

Др Борко Михајловић, доцент
Правног факултета Универзитета у Крагујевцу

УДК: 366.5
342.726-057.187
DOI: 10.46793/XVIIIМајско.817М

ПОЈАВА ЕКОНОМИЈЕ ДЕЉЕЊА И ПРАВО ЗАШТИТЕ ПОТРОШАЧА*

Резиме

Развојем информационих и комуникационих технологија створили су се услови за масовно ширење појаве економије дељења. Економија дељења почива на идеји сарадње и поделе разноврсних ресурса неопходних за пружање услуга, које поседује мноштво појединаца заинтересованих за ефикасније и учесталије коришћење тих ресурса. Појава економије дељења значајно утиче и на право заштите потрошача стварањем правних односа и проблема који нису обухваћени постојећим прописима. Предмет овог рада управо је анализа основних проблема потрошачког права који се везују за развој економије дељења, као и утврђивање основних начина и механизма за превазилажење тих проблема. Након анализе појма, основних обележја и правних односа који настају реализацијом пословних модела економије дељења, аутор се бавио утицајем анализираних правних односа на право заштите потрошача. Оцена утицаја економије дељења на право заштите потрошача, као и прилагођености постојеће регулативе изазовима које економија дељења доноси, извршена је првенствено анализом различитих обавеза и одговорности које учесници у пословном моделу економије дељења имају према крајњим корисницима услуга.

Кључне речи: економија дељења, право заштите потрошача, електронске платформе економије дељења, пружаоци услуга, корисници услуга.

1. Увод

Брзе, учестале и динамичне промене, које су махом резултат иновација или побољшања постојећих пословних и тржишних модела, одувек су

* Рад је написан у оквиру Програма истраживања Правног факултета Универзитета у Крагујевцу за 2022. годину који се финансира из средстава Министарства просвете, науке и технолошког развоја Републике Србије.

карактерисале развој савремених економија заснованих на тржишној привреди. Те промене, пак, постају још израженије у првим деценијама XXI века, које одликује убрзани развој информационих и комуникационих технологија. Развој технологија створио је предуслове за једноставније повезивање привредних субјеката и потрошача, омогућавајући трговцима приступ широкој бази потенцијалних потрошача, а потрошачима приступ најширем могућем спектру производа и услуга. Коришћење савремених технологија омогућило је и лакше повезивање појединаца који намеравају да међусобно тргују робом или услугама, заобилазећи на тај начин велике компаније (продавце робе или пружаоце услуга) и/или посреднике чија се улога исцрпљује у повезивању заинтересованих лица. Повезивање појединаца и ослањање потрошача на друге појединце, а не на професионалне трговце, у задовољавању својих потреба за робом и услугама, али и давање првенства приступу ресурсима (а не власништву над њима), основна су обележја економије дељења (економије сарадње).¹ Иако економија дељења свакако није нова појава, њено веће присуство на тржишту није било могуће без развоја информационих технологија, односно посебних електронских платформи и апликација које су омогућиле њено несметано ширење.² Економија дељења дотиче многе области права (радно право, пореско право, облигационо право, право нелојалне конкуренције итд.), отварајући низ питања, на која савремени правни системи још увек немају адекватне одговоре.³ Њено ширење значајно утиче и на прописе о заштити потрошача, и то првенствено сужавањем круга ситуација у којима је испуњен основни предуслов за примену потрошачког права (постојање потрошачког уговора), али и креирањем сложених и специфичних правних односа између учесника у пословном моделу економије дељења који нису у потпуности обухваћени постојећом правном регулативом. Основни предмет овог рада управо је анализа основних проблема потрошачког права који се везују за развој економије дељења, као и утврђивање основних начина и механизма за превазилажење тих проблема.

Пре него што приступимо анализи основног предмета рада, дефинисаћемо појам економије дељења и њена основна обележја, као и правне односе који настају закључењем уговора о пружању услуга коришћењем електронских платформи које послују по принципима економије дељења.

¹ Koopman, C., Mitchell, M., Thierer, A., *The Sharing Economy and Consumer Protection Regulation: The Case for Policy Change*, Mercatus Working Paper, Mercatus Center at George Mason University, Arlington, 2014, стр. 4-5.

² Hatzopoulos, V., Roma, S., *Caring for Sharing: the Collaborative Economy under EU law*, Common Market Law Review, бр. 1/2017, стр. 82-83.

³ Busch, C., Schulte-Nölke, H., Wiewiórowska-Domagalska, A., Zoll, F., *The Rise of the Platform Economy: A New Challenge for EU Consumer Law?*, Journal of European Consumer and Market Law, бр. 1/2016, стр. 3.

2. Појам и основна обележја економије дељења

Економија дељења почива на идеји сарадње и поделе разноврсних ресурса неопходних за пружање услуга (нпр. аутомобил, смештај у туристичкој дестинацији, посебна знања и искуства неопходна за пружање услуга и сл.), између мноштва појединаца, који поседују те ресурсе и који имају економски интерес за њиховим ефикаснијим и учесталијим коришћењем.⁴ Ефикаснијим коришћењем ресурса сматрамо омогућавање приступа тим ресурсима лицима која нису њихови власници у замену за новчану надокнаду или за приступ неком другом ресурсу који та лица поседују (а који је предмет интереса власника првог ресурса). Идеја сарадње и поделе ресурса одувек је проналазила своје место у оквиру послова продаје и размене добара и услуга, али су се њен значај и распрострањеност у различитим временским раздобљима мењали. Чини се да описана идеја у другој деценији XXI века поново добија све значајнију улогу, па је амерички часопис Тајм (Time) 2011. године проглашава за једну од „10 идеја које ће променити свет“.⁵ Данас, једанаест година касније, не можемо рећи да је ова идеја заиста променила свет, али она несумњиво јесте утицала на савремену економију, а посебно на поједине секторе пружања услуга (транспорт, туризам). Такође, треба нагласити да постоје и различите оцене тог утицаја, крећући се од оних крајње позитивних (иновативност, боље коришћење ресурса, приступ роби и услугама већем броју потрошача, промовисање принципа одрживости итд.), па до изразито негативних (нелојална конкуренција постојећим пружаоцима услуга, нижи стандарди заштите потрошача, постојање повреда права из радног односа, заобилажење бројних законских прописа у одговарајућим областима пружања услуга итд.).⁶

