

**XIV**

**МАЈСКО  
САВЕТОВАЊЕ**

# **САВРЕМЕНИ ПРАВНИ ПРОМЕТ И УСЛУГЕ**

**УРЕДНИК:  
Миодраг Мићовић**



**УНИВЕРЗИТЕТ У КРАГУЈЕВЦУ  
ПРАВНИ ФАКУЛТЕТ**

**Крагујевац  
2018.**

**ПРАВНИ ФАКУЛТЕТ УНИВЕРЗИТЕТА У КРАГУЈЕВЦУ**

**САВРЕМЕНИ ПРАВНИ ПРОМЕТ  
И УСЛУГЕ**

**Уредник  
МИОДРАГ МИЋОВИЋ**

**Крагујевац  
2018.**

## **САВРЕМЕНИ ПРАВНИ ПРОМЕТ И УСЛУГЕ**

Зборник реферата са Међународног научног скупа одржаног 25. маја 2018. године, на Правном факултету у Крагујевцу.

### **Међународни научни одбор Мајског саветовања:**

Проф. др Мирослав Миловић, Филозофски факултет Универзитета у Бразилији; Проф. др Маркус Фаро де Кастро, Правни факултет Универзитета у Бразилији; Проф. др Данче Манолева-Митровска, Правни факултет "Јустинијан I", Универзитета "Кирил и Методије" Скопље; Проф. др Миха Јухарт, Правни факултет Универзитета у Љубљани; Проф. др Хрвоје Качер, Правни факултет Свеучилишта у Сплиту; Проф. др Един Ризвановић, Правни факултет Универзитета "Џемал Биједић" у Мостару; Проф. др Снежана Миладиновић, Правни факултет Универзитета Црне Горе; Проф. др Миодраг Мићовић, Правни факултет Универзитета у Крагујевцу

ИЗДАВАЧ: Правни факултет Универзитета у Крагујевцу  
Јована Цвијића 1, 34000 Крагујевац  
Тел: (034) 306 510  
телефакс: (034) 306 540  
е-пошта: faculty@jura.kg.ac.rs  
веб: <http://.jura.kg.ac.rs>

РЕЦЕНЗЕНТИ Проф. др Хрвоје Качер  
Проф. др Снежана Миладиновић  
Проф. др Миодраг Мићовић

ЗА ИЗДАВАЧА: Проф. др Драган Вујисић

УРЕДНИК: Проф. др Миодраг Мићовић

ШТАМПА: Графичка радња "Кварк", Краљево

ТИРАЖ: 100

ISBN 978-86-7623-081-5

---

Штампање Зборника подржало Министарство просвете, науке и технолошког развоја Републике Србије

## САДРЖАЈ

### *Начелна разматрања о услугама*

1. Др Звонимир Јелинић, доцент  
Др Срећко Јелинић, редовни професор  
ПРАВНА РЕГУЛАТИВА И ПРУЖАЊЕ УСЛУГА  
У СУВРЕМЕНОМ ЖИВОТУ ..... 3
2. Др Миодраг Мићовић, редовни професор  
УСЛУГЕ И УГОВОР О ПРОДАЈИ ..... 17
3. Др Снежана Миладиновић, редовни професор  
УСЛУЖНА ПРАВИЛА У ЦРНОГОРСКОМ ПРАВУ (НЕКАД И САД) ..... 31
4. Др Тони Дескоски, редовни професор  
Др Вангел Доковски, доцент  
ОСНОВИ АУТОНОМИЈЕ ВОЉЕ У САВРЕМЕНИМ  
МЕЂУНАРОДНИМ ТРГОВАЧКИМ ТРАНСАКЦИЈАМА ..... 51
5. Др Александра Поповски, последокторанд  
УЛОГА НАЧЕЛА РАЗМЈЕРНОСТИ У ОГРАНИЧАВАЊУ ТЕМЕЉНИХ  
ГОСПОДАРСКИХ СЛОБОДА УНУТАРЊЕГ ТРЖИШТА ЕУРОПСКЕ УНИЈЕ .... 65

### *Космичке услуге*

1. Др Фил Камерун, Председник и оснивач удружења *STELA*  
ПРАВО КОСМИЧКИХ ПУТОВАЊА И ПРАВО НА СВЕЛОСТ ЗВЕЗДА .... 101

