

Dr Maša Mišković

Asistent sa doktoratom Pravnog fakulteta Univerziteta u Beogradu

ZAKLJUČENJE UGOVORA O PRODAJI KORIŠĆENJEM AUKCIJSKIH VEB-SAJTOVA

Rezime: U ovom radu analizira se zaključenje ugovora o prodaji korišćenjem aukcijskih veb-sajtova, s obzirom na to da su usled razvoja digitalnih tehnologija postali rasprostranjeni u svetu, pa se može očekivati da će se odomačiti i u našoj zemlji. Najpre se pravi razlika između vlasničkih (engl. proprietary websites) i posredničkih veb-sajtova (engl. intermediary websites). Kada se roba prodaje putem aukcije korišćenjem vlasničkog veb-sajta, postoje dve mogućnosti u zavisnosti od načina istupanja operatora vlasničkog veb-sajta. Prva je da operator prodaje robu putem aukcije u svoje ime i za svoj račun. Druga mogućnost je da robu prodaje za tuđ račun, kada se radi o platformi organizatora aukcije (aukcijске kuće). Od načina istupanja operatora vlasničkog veb-sajta zavisi i između kojih lica se zaključuje ugovor o prodaji. Pri tom, zaključenje ugovora moguće je tako što se roba prodaje isključivo korišćenjem vlasničkog veb-sajta, ali se aukcija može sprovesti i uživo uz prenošenje onlajn, sa mogućnošću učestvovanja preko interneta. Od načina sprovođenja aukcije zavisi i da li zaključen ugovor o prodaji predstavlja ugovor na daljinu. Kada se roba prodaje putem aukcije korišćenjem posredničkog veb-sajta, ugovor o prodaji direktno zaključuju njegovi korisnici. Operator posredničkog veb-sajta pruža samo uslugu korišćenja platforme, putem koje se korisnici sami povezuju i zaključuju ugovore.

Ključne reči: Zaključenje ugovora. – Ugovor o prodaji. – Aukcija. – Aukcijski veb-sajt.

1. UVOD

U današnje digitalno doba zaključenje ugovora o prodaji putem interneta postalo je uobičajena pojava kako u svetu, tako i kod nas. Pored veb-sajtova na arvo se ugovor o prodaji zaključuje na „uobičajeni“ način, sve više postaju popularni i aukcijski veb-sajtovi, na arvo do zaključenja ugovora o prodaji dolazi nakon sprovedene aukcije, odnosno nadmetanja učesnika aukcijskog postupka i određivanja najboljeg ponudioca.

Prvi veb-sajtovi za aukcijsku prodaju robe osnovani su sredinom devedesetih godina XX veka, a najpoznatiji je osnovala kompanija *eBay*, koja predstavlja svetskog lidera elektronske, odnosno onlajn aukcijske prodaje robe.¹

1 Asunción Mochón, Yago Sáez, *Understanding Auctions*, Springer, Cham-Heidelberg-New York-Dordrecht-London 2015, 122 fn. 3; Jelena Čeranić, „Povreda žiga na sajtovima za

Ovaj veb-sajt najpre je funkcionisao kao veb-sajt za aukcijsku prodaju robe između fizičkih lica – potrošača (engl. *Consumer-to-consumer*), ali je tokom vremena prerastao u platformu za aukcijsku prodaju robe između trgovaca i potrošača (engl. *business-to-consumer*).²

Veb-sajtovi za aukcijsku prodaju robe u našoj zemlji nisu razvijeni, ali imajući u vidu da smo svedoci ubrzane digitalizacije i sve većeg razvoja informaciono-komunikacionih tehnologija, može se očekivati da će se ovakvi veb-sajtovi odomaćiti i kod nas. Zbog toga su upravo aukcijski veb-sajtovi predmet analize ovog rada.

Pre nego što se razmotri pitanje zaključenja ugovora korišćenjem aukcijskih veb-sajtova, potrebno je napraviti razliku između dve vrste veb-sajtova. Prvi su veb-sajtovi aukcijskih kuća, a drugi tzv. Aukcijski veb-sajtovi, odnosno sajtovi za aukcijsku prodaju robe. Sajtovi, odnosno onlajn platforme aukcijskih kuća nazivaju se još i „vlasnički“ veb-sajtovi (*proprietary websites*), a aukcijski veb-sajtovi se označavaju kao „posrednički“ (*intermediary websites*).³ U uporednoj pravnoj teoriji operatori ove dve vrste sajtova se označavaju i kao „operatori onlajn prodavnica“ (engl. *online shop operators*) i „operatori onlajn platformi“ (engl. *online platform operators*).⁴

2. ZAKLJUČENJE UGOVORA O PRODAJI KORIŠĆENJEM VLASNIČKOG VEB-SAJTA

Vlasnički veb-sajt (engl. *proprietary website*) predstavlja internet platformu, čiji je operator stekao pravo svojine na predmetu prodaje pre prodaje određene stvari kupcu.⁵ U pitanju je zaključenje ugovora na daljinu sa prodavcem, koji omogućava elektronski (onlajn) način zaključenja ugovora o prodaji. Drugim rečima, u ovom slučaju se sprovodi elektronska trgovina kao oblik daljinske trgovine preko elektronske platforme koja povezuje trgovce i potrošače – tzv. Prodaja preko *e-commerce* platforme.⁶

aukcijsku prodaju robe“, *Intelektualna svojina i Internet* (ur. Dušan Popović), Beograd 2016, 48–49; Dubravka Stojanović, „On-line aukcije“, *Pravo i privreda* 5–8/2014, 532.

2 Nicoleta Andreea Neacșu, „Consumer protection in electronic commerce“, *Bulletin of the Transilvania University of Brașov*, Vol. 9(58), Nr. 1/2016, 304.

3 Christine Riefa, *Consumer Protection and Online Auction Platforms – Towards a Safer Legal Framework*, Routledge, London, New York 2017, 3.

4 Christiane Wendehorst, „Platform Intermediary Services and Duties under the E-Commerce Directive and the Consumer Rights Directive“, *Journal of European Consumer and Market Law*, Nr. 1/2016, 31.

5 C. Riefa, 3.

6 Daljinska trgovina podrazumeva isticanje ponude i zaključenje ugovora o prodaji robe upotrebom jednog ili više sredstava komunikacije na daljinu. Elektronska trgovina je vid daljinske trgovine koja se ostvaruje na način da se roba nudi, naručuje ili prodaje putem interneta. Vid. Zakon o trgovini – ZOT, *Sl. glasnik RS*, br. 52/2019, čl. 17 st. 1–3.

