

Modernizacija prava
Knjiga 54

Glavni urednik serije:
Akademik Jakša Barbić

Adresa uredništva:
Hrvatska akademija znanosti i umjetnosti
Znanstveno vijeće za državnu upravu,
pravosuđe i vladavinu prava
Elena Palčić
epalcic@hazu.hr; tel. 01 4895 136

Zagreb, Trg Nikole Šubića Zrinskog 11, 10000 Zagreb
Tel. 01 4895 169

ISBN 978-953-347-363-5

CIP zapis dostupan je u računalnome katalogu Nacionalne i sveučilišne
knjižnice u Zagrebu pod brojem 001078111.

HRVATSKA AKADEMIJA ZNANOSTI I UMJETNOSTI
Znanstveno vijeće za državnu upravu, pravosuđe i vladavinu prava

PRAVO I POLITIKA EU

STARA PITANJA, NOVI ODGOVORI

Okrugli stol održan 28. siječnja 2020.
u palači Akademije u Zagrebu

Uredio:
Akademik Arsen Bačić



Zagreb, 2020.

SADRŽAJ

Predgovor Jakša Barbić	7
I. OTVARANJE OKRUGLOG STOLA	
Arsen Bačić	11
II. UVODNA IZLAGANJA	
Arsen Bačić O mjestu i ulozi Predsjedništva Vijeća Europske unije u egzekutivi Europske unije	17
Vesna Grotić Crnić Ravnopravnost jezika u Europskoj uniji – mit ili stvarnost?	43
Tamara Čapeta Može li Sud Europske unije spasiti vladavinu prava?	57
Snježana Vasiljević Temeljna prava i vladavina prava u Europskoj uniji: izazovi prije i nakon pridruživanja	89
Ana Pošćić Utjecaj četvrte industrijske revolucije na politiku tržišnog natjecanja	125
Tunjica Petrašević i Lana Kovačić Markić Položaj nacionalnih ustavnih sudova u primjeni mehanizma prethodnog postupka s posebnim osvrtom na Ustavni sud Republike Hrvatske	143
III. RASPRAVA	
Jakša Barbić	179
Zvonimir Lauc	182
Tamara Čapeta	192

Dr. sc. Ana Pošćić, izvanredna profesorica
Pravni fakultet Sveučilišta u Rijeci

UTJECAJ ČETVORTE INDUSTRIJSKE REVOLUCIJE NA POLITIKU TRŽIŠNOG NATJECANJA

Četvrtu industrijsku revoluciju karakterizira fuzija naprednih tehnologija koje uključuju ubrzani razvoj interneta i novih tehnologija, algoritama i umjetne inteligencije, čime se otvaraju do sada nepoznate mogućnosti i novi poslovni modeli. Nameću se nova pitanja s nužnošću sagledavanja pozitivnih i negativnih učinaka. Nove tehnologije imaju velik utjecaj na sve aspekte našeg života, na naše okruženje, blagostanje, ali i na tržišnu strukturu. Dinamičnost i konstantni razvoj tehnologija u velikoj mjeri utječu na naše razumijevanje postojećih koncepata načela slobodnog tržišta. Jedno od područja na koja nove tehnologije bitno utječu jest pravo tržišnog natjecanja. Pitanje je mogu li se postojeći koncepti iz prava tržišnog natjecanja primijeniti na nove instrumente i pojmove. Pravo tržišnog natjecanja sa svojim načelima sadržanim u člancima 101. i 102. Ugovora o funkcioniranju Europske unije i dalje pruža solidan temelj za procjenjivanje mogućih situacija uz nužnost prilagodbe novim izazovima digitalnog doba. Izazov za regulatore predstavlja ponovno zanimanje za umjetnu inteligenciju te uporabu algoritama u donošenju i usmjeravanju poslovnih odluka. S obzirom na brojna otvorena pitanja, rad će se ograničiti samo na preispitivanje na koji način uporaba algoritama i umjetne inteligencije može narušiti tržišnu strukturu, odnosno olakšati sklapanje kartela ili drugih oblika usklađenog ponašanja.

Ključne riječi: četvrta industrijska revolucija; tržišno natjecanje; umjetna inteligencija; algoritmi; karteli.

1. Uvodna razmatranja

Upotreba interneta i naprednih tehnologija te korištenje i analiza velikih količina podataka bitno utječu na funkcioniranje ekonomije, ali i društva općenito. Riječ je o industrijskoj transformaciji s naglaskom na naprednim tehnologijama koje uključuju područje naprednih materijala i umjetne inteligencije, biotehnologiju, *blockchain*, dronove i robote, fotoniku i elektroniku te kvantno računarstvo.¹ Dolazi do konvergencije digitalnih tehnologija i interneta. Pojam četvrta industrijska revolucija prvi spominje Klaus Schwab, osnivač i izvršni predsjednik Svjetskog gospodarskog foruma u svojoj knjizi Četvrta industrijska revolucija². Naglasio je kako smo na početku revolucije koja iz temelja mijenja naše živote te način na koji živimo i međusobno komuniciramo. Četvrta industrijska revolucija uključuje, osim pametnih i povezanih sustava, fuziju novih tehnologija koje kombiniraju fizičke, digitalne i biološke svjetove.³ Prema Schwabu, četvrta industrijska revolucija započela je početkom stoljeća te predstavlja razvoj u odnosu na treću industrijsku revoluciju, koja se temeljila na dostupnosti digitalnih tehnologija.⁴ Sada se ide korak dalje, gdje se spajaju digitalna tehnologija i internet s industrijom. Zbog toga se o industriji 4.0 govori kao o digitalnoj transformaciji.

