Customer Relationship Management
CV	Curriculum vitae
ČR	Česká republika
DPO	Data Protection Officer
EU	Evropská unie
FO	fyzická osoba
GDPR	General Data Protection Regulation
MSP	malé a střední podniky
Sb.	Sbírka zákonů
ÚOOÚ	Úřad pro ochranu osobních údajů
WP29	nezávislý evropský poradní orgán na ochranu dat a soukromí, zřízen dle čl. 29 Směrnice

ÚVOD

Tato bakalářská práce se zabývá dopady Nařízení – GDPR (General Data Protection Regulation) na provoz vybraného podniku. V dnešní době je role malých a středních podniků v naší ekonomice klíčová a nezanedbatelná, jejich příjmy tvoří významný příliv peněžních prostředků do státního rozpočtu našeho státu. S neustálým rozvojem MSP roste i počet disponibilních pracovních míst. (Ministerstvo průmyslu a obchodu, 2018)

Cílem této práce je zjistit, jaké typy dopadů GDPR postihly konkrétní malý podnik. Otázkou je, zda dopady budou spíše pozitivního či negativního charakteru, zda v podniku musela být vytvořena nová pracovní místa nebo zda podnik musel k naplnění požadavků GDPR vynaložit velké finanční investice. Je zřejmé, že dopady u skupiny velkých podniků budou intenzivnějšího a rozsáhlejšího charakteru.

Práce blíže přibližuje problematiku ochrany osobních údajů a analyzuje dopady, které toto Nařízení přináší na vybraný podnik. Teoretická část seznamuje s problematikou GDPR, v první kapitole jsou definovány klíčové pojmy, které se v práci vyskytují nebo s danou problematikou přímo souvisí. Následující část je věnována historickému vývoji GDPR v souvislosti s historií ochrany osobních údajů a ve spojitosti s novými expandujícími technologiemi. V třetí části jsou blíže představeny základní elementy potřebné k správnému naplnění GDPR v podmínkách vybraného podniku. Ve čtvrté části jsou blíže specifikovány základní zásady zpracování osobních údajů, podle kterých mají být data zpracovávána. Pátá kapitola se zabývá povinnostmi, které pro podniky vyplývají z Nařízení a na hodnotu získaných dat. Šestá kapitola pojednává o jednom ze stěžejních problémů, kterým je udělování souhlasu se zpracováním osobních údajů.

Praktická část této práce je blíže zaměřena na konkrétní dopady, které postihly a obohatily provoz podniku Babylon Shop s.r.o., který spadá do kategorie MSP. Nejprve je přiblížen vybraný podnik a následně je analyzován ze všech možných pohledů. První zkoumanou oblastí je podnik jako celek, v tomto případě majitel a správce osobních údajů vybraného podniku společně zodpoví otázky Analýzy Sebehodnocení. Následujícímu šetření jsou podrobena zaměstnanci vybraného podniku. Data od tohoto segmentu jsou získávána formou písemného dotazníkového šetření. Posledním zkoumaným segmentem jsou klienti podniku, v šetření jsou zohledněni jak klienti kamenné prodejny, tak i klienti e-shopového obchodu.

V poslední kapitole této práce jsou shrnuty zjištěné dopady z analyzovaných oblastí a jsou doplněny o informace, které byly získány prostřednictvím rozhovoru se správcem osobních údajů vybraného podniku.

1 ZÁKLADNÍ POJMY

Nejprve je nutné definovat si základní pojmy, které se v této práci budou vyskytovat. Vysvětlení bude sloužit pro lepší orientaci v celé problematice ochrany osobních údajů (Navrátil, 2018, s. 44-52):

- **GDPR:** je akronymem, který je vytvořen z anglického názvu počátečních písmen: General Data Protection Regulation. GDPR je synonymum pro Nařízení Evropského parlamentu a Rady EU č. 2016/679. K platnosti došlo 27. dubna 2016 a k jeho účinnosti až 25. května 2018. Dále v textu označováno jako GDPR a Nařízení.
- **Bezpečnost zpracování:** rozumí se tím organizační a technická opatření, pomocí nichž se dosáhne požadované úrovně zabezpečení vztaženo k potencionálnímu riziku.
- **DPO:** je akronym z anglického názvu Data Protection Officer, česky pověřenec pro ochranu osobních údajů.
- **Evropský inspektor ochrany údajů:** cílem tohoto dozorčího orgánu je dohled nad problematikou ochrany osobních údajů, zda instituce a orgány EU respektují práva občanů na soukromí při zpracování těchto údajů.
- **Hlavní provozovna:** hlavní provozovnou se rozumí místo, kde je umístěna centrální administrativa zpracovatele osobních údajů v rámci EU.
- **Kodexy chování:** rozumí se jimi, přehled pravidel, který je uzpůsoben podle rysů určitého odvětví a konkrétních potřeb skupiny MSP. Pro různá odvětví existují různé kodexy chování. Cílem kodexů je pomoc při řádném plnění GDPR.

Dle definice podle doporučení Komise 2003/361/ES ze dne 6. května 2013 jsou definovány následující dva pojmy (Europa.eu, 2016):

- **Malé a střední podniky:** jsou podniky mající méně než 250 zaměstnanců a jejichž roční obrat není vyšší než 50 miliónů EUR nebo platí podmínka, že roční bilanční suma rozvahy není vyšší než 43 miliónů EUR.
- **Malé podniky:** jsou podniky mající více než 10 zaměstnanců, ale zároveň méně než 50 zaměstnanců a jejichž roční obrat nepřesahuje 10 miliónů EUR nebo platí podmínka, že roční bilanční suma rozvahy není vyšší než 10 miliónů EUR.

- Ohlašovací povinnost: je to povinnost správce, ohlásit jakékoli narušení zabezpečení osobních údajů až na výjimky dle Nařízení. V případě, že tato skutečnost nastane, musí nejlépe ihned, maximálně však do 72 hodin správce nahlásit tuto skutečnost subjektům údajů. Pokud nestihne časový horizont 72 hodin musí k tomuto hlášení nahlásit i důvody této prodlevy. (ÚOOÚ, 2013c)
- Profilování: rozumí se jím: „*technika automatizovaného zpracování údajů, která spočívá ve vytvoření „profilů“ jedince, zejména za účelem činit o dané osobě rozhodnutí nebo analyzovat či předvídat její osobní preference, chování nebo postoje.*“ (Nezmar, 2017, s. 284) Hlavním dopadem plynoucí z provádění profilování na dotyčných subjektech údajů, je skutečnost, že dochází ke kategorizaci těchto osob do předem připravených skupin. Často toto profilování probíhá bez obeznámení dotčených osob (Nezmar, 2017, s. 284).
- Výmaz osobních údajů: tímto procesem se rozumí povinnost správce vymazat osobní údaje neprodleně, pokud nastane jeden z níže uvedených bodů (Navrátil, 2018, s. 52):
 - a) data již nejsou potřebná, jelikož již pominul účel, pro který byla tato data sbírána a zpracovávána,
 - b) subjekt údajů zruší souhlas se zpracováním osobních údajů, pokud je na tomto souhlasu zpracování těchto údajů založeno. Platí pouze v případě, kdy nejsou zřejmé a jasné další legislativní důvody pro další zpracování,
 - c) podání námítky subjektem údajů ve věci zpracování jeho dat, odůvodněno jako opodstatněný zájem správce,
 - d) zpracování osobních údajů proběhlo protiprávně,
 - e) jedná se o osobní údaje dítěte a při získání těchto dat nebyl udělen rodiči souhlas se zpracováním těchto údajů,
 - f) jedná se o legislativní povinnost, která je řízena podle legislativy EU nebo jeho příslušným státem.

2 GDPR

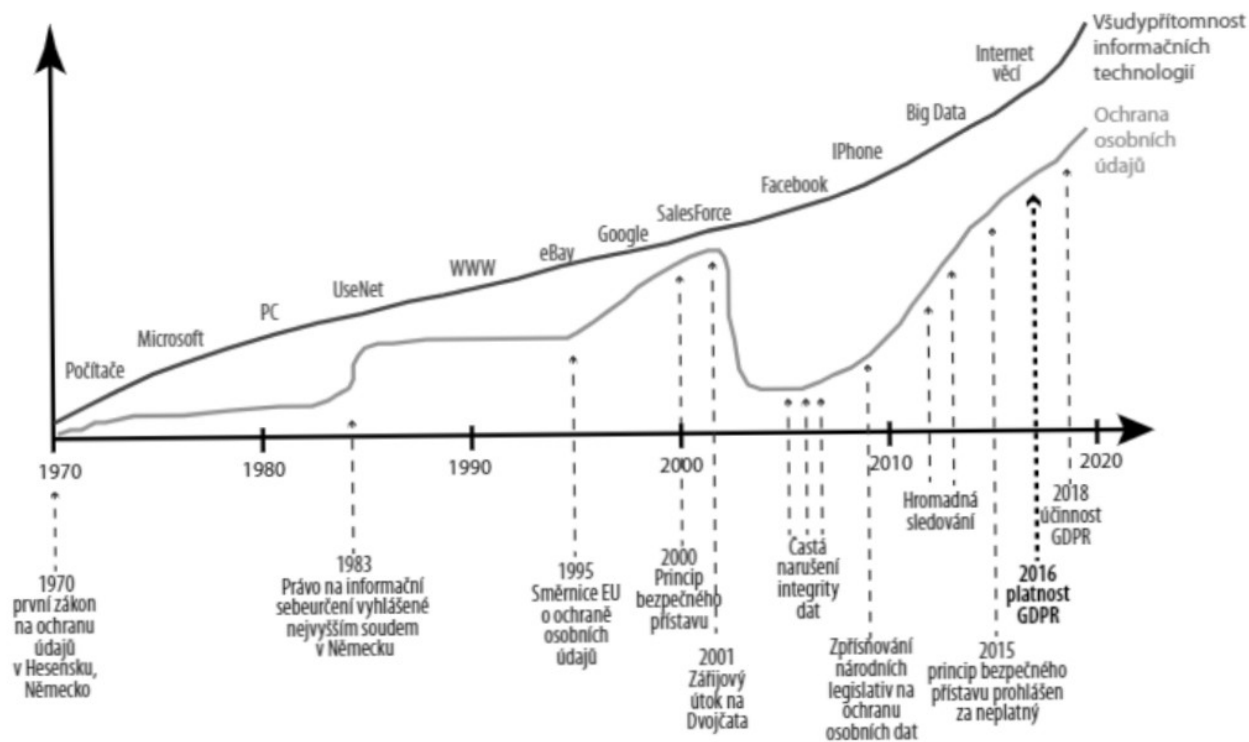
GDPR je označení pro Nařízení Evropského parlamentu a Rady EU č. 2016/679, o ochraně fyzických osob, zpracování osobních údajů a jejich volném pohybu. GDPR v současnosti naplňuje funkci nejkompaktnější zákonné normy k ochraně osobních údajů všech občanů EU. (ČESKO, 2016) Nařízení se týká všech subjektů, které zpracovávají osobní údaje osob v rámci EU, a to i firem, které mají sídlo mimo Evropskou Unii, a to v případě, že provozují svou činnost, anebo analyzují, sbírají a uchovávají data právě občanů EU. (Nezmar, 2017, s. 14)

Riziko zneužití osobních údajů o jednotlivých osobách vlivem stálého intenzivního vývoje informačních technologií roste čím dál intenzivněji. S tímto vývoje roste souběžně i důležitost informace, proto bylo nezbytné přijetí nové legislativy GDPR, viz podkapitola 2.1 Vývoj GDPR. Důležitost ochrany osobních údajů má i v podnikové sféře svůj obrovský význam. Pojem informace, v podniku nabývá mnoha podob: můžeme hovořit o informacích důležitých k rozhodování, plánování, provozu, marketingu, prodeji apod. V tomto případě je nutné znát zdroj informace a osobu, která informaci poskytuje. (Navrátil, 2018, s. 23-25)

Pro zasloužení do ochrany osobních údajů v podnikové problematice je uveden demonstrativní příklad. Personální oddělení fiktivního podniku nabírá nové pracovní síly. Ve fázi užší selekce využívá sociální sítě, aby si své potenciální kandidáty „prolustrovala“ a zjistila jejich aktivity mimo pracovní sféru, zda odpovídají s předem uváděnými informacemi v CV. V této situaci dochází k problému se sdílenými informacemi, a to, především jak sdílený obsah „headcatcher“ - rekrutant pochopil. Obsah, který uživatel sdílel mohl být jen nesprávně interpretován, což ale v užším výběru ze strany personálního oddělení zvyšuje riziko, že kandidát bude z okruhu potenciálních kandidátů vyřazen. Opět se dostáváme do problematiky ochrany osobních údajů.

2.1 Vývoj GDPR

Vzniku GDPR předcházelo nespočet událostí a vydaných legislativ viz Obrázek 1 (Vývoj technologií v čase v porovnání s vývojem legislativy). S ohledem na vydanou legislativu je nutno brát v zřetel fakt, že tempo vývoje technologií je rychlejší než tvorba nových ochranných legislativních prvků a zákonů.



Obrázek 1: Vývoj technologií v porovnání s vývojem legislativy

Zdroj: Nezmar (2017, s. 15)

Výše uvedený graf zobrazuje závislost vývoje technologií a vývoje legislativy v čase. Osa y zobrazuje míru uchovávaných dat a míru legislativního zabezpečení dat. Na grafu na osu x jsou naneseny důležité události, které se v průběhu časové osy od roku 1970 do dnešní doby uskutečnily. První zajímavý růst na křivce ochrany osobních údajů je datován k roku 1983, dochází k tzv. UseNetu čímž, podle definice z IT slovníků je rozuměno: „*system elektronických diskuzních skupin, který je distribuován pomocí internetu po celém světě. Do tzv. „skupin“ posílají uživatelé veřejné příspěvky, tzv. „newsy“ například články, zprávy nebo osobní příspěvky.*“ (IT slovník.cz, 2008-2018a), postupem času dochází i k vývoji www stránek. Z grafu je možno vyčíst, že legislativa reaguje na tyto skutečnosti, až s jistým odstupem, kdy Směrnice o ochraně osobních údajů vyšla až v roce 1995. Po zavedení Směrnice ochrana osobních údajů rostla a zdokonalovala se. K 11. září 2001 je datován zvrát v ochraně osobních údajů, jako následek teroristického útoku na „Dvojčata“, míra ochrany osobních údajů se dostala na míru ochrany osobních údajů kolem roku 1985. Po tomto incidentu bylo v zájmu opět ochranu dat dostat alespoň do míry před zářijovým útokem, a dále ji potom prohlubovat vzhledem k rozšiřování Facebooku a dalších sociálních sítí. V období 2014-2015 je datováno období velkých dat tzv. Big data, tímto výrazem se rozumí: „*masivní objem strukturovaných a nestrukturovaných dat, který je tak velký, že je obtížné ho zpracovávat za použití tradičních*

databázi a softwarové techniky“ (IT slovník.cz, 2008-2018b), v této době již EU pracuje na úpravách kulminujících v GDPR.

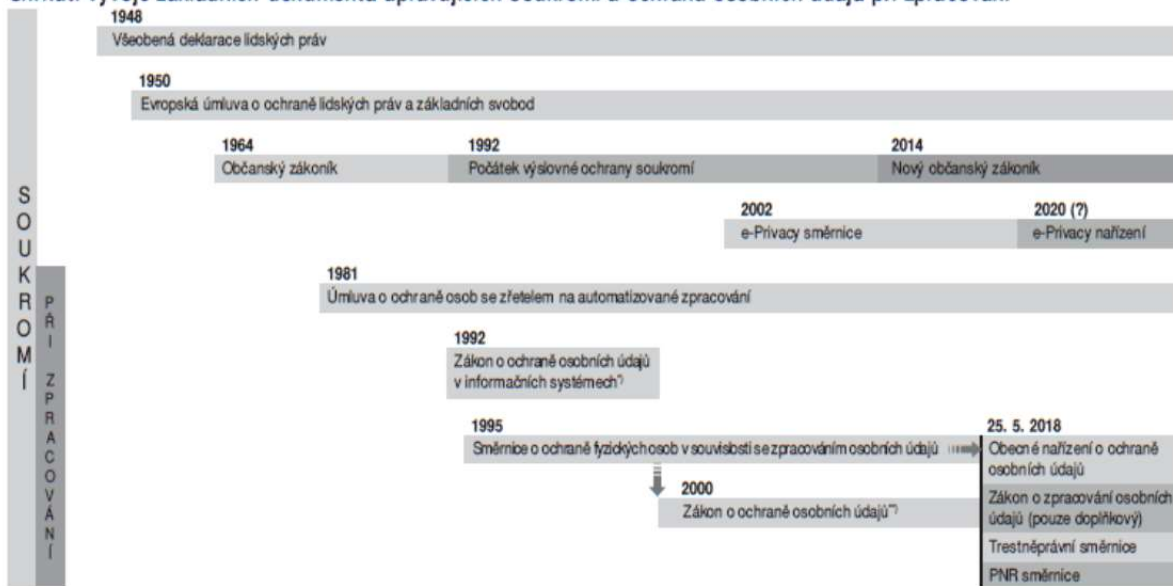
Následně jsou uvedeny nejdůležitější milníky z historie, které se vztahují k vývoji GDPR (Žůrek, 2017, s. 21; Nezmar 2017, s. 14-19):

- počátek ochrany soukromí je datován k roku 1948 vydáním dokumentu Všeobecná deklarace lidských práv.
- 1950: Evropská úmluva o ochraně lidských práv a základních svobod, doplnila Všeobecnou deklaraci lidských práv.
- 28. ledna 1981: Byla podepsána Úmluva Rady Evropy č. 108. Úmluva je smlouvou o ochraně osob s ohledem na automatické zpracování osobních údajů.
- 1992: Zákon o ochraně osobních údajů v informačních systémech.
- 4. října 1995: na problematiku zneužití osobních údajů reaguje legislativa směrnicí Evropského parlamentu a Rady č. 95/46/ES o ochraně fyzických osob v souvislosti se zpracováním osobních údajů a jejich volném pohybu. Směrnice nabyla účinnosti 13.12.1995, a členové EU měli za povinnost do 24. října 1998 provést uložená ustanovení. Již v této Směrnici je definován pojem „správce údajů“, se kterým GDPR pracuje.
- 19. května 2009: proběhla konference Evropské komise, na téma:
 - využití a ochrana osobních údajů,
 - průzkum nových atributů ochrany soukromí,
 - zkoumání změn, které nastaly vlivem moderních informačních a komunikačních technologií,
 - problematika přenosu dat mezi soukromými subjekty a státními subjekty,
 - problematika přesunu dat mimo rámce státu v rámci webových služeb.
- 1. prosince 2009: zveřejněn dokument skupinou WP29 „Budoucnost soukromí“. Dokument slouží jako zpětná vazba na postoj Evropské komise a poukazuje „že úroveň ochrany osobních údajů v rámci EU lze zvýšit lepším uplatňováním stávajících zásad a legislativy v oblasti ochrany osobních údajů v praxi a postupnou modernizací právního rámce.“ (Nezmar, 2017, s. 15)
- 4. listopadu 2010: Evropská komise ustanovuje strategii zaměřenou na:
 - ochranu údajů jednotlivců včetně vymáhání jejich práv,
 - omezení administrativních požadavků,
 - garance volného pohybu údajů napříč EU.