Ugovor na daljinu definiše i Zakon o zaštiti potrošača, predviđajući da je to ugovor zaključen između trgovca i potrošača u okviru organizovane prodaje na daljinu, bez istovremenog prisustva trgovca i potrošača, isključivom upotrebom jednog ili više sredstava

Kada govorimo o *aukcijskoj prodaji* robe putem vlasničkih veb-sajtova, postoje dve mogućnosti u zavisnosti od načina istupanja operatora veb-sajta. Prva je da operator vlasničkog veb-sajta prodaje određenu robu putem aukcije u svoje ime i za svoj račun. On je tada prodavac koji sa kupcem zaključuje ugovor o prodaji na daljinu. U tom slučaju jedinu specifičnost (pored zaključenja ugovora na daljinu) predstavlja sprovođenje aukcije kao posebnog načina, odnosno posebne tehnike zaključenja ugovora o prodaji. Druga mogućnost je da operator vlasničkog veb-sajta prodaje robu na osnovu dobijenog naloga – u tuđe ime i za tuđ račun (kao zastupnik) ili u svoje ime, a za tuđ račun (kao komisionar). Ovde se, zapravo, radi o sajtovima aukcijskih kuća (aukcionara), koje su dobile nalog da prodaju robu prodavca (nalogodavca). Dakle, moguće je da aukcijska kuća *pored* nadmetanja uz fizičko prisustvo učesnika u određenoj prostoriji nudi i elektronsku (onlajn) platformu za sprovođenje aukcije.⁷ Posebno se ističu aukcijske platforme velikih aukcijskih kuća: *Christie's LIVE*, *Sotheby's BIDnow*, *Phillips Live Auctions*, *Bonhams Live Online Bidding*.⁸ U ovom slučaju aukcija se sprovodi uživo, uz fizičko prisustvo učesnika, a aukcijska kuća omogućava dodatni „kanal“ (način) prodaje upotrebom elektronske opreme i tehnologije – video veze (engl. *Video links*), širokopojasni internet (engl. *Broadband Internet*) ili skajp (engl. *Skype*) kako bi se aukcija sproveda uživo.⁹ Sa najboljim ponudiocem se zaključuje „klasični“ ugovor o prodaji između prisutnih lica, bilo da je on fizički prisutan na mestu sprovođenja aukcije, bilo da u aukciji učestvuje preko onlajn platforme, jer ona omogućava učesnicima aukcije da se nadmeću kao da su fizički prisutni.¹⁰

Imajući u vidu da se pored prodavca i kupca pojavljuje i operator vlasničkog veb-sajta putem koga se ugovor o prodaji zaključuje, postavlja se pitanje između kojih lica se zaključuje ugovor o prodaji. Kada operator vlasničkog veb-sajta prodaje robu tako što istupa *u svoje ime i za svoj račun*, on je prodavac koji sa najboljim ponudiocem *direktno* zaključuje ugovor o prodaji. Ako robu prodaje isključivo putem veb-sajta, radiće se o ugovoru o prodaji na da-

komunikacije na daljinu do trenutka zaključenja ugovora, uključujući i sam trenutak zaključenja. Pri tom, sredstvo komunikacije na daljinu je sredstvo koje omogućava zaključenje ugovora između trgovca i potrošača koji se ne nalaze na istom mestu i u isto vreme. Vid. Zakon o zaštiti potrošača – ZZZP, *Sl. glasnik RS*, br. 88/2021, čl. 5 st. 1 tač. 8–9.

7 Maša Mišković, *Pravna priroda aukcije*, doktorska disertacija, Beograd 2020, 24.

8 Anne Laure Bandle, *The Sale of Misattributed Artworks and Antiques at Auction*, Edward Elgar Publishing, Cheltenham, Northampton 2016, 68 fn. 246.

9 James Brown, Mark Pawlowski, „How many contracts in an auction sale“, *Nottingham Law Journal*, 2016, dostupno na adresi: https://research.aston.ac.uk/portal/files/19966646/Contracts_in_an_auction_sale.pdf, 7. 5. 2022, 16; Christine Riefa, „To Be or Not to Be an Auctioneer: Some Thoughts on the Legal Nature of Online „eBay“ Auctions and the Protection of Consumers“, *Journal of Consumer Policy*, Vol. 31, Nr. 2/2018, dostupno na adresi: https://papers.ssrn.com/so/3/papers.cfm?abstract_id=1352445, 7. 5. 2022, internet izvor bez broja strane.

10 Zakon o obligacionim odnosima predviđa da se ponuda učinjena telefonom, teleprinterom ili neposrednom radio-vezom smatra kao ponuda prisutnom licu. Zakon o obligacionim odnosima – ZOO, *Sl. list SFRJ*, br. 29/78, 39/85, 45/89 – odluka USJ i 57/89, *Sl. list SRJ*, br. 31/93, *Sl. list SCG*, br. 1/2003 – Ustavna povelja i *Sl. glasnik RS*, br. 18/2020, čl. 40 st. 2.

ljinu, bez obzira na to što je u pitanju aukcijska prodaja. U pitanju je prodaja robe na daljinu, jer da bi se radilo o takvoj prodaji, potrebno je da ugovor bude zaključen *isključivom* upotrebom jednog ili više sredstava komunikacije na daljinu.¹¹ Međutim, sprovođenje aukcijske prodaje uz istovremeno fizičko prisustvo učesnika i prenošenje aukcije onlajn preko vlasničkog veb-sajta, uz mogućnost učestvovanja u aukciji kao da su učesnici fizički prisutni, ne podrazumeva zaključenje ugovora na daljinu, već zaključenje ugovora među prisutnim licima.

Pri tom, kada se aukcijska prodaja organizuje isključivo onlajn, te zaključuje ugovor o prodaji na daljinu, iako prodavac istupa u svoje ime i za svoj račun, prodavac je trgovac u smislu ZOT i ZZP, s obzirom na to da se *organizovanjem* trgovine javnim nadmetanjem za svoj račun može baviti samo trgovac – pravno lice, preduzetnik, poljoprivrednik ili lice koje obavlja delatnost slobodne profesije.¹² Naime, potrebno je razlikovati *bavljenje*, odnosno *obavljanje* delatnosti i *preduzimanje* određenog pravnog posla. U kontekstu aukcije, potrebno je razlikovati *organizovanje* javnog nadmetanja i *sprovođenje/ preduzimanje* javnog nadmetanja. S jedne strane, lice koje se bavi organizovanjem javnog nadmetanja je ono kome to predstavlja delatnost, te mora biti trgovac. S druge strane, svako lice (koje ne mora biti trgovac) može da preduzme pravni posao, odnosno jednom ili povremeno sprovede prodaju svoje robe javnim nadmetanjem, iako se time ne bavi kao delatnošću.¹³

Kada operator vlasničkog veb-sajta prodaje robu *za tuđ račun*, radi se o onlajn platformi aukcionara, odnosno aukcijske kuće, koja se bavi organizovanjem trgovine javnim nadmetanjem za tuđ račun.¹⁴ U ovom slučaju postoje dve mogućnosti.

