

ПРАВО КОНКУРЕНЦИЈЕ У ДИГИТАЛНОЈ ЕКОНОМИЈИ

COMPETITION LAW IN DIGITAL ECONOMY

Јелена Дамјановић

Универзитет у Источном Сарајеву. Факултет пословне економије Бијељина,
Република Српска, Босна и Херцеговина
jelenadamjanovic83@gmail.com

***Апстракт:** Право конкуренције као и остале гране права је са развојем дигиталне економије претрпјело велике промјене. Управљање промјенама у ери глобализације се показало као велики изазов за законодавства како развијених тако и неразвијених економија свијета. Обзиром да привреда једне земље није затворена, и да се робе и услуге крећу прелазећи границе других земаља, правне норме из ове области се простиру ван граница националног законодавства што неминовно доводи до сукоба закона у овој области права. Зато и не чуди велики број билатералних и мултилатералних конвенција које регулишу Право конкуренције на начин да се изврши хармонизација и унификација права. Развојем дигиталне економије број понашања који се могу подвести под кришење Права конкуренције се све више повећава, што доводи до другог битног питања а то је како заштити права потрошача, када се купопродаја обавља у оквиру дигиталне економије. Како спријечити злоупотребу доминатног положаја и створити колико толико једнак положај између учесника на тржишту, купца и продавца. Повезаност прописа Права конкуренције и Права потрошача је у ери глобализације изражена више него икада, поготово ако се креће у смјеру да потрошачи не само треба да буду заштићени од недозвољених радњи произвођача и продавца роба, већ да се читав однос према потрошачима мора промијенити, јер од избора и лојалности потрошача одређеном производу зависи и опстанак друге стране. Многе велике компаније су престале да постоје јер нису могле да иду у корак са потребама које потрошач има у модерном свијету, које нису више основне економске потребе, али су подједнако битне у ери глобализације*

***Кључне ријечи:** Право конкуренције, глобализација, Право потрошача, дигитална економија.*

***Abstract:** Competition law and other branches of law have undergone major changes with the development of the digital economy. Managing change in the age of*

globalization has proven to be a great challenge for the legislations of both developed and underdeveloped economies of the world. Since the economy of one country is not closed and goods and services move beyond the borders of other countries, legal norms in this area extend beyond the boundaries of national legislation, which inevitably leads to conflicts of law in this area of law. That is why it is not surprising that a large number of bilateral and multilateral conventions regulating Competition Law are implemented in order to harmonize and unify the law. With the development of the digital economy, the number of behaviors that can be infringed by Competition Laws is increasing, leading to another important issue, which is how to protect consumer rights when the sale is conducted within the digital economy. How to prevent the abuse of a dominant position and create a level playing field between market participants, buyer and seller. The relationship between competition law and consumer rights in the age of globalization is more pronounced than ever, especially if it moves in the direction that consumers should not only be protected from the illicit actions of manufacturers and sellers of goods, but that the whole attitude towards consumers must be changed, since the choice and consumer loyalty to a particular product depends on the survival of the other party. Many large companies have ceased to exist because they could not keep up with the needs that the consumer has in the modern world, which are no longer basic economic needs, but are equally important in the age of globalization.

Key Words: *Competition Law, Globalization, Consumer Law, Digital Economy.*

УВОД

Дигитална економија је термин првобитно кориштен да означи нови вид економских кретања насталих под утицајем четврте индустријске револуције. Неочекивана експанзија модерне технологије, односно употреба модерне технологије је довела до тога да се већина економије одвија у оквиру дигиталне економије и самин тим дигитална економија није новина нити један вид економије већ сама економија. Правни прописи се било брже било спорије прилагођавају новонасталој ситуацији. Разлог томе је немогућност законодавца да испрати развој технологије истом мјером којом се она развија. Грана права која је се највише развила у складу са новом, дигиталном економијом је право конкуренције, посљедично томе и право потрошача.

Методе истраживања које ће се користити у овом раду су методе које су карактеристичне за друштвена истраживања у којима ће бити издвојене научна дескрипција и анализа садржаја (са синтезом), затим индуктивно-дедуктивна, историјска и компаративна анализа. Од посебних правних метода у максимално могућој мјери биће примјењена правно-логичка, компаративна и догматско нормативна метода. Циљеви истраживања се првенствено односе и исказују кроз анализу правног оквира тржишне конкуренције у дигиталној економији, предности и недостацима у националним и међународним прописима. „Правни поредак почива на изворима права у формалном смислу, јер они обезбјеђују правну сигурност и једнакост“ (Поповић, и Вукадиновић, 2007, стр. 284

1. Право конкуренције у дигиталној економији

„Централни циљ права конкуренције у свим правним системима је ефикасност у привређивању и благостање потрошача, путем омогућавања слободне утакмице међу независним привредним субјектима. Право конкуренције треба да штити процес конкуренције, а не конкуренте једне од других“.(Париводић, 2003: стр. 178.)