- 22. června 2011: přijat návrh komplexního přístupu k ochraně osobních údajů. V této fázi se začíná uvažovat o vzniku GDPR.
- 17. listopadu 2011: při 35. konferenci o ochraně soukromí, je oficiálně sděleno prostřednictvím Paula Nemitze, že Evropská komise plánuje implementovat GDPR a následně chce dosáhnout souladu mezi zákony na ochranu osobních údajů ve všech zemích EU.
- 25. ledna 2012: Evropská komise podává návrh na celkovou reformu pravidel ochrany osobních údajů z roku 1995. Příkladem je zesílení odpovědnosti správců, posílení postavení subjektů údajů, posílení postavení orgánů dohledu.
- 2. září 2012: zveřejněna studie „Reforming the Data Protection Package“ Evropským parlamentem. Studie poukazuje na nezbytnost zlepšit ochranu subjektů a na klíčové nedostatky v GDPR vlivem rozvoje technologií, a to především v oblasti informačních technologií.
- 5. října 2012: WP29 se účastní diskuze, která se zabývá definicí osobních údajů.
- 14. května 2013: proběhl průzkum, který provedl britský úřad komisaře pro informace. Respondenty byly podniky a organizace, kdy byly tázány na problematiku GDPR a jeho nasazení. Tázáno bylo 506 subjektů, z toho 87% respondentů nebylo schopno odhadnout výši nákladů, které implementace a jejich plnění GDPR přinese. 82% respondentů nebylo schopno odpovědět kolik je dosavadní ochrana osobních údajů stojí.
- 12. března 2014: Evropský parlament plně podpořil GDPR s 621 hlasy, pouze 10 hlasů bylo proti.
- 15. června 2015: Rada EU dospěla ke shodě v oblasti GDPR

Směrnice z roku 1995 byla nahrazena Nařízením Evropského parlamentu a Rady EU č. 2016/679, o ochraně fyzických osob, zpracování osobních údajů a jejich volném pohybu. K platnosti GDPR došlo k 27. dubnu 2016, ale k jeho účinnosti došlo až 25. května 2018.

Shrnutí vývoje základních dokumentů upravujících soukromí a ochranu osobních údajů při zpracování



¹⁾ Pozbyl platnosti nabytím účinnosti zákona o ochraně osobních údajů.

²⁾ Transpozice Směrnice o ochraně fyzických osob v souvislosti se zpracováním osobních údajů (95/46/ES).

Obrázek 2: Vývoj základních dokumentů upravujících soukromí a ochranu osobních údajů při zpracování

Zdroj: Žůrek (2017, s. 21)

GDPR je závazné a použitelné ve všech státech EU. Jeho vznik je reakcí na neustálý a rychle vzrůstající rozvoj průmyslu 4.0 (digitalizace, obchodování po internetu, využívání sociálních sítí k cílenému marketingu atd.). Dalším důvodem, proč se Evropská Unie rozhodla k vydání GDPR je nedostatečné podnikové a institucionální zabezpečení osobních údajů jejich klientů, a to z hlediska personálního, technického a organizačního. V podnicích buď byla absence osoby zabývající se ochranou osobních údajů, nebo zde odpovědná osoba byla, ale její jedinou činností nebyla právě správa těchto údajů. Dalším problémem bylo nedostatečné vzdělání těchto osob. Vlivem zavedení GDPR bylo nutné zřídit po celé EU DPO, který vystupuje v této oblasti jako nová instituce, ale to tato povinnost není uložena všem organizacím. Povinnost jmenovat DPO nastane v případě, uvedených v Nařízení v článku 37 pokud (ČESKO, 2016):

- osobní údaje zpracovává veřejný subjekt nebo orgán, vyjma soudů postupující podle svých pravomocí,
- správce a zpracovatel zpracovávají data rozsáhlého nebo pravidelného monitoringu subjektu údajů,
- správce a zpracovatel zpracovává data povahy rozsáhlého trestního charakteru.

2.2 Cíl GDPR

Primárním cílem zavedení Nařízení je zajištění volného toku osobních údajů v rámci EU. Mezi další neméně důležitý cíl patří ochrana základních práv a svobod fyzických osob s důrazem na ochranu osobních údajů. (Nulíček, 2018, s. 56). Ve shrnutí se jedná o tyto hlavní oblasti (Navrátil, 2018, s. 30):

- adaptování právní regulace v oblasti ochrany osobních údajů k dnešní dynamické a stále se vyvíjející se době,
- unifikace legislativy zabývající se ochranou osobní údajů v zemích EU a zemích, na které má GDPR vliv,
- zesílení právní ochrany subjektů údajů,
- zajištění jednotného výkladu GDPR pro dozorové úřady v jednotlivých zemích EU,
- zvýšení věrohodnosti EU při předávání osobních údajů spojených s obchodem zemím obchodujících s EU.

3 ZÁKLADNÍ ELEMENTY GDPR

V této kapitole jsou blíže definovány stěžejní pojmy problematiky, které se budou v práci dále vyskytovat.

3.1 Osobní údaje

Osobní údaje jsou veškeré informace vztaženy k subjektu údajů, který mohou i nemusí být identifikovatelné. (GDPR bez obav, 2019a) S těmito údaji musí být zacházeno dle pravidel zpracování osobních údajů jako je korektnost, transparentnost a zákonnost. Shromažďování osobních údajů probíhá pro jasný a vyjádřený zákonný účel. Je zakotveno, že nesmějí být poté dále používány pro další zpracování bez předchozího souhlasu subjektu údajů. Jelikož další zpracování dat s předem daným účelem je nezákonné. Dalším požadavkem je přiměřenost a relevantnost poskytnutých údajů vzhledem k rozsahu účelu. Pokud nastane situace, že údaje jsou nepřesné musí být upraveny, aktualizovány, popřípadě vymazány. Uložení těchto údajů probíhá na dobu nezbytnou pro účel, ke kterému byly poskytnuty. Výjimku tvoří pouze osobní údaje, které jsou zpracovávány pro účely statistické, vědecké, historické a pro účely archivace, ty může společnost nadále uchovávat. (Nulíček, 2018, s. 104)

3.2 Subjekt osobních údajů

Subjektem osobních údajů se rozumí žijící fyzická osoba, k níž se osobní údaje vztahují. V žádném případě jako subjekt údajů nemůže vystupovat právnická osoba. (GDPR.cz, 2017a)

3.3 Správce

Správce je každý subjekt, který určuje účel a prostředky zpracování osobních údajů, provádí zpracování a odpovídá za ně. (Stránský Jaroslav, 2014) Je zavázán k plnění všech povinností, které vyplývají z Nařízení a zároveň má i povinnost prokázat všechny související skutečnosti odpovídající dokumentací. Jeho úkolem je zajištění aplikace technických, organizačních a bezpečnostních opatření v závislosti na rozsahu, podobě a účelu zpracování dat. Správce lze kontrolovat v oblasti dodržování povinností na základě kodexů chování. Dále GDPR nařizuje správci posuzovat rizika pro práva a svobody fyzických osob subjektů údajů. Po posouzení je třeba, aby správce dle závažnosti rizik aplikoval opatření, tak aby byla zabezpečena shoda s Nařízením. Definovány jsou dvě rizika: vysoké a nízké. Další povinností správce je verifikace míry anonymizace, zda je prováděna v dostačující rozsahu. (Nulíček, 2018, s. 246)

3.4 Zpracovatel

Jeho úkolem je zpracování osobních údajů na základě příkazu správce, které je na základě podepsané smlouvy mezi zpracovatelem a podnikem nebo legislativních pravidel. Smlouva obsahuje následující údaje o zpracování osobních údajů (ÚOOÚ, 2017):

- předmět zpracování,
- doba zpracování,
- povaha zpracování,
- účel zpracování,
- kategorizace subjektu osobních údajů,
- druh osobních údajů,
- práva a povinnosti správce.

Zpracovatele se týká i problematika posuzování rizika, kterou řeší především správce, pro zpracovatele je rozsah výkonu činnosti v této oblasti pouze v omezeném měřítku. (Nulíček, 2018, s. 246)

3.5 Úřad pro ochranu osobních údajů

ÚOOÚ vystupuje jako nezávislý orgán. Je centrálním správním úřadem v oblasti ochrany osobních údajů, jedná se o dozorový úřad. Mezi hlavní funkce ÚOOÚ patří monitoring situace oblasti ochrany osobních údajů, dále vymáhání udělených pokut a osvěta veřejnosti v problematice ochrany osobních údajů. Úřad umožňuje pro zástupce odborných a profesních asociací odborné poradenství formou konzultací. ÚOOÚ poskytuje překlady k nově vydávaným materiálů, týkající se přiblížení a lepšího pochopení celého Nařízení. Dále se věnuje problematice zkvalitnění a zlepšení ochrany osobních údajů. Úkolem ÚOOÚ je provádění controllingu dle pravidel kontrolního řádu. V neposlední řadě řeší stížnosti subjektů údajů. (ÚOOÚ, 2013a)

3.6 Soubory cookies

Cookies je textový soubor, který navštívená webová stránka zašle do prohlížeče uživatele a slouží k zaznamenávání údajů. Při první návštěvě webu dojde k založení cookies souboru. Při každé další dochází k načtení již založeného souboru a jeho aktualizování. (Regus, 2019)

Zapisují údaje, týkající se například:

1. nastavení:
 - barva pozadí navštěvovaných stránek,
 - jazyk, ve kterém se stránky zobrazují,
 - preferovaná měna,
2. statistických dat:
 - počet návštěv určité stránky,
 - doba pobytu na určité stránce,
 - personalizace reklam.

Výhodou souborů cookies pro podniky je například cílený marketing. Za nevýhodu pro návštěvníky webu lze považovat jistou ztrátu jejich anonymity. V problematice cookies se postupovalo podle Směrnice 95/46/ES, kdy návštěvníkovi webová stránka bylo oznámeno, že daný web využívá soubory cookies, pokud dotyčná osoba nesouhlasila se zpracováním jeho údajů v rámci cookies, musela si sama v nastavení svého prohlížeče vypnout ukládání souborů cookies. Nyní již cookies vyžadují povolení návštěvníka k uložení cookies. V rámci této problematiky se výše uvedené skutečnosti nazývají přechodem z metody „opt-out“ na metodu „opt-in“. (ÚOOÚ, 2012)

4 ZÁKLADNÍ ZÁSADY ZPRACOVÁNÍ OSOBNÍCH ÚDAJŮ

Zásady zpracování definuje II. kapitola GDPR v 5. článku. Vymezeno je osm základních zásad, které odpovídají nejdůležitějším povinnostem, podle kterých se správce, zpracovatel a DPO řídí. Tyto zásady nepředstavují v Nařízení novou věc, byly převzaty ze Směrnice a následně poupraveny. V následujících bodech jsou blíže nastíněny.

4.1 Zákonnost

Zákonností zpracování osobních údajů se rozumí proces, při kterém subjekt údajů udělil souhlas se zpracováním svých osobních údajů nebo na základě jiného důvodu zpracování uvedeného v čl. 6 odst. 1. Tato zásada ukotvuje, že zpracování nesmí být protiprávní, musí být splněna jedna ze zásad uvedených v čl. 6 odst. 1 a)-f). Tímto je míněno, že nesmí být rozporuplná vůči Nařízení ani vůči jinému právnímu řádu. Zásadu zákonnosti zabezpečuje správce při vykonávání své funkce. (Nulíček, 2018, s. 105-106, 122)

4.2 Korektnost

Korektností rozumíme poctivost a ohleduplnost při zpracování osobních údajů. (Nulíček, 2018, s. 105-107). Úkolem správce, je brát v potaz zájmy a očekávání subjektů údajů. V žádném případě nesmí využívat mylného mínění dotčených osob a nesmí ho opomíjet. (Navrátil, 2018, s. 40)

4.3 Transparentnost

Cílem zásady transparentnosti je zajištění práva subjektů údajů na svou informační identifikaci. Tím, je míněno, že dotčená osoba sama rozhodne v rámci mezí zákona, které informace o sobě poskytne. (Navrátil, 2018, s. 40)

4.4 Účelové vymezení

Tato zásada je klíčovým návodem, pro to, jak může správce s osobními údaji zacházet. Účelové vymezení probíhá na základě správcova pokynu, kdy sdělí důvod zpracování osobních údajů. Následně jsou všechny údaje zpracovávány pouze za tímto účelem, až na výjimku, kdy je uvedeno, že údaje jsou použity k dalšímu zpracování. (Navrátil, 2018, s. 41). Další zpracování je dle Nařízení povoleno pouze ve čtyřech případech, a to když (Nulíček, 2018, s. 109):

- se zpracování týká statistických účelů, archivace v případě veřejného zájmu a historických výzkumů,
- proběhne-li poskytnutí souhlasu subjektem údajů,

- zpracování je provedeno na základě statní nebo evropské legislativy v rámci potřebného a přiměřeného opatření v demokratické společnosti,
- správce proklamuje, že původní a nový účel zpracování je kompatibilní dle čl. 6 odst. 4.

4.5 Minimalizace údajů

Osobní údaje musí být sbírány a zpracovávány v adekvátním rozsahu a musí odpovídat svou podstatou účelu celého procesu. U těchto dat je nutné brát v zřetel tři faktory: (Navrátil, 2018, s. 42):

- podstatnost informace,
- potřebnost informace,
- přiměřenost omezení informace.

V praxi může být tato zásada interpretována např. při přijímacím řízení s uchazečem o vzdělání. V žádném případě při tomto řízení nesmí být přihlíženo a zohledňováno jeho náboženské či politické vyznání, jelikož tyto osobní informace nejsou adekvátní a nutné při zjišťování informací o kandidátovi.

4.6 Omezení uložení

Tato zásada ukládá povinnost držby dat pouze po dobu nezbytně nutnou. (Nulíček, 2018, s. 113) V případě, že pomínou důvody pro držení těchto údajů, zruší se schopnost správce osobu identifikovat prostřednictvím formy anonymizace nebo výmazem dat o této osobě. Tato zásada má i své výjimky, a to, pokud data těchto osob slouží k archivaci ve veřejném zájmu, statistické, historické a vědecké potřebě. (Navrátil, 2018, s. 43)

4.6.1 Anonymizace

Procesem anonymizace jsou data upravena tak, že již nikdo není schopný data přiřadit k dříve odpovídajícímu subjektu údajů. Tímto procesem je dosaženo shodného účinku jako, kdyby data byla odstraněna. Pokud osobní údaje projdou procesem anonymizace nejsou již brány za osobní údaje. (Nulíček, 2018, s. 112)

4.7 Integrita a důvěrnost

Tyto dvě zásady, ukládají povinnost, že získaná data musí být zpracována zabezpečeným způsobem, tak, aby byla chráněna před poškozením, zničením a nečekanou ztrátou. Dále, aby

bylo vyloučeno ilegální a nekompetentní zpracování. (Nulíček, 2018, s.118) Integrita v této zásadě představuje nedotknutelnost, čímž se rozumí nezákonná změna nebo výmaz dat. Důvěrností se rozumí organizační a technická opatření. (Navrátil, 2018, s. 43)

4.8 Odpovědnost

Odpovědnost na straně pozice správce spočívá v plnění povinností vyplývajících z Nařízení, které musí být schopen předložit. (Nulíček, 2018, s. 119) Odpovědnost teda nespočívá jen za výsledkem činnosti, ale i za jeho stanovené postupy a jejich dodržování. Cílem je tedy zabránit porušení Nařízení. Všechny tyto skutečnosti jsou pod kontrolou dozorových orgánů, v ČR tuto funkci plní ÚOOÚ. (Navrátil, 2018, s. 43)

5 GDPR V PODNIKU

Cílem této kapitoly je uvést do povědomí povinnosti, které GDPR ukládá podnikům a seznámit s hodnotou získaných dat podnikem.

5.1 Povinnosti podniků

Podniky mají základních pět povinností (Navrátil, 2018, s. 33):

- zpracovat zhodnocení dopadu činnosti na ochranu osobních údajů,
- provádět preventivní konzultace s ÚOOÚ,
- vést záznamy o ochraně osobních údajů,
- nahlašovat případy narušení bezpečnosti osobních údajů na ÚOOÚ a dotčeným osobám, a to v časovém horizontu do 72 hodin od doby, kdy se správce osobních údajů o narušení dozví,
- umožnit přenos osobních údajů od jednoho správce k dalšímu správci, povinnost jmenovat DPO pokud to Nařízení dle článku 37 uvádí.

5.2 Hodnota získaných dat

Osobní údaje lze definovat jako aktivum ekonomického charakteru, složené z identit a chování jedinců. Firmy evidují dva základní druhy dat (Nezmar, 2017, s. 20-24):

- data z online platforem:

jsou na trhu obchodovány na základě principu dvoustranného tržního mechanismu. Zprostředkovatelé jako Google, Facebook a další sbírají, analyzují, vyhodnocují data od spotřebitelů a následně je nabízejí k prodeji. Přínosem využití této nabídky podniky je získání potřebného ekonomického aktiva a jeho následné využití pro tvorbu produktu, následného cílení marketingu, prodeje a poprodejních služeb. „*Ukazuje se, že 90% dat v dnešním světě bylo vytvořeno během posledních dvou let*“. (Statista, 2015 cit. podle Nezmar, 2017, s. 20)

- interně získaná data a jejich rozšíření:

podniky vedou databáze, které postupně dle časového a trendového hlediska doplňují o informace získané z analýzy trendů na straně poptávky.