Prva je da aukcijska kuća organizuje aukciju uz fizičko prisustvo učesnika uz mogućnost istovremenog „onlajn prisustva“ u realnom vremenu. Internet pruža mogućnost da se aukcije prenose uživo, odnosno istovremeno kada se i sprovode. To znači da učesnici mogu da se nadmeću ili tako što su fizički prisutni na aukciji ili preko interneta. Ove aukcije se nazivaju još i „aukcije uživo“ (engl. *Live auctions*).¹⁵ U ovom slučaju, ugovor se zaključuje među prisutnim licima i kada je najbolji ponudilac bio prisutan „onlajn“. Naime, time što se aukcija uz fizičko prisustvo učesnika istovremeno prenosi onlajn (engl. *Audio and video streaming*) preko platforme aukcijske kuće, ispunjen je „zahtev“ fizičkog prisustva učesnika.¹⁶

11 Prema ZZP ugovor o prodaji na daljinu zaključuje se bez istovremenog prisustva trgovca i potrošača, *isključivom* upotrebom jednog ili više sredstava komunikacije na daljinu. Vid. ZZP, čl. 5 st. 1 tač. 8.

12 ZOT u članu 25 predviđa navedena lica kao lica koja mogu da obavljaju trgovinu, odnosno da se bave trgovinom kao svojom delatnošću.

13 M. Mišković, 15–17.

14 ZOT predviđa da se trgovac koji organizuje prodaju robe javnim nadmetanjem u svoje ime i za svoj račun ne smatra aukcijskom kućom. Vid. ZOT, čl. 24 st. 6.

15 Вид. А. Мочон, Y. Саз, 121 fn. 1.

16 C. Riefa (2017), 45.

Druga mogućnost je da aukcijska kuća organizuje aukciju isključivo onlajn, preko svoje platforme, odnosno vlasničkog veb-sajta. U ovom slučaju radi se o elektronskoj trgovini preko *e-commerce* platforme (ZOT, čl. 17 st. 3 tač. 2), odnosno zaključuje se ugovor o prodaji na daljinu. Pri tom, koje lice će zaključiti ugovor sa najboljim ponudiocem zavisi od načina istupanja aukcionara (aukcije kuće).

Ako je aukcijska kuća *zastupnik*, ona istupa u ime i za račun nalogodavca – prodavca, te se uspostavlja direktan pravni odnos između prodavca i najboljeg ponudioca (učesnika aukcije), što znači da su oni ugovorne strane kod ugovora o prodaji. Dakle, kada aukcionar istupa za tuđ račun, postoje dva ugovora: jedan je ugovor o zastupanju (nalogu), a drugi je ugovor o prodaji. Ugovor o zastupanju (ugovor o nalogu) zaključuje se između prodavca kao nalogodavca i aukcijske kuće kao nalogoprimca.¹⁷ Ugovor o prodaji zaključuje se između nalogodavca – prodavca i najboljeg ponudioca – kupca.

Kada aukcijska kuća istupa kao *komisionar*, takođe se zaključuju dva ugovora. Jedan je ugovor o komisionu, a drugi je ugovor o prodaji. Ugovor o komisionu zaključuje se između nalogodavca i aukcijske kuće kao komisionara. Imajući u vidu da komisionar istupa u svoje ime, a za račun nalogodavca, ugovor o prodaji zaključuje se između aukcionara – komisionara i najboljeg ponudioca – kupca. Između nalogodavca i najboljeg ponudioca uspostavlja se *indirektan* odnos, što znači da će nakon zaključenja ugovora o prodaji najbolji ponudilac – kupac sva prava ostvarivati preko aukcionara, ali će sve posledice ostvarivanja prava nastupati za prodavca, jer je ugovor zaključen za njegov račun.

Ovde je potrebno vratiti se na pojam vlasničkog veb-sajta, koji se u literaturi definiše kao „internet platforma, čiji je operator *stekao pravo svojine* (*podv. Aut.*) na predmetu prodaje pre prodaje određene stvari kupcu“.¹⁸ Ako je operator veb-sajta stekao svojinu na predmetu prodaje, radiće se o prodavcu, ali to neće biti aukcijska kuća, iako je u pitanju „vlasnički“ veb-sajt, jer ona predmet aukcije prodaje za tuđ račun. Drugim rečima, istupajući kao zastupnik ili komisionar, ona nema svojinu na predmetu prodaje. Zastupnik istupa u ime i za račun nalogodavca, te to što ne stiče svojinu na predmetu prodaje ne predstavlja problem za prenos svojine na kupca, imajući u vidu da se kod zastupanja direktan pravni odnos uspostavlja između kupca i prodavca kao

17 *Napomena* – Aukcionar, po pravilu, istupa kao „običan“ zastupnik, odnosno nalogoprimac, što znači da sa nalogodavcem zaključuje ugovor o zastupanju, odnosno ugovor o nalogu. On bi eventualno mogao istupati i kao *trgovinski* zastupnik (sa nalogodavcem bi zaključivao ugovor o trgovinskom zastupanju), koji je posebna vrsta zastupnika sa obavezom da se *stalno stara* o zaključenju ugovora sa trećim licima, da u tom smislu posreduje između nalogodavca i trećih lica i da po dobijenom ovlašćenju zaključuje ugovore sa trećim licima u ime i za račun nalogodavca. Vid. ZOO, čl. 790 st. 1. Najčešće će aukcionar, izvršavajući nalog nalogodavca, zaključivati tačno određeni ugovor u ime i za račun nalogodavca. U tom slučaju ne postoji obaveza stalnog staranja o zaključenju ugovora između nalogodavca i trećih lica, što znači da aukcionar najčešće neće istupati kao trgovinski zastupnik. Vid. M. Mišković, 263.

18 C. Riefa (2017), 3. Vid. fn. 5 ovog rada.

vlasnika predmeta prodaje. Drugačija je situacija kod ugovora o komisionu. Komisionar istupa u svoje ime, a za račun komitenta (nalogodavca), te on zaključuje ugovor o prodaji sa kupcem. Radi se o tzv. Principu negacije direktnog pravnog odnosa između nalogodavca i trećeg lica (kupca).¹⁹ Negiranje početnog direktnog pravnog odnosa na relaciji komitent – treće lice aktuelizovalo je pitanje sticanja svojine, s obzirom na to da komisionar ne postaje vlasnik robe koju prodaje, a treće lice ipak stiće svojину na robu u momentu predaje, iako je ugovor direktno zaključilo sa licem koje nije vlasnik (komisionar se smatra saugovornikom trećeg lica). Zbog toga se u pravnoj teoriji ističe, s jedne strane, da komisiona prodaja predstavlja izuzetak od pravila *nemo plus iuris ad alium transffere potest quam ipse habet*.²⁰ S druge strane, smatra se da je kod prodajnog komisiona roba u državini komisionara, a u svojini komitenta, sve dok je komisionar ne preda trećem licu (kupcu).²¹

Dakle, aukcijska kuća (zastupnik ili komisionar) nije stekla svojину na predmetu prodaje, iako predstavlja operatora *vlasničkog* veb-sajta, kada uz fizičko prisustvo učesnika nudi mogućnost učestvovanja u aukciji i preko svog veb-sajta. Zbog toga bi operatora *vlasničkog* veb-sajta ipak trebalo definisati šire, odnosno tako da se ne spominje njegovo „pravo svojine“ koje ima pre prodaje određene stvari kupcu ili tako da se sticanje svojine spominje u zavisnosti od načina istupanja operatora *vlasničkog* veb-sajta. Moglo bi se reći da *vlasnički* veb-sajt predstavlja internet platformu, čiji je operator stekao svojinu na predmetu prodaje pre njegove prodaje kupcu, pod uslovom da operator istupa *u svoje ime i za svoj račun*.