2.1. Економија дељења у времену савремених технологија

Значај економије дељења у савременој привреди и друштву не почива на иновативности идеје на којој је она заснована. Наиме, појединци су одувек проналазили начине за ефикаснијим коришћењем ресурса које поседују ради задовољавања потреба других појединаца или друштвене заједнице у целини. Једноставним примерима реализације идеје сарадње и поделе ресурса у циљу њиховог ефикаснијег коришћења сматрају се подела трошкова коришћења аутомобила у сврху путовања до заједничког одређеног места од стране више појединаца, изнајмљивање алата познаницима или комшијама ради кућних

⁴ Inglese, M., *The Collaborative Economy Legal Conundrum: A Way Forward Through Harmonization*, Legal Issues of Economic Integration, бр. 4/2018, стр. 376-377.

⁵ Информација доступна на: http://content.time.com/time/specials/packages/article/0,28804,2059521_2059717_2059710,00.html, 18.04.2022.

⁶ Inglese, M., *нав. чланак*, стр. 375-376.

оправки, заједничка куповина алата од стране становника у ужој локалној заједници, стављање на располагање собе или кревета у стану или кући појединцима који путују у сврхе туризма итд. Наведене примере реализације идеје економије дељења карактерише њихова просторна и персонална ограниченост. Другим речима, реализација поделе ресурса у описаним ситуацијама могућа је само између појединаца који су везани за одређено (уже) географско подручје или који се међусобно већ познају, односно имају могућност успостављања личног, директног контакта. Развој информационих и комуникационих технологија, а нарочито развој интернета, отклањају недостатке у погледу просторне и персоналне ограничености „старе“ економије дељења и стварају „нову“ економију дељења у којој се сарадња и подела ресурса могу остваривати између неограниченог броја појединаца који се међусобно не познају, и то независно од њихове физичке удаљености. Према томе, значај економије дељења у савременој привреди произилази из њене повезаности са информационом технологијама које су омогућиле њено неограничено ширење.

Почетак развоја „нове“ економије дељења најчешће се везује за 1999. годину и настанак платформе *Couchsurfing* (у дословном преводу „сурфовање на лежајима“), која повезује појединце заинтересоване за јефтина, повољна путовања, вољне да повремено угосте друге кориснике платформе, добијајући заузврат могућност бесплатног коришћења смештаја других корисника у туристичким дестинацијама које намеравају да посете. И док корисници поменуте платформе нису вођени чисто економским мотивима стицања профита (већ искључиво мотивом реализације повољних туристичких путовања), данас постоје многе друге електронске платформе, засноване на принципима економије дељења, а које имају изразито профитни карактер како из угла оператера тих платформи тако и из угла лица која пружају услуге путем ових платформи. Најзначајније платформе тог типа постоје у области транспорта и туризма. Реч је о светски познатим платформама *Uber* (транспорт путника у урбаним градским зонама) и *AirBnB* (туризам, изнајмљивање соба, кућа, станова). Обе платформе значајно су промениле секторе транспорта и туризма, постајући озбиљан пословни конкурент такси превозницима, односно власницима хотела и апартмана. О њиховом значају сведочи и чињеница да су обе платформе биле предмет медијски веома испраћених поступака вођених пред Судом правде Европске уније, који се у својим мишљењима изјашњавао о правној природи услуга које ове платформе пружају.⁷ *Uber* и *AirBnB* нису свакако једине платформе у областима транспорта и туризма које су привукле значајан број корисника. Друге платформе баве се пружањем услуга краткорочног изнајмљивања аутомобила (*Turo*, *Getaround*), поделом трошкова превоза до заједничког одредишта (*BlablaCar*, *Zimride*), подељеним коришћењем бицикала или моторцикала, заменом кућа или станова у сврху

⁷ Видети случајеве: С-434/15 и С-390/18.

реализације туристичког путовања (*HomeExchange*) и сл.⁸ Такође, постоје и многе друге електронске платформе засноване на економији дељења које послују у областима пружања других врста услуга, попут финансијских услуга (позајмљивање новца, инвестирање у виртуелне валуте, *crowdfunding* и сл.), различитих врста интелектуалних и консултантских услуга итд.⁹ Економија дељења постаје све присутнија и на српском тржишту. Пре свега, и у Србији се масовно користе неке глобално познате платформе које примењују пословни модел економије дељења (првенствено *AirBnB* и *BlablaCar*). Такође, постоји и једна домаћа платформа која суштински пружа услугу такси превоза у Београду (*CarGo*) и која је, попут *Uber*-а у земљама Западне Европе, била предмет супротстављених ставова и мишљења о њеној иновативности, економској оправданости и односу са традиционалним начинима обављања такси превоза.

