

+

# Права и обврски на дигиталните пазари

## МОДУЛ 6

## ИЗЈАВА ЗА ОДГОВОРНОСТ:

Информациите и ставовите изнесени во оваа публикација се на авторот(ите) и не мора нужно да го одразуваат официјалното мислење на Европската комисија. Комисијата не ја гарантира точноста, целосноста или ажурноста на податоците содржани во оваа публикација. Ниту Европската комисија, ниту кое било лице што дејствува во нејзино име, не можат да бидат одговорни за каква било употреба на информациите содржани во овој документ.

Овој документ нема правно обврзувачки карактер и не претставува формална интерпретација на правото на Европската унија или на националното законодавство, ниту пак обезбедува сеопфатен или целосен правен совет. Неговата содржина нема за цел да го замени професионалниот правен совет за конкретни прашања.

Читателите треба да имаат предвид дека законодавството на Европската унија и националното законодавство постојано се ажурираат и дополнуваат. Поради тоа, секоја печатена верзија на модулите треба да се провери со можните ажурирања објавени на веб-страницата: [www.consumerlawready.eu](http://www.consumerlawready.eu)

**ЈАНУАРИ 2026**

## Содржина

Вовед.....	5
Што е економијата на платформи (platform economy) .....	7
Кој е опфатен со Регулативите?.....	7
На што треба да обрнам внимание во условите и правилата?.....	7
Дали платформата може да ги промени правилата и условите? .....	8
Што се случува ако платформата ја затвори, ограничи или суспендира мојата сметка?.....	9
Како можам да го прекинам договорниот однос со платформа? .....	10
Што со моите податоци? .....	10
Дали платформите можат да наметнуваат одредени услови? .....	10
Дали платформите можат поинаку да ги третираат понудите? .....	11
Какви добра и услуги ми е дозволено да понудам? .....	11
Какви информации можам да добијам за рангирањето? .....	11
Можам ли да го прикажам логото на мојата компанија на платформата? .....	12
Кои се другите обврски на платформите? .....	12
Што се контролори на пристап (gatekeepers) и кои се нивните обврски? .....	13
Дали имам обврски кон gatekeepers?.....	14
Што можам да направам во случај на конфликт со платформата? .....	15
Кои се механизмите за спроведување и жалби кога се работи со gatekeepers?.....	16
Анекс 1 - Листа на центри кои обезбедуваат услуги за медијација конкретно за овие прашања .....	35
Анекс 2 – Преглед на назначените чувари на портата и нивните основни платформски услуги .....	36
Анекс 3 - Обврски за целосна проверка.....	37
Анекс 4 - Обврски за онлајн пазари.....	37

"Осигурување дека платформите ги исполнуваат своите должности да ги информираат своите бизнис корисници јасно и сеопфатно за нивните права"

**Бизнис**

"Побезбедно е да купувам онлајн знаејќи дека платформите мора да ги заштитат моите податоци и да ме информираат на транспарентен начин, без да ги намалат моите избори"

**Потрошувач**

"Како МСП, онлајн продажбата ги разви моите бизнис можности. Познавањето начини за справување во случај на конфликт со платформата е поттик за дигитално"

**Бизнис**

## Вовед

Почитуван претприемачу,

Овој прирачник е дел од проектот Consumer Law Ready, наменет специјално за микро, мали и средни претпријатија (МСП) кои комуницираат со потрошувачите.

Проектот Consumer Law Ready е проект на европско ниво, управуван од EUROCHAMBRES (Здружението на Европските трговско-индустриски комори), во конзорциум со BEUC (Европската организација на потрошувачи) и SMEunited (Гласот на МСП во Европа). Финансиран е од Европската унија, со поддршка од Европската комисија.

Целта на проектот е да ви помогне да ги исполните барањата на ЕУ во однос на правото на потрошувачи. Правото на потрошувачи на ЕУ се состои од различни правни прописи усвоени од Европската унија во последните 25 години и транспонирани од секоја земја членка на ЕУ во своето национално законодавство. Во 2017 година, Европската комисија спроведе евалуација за да провери дали правилата сè уште се соодветни за намената. Главниот наод беше дека постојните правила треба подобро да се спроведуваат од страна на властите и да бидат подобро познати за бизнисите и потрошувачите.

Проектот Consumer Law Ready има за цел да го подобри знаењето на трговците, особено на микро, мали и средни компании (МСП), за правата на потрошувачите и нивните соодветни правни обврски.