### *Пословне и прометне услуге*

1. Др Драган Вујисић, редовни професор  
УГОВОР О ПРЕВОЗУ ПУТНИКА ..... 127
2. Др Емилија Станковић, редовни професор  
УСЛУГЕ ПРЕВОЗА У РИМСКОМ ЦАРСТВУ ..... 137
3. Др Слободан Симовић, доцент  
Др Михајло Манић, ванредни професор  
УСЛУГЕ ПРИВАТНОГ ОБЕЗБЕЂЕЊА У СРБИЈИ  
- ЕКОНОМСКИ ЗНАЧАЈ ..... 145

### *Финансијске и банкарске услуге*

1. Др Маријана Дукић Мијатовић, редовни професор  
Др Вера Зеленовић, ванредни професор  
УГОВОР О ФОРФЕТИНГУ У ПОСЛОВНОЈ ПРАКСИ ..... 169

7. Др Игор Камбовски, ванредни професор ЗАШТИТА ПРИВАТНОСТИ И ЛИЧНИХ ПОДАТАКА ОД СТРАНЕ ТРГОВАЦА КОД ЕЛЕКТРОНСКЕ ТРГОВИНЕ .....	943
8. Др Габријела Михелчић, ванредни професор ПРОПОРЦИОНАЛНОСТ КАО КОРЕКТИВ У СЛУЖБИ ЗАШТИТЕ НЕКРЕТНИНЕ ОВРШЕНИКА (одабрана питања) .....	951
9. Др Јакоб Накић, доцент ПОСТОЈИ ЛИ СИГУРАН ПРАВНИ ПРОМЕТ НЕКРЕТНИНА У РЕПУБЛИЦИ ХРВАТСКОЈ .....	971
10. Др Зоран Васиљевић, доцент Мр Драгана Васиљевић, виши асистент БАНКАРСКА ТАЈНА – ГРАНИЦЕ ЗАШТИТЕ .....	999
11. Др Јелена Вучковић, доцент УПРАВЉАЊЕ ЉУДСКИМ РЕСУРСИМА КАО ФАКТОР КВАЛИТЕТА УСЛУГА ЛОКАЛНЕ САМОУПРАВЕ .....	1017
12. Др Драгана Петровић, научни сарадник ЛЕГАЛИЗОВАЊЕ ПРОСТИТУЦИЈЕ - ПРОУЧАВАЊЕ СТАЊА КАО ПРЕТПОСТАВКА ДЕЛОВАЊА .....	1037
13. Др Иван Милић, асистент ПРАВНЕ ПОСЛЕДИЦЕ ОСУДЕ ЗА ПРИВРЕДНИ ПРЕСТУП .....	1057
14. Миливоје Лапчевић, асистент КОНЦЕПТУАЛНЕ ОСНОВЕ ПРОГРАМСКОГ БУЏЕТИРАЊА У ЈАВНОМ СЕКТОРУ .....	1069
15. Маст. Јована Брашић Стојановић, асистент СТРАНЕ ДИРЕКТНЕ ИНВЕСТИЦИЈЕ У СЕКТОРУ УСЛУГА .....	1083
16. Јелена Јанковић, докторанд РАДНОПРАВНА СИГНАЛИЗАЦИЈА НА ПУТУ СПРЕЧАВАЊА ДЕХУМАНИЗАЦИЈЕ РАДА .....	1099
17. Маст. Минела Куртовић, докторанд КРИВИЧНА И ПРЕКРШАЈНА ОДГОВОРНОСТ ПРАВНИХ ЛИЦА У ПРАВНОМ ПРОМЕТУ .....	1113

*Др Игор Камбовски, ванредни професор  
Правног факултета, Универзитета „Гоце Делчев“ у Штипу*

*УДК: 004.738.5:339*

## **ЗАШТИТА ПРИВАТНОСТИ И ЛИЧНИХ ПОДАТАКА ОД СТРАНЕ ТРГОВАЦА КОД ЕЛЕКТРОНСКЕ ТРГОВИНЕ**

### ***Резиме***

*У контексту заштите једног од фундаменталних људских права – права на приватност и заштиту личних података и идентитета, овај реферат даје кратки приказ поступака и процедура које свака компанија која нуди производе и услуге посредством Интернета, али и свако заинтересовано физичко лице које жели да нешто купи преко е-трговине, морају знати и поштовати. Заштита приватности представља законски и људски императив у савременом свету и сваком демократском правном поретку. Лични подаци представљају највиши стадијум приватне својине. Сведоци смо све чешићих и опаснијих неовлашћених упада у приватност на друштвеним мрежама, на интернету, приликом онлајн куповине и код комуникацијских канала. Постоје ригорозна законска решења која уређују ову област, али злоупотребе постоје. Компаније које послују на интернету морају поштовати регулативу и омогућити несметано одвијање трговинских трансакција.*