На такав начин се омогућава једнак приступ тржишту, и једнака почетна позиција засве учеснике тржишта. Међутим немоућност одређених привредних субјеката да се прилагоде новом виду економије тј дигиталној економији је довела до тога да изгубе своје високе позиције на тржишту или да чак у потпуности престану да постоје, што са друге стране објашњава огромна улагања појединих великих компанија у онлине трговину.

Прописи одређених регионалних економских интеграција имају исти циљ., У Европској Унији право конкуренције, поред слободне утакмице (ефикасности) као главног циља, има и посебни циљ – интеграцију заједничког тржишта. Интеграција тржишта, због елиминације трговинских баријера између држава, угрозила је конкурентност малим и средњим предузећима у односу на велика пре свега страна предузећа, тако да је Европска комисија често подстицала повезивање међу тим мањим предузећима“.(Париводић, 2003: стр. 178-179.)

Улога државе је овдје ипак кључна, јер није могућ једнак правни положај лица која су толико економски неједнака.

„Како доминатна (преовалађујућа) традиција САД показује, појам конкуренције није увек исто схваћен Роберт Борк разликује пет схватања појма конкуренције:

- а) процес ривалитета (супарништва);
- б) одсуство ограничења над активностима једног предузећа наметнутих од стране другог предузећа;
- ц) такво стање тржишта да појединачни купац или продавац не може утицати на цену својим куповинама или продајама;
- д) постојање фрагментираних привредних грана и тржишта;
- е) стање ствари у коме благостање потрошача не може бити увећано преласком на алтернативно стање путем правног акта“.(Париводић, 2003: стр. 179-180.)

Унутар Европске Уније, коју одликује заједничко тржиште сачињено од националних економија које имају различит удио у европском тржишту, регулисани су оквири за идентификовање случајева повреде фер конкуренције.

„ Типични случајеви злоупотребе које санкционише Уговор о оснивању ЕЗ су:

- наметање непоштених услова куповине и продаје ;
- ограничење производње, продаје или техничког развоја на штету потрошача;

- примјена неједнаких услова према партнерима, с циљем стављања неких у неравноправан положај;
- наметањем приликом закључивања посла додатних чинидби које нису у вези са главним послом“. (Мировић, Право ЕУ, 2012: стр.239.)

Неједнак правни положај је неминован економском неједнакошћу, иако су основни постулати облигационог права једнакост уговорних страна, аутономија воље приликом закључења уговора, у пракси долази до њиховог кршења и тешко се примјењују. Из тог разлога је оштра казнена политика у овој области једини начин да се дата начела облигационог права очувају и поштују.

Међутим оно што је провизорно је на који начин одлучити и оцијенити да је заиста дошло до кршења доминатног положаја.

„Доминатна позиција, њено стицање и одржавање, цијени се на различите начине:

- Већинским физичким учешћем на релевантном тржишту, обично преко 50% или са 20% до 40% на атомизираним тржишту;
- Дужином присуства;
- Могућношћу приступа финансијским, технолошким изворима и сировинама на темељу самог понашања предузећа“. (Мировић, Право ЕУ, 2012: стр.240.)

Законски прописи обично таксативно наводе дјела нелојалне конкуренције, но законски прописи из ове области подлијежу сталним измјенама и допунама јер долази до констатних нових видова вршења дјела нелојалне конкуренције, највише захваљујући наглом порасту развитка технологије.

„Дјела нелојалне конкуренције забрањена законом су:

- **нелојалана реклама** (рекламирање које ствара забуну на тржишту чиме се одређени трговац доводи у повољан положај);
- **оцрњивање** (давање података о другом трговцу који могу нанијети штету његовом угледу);
- **неистинито означавање робе** (неистинити подаци о поријеклу и квалитету робе);
- **прикиривање мана робе;**
- **повреда „туђих“ пословних односа;**
- **неоправдано неизвршење или раскид уговора;**
- **привидне распродаје (привидно снижење цијена робе);**
- **неовлашћена употреба обиљежја другог предузећа;**
- **„овлашћена“ употреба спољних обиљежја другог предузећа (трговца);**
- **подмићивање;**
- **неовлашћено коришћење туђих пословних услуга“.**(Мировић, 2009: стр.254.)

Већина дјела нелојалне конкуренције се не извршава самотално, углавном се јављају комбиновано. Најочитији примјери су у случајевим кривотворене робе гдје се економска штета мјери у милијардама.

Најчешће се ради о копијама луксузне робе високе моде, потом довођење у заблуду потрошача истим или сличним ознакама производа да роба заиста потиче од одређеног произвођача.

1.1. Право потрошача

Права потрошача су регулисана законским прописима. У Босни и Херцеговини „ закон регулише:

- Ogлашавање производа и услуга ;
 - Расподају;
 - Продају енергије, воде, телекомуникације, комуналних и других услуга;
 - Директну продају;
 - Продају на даљину;
 - Порошачки кредит;
 - Продају с отплатом цијене на рате;
 - Осигурање ;
 - Електронске инструменте плаћања и туристичке пакетаранжмане“.
- (Мировић, 2009: стр.256-257.)