Прирачникот се состои од седум модули. Секој од нив обработува една конкретна тема од правото на потрошувачи на ЕУ:

- Модул 1 се однесува на правото на потрошувачот да добие предоговорни информации
- Модул 2 ги претставува правата на потрошувачот да се повлече од договорот на далечина и договорот вон деловните простории на трговецот
- Модул 3 се фокусира на правната заштита што трговецот мора да ја обезбеди кога производите не се во согласност со договорот
- Модул 4 се однесува на нечесната трговска практика и нечесните договорни одредби
- Модул 5 се фокусира алтернативно решавање спорови за потрошувачи (ADR)
- Модул 6 ги претставува главните информации што претприемачите треба да ги знаат кога користат платформи за продажба на своите стоки и услуги
- Модул 7 ја воведува темата за безбедност на производите (2026)

Овој прирачник е само еден од материјалите за учење создадени во рамките на проектот Consumer Law Ready. Веб-страницата [consumerlawready.eu](https://consumerlawready.eu) содржи и други алатки за учење, како видеа, квизови и е-тест; преку кој можете да добиете сертификат. Можете исто така да се поврзете со експерти и други претставници на мали и средни претпријатија преку форумот.

Модул 6 од Прирачникот има за цел да ве запознае со најновите правни прописи за дигитални платформи. Реалноста на онлајн пазарот се промени со зголемување на бројот на платформи и даватели на дигитални услуги. Како што платформите и пребарувачите станаа клучни за бизнисите за промоција на нивните производи и услуги, ЕУ презеде мерки против нечесни договори и трговски практики. Правилата ќе ја ограничат моќта на онлајн услугите и платформите да контролираат аспекти како на пример кои лични податоци се собираат, продаваат и од кого, како функционира онлајн рангирањето или каква содржина се прикажува.

Правилата имаат цел да воспостават јасни обврски и барања за економијата на платформите. Модулот ги претставува правата и обврските утврдени со Регулативата (ЕУ) 2019/1150 на Европскиот парламент и на Советот од 20 јуни 2019 година за промовирање правичност и транспарентност за деловните корисници на онлајн посреднички услуги (Регулатива „Платформа до бизнис“ – P2B), Регулативата (ЕУ) 2022/2065 на Европскиот парламент и на Советот од 19 октомври 2022 година за единствен пазар на дигитални услуги и за изменување на Директивата 2000/31/ЕЗ (Закон за дигитални услуги – DSA), како и Регулативата (ЕУ) 2022/1925 на Европскиот парламент и на Советот од 14 септември 2022 година за отворени и фер пазари во дигиталниот сектор и за изменување на Директивите (ЕУ) 2019/1937 и (ЕУ) 2020/1828 (Закон за дигитални пазари – DMA).

За подетални информации за одредбите на овие прописи, ве молиме консултирајте ги **насоките на Европската комисија**<sup>1</sup> кои се достапни на сите официјални јазици на ЕУ.

Трите регулативи имаат за цел да донесат поголема транспарентност, да ги заштитат крајните онлајн корисници и исто така да отворат можности за бизнисите. Тие поставуваат јасни правила и обврски, на пример во врска со ширењето на нелегална содржина онлајн и обезбедуваат почесни и поотворени дигитални пазари. Регулацијата на „Платформа до бизнис“ – P2B има за цел да создаде фер, транспарентен и предвидлив амбиент за бизнисите кои користат платформи за да допрат до потрошувачите. Врз основа на P2B, DMA има за цел да промовира праведност и конкурентност во онлајн секторот. DSA поставува хармонизирани правила за безбедна, предвидлива и доверлива онлајн средина. Прописите главно утврдуваат обврски за онлајн посредничките услуги, како платформите, за да се обезбеди фер пристап до пазарот и конкуренција за бизнисите и заштитата на потрошувачите.

Ве охрабруваме да се запознаете со овие Регулативи и овој модул. Се надеваме дека информациите дадени во Прирачникот ќе ви бидат корисни.

---

<sup>1</sup>**Насоки** за рангирање на транспарентност согласно Регулативата (ЕУ) 2019/1150 на Европскиот парламент и на Советот; За DMA: [https://digital-markets-act.ec.europa.eu/index\\_en](https://digital-markets-act.ec.europa.eu/index_en)

## Што е економијата на платформи (platform economy)

Економијата на платформи (platform economy) се однесува на трансакции на стоки и/или услуги преку онлајн посреднички услуги и претставува растечки тренд. Овие платформи им овозможуваат на потрошувачите и бизнисите полесно поврзување и купување производи и услуги.

Пандемијата на COVID-19 ги поттикна бизнисите да ги променат своите деловни модели, што дополнително придонесе за растот на економијата на платформи.