Četvrtu industrijsku revoluciju karakterizira fuzija naprednih tehnologija koje uključuju ubrzani razvoj interneta i novih tehnologija, algoritama i umjetne inteligencije, čime se otvaraju do sada nepoznate mogućnosti i novi poslovni modeli. Nameću se nova pitanja s nužnošću sagledavanja pozitivnih i negativnih učinaka. Važno je prepoznati i razumjeti nove modele u određenim područjima. Nove tehnologije imaju velik utjecaj na sve aspekte našeg života, na naše okruženje, na blagostanje, ali i na tržišnu strukturu. Dinamičnost i konstantni razvoj tehnologija bitno utječu na naše razumijevanje postojećih koncepata načela slobodnog tržišta. Upravo nepredvidljivost i nepoznavanje svih potencijalnih mogućnosti može dovesti do negativnih stavova i neželjenih učinaka. Moglo bi se govoriti o arhitektonskim pomacima na tradicionalnom tržištu.⁵

¹ Ovaj rad sufinanciralo je Sveučilište u Rijeci u sklopu projekta *Pravni aspekti digitalne transformacije društva*, uniri-drustv-18-252. The Dawn of the Deep Tech Ecosystem, Boston Consulting Group, 2019., dostupno na <https://media-publications.bcg.com/BCG-The-Dawn-of-the-Deep-Tech-Ecosystem-Mar-2019.pdf>. (5. 12. 2019.), str. 6.

² Schwab, Klaus, *The Fourth Industrial Revolution*, World Economic Forum, Cologny / Geneva, 2016.

³ Schwab, K., op. cit., str. 1 i dalje.

⁴ Ibid., str. 7.

⁵ Ezrachi, Ariel, Stucke, Maurice E., *Virtual Competition, The Promise and Perils of the Algorithm – Driven Economy*, Harvard University Press, Cambridge, London, 2016., str. vii.

Zahvaljujući novim tehnologijama, mijenjaju se tradicionalni koncepti međusobne interakcije i života građana općenito. Digitalizacija ima velik utjecaj na društvo općenito, ali i na svaku industriju. Jedno od područja na koja nove tehnologije u velikoj mjeri utječu jest pravo tržišnog natjecanja. Pitanje je mogu li se postojeći koncepti iz prava tržišnog natjecanja primijeniti na nove instrumente i pojmove. Inovativni modeli nameću potrebu preispitivanja postojećih mehanizama i eventualno uvođenja novih koncepata.⁶ Pravo tržišnog natjecanja zauzima centralno mjesto u razvoju digitalne ekonomije.⁷ Postojeći mehanizmi moraju se fleksibilno primjenjivati na nove poslovne odnose. Pravo tržišnog natjecanja mora se brzo prilagođavati uzimajući u obzir temeljne postulate tržišta.

Uniformna pravila koja bi se primjenjivala na cijeli sektor ne bi bila odgovarajuća s obzirom na raznolikost i stalne promjene na tržištu. Postojeći mehanizmi tržišnog natjecanja moraju se prilagoditi novim okolnostima. Važno je naglasiti kako novi modeli nisu *a priori* negativni za tržište i tržišnu strukturu. Važno je razumjeti nove modele i ponovo ih tumačiti kako se ne bi svaka inicijativa automatski proglasila nepoželjnom.

Pravo tržišnog natjecanja sa svojim načelima sadržanim u člancima 101. i 102. Ugovora o funkcioniranju Europske unije⁸ (dalje: UFEU) i dalje pruža solidan temelj za procjenjivanje mogućih situacija uz nužnost prilagodbe novim izazovima digitalnog doba. Izazov za regulatore predstavlja ponovno zanimanje za umjetnu inteligenciju te uporabu algoritama u donošenju i usmjeravanju poslovnih odluka. S obzirom na brojna otvorena pitanja, rad će se ograničiti samo na preispitivanje na koji način uporaba algoritama i umjetne inteligencije može narušiti tržišnu strukturu, odnosno olakšati sklapanje kartela ili drugih oblika usklađenog ponašanja.

2. Nove tehnologije i pravo tržišnog natjecanja

Sve je više poduzetnika koji u svoje poslovanje uvode pametna računala i strojeve koji samostalno uče (*self-learning machines*) koji im pomažu u donošenju strateških odluka i budućem poslovnom planiranju.⁹ Razni sofisticirani strojevi već mijenjaju kompetitivno okruženje sadašnjih tržišta. Ubrzan razvoj strojeva

⁶ Kerber, Wolfgang, *Competition, Innovation and Competition Law: Dissecting the Interplay*, u: Gerard, Damien, de Rivery, Mayring, Bernd (urednici), *Dynamic Markets, Dynamic Competition and Dynamic Enforcement*, Bruylant, Bruxelles, 2018., str. 33.

⁷ Ibid., str. 55.

⁸ Ugovor o funkcioniranju Europske unije (pročišćena inačica iz 2016.), SL C 202, 7.6.2016.

⁹ Ezrachi, Ariel, Stucke, Maurice E., *Artificial Intelligence & Collusion: When Computers Inhibit Competition*, *University of Illinois Law Review*, vol. 2017., str. 1776.

koji samostalno uče i imaju mogućnost inteligentnog ponašanja otvara velik broj pravnih, ali i etičkih i socioloških pitanja.

