

doc. dr Maša Mišković

docentkinja, Univerzitet u Beogradu – Pravni fakultet

ODREĐIVANJE IDENTITETA OGLAŠIVAČA NA PLATFORMAMA ZA ELEKTRONSKU TRGOVINU KAO MEHANIZAM ZA SUZBIJANJE NEZAKONITE TRGOVINE*

Rezime: U ovom radu razmatra se prodaja na elektronskim platformama, objavljivanje oglasa o prodaji i obaveza operatora elektronske platforme da u skladu sa Zakonom o oglašavanju obezbedi jasnu identifikaciju lica koje se oglašava. Ova obaveza operatora elektronske platforme ima poseban značaj u slučaju kada se određeno lice bavi trgovinom putem elektronske platforme, iako nije steklo svojstvo trgovca, odnosno registrovalo se za obavljanje delatnosti. Autor razmatra različite mehanizme koje bi operator elektronske platforme mogao primeniti u cilju suzbijanja nezakonite trgovine na elektronskim platformama. U tom kontekstu kritički se analiziraju odredbe Predloga Zakona o izmenama i dopunama Zakona o oglašavanju (koji je Vlada Srbije usvojila 22. maja 2025. godine), kao i Uredba EU o digitalnim uslugama (The Digital Services Act). Kako bi se došlo do odgovarajućih zaključaka, obaveza obezbeđenja jasne identifikacije oglašivača analizirana je polazeći od pravila Zakona o oglašavanju, Zakona o elektronskoj trgovini i Zakona o trgovini, a kritičko sagledavanje predloženih izmena Zakona o oglašavanju sprovodi se i kroz prizmu Zakona o zaštiti podataka o ličnosti. Zaključuje se da za identifikovanje lica koja zloupotrebljavaju elektronsku platformu kako bi se nezakonito bavila trgovinom nije potrebno prekomerno prikupljanje i obrada podataka, već bi se suzbijanje nezakonite trgovine na elektronskim platformama moglo postići i softverskim praćenjem broja oglasa koji se postavljaju sa jednog korisničkog naloga i/ili uvođenjem isključivo bezgotovinskog sistema plaćanja cene na platformama za elektronsku trgovinu.

Ključne reči: Elektronska trgovina. – Platforme za elektronsku trgovinu. – Internet oglašavanje. – Jasna identifikacija oglašivača. – Suzbijanje nezakonite trgovine.

1. PLATFORME ZA ELEKTRONSKU TRGOVINU I PLATFORME ZA INTERNET OGLAŠAVANJE

Daljinska trgovina podrazumeva isticanje ponude i zaključenje ugovora o prodaji robe ili usluge upotrebom jednog ili više sredstava komunikacije

* Ovaj članak je rezultat rada na projektu Univerziteta u Beogradu – Pravnog fakulteta „Problemi stvaranja, tumačenja i primene prava (2025)“, u okviru istraživačke grupe „Pravni režim digitalnih usluga u pravu Srbije i pravu Evropske unije“.

na daljinu.¹ Elektronska trgovina predstavlja vrstu daljinske trgovine koja se ostvaruje tako što se roba ili usluga nudi, naručuje i prodaje putem interneta.²

Elektronsku trgovinu moguće je obavljati preko dve vrste veb-sajtova: „vlasničkih“ (*proprietary*) i „posredničkih“ veb-sajtova (*intermediary websites*).³ U pravnoj teoriji ove dve vrste veb-sajtova nazivaju se još i „operatori onlajn prodavnica“ (*online shop operators*) i „operatori onlajn platformi“ (*online platform operators*).⁴ Terminologijom Zakona o trgovini operatori onlajn prodavnica predstavljaju elektronske prodavnice, a operatori onlajn platformi – elektronske (*e-commerce*) platforme.⁵ Zakon o trgovini navodi još jedan oblik elektronske trgovine – *dropshipping*, koji podrazumeva prodaju robe preko elektronske prodavnice ili elektronske platforme, pri čemu se roba potrošaču isporučuje direktno od proizvođača ili veletrgovca.⁶

Razlika između „vlasničkog“ i „posredničkog“ veb-sajta sastoji se u tome što operator vlasničkog sajta stiče svojinu na predmetu prodaje pre njegove prodaje kupcu, dok operator posredničkog sajta ne stiče svojinu na predmetu prodaje, jer oglašava stvari/robu vlasnika – prodavca u cilju prodaje kupcu, te predstavlja „mesto susreta“ prodavaca i kupaca (*a venue, a marketplace*), „način da pronađu jedni druge“.⁷ Primera radi, u uslovima korišćenja i prodaje (*Conditions of Use and Sale*) veb-sajta *Amazon* navodi se da „*Amazon* nije ni kupac ni prodavac stvari. *Amazon* nudi prodavcima i kupcima uslugu u cilju pregovaranja i zaključenja pravnih poslova. Shodno tome, ugovor koji se zaključuje po završetku prodaje u pogledu proizvoda trećih lica zaključuje se neposredno između kupca i prodavca. *Amazon* nije ugovorna strana niti preuzima bilo kakvu odgovornost koja proizlazi ili je u vezi sa ugovorom, a nije ni zastupnik prodavca“.⁸ Na sličan način u ugovoru o korišćenju platforme *eBay* navodi se da je „*eBay tržište* koje omogućuje korisnicima da nude, prodaju i kupuju robu i usluge na različitim geografskim lokacijama koristeći različite

1 Zakon o trgovini – ZoT, *Sl. glasnik RS*, br. 52/2019, čl. 17, st. 1.

Napomena – U radu se razmatra kupovina i prodaja stvari/robe, ali isti zaključci važe i za pružanje usluga.

2 ZoT, čl. 17, st. 2.

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

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

5 ZoT, čl. 17, st. 3, tač. 1 i 2.

6 ZoT, čl. 17, st. 3, tač. 3.

7 C. Riefa, 3.

8 „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 and Sale, <https://www.amazon.co.uk/gp/help/customer/display.html?nodeId=GLSBYFE9MGKKQXXM>, 27. septembar 2025, čl. 11.

cenovne oblike. *eBay* nije strana u ugovoru o prodaji između prodavaca i kupaca, niti je tradicionalni aukcionar“.⁹

Dakle, operatori posredničkih veb-sajtova pružaju u tehničkom smislu mogućnost korišćenja platforme na kojoj se korisnici (prodavci i kupci) registruju i sami se pronalaze u cilju zaključenja ugovora. Iako se operatori ovakvih platformi nazivaju internet posrednicima,¹⁰ što je prevod engleskog termina „*intermediary*“ koji je u teoriji i praksi, iako neprecizan, široko rasprostranjen, treba imati u vidu da internet posrednik, striktno gledano, ne predstavlja posrednika srpskog trgovinskog prava (u smislu Zakona o obligacionim odnosima).¹¹ „Pravi“ posrednik mora imati aktivnu ulogu u procesu traženja prilike za zaključenje ugovora, odnosno povezivanja prodavca i kupca kako bi oni zaključili ugovor o prodaji,¹² dok internet posrednik takvu aktivnu ulogu nema, jer se prodavci i kupci samostalno povezuju na platformi internet posrednika.¹³ Zbog toga internet posrednici zapravo predstavljaju „pružaoce internet usluga“,¹⁴ te bi precizniji termin koji bi ispravno odražavao njihov položaj bio „pružalac usluge korišćenja internet (elektronske) platforme“.¹⁵

Internet posrednik, odnosno operator posredničkog veb-sajta podrazumeva lice koje na komercijalnoj osnovi pruža barem jednu od sledećih usluga: obično posredovanje (*mere conduit*), *cashing* usluge (usluge privremenog skladištenja podataka) i *hosting* usluge (usluge trajnog skladištenja podataka).¹⁶ Zakon o trgovini internet posrednike naziva onlajn, odnosno elektronskim (*e-commerce*) platformama.¹⁷

Određeni autori smatraju da operatori elektronskih platformi mogu predstavljati i preprodavce (*resellers*), pod uslovom da daju značajan doprinos

9 „*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*, <https://www.ebay.com/help/policies/member-behaviour-policies/user-agreement?id=4259>, 27. septembar 2025, čl. 2.

10 Dubravka Stojanović, „Online aukcija“, *Pravo i privreda* 5-8/2014, 532.

11 Zakon o obligacionim odnosima, *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. 813.

12 Zakon o obligacionim odnosima, čl. 818, st. 1.

13 Maša Mišković, „Zaključenje ugovora o prodaji korišćenjem aukcijskih veb-sajtova“, *Intelektualna svojina i internet (2022)* (ur. Dušan V. Popović), Univerzitet u Beogradu – Pravni fakultet, Beograd 2022, 142.