Пребарувачите имаат значително влијание врз продажбата на малите и средни претпријатија (МСП), при што првите пет резултати од пребарувањето привлекуваат околу 88% од кликовите.

## Кој е опфатен со Регулативите?

Според P2B (EU Platform-to-Business Regulation (2019/1150) регулативата, DSA (Digital Services Act) и DMA (Digital Markets Act), онлајн посредничките услуги кои исполнуваат одредени услови мора да исполнуваат и одредени барања утврдени во овие регулативи. Овие прописи исто така ги утврдуваат правата за деловните корисници, крајните корисници и потрошувачите.

**Пример:** Платформите можат да бидат, на пример, онлајн пазари, социјални мрежи, платформи за споделување видеа, продавници за апликации, пребарувачи, онлајн платформи за патување и сместување и оперативни системи.

## На што треба да обрнам внимание во условите и правилата?

Условите и одредби (T&Cs) мора да им дадат на бизнисите разумен степен на предвидливост за најважните аспекти од нивниот однос со платформата.

Условите и правилата мора да бидат:

- **Достапни**, што значи лесни за наоѓање, трајно достапни и достапни пред да влезете во договориот однос.

**Пример:** Ако претприемачот мора прво да се најави на портал, правилата и услови не се лесно достапни. Исто така, ако претприемачот мора да кликува низ различни страници, правилата и условите не се лесно достапни.

- **Разбирливи**, напишано на едноставен и разбирлив јазик. T&Cs може да бидат во форма на прирачници, ЧПП (често поставувани прашања), видеа и слично, се додека се разбирливи. DSA ги обврзува посредничките услуги да го изложат правилата и условите на јасен, разбирлив, кориснички пријателски и недвосмислен јазик, кој мора да биде јавно достапен во лесно достапен и машински читлив формат. Во однос на многу големите онлајн платформи (VLOPs) и многу големите онлајн пребарувачи (VLOSEs), тие се обврзани да ги објават тие T&C на официјалните јазици на сите земји членки во кои ги нудат своите услуги.

- **Комплетни**, односно да ја вклучуваат целата потребна содржина од DSA и P2B регулативата. Условите треба да поттикнуваат транспарентност, предвидливост, заштита на примателите на услугата и избегнување на неправедни или произволни исходи. DSA ги обврзува онлајн

посредничките услуги да вклучат информации за сите политики, процедури, мерки и алатки што се користат за модерирање на содржина, вклучувајќи алгоритамско донесување одлуки и човечки преглед, како и правилата на постапка на нивниот внатрешен систем за обработка на жалби, како и лесно достапни информации за правото да се прекине користењето на услугата. Поточно, врз основа на овие два законски акти, Условите мора да вклучуваат информации како:

- Информации за потребата да се оправдаат одлуките на платформите за суспензии, ограничувања и укинување на деловни кориснички сметки (Изјави за причини) (минимален рок на известување од 30 дена)
- Право на прекинување на деловните корисници
- Транспарентност при рангирањето по пребарување од страна на клиентите
- Помошни стоки и услуги
- Транспарентност во диференцираниот третман
- Специфични договорни услови
- Пристап до податоци
- Влијание врз правата на интелектуална сопственост на бизнис корисниците
- Ограничувања за понуда на различни услови преку други начини
- Политики за модерирање на содржина
- Функционирање на внатрешни механизми за ракување со жалби и (најмалку две) услуги за медијација.



## Дали платформата може да ги промени правилата и условите?

Платформите имаат право да ги менуваат своите правила и услови. Сепак, тие мора да ги известат бизнисите за предложените промени најмалку 15 дена пред да ги применат. Според DSA, релевантните промени, вклучувајќи ги на пример оние што ги менуваат правилата за информации што се дозволени на услугите, или други такви промени кои директно можат да влијаат на способноста на примателите да ги користат промените на услугата, мора да бидат информирани преку соодветни средства,

Подолги рокови на известување може да важат за промени кои бараат од бизнисите да направат сложени прилагодувања.

**Примери:** Кога целите функции на платформата, релевантни за бизнисот, се отстрануваат или додаваат; кога бизнисите можеби ќе треба да ги прилагодат своите производи или да ги ре програмираат своите услуги за да можат да продолжат да работат на платформата.

Бизнисот исто така може да го укине рокот на известување. Откажувањето мора да се направи преку писмена изјава.

**Пример:** Афирмативната изјава може да се даде во рок од тие 15 дена кога се нудат нови добра или услуги. Ова не се однесува на случаи кога разумниот и пропорционален рок за известување е подолг од 15 дена, поради тоа што бизнисите треба да направат значајни технички прилагодувања.