Znači, potrebno je imati u vidu da operator *vlasničkog* veb-sajta, bez obzira na naziv „*vlasnički*“, ne mora biti vlasnik predmeta prodaje, već može istupati i kao zastupnik ili komisionar. Zbog toga se čini da je, terminološki gledano, preciznije operatore *vlasničkih* sajtova nazivati operatorima onlajn prodavnica (engl. *Online shop operators*), a operatore posredničkih sajtova operatorima onlajn platformi (engl. *Online platform operators*).²²

Ako operator veb-sajta istupa za tuđ račun (bilo u svoje ime, bilo u ime nalogodavca), radiće se o *vlasničkom* veb-sajtu. Tada je pravni položaj njegovog operatora takav da ne predstavlja samo pružaoca usluga (jer se u tom slučaju radi o operatoru posredničkog veb-sajta),²³ već ima *aktivnu ulogu* u procesu zaključenja ugovora o prodaji.²⁴

19 Mirko Vasiljević, *Trgovinsko pravo*, Pravni fakultet Univerziteta u Beogradu, Beograd 2016, 144.

20 *Ibid.*, 148.

21 Nebojša Jovanović, u: Nebojša Jovanović, Vuk Radović, Mirjana Radović, *Trgovinsko pravo*, Pravni fakultet Univerziteta u Beogradu, Beograd 2021, 241.

22 Vid. fn. 4 ovog rada.

23 Internet posrednik (operator posredničkog veb-sajta) podrazumeva lice koje na komercijalnoj osnovi pruža makar jednu od sledećih usluga: obično posredovanje (engl. *mere conduit*), *cashing* usluge (usluge privremenog skladištenja podataka) i *hosting* usluge (usluge trajnog skladištenja podataka). Vid. Dušan Popović, Marko Jovanović, *Pravo interneta – odabrane teme*, Pravni fakultet Univerziteta u Beogradu, Beograd 2017, 107.

24 O tome će više reći biti u delu 3 ovog rada.

3. ZAKLJUČENJE UGOVORA O PRODAJI KORIŠĆENJEM POSREDNIČKOG VEB-SAJTA

Posrednički veb-sajt (engl. *Intermediary website*) je veb-sajt koji oglašava robu vlasnika (prodavaca) radi prodaje kupcima, predstavljajući „mesto susreta“ prodavaca i kupaca, odnosno „način da pronađu jedni druge“.²⁵ Terminologijom Zakona o elektronskoj trgovini, operator posredničkog veb-sajta predstavlja „pružaoca usluge informacionog društva“, koji je prema zakonu pravno ili fizičko lice, s tim što pružanje usluga informacionog društva u komercijalne svrhe može obavljati pravno ili fizičko lice, koje je registrovano za obavljanje određene delatnosti u skladu sa zakonom.²⁶ Posebnu vrstu posredničkih veb-sajtova predstavljaju aukcijski veb-sajtovi, odnosno veb-sajtovi za aukcijsku prodaju robe.

Postavlja se pitanje kakav je pravni položaj operatora posredničkih (aukcijских) veb-sajtova, odnosno tzv. Internet posrednika. Odgovor na ovo pitanje je značajan, imajući u vidu da od pravnog položaja operatora sajta zavisi koji ugovori i između koga će se zaključivati.

Jedno mišljenje je da oni predstavljaju „prave agente“ (engl. *Genuine agents*), odnosno nalogoprimce. Radi se o postojanju odnosa zastupanja/ zastupništva (engl. *Agency*), koji postoji kada agent ne snosi ili snosi neznatan rizik u vezi sa ugovorima koji se zaključuju za račun nalogodavca.²⁷ Ako bi se prihvatilo ovo mišljenje, to bi značilo da je operator aukcijskog veb-sajta aukcionar (organizator aukcije), koji predstavlja posebnu vrstu zastupnika (engl. *A particular kind of agent*).²⁸

Drugo mišljenje je da se operatori internet platformi mogu smatrati i preprodavcima (engl. *Resellers*), ako imaju značajan doprinos u reklamiranju, softverskoj i korisničkoj podršci.²⁹ Operatori internet platformi imaju doprinos tako što unapređuju samu platformu, ali oni ne prodaju i ne kupuju robu koja je predmet ugovora, niti snose rizik u vezi sa radnjama nalogodavca. Zbog toga se ne mogu smatrati preprodavcima.³⁰ Preprodavca bi mogao predstavljati operator vlasničkog veb-sajta, ako bi robu prodavao u svoje ime

25 C. Riefa (2017), 3.

26 Zakon o elektronskoj trgovini – ZOET, *Sl. glasnik RS*, br. 41/2009, 95/2013 i 52/2019, čl. 3 st. 1 tač. 2.

Usluga informacionog društva je usluga koja se pruža na daljinu, po pravilu uz naknadu, putem elektronske opreme za obradu i skladištenje podataka, na lični zahtev korisnika usluga, a posebno trgovina putem interneta. Vid. ZOET, čl. 3 st. 1 tač. 1.

27 Margherita Colandelo, Vincenzo Zeno-Zencovich, „Online Platforms Competition Rules and Consumer Protection in Travel Industry“, *Journal of European Consumer and Market Law*, Nr. 2/2016, 79.

28 Brian W. Harvey, Franklin Meisel, *Auctions Law and Practice*, Oxford University Press, Oxford 2006, 35.

29 M. Colandelo, V. Zeno-Zencovich, 79.

30 Maša Mišković, „Odgovornost veb-sajtova kod ugovora o prodaji zaključenih elektronskim putem“, *Usklađivanje poslovnog prava Srbije sa pravom Evropske unije* (2019) (ur. Vuk Radović), Pravni fakultet Univerziteta u Beogradu, Beograd 2019, 558.

i za svoj račun. To znači da se aukcijska kuća kao operator vlasničkog veb-sajta takođe ne može smatrati preprodavcem, jer istupa za tuđ račun. Drugim rečima, ona ne prodaje robu kao vlasnik, već kao zastupnik ili komisionar.