6 SOUHLAS SE ZPRACOVÁNÍM OSOBNÍCH ÚDAJŮ

V případě, kdy je požadováno udělení písemného souhlasu se zpracováním osobních údajů je nutné, aby žádost o jeho poskytnutí byla separovaná od dalších skutečností. Žádost musí být interpretována jednoznačně a srozumitelně. (ČESKO, 2016) „*Souhlas musí být svobodný, konkrétní, informovaný a jednoznačný projev vůle subjektu údajů, kterým subjekt údajů dává prohlášením či jiným zjevným potvrzením souhlas se zpracováním osobních údajů.*“ (Nulíček, 2018, s. 145)

V praxi tuto problematiku přiblížíme na demonstrativním příkladu vybrané společnosti. Před účinností GDPR, při nákupu přes e-shopu byla pod objednávkou uvedena formule „*Potvrzuji, že jsem se před odesláním objednávky seznámil s Obchodními podmínkami a Podmínkami zpracování osobních údajů*“ (Babylon shop s.r.o., 2018) a checkbox již byl připraven předodsouhlasen. Jelikož pokud by klient zapomněl checkbox odsouhlasit, objednávka by nebyla provedena a vyskočil by na klienta další krok. To je důvodem proč vybraný podnik z důvodu lepšího komfortu klientům nechal checkbox pasivně potvrzen viz Obrázek 3. Nyní v době účinnosti GDPR muselo okénko být připraveno nepotvrzené, aby měl klient e-shopu možnost aktivně okénko potvrdit, a nebyl na jeho osobu prováděn žádný nátlak ze strany společnosti a sám se ze své vůle rozhodl pro souhlas se zpracování svých údajů viz Obrázek 4. (Kroužil Tomáš, Osobní rozhovor)

Potvrzuji, že jsem se před odesláním objednávky seznámil s [Obchodními podmínkami](#) a [Podmínkami zpracování osobních údajů](#). Obchodní podmínky se v případě uzavření kupní smlouvy stávají nedílnou součástí kupní smlouvy, to znamená, že pro smluvní strany jsou ustanovení obchodních podmínek stejně závazná, jako kdyby byly sjednány přímo v kupní smlouvě.

Doprava a platba KONTROLA OBJEDNÁVKY

Obrázek 3: Pasivně předodsouhlasený checkbox při potvrzování objednávky

zdroj: <https://www.babylonshop.cz/specifikace-objednavky.html> [cit. 2018-12-10]

Potvrzuji, že jsem se před odesláním objednávky seznámil s [Obchodními podmínkami](#) a [Podmínkami zpracování osobních údajů](#). Obchodní podmínky se v případě uzavření kupní smlouvy stávají nedílnou součástí kupní smlouvy, to znamená, že pro smluvní strany jsou ustanovení obchodních podmínek stejně závazná, jako kdyby byly sjednány přímo v kupní smlouvě.

Doprava a platba KONTROLA OBJEDNÁVKY

Obrázek 4: Prázdný checkbox při potvrzování objednávky

zdroj: <https://www.babylonshop.cz/specifikace-objednavky.html> [cit. 2018-12-10]

Pokud bylo potvrzení o zpracování osobních údajů uděleno, správce musí být schopný tuto skutečnost doložit. Správce by měl být schopný zodpovědět pět klíčových informací o uděleném souhlasu, a to (Nulíček, 2018, s. 149):

1. jakým způsobem byl souhlas udělen (písemně – elektronicky, dopisem),
2. kdy byl souhlas udělen (rok, měsíc, den, čas),
3. kdo poskytl souhlas (identifikace – jméno subjektu údajů, uživatelské jméno u registrovaných uživatelů, IP adresa),
4. konkrétní informace o způsobu zpracování osobních údajů,
5. zda došlo k zrušení souhlasu o zpracování osobních údajů dotyčné osoby.

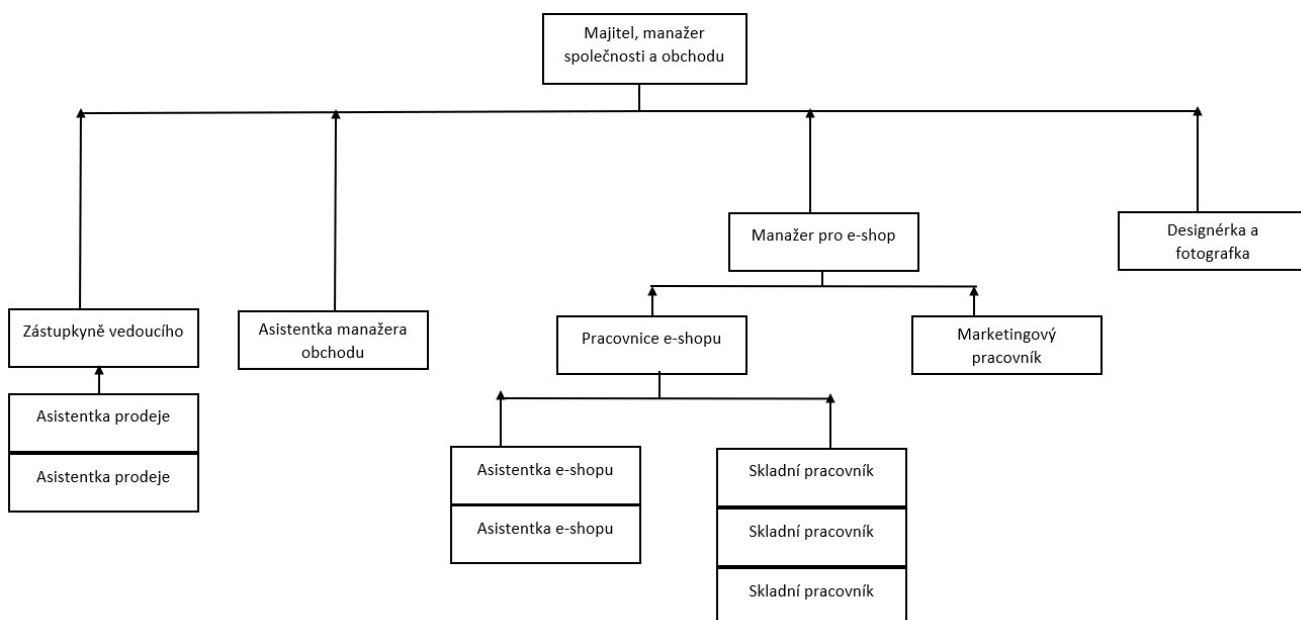
V podnikové praxi je tato skutečnost ověřitelná jak pro správce, tak pro klienta, když obdrží potvrzovací e-mail. Klient má kdykoli právo odvolat souhlas s poskytováním osobních údajů. Musí platit, že odvolání souhlasu musí být stejně jednoduché jako jeho poskytnutí. (Nulíček, 2018, s. 145)

Dalším řešeným problémem podniků před nabytím účinnosti GDPR byla otázka, jak se bude zacházet s údaji, které byly získány od subjektů údajů ještě před účinností GDPR. Souhlas se zpracováním osobních údajů, který byl udělen před účinnou dobou bude plně respektován pouze v případě, pokud byl v souladu s GDPR. I v tomto případě musí správce být schopen doložit tuto skutečnost. (GDPR bez obav, 2019b)

7 DOPAD GDPR NA PROVOZ VYBRANÉHO PODNIKU

GDPR představuje pro každou skupinu podniků a organizací jinou zátěž a jiné množství povinností. Tato práce je zaměřena na analýzu dopadů na MSP. Aby bylo možné analyzovat všechny dopady na provoz vybraného podniku bylo nutné aplikovat Analýzu Sebehodnocení již na období před zavedením GDPR do praxe, což je období do 24. května 2018. Druhým zkoumaným obdobím bylo období od účinnosti Nařízení do nynější doby, což je období od 25. května 2018 do 15. března 2019.

Pro snadnější porozumění celého kontextu je vhodné právě teď si vybraný podnik lépe představit. Pro tuto práci byl vybrán podnik Babylon Shop s. r. o., který je podle doporučení Komise 2003/361/ES ze dne 6. května 2013 definován, jako malý podnik. Jeho hlavní činnost spočívá ve zprostředkování obchodu a služeb v rámci maloobchodu. Čímž je u tohoto podniku míněno prodej oblečení – především kalhot se zaměřením na nevšední tvary a délky. Firma funguje v Pardubicích a její historie se datuje od roku 1989. Od roku 2016 začíná fungovat e-shop, který dodává klientům po ČR a Slovensku. Pro slovenské klienty platí stejné podmínky jako pro klienty českého trhu. (Babylon shop s.r.o., 2018) Podnik se jeví jako celek, který je složen z dvou hlavních částí: kamenného obchodu a e-shopu. Tyto dvě části jsou od sebe lokačně odloučené (prodejna a zázemí pro e-shop). Za správu skladu je odpovědný manažér pro e-shop, jelikož centrála e-shopu se nachází ve stejných prostorách jako sklad.



Obrázek 5: Organizační struktura společnosti Babylon Shop s.r.o.

Zdroj: Vlastní zpracování

7.1 Analýza Sebehodnocení ve vybraném podniku

Analýza se skládá z 11 hlavních okruhů a bude více zaměřená na e-shop, jelikož množství a rozmanitost dat získaných od klientů na kamenné prodejně je v poměru k elektronickému obchodu zanedbatelnější. Tato analýza byla zpracována dle přílohy A na základě vyplněného dotazníku majitelem firmy spolu se správcem údajů podniku a řízeného rozhovoru na analyzované okruhy. Na vybraný podnik bude implementována Analýza Sebehodnocení podle Nezmará (2017, s. 46-48). Aby bylo reálné analyzovat změny, budou zaznamenávány odpovědi za dva časové období:

- a) od vzniku e-shopu do 24.5.2018
- b) od 25.5.2018 do 15.3.2019

Analýza sebehodnocení se skládá z 11 hlavních okruhů:

- Získávání osobních údajů
- Vymezení účelu zpracování dat
- Užití a publikace informací
- Bezpečnost
- Přiměřenost, relevantnost a nezbytnost rozsahu
- Aktuálnost a exaktnost
- Interval uchování
- Nárok na přístup
- Registrace k ÚOOÚ
- Vzdělanost
- Koordinace

Cílem je, aby správce údajů s majitelem podniku odpověděli na všechny uvedené otázky viz. Příloha A. Odpověďmi se prokáže, v jaké kondici se podnik z hlediska ochrany osobních údajů nachází. Pokud bude podnik schopen na většinu otázek odpovědět ano, značí to jeho dobrou kondici. Nelze-li deklarovat předchozí tvrzení, je počítáno s variantou, že podnik není v dobré kondici. Podniku se tak vyobrazí okruhy, kde má nedostatky.

Výsledkem této analýzy bude porovnání dat za dvě výše uvedené období, kdy bude správnost odpovědí verifikována a následně bude ke každé potřebné oblasti vypracováno krátké resumé změn. Většina dopadů by měla vyplýnout z bodů, které podnik dříve neplnil nebo z těch, které neplnil správně. Pokud podnik, již v době před zavedením GDPR do praxe, postupoval v oblasti ochrany osobních údajů podle Směrnice 94/46/ES, byly pro něj již před účinností GDPR samozřejmé tyto skutečnosti (Šandera, 2017):

- znalost druhu osobních informací, které podléhají zpracování,
- místo uchovávání těchto dat,
- doba držení těchto dat,
- data nelze od dotyčné osoby získat bez udělení souhlasu s jejich zpracováním,
- ochrana těchto dat před ztrátou,
- zachování účelu zpracování těchto dat,
- poskytnout dotyčným osobám bezproblémový výmaz jejich dat, pokud nejsou exaktní.

Pokud podnik již všechny výše uvedené skutečnosti dodržoval, zavedením GDPR do praxe pro něj přibyly zejména povinnosti uvedené v kapitole 5.1.

Dle uvedených pravidel, jak měl podnik postupovat do 24. května 2018 (toho se týká první část analýzy) a jak má nově od účinnosti Nařízení, tj. od 25. května 2018 činit (uvedeno v druhé části analýzy) jsou vyhodnocovány následující získané odpovědi a komentáře respondentů (majitele a správce údajů podniku). Reakce podniku na tyto skutečnosti budou viditelné v druhé části analýzy. Pokud se jisté oblasti budou měnit v pozitivní vzhledem k předem definovaným skutečnostem, můžeme tyto oblasti vyhodnotit za změnotvorné. Každá změna přináší jisté dopady, otázkou je, zda tyto dopady budou spíše pozitivní nebo negativní na provoz vybraného podniku, což bude detailněji rozebráno v poslední kapitole této práce.

Po provedení analýzy (první i druhé části) bylo získáno následujících výsledků z uvedených 11 oblastí:

7.1.1 Získávání osobních údajů

První oblast se zabývá získáváním souhlasu se zpracováním osobních údajů, řeší zda podnik získával všechny tyto údaje oprávněným způsobem.

1. První otázka této oblasti se zaměřuje na skutečnost zda, podnik při shromažďování dat od svých klientům současně podává sdělení, k jakému účelu bude získaná data využívat.
 - V době před účinností GDPR na kamenné prodejně byl účel zpracování dat klientů zřejmý pro obě strany, a vždy byl personálem firmy podrobně vysvětlen. Jednalo se například o případy jako jsou rezervace produktů, individuální objednávky neobvyklých velikostí a reklamace. Na e-shopu nebyl účel sběru dat specifikován, pouze byla oznámena existence souborů cookies, které elektronický obchod používá k personalizaci

stránek. Pro návštěvníky webu nebyl uveden účel shromažďování dat v rámci souborů cookies. V případě objednávky přes e-shop účel zpracování dat sdělován také nebyl.

- V době účinnosti GDPR se situace na prodejně změnila, nyní klienti podepisují souhlas se zpracováním jejich data a jsou obeznámeni s účelem tohoto zpracování, jedná se například o reklamace. Na e-shopu proběhla velká „revoluce“, soubory cookies se hlásí o slovo, ptají se návštěvníka webu zda, souhlasí se sběrem dat pomocí souborů cookies a současně sdělují za jakým účelem data návštěvníků webu sbírají. Pokud návštěvník provede objednávku či poptávku na e-shopu, je mu oznámeno k čemu získaná data budou využita.
2. Druhá otázka se týká přenosu dat subjektů údajů třetím osobám, a to, zda podnik o této skutečnosti subjekty údajů informuje.
 - V době před účinností Nařízení podnik neinformoval své klienty o přenosu dat třetím osobám. V době účinné jsou již všechny subjekty údajů o přenosu jejich dat třetím osobám obeznámeny.
 3. Třetí otázka se dotazuje, zda podnik při získávání dat ke zpracování za jedním účelem (např. za účelem zpracování objednávky) získal i souhlas k sekundárnímu zpracování, aniž by o druhotnému zpracování byl subjekt údajů jednoznačně obeznámen. Toto neoprávněné získávání dat k dalšímu účelu zpracování nikdy ve firmě neprobíhalo.
 4. Poslední otázka se zabývá správným postupem získávání dat (legálnost, spravedlnost, korektnost, transparentnost). Společnost všechna data získávala dle správných postupů a nyní jsou získaná data v souladu se základními zásadami Nařízení viz kapitola 4.

Resumé:

Dopady, které přineslo GDPR v první oblasti lze konstatovat za důležité pro fungování podniku.

Jedná se o dopady, které se řešily přes outsourcing:

- právní otázky: sestavení nových pravidel o zpracování osobních údajů pro nákup na e-shopu jejich obohacení o účel zpracování dat a o informaci, že získaná data jsou poskytovány třetím osobám za účelem zpracování.
- IT otázky: konkretizace cookies souborů a jeho zavedení na web

7.1.2 Vymezení účelu zpracování osobních údajů

1. První otázka se zaměřuje na účel uchování dat, zda je zřejmý a dostatečně jasný. V obou obdobích analýzy je tento účel uznán za uspokojivě zřetelný.
2. Další otázka se věnuje osobám již evidovaným v podnikové databázi, subjektům údajů, kteří se do databáze dostaly již před účinností GDPR. Řeší, zda těmto osobám byl zpětně sdělen důvod, za kterým jejich data podléhají zpracování. Jak bylo výše uvedeno, důvod zpracování nebyl všem subjektům údajů uváděn. Zpětně byla tato skutečnost subjektům údajů ohlášena a všechny evidované osoby s účelem zpracování svých dat souhlasily.
3. Třetí otázka se informuje o povědomí podniku a jeho povinnosti být evidován na ÚOOÚ. Odpovědi respondentů bylo jednoznačné ano, a to za obě období.
4. Poslední otázka této oblasti se dotazuje, zda v podniku byl/je nějaký zaměstnanec, které vedl přehled veškerých dat a k nimž i jejich účel zpracování. V době před Nařízením v podniku žádný zaměstnanec tuto povinnost nevykonával. Od účinnosti Nařízení tento úkol plní správce a zpracovatel.

Resumé:

Analýza této oblasti nám přináší následující dopady:

- Zvýšená administrativa a komunikaci s již zaevidovanými klienty z časového období do 24. května 2018, kterým musel být sděl účel zpracování jejich podnikem evidovaných dat. Tato činnost probíhala pomocí e-mailové komunikace. V případě, že dotyčná osoba nedisponovala e-mailovou adresou anebo pokud bylo nutné tuto aktivitu urgovat bylo použito telefonické komunikace. Následně byl poslán písemný souhlas se zpracováním osobních údajů.
- Důležitým dopadem pro společnost byla povinnost vytvořit pozici správce a zpracovatele osobních údajů. Funkcí správce byl pověřen zaměstnanec podniku a funkci zpracovatele vykonává třetí strana.

7.1.3 Užívání a publikace informací

Tato oblast se zabývá povědomím o pravidlech zveřejňování a užití informací a zda o těchto pravidlech vědí i zaměstnanci. Podnik si je vědom, že pravidla pro publikaci a využití informací existují, a též si je jistý, že tyto pravidla jsou známa všem zaměstnancům.

Resumé: V této oblasti, nejsou žádné nedostatky a podnik si v ní je jistý.