Периодот на известување може да биде суспендиран и кога постои законска обврска или непредвидена и непосредна опасност (на пр.

измама, малициозен софтвер, спам или други ризици од сајбер-безбедност) што бара промена.

Ако рокот за известување не бил почитуван без причини, промената е неважечка.

Известувањето мора да се направи на издржлив медиум (на пр. е-пошта).

Платформите не смеат да наметнуваат ретроактивни промени, освен ако не се корисни за бизнисите, предвидени со законски или регулаторни обврски или за да се избегне непредвидена и непосредна опасност.

## Што се случува ако платформата ја затвори, ограничи или суспендира мојата сметка?

Во одредени случаи, платформите можат да ја прекинат сметката (дефинитивно затворање), да ја суспендираат (на пример, отстранување на производ или услуга од резултатите од пребарувањето) или да ја ограничат (на пример, негативно влијание врз продажбата на производ преку намалување на неговото рангирање).

DSA Transparency Database – Изјави за причините – [тука](#).

Следејќи го принципот на пропорционалност, прекинувањето на сметката мора да биде последна опција.

Платформата мора да обезбеди изјава за причинитена "траен медиум" (т.е. медиум кој им овозможува на деловните корисници да ги чуваат информациите за идни референци; на пр. писмо, е-пошта). За ограничување и суспензија, изјавата за причините мора да се сподели најдоцна во моментот кога дејството стапило на сила. Во DSA,

се земаат предвид различни ограничувања кои можат да влијаат на примателите на услугата (на пр. целосно и/или делумно суспензија или прекинување на сметки, парични плаќања или видливост на одредени информации итн). За било кое од тие можни ограничувања, DSA утврдува минимум информации кои мора да бидат обезбедени од платформата на јасен и лесно разбирлив начин, но истовремено да бидат што е можно попрецизни и конкретни.

*За прекин, мора да се даде најмалку 30 дена однапред.*

**Исклучоци:** Платформите не мора да го почитуваат рокот за известување ако прекилот, ограничувањето или суспензијата се направени за да се усогласат со законски или регулаторни обврски или поради прекршување на правилата и условите од страна на бизнисите.

**Пример:** Ова може да се однесува на сериозни форми на нелегална или несоодветна содржина, безбедност на производ или услуга, фалсификување, измама, спам, хакирање на лични податоци итн



Платформата мора да овозможи разјаснување на фактите што довеле до одлуката и да упати кон систем за ракување со жалби. Исто така, таа мора да ги зачува податоците поврзани со бизнис-сметката за да можат да се вратат во случај на погрешно прекинување на услугите.

## Како можам да го прекинам договорниот однос со платформа?

Бизнисот можеби ќе сака да го прекине договорниот однос по промена на условите или поради други причини.

Договорниот однос помеѓу платформите и бизнисите мора да биде фер и да се води со добра намера. Затоа, платформите треба да вклучуваат информации за бизнисите за тоа како можат да го прекинат својот договорен однос во нивните правила и услови.

## Што со моите податоци?

Опис на политиките за пристап до податоци поврзани со податоци кои бизнисите или потрошувачите ги обезбедуваат или генерираат при користење на OIS треба да се дадени во правилата и условите. Ова мора да вклучува:

- Кои податоци можат да се пристапат (Активно обезбедени или генерирани преку користење)
- од кого
- под кои услови (како може да се користи), односно опсегот, природата и условите на нивниот пристап и користење на релевантните категории податоци (на пр. оценки и прегледи)

Овој опис може да биде општ и не мора исцрпно да ги наведува сите вистински податоци.



Пристапот до податоци може да биде целосно ограничен за бизнисите, но платформите треба јасно да го наведат тоа.

DMA утврдува дополнителни обврски за многу големи платформи назначени од Европската комисија како чувари на портата во однос на користењето на податоци и споделување податоци со бизнисите (види подолу).

Платформите мора да наведат во правилата и условите дали и до кој степен давателот на услуги одржува пристап до информации обезбедени или генерирани од бизнисот за време на договорниот однос по завршувањето на договорниот однос.

## Дали платформите можат да наметнуваат одредени услови?

Провајдерот на OIS (онлајн посредничка услуга, на пр. платформи) може да одреди услови поврзани со понудата на стоки или услуги.

Ако давателите на OIS одлучат да одредат услови, како што е спречување на деловните корисници да нудат стоки и услуги под подобри услови или по пониски цени, давателите на OIS треба да ги наведат основите за тие ограничувања во своите услови и да го објават описот за лесно да се најде.