2.2. Дефинисање економије дељења

Попут других савремених концепата повезаних са развојем информационих и комуникационих технологија, ни појам економије дељења нема јединствену и опште прихваћену дефиницију. Основни разлог постојања тешкоћа у њеном дефинисању произилази из њене динамичности, променљивости, константног развоја у складу са развојем технологије и потребама праксе. Не постоји чак ни опште прихваћена терминологија, па се поред термина који користимо у овом раду користе и термини економија сарадње или сарадничка економија, кооперативна економија, економија платформи, економија приступа итд. Поменути термини неретко се користе у заменљивом значењу, што није увек сасвим исправно зато што неки од њих имају уже или шире значење у односу на економију дељења (нпр. појам економија платформи неспорно је шири појам јер он обухвата све електронске платформе присутне на тржишту независно од пословног модела на којем су засноване). У овом раду прихваћен је термин економија дељења (енгл. *sharing economy*) јер се ради о термину који је, чини се, већ прихваћен у домаћој пословној пракси, а синонимом сматрамо појам сарадничке економије или економије сарадње (енгл. *collaborative economy*), који је у својим правно-политичким документима прихватила Европска комисија.

Када је реч о дефинисању економије дељења, мноштво аутора своја становишта о појму економије дељења заснива на дефиницији прихваћеној од стране Европске комисије у документу названом „Европска агенда за сарадничку економију“, објављеном 2016. године.¹⁰ Према овој дефиницији,

⁸ Hatzopoulos, V., Roma, S., *нав. чланак*, стр. 87-88.

⁹ Исто.

¹⁰ European Commission, Communication from the Commission to the European Parliament, the Council, the European Economic and Social Committee and the Committee of the Regions:

термин сарадничка економија обухвата пословне моделе у којима су пословне активности потпомогнуте од стране сарадничке електронске платформе која ствара отворено тржиште за привремено коришћење роба или услуга које најчешће нуде појединци (лица која се не баве професионално привредном делатношћу).¹¹ Из цитиране дефиниције произилази неколико основних елемената појма економије дељења (сарадничке економије): 1) дигиталне платформе имају кључну улогу креатора и/или помоћника или организатора отвореног тржишта; 2) тежиште је на коришћењу роба или услуга, а не на стицању власништва (то значи да платформе које омогућавају одвијање различитих појавних облика електронске трговине заснованих на продаји робе потрошачима не спадају у економију дељења); 3) правни послови се, по правилу, закључују између појединаца који немају статус лица која се професионално баве привредном делатношћу (тзв. *peer-to-peer transactions, P2P*); 4) реч је о пословном моделу, што значи да учесници у правним пословима којима се омогућава коришћење добара или услуга, по правилу, то чине ради стицања профита (међутим, у Европској агенди за сарадничку економију изричито се наглашава да појмом економије дељења могу бити обухваћени и правни послови који нису предузети ради стицања профита). Поред наведених елемената, у литератури се наводи да појам економије дељења има још два основна елемента: 1) остваривање профита засновано је на бољем коришћењу недовољно искоришћених капацитета; 2) економија дељења предмет је аутономне регулативе, односно она још увек није предмет обавезујућих правних правила на нивоу ЕУ (иако постоје предлози за законодавним регулисањем пословних активности који се подводе под анализирани појам).¹² Овако дефинисан пословни модел економије дељења карактерише и постојање три основна учесника између којих настају сложени правни односи, а који се најчешће не могу у потпуности подвести под постојеће законске прописе.

3. Правни односи између различитих учесника у пословном моделу економије дељења

Учесници у пословном моделу економије дељења су: 1) електронске платформе које пружају услуге повезивања заинтересованих лица, односно оглашавања ресурса потребних за пружање услуга, и/или организације тржишта

A European agenda for the collaborative economy, COM/2016/0356 final, Brussels, 2.6.2016, стр. ; о појму економије дељења видети: Hatzopoulos, V., *The Collaborative Economy and EU Law*, London, 2020.

¹¹ European Commission, Communication from the Commission to the European Parliament, the Council, the European Economic and Social Committee and the Committee of the Regions: A European agenda for the collaborative economy, стр. 3.

¹² Hatzopoulos, V., Roma, S., *нав. чланак*, стр. 84-85.

на којем се одвија коришћење добара или услуга, 2) пружаоци услуга (лица која су власници ресурса који су предмет уговора о пружању услуга), 3) корисници услуга (лица која су заинтересована за привремено коришћење ресурса који су предмет трговине на одређеној платформи).¹³ Између наведених учесника настају три врсте правних односа поводом пружања две врсте услуга.

Када је реч о двама врстама услугама које се везује за електронске платформе засноване на принципима економије дељења, разликујемо услугу повезивања заинтересованих лица путем оглашавања (која у неким случајевима постаје услуга организације тржишта коју врши сама платформа), а коју врши сама платформа и услугу повезану са коришћењем ресурса (робе или другог ресурса), коју називамо и основном услугом.¹⁴ Основну услугу врши пружалац услуга, а њен карактер, врста и природа могу бити различити. То може бити услуга превоза, туристичка услуга, финансијска услуга, консултантска услуга итд.

Први правни однос који настаје поводом послова заснованих на економији дељења је однос између платформе и пружаоца услуга.¹⁵ У том односу платформа пружа посебну услугу повезивања или стављања на располагање пружаоцу услуга својеврсног огласног простора на интернет сајту, помоћу којег његова основна услуга постаје доступна заинтересованим трећим лицима. Описану услугу платформе, по правилу, прати и низ других повезаних услуга чији је заједнички циљ што учесталије и лакше повезивање пружалаца и корисника основне услуге. Пратеће услуге односе се на помоћ у одређивању цене основне услуге (најчешће на основу посебних алгоритама), извршење обавезе плаћања цене коришћења основне услуге од стране корисника, саветовање о изгледу огласног простора, начину комуникације са корисницима услуга, дефинисање општих услова пословања примењивих на однос између пружаоца и корисника основне услуге, одређивање садржине њиховог уговора итд.¹⁶ Обим и садржина пратећих услуга имају суштински значај за квалификацију правне природе услуге коју платформа пружа. Та услуга може бити квалификована као услуга информационог друштва (у смислу посебних прописа о електронској трговини) или као хибридна услуга која има елементе и услуге информационог друштва и основне услуге.¹⁷ У другом случају, платформа је дужна да испуни неретко строге услове који се захтевају за пружање основне услуге (нпр. обавезе које произилазе из секторских прописа о

¹³ European Commission, Communication from the Commission to the European Parliament, the Council, the European Economic and Social Committee and the Committee of the Regions: A European agenda for the collaborative economy, стр.