14 Jelena Čeranić, „Prodaja žiga na sajtovima za aukcijsku prodaju robe“, *Intelektualna svojina i internet (2016)* (ur. Dušan V. Popović), Beograd 2016, 47-73.

15 Maša Mišković, „Odgovornost veb-sajtova kod ugovora o prodaji zaključenih elektronskim putem“, *Usklađivanje poslovnog prava Srbije sa pravom Evropske unije* (ur. Vuk Radović), Univerzitet u Beogradu – Pravni fakultet, Beograd 2019, 559.

16 Dušan Popović, Marko Jovanović, *Pravo interneta – odabrane teme*, Univerzitet u Beogradu – Pravni fakultet, Beograd 2017, 107.

17 ZoT, čl. 17, st. 3, tač. 2.

reklamiranju i pružaju značajnu softversku i korisničku podršku.¹⁸ Imajući u vidu da sami operatori elektronskih platformi ne prodaju i ne kupuju stvari/robu koja je predmet ugovora i, po pravilu, ne snose rizik u vezi sa radnjama korisnika platforme (prodavaca i kupaca), oni ipak nisu preprodavci, već se njihova uloga svodi na korisničku podršku i unapređenje funkcionisanja elektronske platforme.¹⁹

Internet oglašavanje je oglašavanje na internet prezentaciji, društvenoj mreži, aplikaciji, odnosno putem drugog vida internet komunikacije, kada iz sadržaja oglasne poruke nesumnjivo proizlazi da je usmerena na primaoca oglasne poruke iz Republike Srbije i da se roba ili usluga koja se oglašava može kupiti, odnosno isporučiti na teritoriji Republike Srbije.²⁰ Kada se vrši internet oglašavanje prodaje određenih stvari/robe, elektronske platforme se javljaju u ulozi prenosilaca oglasne poruke u smislu Zakona o oglašavanju.

Internet oglašavanjem se ne smatra prezentacija na sopstvenom internet domenu (internet stranici),²¹ što znači da elektronske prodavnice ne vrše internet oglašavanje na svojim internet stranicama. Elektronske prodavnice predstavljaju operatore vlasničkih veb-sajtova, koji u suštini predstavljaju prodavce koji kao jedan od načina prodaje nude i elektronsku prodaju robe putem svog veb-sajta. To znači da ne vrše internet oglašavanje u smislu Zakona o oglašavanju, već prezentuju prodaju svoje robe na sopstvenoj internet stranici.

Internet oglašavanje vrše operatori posredničkih veb-sajtova, odnosno operatori onlajn platformi, putem kojih se prodavci i kupci povezuju radi zaključenja ugovora o prodaji. U tom slučaju ugovor o prodaji se zaključuje neposredno između prodavca i kupca, a operator elektronske platforme na kojoj se vrši internet oglašavanje pojavljuje se u ulozi prenosioca oglasne poruke.²² Pored toga, operator elektronske platforme predstavlja i pružaoca usluge informacionog društva u smislu Zakona o elektronskoj trgovini.²³

Treba istaći da platforme za internet oglašavanje ne moraju istovremeno predstavljati platforme za elektronsku prodaju (*e-commerce* platforme). To

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

19 M. Mišković (2019), 558.

20 Zakon o oglašavanju, *Sl. glasnik RS*, br. 6/2016 i 52/2019 – dr. zakon, čl. 45, st. 1.

21 Zakon o oglašavanju, čl. 45, st. 4.

22 Maša Mišković, „Obaveza obezbeđenja jasne identifikacije oglašivača kod internet oglašavanja“, *Pravna regulativa usluga u nacionalnim zakonodavstvima i pravu Evropske unije* (ur. Dragan Vujisić), Univerzitet u Kragujevcu – Pravni fakultet, Kragujevac 2023, 429.

23 Zakon o elektronskoj trgovini – ZoET, *Sl. glasnik RS*, br. 41/2009, 95/2013 i 52/2019. 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*, nuđenje podataka i *oglašavanje putem interneta*, elektronski pretraživači, kao i omogućavanje traženja podataka i usluga koje se prenose elektronskom mrežom, obezbeđivanje pristupa mreži ili skladištenje podataka korisnika usluga. Vid. ZoET, čl. 3, st. 1, tač. 1.

znači da je moguće da je određena elektronska platforma *e-commerce* platforma putem koje se vrši onlajn prodaja i kupovina, a moguće je i da se njena uloga svodi samo na internet oglašavanje, odnosno isticanje oglasne poruke, bez ikakvog učešća u kupoprodaji.

2. SLUČAJ IZ SUDSKE PRAKSE

Zakon o oglašavanju predviđa da je prenosilac oglasne poruke kao pružalac usluge informacionog društva (u smislu Zakona kojim se uređuje elektronska trgovina) dužan da tokom trajanja oglašavanja i 30 dana nakon prestanka oglašavanja obezbedi jasnu identifikaciju lica koje se oglašava.²⁴ Protiv operatora elektronske platforme na kojoj se vrši oglašavanje prodaje i kupovine stvari/robe 2023. godine u Beogradu je vođen prekršajni postupak i doneta je presuda kojom je operator elektronske platforme osuđen na novčanu kaznu kao odgovoran što nije ispunio zakonsku obavezu obezbeđenja jasne identifikacije oglašivača (lica koje se oglašava).²⁵ Operator elektronske platforme je uložio žalbu, pa je Prekršajni apelacioni sud žalbu odbio kao neosnovanu i potvrdio prvostepenu presudu, smatrajući da operator elektronske platforme nije obezbedio jasnu identifikaciju lica koje se oglašava.²⁶

Prekršajni postupak je pokrenut na zahtev Tržišne inspekcije, jer je tržišni inspektor u postupku inspekcijskog nadzora zahtevao od operatora platforme podatke koji bi lica koje se oglašavalo jasno identifikovalo u smislu čl. 45 st. 5 Zakona o oglašavanju. Operator elektronske platforme je tržišnom inspektoru dostavio IP adresu i određene dodatne podatke (*e-mail*, broj mobilnog telefona, podatke o lokaciji),²⁷ ali je postupajući tržišni inspektor smatrao da svi ti podaci nisu dovoljni za jasnu identifikaciju lica koje se oglašava.

U pitanju je bilo lice koje je pod imenom „Tehnika Sava Centar NBG 064-432-11-00...” na platformi oglašavalo prodaju različitih stvari u sekciji „Kao novo – nekorišćeno“, koja služi za oglašavanje stvari koje nisu nove (polovne stvari). Međutim, u samom tekstu oglasa stajalo je da su artikli „novi, istestirani, sa radnom garancijom sedam dana“, što znači da je iz teksta oglasne poruke bilo jasno da se vrši prodaja novih, a ne polovnih ličnih stvari.²⁸ Dodatno, utvrđeno je da je lice koje se oglašavalo postavilo 1323 oglasa o prodaji različitih artikala, iako nije registrovano kao trgovac – ni kao pravno lice ni kao preduzetnik, što znači da se bavilo nezakonitom trgovinom.

24 Zakon o oglašavanju, čl. 45, st. 5.

25 Presuda Prekršajnog suda u Beogradu 45 – Pr. br. 47400/21 od 1. 2. 2023. (dalje u tekstu: Presuda Prekršajnog suda).

26 Presuda Prekršajnog apelacionog suda 1 – Prž. br. 7996/23 od 12. 4. 2023. (dalje u tekstu: Presuda Prekršajnog apelacionog suda).

27 Žalba na Presudu Prekršajnog suda u Beogradu 45- Pr. Br. 47400/21 (dalje u tekstu: Žalba na Presudu Prekršajnog suda), dostupno u ličnoj arhivi autora, 2.

28 Presuda Prekršajnog suda, 4; Presuda Prekršajnog apelacionog suda, 4.

Na osnovu činjeničnog stanja jasno je da je lice koje se oglašavalo zloupotrebilo registraciju na platformi tako što se nije registrovalo u sekciji „Novo“ u kojoj isključivo trgovci oglašavaju prodaju robe, već u sekciji „Kao novo – nekorišćeno“ u kojoj svako lice (dakle, i ono koje nije trgovac) može oglasiti prodaju određenih (ličnih) stvari. Ovo je važno iz razloga što se u ova dva slučaja od oglašivača prilikom registracije traže različiti podaci kako bi se izvršila njihova identifikacija.