Во случај на чувари на портата/контролорите на пристап (gatekeepers),<sup>2</sup> назначени според DMA, давателите на OIS не можат да пропишуваат такви диференцирани услови и мора да обезбедат бизнисите да применуваат различни услови преку различни канали што ги користат за да ги достигнат своите клиенти. На пример, продавачот на OIS не треба да се спречи да понуди пониски цени и подобри услови на сопствената веб-страница, за разлика од условите на онлајн пазарот што исто така ги користи за да добие повеќе клиенти. Размислувањата за ова ограничување можат да бидат од економска, комерцијална или правна природа.

## Дали платформите можат поинаку да ги третираат понудите?

Платформите можат да ја третираат својата понуда поинаку од понудата за конкуренција според P2B регулативата, давајќи им економска предност на понудите на OIS провајдерот. Ова мора јасно да биде наведено во правилата и условите.

OIS и пребарувачите за кои некое претпријатие е назначено како контролор според DMA се забранети да се самопреферираат во резултатите од пребарувањето или на пазарите.

**Пример:** Нееднаквото третирање може да биде за пристап до податоци, рангирање или други поставки применети од давателот кои влијаат на пристапот на потрошувачите до стоки или услуги, надомест наплатен за користење на услугите, услови за било каква директна или индиректна наплата за користење на услуги или технички

интерфејси кои се директно поврзани со провајдерот за услуги

## Какви добра и услуги ми е дозволено да понудам?

Помошните (дополнителните) добра и услуги се производи кои обично зависат од и се директно поврзани со примарниот производ или услуга за да може да функционираат. Може да ги понуди OIS или трета страна.

**Пример:** услуга за поправка на одреден производ, финансиски производи, осигурување покрај одредените добра или услуга (на пр. осигурување за изнајмување), добра што го надополнуваат примарниот производ, добра што претставуваат надградба или алатка за прилагодување на примарното добро.

Кога се нудат дополнителни добра и услуги, давателот на OIS треба да го наведе тоа во Условите и да опише дали и под кои услови бизнисот има право да нуди свои помошни добра и услуги.

Описот не мора да се однесува на конкретниот производ или услуга, туку може да биде поопшт се додека е доволно описен за да се разбере помошното добро или услуга.

## Какви информации можам да добијам за рангирањето?

OIS мора да ги постави главните параметри што го одредуваат рангирањето во нивните правила и услови. Главните параметри може да бидат:

- индикатори што се користат за мерење на квалитетот на стоките или услугите на деловните корисници;

<sup>2</sup> Large digital platforms providing so called core platform services

- користење на лица уредници и нивната способност да влијаат на рангирањето;
- елементи кои не се или само оддалеку се поврзани со самиот производ или услуга, како што се презентациските карактеристики на онлајн понуда;

Информациите за рангирање треба да бидат повеќе од само обично набројување на параметрите, треба да додадат објаснувачки информации (на пр. внатрешни причини за избор на параметри во компанијата).

Според DSA, платформите јасно ќе ги претстават параметрите за тие системи за препораки или рангирања на лесен и разбирлив начин што ќе обезбеди примателите на услугата да разберат како информациите им се приоритетизираат, вклучувајќи ги барем најважните критериуми и причините за нивната важност.

Каде што е можно влијание врз рангирањето сонадоместокот, треба да биде нагласено. Комисијата постави дополнителни упатства во врска со параметрите за рангирање: [видете тука](#)

Дополнително, обврските за транспарентност на рангирањето се наведени во DSA. DMA забранува самопреферирање во рангирањето за контролорите.

## Можам ли да го прикажам логото на мојата компанија на платформата?

Бизнис логоата, трговските марки или имињата на брендови се важни права на интелектуална сопственост. OIS мора да обезбеди општи информации за ракувањето со правата на интелектуална сопственост на деловните корисници во нивните услови и правила.

Бизнисите не смеат да бидат ограничени да го користат своето лого на платформата и треба да можат да го направат својот трговски идентитет видлив како дел од нивната понуда на OIS. Сепак, платформата сè уште може да интервенира во начинот на кој треба да биде прикажана.