***Кључне речи:*** *приватност, лични подаци, е-трговина.*

Да би најјасније и најпластичније објаснили заштиту приватности код Е-трговине, морамо анализирати примере великих и успешних интернационалних корпорација, које имају производне капацитете и продајну мрежу у облику физичких продавница широм света, али и малих трговаца који послују онлајн. Заштита приватности потрошача је од највећег значаја за бренд менаџмент сваке компанију, без обзира на њену величину. На интернет страни компаније мора постојати линк који води до документа-изјаве да купац прихвата да представи своје личне податке, а компанија је дужна да их сачува за сопствене потребе, поштујући поверљивост података и приватност клијента. Ова изјава открива информације о пракси компаније, укључујући и информацију о врсти података коју може прикупити и чувати, како се подаци користе и ко има приступ њима. Изјава такође објашњава како се компанија може контактирати ако клијент има било каква питања или ако постоји забринутост о његовим личним подацима.

У функцији бољег и прецизнијег разумевања праксе компаније у вези са заштитом личних података могу се поставити неколико питања од интереса за потрошача, које дају јасну слику о поузданости њихових података:

- Који су подаци потребни компанији? Генерално, интернет странице компаније могу бити посећене и прегледане од стране заинтересованих купаца без откривања идентитета и без давања личних података. Међутим, понекад, без обезбеђивања минималних потребних података, како је назначено у одговарајућем одељку за унос података на одговарајућој интернет страни, компанија можда неће моћи да продаје производе или да пружа одређене услуге, укључујући накнадне услуге после обављене продаје.

- Зашто компанија прикупља личне податке? Лични подаци подразумевају све податке који су повезани са особом и који омогућују идентификацију те особе, као што су: име, година рађања, број телефона, број кредитне картице, адреса е-поште и кућна адреса. Компанија би желела поседовати, задржати и користити личне податке свих својих купаца и других заинтересованих страна како би могла испунити своје обавезе према било ком продајном уговору или било којем другом договору између купца и компаније. Такође, компанија је обавезна да пружи клијенту одговарајућу заштиту, укључујући и услуге везане за његове активности, гаранцију и пост-продајну подршку. У том смислу, компанија може на интернет страници да постави упитник за потрошаче у којем би они дали своје мишљење о производима и услугама за олакшавање претраге и захтеве за информацијама које се односе на компанију и њене производе и услуге, укључујући специјалне понуде о којима би могли бити заинтересовани, као и да организује наградне игре, такмичења и друге промотивне понуде, па чак и да размотри могућност запошљавања једног од купаца или других заинтересованих лица, уколико су лични подаци дати на једној од веб локација компаније која се односи на аплицирање за запошљавање. За ове сврхе, компанија, уколико је она део веће корпорације, са више посебних ентитета под заједничким већинским власништвом, не може делити, слати или учинити доступним личне податке другим компанијама из те групације широм света, осим ако је то било наведено у упитнику и ако је заинтересовано лице изричито пристало на то, уз посебну сагласност. Компаније-сестре могу користити личне податке само за горе наведене сврхе и они су, или ће бити, под лупом строгих закона и услова за коришћење и заштиту личних података.

- Како компанија прикупља личне податке? Ово се ради на неколико начина. На пример, можда ће компанија тражити информације за контакт заинтересоване особе, истраживати њене намере и изгледе за куповину или захтев за услугу, пријаву за учешће у истраживању или у било коју промотивну понуду или дискусију. Ево неких типичних примера како компанија прикупља личне податке: приликом регистрације корисника, код претраге производа или услуге биће затражено име и адреса корисника и назив производа или модела; када се затражи помоћ од службе за подршку корисницима, отвориће се

датотека са именом купца, купљеним производом, техничким питањима и саветом који је дат купцу; када неко лице купи производ компаније или упути захтев за куповину, компанија региструје име, контакт детаље, производ које дотично лице жели да купи или је већ купило, као и његови захтеви у вези трансакције. Ако се изврши онлајн куповина, трговац омогућује купцу да отвори рачун са информацијама о плаћању и детаљима о испоруци; када купац жели да учествује на интернетским окупљањима, детаљи о његовом рачуну би требали бити регистровани. Неке од веб страница компаније дозвољавају одређену персонализацију садржаја у зависности од интереса купца, при чему се региструју жеље, захтеви и очекивања купца.