¹⁴ The European Consumer Organization, *Collaborative Economy – BEUC position*, Brussels, 2016, стр. 11-12.

¹⁵ Исто.

¹⁶ Busch, C., *The sharing Economy at the CJEU: Does Airbnb pass the 'Uber test'*, Journal of European Consumer and Market Law, бр. 4/2018, стр. 173.

¹⁷ Исто, стр. 172-174; видети случајеве: C-434/15 и C-390/18.

превозу путника или туризму и угоститељству), што значајно отежава њено пословање и доприноси неутралисању бројних предности које трговина путем платформе има у односу на традиционалне облике трговине. Када је реч о природи односа између платформе и пружаоца услуга, њихов уговорни однос, по правилу, испуњава услове за сврставање у уговоре потрошачког права, мада то може бити и уговор привредног права, у зависности од правног статуса пружаоца услуга (неспорно је да платформа увек има статус трговца у смислу прописа о заштити потрошача).

Други правни однос који настаје коришћењем платформе засноване на економији дељења је однос између пружаоца и корисника основне услуге. Правно посматрано, ради се о уговору о пружању услуга, на који се у пракси најчешће не примењују правила потрошачког права, а због чињенице да пружалац услуга обично нема статус трговца у потрошачком уговору.¹⁸ Корисник услуга, са друге стране, најчешће има статус потрошача. То значи да се на однос између пружаоца и корисника услуга углавном примењују општа правила облигационог права, док се у ретким ситуацијама на тај однос примењују правила потрошачког права или правила привредног уговорног права (ако обе уговорне стране закључују предметни уговор у оквиру или у вези са обављањем своје привредне делатности).

Трећи правни однос који настаје реализацијом пословног модела економије дељења је однос између платформе и корисника услуга. Потенцијална одговорност и обавезе платформе према кориснику услуге могу бити тројаке. Прво, платформа одговара за тачност и истинитост информација о пружаоцима услуга и основној услузи која је предмет понуде на платформи. Друго, платформа може бити одговорна за саобразност пружене услуге. Овај вид одговорности треба сматрати изузетком, који се начелно примењује само у ситуацијама у којима платформа врши доминантан утицај на пословање и испуњење уговорних обавеза пружаоца услуга. Треће, платформа одговара за тачност и веродостојност коментара, мишљења и оцена које су корисници услуга изнели на основу својих искустава поводом закључења и извршења уговора о пружању услуга са појединим пружаоцима услуга. Последњи вид одговорности има посебан значај за економију дељења, имајући у виду могућност пословања са лицима која се међусобно не познају. Зато су платформе одговорне за поузданост и веродостојност тзв. система оцењивања репутације пружалаца услуга, који представљају значајан фактор одлучивања корисника услуга приликом избора пружалаца услуга.

Анализирани правни односи показују да економија дељења ствара ситуације и практичне проблеме на које постојећа правила о заштити потрошача немају адекватне одговоре. У наставку раду бавићемо се утицајем који описани правни односи између субјеката који учествују у пословном моделу економије дељења имају на евентуалне измене и допуне постојећег правног режима заштите

¹⁸ The European Consumer Organization, *Collaborative Economy – BEUC position*, стр. 11.

потрошача у Европској унији (ЕУ) и недавно усвојеном Закону о заштити потрошача Републике Србије (у даљем тексту: ЗЗП).¹⁹

4. Прилагођеност права заштите потрошача особеностима економије дељења

За правни положај потрошача који користи услуге путем платформи заснованих на моделу економије дељења кључни су одговори на два питања: 1) да ли он поводом закљученог уговора о пружању услуге ужива посебне механизме заштите потрошача (првенствено мислимо на механизме примењиве код уговора о пружању услуга на даљину - право на предуговорно информисање и право на одустанак од уговора без навођења разлога) и 2) који учесник у пословном моделу економије дељења (платформа, пружалац услуга) има обавезу да удовољи његовом правно основаном захтеву (нпр. приговор због несаобразности пружене услуге). Одговори на постављена питања захтевају да је потрошач упознат са правним последицама напред описаних правних односа између учесника у моделу економије дељења на што је могуће разумљивији и транспарентнији начин. Неспорно је да је потрошач у непосредном правном односу једино са пружаоцем услуга. Стога ћемо најпре анализирати питање обавеза и одговорности пружалаца услуга према корисницима услуга. Међутим, ни одговорност оператера платформе за саобразност пружене услуге није у потпуности искључења, а поред те одговорности постоји и неколико недвосмислених посебних обавеза оператера које се односе на механизме управљања том платформом и информације које корисници услуга добијају о тим механизмима.

4.1. Обавезе пружалаца услуга према корисницима услуга

Степен обавеза које пружалац услуга има према кориснику услуга зависи од правне квалификације уговора о пружању услуга закљученог између њих. Под правном квалификацијом овог уговора подразумевамо његово подвођење под уговоре потрошачког права или уговоре облигационог права.²⁰ Добро је познато да је основна (економска) премиса примене правила потрошачког права на један правни однос постојање фактичке и економске неједнакости између уговорних страна у том односу. Израз описане економске премисе је правна претпоставка примене потрошачког права, садржана у захтеву постојања потрошачког уговора који се најчешће дефинише као уговор закључен између трговца и потрошача (за потребе овог рада можемо претпоставити да корисник услуга испуњава услове за

¹⁹ *Службени гласник Републике Србије*, бр. 88/2021.