## Кои се другите обврски на платформите?

DSA претставува правна рамка која создава побезбеден дигитален простор во кој се заштитени основните права на сите корисници на дигитални услуги, вклучувајќи ги и деловните корисници, додека се воспоставуваат рамноправни услови за поттикнување иновации, раст и конкурентност, како на Европскиот единствен пазар, така и на глобално ниво. Правилата наведени во DSA се применуваат на онлајн посредници и платформи (на пример онлајн пазари, платформи за социјални медиуми или продавници за апликации). Што се однесува до платформите, некои од тие обврски, на пример, се однесуваат на барања за услови и мерки, механизми за известување и дејствување, соработка со националните власти, назначување контакт точки и правни претставници, механизми за жалби и правна заштита, како и решавање спорови надвор од суд, или транспарентност на системите, меѓу другото.

DSA обезбедува прилагодени асиметрични обврски<sup>3</sup>, во зависност од типот и специфичностите на релевантните услуги, како и нивната големина и опфат, применувајќи ги најстрогите обврски за длабинска проверка на VLOP (Very Large Online Platforms) и VLOSE (Very large online platforms and search engines), бидејќи тие станаа квази-јавни простори за комуникација и тргување. Тие обврски, на пример, се однесуваат на барањето за спроведување годишни проценки на ризик, независни ревизии, каде што е потребно воведување, мерки за ублажување и воспоставување механизми за одговор на кризи, дополнителна транспарентност на онлајн рекламирање, пристап до податоци и контрола.

Дополнително, во DSA постои цел дел посветен на онлајн пазари кој воспоставува дополнителни обврски<sup>4</sup> кон овие платформи, освен за микро и мали претпријатија. Тие обврски главно се однесуваат на следливост на трговците (познавај го вашиот бизнис клиент), усогласеност преку дизајн и право на информации.

## Што се контролори на пристап (gatekeepers) и кои се нивните обврски?

Контролори на пристап (gatekeepers) се многу големи платформи, кои се назначени како контролори на пристап или буквално чувари на портата од страна на Комисијата. Според DMA, назначениот чувар мора да се придржува до листа на обврски во однос на Core Platform Services (CPSs) кои се наведени во одлуката на Комисијата со која претпријатието се прогласува за gatekeeper.

<sup>3</sup> Види Анекс 3 - обврски за длабинска проверка

<sup>4</sup> Види Анекс 4 – обврски за онлајн пазари

Од 5 септември 2023 година, Изборната комисија има назначено седум чувари на вратата. Нивните ознаки не ги опфаќаат сите нивни услуги, туку само одредени основни платформски услуги.

- Alphabet
- Amazon
- Apple
- Booking
- ByteDance
- Meta
- Microsoft

Кога платформите се назначени како gatekeepers, тие имаат дополнителни обврски за да се осигураат дека не се впуштаат во нечесни трговски практики.

**Пример:** Нечесни трговски практики можат да бидат:

- самопреферирање, односно приоритет на своите услуги пред слични услуги што ги нудат трети страни (рангирање на своите производи или услуги повисоко од оние на конкурентите)
- клаузули на Most Favored Nation, односно забрана на нивните бизнис корисници да ги нудат своите производи и услуги на друго место по различни цени и услови
- комбинирање на лични податоци од бројни сервиси (како Facebook и WhatsApp) под сопственост на една компанија; користејќи нејавно достапни податоци генерирани од своите деловни корисници во конкуренција со тие бизнис корисници
- дискриминаторски услови за пристап
- исклучувајќи го правото на бизнис корисниците да се жалат до јавните власти, вклучувајќи национални судови, и да бараат правна заштита (на пр.

клаузули за доверливост во нивните правила и услови)

Покрај забраната на нечесни пазарни практики, DMA бара од платформите, меѓу другите обврски, да:

- Добијат согласност од корисниците пред да ги следат за маркетинг цели
- Дозволат на корисниците лесно да ги менуваат стандардните поставки и да ги бришат претходно инсталираните апликации
- Дозволат на бизнисите да ги промовираат своите производи или услуги преку директни канали или услуги од трети страни, дури и ако цените се разликуваат од оние на Gatekeeper, и да им дозволат на корисниците да пристапат до нив преку платформата на Gatekeeper.
- Крајните корисници и корпоративните корисници мора да можат да **пријават проблеми со неусогласеност** до релевантните правни органи.
- Во одредени околности, да дозволат **користење на апликации и продавници од трети страни** на оперативниот систем(и) на Gatekeepers.
- да дозволат на бизнисите да соработуваат (да се поврзат) со софтверот и хардверот на gatekeeper.
- да дозволат на корисниците да ги пренесат своите податоци од Gatekeeper кон други овластени бизниси.