- Чување и складиштење контактних података и било које финансијске трансакције у контексту исправке. Подаци прикупљени на интернету могу се комбиновати са подацима које је купац дао приликом регистрације или куповине, као и попуњавањем анкетних листова на јавним догађајима као што су изложбе и сајмови. Лични подаци који се дају компанијама у тим случајевима могу се чувати у различитим базама података. Компанија је дужна и обавезана да узме у обзир разне жеље које су потрошачи или заинтересоване странке изразили током времена како би примљене податке обрадили на доследан начин. Ако купац из било ког разлога добије нетачне податке, он може контактирати центар за информације за кориснике како би исправио грешку.

- Када компанија открива личне податке? Компанија неће открити личне податке трећим лицима без сагласности купца, осим у следећим случајевима: ако је у питању коришћење личних података од стране саме компаније или компаније-сестре или ћерке, уз претходну посебну сагласност купца; лични подаци се такође могу открити трећим странама-компанијама који су кооперанти са компанијом-трговцем да би омогућили реализацију уговора у којима је купац лично укључен; тачније, када компанија-трговац користи друге компаније да обаве задатке у корист потрошача, као што је испуњавање налога, испорука пакета, слања поште и е-маил-а, пружање маркетиншке помоћи, обраду плаћања кредитном картицом и пружање пост-продајних услуга клијентима. Такве компаније ће имати приступ личним подацима који су им потребни за обављање ове функције, али их не могу користити у друге сврхе и дужни су да чувају и обрађује податке у складу са законом<sup>1</sup>.

Ако су лични подаци доступни на увид трећим лицима како би се омогућило да пружају услуге за компанију, у име компаније или на њен захтев, у том случају компанија предузима мере како би се осигурала да трећа лица поштују правила поверљивости и тајности личних података, као и:

- да неће користити личне податке за било коју другу сврху осим оног што је дозвољено;

---

<sup>1</sup> Видети: <http://www.dataprotection.eu/>



- да ће добити и обрадити личне податке само под условом да штите те личне податке од неовлашћеног коришћења и прихвате и поштују строго дефинисане принципе и услове заштите и коришћења личних података,

- да стриктно поштују законе.

Анонимни или општи подаци (укључујући и такозвану "генеричку" или општу статистику) из којих се потрошачи и купци не могу идентификовати искључени су из употребе, обраде, објављивања, преноса и других ограничења која се односе на употребу личних података.

Рекламирање и оглашавање на одређеној интернет страници компаније (да ли у "чет собама", на огласној табли, линковима или преко других метода комуникације у оквиру форума) генерално може бити доступно и другим корисницима тих форума и комуникацијских канала. Због тога, корисници не требају очекивати да ће се информације које они постављају и пишу на наведеним форумима остати у приватности или поверљивости и они се охрабрују да поштују дискрецију других корисника када се користе форуми у оквиру интернет стране компаније.

- Каква је сигурност прикупљених података? Компанија намерава заштитити личне податке и одржавати њихов квалитет. Компанија се мора обавезати да користи све разумне начине да предузме све одговарајуће техничке и организационе мере и опрез да сачува безбедност личних података и да обезбеди заштиту од неовлашћеног приступа, коришћења или измене и незаконитог уништавања. Мере такође укључују коришћење криптографског шифрирања при сакупљању или преношењу осетљивих података, као што су детаљи из кредитних картица. Енкрипција је дизајнирана да онемогући читање података, осим од стране компаније. Компанија ограничава приступ личним подацима. Само они запослени који морају доћи у контакт са подацима, да би омогућили пружање услуга или продају производа, ће моћи приступити бази података. Компанија поседује физичку, електронску и процедуралну заштиту која је креирана на основу поштовања правила о заштити личних података. Такође, компанија омогућава да подаци о рачунима клијената буду заштићени лозинком или токеном. Као општа најбоља пракса на Интернету, препоручује се потрошачима да не користе свакодневна корисничка имена и лозинке приликом приступа одређеној страници. Лозинке треба да садрже комбинацију слова и бројева, пажљиво одабраних, и повремено морају бити мењане.