U sekciji „Novo“ koja služi za postavljanje oglasa o prodaji „potpuno novih stvari“ oglase za prodaju robe mogu postavljati isključivo (registrovani) trgovci, te na platformi postoji tehničko ograničenje u postavljanju oglasa fizičkih lica koja nisu trgovci. Za identifikaciju korisnika platforme kao preduzetnika ili pravnog lica radi objavljivanja oglasa u sekciji „Novo“ zahteva se poslovno ime, adresa sedišta i PIB.²⁹ Ne-trgovci koji se oglašavaju u odeljak o ličnim podacima treba da unesu ime i mesto prebivališta.³⁰ U momentu vođenja prekršajnog postupka neophodan podatak je bio i broj telefona,³¹ dok je sada broj telefona opcioni podatak koji se može izostaviti, ako korisnik platforme ne želi da komunicira putem telefona.

Imajući u vidu da se kao korisnik platforme registrovalo lice koje nije trgovac, navedeni podaci za registraciju na platformi u svojstvu trgovca nisu bili neophodni. Međutim, korisnik je zloupotrebio platformu tako što se, s obzirom na broj postavljenih oglasa (1323), očigledno bavio trgovinom, iako nije bio registrovan kao trgovac. S tim u vezi je tržišni inspektor zahtevao od operatora platforme da dostavi podatke o navedenom licu kako bi izvršio zakonsku obavezu jasne identifikacije oglašivača. Dostavljena IP adresa uz druge lične podatke (*e-mail*, ime na platformi, broj telefona i podaci o lokaciji), po mišljenju Tržišne inspekcije, nisu bili dovoljni za jasnu identifikaciju lica koje se oglašava. Zbog toga se postavlja pitanje koji su to podaci koje operator platforme mora prikupiti od oglašivača, obrađivati i eventualno objaviti na platformi kako bi se smatralo da je ispunio obavezu obezbeđenja jasne identifikacije oglašivača u smislu Zakona o oglašavanju.

3. JASNA IDENTIFIKACIJA LICA KOJE SE OGLAŠAVA NA INTERNETU

Zakon o oglašavanju predviđa obavezu prenosioca oglasne poruke, koji je pružalac usluge informacionog društva, da obezbedi jasnu identifikaciju lica koje se oglašava – tokom trajanja oglašavanja i 30 dana nakon prestanka oglašavanja.³² Međutim, pitanje jasne identifikacije detaljnije ne reguliše, od-

29 Vid. Način postavljanja oglasa na platformi KupujemProdajem, <https://blog.kupujemprodajem.com/helpcentar/moji-oglas/postavljanje-oglasa/kako-da-postavim-oglas/>, 30. septembar 2025.

30 *Ibid.*

31 <https://novi.kupujemprodajem.com/moj-kp/moj-nalog/licni-podaci>, 10. april 2023.

32 „Jasna identifikacija“ predstavlja pleonazam, imajući u vidu da se neko lice može ili (potpuno/jasno) identifikovati ili se ne može identifikovati. Takva sintagma se verovatno ko-

nosno ne određuje njen pojam navodeći podatke koje je prenosilac oglasne poruke dužan da prikuplja i čuva kako bi se smatralo da je obezbedio jasnu identifikaciju oglašivača, već se poziva na Zakon o elektronskoj trgovini, koji navodi da su to različiti podaci, a naročito podaci o IP adresi korisnika elektronske platforme sa koje korisnik pristupa uslugama informacionog društva tog pružaoca.³³ Iz navedene odredbe se vidi da je operator elektronske platforme dužan da čuva više različitih podataka o korisniku platforme, ali se naročito ističe IP adresa imajući u vidu da je ona, u načelu, tehnički najpouzdaniji podatak. Naime, IP (*Internet Protocol*) adresa na jedinstveni način određuje adresu fizičkog interfejsa računara na mreži,³⁴ imajući u vidu da je ona jedna i jedinstvena,³⁵ jer uređaj sa koga se objavljuje oglas određuje jednoznačno. Jedna i jedinstvena IP adresa za konkretan računar postoji u uobičajenoj situaciji – kada nema nikakvih zloupotreba poput preotimanja IP adrese (*IP address hijacking*) ili lažiranje izvorišne adrese.³⁶

Iako se o IP adresi govori kao o tehnički najpouzdanijem podatku, koji je jedinstven za konkretan uređaj, treba imati u vidu da to važi samo za konkretnu mrežu u konkretnom trenutku. IP adresa se može promeniti kada se promeni mreža (na primer, pređe se sa Wi-Fi na mobilnu mrežu). Pored toga, IP adresa više uređaja povezanih na jedan ruter je ista, jer je to IP adresa dodeljena samom ruteru. Radi se, u stvari, o razlici između javne i privatne IP adrese, gde javna IP adresa predstavlja adresu koju internet provajder dodeljuje konkretnoj mreži, dok je privatna IP adresa „lokalna“ adresa konkretnog uređaja, koji pripada određenoj javnoj IP adresi.³⁷ IP adresa konkretni

risti s obzirom na to da postoje određeni podaci kojima se vrši identifikacija, ali ne u potpunosti, te zapravo lice ostaje, u krajnjoj liniji, neidentifikovano. U Predlogu Zakona o izmenama i dopunama Zakona o oglašavanju, koji je Vlada RS usvojila 22. maja 2025. godine, izbačena je sintagma „jasna identifikacija“, odnosno zamenjena je „određivanjem identiteta“ oglašivača. Vid. Predlog Zakona o izmenama i dopunama Zakona o oglašavanju, http://www.parlament.gov.rs/upload/archive/files/lat/pdf/predlozi_zakona/14_saziv/978-25%20-%20lat.pdf, 30. septembar 2025, čl. 14. U radu se koristi sintagma „jasna identifikacija“ iz trenutno važećeg Zakona o oglašavanju.

- 33 Pružalac usluge informacionog društva koji prenosi elektronske poruke koje mu je predao korisnik, dužan je da tokom pružanja usluge informacionog društva i minimum 30 dana nakon prestanka pružanja usluge čuva podatke o korisniku usluge informacionog društva, a naročito podatke o IP adresi sa koje korisnik pristupa uslugama informacionog društva tog pružaoca. Vid. ZoET, čl. 16, st. 3.
- 34 Božidar Radenković *et al.*, *Elektronsko poslovanje*, Fakultet organizacionih nauka, Beograd 2015, 31.
- 35 Randal E. Bryant, David R. O'Hallaron, *Computer Systems – a Programmer's Perspective*, Pearson Education Limited, Malaysia 2016, 987.
- 36 Aleksandar Jevremović *et al.*, *Zaštita u računarskim mrežama*, Beograd 2018, 113.
- 37 Razlika između javne i privatne IP adrese se slikovito objašnjava tako što se navodi primer jednog zatvorenog naselja. Privatna IP adresa je adresa određene kuće unutar tog zatvorenog naselja, dok je javna IP adresa, u stvari, adresa samog naselja. To omogućava da se adresa podeli na dva dela, javnu adresu „naselja“ koju je lako pronaći i privatnu „kućnu“ adresu koju zna samo onaj ko u njoj stanuje i drugi ljudi u naselju. Za razliku između javne i privatne IP adrese vid. više: <https://raf.edu.rs/citaliste/sta-predstavlja-vasa-privatna-ip-adresa-i-kako-da-je-pronadjete/>, 30. septembar 2025.

uređaj (računar, mobilni telefon) ne određuje na jedinstven način trajno, jer je moguće promeniti je, što u praksi rade mobilni operateri i internet provajderi, a moguće je i da je sam korisnik promeni. Na primer, prilikom promene mreže tako što se sa Wi-Fi mreže pređe na mobilne podatke, uređaj će dobiti novu javnu IP adresu od mobilnog operatera. „Restartovanje“ rutera, odnosno isključivanje i ponovno uključivanje internet rutera može „navesti“ internet provajdera da mu dodeli novu IP adresu.³⁸ Korišćenje VPN mreže (*virtual private network* – virtuelna privatna mreža) maskira IP adresu tako što deluje kao posrednik, pruža novu IP adresu i šifruje internet saobraćaj.³⁹ Na uređajima *Apple* može se omogućiti funkcija *iCloud Private Relay*, kojom se IP adresa generalizuje na gradskom ili regionalnom nivou, odnosno dodeljuje se privremena IP adresa, maskirajući stvarnu IP adresu i lokaciju, tako da se može identifikovati, na primer, samo država i časovna zona.⁴⁰