Operator vlasničkog sajta ima aktivnu ulogu, koja se sastoji u tome što on predstavlja organizatora aukcije (aukcionara), koji preduzima određene radnje tokom aukcije i proglašava njen završetak. U tom smislu, govori se o „intervenciji trećeg lica“ (engl. *Intervention of a third party*) kao neophodnom arvot za postojanje aukcije I organizatora aukcije. Primera radi, „intervenciju trećeg lica“ u smislu aktivne uloge aukcionara izričito predviđa britanski Zakon o prodaji robe u članu koji uređuje aukcijsku prodaju, prema kome se aukcija smatra završenom kada aukcionar *proglasi njen završetak* padom čekića ili na drugi uobičajeni način.³¹ Kod klasične (tradicionalne) aukcije postoji rukovodilac aukcije koji je sprovodi i proglašava njeno okončanje, dok je kod onlajn aukcije jasno da je takvo lice fizički prisutno samo kada se aukcija paralelno sprovodi i uživo i onlajn. Ako se aukcija sprovodi samo onlajn, takvo lice takođe mora postojati kako bi se radilo o organizatoru aukcije, iako nije obavezno njegovo fizičko prisustvo.³² Kao što se u pravnoj teoriji ističe, uslov za postojanje aukcije i organizatora aukcije nije isključivo prisustvo čoveka – aukcionara (engl. *human auctioneer*), imajući u vidu da okončanje aukcije, odnosno proglašenje najboljeg ponudioca može učiniti i „mašina“ – softver.³³ Međutim, obavezno je postojanje određenog „lica“ koje će sprovođiti i okončati aukciju.

Za razliku od operatora vlasničkog veb-sajta, operator posredničkog (aukcijskog) veb-sajta *nema aktivnu ulogu* u procesu zaključenja ugovora o prodaji. Dakle, razlikovanje ove dve vrste veb-sajtova svodi se na (ne)postojanje organizatora aukcije, odnosno pitanje da li se ugovor o prodaji zaključuje tako što aukciju (aktivno) sprovodi određeni aukcionar ili se prodavci i kupci sami povezuju radi zaključenja ugovora, bez učešća aukcionara. U drugom slučaju, aukcija je samo poseban način (posebna tehnika) zaključenja ugovora, koji se koristi kao zamena za „privatne“/ neposredne pregovore (engl. *private negotiations*), jer se putem aukcije zbog načela konkurencije postiže bolja, odnosno viša cena i pojednostavljuje postupak utvrđivanja najbolje ponude (najboljeg ponudioca).³⁴ Znači, potrebno je razlikovati *sajtove aukcij-*

31 Britanski Zakon o prodaji robe iz 1979. (*Sale of Goods Act 1979*), dostupno na adresi: <https://www.legislation.gov.uk/ukpga/1979/54>, 9. 5. 2022, čl. 57(2).

32 M. Mišković (2020), 35.

33 Christina Ramberg, *Internet Marketplaces – The Law of Auctions and Exchanges Online*, Oxford University Press, Oxford 2007, 51–52.

34 M. Mišković (2020), 36.

Napomena – Što je veći broj učesnika aukcije, načelo konkurencije se ostvaruje u većoj meri, a to značajno doprinosi postizanju više cene predmeta aukcije, što je poznato i pod nazivom „žustro nadmetanje“ (engl. *spirited bidding, spirited competition*), a posledica je psihološkog elementa aukcije. Vid. Christian Heath, *The Dynamics of Auction: Social Interaction and the Sale of Fine Art and Antiques*, Cambridge University Press, New York 2013, 81–82, 104–107, 136–137. Intenzitet aukcije usled ostvarivanja načela konkurencije (engl. *competitive intensity*), odnosno intenzitet nadmetanja – aktivnosti učesnika aukcije

skih kuća kao vlasničke veb-sajtove, s jedne strane, i aukcijske veb-sajtove kao posredničke veb-sajtove, s druge strane.

Aukcijski veb-sajtovi u svojim uslovima korišćenja (ugovorima o korišćenju) izričito navode da nisu aukcionari, čime skreću pažnju na to da ne istupaju aktivno, odnosno *ne organizuju* aukcijsku prodaju. Navodi se da su samo mesto (engl. *A venue, a marketplace*), na kome se prodavci i kupci susreću radi zaključenja ugovora. Primera radi, operator aukcijskog veb-sajta *eBay* navodi:

„*eBay* je tržišno mesto koje omogućuje korisnicima da nude, prodaju i kupuju robu i usluge na različitim geografskim lokacijama, koristeći raznovrsnost cenovnih oblika. *eBay* nije strana kod ugovora o prodaji između prodavaca i kupaca, a nije ni tradicionalni aukcionar“ (podv. Aut.).³⁵

Na sličan način operator veb-sajta *Amazon* u Uslovima korišćenja i prodaje u članu koji uređuje njegovu ulogu navodi da je provajder usluga (engl. *Service provider*), koji pomaže da se „olakšaju transakcije“ koje se sprovede na veb-sajtu *Amazon* i ističe:

„[...] *Amazon* nije ni kupac ni prodavac stvari. *Amazon* prodavcima i kupcima pruža uslugu kako bi pregovarali i zaključivali pravne poslove. Shodno tome, ugovor koji se po završetku prodaje zaključuje u pogledu proizvoda trećih lica zaključuje se neposredno između kupca i prodavca. *Amazon* nije ugovorna strana u tom ugovoru, niti preuzima bilo kakvu odgovornost koja proizlazi iz ugovora ili je u vezi sa njim, a nije ni zastupnik prodavca“ (podv. Aut.).³⁶

Iako operatori aukcijskih veb-sajtova u svojim uslovima korišćenja (ugovorima o korišćenju) navode da nisu aukcionari, trebalo bi u svakom konkretnom slučaju analizirati njihovu ulogu, odnosno njihov položaj, da bi

zavisu od njihove „nestrpljivosti“ i „takmičarskog uzbuđenja“, za šta se koriste slikoviti izrazi, kao što su „aukcijska mahnitost“ (engl. *bidding frenzy*), „aukcijska groznica“ (engl. *auction fever*) i „aukcijsko ratovanje“ (engl. *bidding war*). Vid. Ernán Haruvy, Peter T. L. Popkowski Leszczyc, *Internet Auctions – Foundations and Trends in Marketing*, Now Publishers Inc, Hanover 2009, 14–15, 56; A. Mochón, Y. Sáez, 136.

35 „*eBay* is a *marketplace* that allows users to offer, sell and buy goods and services in various geographic locations using a variety of pricing formats. *eBay* is not a party to contracts for sale between third-party sellers and buyers, nor is *eBay* a traditional auctioneer“. Vid. *eBay* User Agreement (poslednje izmene 11. marta 2022), dostupno na adresi: <https://www.ebay.com/help/policies/member-behaviour-policies/user-agreement?id=4259#2>, 8. 5. 2022, čl. 2.