"Cookies" и "web beacons"? Неке интернет странице могу користити технологију под називом "колачићи". То су мали делови података који се чувају на тврдом диску купца или заинтересоване особе и активирају се када се отвори интернет страница или одређени део странице<sup>2</sup>. Колачићи помажу компанијама да открију који су делови интернет странице најпопуларнији, када посетиоци иду на страницу и колико времена проводе тамо. Компанија користи колачиће за проучавање присуства и посећености на својим странама како би

---

<sup>2</sup> Bensoussan, A., *L'archivage électronique de documents*, Hermes, Paris, 1992 стр. 85

побољшала могућности интернет странице, као и да задовољи интересе и жеље корисника. На пример, компанија се интересује о доменима које људи посећују, а такође мери и активности посетилаца веб сајта<sup>3</sup>. Ипак, ови подаци за претрагу се извршавају и подаци се задржавају и чувају на начин којим се лични подаци не идентифицирају. Колачићи се такође могу користити за идентификацију рачунара или мобилног уређаја купца када следећи пут посети интернет страницу компаније. Ово може уштедети време за купца (нема потребе да се поново региструје) или да му помогне у прилагођавању Интернет параметара. Ако купац не жели да прихвати колачиће (најчешће на почетку, приликом првог приступа одређеној интернет страници, апликација нуди опцију прихватања или одбијања колачића), може их лако деактивирати помоћу упутстава произвођача Интернет претраживача<sup>4</sup>. Са друге стране, постоји могућност да компанија добије информације о томе који су посетиоци сајта кликнули на одређене линкове и остале садржаје, кроз такозване "web beacons" у функцији побољшања садржаја и услуга.

- Како може да се контролише приступ личним подацима од стране потрошача? Потрошач има право приступа својим личним подацима, могућност исправљања или брисања застарелих личних података и подношења приговора на коришћење личних података. Ако жели да прегледа, исправи или обнови личне податке који се налазе у бази података одређене компаније, заинтересовано лице може да контактира компанију путем е-маила, факса, телефона или писма, након чега ће му бити обезбеђен ауторизовани приступ да изврши потребне измене. Због заштите од неовлашћеног приступа и заштите приватности, од особе која тражи приступ ће се тражити да приложи неке доказе о идентификацији. Такође, на основу одвојеног, посебног захтева, може се добити објашњење у вези са обрадом личних података.

- Линкови за друге странице - Постоје интернет стране компанија на којим се постављају линкови за друге интернет стране неких других компанија са којим сурађују или које се рекламирају на њиховим странама. Компанија не дели личне податке купаца са овим другим компанијама и њиховим интернет странама. Са своје стране, компанија је дужна да се обавезе према купцима и свим осталим заинтересованим лицима да неће неовлашћено делити информације поверљивог карактера и да ће се повезивати само са компанијама које деле исте високе стандарде и поштовање приватности. Компанија, с друге стране, потенцира у својој политици о приватности да није одговорна за садржај, безбедност, или приватност података на другим страницама и

---

<sup>3</sup> Edwards, L., *The New Legal Framework for E-Commerce in Europe-(Article 6-7, ECD:Privacy and Electronic Communication Directive 2002-Canning the Spam and Cutting the Cookies:Consumer Privacy On-line and EU Regulation)*, Hart Publishing, Oxford, 2005, стр. 56.

<sup>4</sup> Chissick, M., Kelman A., *Electronic Commerce-Law and Practise, 3-rd edition*, Sweet & Maxwell, London, 2002, стр.221

недвосмислено одбацује сву одговорност за било коју штету насталу или везану за коришћење таквих и других страница и садржаја које се тамо налазе. Ово није у супротности са добром праксом компаније и поштовањем поверљивости и безбедности личних података, јер се одговорност пребацује на лице које, напуштајући "заштићену зону" коју нуди и обезбеђује компанија, улази у "несигурну" област у којој његови лични подаци више нису апсолутно сигурни и где може доћи до злоупотребе, иако за све то претходно упозорава компанија са чије је интернет стране почела претрага.

- Деца и приватност - Компаније које послују преко интернета залажу се за заштиту приватности и личних података деце и не прикупљају личне податке о корисницима испод 14 година старости, без сагласности родитеља или старатеља, или уопште не продају своје производе или услуге деци. Ако трговац постане свестан да је особа која је дала личне податке дете, кроз било који део на интернет страни или у било којој фази, компанија је обавезна да употреби разумне напоре да избрише те личне податке из својих датотека у најкраћем могућем року. Компанија ће такође употребити разумне напоре како би се осигурала да се ови лични подаци не користе у ниједну сврху или да не буду откривени трећим лицима. Због тога што ниједна компанија не захтева да се прикупљају лични подаци за децу, свака компанија ће брисати све нехотице примљене информације чим оне буду откривене.