²⁰ О појму трговинског посла видети: Радовић, М., *Трговински послови – de lege lata u de lege ferenda*, Београд, 2022, стр. 20-51.

стицање статуса потрошача; у супротном, не би се постављало питање примене прописа о заштити потрошача). Већ је речено да се у пракси држава чланица ЕУ показало да пружалац услуга преко платформи које функционишу по принципима економије дељења често не испуњава услове за стицање статуса трговца, што доводи до аутоматског искључења примене правила потрошачког права на однос између пружаоца услуга и корисника услуга.²¹ Разлог немогућности подвођења пружаоца услуга под појам трговца налази се у дефиницији појма трговца садржаној у тзв. потрошачким директивама ЕУ, којом се захтева постојање повезаности деловања физичког или правног лица са његовом трговачком, пословном, занатском или професионалном делатношћу.²² Другим речима, да би се сматрало да је пружалац услуге који је предмет анализе у овом делу рада трговац у смислу прописа о заштити потрошача, потребно је најпре утврдити да услуге које он пружа путем платформе чине део његове професионалне делатности. То није једноставно доказиво због чињенице да пружаоци услуга путем платформе економије дељења често предметне услуге пружају само повремено. И у домаћој правној литератури је препознато да „делатност трговца мора да буде планска, што значи организована, а не спорадична, и усмерена ка предузимању унапред неодређеног броја истоврсних послова“.²³ Зато постоји мноштво граничних случајева у којима се не може са сигурношћу утврдити да ли одређени обим и учесталост пружања услуге путем платформе прераста у професионалну делатност пружаоца услуге или не. Управо из овог разлога у иностраној литератури и пословној пракси постаје све присутније означавање пружалаца услуга новим термином који је резултат специфичности економије дељења. Реч је о термину који у оригиналу на енглеском језику гласи *prosumer*. Овај термин, који није једноставно превести на српски језик, представља кованицу састављену од две енглески речи: *producer* (произвођач) и *consumer* (потрошач), које указују на дуални карактер пружалаца услуга у економији дељења.

Због практичних недоумица и нејасноћа у погледу испуњености анализираног услова из дефиниције појма трговца у потрошачком праву ЕУ, у литератури се предлажу различити квантитативни критеријуми којима би се успоставила јасна граница између пружалаца услуга чије економске активности на платформама економије дељења чине професионалну делатност и оних пружалаца услуга који се не могу сматрати професионалцима.²⁴ Предложени

²¹ The European Consumer Organization, *Collaborative Economy – BEUC position*, стр. 11.

²² Видети нпр.: Директива о правима потрошача, чл. 2 тач. 2 (Directive 2011/83/EU of the European Parliament and of the Council of 25 October 2011 on consumer rights, amending Council Directive 93/13/EEC and Directive 1999/44/EC of the European Parliament and of the Council and repealing Council Directive 85/577/EEC and Directive 97/7/EC of the European Parliament and of the Council, *Official Journal of the European Union*, L 304/64, 22.11.2011.)

²³ Радовић, М., *нав. дело*, стр. 165.

²⁴ Terryn, E., *The sharing economy in Belgium – a case for regulation*, *Journal of European Consumer and Market Law*, бр. 1/2016, стр. 50-51.

критеријуми најчешће се везују за број и учесталост трансакција које пружалац услуга обавља преко платформе у одређеном временском раздобљу или на поређење прихода које он остварује преко платформе са његовим укупним приходима (па ако профит пређе законом унапред прописани проценат, онда треба сматрати да конкретно лице има својство трговца).²⁵ У праву ЕУ предложени критеријуми још увек нису усвојени на комунитарном нивоу, али поједине државе чланице у својим секторским прописима који регулишу одређене врсте услуга прихватају неке од квантитативних критеријума (што је посебно присутно у сектору туризма у којем се прописују „гранични“ број ноћења на годишњем нивоу чији прелазак означава стицање својства професионалца, односно трговца).²⁶

Српско потрошачко право, попут права ЕУ, не садржи било какве посебне прописе о платформама које послују у складу са поставкама економије дељења, као ни о њеним учесницима. То значи да се оцена прилагођености домаћег потрошачког права особеностима односа између пружаоца и корисника услуга може једино извршити анализом постојећих, општих прописа, који се примењују и на уобичајене начине пружања услуга. Анализом тих прописа уочавамо да је појам трговца у ЗЗП-у дефинисан на нешто другачији начин у односу на потрошачко право ЕУ. Наиме, у српском праву трговац је правно лице, предузетник или физичко лице које наступа на тржишту у оквиру своје пословне делатности или у друге комерцијалне сврхе, укључујући и друга лица која послују у његово име или за његов рачун (обележио аутор Б.М.).²⁷ Произилази да се дефиницијом појма трговца захтева испуњеност једног од два алтернативно постављена услова: 1) повезаност конкретног уговора са професионалном делатношћу физичког или правног лица или 2) поступање физичког или правног лица у друге комерцијалне сврхе. Чини се да у српском праву постоји нешто већа могућност квалификовања пружалаца услуга под појам трговца, и то на основу примене другог алтернативног услова. Међутим, правни стандард „друге комерцијалне сврхе“ свакако није довољно одређен, па би напред наведени квантитативни критеријуми и у српском праву поједноставили примену дефиниције појма трговца у ситуацијама којима постоји дилема о статусу пружалаца услуга на платформама економије дељења.

На крају, треба нагласити да немогућност примене прописа потрошачког права никако не значи да корисници услуга на платформама економије дељења немају друга средства правне заштите својих легитимних интереса и очекивања. Подразумева се да се они могу позивати на опште прописе облигационог права, а у појединим случајевима они своја права могу да остварују и према електронској платформи која има улогу организатора трговине.

²⁵ Исто.

²⁶ Hatzopoulos, V., Roma, S., *нав. чланак*, стр. 89.