7.1.4 Bezpečnost

1. První otázka se táže, zda v podniku existují bezpečnostní opatření pro všechna data. Odpovědí správce je: „*ano, opatření byla a jsou, s vývojem technologií se naše bezpečnostní opatření rozšiřují a prohlubují, jelikož je nutné chránit naše firemní know-how. V těchto případech je irelevantní přemýšlet nad tím, zda má smysl do této oblasti investovat. Důležité je vybrat optimální variantu zabezpečení, která se nebude muset v blízkém horizontu předělávat*“ (Kroužil, Tomáš, Osobní rozhovor)
2. Druhá otázka se zaměřuje na to, zda je v podniku osoba odpovědná za správu a implementaci bezpečnostní ustanovení.
 - V období před účinností Nařízení neexistovala vyhrazená pozice, která by byla právě za tyto aktivity odpovědná. Správu a realizaci těchto bezpečnostních ustanovení zastával neoficiálně majitel podniku.
 - V účinném období GDPR došlo k oficiálnímu vyhrazení pozice a povinností v oblasti správy a implementace bezpečnostních opatření. Do této pozice byl oficiálně zvolen majitel firmy.
3. Další otázka se zabývá dostatečností opatření v závislosti na citlivosti uchovávaných údajů. V obou obdobích podnik odpověděl, že opatření jsou dostatečná, jak již zmiňuje v první otázce.
4. V poslední otázce je podnik tázán, zda jeho technická zařízení, servery, soubory jsou dostatečně chráněny před neoprávněnými osobami. Za obě časové období jsou. Soubory a uložení jsou chráněny softwarově pomocí antivirového programu AVAST a ID zaměstnance s heslem, tak i hardwarově omezením přístupu pro určitá zařízení.

Resumé:

Dopadem bylo jmenování nové funkce, s čímž souvisí menší administrativa, dále v podniku byla zaváděna nová technická opatření, ale jak již respondenti zmiňují tato skutečnost v podniku probíhala neustále. Jen v období platnosti GDPR se firma na tyto opatření více zaměřila, např. se předělal celý interní přístup do sítě. (Kroužil Tomáš, Osobní rozhovor)

7.1.5 Přiměřenost, relevantnost a nezbytnost rozsahu

1. První otázka zjišťuje, zda podnik sbírá výlučně informace, které nutně potřebuje znát, a to komplexním a nestranným způsobem sběru dat. V době před i po účinností Nařízení podnik takto činil a nyní činí.

2. Druhá otázka kontroluje oblast poskytování informací na dotaz daného subjektu údajů. V případě, že by zákazník oslovil podnik s žádostí o poskytnutí údajů o něm vedených, mohl by podnik vyhovět této žádosti v plném rozsahu? Respondenti tvrdí, že by tohoto byli schopni, ale v reálném případě, by z důvodu náročnosti kompletizace dat této žádosti nevyhověli. V období zavedení GDPR do praxe této žádosti již vyhovět musíme, a to na základě práv subjektů údajů. Pro náš podnik tato skutečnost již není náročná a složitá, jelikož vlastníme software, ve kterém evidujeme databázi s kompletními údaji o klientech. (Kroužil, Tomáš, Osobní rozhovor)

Resumé: Za největší dopad je považováno zakoupení nového softwaru od firmy Pixel designe s.r.o. Jelikož bylo nezbytné po vstupu GDPR do praxe vlastnit komplexní databázi pro potřeby lepší orientace, změn, výmazu a anonymizace osobních údajů. Za období od 25.5.2018 do 15.března 2019 žádný subjekt údajů nepožádal o výmaz či anonymizaci svých dat.

7.1.6 Aktuálnost a exaktnost

1. První otázka se zabývá controllíngem dat uchovávaných podnikem z hlediska přesnosti. V obou analyzovaných obdobích podnik uvádí, že se touto problematikou nezabývá, jelikož všechna data jsou již při evidování důkladně vkládána s naprostou pečlivostí, kdy se jedná např. o dvojité kontroly bankovní účtů a adres subjektů údajů. V případě, že evidovaný subjekt údajů změnil své údaje je jeho povinností nám je nahlásit, nikoli naší je dohledávat. V případě registrovaného zákazníka má prostor na změnu těchto údajů v rámci svého účtu na našem webu, u ostatních zákazníků lze změnu provést písemně či telefonicky. (Kroužil Tomáš, Osobní rozhovor)
2. Druhá otázka se zaměřuje na nepřetržitou aktualizaci našich databází. V podniku dochází k aktualizaci databází neustále, při každé objednávce, poptávce, reklamaci jsou tyto skutečnosti do databáze vkládány. Na tuto problematiku nemá zavedení GDPR vliv.

Resumé: V této oblasti nejsou shledány žádné změny, které by byly ovlivněny zavedením Nařízení.

7.1.7 Interval uchování

V této oblasti si byla společnost velmi jistá na všechny tři otázky odpověděla ano, a to za obě časová období.

1. První otázkou bylo, zda má společnost povědomí o tom, jaké informace se mají a jak dlouho uchovávat.
2. Další, zda jsou v podniku prováděny periodické výmazy předešlých klientů a zaměstnanců. Ty se provádí po uplynutí deseti let od nečinnosti zmiňovaných osob.
3. Poslední otázka se zabývá skutečností, zda pravidla pro výmaz jsou ukotveny ve směrnících firmy.

Resumé: V této oblasti si firma stojí velice dobře, nedochází zde k žádným novým skutečnostem, tudíž ani k žádným následkům.

7.1.8 Nárok na přístup

Respondenti jsou dotazováni, zda je v podniku určena osoba, která rozhoduje o žádostech o přístupu např. k databázím a e-mailům?

V době před účinností Nařízení žádná osoba k této činnosti pověřena nebyla. V době účinné GDPR je již zvolen zaměstnanec, který se o správu této problematiky stará.

Resumé: Dopadem bylo nutné jmenování oprávněné osoby, což přineslo menší administrativa. Jelikož firma není velká a ani nezpracovává ohromné rozměry dat nebylo nutné na tuto pozici přijímat nového zaměstnance.

7.1.9 Registrace k ÚOOÚ

Otázkou je míněno, zda si je podnik vědom nezbytnosti být registrován na ÚOOÚ.

Respondenti prohlašují, že jsou si této skutečnosti vědomi a jsou zde registrováni, již před počátkem účinnosti GDPR. (Kroužil, Tomáš, Osobní rozhovor)

7.1.10 Vzdělanost

1. První otázka se táže, zda podnik ví, v jaké míře je podnik jako celek obeznámen s problematikou ochrany osobní údajů. Podnik odpověděl za obě období, že ano. Správce zmiňuje: „že míra informovanosti o této problematice se razantně zvýšila právě v období před účinností Nařízení.“ (Kroužil, Tomáš Osobní rozhovor)

2. Druhá otázka se zabírá informovaností zaměstnanců o svých povinnostech a pravomocích v rámci důvěrnosti k osobním údajům klienta. Vedení důkladně a nepřetržitě své zaměstnance v této problematice školí.
3. Poslední otázka se týká vzdělanosti zaměstnanců v oblasti ochrany osobních údajů. Zaměstnanci byli již před účinností GDPR školeni, ale v době blížící se účinnému období a době účinné, jsou vzdělávací aktivity častější a je na ně kladena ještě větší důraz než dříve. (Kroužil, Tomáš, Osobní rozhovor)

Resumé: Za znatelnou změnu je evidováno zvýšení aktivity ve vzdělávání zaměstnanců, právě v oblasti ochrany osobních údajů. V podniku byly vynaloženy zvýšené finanční náklady na různá školení a semináře.

7.1.11 Koordinace

Poslední okruh a jeho otázka kontroluje podnik jako celek, zda funguje tak jak má. Podniku byla položena otázka, zda je každému zaměstnanci zřejmá jeho role v podniku. Všem zaměstnancům byla tato skutečnost zřejmá, a nic na tom nezměnilo ani zavedení GDPR.

Vnějšímu okolí se vlivem medializace GDPR mohlo zdát, že pro podniky bude zavádění GDPR znamenat jen přínos velkého zmatku, ale nic takového se v Babylon Shop s.r.o. nestalo.

8 VLIV GDPR NA ZAMĚSTNANCE

Jednou z nezbytností ze strany vedení podniku byla žádost k udělení souhlasu se zpracováním osobních údajů svých zaměstnanců v širším rozsahu, než vyžaduje zákon. Za účelem zvýšení efektivity řízení podniku a zvýšení konkurenceschopnosti společnosti.

Míra vlivů a dopadů GDPR na zaměstnance, jako na nezbytnou složku provozu podniku Babylon Shop s.r.o., je blíže definována v této kapitole. Jako velice důležitý identifikátor poslouží výsledky z dotazníkového šetření, které bylo provedeno se všemi zaměstnanci podniku.

8.1 Souhlas se zpracováním osobních údajů zaměstnance

Povinností zaměstnance není udělit zaměstnavateli souhlas se zpracováním jeho osobních údajů, ale i přesto má zaměstnavatel na zpracování jeho dat právo, neboť zpracování těchto dat je řízeno právní legislativou. Vztahuje se tyto údaje spojenými s těmito akty (ÚOOÚ, 2013b):

- Výpočet mzdy, měsíční záloha na daň a prohlášení poplatníka daně z příjmu FO: dosažené vzdělání, praktické dovednosti – předchozí pracovní zkušenosti, získané certifikáty. V případě záloh se jedná o to, zda zaměstnanec pobírá důchod, pokud ano, o jaký typ se jedná. U prohlášení je nutné pro jeho správnost znát, zda zaměstnanec uplatňuje daňové zvýhodnění na manželku a děti: jméno a příjmení manžela/ky, identifikace jejího zaměstnavatele: název, adresa. U dítěte jsou potřebné tyto údaje: jméno, příjmení a rodné číslo.
- Evidence k důchodovému pojištění a zdravotnímu pojištění: dle Zákona 582/1991 o organizaci a provádění sociálního zabezpečení §37 v aktuálním znění, podnik eviduje následující data o zaměstnanci: jméno, příjmení, pohlaví, státní občanství, datum a místo narození, rodné číslo, adresu trvalého bydliště, pojišťovnu. V případě, že pracoval dříve v zahraničí, tak jeho informace o tom důchodovém pojištění.

Až v případě, když dochází ke zpracování zaměstnancových dat mimo výše vymezené okruhy je nezbytné, aby zaměstnavatel o tento souhlas zaměstnance požádal. Všichni zaměstnanci podniku Babylon Shop s.r.o. svůj souhlas se zpracováním osobních údajů udělili. Vzor tohoto souhlasu je uveden v příloze C.

Tento dopad lze kvantifikovat za administrativní, výhody z něho plynoucí jsou zajištění efektivity v řízení podniku a zvýšení podnikové konkurenceschopnosti.

8.2 Dotazníkové šetření

Dotazníkové šetření proběhlo v podniku písemnou formou viz příloha B, zúčastnilo se ho třináct respondentů. Výsledkem je zjištění hlavních vlivů, které se projeví v podniku a se zavedením GDPR začaly ovlivňovat zaměstnance. Tomuto šetření byli podrobeni všichni stálí zaměstnanci tak i ti, kteří zde pracují na dohodu o provedení práce. Dotazník byl sestaven z šestnácti otázek, kde byly použity především typy otázek uzavřených. Nicméně díky velkému množství respondentů bylo reálné použít i otázky otevřené, neboť jejich analýza nebyla rozsahově náročná. Tímto typem otázek byl získán osobní názor zaměstnanců k dané problematice.

8.2.1 Pozice v podniku

První otázka dotazníku sloužila k identifikaci respondenta, dotazovala se na pozici zaměstnance v podniku. Na základě této identifikace je možné při analyzování získaných výsledků z tohoto šetření odhalit různé spojitosti, například založené na postavení v podniku, na věku respondenta, pohlaví, praxi v oboru atd.

8.2.2 Kontakt s klientem

Druhá otázka se zabývala, do jakého kontaktu zaměstnanec s klientem přichází. V této otázce měl respondent možnost zvolit více možností, a to:

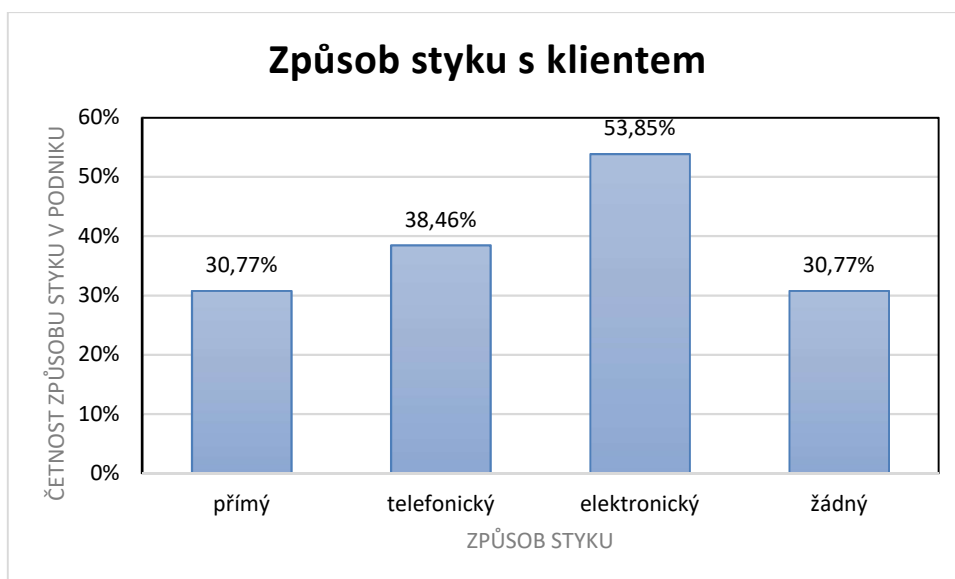
- přímého styku,
- telefonického styku,
- elektronického styku,
- žádného styku.

Přímým stykem se rozumí, že respondent je v osobním kontaktu s klientem podniku. V přímém styku je například:

- zástupkyně vedoucího provozovny při řešení reklamací s klienty
- asistentka prodeje při obsluze a poskytování poradenství klientům

Elektronickým stykem se rozumí veškerá komunikace s klientem v rámci internetu (e-maily, objednávky). Z grafu je zřejmé, že největší zastoupení má v podniku elektronická komunikace s klientem, a to téměř 55 %. Což není v této době překvapivé, jelikož jsme součástí doby digitalizace a neustálého růstu technologií.

Pokud je brán v potaz fakt, že e-shopový obchod funguje pouze čtvrtým roky je pozoruhodné, jak velký počet klientů přijal elektronickou formu komunikace. Elektronickou cestou komunikuje zejména oddělení e-shopu. Pro lepší komfort klientů tuto cestu využívá i kamenný obchod, který takto informuje své klienty např. o naskladnění jejich očekávaného produktu. Téměř 40 % zastoupení stále zastává telefonická komunikace, jelikož při potřebě získání rychlé a přesné reakce je elektronická komunikace stále v nevýhodě. Nejčastěji je telefonická komunikace využívána při poskytování poradenského servisu klientům e-shopu, kdy se klienti obrací na kamenný obchod při výběru vhodného tvaru, střihu a velikosti jeans. Zbývající dvě kategorie jsou zastoupeny stejným procentním vyjádřením, rozděluje to zaměstnance na dvě skupiny. První skupinou jsou zaměstnanci z kamenné prodejny, kteří jsou k dispozici klientovi s výběrem a obsluhou. Druhou skupinou jsou zaměstnanci tzv. backoffice, jsou to kancelářští pracovníci e-shopu a zaměstnanci skladu, kteří s klientem nekomunikují.



Graf 1: Způsob styku zaměstnanců s klienty v Babylon Shop s.r.o.

Zdroj: Vlastní zpracování

8.2.3 Řešení problematiky GDPR v podniku

Třetí otázka se dotazuje respondentů, zda je v jejich podniku řešena problematika GDPR. Jak je na grafu zřejmé všichni respondenti vybrali odpověď „ano, je řešena“. Z toho vyplývá, že o změnách a nových náležitostech fungování podniku se mezi zaměstnanci a vedením otevřeně mluví. Tudíž celý proces GDPR neprobíhá jen v okruhu managementu společnosti. Důležité ale je, jak řešení této problematiky probíhá, což bude zřejmé z analýzy dalších částí dotazníku.



Graf 2: Řešení GDPR v Babylon Shop s.r.o.

Zdroj: Vlastní zpracování

8.2.4 Způsob řešení problematiky GDPR

Čtvrtá otázka se dotazuje respondentů, jakým způsobem podnik řeší problematiku GDPR. Odpovědí respondenta bude tvrzení, které v podniku cítí, což znamená, že management se může soustředit na úplně jinou variantu způsobu řešení GDPR, jen o tom neinformuje své zaměstnance.

Otázka zní: „*Pokud se problematika v podniku řeší, tak jakým způsobem?*“ Na výběr měl respondent ze tří možných odpovědí:

- Ve vztahu ke mně, jako k zaměstnanci
- Ve vztahu mně zaměstnance ke klientovi podniku
- Obě výše uvedené

Téměř 70 % respondentů uvádí, že management se soustředí na řešení GDPR komplexně, a to jak na zaměstnance, tak i na vztah zaměstnance a klienta. Tento výsledek ukazuje, že podnik se zaměřuje na problematiku GDPR jako na celek. Zbylí respondenti uvádí, že ze strany managementu pocítují řešení problematiky pouze na svou osobu. Při zjišťování souvislostí mezi postavením respondenta a jeho odpovědí bylo zjištěno, že tato skupina respondentů nepřichází do žádného kontaktu s klientem. Zastoupení pouze pro vztah zaměstnanec-klient je nulové. Z toho vyplývá, že všechny osoby, které přicházejí do styku s klientem jsou podrobeni drobnohledu managementu.



Graf 3: Zaměření managementu Babylon Shop s.r.o. v rámci řešení problematiky GDPR

Zdroj: Vlastní zpracování

8.2.5 Obeznamení v problematice GDPR

Pátá otázka se zabývá, zda byli respondenti blíže informováni managementem o problematice GDPR. Jak je z grafu zřejmé, všichni zaměstnanci podniku byli podrobeni určité formě osvěty. Důležité je jakou formou tato osvěta proběhla a jak byla pro zaměstnance přínosná, což bude rozebráno v dalších otázkách dotazníku.