Поред законских прописа који су дефинисани да би заштитили не само потрошаче, већ и произвођаче роба и услуга, те привреду у цјелини, без обзира на добру законску регулативу, кршења права потрошача су свакодневна. Ралог томе је што не постоји строга казнена политика у овој области права, и због тога што већина повреда закона не буде никад ни пријављена јер постоји мало повјерење потрошача у надлежне институције, или се ради о роби која није велике вриједности, но можда је највећи разлог неинформисаност самих потрошача о њихови правима.

Прије доношења Закона о правим потрошача, потрошачка права су била регулисана Законом о облигационим односима у оквиру Уговора о купопродаји, гдје су нашироко дефинисана права купца у случају испоруке погрешне робе, манљиве робе, вишка робе, мањка робе, испоруке робе бољег или лошијег квалитета као физичких недостатака робе, са друге стране стране дефиниснаи у случајевим правних недостатака предмета уговора.

Закон о облигационим односима и даље остаје општи закон коју регулише ову област права док је Закон о правим потрошача посебан закон.Најчешћи видови кршења права потрошача су приликом сезонских распорадаја гдје постоји привидно снижење производа, углавном се ради о истој цијени тј до снижења цијене није ни дошло, начин на који се то ради је сто се прикаже већа цијена од номиналне а номинална се приказује као снижена цијена.

„ У циљу заштите тржишне конкуренције формира се Конкуренцијско вијеће на нивоу Босне и Херцеговине и Уреди за конкуренцију и заштиту потрошача у

Федедрацији Босне и Херцеговине у Републици Српској. Конкурентијско вијеће доноси одлуке:

- О прописивању општих дефиниција обрачунских метода за кључне конкурентске појмове и то промет, контрола, релевантно тржиште, тржишни дио, доминантан положај и слично;
- О прописивању посебних дефиниција и обрачунских метода за одређене дјелатности и то: банкарство осигурање и слично;
- О додјеливању изузећа за :
- Извјесне категорије споразума, удружења, заједничког дјеловања или концентрација;
- Привредне субјекте или удружење привредних субјеката чији дио тржишта промет не достижу ниво изнад којег могу утицати на конкуренцију“. (Мировић, 2009: стр.253.)

ЗАКЉУЧАК

Дигитална економија, права потрошача и право конкуренције су неодојиви елементи модерне економије. Без потрошача и задовољења њихових потреба, које више нису само основне потребе већ производ жеља самих потрошача отвара пут кршењу права потрошача и преварном понашању у виду нелојалне конкуренције, формирању монопола. Право конкуренције које је се одавно издвојило као посебан правна грана у многим правним ситемима регулише дата питања, и на одређени начин одржава равнотежу међу учесницима на тржишту.

Свакако највећи проблем је сукоб закона у области Права конкуренције, одређена законодавства имају уже или шире тумачење појма кршења одредаба из ове области и злоупотребе доминатног положаја. Одређивање злоупотребе доминатног положаја је уситину тешко у одређеним случајевима, обзиром да под утицајем технологије долази до нових начина кршења одредаба права конкуренције и заштитеправа потрошача.

Без обзира на позитивне стране које пружа дигитална економија као што су тренутачна доступност производа и услуга, транспарентност услуга, ниже цијене, велики број понуђача производа и услуга, квалитет... негативне стране се најчешће огледају у концентрацији моћи, односно у стварању монопола.

Право конкуренције има немјерљиву улогу у сузбијању свих негативних појава на тржишту, да би се обезбједила колико толико фер утакмица између самих учесника на тржишту, уз поштовање права крајњих потрошача.

ЛИТЕРАТУРА

- [1] *Black's Law Dictionary*, (ed. Bryan A. Garner- ур.Брајан А . Гарнер), (2004) *Thompson business, St. Paul*.
- [2] Мирковић, Д., *Пословно право*, (2009) Факултет пословне економије Бијељина – Економски факултет Брчко, Бијељина- Брчко.
- [3] Мирковић Д., *Право Европске Уније*, Факултет спољне трговине у Бијељини – Економски факултет у Брчком, Бијељина- Брчко 2008.
- [4] Париводић, М., *Право међународног франшизинга*, Службени гласник, Београд, 2003.
- [5] Поповић,В., и Вукадиновић, Р., (2007), *Међународно пословно право, општи део*, Правни факултет у Бања Луци – Центар за право Европске уније у Крагујевцу, Бања Лука – Крагујевац.

SUMMARY

Competition law and the digital economy are closely linked, the reason being that competition law sets the legal framework for the operation of the market, providing for sanctions and remedies in the event of acts of unfair competition, and thus shapes the actions of economic entities. The protection of consumer rights goes hand in hand with the development of the digital economy, which is at a high level, especially in developed countries, and is increasingly expanding in the rest of the world. How to keep customers has become the biggest dilemma of today's economy, the offer of products and services has never been higher than at this moment, the prices of goods and services are lower, everything is available to customers online and they can choose what they want to buy with one click. How to attract and retain customers is the biggest problem. It is not uncommon for this reason to resort to unfair competition and for this very reason the growing legal regulations in the field of competition law is a solution for the sustainability of modern economic systems based on the digital economy.