²⁷ ЗЗП, чл. 5 тач. 2.

4.2. Обавезе електронске платформе према корисницима услуга (и према пружаоцима услуга)

Степен обавеза електронске платформе према корисницима услуга директно је повезан са степеном утицаја који платформа врши на услове и начин пружања основне услуге. Ниво обавеза платформе према пружаоцима услуга зависи од правне квалификације њеног уговорног односа са пружаоцем услуга. Поред ових, основних обавеза према корисницима и пружаоцима услуга, платформа има и низ посебних обавеза повезаних са транспарентношћу њеног рада, редоследом (рангирањем) различитих пружалаца услуга на платформи и веродостојношћу система оцењивања репутације пружалаца услуга, за који је, такође, најчешће одговорна платформа.

4.2.1. Обавезе електронске платформе у вези са пружањем основне услуге

Електронске платформе настоје да својим општим условима пословања у потпуности искључе било коју одговорност за саобразност пружене основне услуге. Постојање клаузула искључења одговорности платформе према корисницима услуга можемо сматрати разумљивим и оправданим у случајевима у којима платформа има само незнатан утицај на пружање основне услуге. То значи да платформа која има улогу истинског посредника између заинтересованих лица, односно субјекта који само олакшава повезивање две заинтересоване стране није и не треба да буде одговорна за пружање основне услуге. Међутим, бројни примери платформе економије дељења показују да утицај платформе на рад пружалаца услуга није само незнатан, већ се понекад може сматрати и одлучујућим. Најсликовитији пример поменутог утицаја је платформа *Uber* која одређује максималну цену услуге појединачне возње, али и услове које аутомобили и возачи морају да испуњавају, минималне оцене које возачи морају да добију од корисника услуга како би могли да остану део система, задржавајући право њиховог искључења из система и сл.²⁸ У правној литератури све више преовладава становиште да платформе које нису пуки посредници између пружаоца и корисника услуга треба да буду одговорне за квалитет и саобразност пружене услуге, тј. да корисници услуга у тим случајевима могу да бирају да ли ће своја права остваривати према платформи или према пружаоцу услуга.²⁹

²⁸ О односу између платформе и пружаоца услуга на примеру платформе *Uber* видети: Јанковић, С., *Правни положај возача у Uber систему превоза путника*, Право и привреда, бр. 3/2020, стр. 201-220.

²⁹ Busch, C., Dannemann G., Schulte-Nölke, H., Wiewiórowska-Domagalska, A., Zoll, F., *The ELI Model Rules on Online Platforms*, Journal of European Consumer and Market Law, бр. 2/2020, стр. 64-65; Busch, C., Schulte-Nölke, H., Wiewiórowska-Domagalska, A., Zoll, F., *нав. чланак*, стр. 8-9.

Израз овог доктринарног становишта је одредба садржана у Модел правилима за електронске платформе, које је Европски правни институт усвојио марта 2020. године: „ако потрошач може разумно да се ослони на то да оператер платформе има изразито доминантан утицај на пружаоца услуга, он може да врши права и правна средства доступна за случај повреде уговора која иначе има према пружаоцу услуга истовремено и према оператеру платформе“ (чл. 20 ст. 1. Модел правила). Анализираним Модел правилима наведена је и листа критеријума који би служили за утврђивање постојања „изразито доминантног утицаја“ оператера платформе: 1) уговор о пружању услуга између пружаоца и корисника закључен је искључиво средствима комуникације која су доступна на платформи; 2) оператер платформе не открива идентитет или контакт детаље пружаоца услуга све до тренутка закључења уговора о пружању услуга; 3) оператер платформе користи системе плаћања који му омогућавају да задржи средства која је корисник услуга уплатио пружаоцу услуга; 4) услове уговора о пружању услуга суштински дефинише оператер платформе; 5) цену пружања услуге одређује оператер платформе; 6) маркетингшке активности су базиране на рекламним порукама о оператеру платформе, а не о пружаоцима услуга; 7) оператер платформе пружа гаранције да ће вршити надзор над поступањем пружалаца услуга и да ће санкционисати непоступање у складу са својим стандардима понашања, чак и изван његових законских обавеза (чл. 20 ст. 2 Модел правила).³⁰ Анализирано становиште о неопходности појачане одговорности електронских платформи према корисницима услуга још увек није постало део обавезујуће законске регулативе ни у ЕУ ни у Србији, па би једним од императива будућих легислативних реформи требало сматрати управо регулисање питања одговорности електронских платформи.

4.2.2. Обавезе електронске платформе у вези са пружањем услуге повезивања заинтересованих лица

Питање одговорности оператера електронске платформе не поставља се само у вези са саобразношћу пружене услуге кориснику услуге, већ и поводом услуге повезивања, односно стављања на располагање огласног простора на платформи пружаоцу основне услуге. И у односу са пружаоцима услуга електронске платформе настоје да својим општим условима пословања што више ограниче одговорност. Питање одговорности платформе може се поставити у различитим ситуацијама, односно оно може бити последица повреде различитих обавеза које платформа има према пружаоцу услуга. Тако, на пример, платформа често има обавезу искључења са тржишта свих корисника са којима су пружаоци услуга имали негативна искуства у пословној сарадњи.³¹ Платформа је неретко одговорна и за пренос комуникације између

³⁰ Исто, стр. 70.

³¹ Busch, C., Schulte-Nölke, H., Wiewiórowska-Domagalska, A., Zoll, F., *нав. чланак*, стр. 7.

пружаоца и корисника услуга, односно сва комуникација између њих се може вршити само путем средстава комуникације на даљину које је обезбедила платформа. Платформа је тада дужна и да гарантује сигурност и благовременост те комуникације. Ако платформа врши за рачун пружаоца услуга и наплату потраживања од стране корисника услуга, онда она може бити одговорна и за штету насталу неадекватним или неблаговременим вршењем платних услуга.³² Коначно, исто као што корисник услуга може претрпети штету током пружања услуга, тако штету може претрпети и пружалац услуге (нпр. оштећења стана или апартмана од стране корисника услуге смештаја).