Poduzetnici koriste razne alate kako bi njima automatizirali pojedine zadatke i postali kompetitivniji i učinkovitiji na tržištu. Uporabom naprednih tehnologija omogućeno im je procesuiranje velikih količina podataka, njihova brza analiza i prepoznavanje novih trendova, čime se ubrzava njihova prilagodba novim trendovima.¹⁰ U doktrini se raspravlja o utjecaju umjetne inteligencije na pravo tržišnog natjecanja, i to u kontekstu određivanja cijena. Inteligentni sustavi imaju razvijene mogućnosti učenja iz svojeg okruženja i mogućnost postizanja ciljeva na nepredvidljiv način.

S većim brojem poduzetnika koji koriste sofisticirane algoritme za određivanje cijena, rizik prešutnih sporazuma raste.¹¹ Korištenje algoritma može nas približiti modelu savršene tržišne utakmice.¹² Smanjuje se potreba za međusobnom komunikacijom.¹³ Pomoću algoritama mogu postići dogovor, odnosno usuglasiti svoje strateške odluke i buduća ponašanja na tržištu. U nastavku će se vidjeti kako se uobičajeni oblici sporazumijevanja zamjenjuju novim konceptima, u ovom primjeru naprednim algoritmima, koji zamjenjuju ljudsku intervenciju. Iako postoji znatan broj radova o utjecaju algoritma na kompetitivnu strukturu tržišta, nedostaju empirijski pokazatelji o učinku algoritma na određivanje cijena i stupanj tržišnog natjecanja na stvarnom tržištu.¹⁴

2.1. Sklapanje nedopuštenih sporazuma u novom digitalnom dobu

Slobodno tržište moguće je samo uz poštivanje načela slobodnog ugovaranja. Usprkos tomu nije dopušteno sklapati sporazume kojima se na umjetan način mijenjaju uvjeti slobodnog tržišnog natjecanja, čime se smanjuje broj dostupnih proizvoda i povisuju cijene.¹⁵ Člankom 101. UFEU¹⁶ zabranjuju se svi sporazu-

mi i druga koluzivna djelovanja među poduzetnicima koji ograničavaju tržišno natjecanje i utječu na trgovinu između država članica. Odredbom se zabranjuju restriktivni sporazumi među neovisnim poduzetnicima, pri čemu nije važno je li riječ o vertikalnim ili horizontalnim sporazumima. Temeljni cilj članka 101. jest zabraniti moguće oblike koluzije između poduzetnika koji ograničavaju tržišno natjecanje i utječu na trgovinu među državama članicama. Zabranjuju se formalni sporazumi, ali i svi drugi neformalni oblici komunikacije, odluke udruženja poduzetnika i usklađena djelovanja.

Člankom 101. zabranjuju se zajednička djelovanja poduzetnika koja štete postojećem ili potencijalnom tržišnom natjecanju, a u konačnici potrošačima. Zabranjeni sporazumi vrlo su primamljivi za njihove sudionike jer – ako se sporazum uspješno primjenjuje – ostvarena dobit bit će daleko veća od one koju bi poduzetnici postigli samostalnim djelovanjem. Najčešće je riječ o tajnim sporazumima, usklađenim djelovanjima ili različitim oblicima koluzije. Njima se nastoji ostale tržišne natjecatelje isključiti s tržišta, čime im se otvara mogućnost povisivanja cijena i ostvarivanja dodatne dobiti.¹⁷

Za primjenu članka 101. stavka 1. bitno je utvrditi postojanje poduzetnika i sporazuma, cilj ili učinak sporazuma kojim se nastoji spriječiti, ograničiti ili ugroziti tržišno natjecanje kao i znatan utjecaj tog sporazuma na trgovinu, posebice na trgovinu među državama članicama. Prethodni elementi nisu određeni u UFEU već njihov sadržaj tumače Europska komisija i sudovi Europske unije.

zajedničkog tržišta, a osobito oni kojima se:
neposredno ili posredno određuju kupovne ili prodajne cijene ili drugi trgovinski uvjeti;
ograničavaju ili nadziru proizvodnja, tržišta, tehnički razvoj ili ulaganja;
dijele tržišta ili izvori nabave;
primjenjuju nejednaki uvjeti na iste ili slične poslove s različitim trgovačkim partnerima, čime ih se stavlja u nepovoljan položaj u odnosu na konkurenciju;
sklapanje ugovora uvjetuje pristankom drugih stranaka na dodatne obveze koje, po svojoj prirodi ili prema trgovačkim običajima, nisu ni u kakvoj vezi s predmetom tih ugovora.
2. Svi sporazumi ili odluke zabranjeni na temelju ovog članka ništavi su.
3. Međutim, odredbe st. 1. mogu se proglasiti neprimjenjivima u slučajevima:
svakog sporazuma ili vrste sporazuma između poduzetnika;
svake odluke ili vrste odluka udruženja poduzetnika;
svakog zajedničkog djelovanja ili vrste zajedničkog djelovanja,
koji pridonose poboljšanju proizvodnje ili distribucije robe ili promicanju tehničkog ili gospodarskog napretka, pri čemu potrošačima omogućavaju pravedan udio u koristi koja iz njih proizlazi, te koji:
tim poduzetnicima ne nameću ograničenja koja nisu neophodna za postizanje ovih ciljeva; i tim poduzetnicima ne omogućavaju uklanjanje konkurencije u pogledu značajnog dijela proizvoda u pitanju.”
¹⁷ Pošćić, Ana, Zabranjeni sporazumi u europskom pravu tržišnog natjecanja, Zbornik Pravnog fakulteta Sveučilišta u Rijeci, vol. 32, br. 1/2011., str. 321.