Graf 4: Informovanost zaměstnanců Babylon Shop s.r.o. o GDPR

Zdroj: Vlastní zpracování

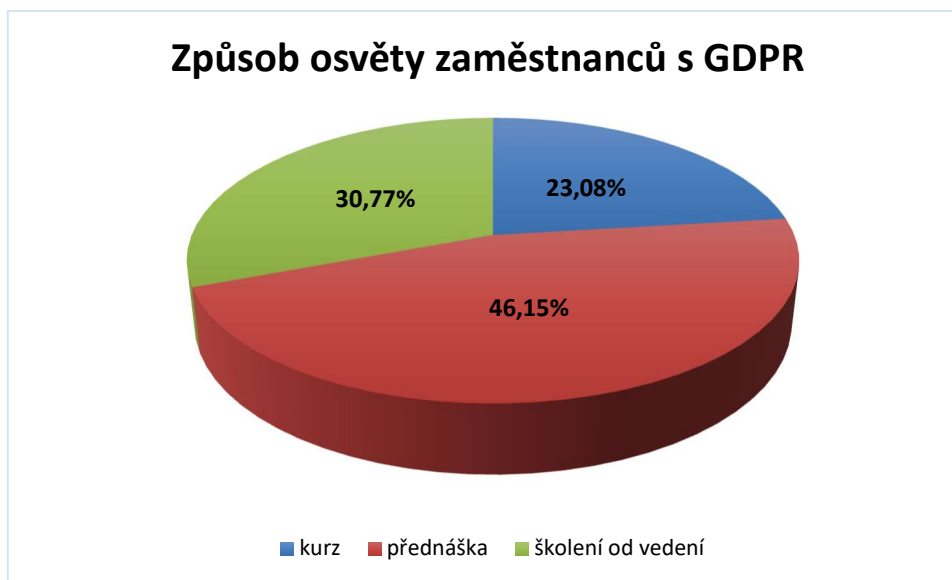
8.2.6 Forma vzdělání zaměstnanců v problematice GDPR

Šestá otázka se zabývá, jakou formou byli zaměstnanci vzděláváni v problematice GDPR. Na výběr měl respondent z následujících možností:

- přednáška,
- kurz,
- seminář,
- školení od vedení podniku,
- jiný způsob:.

Pro vzdělávání zaměstnanců v problematice GDPR management podniku zvolil tři způsoby a to přednášku, školení od vedení podniku a kurz.

Z grafu je čitelné, že téměř polovina zaměstnanců byla vzdělávána formou přednášky. Dalších 23 % formou kurzu a skoro 31 % formou školením od vedení. Po analyzování získaných výsledků je patrné, že tyto formy byly zvoleny podle postavení zaměstnanců, jejich kompetencí a vztahu ke klientovi viz Tabulka 1.



Graf 5: Způsob absolvované osvěty zaměstnanci Babylon Shop s.r.o. v problematice GDPR

Zdroj: Vlastní zpracování

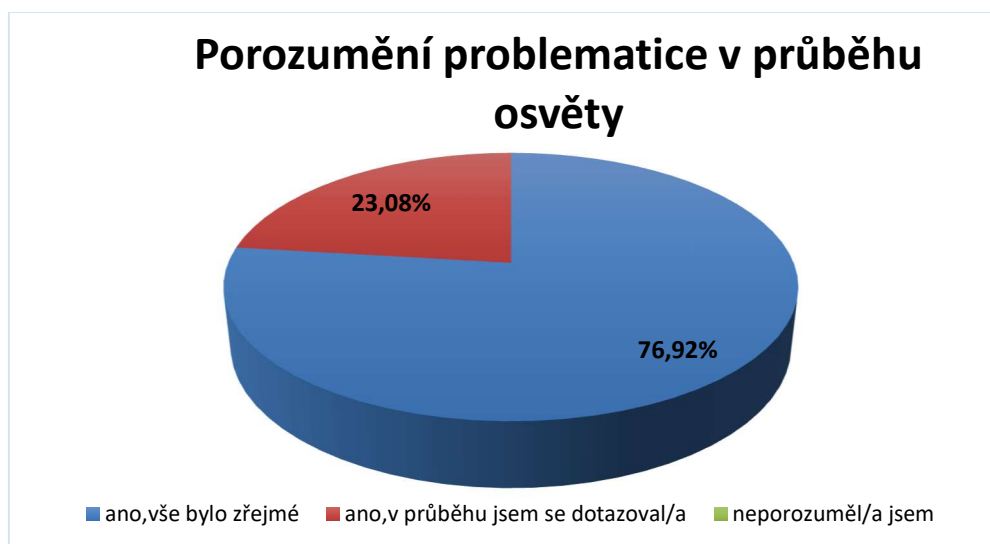
Tabulka 1: Rozložení formy osvěty v rámci pozic v podniku

pozice v podniku	forma osvěty
zástupkyně vedoucího provozovny	kurz
asistentka manažera obchodu	kurz
manažer pro e-shop	kurz
asistentka prodeje I.	přednáška
asistentka prodeje II.	přednáška
pracovnice e-shopu	přednáška
asistentka e-shopu I.	přednáška
asistentka e-shopu II.	přednáška
Marketingový pracovník	přednáška
skladní pracovník I.	školením od vedení
skladní pracovník II.	školením od vedení
skladní pracovník III.	školením od vedení
Designérka + fotografka	školením od vedení

Zdroj: Vlastní zpracování

8.2.7 Dostatečnost absolvovaného vzdělání v GDPR

Sedmá otázka se dotazuje respondentů, zda poznatky získané během osvěty byly dostačující a jasné. Pro více než 75 % respondentů byly všechny získané poznatky a informace zřejmé. Zbývající část respondentů se dotazovala v průběhu kurzu, přednášky, školení a tím si problematiku ujasnila. Podstatné je, že osvěta byla pro všechny zaměstnance srozumitelná.



Graf 6: Porozumění zaměstnanců Babylon Shop s.r.o. při osvětě na GDPR

Zdroj: Vlastní zpracování

8.2.8 Povinnosti a úkoly plynoucí zavedením GDPR

Osmá otázka se dotazuje zaměstnanců, zda jim přibyly nové povinnosti a úkoly vlivem zavedení GDPR do praxe. Téměř 77 % tázaných respondentů tvrdí, že ano.



Graf 7: Přínos nových povinností a úkolů pro zaměstnanců Babylon Shop s.r.o. vlivem zavedení GDPR

Zdroj: Vlastní zpracování

Nové povinnosti a úkoly se netýkají 23 % zaměstnanců, kteří jsou uvedeny v tabulce č. 2. Jak mohlo být predikováno dopady GDPR se nebudou ve velké míře týkat pozic, které nepřichází do kontaktu s klienty, což dokazuje i toto šetření.

Tabulka 2: Rozložení formy osvěty do pozic v podniku

pozice	nové povinnosti a úkoly
asistentka prodeje II.	ne
skladní pracovník I.	ne
skladní pracovník II.	ne
skladní pracovník III.	ne

Zdroj: Vlastní zpracování

8.2.9 Nové povinnosti a úkoly

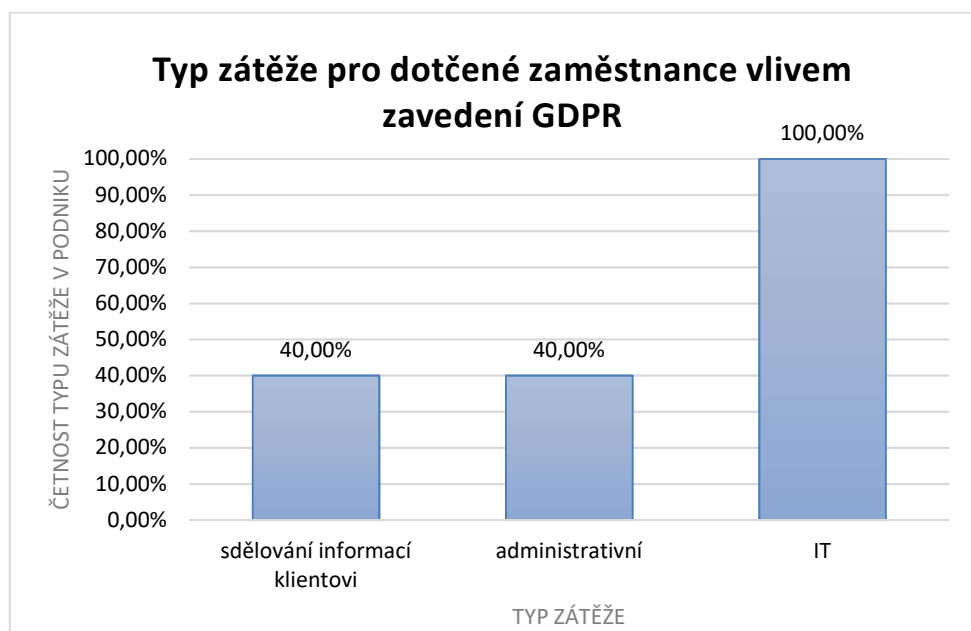
Devátá otázka se zabývá respondenty, kteří v předchozí otázce označili, že zavedením GDPR byla jejich pracovní pozice postižena novými povinnostmi a úkoly. Tato otázka zjišťuje, jaké povinnosti a úkoly přibyly dotčeným respondentům. Respondenti mohli označit více variant odpovědí z těchto možností:

- povinnosti a úkoly administrativního charakteru
- povinnosti a úkoly IT charakteru (např. připojení do interní sítě a systémů)
- povinnosti a úkoly spojené se sdělováním informací klientovi (např. sdělování účelu zpracováním jeho dat)

Z grafu je zřejmé, že největší zastoupení 100 % má zátěž IT charakteru, což je v této době digitalizace pochopitelné. Jedná se zejména povinnost přihlašování do interního systému, kdy je zaměstnanec několikrát nucen zadat své ID a heslo. Další dvě zátěže jsou vyrovnané jedná se o administrativní povinnosti, které zejména postihli vyšší pracovní pozice a druhou zátěží je sdělování informací klientovi. Klientovi je sdělován účel zpracování jeho údajů ústně zejména na kamenné prodejně v případě:

- reklamace
- osobní objednávky zboží větších velikostí
- osobní objednávky zboží na přání

30 % zaměstnanců se žádná zátěž vlivem zavedení GDPR nedotkla.



Graf 8: Četnost typů zátěže pro zaměstnance Babylon Shop s.r.o.

Zdroj: Vlastní zpracování

8.2.10 Problémy při výkonu nových povinností a úkolů

Desátá otázka se zabývá, zda byly nové povinnosti a úkoly pro respondenty problematické. Téměř pro ½ respondentů nepředstavovaly nové povinnosti a úkoly žádnou přítěž. Pro dalších 30 % respondentů s novými povinnostmi a úkoly přibyly problémy. Následující otázka se blíže věnuje rozsahu těchto problémů.



Graf 9: Přínos nových problémů při výkonu povinností a úkolů zaměstnanců Babylon Shop s.r.o.

Zdroj: Vlastní zpracování

8.2.11 Rozsah problémů plynoucích zavedením GDPR

Jedenáctá otázka se táže respondentů, kterým zavedení GDPR přineslo problémy vlivem nových povinností a úkolů. „*O jak velkou zátěž se jednalo?*“

Na výběr měli z možností:

- mírná
- střední
- velká

Pouze pro 31 % respondentů přineslo zavedení GDPR problémy: z toho pro tři zaměstnance představovala střední zátěž a pro jednoho mírnou zátěž.

8.2.12 Přístup ke klientovi

Dvanáctá otázka se dotazuje, zda respondenti museli změnit svoje chování či přístup při kontaktu s klientem. Důležitým zjištěním je, že téměř ½ respondentů své chování či přístup ke klientovi změnit musela. Jednalo se o hlavně o sdělování účelu zpracování dat subjektů údajů, a to jak během telefonické komunikace, tak přímého kontaktu personálu s klientem. 23 % respondentů své návyky v chování a přístupu ke klientovi měnit nemuselo, jedná se o skupinu respondentů, kteří jednájí s klientem prostřednictvím elektronické komunikace.



Graf 10: Změna v chování a přístupu zaměstnanců Babylon Shop s.r.o. ke klientům

Zdroj: Vlastní zpracování

8.2.13 Podstata změny

Třináctá otázka se dotazuje pouze části respondentů, kteří na předchozí otázku odpověděli ano, tzn. že museli změnit svůj přístup či chování vůči klientovi. Tato otázka je položena formou otevřené otázky:

„V čem se muselo vaše chování či přístup změnit?“

- Zástupkyně vedoucí provozovny odpověděla:

„Jelikož místem mého pracoviště je kamenná prodejna, je pochopitelné, že s klientem den, co den přicházím do kontaktu, a to zejména osobního a telefonického. Řešení požadavků na objednání specifických produktů, které nemáme skladem je na denním pořádku. Ale nyní již je nutné při zaznamenávání klientů do systému jim sdělovat účel zpracování jejich dat. I když se tato skutečnost může zdát klientům zbytečná pro nás jako podnik řídicí se Nařízením je nezbytná. Od mnoha klientů slyšíme, že to je to „GDPR, že?“. Ten samý postup je i v případě telefonické objednávky, kdy je klientovi na konci celého telefonátu rekapitulována jednaná

skutečnost včetně účelu zpracování jeho dat. V podniku nyní ještě neprobíhá zpracování osobních dat klientů k rozšířeným účelům, takže účel využití získaných dat je stejný jako účel jejich získání.“

- Asistentka prodeje I. odpověděla:

„Při obsluze klienta jsme začali být více diskrétní, a to zejména při poskytování poradenství výběru správných jeans. Zejména v ohledu sdělování odhadované velikosti a rozměrů klienta, jelikož existuje sorta klientů, kteří se za svůj parametrický údaj stydí nebo ho nechtějí slyšet veřejně před ostatními klienty. Další změnou je, že po zavedení GDPR je naší povinností nechat si podepsat souhlas se zpracováním osobních údajů včetně účelu zpracování těchto dat. Tento souhlas včetně účelu nechávám klienty podepsat v případě individuálních objednávek na našem kamenném obchodě.“

- Asistentka prodeje II. odpověděla:

„Přestali jsme zmiňovat například velikost klienta při výběru jeho kalhot, abychom jsme je neuváděli do rozpaků. Obecně jsme se zaměřili na vyšší diskrétnost. U individuálních objednávek musíme nechat podepsat souhlas se zpracováním osobních údajů. Je to jako bychom objednávali online, ale jelikož je to na obchodě tak se musí tento souhlas nechat podepsat.“

- Asistentka manažera obchodu odpověděla:

„V rámci své pozice do styku s klienty nepřicházím po celou dobu pracovní doby, ale přesto se můj přístup ke klientům a požadavkům GDPR musel přizpůsobit. Mezi novou povinností, kterou GDPR na mou pozici přineslo je kontrola všech dokumentů uzavřených na kamenném obchodě týkající se klienta a naší společnosti. Kontrola spočívá v ověřování základních náležitostí dokumentů se zaměřením: na udělení souhlasu se zpracováním osobních údajů a na souhlas účelu zpracování jeho dat. Jedná se především o dokumenty typu:

- *Reklamační protokol,*
- *Objednávka produktu nadměrné velikosti,*
- *Objednávka produktu, který nedržíme na skladu ČR (což je přes e-shop, možný přes kolonku, dotaz na produkt),*

- *Objednávka produktu na přání klienta (tento typ produktu nemáme běžně v sortimentu).“*

- Manažer pro e-shop odpověděl:

„Já se budu zabývat klienty e-shopového obchodu, se kterými přicházíme nejčastěji do styku elektronickou nebo telefonickou cestou. Na e-shopu jsou již klienti při objednávce zboží informováni o účelu zpracováním jejich dat. Tento nový fakt považují za hlavní změnu v přístupu celého e-shopové obchodu právě ke klientovi. Další důležitou změnou prošla i telefonická komunikace s klientem. V případě, že klient požaduje provést objednávku po telefonu od našeho personálu, je nutné, aby klient udělil souhlas se zpracováním jeho osobních údajů a účelem zpracování jeho dat. V tomto případě klientům pošleme e-mail s informacemi o zpracování osobních údajů, k prostudování a pokud s nimi souhlasí, tak v objednávce, kterou za něj vytvoříme zadáme, že klient souhlasí, se zpracováním jeho osobních údajů a účelem zpracování. Naší povinností, je abychom tuto skutečnost byli schopni doložit, což my schopni jsme, jelikož když objednávku vytvoříme, zákazníkovi přijde e-mail s celou rekapitulací včetně rekapitulace v oblasti udělení souhlasu se zpracováním jeho dat.“

- Pracovnice e-shopu odpověděla:

„Hlavní změna proběhla při komunikaci s klienty při telefonování, kdy od nich vyžadujeme souhlas se zpracováním osobních údajů a účelem tohoto zpracování. V době před zavedením GDPR jsme na klienty nekladli tyto nároky, ale nyní je to nezbytností hlavně s ohledem na jejich bezpečnost.“

8.2.14 Souhlas se zpracováním osobních údajů zaměstnanců

Čtrnáctá otázka se dotazuje respondentů, zda podepsali souhlas se zpracováním jejich osobních údajů podnikem. Jak je zřejmé z grafu, loajalita a důvěryhodnost zaměstnanců vůči podniku je zde velice značná a to 100 %, což se odráží i v podnikové kultuře, která je z velké části rodinná.



Graf 11: Udělení souhlasu zaměstnanců se zpracováním jejich osobních údajů podnikem Babylon Shop s.r.o.