36 „*Amazon* is neither the buyer nor the seller of the seller’s items. *Amazon* provides a service for sellers and buyers to negotiate and complete transactions. Accordingly, the contract formed at the completion of a sale for these third party products is solely between buyer and seller. *Amazon* is not a party to this contract nor assumes any responsibility arising out of or in connection with it nor is it the seller’s agent“. Vid. *Amazon* Conditions of Use & Sale (poslednje ismene 11. avgusta 2021), dostupno na adresi: <https://www.amazon.co.uk/gp/help/customer/display.html?nodeId=GLSBYFE9MGKKQXXM>, 8. 5. 2022, čl. 12.

se došlo do zaključka da li je zaista tako kao što navode.³⁷ Ovo je važno zbog toga što, ako predstavljaju aukcionare, takvi aukcijski sajtovi neće biti posrednički, već vlasnički, sa svim pravnim posledicama koje proističu iz položaja operatora vlasničkih veb-sajtova (ugovorne strane kod zaključenja ugovora, aktivnosti i radnje koje se preduzimaju tokom aukcije, pitanje odgovornosti aukcionara najboljem ponudiocu – kupcu itd.).

U engleskoj literaturi se ističe da postoje tri karakteristike, odnosno primenjuje se tzv. Trostrani/ trodelni test (engl. *Three-prong test*) kako bi se došlo do zaključka da li u konkretnom slučaju postoji aukcionar (organizator aukcije).³⁸ Da bi postojao organizator aukcije, moraju biti ispunjena tri uslova: prvo, prodaja mora biti organizovana tako da se ostvari načelo javne konkurencije (engl. *Public competition*);³⁹ drugo, ugovor o prodaji se zaključuje sa najboljim ponudiocem (engl. *Sale to the best bidder*); i treće, aukcijska prodaja podrazumeva postojanje zastupanja u širem smislu,⁴⁰ odnosno postojanje odnosa zastupništva (engl. *Relationship of agency*).⁴¹

Iako se ne može doneti jedinstveni zaključak i u svakom slučaju tvrditi da operatori aukcijskih veb-sajtova nisu organizatori aukcije, oni najčešće ne predstavljaju organizatore aukcije zbog nepostojanja trećeg uslova – odnosa zastupništva (engl. *Agency*).⁴² Naime, da bi bio organizator aukcije, operator veb-sajta bi trebalo da ima aktivnu ulogu u procesu zaključenja ugovora, kakvu ima zastupnik (agent). Samo stavljanje na raspolaganje softvera, koji u potpunosti kontroliše prodavac, nije dovoljno da bi se operator aukcijskog sajta smatrao organizatorom aukcije.⁴³

37 M. Mišković (2020), 26.

38 C. Riefa (2018), internet izvor bez broja strane.

39 U engleskoj pravnoj literaturi piše se o načelu javne konkurencije (engl. *public competition*), dok je u našoj pravnoj literaturi ovo načelo razdvojeno na dva načela – načelo javnosti i načelo konkurencije. Vid. Miodrag Mićović, *Javno nadmetanje*, doktorska teza, Kragujevac 1988, 92–97.

40 *Napomena* – U *common law* sistemu postoji jedinstvena koncepcija zastupništva (engl. *agency*), odnosno ugovora o zastupanju (engl. *contract of agency*), što znači da se u sistemu opšteg prava zastupanje shvata šire u odnosu na srpsko pravo. U srpskom pravu ugovor o posredovanju, trgovinskom zastupanju i komisijonu predstavljaju posebne imenovane ugovore, koji se razlikuju u zavisnosti od načina istupanja nalogoprimca. Ugovor o zastupanju u sistemu opšteg prava obuhvata sva tri ugovora srpskog prava, jer je jedino važno da zastupnik istupa za račun zastupanog (engl. *for the account of*), nezavisno od toga da li istupa u svoje ime ili u ime zastupanog. Vid. Nebojša Jovanović, *Uvod u common law ugovorno pravo*, Pravni fakultet Univerziteta u Beogradu, Beograd 2015, 282; Ewan McKendrick, *Goode on Commercial Law*, Penguin Books, London 2010, 179–180; F. M. B. Reynolds, „Agency“, *Chitty on Contracts, Vol. II – specific contracts* (ed. H. G. Beale et al.), Sweet & Maxwell, London 2004, 3.

41 Više o tome: C. Riefa (2018), internet izvor bez broja strane; M. Mišković (2020), 28–38; Maša Mišković, „Ko je organizator aukcije?“, *Pravo i privreda* 4–6/2019, 328–332.

42 U pravnoj literaturi se ističe da je odnos zastupništva „ključni razgraničavajući faktor“ (engl. *a key differentiating factor*) između klasičnih (tradicionalnih) aukcija i aukcija *eBay* tipa. Vid. C. Riefa (2018), internet izvor bez broja strane. O razlikama operatora vlasničkog veb-sajta i operatora aukcijskog (posredničkog) veb-sajta *eBay* tipa vid. više: C. Riefa (2018), internet izvor bez broja strane; M. Mišković (2020), 36.

43 C. Riefa (2017), 38.

Dakle, da bi se radilo o organizatoru aukcije, aukcijski veb-sajt ne bi trebalo da bude samo platforma za povezivanje prodavaca I kupaca, već bi trebalo da ima aktivnu ulogu u njihovom povezivanju, kao I klasični organizator aukcije. To bi značilo da bi trebalo da objavi oglas o sprovođenju aukcije, da stavi robu na raspolaganje, da otvara aukciju, aktivno njome rukovodi, da je zatvara, da zaključuje ugovor sa najpovoljnijim ponudiocem, da naplaćuje cenu I slično.⁴⁴ Ipak, operatori aukcijskih veb-sajtova, kao što se i ističe u njihovim uslovima o korišćenju (ugovorima o korišćenju), predstavljaju samo „mesto susreta“ prodavaca I kupaca, odnosno platformu putem koje se prodavci I kupci sami pronalaze. Operator aukcijskog veb-sajta korisnicima samo stavlja na raspolaganje softver, putem koga se prodavci I kupci sami povezuju. Primera radi, *eBay* kao operator aukcijskog (posredničkog) veb-sajta samo daje mogućnost korišćenja softvera, koji u potpunosti kontroliše prodavac, a ne *eBay*.⁴⁵

Imajući u vidu da operator aukcijskog (posredničkog) veb-sajta, po pravilu, ne predstavlja organizatora aukcije, postavlja se pitanje koji ugovori I između koga se zaključuju. Prvo, s obzirom na to da se prodavci I kupci sami povezuju putem platforme, odnosno aukcijskog veb-sajta, ugovor o prodaji zaključuje se direktno između prodavca I kupca uz dve specifičnosti: (1) u pitanju je daljinska trgovina, odnosno ugovor o prodaji na daljinu; (2) koristi se aukcija kao posebna tehnika zaključenja ugovora sa ciljem da se određeni predmet proda po što je moguće većoj ceni. Drugi ugovor koji se zaključuje je ugovor između operatora aukcijskog veb-sajta I svakog korisnika. To znači da će I prodavci I kupci zaključivati ugovor sa operatorom veb-sajta kako bi imali mogućnost da ga koriste.