Navedeni primeri promene IP adrese dovode do zaključka da se može desiti da je oglas postavljen u određenom trenutku sa jedne IP adrese, ali da je ona kasnije promenjena, te se dostavljanjem tržišnom inspektoru IP adrese koja je uređaj određivala u momentu postavljanja oglasa ne može identifikovati oglašivač koji je tu adresu u međuvremenu promenio. Zbog toga IP adresa nije podatak koji u svakom slučaju obezbeđuje jasnu identifikaciju lica koje se oglašava – ni kao takav ni u kombinaciji sa drugim podacima kao što je broj mobilnog telefona, *e-mail* adresa ili ime korisnika na platformi. IP adresa kao pouzdani podatak za identifikaciju korisnika platforme je u tom smislu „prevaziđen“. Stoga se u Predlogu Zakona o izmenama i dopunama Zakona o oglašavanju ne pominje IP adresa, već je prenosilac oglasne poruke dužan da prikuplja i dalje obrađuje sledeće podatke o oglašivaču: ime, adresu sedišta i matični broj, a za fizičko lice – ime i prezime, adresu prebivališta i jedinstveni matični broj građana.⁴¹ Iz predložene odredbe se vidi da, ako je oglašivač trgovac koji obavlja profesionalnu delatnost, prilikom registracije na platformi biće dužan da u cilju određenja identiteta, odnosno identifikovanja u svojstvu trgovca navede poslovno ime, adresu sedišta i matični broj iz registra. Ako je u pitanju ne-trgovac, odnosno fizičko lice koje ne obavlja profesionalnu delatnost, potrebni podaci su ime i prezime, adresa prebivališta i JMBG. O opravdanosti prikupljanja ovih podataka, posebno JMBG, biće više reči u delu 4.3. ovog rada.

Na ovom mestu treba razmotriti zašto prema važećem Zakonu o oglašavanju dostavljanje IP adrese tržišnom inspektoru nije bilo dovoljno da bi se smatralo da je operator elektronske platforme ispunio zakonsku obavezu obezbeđenja jasne identifikacije oglašivača. Osnovni „propust“ i obrazloženja

38 Dostupno na adresi: <https://learn.microsoft.com/en-us/answers/questions/4016112/how-do-i-change-my-ip-address>, 30. septembar 2025.

39 Dostupno na adresi: <https://us.norton.com/blog/how-to/change-ip-address#:~:text=Change%20IP%20address%20on%20iPhone,manually%20modifying%20your%20router's%20settings.>, 30. septembar 2025.

40 Dostupno na adresi: <https://support.apple.com/en-mt/guide/personal-safety/ips5xx75a1db/web>, 30. septembar 2025.

41 Predlog Zakona o izmenama i dopunama Zakona o oglašavanju, čl. 14.

Presude Prekršajnog suda (kao i presude po žalbi) i Žalbe operatora platforme sastoji se u tome što se razmatra da li su IP adresa i ostali dostavljeni podaci dovoljni prema Zakonu o oglašavanju i Zakonu o elektronskoj trgovini da bi se smatralo da je operator elektronske platforme izvršio jasnu identifikaciju lica koje se oglašava, ali se zanemaruju podaci koji su neophodni prema Zakonu o trgovini.⁴² U pitanju su podaci koje je trgovac dužan da istakne na prodajnom mestu. Ako je trgovac pravno lice, dužan je da istakne poslovno ime, matični broj i adresu sedišta, a ako je fizičko lice dužan je istaći ime i prezime, adresu i broj iz odgovarajućeg registra.⁴³ Ovi podaci se u daljinskoj trgovini (što znači i u trgovini putem elektronske platforme) moraju učiniti dostupnim potrošačima pre kupovine,⁴⁴ što znači da se moraju objaviti na platformi.

Kada je u pitanju oglašavanje na elektronskoj platformi, da bi se smatralo da je izvršena jasna identifikacija oglašivača u smislu Zakona o oglašavanju, potrebno je naročito istaći IP adresu u skladu sa posebnim zakonom – Zakonom o elektronskoj trgovini, ali je potrebno vidno istaći i podatke koje zahteva Zakon o trgovini kao opšti zakon, odnosno osnovni zakon koji uređuje obavljanje privredne delatnosti u Srbiji.⁴⁵ Dakle, IP adresa se naročito zahteva, ali nije dovoljna, jer se prema Zakonu o trgovini moraju dostaviti i drugi podaci o licima koja se bave trgovinom. Drugim rečima, Zakon o oglašavanju u pogledu jasne identifikacije lica koje se oglašava upućuje na ZoET u kome se ne preciziraju podaci (osim IP adrese), te dalje treba primeniti opšti zakon, a to je Zakon o trgovini, koji podatke o trgovcu i pružaocu usluge određuje u delu o posebnim uslovima za obavljanje trgovine na malo i pružanje usluga potrošačima.⁴⁶

Da bi se znalo koje podatke operator treba da prikuplja od lica koje se oglašava, treba znati da li je to lice trgovac, odnosno lice kome je (elektronska) trgovina poslovna, odnosno profesionalna delatnost. U tom smislu je potrebno razlikovati *bavljenje* trgovinom od *preduzimanja* pravnog posla prodaje. Bavljenje trgovinom znači da je određenom licu trgovina *delatnost*, odnosno *registrovano zanimanje*. Naime, Zakon o obligacionim odnosima pod privrednim subjektima (trgovcima) podrazumeva pravna lica koja obavljaju privrednu delatnost i fizička lica koja u vidu registrovanog zanimanja obavljaju privrednu delatnost.⁴⁷ Zakon o trgovini i definiše trgovinu kao privrednu delatnost koja predstavlja skup poslovnih aktivnosti u vezi sa nabavkom i prodajom robe sa ciljem ostvarivanja dobiti.⁴⁸ U tom smislu svako lice može sprovesti prodaju stvari korišćenjem elektronske platforme, odnosno preduzeti pravni posao prodaje, ali se ne može baviti prodajom sve dok ne stekne svojstvo trgovca (privrednog subjekta), za šta je potrebno da se re-

42 M. Mišković (2023), 435.

43 ZoT, čl. 32, st. 1-2.

44 ZoT, čl. 32, st. 5.

45 M. Mišković (2023), 435.

46 ZoT, deo III.2, čl. 32.

47 Mirjana Radović, *Trgovinski poslovi: de lege lata u de lege ferenda*, Univerzitet u Beogradu – Pravni fakultet, Beograd 2022, 81-82.

48 ZoT, čl. 10, st. 1.

gistruje u APR-u. Pritom, za pravna lica je potrebno i dovoljno da obavljaju privrednu delatnost, ali nije od značaja da li su registrovana upravo za tu delatnost.⁴⁹ Nasuprot tome, fizičko lice predstavlja trgovca samo ako obavlja privrednu delatnost u vidu registrovanog zanimanja.⁵⁰

U obrazloženju Presude Prekršajni sud je pokušao da istakne ovu razliku tvrdeći da neregistrovana lica „ne mogu oglašavati prodaju robe koja ne spada u lične predmete“, te postavljanje na platformi 1323 oglasa o prodaji različitih artikala „ukazuje da se ne radi o prodavcu koji prodaje svoje lične stvari“, kao i da „fizičkim licima nije dozvoljeno da kroz lične stvari oglašavaju nove stvari, s obzirom na to da je za trgovinu potpuno novih stvari potrebna registracija pravnog lica ili preduzetnika“ (svojstvo trgovca po Zakonu o trgovini – *prim. aut.*).⁵¹ Sud je pokušao da napravi razliku između bavljenja trgovinom (za šta je potrebno svojstvo trgovca) i preduzimanja pravnog posla prodaje (za šta nije potrebno svojstvo trgovca), ali je upotrebio pogrešni kriterijum razgraničenja – prodaju novih stvari ili prodaju ličnih stvari (koje nisu nove). Kriterijum nije ispravan, jer je moguće da se određeno lice bavi prodajom polovnih stvari, što znači da mora imati svojstvo trgovca.⁵² Dakle, svojstvo trgovca jeste uslov za bavljenje prodajom novih stvari, ali je uslov i za bavljenje prodajom polovnih stvari.