- Да ли компаније које послују у оквиру е-трговине поштују индустријске стандарде? Мере које компанија предузима за прикупљање, складиштење, коришћење и заштиту личних података морају бити у складу са стандардима установљеним од стране Европске федерације за директни и интерактивни маркетинг- *Federation of European Direct and Interactive Marketing (FEDMA)*<sup>5</sup>. *FEDMA* је прва трговачка асоцијација чији је домен интересовања и пословања добра трговинска пракса заштите података. Федерација је развијена у преговорима са европским агенцијама које су одговорне за заштиту података (*European Data Protection Authorities*) и иста је призната, прихваћена и подржана од стране Европске комисије.

Код Е-трговине купци се морају експонирати, идентификовати, остављајући траг иза сваког обављеног посла или активности, чак и иза покушаја да се обави трансакција. Са друге стране, компаније су обавезане, правно и морално, да најстрожије поштују норме за заштиту података. Не сме бити злоупотреба и издаје поверења, на било који начин, и стога трговци су обавезни да информишу потрошаче да ли да оставе податке, у коју сврху ће се користити, и да подаци неће бити злоупотребљени. Ова трговачка пракса је добро развијена, али ако подаци нису правилно заштићени и сачувани може доћи до злоупотребе од стране трећих лица (крађе података са кредитних картица) и штете како на страни потрошача тако и на страни трговца.

---

<sup>5</sup> Видети: <https://www.fedma.org>

С обзиром на наведено, у Републици Македонији је на снази Закон о заштити личних података из 2005 године<sup>6</sup> којим се регулише заштита личних података, као основних права и слобода физичких лица, са посебним акцентом на право приватности у вези са обрадом личних података. Овај закон је у потпуности усклађен са досадашњим европским законодавством које регулише ову материју. У овом контексту, мора се истаћи да постоји велика легислативна активност у оквиру Европске уније, а најактуелније промене су се десиле 14 априла 2016 године када је, после 4 година припрема и дискусија, у Европском Парламенту усвојена Регулатива о општој заштити података<sup>7</sup>, којом се замењује 20 година стара Директива о заштити података 95/46/ЕС. Ова Регулатива представља правни основ за хармонизацију свих закона о заштити личних података широм Европе. Такође, Регулатива има за циљ оснаживање инструмената које ће сви грађани Европе моћи користити у функцији заштите својих права, али и промене код компанија и трговаца и њиховом приступу овој проблематици. На крају, једна симболична коинциденција-Регулатива ступа на снагу 25 маја 2018 године, на дан одржавања 14 Мајског саветовања на Правном факултету у Крагујевцу.

*Igor Kambovski, Ph.D., Associate Professor  
Faculty of Law, University "Goce Delčev" in Štip*

## **PROTECTION OF PRIVACY AND PERSONAL DATA BY COMPANIES WITHIN ELECTRONIC COMMERCE**

### ***Summary***

*In the context of the protection of one of the fundamental human rights - the right to privacy and the protection of personal data and identity, this report provides a brief overview of the procedure which the company that offers products and services through the Internet, or everybody interested who wanted to buy something over e-commerce, must know and respect. Protection of privacy represents a legitimate and human imperative in contemporary world and in every democratic society. Personal data represents the highest stage of private ownership. We are witnesses of dangerous unauthorized incursions in the privacy of social networks, on the Internet, on the occasion of online*

---

<sup>6</sup> Видети: Службени весник РМ, бр. 7/2005, 103/2008, 124/2008, 124/2010, 135/2011, 43/2014, 153/2015 и 99/2016

<sup>7</sup> Видети: <https://www.eugdpr.org/>

*purchases and in communication channels. There is a rigorous legal solution that regulates this area, but abuses still exist. Companies which trade on the internet must have complied with regulation and must provide unhindered trade transaction.*

**Key words:** *privacy, personal data, E-commerce.*

## Литература

- Bensoussan, A., *L'archivage électronique de documents*, Hermes, Paris, 1992.  
Chissick, M., Kelman, A., *Electronic Commerce-Law and Practise*, 3-rd edition, Sweet & Maxwell, London, 2002.  
Edwards, L., *The New Legal Framework for E-Commerce in Europe-(Article 6-7, ECD:Privacy and Electronic Communication Directive 2002-Canning the Spam and Cutting the Cookies:Consumer Privacy On-line and EU Regulation)*, Hart Publishing, Oxford, 2005.