¹⁰ Krausová, Alžběta, EU Competition Law and Artificial Intelligence: Reflections on Antitrust and Consumer Protection Issues, *The Lawyer Quarterly*, vol. 9., br. 1/19., str. 79.

¹¹ Ezrachi, A., Stucke, M. E., *Artificial Intelligence & Collusion...*, cit., str. 1778.

¹² O tome više: Pošćić, Ana, *Europsko pravo tržišnog natjecanja i interesi potrošača*, Narodne novine, Zagreb, 2014., str. 47. i 48.

¹³ Baker, Jonathan, *The Antitrust Paradigm, Restoring a Competitive Economy*, Harvard University Press, Cambridge, London, 2019., str. 99.

¹⁴ Ezrachi, A., Stucke, M. E., *Virtual Competition...*, cit., str. 25.

¹⁵ Van Bael, Ivo, Bellis, Jean-Francois, *Competition Law of the European Community*, Kluwer Law International, Hag, 2005., str. 27.

¹⁶ Čl. 101. glasi:

“1. Kao nespojivi sa zajedničkim tržištem, zabranjeni su svi sporazumi između poduzetnika, odluke udruženja poduzetnika i usklađeno djelovanje koji bi mogli utjecati na trgovinu između država članica i koji za cilj ili učinak imaju sprečavanje, ograničavanje ili narušavanje tržišnog natjecanja unutar

Poteškoća je u razlikovanju situacija u kojima se poduzetnici inteligentno prilagođavaju svojim konkurentima od onih u kojima djeluju sa znanjem o ponašanju drugoga. Razvojem novih tehnologija prethodno se teško dokazuje. Čini se kako su sve rjeđe situacije gdje se međusobni konkurenti sastaju u zadimljenim prostorijama i pokušavaju sklopiti razne kartele ili na neki način usuglasiti svoja buduća ponašanja. Sve više ulazimo u svijet u kojem uporaba algoritama omogućuje kontrolu cijena i međusobnu prilagodbu budućeg ponašanja na tržištu. Možemo li govoriti o novom obliku koluzije, algoritamskoj koluziji, ili je i dalje riječ o postojećim konceptima koji se samo primjenjuju u digitalnom dobu?

Riječ je o dodatnom elementu koji je potrebno uzeti u obzir u procjenjivanju ponašanja poduzetnika. Do sada su poduzetnici vrlo rijetko sklapali pisane sporazume. Češće su koristili manje formalne oblike kojima su regulirali svoje međusobne odnose. U praksi Komisije i sudova Europske unije uvijek se primjenjivalo široko tumačenje pojma sporazuma kako bi se „pokrilo“ sve moguće situacije. Poteškoću predstavlja nepoznanica je li moguće paralelno ponašanje poduzetnika u oligopolu pripisati sporazumu ili usuglašenom ponašanju ili je rezultat prirodne prilagodbe strukturi tržišta. Ako postoji sumnja u postojanje sporazuma, uzima se u obzir svaki podatak za utvrđivanje je li riječ o nekom obliku dogovora među poduzetnicima. Važne su okolnosti sklapanja eventualnih sporazuma, ali i njeno implementacija.

Gleda se isključivo na krajnji rezultat, odnosno utjecaj sporazuma na trgovinu među državama članicama. Prema Općem sudu, „koncept sporazuma u smislu čl. 85. st. 1. Ugovora o EZ (sada čl. 101. UFEU), kako se interpretira u sudskoj praksi, usmjerava se na postojanje volje među najmanje dvije strane, pri čemu je oblik u kojem se manifestira nevažan“¹⁸. Oblik¹⁹ u kojem se sporazum manifestira nije važan sve dok je prisutna namjera poduzetnika za neki oblik koluzije. Kako bi se situacija sankcionirala, važno je utvrditi postojanje volje stranaka, pri čemu je nevažno smatra li se sporazum ugovorom po nacionalnom pravu, je li pravno

obvezujući²⁰ i je li pisani ili usmeni.²¹ Jedino što je važno jest utvrditi istinsku namjeru stranaka i činjenicu primjenjuju li njegove odredbe.²² Upravo nepostojanje i dokazivanje namjere nametnut će se smetnjom u dokazivanju novih oblika koluzije. Kao što je istaknuto, važno je pokazati da je u nekoj fazi došlo do usuglašavanja volje među poduzetnicima i, kao što će se kasnije vidjeti, namjera je ključna u ispitivanju ponašanja poduzetnika koji se koriste naprednim digitalnim alatima.