U pogledu vrste ugovora koji se zaključuje sa operatorom posredničkog veb-sajta, potrebno je razmotriti dve mogućnosti. Prva je da korisnici sa njim zaključuju ugovor o posredovanju, što bi značilo da operator veb-sajta ima ulogu posrednika u smislu trgovinskog prava. Druga mogućnost je da se ne zaključuje ugovor o posredovanju, već posebni ugovor o korišćenju veb-sajta, što bi značilo da operator posredničkog veb-sajta nema ulogu posrednika u smislu trgovinskog prava.

Iako operatori *posredničkih* veb-sajtova predstavljaju tzv. Internet *posrednike*, oni se, striktno gledano, *ne mogu* smatrati posrednicima trgovinskog prava, u smislu Zakona o obligacionim odnosima. Termin „internet posrednik“ predstavlja prevod engleskog termina „*intermediary*“ I u našoj pravnoj arvture je široko rasprostranjen. Međutim, imajući u vidu da nije u pitanju posrednik u smislu ugovora o posredovanju prema ZOO, precizniji (iako duži) termin bi bio „pružalac usluge korišćenja internet platforme“.⁴⁶ Postoji nekoliko razlika između internet posrednika (operatora posredničkih veb-sajtova) I „pravih“ posrednika trgovinskog prava.

44 M. Mišković (2020), 38.

45 C. Riefa (2018), internet izvor bez broja strane.

46 M. Mišković (2019), 559 fn. 25.

Prvo, internet posrednik nema aktivnu ulogu u procesu povezivanja prodavaca i kupaca i zaključenja ugovora između njih, dok „pravi“ posrednik mora imati takvu ulogu. On je dužan tražiti priliku za zaključenje određenog ugovora i na nju ukazati nalogodavcu.⁴⁷ Internet posrednik samo u tehničkom smislu daje mogućnost korišćenja platforme, na kojoj se prodavci i kupci registruju, pronalaze i zaključuju ugovore.⁴⁸

Drugo, prema ZOO posrednik je u obavezi da nastoji da nađe i dovede u vezu sa nalogodavcem *konkretno lice*, koje bi sa njim pregovaralo o zaključenju određenog ugovora. To se vidi i iz prethodno navedene odredbe ZOO, koja predviđa da je posrednik dužan tražiti *priliku* za zaključenje određenog ugovora i *na nju* ukazati nalogodavcu.⁴⁹ Nasuprot tome, operatori posredničkih veb-sajtova oglašavaju ponudu za zaključenje ugovora koja je upućena *neodređenom broju lica*.⁵⁰

Treća razlika se sastoji u tome što se na posredničkim veb-sajtovima prodavci i kupci *samostalno povezuju*, odnosno sami pronalaze priliku za zaključenje ugovora. Kod ugovora o posredovanju to čini posrednik.

Imajući u vidu navedene razlike, može se zaključiti da korisnici aukcijskih sajtova sa njihovim operatorima ne zaključuju ugovor o posredovanju u smislu ZOO. S obzirom na to da operator aukcijskog veb-sajta ne predstavlja posrednika u smislu trgovinskog prava, iako je tzv. Internet posrednik, sa operatorom platforme svaki korisnik ponaosob zaključuje ugovor o korišćenju platforme kao neki oblik ugovora o pružanju usluga. Taj ugovor se zaključuje elektronski – u momentu potvrde registracije korisnika na veb-sajtu (platformi).⁵¹ Pri tom, internet posrednici mogu biti obični pružaoci usluge povezivanja na internet mrežu (engl. *Connectivity providers*) ili pružaoci hosting usluga (engl. *Content hosts*).⁵²

4. ZAKLJUČAK

Zaključenje ugovora o prodaji putem aukcije moguće je korišćenjem dve vrste veb-sajtova. Prvo su vlasnički (engl. *Proprietary*), a drugo posrednički veb-sajtovi (engl. *Intermediary websites*). U sprovođenju aukcije i zaključenju ugovora o prodaji sa najboljim ponudiocem operatori vlasničkih veb-sajtova mogu istupati na dva načina: u svoje ime i za svoj račun ili za tuđ račun. Ako istupaju za tuđ račun, mogu predstavljati zastupnike (ako istupaju u ime nalogodavca) ili komisionare (ako istupaju u svoje ime).

47 ZOO, čl. 818 st. 1.

48 M. Mišković (2020), 25.

49 ZOO, čl. 813 i čl. 818 st. 1.

50 M. Mišković (2020), 25.

51 M. Mišković (2019), 559.

52 Dušan Popović, „Povreda autorskog prava i srodnih prava na internetu: preispitivanje uloge posrednika“, *Pravo i privreda* 4–6/2010, 580.

U slučaju kada istupaju *u svoje ime I za svoj račun*, operatori vlasničkih veb-sajtova su prodavci, koji direktno sa kupcima zaključuju ugovor o prodaji. Ako operatori vlasničkih veb-sajtova istupaju *za tuđ račun*, zaključuju se dva ugovora: ugovor o nalogu I ugovor o prodaji. Između nalogodavca – prodavca I operatora vlasničkog veb-sajta zaključuje se ugovor o zastupanju (ako operator istupa u ime I za račun nalogodavca) ili ugovor o komisijonu (ako operator istupa u svoje ime, a za račun nalogodavca). Ugovor o prodaji zaključuje se direktno između nalogodavca – prodavca I kupca (ako je operator veb-sajta zastupnik) ili između operatora veb-sajta i kupca, a za račun nalogodavca (ako je operator komisijonar).

Pri tom, ugovor o prodaji će predstavljati ugovor na daljinu, ako se aukcijska prodaja sprovodi isključivo putem veb-sajta. Međutim, ako se sprovodi uživo, uz fizičko prisustvo učesnika, a istovremeno prenosi onlajn preko platforme (veb-sajta) sa mogućnošću učešća i onlajn, ne radi se o ugovoru o prodaji na daljinu, jer se u tom slučaju ugovor zaključuje među prisutnim licima.

Iako se u literaturi prilikom definisanja operatora vlasničkih veb-sajtova ističe da su to oni operatori koji su stekli svojinu na predmetu prodaje, sticanje svojine ne bi trebalo isticati u definiciji, jer operatori vlasničkih veb-sajtova svojinu na predmetu aukcije imaju samo ako aukciju sprovode u svoje ime i za svoj račun, kada predstavljaju prodavce. Ako istupaju kao aukcionari, odnosno organizuju aukciju za tuđ račun (bilo kao zastupnici, bilo kao komisijonari), oni nemaju svojinu na predmetu aukcije, iako se nazivaju operatorima *vlasničkih veb-sajtova*.