U prekršajnom postupku koji je vođen protiv operatora elektronske platforme utvrđeno je da je lice koje se oglašavalo objavilo 1323 oglasa različitih artikala, te da je njihovu prodaju podsticalo tako što je u oglasnim porukama navodilo da su u pitanju novi proizvodi sa garancijom. Iz tolikog broja oglasa se zaključuje da se radi o licu koje se bavi prodajom, za šta je moralo imati svojstvo trgovca, iz čega dalje proizlazi zaključak o tome koji podaci su pored IP adrese i drugih podataka koje zahteva ZoET neophodni prema Zakonu o trgovini kako bi se oglašivač identifikovao kao *trgovac*.

Ovo lice i njegova prodaja ne elektronskoj platformi odgovara koncepciji pojavnog (lažnog) trgovca nemačkog prava koji je stvorila nemačka sudska praksa obuhvatajući tim pojmom lice koje, iako nije registrovano kao trgovac, u odnosima sa trećim licima svojim rečima ili ponašanjem stvara utisak da je trgovac. Takvo lice ne bi imalo pravo da osporava svoje svojstvo trgovca u eventualnom sporu sa trećim savesnim licem – licem koje u času zaključenja ugovora nije znalo da nije u pitanju trgovac.⁵³ Naše pravo ne poznaje

49 U skladu sa čl. 4 Zakona o privrednim društvima društvo ima pretežnu delatnost, koja se registruje u skladu sa zakonom o registraciji, a može obavljati i sve druge delatnosti koje nisu zakonom zabranjene nezavisno od toga da li su određene osnivačkim aktom, odnosno statutom. Zakon o privrednim društvima – ZoPD, *Sl. glasnik RS*, br. 36/2011, 99/2011, 83/2014 – dr. zakon, 5/2015, 44/2018, 95/2018, 91/2019, 109/2021 i 19/2025.

50 M. Radović, 84.

51 Presuda Prekršajnog suda, 4-5.

52 M. Mišković (2023), 433.

53 Nebojša Jovanović, u: Nebojša Jovanović, Vuk Radović, Mirjana Radović, *Trgovinsko pravo*, Univerzitet u Beogradu – Pravni fakultet, Beograd 2020, 65; Više o pojmu trgovca vid. Mirjana Radović, „Pojam trgovca u nemačkom trgovinskom pravu“, *Pravni život* 11/2013, 204-222.

pojam pojavnog (lažnog) trgovca, tako da se svako lice koje nije trgovac, a bavi se trgovinom, kažnjava za prekršaj, a uz prekršajnu kaznu može mu se izreći i zaštitna mera zabrane vršenja delatnosti u trajanju od šest meseci do dve godine.⁵⁴

Treba istaći da prekršajni postupak protiv operatora elektronske platforme nije vođen zbog nezakonite trgovine lica koje se oglašavalo, jer ne postoji odgovornost operatora platforme za nezakonitu trgovinu tog lica. Tržišni inspektor bi trebalo da podnese zahtev za pokretanje prekršajnog postupka protiv tog lica zbog bavljenja nezakonitom trgovinom, odnosno bavljenja trgovinom bez svojstva trgovca u smislu člana 25 Zakona o trgovini. Osim toga, protiv tog lica mogao bi eventualno biti pokrenut krivični postupak, ako se steknu svi elementi bića krivičnog dela „Nedozvoljena trgovina“.⁵⁵

Prekršajni postupak protiv operatora elektronske platforme nije vođen ni zbog njegove odgovornosti za sadržinu oglasa, u kojima se navodi da se prodaju nove stvari. Kada je u pitanju sam tekst oglasa, odgovornost operatora elektronske platforme je po ZoET isključena. Pružalac usluga koji prenosi elektronske poruke koje mu je predao korisnik usluga, nije odgovoran za *sadržaj* poslate poruke i njeno upućivanje, ako nije: 1) inicirao prenos; 2) izvršio odabir podataka koji se prenose; 3) izuzeo ili izmenio podatke u sadržaju poruke ili dokumenta; 4) odabrao primaoca prenosa.⁵⁶ U pitanju je način isključenja odgovornosti pružaoca usluge za sadržaj poslate (prenete) poruke koji je preuzet iz Direktive EU o elektronskoj trgovini iz 2000. godine, gde se naziva „*mere conduit*“ i označava samo prenos podataka, odnosno prenos elektronske poruke bez uticaja na njenu sadržinu.⁵⁷ Imajući u vidu da platforma predstavlja samo običan „kanal“ za prenos, ako su navedena četiri uslova ispunjena, nije opravdano da operator elektronske platforme odgovara za sadržaj prenete poruke niti za njen prenos.⁵⁸ Isto pravilo o isključenju odgovornosti internet posrednika sadrži i Akt (Uredba) EU o digitalnim uslugama.⁵⁹ Predmet sprovedenog prekršajnog postupka nije bila odgovornost operatora elektronske platfor-

54 Novčanom kaznom od 50.000 do 500.000 dinara kazniće se fizičko lice ako obavlja trgovinu, a nije trgovac, odnosno pružalac usluge u smislu člana 25 Zakona o trgovini. Vid. ZoT, čl. 69.

55 Krivični zakonik, *Sl. glasnik RS*, br. 85/2005, 88/2005 – ispr, 107/2005 – ispr, 72/2009, 111/2009, 121/2012, 104/2013, 108/2014, 94/2016, 35/2019 i 94/2024, čl. 235.

56 ZoET, čl. 16, st. 1.

57 Directive 2000/31/EC/ of the European Parliament and the Council of 8 June 2000 on certain legal aspects of information society services, in particular electronic commerce in the Internal Market (Directive on Electronic Commerce), *Official Journal of the European Communities*, L1781, чл. 12.

58 Dušan Popović, „Povreda autorskog prava i srodnih prava na internetu: preispitivanje uloge posrednika“, *Pravo i privreda* 4-6/2010, 581.

59 Regulation (EU) 2022/2065 of the European Parliament and of the Council of 19 October 2022 on a Single Market for Digital Services and amending Directive 2000/31/EC (Digital Services Act) – DSA, *Official Journal of the European Union*, L 277/1, čl. 4.

me za sadržaj oglasne poruke, jer ona jeste u ovom slučaju isključena, niti operator platforme odgovara za prekršaj obavljanja trgovine bez svojstva trgovca, već je u pitanju bilo propuštanje operatora platforme da prikupi i čuva podatke o korisniku platforme koji se bavi trgovinom, kojima obezbeđuje njegovu jasnu identifikaciju, čime je učinio prekršaj iz čl. 78 st. 1 tač. 19 Zakona o oglašavanju.

Uredba o digitalnim uslugama predviđela je *due diligence* obavezu operatora elektronske platforme da od trgovca prikupi podatke koji obezbeđuju njegovo praćenje, odnosno „sledljivost“ (*traceability of traders*).⁶⁰ Trgovac je u skladu sa Uredbom o digitalnim uslugama fizičko ili pravno lice koje istupa u okviru svoje delatnosti, zanata ili profesije.⁶¹ Dakle, radi se o „profesionalnom“ trgovcu⁶² koji operatoru onlajn platforme mora dostaviti određene podatke kada sa potrošačima zaključuje ugovore na daljinu korišćenjem onlajn platforme. Pre nego što trgovci počnu sa korišćenjem usluga operatora onlajn platformi za promociju poruka ili ponudu proizvoda i usluga potrošačima, operator onlajn platforme je dužan da prikupi sledeće podatke o trgovcima:⁶³ a) ime, adresu, broj telefona, *e-mail* adresu trgovca; b) kopiju identifikacionog dokumenta trgovca ili drugi vid elektronske identifikacije u skladu sa članom 3 Uredbe o elektronskoj identifikaciji;⁶⁴ c) podatke o platnom računu trgovca; d) registar u kome je trgovac registrovan i broj iz registra ili drugi vid identifikacije u registru; e) samosertifikaciju (izjavu) trgovca kojom se obavezuje da će nuditi samo proizvode ili usluge koji su u skladu sa pravom Unije. Operator onlajn platforme je dužan da podatke iz tačke a), d) i e) učini dostupnim na platformi na jasan, lako dostupan i razumljiv način, barem na interfejsu onlajn platforme gde su predstavljene informacije o proizvodu ili usluzi.⁶⁵

Navedena obaveza prikupljanja podataka odvraća trgovce od prodaje proizvoda ili usluga kojima se krše postojeća pravila tako što se iskorišćava anonimnost, a pored toga se omogućava potrošačima da prate trgovce i traže naknadu štete koja im je pričinjena prodatim proizvodima.⁶⁶ Prikupljanje podataka o trgovcu koje vrše operatori platforme se dugo ističe kao značajno za ostvarenje cilja efektivne zaštite potrošača.⁶⁷

60 DSA, čl. 30.

61 DSA, čl. 3 (f).

62 Carsten Ullrich, „GDPR Compliance Implications When Implementing the DSA“, *European Data Protection Law Review* 2/2024, 219.