Наведени примери обавеза које оператер електронске платформе економије дељења има према пружаоцима услуга указују на потребну јасног препознавања тих обавеза законским прописима и прописивање посебних правила о одговорности платформе за непоступање у складу са њима.

4.2.3. Обавеза транспарентности електронске платформе

Обавеза транспарентности електронске платформе има два основна појавна облика: 1) обавештавање корисника о правном статусу пружалаца услуга и 2) информисање корисника о редоследу (рангирању) различитих пружалаца услуга на платформи.

Напред анализирано питање односа између пружалаца и корисника услуга и реална могућност да се тај однос не може квалификовати као однос између трговца и потрошача захтева проширење обавезе предуговорног информисања корисника услуга, који треба бити обавештен и о томе да ли пружалац услуга има својство трговца. Ако пружалац услуга то својство нема, онда корисник мора бити јасно упозорен да се на конкретан уговор не примењују прописи о заштити потрошача.³³ Обавезу информисања потрошача о овој чињеници има платформа, а за случај непоступања у складу са наведеном обавезом у правној литератури се предлаже установљавање још једног случаја непосредне одговорности платформе за вршење основне услуге према кориснику те услуге.³⁴

За правилно функционисање електронских платформи које послују по принципима економије дељења, али и за потпуну реализацију права корисника услуга на избор и обавештеност, посебан значај има питање редоследа, односно рангирања услуга различитих пружалаца на електронској платформи. До рангирања долази након уношења кључних речи за претраживање од стране потрошача или избора врсте услуге за коју је заинтересован на интернет страници платформе. Рангирање производа и услуга недавно је постало

³² Исто.

³³ Видети: Директива о правима потрошача, чл. 6а ст. 1(б).

³⁴ Busch, C., Dannemann G., Schulte-Nölke, H., Wiewiórowska-Domagalska, A., Zoll, F., *нав. чланак*, стр. 65.

предмет непосредног регулисања и од стране европских законодаваца, а нарочито након објављивања резултата емпиријских истраживања, која доказују утицај редоследа производа и услуга на доношење економске одлуке потрошача (постоји неспорна тенденција куповине производа и услуга који се појављују међу првим резултатима претраживања; мноштво потрошача уопште не разматра понуде трговаца које су у резултатима претраживања ниже рангиране).³⁵ Дobar пример рангирања је претраживање услуге смештаја преко платформе *AirBnB*, која на неким туристичким дестинацијама нуди смештај у хиљадама станова и апартамана.

У праву ЕУ рангирање је регулисано Директивом о бољем извршењу и модернизацији потрошачког права из 2020. године,³⁶ и то у њеном делу којим се врше измене Директиве о непоштеним пословним праксама и Директиве о правима потрошача. Према Директиви о непоштеним пословним праксама, рангирање се дефинише као релативна видљивост дата производима, како их трговац представља, организује или о њима обавештава, независно од технолошких средстава употребљених за такво представљање, организовање или обавештавање.³⁷ Према истом пропису, опште информације о најважнијим параметрима којима се одређује ранг производа приказаних потрошачу као резултат упита и о релативној важности тих параметара у односу на друге параметре сматрају се битним информацијама, те њихово изостављање, ако су испуњени сви други услови прописани Директивом, представља обмањујуће пропуштање које је облик (забрањене) обмањујуће пословне праксе.³⁸ Слично Директиви о непоштеним пословним праксама, и Директива о правима потрошача захтева пружање информација потрошачима о главним параметрима који одређују рангирање понуде презентоване потрошачима у резултатима претраге вршене уношењем кључних речи.³⁹

4.2.4. Одговорност електронске платформе за систем оцењивања репутације пружалаца услуга

Системи оцењивања репутације пружалаца (али и корисника) услуга представљају значајан механизам прикупљања информација (коментара и рецензија) о учесницима на електронској платформи, роби, услугама или

³⁵ Derakhshan M., Golrezaei N., Manshadi V., Mirrokni V., *Product Ranking on Online Platforms*, доступно на: https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=3130378&download=yes, 30.03.2022.

³⁶ Directive (EU) 2019/2161 of the European Parliament and of the Council of 27 November 2019 amending Council Directive 93/13/EEC and Directives 98/6/EC, 2005/29/EC and 2011/83/EU of the European Parliament and of the Council as regards the better enforcement and modernisation of Union consumer protection rules, *Official Journal of the European Union*, L 328/7, 18.12.2019.

³⁷ Директива о непоштеним пословним праксама, чл. 2 ст. 1(м).

³⁸ Директива о непоштеним пословним праксама, чл. 7 ст. 4(а).

³⁹ Директива о правима потрошача, чл. 6а ст. 1(а).