Zdroj: Vlastní zpracování

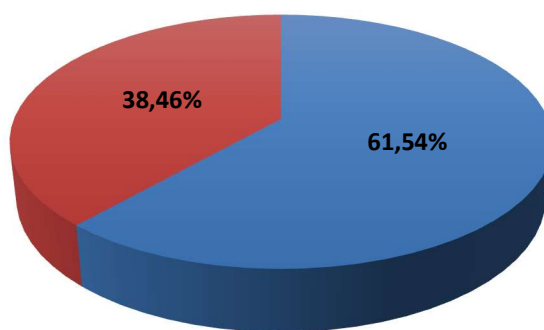
8.2.15 Nezbytnost podpisu souhlasu se zpracováním osobních údajů

Patnáctá otázka je položena respondentům, tímto způsobem: „*Myslíte si, že byste mohli v podniku nadále pracovat, pokud byste ho nepodepsali?*“. Tato otázka prověřuje povědomí respondentů v problematice zpracování a uchovávání jejich dat. Na výběr měli respondenti:

- ano
- ne
- nevím

Výborné zjištění je, že žádný ze zaměstnanců nezvolil odpověď „ne“, což ukazuje, že povědomí o problematice ochrany osobních údajů mezi zaměstnanci není nulové. 3/5 respondentů označili odpověď „ano“, což znamená, že si jsou jistí, že by mohli v podniku pracovat i bez udělení souhlasu se zpracováním svých údajů. Smutnějším faktem je, že zbylé 2/5 si touto skutečností jisti nejsou. V tabulce č. 3 jsou podrobně znázorněny pozice lidí, kteří si nejsou jisti, zda by v podniku mohli nadále pracovat. Dále je nutné se zamyslet, zda povědomí v této problematice je závislé na formě absolvované osvěty. Je možné, pokud by zaměstnanci byli tázáni na tuto otázku ještě před absolvováním osvěty, tak jejich odpovědi by byly rozdílné.

Mínění zaměstnance: Zda by mohl pracovat dále ve firmě ikdyby nepodepsal souhlas se zpracováním osobních údajů



■ ano, mohl/a ■ nevím, nejsem si jistý/á ■ ne, nemohl/a

Graf 12: Být zaměstnanec v Babylon shop s.r.o. i přes nepodepsání souhlasu se zpracováním osobních údajů

Zdroj: Vlastní zpracování

Z tabulky č. 3 je viditelná závislost mezi formou vzdělání a nesprávným povědomím uvedených zaměstnanců o poskytování souhlasu se zpracováním jejich dat. Zde je možno usuzovat, že školení proběhlo rychlejší, věcnější a stručnější formou, kde byla zaměstnancům sdělena problematika pouze v návaznosti na výkon jejich pracovní náplně.

Tabulka 3: Závislost mezi způsobem vzdělání a povědomím o udělení souhlasu se zpracováním svých osobních údajů.

pozice	mohl/a?*	způsob vzdělání
asistentka prodeje II.	nevím	přednáška
skladní pracovník I.	nevím	školením od vedení
skladní pracovník II.	nevím	školením od vedení
skladní pracovník III.	nevím	školením od vedení
Designérka + fotografka	nevím	školením od vedení

Zdroj: Vlastní zpracování

8.2.16 GDPR a zaměstnanec

V poslední šestnácté otázce je respondentům položena otevřená otázka: „*Co Vám GDPR přineslo (pozitivního i negativního)?*“

- Zástupkyně vedoucí provozovny

„přehled v oblasti ochrany osobních údajů a další administrativu při výkonu mé práce“

- Asistentka prodeje I.

„naučilo mě to, být ke klientům více diskrétnější a pomáhat chránit jejich osobní údaje“

- Asistentka prodeje II.

„naučilo mě to být více loajální k našim klientům“

- Asistentka manažera obchodu

„pro mě to znamená mnoho administrativy, ale výsledkem je 100 % záruka klientům, že u nás jsou jejich osobní údaje v nejlepších rukou“

- Manažer pro e-shop

„fakt uvědomit si, že musíme klienty neustále co nejvhodnější cestou a formou informovat, co se kdy, jak se děje a co se jich týká, a to zejména z toho důvodu, že jsou to klienti z elektronické platformy, a že jim tyto nové skutečnosti nemůžeme empaticky osobně vysvětlit.“

- Pracovnice e-shopu

„administrativu a z hlediska pozitivních přínosů: jsem moc ráda, že náš podnik investoval do našeho vzdělání právě v oblasti GDPR, což dle mého názoru je důvod proč zákazníkům můžeme poskytovat 100 % servis.“

- Asistentka e-shopu I.

„pro mě je to konkrétně zvýšení administrativy, ale naše pracovní náplň byla na základě domluvy s vedením uzpůsobena, tak abychom s kolegy na stejné pracovní pozici vše stíhali.“

- Asistentka e-shopu II.

„jednoznačně administrativu, ale za pozitivum beru jak, vedení zareagovalo a všechny výkony navíc ohodnotilo“

- Skladní pracovník I.

„zjistila jsem, že i s mými údaji je v podniku zájem poctivě nakládat“

- Skladní pracovník II.

„školení mi přineslo mnoho nových poznatků, už vím, co se s mými údaji v podniku děje, jak se uchovávají, takže celkově bych řekla že, to, co mi GDPR přineslo je pocit bezpečí.“

- Skladní pracovník III.

„přineslo mi to hlavně poznatky, a musím uznat, že jsem ráda, na jaké pozici jsem, protože mě žádné nové povinnosti nepřibyly. Kdybych se měla učit novým věcem, muset např. využívat interní programy podniku, bylo by to pro mě jako pro důchodkyni složité a přineslo by mi to zajisté mnoho útrap“

- Marketingový pracovník

„mě celá problematika GDPR přinesla nové informace a pokyny jak při kampaních a marketingových průzkumech počínat.“

- Designérka + fotografka

„jelikož fotografie produktů fotím na umělých modelech, jsem si jistá, že žádné údaje osob nezpracovávám, takže žádné povinnosti pro mě GDPR nepřineslo, což je super! Na druhou stranu mě těší, zájem ze strany podniku, že nás žádali o souhlas se zpracování našich údajů za účelem zvýšení efektivity a konkurenceschopnosti našeho podniku. Takže si myslím, že vše probíhá tak jak má.“

Výsledky z dotazníkového šetření proklamují předpoklad, že došlo ke zvýšené ochraně v přihlašování do celého systému firmy a administrativě. Nové skutečnosti vzniklé vlivem zavedení GDPR ve vymezení k okruhu zaměstnancům, nejsou považovány za tak razantní a budou zanalyzovány a shrnuty v poslední kapitole této práce.

9 VLIV GDPR NA VZTAH S KLIENTEM

Zavedení GDPR do praxe přináší i důsledky na subjekty údajů, kterými jsou klienti kamenného a e-shopového obchodu. Dopady na zákazníky je třeba posoudit z obou perspektiv, a to z negativní i pozitivní.

Při nákupu musí být podmínky pro souhlas se zpracováním osobních údajů předloženy subjektu osobních údajů odděleně od podmínek pro zpracování těchto údajů k ostatním službám, např. marketingu. V podmínkách musí být detailně uvedeno s jakým záměrem, jaké data, jak dlouho a kdo je bude uschovávat. (Ministerstvo vnitra České republiky, 2019)

9.1 Dotazníkové šetření

Celé šetření proběhlo formou krátkého dotazníku. Cílovými skupinami jsou:

- klienti kamenné prodejny,
- klienti e-shopu.

Požadavkem bylo, že v Babylon Shop s. r. o. nakupovali alespoň 2 x a alespoň jeden svůj nákup provedli do 24. května 2018 a druhý po 25. květnu 2018.

První část dotazníků je soustředěna na klienty kamenné prodejny. Šíření dotazníku probíhalo po nákupu klienta, kde byli klienti ústní formou dotazováni na otázky uvedené v příloze D. Dotazníkové šetření probíhalo od 1.11.2018 do 31.1.2019, doba tří měsíců byla zvolena záměrně, aby bylo možno získat co nejvíce odpovědí od respondentů naší cílové skupiny. Jedna filtrační otázka byla zvolena u první cílové skupiny navíc. Jednalo se o otázku: „*Provedli jste již u nás nákup, pokud ano bylo to před 25. květnem 2018?*“ Touto otázkou došlo k vyfiltrování neadekvátních respondentů. Druhá část dotazníků byla odeslána e-mailem sedmdesáti náhodně zvoleným klientům, kteří odpovídali uvedenému požadavku. Od této skupiny klientů byla návratnost dotazníků 80 %, s tímto faktem bylo při odesílání dotazníků počítáno a záměrně byl zvolen větší počet potenciálních respondentů. Získávání dat od této skupiny klientů probíhal v období od 1.1.2019 do 25.1.2019. Celkově byly získány odpovědi od 106 respondentů.

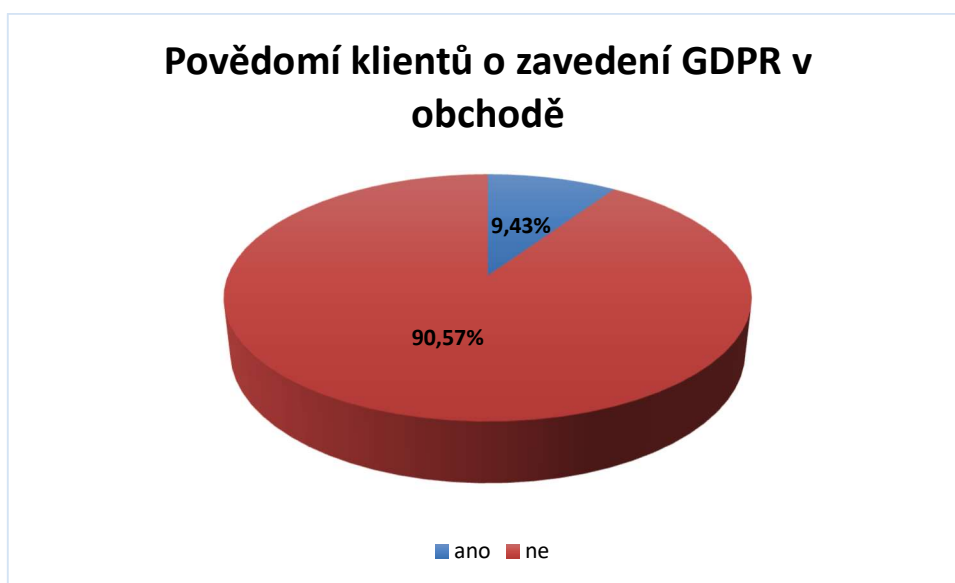
9.1.1 Povědomí klientů o GDPR v podniku

Oběma cílovým skupinám byla položena tato otázka:

„*Zaznamenali jste zavedení GDPR ve vašem obchodě – Babylon Shop s.r.o.?*“

Jak je z grafu zřetelné přes 90 % klientů nepostřehlo a nezaznamenalo žádné změny, které by měly souviset právě s problematikou ochrany osobních údajů. Pouhých 9 % respondentů si

povšimlo, že GDPR bylo v podniku zavedeno v účinnost. Z těchto 9 % klientů se jednalo z 4/5 o zákazníky e-shopového obchodu.



Graf 13: Povědomí klientů o zavedení GDPR v Babylon Shop s.r.o.

Zdroj: Vlastní zpracování

9.1.2 Citlivost klientů na změny vlivem GDPR

Druhá otázka se dotazuje klientů, zda pocítli nějaké změny při jednání s podnikem – například při telefonické, elektronické nebo osobní komunikaci.

„Zaznamenali jste nějaké změny ze strany obchodu k vaší osobě?“

Pouhých 13 % respondentů pocítlo změny vyvolané GDPR.



Graf 14: Citlivost klientů na změny způsobené GDPR v Babylon Shop s.r.o.

Zdroj: Vlastní zpracování

9.1.3 Změny pocítěné ze strany klienta

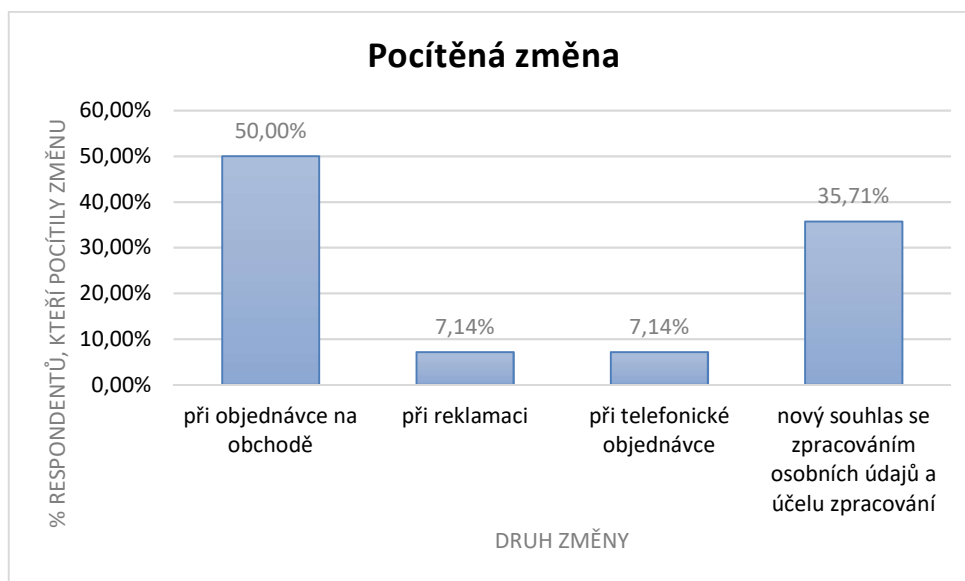
Třetí otázka se týká 13 % respondentů, kteří zaznamenali změny ze strany podniku k jejich osobě. V této otázce jsou respondenti blíže tázáni, jaké změny pocítili.

„Jaké změny jste zaznamenaly?“

Nejvíce klienti pocítli změny při objednávce na obchodě, jednalo se zejména o objednávky produktu na přání. Podnik nyní již musí klienty požádat o písemný souhlas se zpracováním klientových dat a účelem zpracování této objednávky. Důvodem je povinnost podniku doložit udělený souhlas. Dalších téměř 36 % respondentů si povšimlo změn na webu podniku, jednalo se o:

- aktivní potvrzování check-boxu se souhlasem zpracováním osobních údajů (dříve bylo pasivně předzakliknuto),
- v podmínkách je nově uveden účel zpracování poskytnutých dat.

Jako další důvody uvádějí respondenti pocítění změn při reklamaci produktu a telefonické komunikaci, a to zejména při telefonické objednávce,



Graf 15: Druh pocítěné změny ze strany klientů Babylon Shop s.r.o.

Zdroj: Vlastní zpracování

9.1.4 Zařazení klienta

Pomocí této otázky dochází k identifikaci klienta na dvě předdefinované cílové skupiny. „Jste převážně klientem kamenného nebo e-shopového obchodu?“ Poměr respondentů je téměř stejný, což bylo cílem u tohoto šetření. Byly získány odpovědi od 56 respondentů (52,83 %) e-shopového obchodu a od 50 respondentů (47,17 %) kamenného obchodu.



Graf 16: Segment respondentů

Zdroj: Vlastní zpracování

9.1.5 Spokojenost se zabezpečením

Poslední otázka se dotazuje na spokojenost respondentů se zabezpečením jejich údajů podnikem. „*Jste spokojeni s úrovní zabezpečení ochrany vašich osobních údajů podnikem Babylon Shop s. r. o.?*“ Méně než 4 % respondentů neví, zda je se zabezpečením svých údajů podnikem spokojeno. Přes zbylých 96 % respondentů je s úrovní zabezpečení spokojeno. Skvělé zjištění je, že žádný z oslovených není nespokojený se zabezpečením svých dat podnikem.



Graf 17: Spokojenost klientů se zabezpečením osobních údajů podnikem Babylon shop s.r.o.

Zdroj: Vlastní zpracování

10 ZHODNOCENÍ ANALYZOVANÝCH DOPADŮ NA PODNIK

V této kapitole jsou zjištěné dopady, vlivy, přínosy GDPR pro podnik Babylon Shop s.r.o. uceleny, upřesněny a doplněny o informace získané z rozhovoru se správcem údajů podniku. Cílem této kapitoly je přinést celkový pohledem na problematiku GDPR v podniku.

V podniku vykonává pozici správce údajů manažér pro e-shop, který je v neustálém kontaktu se zpracovatelem. Funkce zpracovatele údajů je plněna třetí stranou pomocí outsourcingu. Takže je nutné zkoumat i dopady, které subjekty údajů mohou postihnout z výkonu činnosti třetí strany, která jejich údaje zpracovává. Jedná o zpracování:

- dat klientů: tyto data jsou zpracovávána společností Pixel designe s.r.o., od které podnik zakoupil SW. Ve společnosti Pixel designe na pobočce Pardubice se nachází hlavní provozovna zpracovatele. Při zpracování dat je použito i profilování.

SW Pixel designe: jedná se o SW vyrobený firmou Pixel designe s.r.o., který umožňuje schraňovat všechna data klientů v jedné komplexní databázi. Tato databáze slouží zejména v případě potřeby pracovat s komplexními daty o klientech, což může být ze strany GDPR použito, když klient požádá o předložení, výmaz, anonymizaci všech dat o něm evidovaných. (Pixeldesign.cz, 2019) V budoucnu tato databáze poslouží jako startovací článek k CRM. CRM je akronym z anglického názvu Customer Relationship Management, u nás známo jako „řízení vztahů se zákazníky“. Jedná se o podnikovou strategii, dlouhodobého charakteru, která je vytvořena na vzájemně prospěšném vztahu mezi podnikem a klienty. (Eway CRM, 2008-2019)

- dat zaměstnanců: o tyto data se stará společnost M-cont s.r.o., která poskytuje podniku mzdové a účetní služby. (M-CONT S.R.O., 2019)

Podnik tvrdí, že poskytování dat třetí straně je maximálně chráněno pomocí bezpečnostních technických opatření a rozsáhlých právnicky ověřených smluv. Tudíž subjekt údajů nemusí mít žádný strach, že právě při poskytování dat třetím osobám nebo při zacházení třetích osob by mohlo dojít k narušení ochrany jejich osobních údajů. Podnik vybral společnosti, se kterými má výborné letité zkušenosti.

10.1 Hlavní dopady

Zhodnocení dopadů proběhne na základě již analyzovaných dopadů na podnik ze tří perspektiv:

- Analýza sebehodnocení (viz 7. kapitola)
- Dotazníkové šetření se zaměstnanci (viz 8. kapitola)

- Dotazníkové šetření s klienty (viz 9. kapitola)

Výsledkem tohoto zhodnocení bude ucelený pohled na jednotlivé dopady, tento pohled bude získán z výše uvedených perspektiv, rozhovorem se správcem a interními informacemi. Za nejvíce dotčené osoby patří vedení podniku a zaměstnanci, jak je zřejmé ze zjištěných stanovisek, jednalo se především o tyto okruhy:

10.1.1 Finance

Největším dopadem pro podnik bylo pořízení nového SW od společnosti Pixel designe s.r.o., který se pohyboval v řádu deseti tisíců. Další vynaložené finanční prostředky byly použity na financování outsourcingových služeb – právní poradenství a zprostředkování e-shopu – Pixel designe s.r.o. Na e-shopu proběhly konfigurace souborů cookies, procesu objednávání včetně obchodních podmínek. Nezanedbatelná část tvoří mzda pro zpracovatele osobních údajů, která je vyplácena měsíčně. Dotčeným zaměstnancům přibyly nové povinnosti a ty byly ohodnoceny zvýšením hrubé mzdy. Další finance byly opět využity na vzdělání zaměstnanců.