63 DSA, čl. 30, st. 1.

64 Regulation (EU) No 910/2014 of the European Parliament and of the Council of 23 July 2014 on electronic identification and trust services for electronic transactions in the internal market and repealing Directive 1999/93/EC, OJ L 257.

65 DSA, čl. 30, st. 7.

66 Folkert Wilman, Saulius Lukas Kaleda, Paul-John Loewenthal, *The EU Digital Services Act: A Commentary*, Oxford University Press, Oxford 2024, 231.

67 *Ibid.*, 232.

4. MEHANIZMI OPERATORA ELEKTRONSKE PLATFORME ZA SUZBIJANJE NEZAKONITE TRGOVINE

4.1. Broj oglasa koje postavlja jedan korisnik elektronske platforme

Operator elektronske platforme ne odgovara za nezakonitu trgovinu koju vrši lice koje se oglašava i prodaje robu tako što se bavi trgovinom, iako nema svojstvo trgovca. Pored toga on ni ne zna da li će se određeno lice registrovati na platformi kao fizičko lice koje se ne bavi prodajom, ali će registraciju zloupotребiti tako što će nastaviti da prodaje novu ili polovnu robu u meri koja pokazuje da se bavi trgovinom, iako nema svojstvo trgovca. Potrebno je da operator elektronske platforme uspostavi određene mehanizme koji bi mu dali uvid u to da li postoje indicije da se određeno lice bavi trgovinom na njegovoj elektronskoj platformi, iako se nije registrovalo u sekciji namenjenoj trgovcima, pa nije ni ostavljalo podatke koji ga jasno identifikuju kao trgovca.

Jedan takav mehanizam moglo bi biti praćenje broja oglasa jednog korisnika platforme putem softvera koji bi pratio koliki se broj oglasa postavlja sa jednog korisničkog naloga. Ako bi operator elektronske platforme putem softvera došao do podatka da jedan korisnik platforme postavlja veliki broj oglasa, to bi operatoru platforme mogao biti pokazatelj da je u pitanju korisnik koji se bavi trgovinom, pa bi nakon toga mogao da mu traži da dostavi dodatne podatke (koji se zahtevaju za trgovca), pod pretnjom preduzimanja daljih mera.⁶⁸ Na primer, u Pravilima i uslovima korišćenja platforme *KupujemProdajem* predviđeno je da je za bilo koje kršenje Pravila i uslova korišćenja *KupujemProdajem* ili kršenje zakona od strane korisnika usluga moguće izricanje opomene korisniku, kao i privremena ili trajna blokada korisničkog naloga. U zavisnosti od težine i učestalosti kršenja, po pravilu se najpre izriče mera opomene, a zatim donosi mera privremene ili trajne blokade korisničkog naloga. Pritom, navedene mere se mogu primeniti i u slučajevima kada nije došlo do kršenja Pravila i uslova korišćenja platforme, i to u cilju sprečavanja nastanka štete.⁶⁹ Dakle, ako bi operator platforme zahtevao od korisnika koji je postavljao oglase dostavljanje dodatnih podataka kojima bi se identifikovao kao trgovac, a korisnik bi odbio da ih dostavi ili ih ne bi dostavio u određenom roku, predviđene su mere koje operator platforme može primeniti u pogledu takvog korisnika.

Ovakva mogućnost je predviđena Uredbom o digitalnim uslugama ako operator onlajn platforme posumnja, odnosno dobije dovoljno indicija ili ima razlog da veruje da je bilo koji podatak o trgovcu dostavljen u kontekstu „sledljivosti trgovaca“ iz člana 30 netačan, nepotpun ili neažuran. Operator je dužan da od prodavca zahteva da ukloni ovu situaciju bez od-

68 M. Mišković (2023), 439-440.

69 Pravila i uslovi korišćenja platforme *KupujemProdajem*, <https://www.kupujemprodajem.com/pravila-uslovi>, 4. oktobar 2025, čl. 13.

laganja, a ako prodavac ne ispravi ili ne upotpuni podatke, operator platforme je dužan da brzo obustavi pružanje svojih usluga sve do ispunjenja zahteva.⁷⁰

Postavlja se pitanje koji bi to broj oglasa postavljen sa jednog korisničkog naloga bio indikativan, odnosno upućivao na to da se određeno lice bavi trgovinom bez svojstva trgovca. Ako bi se na platformi postavilo tehničko ograničenje u pogledu broja oglasa koji se može postaviti sa jednog korisničkog naloga, otvara se pitanje koliki bi to broj oglasa i u kom periodu trebalo da bude postavljen da bi se zaključilo da se određeno lice bavi trgovinom, iako nije registrovano kao trgovac, ali da se takvim tehničkim ograničenjem ne ugrozi sloboda oglašavanja iz člana 4 Zakona o oglašavanju.⁷¹ Zbog toga bi bolje rešenje od postavljanja tehničkog ograničenja bilo praćenje broja oglasa koje postavlja jedan korisnik elektronske platforme i reagovanje operatora platforme na određeni veći broj postavljenih oglasa. To je faktičko pitanje koje bi trebalo rešavati sličnom logikom koja važi kod krivičnog dela „nedozvoljena trgovina“, kada sud u svakom konkretnom slučaju treba da utvrdi kada se određeno lice neovlašćeno „u većem obimu“ bavi trgovinom.⁷² Prema pravnom shvatanju Krivičnog odeljenja Vrhovnog suda Srbije (17. april 2006) „veća vrednost“ nabavljene robe radi prodaje postoji kada vrednost prelazi iznos od 300.000 dinara.⁷³ Čini se da bi ovo pravno shvatanje u pogledu vrednosti robe moglo da se primeni i na određivanje kada se neko lice bavi trgovinom „u većem obimu“. „Bavljenje“ trgovinom podrazumeva višekratnu kontinuiranu delatnost.⁷⁴

Međutim, i postavljeno tehničko ograničenje u pogledu broja oglasa koji se može postaviti i softversko praćenje broja oglasa koji se postavljaju sa jednog korisničkog naloga u praksi bi se mogli prevazići tako što bi korisnik mogao da otvori novi ili više novih korisničkih naloga i da nastavi da postavlja oglase baveći se trgovinom bez registracije u APR-u u svojstvu trgovca.

4.2. Bezgotovinsko plaćanje cene

Dodatni način zaobilazjenja tehničkog ograničenja u pogledu broja oglasa ili praćenja broja oglasa jednog korisnika platforme moglo bi predstavljati postavljanje jednog oglasa, gde bi se u samom tekstu oglasa navodilo da korisnik prodaje veliki broj proizvoda, iz čega je jasno da se nedozvoljeno bavi trgovinom. Jasno je da je u ovom slučaju odgovornost operatora elektronske platforme isključena, jer on u skladu sa čl. 16 ZoET ne odgovara za sadržaj oglasne poruke. Međutim, u ovom slučaju ne postoji način da operator elektronske platforme zaključi da se određeno lice nezakonito bavi trgovinom, imajući u vidu da se na platformama objavljuje nekoliko desetina hiljada

70 DSA, čl. 30, st. 3.

71 M. Mišković (2023), 440.

72 Krivični zakonik, čl. 235, st. 1.

73 Zoran Stojanović, *Komentar Krivičnog zakonika*, JP „Službeni glasnik“, Beograd 2020, 788.

74 *Ibid.*

oglasa dnevno,⁷⁵ te je praktično nemoguće pratiti sadržinu (tekst) svakog pojednog oglasa koji se objavljuje na platformi.