Operatori aukcijskih (posredničkih) veb-sajtova, po pravilu, ne predstavljaju aukcionare (organizatore aukcije), odnosno ne organizuju aukciju za tuđ račun. Oni takođe ne prodaju robu putem aukcije ni u svoje ime I za svoj račun. Radi se o tzv. Internet posrednicima, koji korisnicima samo daju mogućnost korišćenja platforme putem koje se oni sami povezuju I zaključuju ugovore o prodaji. Iako se nazivaju internet *posrednicima*, oni ne predstavljaju „prave“ posrednike trgovinskog prava. Zbog toga operatori aukcijskih (posredničkih) veb-sajtova sa korisnicima ne zaključuju ugovor o posredovanju, već ugovor o korišćenju platforme kao jednu vrstu ugovora o pružanju usluga. Ugovor o prodaji zaključuju direktno prodavci i kupci, odnosno korisnici aukcijskog (posredničkog) veb-sajta.

LITERATURA

- Bandle Anne Laure, *The Sale of Misattributed Artworks and Antiques at Auction*, Edward Elgar Publishing, Cheltenham, Northampton 2016.
- Brown James, Pawlowski Mark, „How many contracts in an auction sale“, *Nottingham Law Journal*, 2016, dostupno na adresi: https://research.aston.ac.uk/portal/files/19966646/Contracts_in_an_auction_sale.pdf.
- Ćeranić Jelena, „Povreda žiga na sajtovima za aukcijsku prodaju robe“, *Intelektualna svojina i Internet 2016* (ur. Dušan V. Popović), Beograd 2016.

- Colandelo Margherita, Zeno-Zencovich Vincenzo, „Online Platforms Competition Rules and Consumer Protection in Travel Industry“, *Journal of European Consumer and Market Law*, Nr. 2/2016.
- Haruvy Ernan, Popkowski Leszczyc Peter T. L., *Internet Auctions – Foundations and Trends in Marketing*, Now Publishers Inc, Hanover 2009.
- Harvey Brian W., Meisel Franklin, *Auctions Law and Practice*, Oxford University Press, Oxford 2006.
- Heath Christian, *The Dynamics of Auction: Social Interaction and the Sale of Fine Art and Antiques*, Cambridge University Press, New York 2013.
- Jovanović Nebojša, u: Nebojša Jovanović, Vuk Radović, Mirjana Radović, *Trgovinsko arvo*, Pravni fakultet Univerziteta u Beogradu, Beograd 2021.
- Jovanović Nebojša, *Uvod u common law ugovorno pravo*, Pravni fakultet Univerziteta u Beogradu, Beograd 2015.
- McKendrick Ewan, *Goode on Commercial Law*, Penguin Books, London 2010.
- Mićović Miodrag, *Javno nadmetanje*, doktorska teza, Kragujevac 1988.
- Mišković Maša, „Ko je organizator aukcije?“, *Pravo I privreda* 4–6/2019.
- Mišković Maša, „Odgovornost veb-sajtova kod ugovora o prodaji zaključnih elektronskim putem“, *Usklađivanje poslovnog prava Srbije sa pravom Evropske unije* (2019) (ur. Vuk Radović), Pravni fakultet Univerziteta u Beogradu, Beograd 2019.
- Mišković Maša, *Pravna priroda aukcije*, doktorska disertacija, Beograd 2020.
- Mochón Asunción, Sáez Yago, *Understanding Auctions*, Springer, Cham-Heidelberg-New York-Dordrecht-London 2015.
- Neacșu Nicoleta Andreea, „Consumer protection in electronic commerce“, *Bulletin of the Transilvania University of Brașov*, Vol. 9(58), Nr. 1/2016.
- Popović Dušan, „Povreda autorskog prava i srodnih prava na internetu: preispitivanje uloge posrednika“, *Pravo I privreda* 4–6/2010.
- Popović Dušan, Jovanović Marko, *Pravo interneta – odabrane teme*, Pravni fakultet Univerziteta u Beogradu, Beograd 2017.
- Ramberg Christina, *Internet Marketplaces – The Law of Auctions and Exchanges Online*, Oxford University Press, Oxford 2007.
- Reynolds F. M. B., „Agency“, *Chitty on Contracts, Vol. II – specific contracts* (ed. H. G. Beale et al.), Sweet & Maxwell, London 2004.
- Riefa Christine, „To Be or Not to Be an Auctioneer: Some Thoughts on the Legal Nature of Online „eBay“ Auctions and the Protection of Consumers“, *Journal of Consumer Policy*, Vol. 31, Nr. 2/2018, dostupno na adresi: https://papers.ssrn.com/so/3/papers.cfm?abstract_id=1352445, 7. 5. 2022.
- Riefa Christine, *Consumer Protection and Online Auction Platforms – Towards a Safer Legal Framework*, Routledge, London, New York 2017.
- Stojanović Dubravka, „On-line aukcije“, *Pravo I privreda* 5–8/2014.
- Vasiljević Mirko, *Trgovinsko pravo*, Pravni fakultet Univerziteta u Beogradu, Beograd 2016.

Wendehorst Christiane, „Platform Intermediary Services and Duties under the E-Commerce Directive and the Consumer Rights Directive“, *Journal of European Consumer and Market Law*, Nr. 1/2016.

Maša Mišković, PhD

Teaching Assistant, University of Belgrade Faculty of Law

CONCLUSION OF SALES CONTRACT USING AUCTION WEBSITES

Abstract: *In this paper the author analyzes the conclusion of sales contract using auction websites, given that due to the development of digital technologies they have become widespread in the world and therefore, it can be expected that they will become popular in our country as well. At the beginning, the author makes a distinction between proprietary and intermediary websites. When goods are sold by auction using a proprietary website, there are two options depending on how the proprietary website operator acts. The first is that the operator of the proprietary website sells the goods by auction in his own name and for his own account. Another possibility is to sell the goods for the account of someone else, when it represents the platform of the auction organizer (auction house). On the manner in which the operator of the proprietary website acts depend the contractual parties of the sales contract. Thereby, the conclusion of the contract is possible by selling the goods exclusively using the proprietary website, but the auction can also be carried out between bidders who are present physically or electronically. That means that auction can be carried out with interactive live streaming with the physical presence of the bidders at the same time. On the manner of conducting the auction depends whether the concluded sales contract is a distance selling agreement. When goods are sold by auction using an intermediary website, the sales contract is directly concluded between its users. The operator of the intermediary website only provides the service of using the platform, by which users connect on their own and conclude contracts.*

Keywords: *Conclusion of contract. – Sales contract. – Auction. – Auction website.*