10.1.2 Nové povinnosti

Pro více než $\frac{3}{4}$ zaměstnanců přibyly nové povinnosti, dotčeny byly zejména pozice, které přicházejí do styku s klientem. Mezi nejčastější povinnosti patří právě administrativa. Jedná se především o získávání a kontrolu souhlasu se zpracováním osobních údajů, účelu zpracování dat. Toto je stěžejní oblast, na kterou se podnik připravoval před účinností GDPR. Další nové povinnosti přibyly managementu při zajišťování bezproblémového chodu a naplňování všech povinností, které GDPR ukládá.

10.1.3 Administrativa

Administrativa přibyla zejména managementu společnosti, jednalo se o zabezpečení všech náležitostí, které GDPR vyžaduje, zejména o přidělování nových povinností zaměstnancům, popř. jmenování nových funkcí. Z řad zaměstnanců, kterým přibyly vlivem GDPR nové povinnosti se jednalo ze 40 % o administrativní úkony v oblasti souhlasu se zpracováním osobních dat subjektů údajů a souhlasu s účelem tohoto zpracování.

10.1.4 Vzdělání

Vzdělání je chápáno spíše jako pozitivní dopad. Všichni zaměstnanci podniku byli podrobena určité formě osvěty v problematice GDPR. Bylo to nezbytností, aby zaměstnanci byli v této problematice proškoleni. Podnik tímto krokem chtěl získat jistotu, že i zaměstnanci se mohou správně podílet na ochraně osobních data jejich klientů.

10.1.5 Absence pozice DPO

V podniku není funkce DPO – pověřence pro ochranu osobních údajů zřízena, jelikož dle článku 37 GDPR nepodléhá uváděným bodům a v žádném případě nezpracovává data rozsáhlého nebo pravidelného monitoringu subjektu údajů. Z absence této pozice vyplývají pro podnik pozitivní i negativní dopady. Za výhodu je bráno, že v podniku neprobíhá zbytečný odliv peněžní prostředků na financování této pozice. Pokud se na celou problematiku DPO podíváme z opačné perspektivy je zřejmé, že nedochází ke zdvojené kontrole nad zpracováním osobních údajů. Což může představovat riziko, ale to je eliminováno správným výběrem správce a zpracovatele, kteří musejí být v celé problematice certifikovaní a zkušení.

Těchto pět největších oblastí je seřazeno podle největší míry dopadu na podnik. Při zhodnocení analyzovaných dopadů, je zjištěno, že na klienta zavedení GDPR přineslo minimální, téměř nezatelnou zátěž. Za hlavní dopad pro klienta lze považovat minutu jeho času navíc při udělování souhlasu se zpracováním osobních údajů a jeho účelu.

10.2 Konkretizace cookies souborů

Po zavedení GDPR do podnikové praxe vybraného podniku, byly konkretizovány soubory cookies. Pro tento monitoring vybraný podnik využívá služeb společnosti Google – online platformy Analytics. Z nichž získává cenná data o návštěvnicích webu, která jsou využita při cíleném marketingu a dalších podnikových aktivitách. Zajištění, že data návštěvníků webu nebudou personalizována zajišťuje společnost Google.

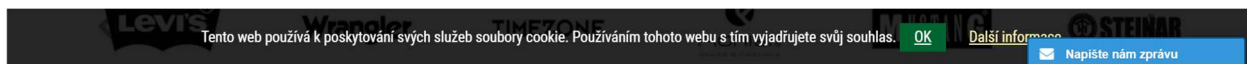
„Fyzickým osobám mohou být přiřazeny síťové identifikátory, které využívají jejich zařízení, aplikace, nástroje a protokoly, jako například adresy internetového protokolu či identifikátory cookies, nebo jiné identifikátory, jako jsou štítky pro identifikaci na základě rádiové frekvence. Tímto způsobem mohou být zanechány stopy, které mohou být zejména v kombinaci s jedinečnými identifikátory a dalšími informacemi, které servery získávají, použity k profilování fyzických osob a k jejich identifikaci.“ (ČESKO, 2016)

Soubory cookies jsou pro vybraný podnik významným zdrojem dat. Jejich legalita je pro podnik klíčová. Jedná se např. o data (Google, 2019):

- Která zařízení byla využita k přístupu (stolní počítač, telefon, tablet...),
- Druh zdroj návštěvy webových stránek (organic search – běžný vyhledávání, paid search – placená reklama, direct – přímý odkaz, referral – doporučení, social – sociální sítě),
- typ použitého internetového vyhledávače,

- počet uživatelů vracejících se,
- počet nových uživatelů,
- celkový počet uživatelů,
- počet navštívených stránek na jednu relaci,
- průměrná doba trvání jedné relace,
- konverze (podíl počtu návštěvníků na počet provedených objednávek),
- počet uskutečněných transakcí,
- počet aktivních uživatelů na webu v daném čase,
- geografické lokalizace aktivních uživatelů,
- klíčové slova pomocí nichž se uživatelé dostávají na daný web a další.

Díky zavedení GDPR nastal v používání cookies souborů ve vybraném podniku pořádek a nyní je již podnik bez obav využívá. Podnik informuje na svém webu klienty o cookies souborech přes proklik na vyskakovacím banneru viz Obrázek 6 a v odkazu na svém webu viz Příloha E.



Obrázek 6: Banner informující o cookies

Zdroj: <https://www.babylonshop.cz/> [cit. 2019-03-29]

GDPR přimělo tento podnik zkontrolovat ještě před zavedením všechny možné vazby, styky, procesy, využívané nástroje.

10.3 Sankce

Obávaný strašákem GDPR jsou sankce. Veřejností a médií bylo spekulováno, že důvodem, proč se podniky na GDPR poctivě připravovaly je obava ze sankcí, které nejsou nikterak malé. Sahají až ve do výše 20 000 000 EUR nebo 4 % celkového ročního obratu celosvětově za předchozí finanční rok.

Sankce vybranému podniku zejména hrozí když (Nulíček, 2018, s. 481-483):

- neumožňuje subjektu údajů uplatňovat práva dle čl.11-22 GDPR,
- nedostatečně zabezpečuje osobní údaje,
- porušuje zásady zpracováním dat,
- získával a uchovával nesprávně souhlas se zpracováním dat subjektu údajů,

- neumožňoval oprávněným úřadům provést kontroly.

Správce údajů Babylon shop s.r.o. uvádí, že se jako podnik, těchto sankcí neobává, jelikož všechny data náležitě chrání a neporušují žádnou z výše uvedených skutečností. Za celé účinné období žádný klient nepožádal o výmaz svých dat z databáze podniku ani o jejich anonymizaci.

10.4 Zhodnocení autora práce jako jednoho ze zaměstnanců vybraného podniku – Babylon shop s.r.o.

Z mého pohledu se vlivem GDPR vše překontrolovalo – všechny procesy, nástroje, zdroje, bezpečnostní opatření a dokumenty týkající se ochrany osobních údajů. Nic nebylo řečeno přímo, jen management zaměstnancům delegoval krátké úkoly, ať napíší – např.:

- jakým způsobem probíhá obsluha zákazníka po telefonu,
- na jakých hlavních faktech stavíte aktuální marketingovou kampaň pro tuto značku výrobků,
- jak postupujete při reklamaci na kamenné prodejně,
- kolik druhů hesel musíte zadat do systému za celý váš den, a podobně.

Každý ze zaměstnanců dostal nějaký úkol, dle kterého následně management vyhodnotil situaci v podniku. Dá se tedy říci, že v podniku probíhalo analyzování všech možných potenciálních zárodků rizik, které by mohly vést k porušení ochrany osobních údajů a úniku podnikových dat. Poté při platném období GDPR probíhala doba změn, kdy se do náplně naší práce začaly prolínat nové skutečnosti a postupy. (Nikola Vytlačilová, autor této BCP)

ZÁVĚR

Cílem této práce bylo zjistit jaké dopady GDPR přineslo na provoz vybraného podniku. Analyzován byl podnik Babylon shop s.r.o., patřící do kategorie MSP, ve kterém pracuji. Výběrem jsem předpokládala, že pro mě bude přístupnější a snadnější porozumět problematice ochrany osobních údajů a vztahům v celém podniku, a to se také naplnilo.

Po zhodnocení výsledků z celkové analýzy podniku bylo zjištěno, že míra dopadu GDPR na provoz vybraného podniku není nikterak velká a rozsáhlá. Nepředstavovala neúměrně velkou zátěž pro žádný článek provozu vybraného podniku. Nejmenší dopady vplynuly pro klienty podniku, kterých se GDPR nejvíce dotklo v případě, kdy byl podnik nucen získat zpětně souhlas se zpracováním dat, které mu byly poskytnuty v době před účinností GDPR, to znamená v období do 24. května 2018. Podnik se jich zpětně dotazoval, zda souhlasí s účelem zpracování dat.

Silnější dopad mělo GDPR na zaměstnance. Ze zjištěných poznatků, lze konstatovat, že pozitivní dopady převládají nad negativními. Zaměstnancům bylo poskytnuto další vzdělání v oblasti ochrany osobních údajů, které zvýšilo jejich profesní kvalifikaci. Nové pracovní úkoly a povinnosti přibýly zejména těm, kteří přicházejí do styku s klienty. Převážně pozitivní dopad na zaměstnance je odvozován z toho, že mírné zvýšení pracovní náplně bylo ohodnoceno vyšší základní měsíční mzdou. Pro management podniku jsou dopady největší. Vedení vynaložilo mnoho času na zjišťování a obstarávání náležitostí potřebných k bezproblémovému, legálnímu chodu GDPR v podniku. Podnik se adaptoval podle právní regulace, tím zesílil právní ochranu subjektů údajů, a tím zvýšil věrohodnost celého podniku pro segment klientů stávajících i potenciálních. Těmito kroky podnik splnil požadavky GDPR. Jako největší dopad na provoz podniku lze považovat finanční stránku. Podnik investoval do zavedení GDPR desítky tisíc korun českých a i nadále je vynakládá ve formě mezd, financování vzdělání a plateb za outsourcingované služby. Za největší unifikovaných finanční dopad podnik považuje zakoupení SW od společnosti Pixel design s.r.o.

Zvýšení bezpečnosti dat bylo pouze marginální z důvodu dodržování mnoha bezpečnostních zásad již v době před zavedením GDPR. Tyto náklady by zřejmě časem přišly i bez zavedení GDPR, jelikož si podnik zakládá na vysoké bezpečnosti dat a na vzdělání zaměstnanců. Podniky, které si na takovéto úrovni bezpečnosti dat nezakládaly, jsou ale nyní také Nařízením nuceny tyto standardy dodržovat. Jedná se, ale i o podniky, které se z velké části neřídily Směrnicí. Jejich vynaložené finanční prostředky, organizační a administrativní změny pro ně představují výrazně markantnější zátěž.

Je také dobré zmínit, že Babylon Shop s. r. o. je poměrně úspěšný podnik, tudíž má volný kapitál pro investice v této oblasti. Podnikům, které se potýkají s finančními problémy, vysokou mírou fluktuace zaměstnanců, špatným managementem může však Nařízení přinést nezvladatelnou zátěž. Důvodem proč si podnik Babylon Shop s.r.o. poměrně zakládá na zavedení GDPR a jeho správném dodržování je fakt, že podnik je prosperující a předpokládá se jeho případný růst v budoucí době. Z tohoto důvodu je v některých věcech již vepředu ve srovnání s okolními podniky podobných rozměrů a podobného charakteru – například nástavba pro CRM.

Z výsledků této práce usuzuji, že míra dopadů na skupinu MSP není nutně rozsáhlá, záleží především na charakteru podniku a na druhu držení informací. Spíše je možné tvrdit, že je to individuální. Dopady zavedení GDPR budou rozdílné u podniků, které již byly v souladu se Směrnicí a mezi těmi, které se podle Směrnice neřídily. Bezpochyby se ve všech případech bude jednat zejména o dopady finančního charakteru.

POUŽITÁ LITERATURA

- [1] Babylon shop s.r.o., 2018. Babylonshop [online]. Pardubice: Babylon shop s. r. o., © 2018 [cit. 2018-11-05]. Dostupné z: <https://www.babylonshop.cz/>
- [2] ČESKO, 2016. Nařízení Evropského parlamentu a Rady (EU) 2016/679 ze dne 27. dubna 2016 o ochraně fyzických osob v souvislosti se zpracováním osobních údajů a o volném pohybu těchto údajů a o zrušení směrnice 95/46/ES (obecné nařízení o ochraně osobních údajů). In: *EUR-Lex* [přístup k právu evropské unie] EUR-Lex [cit. 2018-11-10]. Dostupné z: <https://eur-lex.europa.eu/eli/reg/2016/679/oj?fbclid=IwAR3BGQZPaiXtdorT3LPiYZV2JPHo1PH2QbfZsUwb7TO0hg1ZsuMvnrmpnw&locale=cs>
- [3] Europa.eu, 2016. Mikropodniky, malé a střední podniky: definice a oblast působnosti. Europa.eu [online]. EUR-Lex 2016 [cit. 2019-01-06]. Dostupné z: <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/CS/TXT/?uri=LEGISSUM%3An26026>
- [4] Eway CRM, 2008-2019. Co je CRM? Eway CRM [online]. Praha: eWay System s.r.o., © 2008-2019 [cit. 2019-01-20]. Dostupné z: <https://www.eway-crm.com/cs/co-je-crm/>
- [5] GDPR bez obav, 2019a. Osobní údaje. GDPR bez obav [online]. Praha: AMSP ČR a ČAOUÚ © 2019 [cit. 2019-02-02]. Dostupné z: <http://www.gdprbezobav.cz/osobni-udaje/#pg-580-1>
- [6] GDPR bez obav, 2019b. Otázky a odpovědi. GDPR bez obav [online]. Praha: AMSP ČR a ČAOUÚ © 2019 [cit. 2019-03-07]. Dostupné z: <http://www.gdprbezobav.cz/faq/>
- [7] GDPR.cz, 2017a. Subjekt údajů. GDPR [online]. Praha: Eva Škorníčková © [cit. 2019-01-14]. Dostupné z: <https://www.gdpr.cz/gdpr/heslo/subjekt-udaju/>
- [8] GDPR.cz, 2017b. Pracovní skupina 29. GDPR [online]. Praha: Eva Škorníčková © [cit. 2019-2-08]. Dostupné z: <https://www.gdpr.cz/gdpr/heslo/pracovni-skupina-29/>
- [9] Google, 2019. Policies. Google [online]. Praha [cit. 2019-03-20]. Dostupné z: <https://policies.google.com/technologies/partner-sites?hl=cs>
- [10] IT-slovník.cz, 2008-2018a. Usenet, IT-slovník.cz [online]. Praha: IT-Slovník.cz team © 2008 – 2018 [cit. 2019-01-20]. Dostupné z: <https://it-slovník.cz/pojem/usenet>

- [11] IT-slovník.cz, 2008-2018b. Big Data, IT-slovník.cz [online]. Praha: IT-Slovník.cz team © 2008 – 2018 [cit. 2019-01-20]. Dostupné z: <https://it-slovník.cz/pojem/big-data>
- [12] KROUŽIL, Tomáš. Osobní rozhovor se správcem údajů firmy Babylon Shop s.r.o., Pardubice 10.12.2018
- [13] M-CONT S.R.O., 2019. M-cont.cz. [online]. Pardubice: M-Cont s.r.o. © 2019 [cit. 2019-02-05]. Dostupné z: <https://www.m-cont.cz/>
- [14] Ministerstvo vnitra České republiky, 2019. Zásady zpracování osobních údajů. MVCR [online]. Praha: Ministerstvo vnitra České republiky © 2019 [cit. 2019-01-28]. Dostupné z: <https://www.mvcr.cz/gdpr/clanek/zasady-zpracovani-osobnich-udaju.aspx>
- [15] Ministerstvo průmyslu a obchodu, 2018. Zpráva o vývoji malého a středního podnikání a jeho podpore v roce 2017. MPO [online]. Praha: Ministerstvo průmyslu a obchodu © 2005-2019 [cit. 2019-03-08]. Dostupné z: <https://www.mpo.cz/cz/podnikani/male-a-stredni-podnikani/studie-a-strategicke-dokumenty/zprava-o-vyvoji-maleho-a-stredniho-podnikani-a-jeho-podpore-v-roce-2017--241070/>
- [16] NAVRÁTIL, Jiří, 2018. GDPR pro praxi. Plzeň: Vydavatelství a nakladatelství Aleš Čeněk, 2018. Pro praxi. ISBN 978-80-7380-689-7.
- [17] NEZMAR, Luděk, 2017. GDPR: praktický průvodce implementací. Praha: Grada Publishing. Právo na praxi. ISBN 978-80-271-0668-4.
- [18] NULÍČEK, Michal, 2018. GDPR - obecné nařízení o ochraně osobních údajů. 2. vydání. Praha: Wolters Kluwer. Praktický komentář. ISBN 978-80-7598-068-7.
- [19] Pixeldesign.cz, 2019. Jak připravit web-e-shop na GDPR? PIXELDESIGN [online]. Pardubice: Pixel Design s.r.o. © 2019 [cit. 2019-01-05]. Dostupné z: https://www.pixeldesign.cz/jak-pripravit-web-e-shop-na-gdpr?fbclid=IwAR31_6e8-POTKS3q7FWTI7aLh7jyXRzF4AzhjiIfMoJEfjM4sCo3y9i8-6M
- [20] Regus, 2019. Zásady používání souborů cookies. regus.cz [online]. Praha: Regus Group Companies © 2019 [cit. 2019-02-01]. Dostupné z: <https://www.regus.cz/cookies>

- [21] STRÁNSKÝ, Jaroslav, 2014. Vedení personální agendy a ochrana osobních údajů zaměstnance. In: zoou.cz: videosemináře [online]. 18.12.2014 [cit. 2019-02-10]. Dostupné z: https://www.zoou.cz/33/vedeni-personalni-agendy-a-ochrana-osobnich-udaju-zamestnance-uniqueidgOkE4NvrWuM4NunpCzXdK87Lj_iDuUpdyn76gECBhqo/?serp=1
- [22] ŠANDERA, David, 2017. Dopady nařízení o ochraně osobních údajů (GDPR) na firemní procesy [online]. Praha, 2017 [cit. 2019-01-04]. Dostupné z: https://vskp.vse.cz/71708_dopady_obecneho_narizeni_ochrane_osobnich_udaju_gdpr_na_firemni_procesy. Diplomová práce. Vysoká škola ekonomická v Praze, Fakulta informatiky a statistiky. Vedoucí práce Václav Řepa
- [23] ÚOOÚ, 2012. Přejít z principu opt-out na opt-in. uoou.cz [online]. Praha: Úřad pro ochranu osobních údajů © 2013 [cit. 2019-02-02]. Dostupné z: <https://www.uoou.cz/cookies-prechod-z-principu-opt-out-na-opt-in/ds-1853/archiv=0&p1=3938>
- [24] ÚOOÚ, 2013a. Role ÚOOÚ. uoou.cz [online]. Praha: Úřad pro ochranu osobních údajů © 2013 [cit. 2019-02-02]. Dostupné z: <https://www.uoou.cz/role-uoou/ds-4726/p1=4726>
- [25] ÚOOÚ, 2013b. Zaměstnavatel jako správce osobních údajů. uoou.cz [online]. Praha: Úřad pro ochranu osobních údajů © 2013 [cit. 2019-01-17]. Dostupné z: <https://www.uoou.cz/zamestnavatel-jako-spravce-osobnich-udaju/d-6171>
- [26] ÚOOÚ, 2013c. Základní příručka k GDPR. uoou.cz [online]. Praha: Úřad pro ochranu osobních údajů © 2013 [cit. 2019-01-17]. Dostupné z: <https://www.uoou.cz/zakladni-prirucka-k-gdpr/ds-4744/archiv=0&p1=1561>
- [27] ÚOOÚ, 2017. Správce, zpracovatel. uoou.cz [online]. Praha: Úřad pro ochranu osobních údajů © 2013 [cit. 2019-01-05]. Dostupné z: <https://www.uoou.cz/7-spravce-zpracovatel/d-27278>
- [28] ŽŮREK, Jiří, 2017. Praktický průvodce GDPR: včetně úplného znění GDPR. 2. aktualizované vydání. Olomouc: ANAG. Právo (ANAG). ISBN 978-80-7554-152-9.