Čini se da bi jedino rešenje problema zloupotrebe elektronskih platformi u cilju bavljenja nezakonitom trgovinom (bez registracije u svojstvu trgovca) bilo uvođenje bezgotovinskog sistema plaćanja cene. To bi, na primer, mogle biti ili kartice vezane za račun korisnika u banci (debitne i kreditne kartice) ili virtuelne platne kartice vezane za samu platformu koje bi se koristile samo za transakcije na konkretnoj platformi.⁷⁶ Ako bi se uveo isključivo bezgotovinski način plaćanja za robu kupljenu putem platforme, mogao bi se u svakom trenutku znati broj transakcija, odnosno poslovnih promena, i samim tim, broj pravnih poslova koje preduzima jedan korisnik platforme, nezavisno od toga koliki broj korisničkih naloga je otvorio i koliki broj oglasa je postavio. Drugim rečima, mogao bi postaviti i samo jedan oglas, gde bi u tekstu ukazao na veliki broj artikala koje prodaje, ali bi se video broj platnih transakcija, te bi praćenjem tog broja operator platforme imao pokazatelj da se određeni korisnik bavi trgovinom, na osnovu čega bi od njega zahtevao da mu dostavi podatke koji ga identifikuju kao trgovca. Na taj način bi operator elektronske platforme ispunio svoju zakonsku obavezu obezbeđenja jasne identifikacije lica koje se oglašava i sprečio vođenje prekršajnog postupka protiv njega. Osim toga, na ovakav način bi se sprečavalo obavljanje nezakonite trgovine na elektronskim platformama, jer su pomenute zloupotrebe platformi moguće, između ostalog, zbog gotovinskog načina plaćanja (plaćanja pouzećem), što je praktično nemoguće pratiti. Isključivo bezgotovinski sistem plaćanja na elektronskim platformama nije novina u svetu i pravilo je na (veoma) velikim elektronskim platformama. Na primer, operator veb-sajta *Amazon* u prihvaćenim načinima plaćanja navodi upravo različite vrste kartica i digitalnih sistema plaćanja,⁷⁷ a isto važi i za platformu *Temu*.⁷⁸

4.3. Prikupljanje podataka o oglašivaču

Prekršajni sud u Beogradu je u Presudi naveo da je obaveza dostavljanja određenih podataka propisana Zakonom o privrednim društvima.⁷⁹ Podaci o licima za koja *po ovom zakonu* postoji obaveza registracije i koji se registruju u skladu sa zakonom o registraciji su: 1) za domaće fizičko lice – lično ime, pol i jedinstveni matični broj građana; 2) za domaće pravno lice – poslovno ime, adresa sedišta i matični broj.⁸⁰ Pozivajući se na ovu odredbu ZoPD Prekršajni sud je pogrešno primenio materijalno pravo, imajući u vidu da se

75 Primera radi, na platformi *KupujemProdajem* na dnevnom nivou se objavi više od 70.000 oglasa.

76 M. Mišković (2023), 441.

77 Vid. <https://www.amazon.com/gp/help/customer/display.html?nodeId=GFBWMNXEPYVJAY9A>, 5. oktobar 2025.

78 Vid. <https://www temu.com/support/c3/what-payment---accept-f-56-s-140.html>, 5. oktobar 2025.

79 Presuda Prekršajnog suda, 3, 6.

80 ZoPD, čl. 9a.

ova odredba odnosi na podatke za koje postoji obaveza registracije po ZoPD, odnosno prilikom registracije u APR-u, dok su podaci koji se prikupljaju kod oglašavanja i elektronske trgovine oni koje predviđa Zakon o oglašavanju, ZoET i ZoT.

Predlogom Zakona o izmenama i dopunama Zakona o oglašavanju predviđeno je da je prenosilac oglasne poruke koji je pružalac usluge informacionog društva u svrhu određivanja identiteta oglašivača dužan da prikuplja i dalje obrađuje podatke o oglašivaču, i to: poslovno ime, adresu sedišta i matični broj, a za fizičko lice ime i prezime, adresu prebivališta i jedinstveni matični broj građana tokom trajanja oglašavanja i 30 dana nakon prestanka oglašavanja.⁸¹ Iz navedene odredbe se vidi da je predloženo ukidanje obaveze operatora elektronske platforme da obezbedi „jasnu identifikaciju“ oglašivača, te se taksativno navode podaci koje je operator platforme dužan da prikupi. Iako je u Predlogu Zakona predviđeno da se po isteku roka za obavezno čuvanje podataka o oglašivaču podaci o ličnosti oglašivača fizičkog lica brišu, naročito je sporno prikupljanje JMBG.

U obrazloženju Predloga Zakona o izmenama i dopunama Zakona o oglašavanju navodi se da su predložene izmene posledica potrebe da se odgovori zahtevima prakse koji su se pojavili tokom primene važećeg zakona, kao i dalje harmonizacije sa propisima Evropske unije.⁸² Iako je Uredbom o digitalnim uslugama predviđena obaveza operatora elektronske platforme da u kontekstu „sledljivosti trgovaca“ (*traceability of traders*) iz čl. 30 pribavi kopiju identifikacionog dokumenta ili bilo koji drugi vid elektronske identifikacije, treba istaći da se pribavlja identifikacioni dokument *trgovca*, a trgovac je u skladu sa Uredbom fizičko ili pravno lice koje istupa u svrhu koja je povezana sa njegovom delatnošću ili profesijom⁸³ – dakle, pravno ili fizičko lice koje ima svojstvo trgovca i u našem pravu. Pribavljanje podataka koji obezbeđuju „sledljivost trgovaca“ je *due diligence* obaveza operatora elektronske platforme koja ima za cilj da na onlajn platformama smanji ponudu proizvoda koji nisu u skladu sa propisima i da poboljša zaštitu potrošača koji zaključuju ugovore sa prodavcima.⁸⁴ To znači da Uredba o digitalnim uslugama nije predvidela prikupljanje takvih podataka (poput JMBG) putem dostavljanja kopije identifikacionog dokumenta kada su u pitanju potrošači, odnosno fizička lica koja nisu trgovci, već je to obaveza operatora onlajn platformi samo kada su u pitanju trgovci, koji zaključuju ugovore na daljinu sa potrošačima.

Predviđanje obaveze prikupljanja JMBG problematično je iz dva razloga. Prvo, moguće je da lice koje se registruje na platformi ciljano upiše pogrešan ili tuđi matični broj, čime se prikupljanje JMBG u kontekstu identifikacije oglašivača obesmišljava. Drugo, samo prikupljanje tako osetljivog podatka kao što je JMBG prilikom registracije na određenoj onlajn platformi

81 Predlog Zakona o izmenama i dopunama Zakona o oglašavanju, čl. 14.

82 Dostupno na adresi: http://www.parlament.gov.rs/upload/archive/files/lat/pdf/predlozi_zakona/14_saziv/978-25%20-%20lat.pdf, 5. oktobar 2025.

83 DSA, čl. 3 (f).

84 C. Ullrich, 219.

zasnivalo bi se, pre svega, na pravnoj obavezi rukovaoca (obrada bi bila neophodna u cilju poštovanja zakonske obaveze prikupljanja JMBG za fizička lica),⁸⁵ ali i na pristanku korisnika platforme koji bi on davao prilikom registracije na platformi (bez unošenja JMBG ne bi se ni mogao registrovati na platformi).⁸⁶ Međutim, ovakva obrada ne bi bila u skladu sa načelom „minimizacije podataka“ prema kome podaci o ličnosti moraju biti primereni, bitni i ograničeni na ono što je neophodno u odnosu na svrhu obrade.⁸⁷ Ovo načelo podrazumeva smanjenje količine podataka koji se obrađuju tako što je obrada proporcionalna (srazmerna) po obimu, neophodna i ograničena samo na ono što je nužno kako bi se postigao cilj.⁸⁸ Stoga bi podatke o ličnosti trebalo obrađivati samo ako se svrha obrade opravdano ne bi mogla postići drugim sredstvima.⁸⁹

Po trenutno važećem Zakonu o oglašavanju nije predviđeno prikupljanje JMBG prilikom registracije na onlajn platformi, jer takav podatak zaista nije neophodan kako bi određeno lice prodalo i/ili kupilo neku stvar putem platforme. Tačno je da to otvara prostor za zloupotrebe, ali na internetu je generalno teško utvrditi nečiji (pravi) identitet (čak i u slučaju prikupljanja podataka), na šta je još početkom devedesetih godina XX veka skrenula pažnju čuvena karikatura Petera Štajnera (*Peter Steiner*) objavljena u listu *The New Yorker* 5. jula 1993. godine, na kojoj je naslikan pas koji surfuje internetom i koja je sadržala tekst: „*On the Internet nobody knows you are a dog*“.⁹⁰

ZAKLJUČAK

Čini se da odredbu člana 45 Zakona o oglašavanju koja reguliše obavezu jasne identifikacije oglašivača ne bi trebalo menjati na predloženi način,⁹¹ već eventualno precizirati tako što ona ne bi upućivala na ZoET, već bi se u samoj odredbi Zakona o oglašavanju taksativno naveli podaci putem kojih se oglašivač identifikuje. To je naročito IP adresa (mada je po pitanju pouzdanosti „prevaziđeni“ podatak s obzirom na mogućnosti njene promene i lažiranja) i podaci predviđeni Zakonom o trgovini: ako je trgovac pravno

85 Zakon o zaštiti podataka o ličnosti – ZZPoL, *Sl. glasnik RS*, br. 87/2018, čl. 12, st. 1, tač. 3.

86 ZZPoL, čl. 15.

87 ZZPoL, čl. 5, st. 1, tač. 3.

88 Andrej Diligenski, Dragan Prlja, Dražen Cerović, *Pravo zaštite podataka o ličnosti: GDPR*, Institut za uporedno pravo, Beograd 2018, 81-82.