## Дали имам обврски кон gatekeepers?

DMA наметнува обврски само на назначените gatekeepers. DMA има за цел да создаде пофер и поотворени дигитални пазари. Затоа, се забранува одредени практики од страна на контролорите кои се идентификувани како штетни или наметнуваат

специфични обврски на контролорите за заштита на фер и еднакви можности за бизнисите. DMA не создава никакви обврски за бизнисите користејќи услуги на gatekeepers. На пример, онлајн трговец што користи Amazon marketplace услуга или хотел што користи Booking.com услуги не е предмет на никаква обврска според DMA, но може да има корист од неговите одредби.

Искористувањето на новите деловни можности создадени од DMA не значи дека таквите бизниси не се обврзани да ги почитуваат правите прописи што се во важност, особено оние што бараат да ги заштитат личните податоци на своите клиенти.

За да се обезбеди безбедност и приватност, бизнисите треба да обрнат посебно внимание и да постапуваат на следниот начин:

- користете безбедни алатки или додатоци за добивање согласност од корисникот и осигурување дека нивните лични информации се безбедни.
- одржувајте ги политиките за приватност ажурирани и едноставни за да избегнете каква било забуна. Секогаш добијте експлицитна согласност од клиентите пред да ги соберете или користите нивните лични информации.
- ако се интегрирате со gatekeeper сервиси како Google Consent Mode, осигурајте се дека давате сигнали за согласност.
- да им овозможат на корисниците пристап до своите податоци во согласност со DMA регулативите.
- проверување на правната усогласеност на платформите и услугите на gatekeeper. Дополнително, следете се за сите дополнителни промени во правилата.



Пред собирање или обработка на лични податоци преку платформи или услуги на gatekeeper, мора да се добие согласност и чуварот мора да биде соодветно информиран. Бизнесите мора да ги исполнат барањата од GDPR. Ова значи:

- Транспарентност за користење на податоци (политика за приватност)
- Експлицитна согласност на корисникот (чување евиденција на формулари за согласност)
- Цврсти безбедносни мерки.

## Што можам да направам во случај на конфликт со платформата?

Во случај на конфликт помеѓу бизнисите и платформите, претприемачите имаат различни избори.

**Систем за внатрешно раководење со поплаки на платформата:** Сите платформи, освен малите (помалку од 50 лица, промет од 10 милиони евра), мора да постават внатрешен систем за ракување со жалби бесплатно.

Жалбата треба да се реши во разумен временски рок и врз основа на принципи на транспарентност, еднаков третман и пропорционалност.

Од сите опции за решавање спорови, тие се најдостапниот и најкористен механизам за решавање на поплаки и решавање проблеми на бизнис корисниците.

Платформите се обврзани да објавуваат извештаи за функционирањето на нивниот систем за ракување со жалби (на пр. број на жалби, нивната тема, време потребно за обработка на жалби и донесената одлука).

Тие исто така треба да обезбедат информации во своите правила и услови за пристап до нивниот систем за раководење со жалби.

Доколку жалбата се однесува на општите услови за пристап, како оние утврдени во условите на релевантните услуги, до назначениот онлајн пребарувач, онлајн социјална мрежа или продавница за апликации од страна на чуварот, тогаш деловниот корисник може да го користи алтернативниот механизам за решавање спорови што чуварот мора да го обезбеди бесплатно според DMA.

### Специјализирани медијатори

Медијациските услуги се непристрасни и независни. Во нивните правила и услови, платформите (освен малите OIS; помалку од 50 вработени, промет од 10 милиони евра) мора да споделат со бизнисите најмалку двајца специјализирани медијатори со кои се согласуваат да соработуваат. Тие мора да обезбедат релевантни информации на деловните корисници за тоа како да ја користат оваа процедура.

Платформите треба да сносат разумен износ на трошоци за медијација (определени од медијациската услуга). Досега, чест број OIS сè

уште не укажува на можни услуги за медијација (35% од OIS)

Пристапот до медијација не е условен од тоа, да мора прво да се поминат низ внатрешна обработка на жалбите.

### Судови

Често гледано како последна опција, бизнисите можат да добијат поддршка од организации и здруженија кои ги претставуваат интересите на деловните корисници.

Овие субјекти ќе можат да преземат мерки пред надлежни национални судови во случај на непочитување на платформите со Регулацијата.

## Кои се механизмите за спроведување и жалби кога се работи со gatekeepers?

Ако gatekeeper постапува неправедно и не ги исполнуваат барањата на DMA, деловните корисници можат директно да го информираат тимот за DMA (EC-DMA@ec.europa.eu) на Комисијата. Вработените во Gatekeepers исто така можат да обезбедат информации преку безбеден алат за пријавувачи на укажувачи ([https://digital-markets-act.ec.europa.eu/whistleblower-tool\\_en](https://digital-markets-act.ec.europa.eu/whistleblower-tool_en)).