Vidjet će se da, ako se utvrdi postojanje nekog oblika dogovora, činjenica da poduzetnici nisu možda namjeravali implementirati sporazum nema značenja,²³ jer se u konačnici ispituje postoji li ograničenje tržišnog natjecanja i utjecaj na trgovinu među državama članicama. Sudjelovanje na sastancima s jasno izraženim kompetitivnim stajalištima može biti dostatno za zaključak o postojanju kartela. Ako poduzetnik želi dokazati suprotno, mora pokazati kako je njegovo sudjelovanje na sastancima bilo bez antikompetitivnih namjera. Upravo na sastancima moraju jasno dati do znanja ostalim poduzetnicima kako se ograđuju od izraženih stajališta.²⁴ Isto tako poduzetnik se ne može braniti ističući kako je bio prisiljen sudjelovati na sastancima. Tada bi se eventualno mogao obratiti nadležnim tijelima za zaštitu tržišnog natjecanja. Prema dosadašnjoj praksi, Komisija primjenjuje razne metode kojima pokušava utvrditi je li u nekoj situaciji došlo do neke preklapanja ponašanja među poduzetnicima. S obzirom na poteškoće u određivanju tržišta i njihovih granica, Komisija i nacionalni regulatori imat će velikih poteško-

¹⁸ Predmet T-41/96 *Bayer AG v. Commission of the European Communities*, EU:T:2000:242, točka 69.

¹⁹ Bailey, David, Article 101(1), u: Bellamy & Child, *European Union Law of Competition*, osmo izdanje, David Bailey, Laura Elizabeth John (urednici), Oxford University Press, Oxford, 2018., str. 108 i dalje o sporazumima.

²⁰ U presudi *van Landewyck* Sud je potvrdio odluku Komisije u kojoj je bilo riječi o preporuci, a koju je Komisija klasificirala kao sporazum. Tužitelji su tvrdili kako preporuka nije obvezujući ugovor prema nacionalnom pravu. Međutim, Sud je potvrdio odluku Komisije prema kojoj je u preporuci jasno izražena namjera tužitelja za određenim ponašanjem na tržištu duhanskih proizvoda (spojeni predmeti 209 – 215 i 218/78 *Heintz van Landewyck SARL and others v. Commission of the European Communities*, EU:C:1980:248, točke 85. i 86.). Slično je Sud u presudi *Guy Clair* potvrdio kako nije važno je li sporazum obvezujući već sprječava li, ugrožava ili ograničava tržišnu utakmicu (predmet 123/83 *Bureau national interprofessionnel du cognac v. Guy Clair*,

EU:C:1985:33, točka 22). Isto tako u presudi *Sandoz* bila je riječ o računu s otisnutom klauzulom „zabrana izvoza“ (C-277/87 *Sandoz prodotti farmaceutici SpA v. Commission of the European Communities*, ECLI:EU:C:1990:6).

²¹ U odluci *Theal/Watts* bila je riječ o usmenom ekskluzivnom ugovoru o distribuciji., 77/129/EEC: Commission Decision of 21 December 1976 relating to a proceeding under Article 85 of the EEC Treaty (IV/28.812 *Theal/Watts*), OJ L 39 od 10. 02. 1977., str. 19-27. U predmetu *Tepea* dva usmena ekskluzivna ugovora o distribuciji i licenciji također su bila unutar polja primjene članka 101. (28/77 *Tepea BV v. Commission of the European Communities*, EU:C:1978:133, točka 41.).

²² Vidjeti spojene predmete 209 do 215 i 218/78 *Heintz van Landewyck SARL and others v. Commission of the European Communities*, EU:C:1980:248, točka 86.

²³ 2003/207/EC: Commission Decision of 24 July 2002 relating to a proceeding pursuant to Article 81 of the EC Treaty, (Case COMP/E-3/36.700 - *Industrial and medical gases*), OJ L 84 od 01. 04. 2003., str. 1-55., točka 351.

²⁴ Spojeni predmeti C-204/00 P, C-205/00 P, C-211/00 P, C-213/00 P, C-217/00 P i C-219/00 *Aalborg Portland A/S i dr. v. Commission of the European Communities*, EU:C:2004:6, točka 81. i dalje.

ća u procjenjivanju mogućih situacija. Posebno će to biti naglašeno jer, kao što je spomenuto, prošla su vremena kada su se poduzetnici sastajali i dogovarali svoje buduće strategije na tržištu.

Uporaba algoritama ne samo da može odrediti način određivanja cijena na tržištu već može i smanjiti moguće nepredvidljivosti koje su inače sastavni dio konkurentnog tržišta. U ovom slučaju bit će potrebno utvrditi postojanje poveznice između nekog usuglašavanja ponašanja i naknadne implementacije algoritmičkog predviđanja na tržištu. Prilikom procjenjivanja mogućih situacija važno je napomenuti kako samo paralelno ponašanje poduzetnika nije zabranjeno. Zbog toga su u tumačenju sporazuma uključeni svi oblici prešutnog usklađenog djelovanja.²⁵ Kako se navodi u doktrini, time se postiže sigurnost, čime se pokušava spriječiti izigravanje odredbi članka 101. Prethodnu situaciju puno je teže utvrditi jer će poduzetnici uvijek pokušati dokazati suprotno. Suradnja nije formalizirana. U udžbenicima se navodi primjer razmjenjivanja cijena, popusta, podataka o prodaji i drugih podataka²⁶ koji se odnose na uvjete i način prodaje, čime se olakšava usklađivanje međusobnoga ponašanja i stvaranja uvjeta na tržištu koji odstupaju od normalnih okolnosti i samim time predstavljaju rizik za tržišno natjecanje. Na taj način sudionici mogu konsolidirati svoje položaje na tržištu.²⁷ „Svaki proizvođač može samostalno mijenjati cijene i pri tome uzimati u obzir sadašnje ili predvidljivo ponašanje svojih konkurenata, međutim, bit će protivno pravilima tržišnog natjecanja ukoliko proizvođač surađuje sa svojim konkurentima na bilo koji način, s ciljem koordiniranja ponašanja vezanog uz povećanje cijena...“²⁸

Ključni elementi koje je potrebno dokazati uključuju koordiniranje međusobnog ponašanja i neki oblik suradnje. Ne postoji nikakav dokaz međusobnih kontakata, ali je riječ o ponašanju koje odstupa od uobičajenih uvjeta na tržištu.²⁹ Usklađeno djelovanje razlikuje se od sporazuma u načinu na koji se zajednička namjera izražava i nakon toga dokazuje.