SEZNAM PŘÍLOH

- Příloha A Analýza Sebehodnocení
- Příloha B Dotazník pro zaměstnance
- Příloha C Souhlas se zpracováním osobních údajů zaměstnanců
- Příloha D Dotazník pro klienty
- Příloha E Cookies soubory Babylon Shop s.r.o.

PŘÍLOHA A

		před GDPR*		po GDPR**	
		ANO	NE	ANO	NE
1.	Bylo získání souhlasu se zpracováním osobních údajů spravedlivé?				
1.1	Jsou subjekty údajů informovány při shromažďování jejich dat o způsobu využití těchto dat?				
1.2	Jsou subjekty údajů informovány o zveřejňování a přenosu těchto dat třetím osobám?				
1.3	Souhlas od subjektu údajů ke zpracováním jsme získali i k sekundárnímu zpracování, ale to pro subjekt údajů jednoznačně nevyplývalo?				
1.4	Při popisu postupu shromažďování dat, můžeme říci, že byli získány korektně, spravedlivě, zákonně a transparentně?				
2.	Vymezení účelu zpracování dat:				
2.1	Je účel uchování dat zřejmý a dostatečně jasný?				
2.2	Již vedené osoby v naší databázi jsou obeznámeny s účelem zpracování?				
2.3	Musí se naše organizace registrovat na ÚOOÚ***				
2.4	Je některému zaměstnanci přidělena povinnost vést přehled veškerých dat a jejich účelů zpracování?				
3.	Užití a publikace informací:				
3.1	Existují jasně daná pravidla v oblasti zveřejnění a užití informací?				
3.2	Jsou tyto pravidla známa všem zaměstnancům?				
4.	Bezpečnost:				
4.1	Bezpečnostní opatření existují pro všechny soubory dat?				
4.2	Existuje osoba, která je zodpovědná za správu, implementaci ustanovení bezpečnosti?				
4.3	Jsou naše opatření dostatečná v závislosti na citlivost uchovávaných dat?				
4.4	Jsou naše technická zařízení, servery a soubory dostatečně chráněny před neoprávněnými osobami?				
5.	Přiměřenost, relevantnost a nezbytnost rozsahu:				
5.1	Sbíráme výlučně informace, které nutně potřebujeme znát, a to komplexním a nestranným způsobem sběru dat?				
5.2	V případě, že by nás požádal náš zákazník, o kterém evidujeme data, abychom mu je v plném rozsahu dali k dispozici mohli byste tuto skutečnost provést?				

6.	Aktuálnost a exaktnost:				
6.1	Provádíme controlling dat námi uchovávaných z perspektivy přesnosti?				
6.2	Jsou naše databáze nepřetržitě aktualizovány?				
7.	Interval uchování:				
7.1	Máte povědomí, jak dlouho se jaké informace mají uchovávat?				
7.2	Provádíme periodické výmazy dat našich předešlých zaměstnanců a klientů?				
7.3	Máme jasně daná pravidla pro výmaz těchto dat v firemních směrnících?				
8.	Nárok na přístup:				
8.1	Je určená osoba, která rozhoduje o žádostech o přístup např. k databázím, e-mailům?				
9.	Registrace k ÚOOÚ***:				
9.1	Jsme si vědomi zda máme být registrováni na ÚOOÚ?				
10.	Vzdělanost:				
10.1	Víte v jaké míře je vaše organizace obeznámena s problematikou ochrany osobních údajů?				
10.2	Jsou vaši zaměstnanci obeznámeni o svých povinnostech a pravomocích v problematice osobních údajů vztaženo k důvěrnosti s klientem?				
10.3	Do vzdělávání vašich zaměstnanců se zahrnuje i problematika ochrany osobních údajů?				
11.	Koordinace:				
11.1	Je každému zaměstnanci zřetelná jeho role v podniku?				

* PŘED NABYTÍM ÚČINNOSTI GDPR

** PO NABYTÍ ÚČINNOSTI GDPR

*** ÚŘAD PRO OCHRANU OSOBNÍCH ÚDAJŮ

PŘÍLOHA B

Dopad GDPR na zaměstnance podniku Babylon shop s. r. o.

Dobrý den,

věnujte prosím pár minut svého času k vyplnění tohoto dotazníku.


Dotazník se zabývá dopady GDPR plynoucí na Vás jako na zaměstnance. Všechna získaná data poslouží pouze ke zpracování mé bakalářské práce na téma "Dopad GDPR na provoz vybraného podniku", kterou píší na Fakultě ekonomicko-správní Univerzity Pardubice.

Předem děkuji za Vaše odpovědi.

Nikola Vytlačilová

1

Jaká je Vaše pozice v podniku?

 Napište větu

Zbývá 250 znaků

2

Do jakého kontaktu přicházíte s klienty podniku?

přímý (osobní)

telefonický

elektronický

žádný

3

Je v podniku řešena problematika ochrany osobních údajů (GDPR)

ano (pokračujte otázkou č. 4 dále)

ne (přeskočte na otázku č. 5)

nevím (přeskočte na otázku č. 5)

4

Pokud se problematika GDPR v podniku řeší, tak jakým způsobem?

Ve vztahu ke mně, jako k zaměstnanci podniku

Ve vztahu mě jako zaměstnance s klienty podniku

obě výše uvedené

5

Byl/a jste seznámen/a s GDPR?

- ano
- ne

6

Pokud jste byl/a seznámen/a, tak jakou formou?

- přednáškou
- kurzem
- seminářem
- školením od vedení podniku
- Jiným způsobem:
- Napište odpověď

Zbývá 100 znaků

7

Byly pro vás získané poznatky dostačující?

- ano, naprosto
- ano, ale v průběhu "seznámení" jsem se dotazoval/a
- ne

8

Když porovnáte dobu před zavedením GDPR do praxe s dobou po zavedení, přinesla tato skutečnost pro Vás nějaké další povinnosti a úkoly?

- ano (pokračujte otázkami č. 9.,10.,11. dále)
- ne (přeskočte na otázku č.12)

9

Jaký charakter mají nové povinnosti a úkoly?

- administrativní
- IT (např. připojení do sítě, do programů)
- sdělování informací klientovi (např. účet zpracování dat)

10

Dělaly Vám nové povinnosti a úkoly problémy?

- ano (pokračujte otázkou č. 11 dále)
- ne (pokračujte otázkou 12.)

11

Jakou zátěž vám tyto problémy přinesly?

- mírnou
- střední
- velkou


12

Muselo se vaše chování či přístup ke klientovi vlivem GDPR změnit?

- ano (pokračujte otázkou č. 13 dále)
- ne, moje pozice nepodléhá vztahu s klientem (pokračujte otázkou č. 14)
- ne (pokračujte otázkou č. 14)

13

V čem se Váš přístup či chování muselo změnit?

 Napište odstavec

Zbývá 1500 znaků

14

Podepsali jste souhlas se zpracováním vašich údajů v rámci pozice zaměstnance?

- ano
- ne

15

Myslíte, že byste mohl/a v podniku nadále v podniku pracovat pokud byste tento souhlas nepodepsal/a?

- ano
- ne
- nevím

Co Vám GDPR přineslo (pozitivního i negativního)?



Napište odstavec

Zbývá 1500 znaků

PŘÍLOHA C

Souhlas zaměstnance se zpracováním osobních údajů

I.

Úvodní ustanovení

- 1.1 Společnost Babylon Shop s. r. o. se sídlem Na Hrádku 2577, Zelené Předměstí, 530 02 Pardubice se jako zaměstnavatel rozhodla z pozice správce ve smyslu zákona č. 101/2000 Sb., o ochraně osobních údajů (dále jen „**ZOOÚ**“) zpracovávat osobní údaje svých zaměstnanců v rozsahu širším, než vyžaduje zákon, a to především za účelem zvýšení efektivity řízení podniku a zvýšení konkurenceschopnosti společnosti.

II.

Rozsah zpracování osobních údajů

- 2.1 Osobní údaje zaměstnanců společnosti Babylon Shop s. r. o., které budou shromažďovány a dále zpracovávány, zahrnují:
- jméno a příjmení, tituly;
 - datum a místo narození, rodné číslo a státní příslušnost;
 - bydliště;
 - pasová fotografie;
 - údaje a doklady o dosaženém vzdělání, předchozí praxi a jazykových znalostech;
 - výši a strukturu mzdy; přehled půjček poskytnutých zaměstnanci ze strany společnosti;
 - rodinný stav, údaje o rodinných příslušnících (dětí, manželé), a to konkrétně jméno a příjmení, datum narození a státní příslušnost.

III.

Účel zpracování

- 3.1 Osobní údaje zaměstnanců společnosti Babylon Shop s. r. o. budou v různých časových rozmezech zpracovávány za účelem vytváření, hodnocení a přizpůsobování personálních a odměňovacích systémů, pro zpracovávání modelů podílové účasti zaměstnanců ve společnosti a pro řízení dalších strategických postupů.

IV.

Způsob zpracování

- 4.1 Osobní údaje zaměstnanců společnosti Babylon Shop s. r. o. budou zpracovávány manuálně i automatizovaně. K osobním údajům budou mít přístup pověřeni pracovníci zaměstnavatele a třetí osoby na pozicích mzdový účetní, personalista a správce IT.

V.

Platnost souhlasu

- 5.1 Poskytnutí osobních údajů společnosti Babylon Shop s. r. o. v rozsahu nad rámec stanovený zákonem je dobrovolné. Informaci o tom, které osobní údaje jsou od konkrétního zaměstnance zpracovávány nad rámec zákona, poskytne obratem na ústní či písemné vyžádání personalista společnosti. Souhlas zaměstnance je udělován na období trvání pracovního poměru, nejdéle však na dobu dvaceti let. Souhlas s poskytnutím osobních údajů nad rámec osobních údajů, které musí správce zpracovat na základě jiných právních titulů než je souhlas zaměstnance, lze kdykoliv odvolat.

VI. Poučení

- 6.1 Zaměstnanec společnosti Babylon Shop s. r. o. má právo na přístup k osobním údajům a právo na opravu osobních údajů. Zjistí-li nebo domnívá-li se zaměstnanec společnosti Babylon Shop s. r. o., že společnost provádí zpracování jeho osobních údajů, které je v rozporu s ochranou jeho soukromého a osobního života nebo v rozporu se zákonem, zejména jsou-li osobní údaje nepřesné s ohledem na účel jejich zpracování, může požádat společnost Babylon Shop s. r. o. o vysvětlení či požadovat, aby byl odstraněn takto vzniklý stav. Zejména může žádat blokování, provedení opravy, doplnění nebo likvidaci osobních údajů.
- 6.2 Zaměstnanec má právo obrátit se na Úřad pro ochranu osobních údajů se sídlem v Praze 7, Pplk. Sochora 27, a to zejména v případě, kdy společnost Babylon Shop s. r. o. nevyhoví jeho žádosti o vysvětlení či odstranění stavu vzniklého zpracováním jeho osobních údajů, které je v rozporu s ochranou jeho soukromého a osobního života nebo v rozporu se zákonem.
- 6.3 Zaměstnanec společnosti Babylon Shop s. r. o. má právo na přístup k osobním údajům a právo na opravu osobních údajů. Zjistí-li nebo domnívá-li se zaměstnanec společnosti Babylon Shop s. r. o., že společnost provádí zpracování jeho osobních údajů, které je v rozporu s ochranou jeho soukromého a osobního života nebo v rozporu se zákonem, zejména jsou-li osobní údaje nepřesné s ohledem na účel jejich zpracování, může požádat společnost Babylon Shop s. r. o. o vysvětlení či požadovat, aby byl odstraněn takto vzniklý stav. Zejména může žádat blokování, provedení opravy, doplnění nebo likvidaci osobních údajů.
- 6.4 Zaměstnanec má právo obrátit se na Úřad pro ochranu osobních údajů se sídlem v Praze 7, Pplk. Sochora 27, a to zejména v případě, kdy společnost Babylon Shop s. r. o. nevyhoví jeho žádosti o vysvětlení či odstranění stavu vzniklého zpracováním jeho osobních údajů, které je v rozporu s ochranou jeho soukromého a osobního života nebo v rozporu se zákonem.
- 6.5 V případě vzniku nemajetkové újmy v důsledku zpracování osobních údajů může zaměstnanec uplatnit svůj nárok podle obecných předpisů.
- 6.6 Uděluji tímto souhlas se zpracováním mých osobních údajů v rozsahu a pro účely, které jsou uvedeny v tomto oznámení o zpracování údajů, a to na dobu trvání mého pracovního poměru u společnosti Babylon Shop s. r. o., nejdéle však na dobu dvaceti let.

V dne

.....
podpis zaměstnance

PŘÍLOHA D

Dopad GDPR na klienty Babylon shop s. r. o.

Dobrý den,

věnujte prosím pár minut svého času k vyplnění tohoto dotazníku.

Dotazník se zabývá dopady GDPR plynoucí na Vás jako na klienty Babylon shop s.r. o.. Všechna získaná data poslouží pouze ke zpracování mé bakalářské práce na téma "Dopad GDPR na provoz vybraného podniku", kterou píší na Fakultě ekonomicko-správní Univerzity Pardubice.

Předem děkuji za Vaše odpovědi.

Nikola Vytlačilová

1

Zaznamenali jste zavedení GDPR ve vašem obchodě – Babylon shop s. r. o.?

ano

ne

2

Zaznamenali jste nějaké změny ze strany obchodu k vaši osobě?

ano (pokračujte otázkou č. 3 dále)

ne (pokračujte otázkou č. 4)

3

Jaké změny jste zaznamenaly?

Zbývá 250 znaků

4

Jste převážně klientem kamenného nebo e-shopového obchodu?

kamenného obchodu

e-shopového obchodu

5

Jste spokojeni s úrovní zabezpečení ochrany vašich osobních údajů podnikem Babylon Shop s.r.o.?

ano


ne




nevím

PŘÍLOHA E

Po - Pá 9-18 So 8:30 - 12:00 +420 602 438 133

BABYLON
SPECIALISTA NA KALHOTY

Zadejte hledaný výraz... 

   Košík

NOVINKY **MUŽI** **ŽENY** **ZNAČKY** **SLEVY**

[Hlavní stránka](#) > [Soubory cookies](#)

Soubory Cookies

Abychom dokázali lépe pochopit návštěvníky našich stránek, používáme službu Google Analytics, poskytovanou společností Google, Inc. (dále jen „Google“). Pro větší transparentnost, vám chceme přiblížit, co všechno tato skutečnost znamená pro Vás, naše návštěvníky.

Služba Google Analytics používá souborů „cookies“ (textové soubory ukládané do vašeho počítače), které umožňující analýzu způsobu užívání těchto stránek. Informace vygenerované souborem cookie o užívání stránky (včetně vaší IP adresy) budou společností Google přeneseny a uloženy na servery ve Spojených státech. Všechna takto získaná data budou zpracována anonymně. Data jsou určena výhradně pro vyhodnocování užívání stránek. Anonymita je zaručena tím, že Google nebude spojovat vaší IP adresu s jakýmkoli jinými daty, která má k dispozici. Do Googlu nebudou odeslána ani žádná citlivá data, jako například, e-mail, jméno, telefonní číslo.

Můžete odmítnout používání souborů cookies, čímž zabráníte sběru dat o Vás. Učinit tak můžete volbou v nastavení vašeho prohlížeče. Pro některé prohlížeče si můžete nainstalovat rozšíření Plugin pro odhlášení od reklamního souboru cookie, který zabrání odesílání vašich dat do Googlu.

Používáním této stránky souhlasíte se zpracováním údajů o vaší návštěvě společností Google, a to způsobem a k účelu shora uvedeným.

Zdroj: <https://www.babylonshop.cz/soubory-cookies/> [cit. 2019-03-29]