Деловните корисници исто така можат да се обратат до надлежните органи на земјите членки, кои потоа ќе ја информираат Комисијата.

Компаниите треба да обрнат внимание на другите механизми за раководење со жалби од правилата и условите на платформите.

Како последна опција, можат да одат на суд. Назначен Gatekeeper не смее да го ограничува правото на деловните корисници да одат на суд.



### Кои се придобивките за малите и средни претпријатија?

-Еднаков третман во рангирањето според нивната понуда во споредба со понудата на чуварот на вратата (без самопреференцирање)

-Изградете врз преносливоста на податоците помеѓу онлајн сервисите

-Профит од согласен пренос на податоци

# Анекси



## Анекс 1 - Листа на центри кои обезбедуваат услуги за медијација конкретно за овие прашања

Медијациски центри/ Медијатори	Локација	Опис
<b>CEDR<sup>5</sup></b>	Велика Британија	Вклучува панел на медијатори распоредени низ Европа кои покриваат 22 јазици, овозможувајќи им да работат на паневропска основа. Тие исто така имаат две специјализирани шеми за справување со жалби насочени кон Google и Amazon.
<b>e-POM</b>	На интернет	Онлајн портал за медијација кој овозможува назначување медијатори за специфични случаи поврзани со односите меѓу платформата и бизнисот.
<b>Bundesverband Onlinehandel (Германска федерална асоцијација за е-трговија)</b>	DE	Медијацискиот центар се специјализираше за B2B спорови, кој ги прошири своите услуги за да понуди медијациски услуги во случаи поврзани со P2B регулативата.
<b>Реулинг шуте</b>	NL	Центарот е специјализиран 10 години во обезбедување алтернативни решенија на спорови за бизниси, а особено во обезбедување услуги за медијација.
<b>Centrum Mediacji Lewiatan (Центар за медијација на Левијатан)</b>	PL	Центарот е специјализиран за B2B медијација, вклучувајќи P2B случаи. Дел од Конфедерацијата Левијатан (Конфедерација Левијатан) која ги претставува 4.100 претпријатија и интересите на нивните вработени во врска со институциите на ЕУ.
<b>Медијатор на Претпријатија</b>	FR	Медијациски центар основан во 2010 година од француската влада. Обезбедува P2B услуги за медијација за потписниците на Повелбата за е-трговија.
<b>Полимени Легал</b>	TOA	Медијацискиот центар е специјализиран за е-трговија и дигитални пазари. Има обработено околу 10 до 15 случаи на медијација поврзани со P2B регулативата.

<sup>5</sup> Имајте на ум дека бидејќи Обединетото Кралство е надвор од ЕУ, може да има мали разлики

## Анекс 2 – Преглед на назначените чувари на портата и нивните основни платформенски услуги



## Анекс 3 - Обврски за целосна проверка

	VERY LARGE PLATFORMS	ONLINE PLATFORMS	HOSTING SERVICES	ALL INTERMEDIARIES
Transparency reporting	•	•	•	•
T&Cs	•	•	•	•
Cooperation with national authorities	•	•	•	•
Points of contact & legal representatives	•	•	•	•
N&A	•	•	•	
Reporting criminal offences	•	•	•	
Complaint & redress mechanisms, OOC dispute settlement	•	•		
Trusted flaggers	•	•		
Prohibition of Dark Patterns	•	•		
Measures against abusive notices	•	•		
Special obligations for marketplaces (e.g. KYBC, random checks)	•	•		
Bans on targeted ads to children and based on special categories of personal data	•	•		
Accessibility	•	•		
Transparency of recommender systems	•	•		
Advertising transparency	•	•		
Risk management	•			
Independent audits	•			
User can opt out of profiling	•			
Data sharing with authorities & researchers	•			
Codes of conduct	•			
Crisis response cooperation	•			

Кумулативни

## Анекс 4 - Обврски за онлајн пазари

### Traceability of traders



- Obligation to gather information on the identity of traders
- Best effort to assess whether the information is reliable and complete
- Obligation to display such information to consumers

### Compliance by design



- Interface design: enable traders to disclose information
- Consumers will see clearly, e.g.: logos and trademarks, labels & markings for compliance with EU law, identification of products
- Best efforts to assess if the information is complete
- Reasonable efforts for random checks that goods are not listed as illegal in public databases

### Right to information



- Information to consumers who have purchased illegal goods / services



*Consumer Law*  
→ **READY**

Consumer Law Training for European SMEs



Funded by  
the European Union