²⁵ Beneke, Francisco, Mackenrodt, Mark-Oliver, *Intelligence and Collusion*, *International Review of Intellectual Property and Competition Law*, vol. 50., br. 1/19., str. 112.

²⁶ Više vidjeti: Butorac Malnar, Vlatka, Pecotić Kaufman Jaminka, Petrović, Siništa, *Pravo tržišnog natjecanja*, Pravni fakultet Sveučilišta u Zagrebu, Zagreb, 2013., str. 143 i dalje.

²⁷ Spojeni predmeti 40 – 48, 50, 54 – 56, 111, 113 i 114-73 *Coöperatieve Vereniging "Suiker Unie" UA and others v. Commission of the European Communities*, EU:C:1975:174, točka 26-27. Riječ je o spojenim predmetima u kojima je nekoliko poduzetnika nastojalo poništiti odluku Komisije kojom je utvrdila kršenje članaka 101. i 102. Komisija je uputila devet različitih pritužbi. Za tu raspravu značajno je postojanje četiri situacije u kojima su poduzetnici uskladili svoje ponašanje kako bi zaštitili tržište šećera u Italiji, Nizozemskoj te zapadnim i sjevernim dijelovima Njemačke.

²⁸ Predmet 48-69 *Imperial Chemical Industries Ltd. v. Commission of the European Communities*, I:EU:C:1972:70, točka 118.

²⁹ Vaughan, David i dr., *EU Competition Law: General Principles*, Richmond Law & Tax Ltd., Richmond, 2006., str. 62.

Kategorija usklađenog djelovanja nastoji obuhvatiti sve one antikompetitivne prakse koje se ne mogu staviti pod definiciju sporazuma ili odluka koje usvajaju udruženja. Zajednička namjera element je koji postoji i u sporazumu i u usklađenom djelovanju s razlikom što se kod sporazuma namjera konkretizira kroz pravno obvezujući oblik, dok kod usklađenog djelovanja prethodno nedostaje.³⁰ Kod usklađenog ponašanja potrebno je utvrditi najprije koncentraciju, a potom naknadno ponašanje. Zbog toga je ponekad teško napraviti jasno razgraničenje između pojma sporazuma i usklađenog djelovanja, ali u konačnici – osim težine dokazivanja – nije ni važno je li riječ o sporazumu ili nekom obliku prešutnog usuglašenog djelovanja. Svi su ti „sporazumi“ antikompetitivni i vrlo se teško mogu opravdati pozivanjem na iznimke sadržane u stavku 3. članka 101.

Važno je utvrditi postojanje nekog oblika mentalnog konsenzusa, što – kada se upotrebljavaju algoritmi – nedostaje i samim su time takve situacije izvan polja primjene članka 101. UFEU. Razmjena osjetljivih informacija ili sudjelovanje na sastancima na kojima su se otkrivali povjerljivi podaci o cijenama smatraju se usuglašenim ponašanjem. Međutim, treba biti oprezan jer nije svako paralelno ponašanje automatski rezultat koluzije. Zbog toga je važno ispitivati slučaj od slučaja primjenom nekih zajedničkih standarda.

Prilikom analize tržišta ispituje se postoje li neka odstupanja od predvidljivog ponašanja i onog koje je predmet provjere. U predmetu *Wood Pulp* utvrđene su granice. Sud je naveo kako nije dovoljna samo činjenica paralelnog ponašanja već su nužne detaljne ekonomske analize, pri čemu je istaknuo predvidljivosti u budućem ponašanju konkurenata.³¹ Ključan je element nekog oblika mentalnog konsenzusa, ali i određeni oblik reciprociteta u ponašanju. Isto tako bilo koji fizički oblik sudjelovanja na sastancima na kojima se primjerice dogovaraju cijene može se smatrati usklađenim djelovanjem bez obzira na okolnost što stranke nisu sudjelovale u raspravi ili nisu prisustvovala svim sastancima. Nazočnost na sastancima konkurentima može olakšati dobivanje korisnih informacija koje će im pomoći u usvajanju budućih poslovnih odluka. Ako poduzetnici dokažu da nisu imali nikakvu antikompetitivnu namjeru, s čime su upoznali ostale, tada to ponašanje neće biti okarakterizirano kao kršenje članka 101. UFEU.³² U prethodnoj situaciji poduzetnici bi se eventualno morali jasno ograditi od antikompetitivnih stavova te ostale upoznati s time. Kod tog oblika ograničenja tržišnog natjeca-

³⁰ Odudu, Okeoghene, *The Boundaries of EC Competition Law, the Scope of Article 81*, Oxford University Press, Oxford, 2006., str. 72.

³¹ Spojeni predmeti C-89/85, C-104/85, C-114/85, C-116/85, C-117/85 i C-125/85 do C-129/85 *Ahlström Osakeyhtiö and others v. Commission of the European Communities*, C:1993:120, točke 64. i 65.