дигиталном садржају, који су предмет уговора закључених посредством платформе.⁴⁰ Они представљају „централни елемент тржишног дизајна“ економије дељења, као најбољи начин за санкционисање негативног и промовисање позитивног понашања.⁴¹ И поред неспорног значаја системи оцењивања на електронским платформама још увек нису били предмет значајнијег интересовања европских законодаваца, па основне принципе регулисања анализираних питања проналазимо у документу који има академску природу – Модел правилима за електронске платформе Европског правног института (као и у Препоруци Организације за економску сарадњу и развој – *OECD* - о заштити потрошача при електронској трговини). Међу бројним принципима садржаним у овом документу издвајамо начело информисања о механизмима прикупљања, процесуирања и објављивања релевантних информација, принцип поступања у складу са захтевима професионалне пажње, као и низ конкретних критеријума којима се тај захтев операционализује (нпр. обавеза објављивања рецензија које су резултат правог, истинског искуства корисника, забрана стицања било каквих користи за давање рецензије одређене садржине, обавеза објављивања рецензија без одлагања, забрана обмањујућег рангирања рецензија итд.).⁴²

5. Закључак

Анализа правних односа који настају поводом реализације пословних модела економије дељења показала је да право заштите потрошача није у потпуности прилагођено изазовима које доноси економија дељења. Адекватним одговором на нове правне ситуације, проблеме и изазове које доноси економија дељења чини се допуна постојеће регулативе потрошачког права, којом би били обухваћена решења барем основних проблема који се везују за заштиту корисника услуга платформи економије дељења. Најзначајнијим питањима која би требало обухватити будућом регулативом сматрамо:

- дефинисање квантитативних критеријума разграничења између пружалаца услуга на платформама економије дељења који имају статус трговца и оних пружалаца услуга који тај статус немају,
- одређивање ситуација у којима постоји непосредна, директна одговорност електронске платформе за извршење обавеза из уговора о пружању основне услуге; тим ситуацијама неспорно треба обухватити

⁴⁰ Navas Navaro, S., *Discrimination and Online Platforms in the Collaborative Economy*, Journal of European Consumer and Market Law, бр. 1/2019, стр. 34-38.

⁴¹ Busch, C., Dannemann G., Schulte-Nölke, H., Wiewiórowska-Domagalska, A., Zoll, F., *нав. чланак*, стр. 65.

⁴² Видети: Модел правила о електронским платформама Европског правног института, чл. 6.

ситуације у којима платформа врши „изразито доминантан утицај“ на начин пружања услуге, као и случај повреде обавезе предуговорног информисања корисника услуга о правном статусу пружаоца услуга (чињеници да у конкретном случају пружалац услуга нема статус трговца),

- јасно дефинисање обавеза електронске платформе према пружаоцима услуга и одговорности за повреду тих обавеза,

- увођење опште обавезе транспарентности рада електронске платформе, којим би биле обухваћене њене обавезе у погледу информисања пружалаца и корисника услуга о механизмима рада и управљања платформом од стране оператера, систему оцењивања репутације корисника, као и редоследу (рангирању) услуга различитих пружалаца приликом претраге интернет сајта платформе од стране корисника.

*Borko Mihajlović, Ph.D., Assistant Professor
Faculty of Law, University of Kragujevac*

THE SHARING ECONOMY AND CONSUMER PROTECTION LAW

Summary

The development of information and communication technologies has created the conditions for the mass spread of the sharing economy. The sharing economy is based on the idea of cooperation and sharing of various resources necessary for the provision of services, possessed by many individuals interested in more efficient and frequent use of these resources. The emergence of the sharing economy also significantly affects the consumer protection law by creating legal relationships and problems that are not covered by existing regulations. The subject of this paper is the analysis of the basic problems of consumer law related to the development of the sharing economy, as well as the determination of the basic ways and mechanisms for overcoming these problems. After analyzing the concept, basic features and legal relations that arise from the realization of business models of the sharing economy, the author dealt with the impact of the analyzed legal relations on consumer protection law. The author performed the assessment of the impact of the sharing economy on the consumer protection law, as well as the assessment of the adaptation of existing regulations to the challenges of the sharing economy. These assessments were conducted primarily by analyzing the various obligations and responsibilities that participants in the sharing economy business model have towards end-users.

Key words: *sharing economy, consumer protection law, sharing economy online platforms, service providers, service users.*

Литература

- Busch, C., Dannemann G., Schulte-Nölke, H., Wiewiórowska-Domagalska, A., Zoll, F., *The ELI Model Rules on Online Platforms*, Journal of European Consumer and Market Law, бр. 2/2020.
- Busch, C., *The sharing Economy at the CJEU: Does Airbnb pass the 'Uber test'*, Journal of European Consumer and Market Law, бр. 4/2018.
- Busch, C., Schulte-Nölke, H., Wiewiórowska-Domagalska, A., Zoll, F., *The Rise of the Platform Economy: A New Challenge for EU Consumer Law?*, Journal of European Consumer and Market Law, бр. 1/2016.
- Derakhshan M., Golrezaei N., Manshadi V., Mirrokni V., *Product Ranking on Online Platforms*, доступно на: https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=3130378&download=yes, 30.03.2022.
- European Commission, *Communication from the Commission to the European Parliament, the Council, the European Economic and Social Committee and the Committee of the Regions: A European agenda for the collaborative economy*, COM/2016/0356 final, Brussels, 2.6.2016.
- European Consumer Organization, *Collaborative Economy – BEUC position*, Brussels, 2016;
- Inglese, M., *The Collaborative Economy Legal Conundrum: A Way Forward Through Harmonization*, Legal Issues of Economic Integration, бр. 4/2018.
- Јанковић, С., *Правни положај возача у Uber систему превоза путника*, Право и привреда, бр. 3/2020.
- Koopman, C., Mitchell, M., Thierer, A., *The Sharing Economy and Consumer Protection Regulation: The Case for Policy Change*, Mercatus Working Paper, Mercatus Center at George Mason University, Arlington, 2014.
- Navas Navaro, S., *Discrimination and Online Platforms in the Collaborative Economy*, Journal of European Consumer and Market Law, бр. 1/2019.
- Радовић, М., *Трговински послови – de lege lata u de lege ferenda*, Београд, 2022.
- Terryn, E., *The sharing economy in Belgium – a case for regulation*, Journal of European Consumer and Market Law, бр. 1/2016.
- Hatzopoulos, V., *The Collaborative Economy and EU Law*, London, 2020.
- Hatzopoulos, V., Roma, S., *Caring for Sharing: the Collaborative Economy under EU law*, Common Market Law Review, бр. 1/2017.