89 Regulation (EU) 2016/679 of the European Parliament and of the Council of 27 April 2016 on the protection of natural persons with regard to the processing of personal data and on the free movement of such data, and repealing Directive 95/46/EC (General Data Protection Regulation), uvodna tačka razmatranja 39.

90 Maša Mišković, „Pravo na zaborav – pravni i računarski aspekti“, *Intelektualna svojina i internet (2020)* (ur. Dušan V. Popović), Univerzitet u Beogradu – Pravni fakultet, Beograd 2020, 134 fn. 47.

91 Upor. čl. 45 Zakona o oglašavanju i čl. 14 Predloga Zakona o izmenama i dopunama Zakona o oglašavanju.

lice – poslovno ime, matični broj iz registra i adresa sedišta, a ako je trgovac fizičko lice – ime i prezime, adresa i broj iz registra. Ako je lice koje se oglašava fizičko lice bez svojstva trgovca – nije potrebno prikupljanje dodatnih podataka, a naročito ne tako osetljivih podataka kao što je JMBG.

Zloupotreba elektronske platforme koju čine fizička lica kako bi se bavila nezakonitom trgovinom mogla bi se suzbiti ne prikupljanjem ličnih podataka, već ulaganjem u poboljšanje funkcionisanja same platforme putem implementacije softvera koji bi pratio broj oglasa postavljenih sa jednog korisničkog naloga ili putem uvođenja bezgotovinskog sistema plaćanja, čime bi se pratio broj transakcija / poslovnih promena jednog korisnika platforme. Bez preduzimanja bilo kakvih mera po pitanju suzbijanja nezakonite trgovine na elektronskim platformama operatori platforme, iako za samu nezakonitu trgovinu ne odgovaraju, faktički bi omogućavali i podsticali njeno obavljanje.

LITERATURA:

- Bryant Randal E, O'Hallaron David R, *Computer Systems – a Programmer's Perspective*, Pearson Education Limited, Malaysia 2016.
- Colangelo Margherita, Zeno-Zencovich Vincenzo, „Online Platforms Competition Rules and Consumer Protection in Travel Industry“, *Journal of European Consumer and Market Law* 2/2016.
- Ćeranić Jelena, „Prodaja žiga na sajtovima za aukcijsku prodaju robe“, *Intelektualna svojina i internet (2016)* (ur. Dušan V. Popović), Beograd 2016.
- Diligenski Andrej, Prlja Dragan, Cerović Dražen, *Pravo zaštite podataka o ličnosti: GDPR, Institut za uporedno pravo*, Beograd 2018.
- Jevremović Aleksandar, Veinović Mladen, Šarac Marko, Šimić Goran, *Zaštita u računarskim mrežama*, Beograd 2018.
- Jovanović Nebojša, u: Jovanović Nebojša, Radović Vuk, Radović Mirjana, *Trgovinsko pravo*, Univerzitet u Beogradu – Pravni fakultet, Beograd 2020.
- Mišković Maša, „Obaveza obezbeđenja jasne identifikacije oglašivača kod internet oglašavanja“, *Pravna regulativa usluga u nacionalnim zakonodavstvima i pravu Evropske unije* (ur. Dragan Vujisić), Univerzitet u Kragujevcu – Pravni fakultet, Kragujevac 2023.
- Mišković Maša, „Zaključenje ugovora o prodaji korišćenjem aukcijskih veb-sajtova“, *Intelektualna svojina i internet (2022)* (ur. Dušan V. Popović), Beograd 2022.
- Mišković Maša, „Pravo na zaborav – pravni i računarski aspekti“, *Intelektualna svojina i internet (2020)* (ur. Dušan V. Popović), Univerzitet u Beogradu – Pravni fakultet, Beograd 2020.
- Mišković Maša, „Odgovornost veb-sajtova kod ugovora o prodaji zaključenih elektronskim putem“, *Usklađivanje poslovnog prava Srbije sa pravom Evropske unije* (ur. Vuk Radović), Beograd 2019.

- Popović Dušan, Jovanović Marko, *Pravo interneta – odabrane teme*, Univerzitet u Beogradu – Pravni fakultet, Beograd 2017.
- Popović Dušan, „Povreda autorskog prava i srodnih prava na internetu: preispitivanje uloge posrednika“, *Pravo i privreda* 4-6/2010.
- Radenković Božidar, Despotović-Zrakić Marijana, Bogdanović Zorica, Barać Dušan, Labus Aleksandra, *Elektronsko poslovanje*, Fakultet organizacionih nauka, Beograd 2015.
- Radović Mirjana, *Trgovinski poslovi: de lege lata u de lege ferenda*, Univerzitet u Beogradu – Pravni fakultet, Beograd 2022.
- Radović Mirjana, „Pojam trgovca u nemačkom trgovinskom pravu“, *Pravni život* 11/2013.
- Riefa Christine, *Consumer Protection and Online Auction Platforms – Towards a Safer Legal Framework*, Routledge, London, New York 2017.
- Stojanović Zoran, *Komentar Krivičnog zakonika*, JP „Službeni glasnik“, Beograd 2020.
- Stojanović Dubravka, „Online aukcija“, *Pravo i privreda* 5-8/2014.
- Ullrich Carsten, „GDPR Compliance Implications When Implementing the DSA“, *European Data Protection Law Review* 2/2024.
- Wendehorst Christine, „Platform Intermediary Services and Duties under the E-Commerce Directive and the Consumer Rights Directive“, *Journal of European Consumer and Market Law* 1/2016.
- Wilman Folkert, Kaleda Saulius Lukas, Loewenthal Paul-John, *The EU Digital Services Act: A Commentary*, Oxford University Press, Oxford 2024.

Doc. Dr. Maša Mišković

Assistant Professor, University of Belgrade – Faculty of Law

DETERMINING THE IDENTITY OF ADVERTISERS ON ELECTRONIC COMMERCE PLATFORMS AS A MECHANISM TO COMBAT ILLEGAL TRADE*

Abstract: *In this paper the author examines sales on electronic platforms, sales advertisements and the obligation of an online platform operator to provide clear identification of advertiser (a person being advertised) in accordance with the Serbian Law on Advertising. This obligation of the operator of the electronic commerce platform is of a particular importance in case when a certain person engages in trade through the electronic commerce platform, even though he/she has not acquired the status of a trader, that is, he/she has not been reg-*

* This paper represents a contribution to the project of the University of Belgrade – Faculty of Law „Problems of creation, interpretation and enforcement of law (2025)“, within the research group „Legal regime of digital services in Serbian law and European Union law“.

istered for the performance of business activity or profession. The author discusses various mechanisms that the electronic platform operator could apply in order to combat illegal trade on electronic commerce platforms. In this context, the provisions of the proposed Law on Amendments to the Law on Advertising (adopted by the Serbian Government on May 22, 2025), as well as the Digital Services Act are critically analyzed. In order to reach appropriate conclusions, the obligation to ensure clear identification of the advertiser (the person being advertised) is analyzed based on the rules of the Law on Advertising, the Law on Electronic Commerce and the Law on Trade, and the proposed amendments to the Law on Advertising are also critically considered through the prism of the Law on Personal Data Protection. It is concluded that excessive data processing (collection and storage) is not required to determine the identity of persons who abuse electronic commerce platforms in order to participate in illegal trade. Suppression of illegal trade on electronic platforms could also be achieved by software monitoring of the number of advertisements placed using one user account and/or by introducing an exclusively cashless price payment system on electronic commerce platforms.

Key words: E-commerce. – E-commerce platforms. – Internet advertising. – Clear advertiser's identification. – Suppression of illegal trade.