³² Vidjeti spojene predmete *Aalborg Portland A/S i dr. v. Commission of the European Communities*, točka 81.

nja potreban je izniman oprez. Slično ponašanje konkurenata na tržištu ne mora nužno upućivati na usklađeno djelovanje. Moguće je da je riječ samo o prilagođavanju postojećim tržišnim pozicijama. Ponekad je teško razgraničiti situacije paralelnog ponašanja koje su rezultat usklađenog ponašanja od normalnih ponašanja na tržištu. Potreban je neki oblik mentalnog konsenzusa te činjenica da konsenzus ne treba biti usmeno izražen već ga je moguće ostvariti direktnim ili indirektnim kontaktom između poduzetnika.³³ Nužno je dokazati neki oblik međusobnog kontakta koji utječe na ponašanje poduzetnika. Traži se neka povratna informacija, što će biti posebno teško utvrditi u digitalnom okruženju. Važno je pronaći konkretne dokaze koji će se isto tako otežano prikupiti. Kategorija usklađenog djelovanja čini vrlo fluidan koncept. S jedne strane, pod tim pojmom nastoji se obuhvatiti najveći broj mogućih ponašanja, dok je, s druge, kategorija vrlo nejasna i dvosmislena. Postoji opasnost da se pod tim pojmom obuhvati bilo koja aktivnost među poduzetnicima koja se ne može dokazati pisanim sporazumom, pa i bilo koji oblik paralelnog ponašanja. Uvijek je bilo, a posebno s novim oblicima mogućih nedozvoljenih ponašanja, ključno djelovanje agencija i sudova u prepoznavanju i sankcioniranju mogućih zabranjenih ponašanja. Važno je prepoznati parametre kojima će se razlučiti nezavisno ponašanje poduzetnika na konkurentnom tržištu od nezakonitog dogovaranja.³⁴ Ono što je Komisiju oduvijek zanimalo jest utvrđivanje namjere među sudionicima koluzije. Ispituje se istinska namjera poduzetnika, što kod korištenja algoritama nedostaje.

U nastavku će se pokušati analizirati situacije u kojima bi se eventualno uporaba naprednih tehnologija mogla ispitivati u kontekstu članka 101. Zanimljiva je knjiga *Virtual Competition* u kojem Ezrachi i Stucke raspravljaju o četiri moguća scenarija.³⁵

Prva situacija, koju nazivaju *Messenger*, nije ništa drugo nego klasični oblik sklapanja zabranjenog sporazuma. Ovdje je riječ o uporabi računala kao pomoćnog sredstva za sklapanje nedopuštenih sporazuma. U tom primjeru poduzetnici se „dogovore“ o nekom obliku sporazuma te pomoću računala implementiraju i nadziru njegovu implementaciju. Poduzetnici programiraju računalo kako bi im bilo produžena ruka u primjeni sporazuma. U navedenoj situaciji najčešće postoje dovoljni dokazi te će regulatori primjenom uobičajenih metoda pokušati utvrditi postojanje nedozvoljenog kartela. Poduzetnici i dalje zauzimaju centralno mjesto

jer oni su ti koji svojim postupcima utječu na računalo i način njegova korištenja.³⁶ U utvrđivanju kartela svakako će biti ključno utvrditi postoji li namjera poduzetnika za sklapanje i implementaciju sporazuma. Računalo ispunjava ciljeve koje bi inače izvršavali sami poduzetnici. Dakle, ono što su do sada radili poduzetnici – sada izvršavaju računala. Kako autori navode, na to ima utjecaja psihološki moment jer to što sporazum implementiraju računala može smanjivati osjećaj krivnje samih poduzetnika. Naravno da ih to nikako neće opravdati.³⁷ Računala su alat u izvršavanju volje njihovih kreatora.³⁸

Drugi je primjer *Hub and Spoke*.³⁹ Naziv je dobio po kotaču bicikla koji ima jak središnji dio s puno žbica. Preneseno u kontekst tržišnog natjecanja to bi značilo da se pomoću jednog centralnog algoritma određuje cijena koju primjenjuje velik broj drugih poduzetnika i time generira određene promjene na tržištu. Zajedničkim algoritmom koriste se poduzetnici, što može dovesti do horizontalnog usuglašavanja ponašanja poduzetnika. Nije upitan vertikalni sporazum već paralelna uporaba algoritama.⁴⁰ Ako se algoritam koristi za olakšavanje koluzije, tada je situacija identična prvoj. Ovdje regulatori moraju utvrditi, naravno, ako je moguće, je li algoritam programiran na način kojim će se olakšati implementacija sporazuma. Algoritam na taj način stabilizira cijene i smanjuje uobičajene nesigurnosti na tržištu. Važno je pokazati postoji li namjera poduzetnika za postizanje zabranjenog ponašanja, odnosno postupaju li poduzetnici sa znanjem o mogućem zabranjenom ponašanju. Dakle, na jednom centralnom mjestu kontroliraju se svi ostali sporazumi te je potrebno utvrditi određeni oblik usuglašenog ponašanja, odnosno međusobnu ovisnost i svjesnost činjenice da će sveukupni rezultati ovisiti o zajedničkom uspjehu *huba*.

Kako bi se utvrdilo je li riječ o kartelu, morat će se dokazati jesu li poduzetnici svjesno ušli u takve sporazume, odnosno jesu li im poznati mogući antikompetitivni učinci. Na temelju navedenog slučaja jasno se može vidjeti s kojim se izazovima susreću regulatori. Prema stavu Komisije, usuglašeno ponašanje nastaje u trenutku razmjene informacija među poduzetnicima. Kao što je prije istaknuto, na tržištima na kojima računala organiziraju i kontroliraju razmjenu podataka o cijenama mogući su karteli, iako inicijalna namjera poduzetnika nije nikada bila sklapanje nedozvoljenih sporazuma. Vrlo je teško subjektivne koncepte kao što

³³ Whish, Richard, Bailey, David, *Competition Law*, osmo izdanje, Oxford University Press, Oxford, 2015., str. 118.

³⁴ Jones, Alison, Sufrin, Brenda, *EC Competition Law*, Oxford University Press, Oxford, 2004., str. 27.

³⁵ Ezrachi, A., Stucke, M. E., *Virtual Competition...*, cit., str. 35 i dalje.

³⁶ Ibid., str. 39.

³⁷ Ibid., str. 42.

³⁸ Ibid., str. 45.

³⁹ Ibid., str. 46.

⁴⁰ Ezrachi, A., Stucke, M. E., *Artificial Intelligence & Collusion...*, cit., str. 1788.

su namjera „prevesti“ u digitalno okružje. Predmet *Eturas*⁴¹ bio je prvi predmet u kojem je Sud ispitivao primjenu prava tržišnog natjecanja na automatske sustave. U predmetu je bilo riječi o 30 putničkih agencija u Litvi koje su koristile *on-line booking* sustav nazvan E-TURAS koji je bio u vlasništvu agencije Eturas. Program je bio zajednički sustav rezervacije putovanja na internetu. Eturas je preko svojeg programa postavio gornju granicu odobravanja popusta klijentima te je o tome obavijestio svojih 30 agencija s kojima je poslovao. Koordinirali su svoje popuste preko sustava koji ih je automatski ograničio na 3%. Vijeće za zaštitu tržišnog natjecanja utvrdilo je da su putničke agencije koje su se tijekom određenog razdoblja koristile sustavom rezervacija E-TURAS i koje nisu izrazile prigovor bile odgovorne za povredu pravila tržišnog natjecanja. Nadalje, zaključio je da su se agencije međusobno obavještavale o stopi popusta koji su namjeravale koristiti u budućnosti i tako su prešutnim pristankom izrazile svoju volju u pogledu ponašanja na predmetnom tržištu.⁴² Agencije su tvrdile kako je riječ o jednostranom ponašanju Eturasa jer kod njih nije postojala ni volja ni namjera za sklapanje bilo kakvih sporazuma. Regulator je utvrdio kako je riječ o platformi za usklađeno ponašanje koja je pružala mogućnost usklađivanja ponašanja bez potrebe za neposrednim kontaktom između Eturasa i agencija. Agencije se nisu nikad javno ogradile od takve prakse.⁴³

Ono što je vjerojatno Sud želio naglasiti jest kako tehnologija sama po sebi ne može kršiti pravo tržišnog natjecanja već je potrebno utvrditi postojanje određenog pristanka. Postavlja se pitanje je li potrebno i dalje inzistirati na postojanju svijesti ili je već sada potrebno utvrditi nove kriterije. Ta situacija jasno upućuje na potrebu prilagodbe prava tržišnog natjecanja novim okolnostima. U principu je sve isto kao i u velikom broju prethodnih predmeta, samo što sada nije riječ o sudjelovanju na sastancima već o korištenju računala. Važno je naglasiti kako uporaba algoritama, posebno u navedenom primjeru, može imati i neke prednosti, primjerice u povećanju blagostanja potrošača u smislu poboljšanja usluga i snižavanja cijena. Algoritmi mogu stabilizirati tržište.

Treću situaciju nazivaju *Predictable Agent*⁴⁴. U tom primjeru poduzetnici su dizajneri algoritama koji će predvidjeti buduća ponašanja i nakon toga reagirati sukladno promijenjenim tržišnim uvjetima. Svaki operater razvija svoj program,

⁴¹ Predmet C-74/14 „*Eturas*“ *UAB and Others v. Lietuvos Respublikos konkurencijos taryba*, EU:C:2016:42.

⁴² *Ibid.*, točka 15.

⁴³ O predmetu više: Heinemann, Andreas, Gebicka, Aleksandra, Can Computers Form Cartels? About the Need for European Institutions to Reverse the Concertation Doctrine in the Information Age, *Journal of European Competition Law & Practice*, vol. 7., br. 7/16., str. 434 i dalje.

⁴⁴

ali sa znanjem da i drugi programeri razvijaju samostalno svoje algoritme.⁴⁵ Za razliku od prethodnih situacija, ovdje nema nikakvih sporazuma⁴⁶, ni horizontalnih ni vertikalnih. Ovdje su ključni momenti predvidljivost i transparentnost. Prije, bez razvijenih algoritama, transparentnost je bila vrlo ograničena. Zahvaljujući dostupnim podacima, poduzetnicima se omogućava paralelno postupanje, što nije zabranjeno ponašanje već prilagodba promijenjenim tržišnim okolnostima. Uporabom sofisticiranih modela mijenja se tržišna dinamika, čime se potiče svjesno paralelno postupanje. Isto kao i u prethodne dvije situacije, nijedan poduzetnik nije sudjelovao u nekom obliku dogovora. Poduzetnik samo potiče na ostvarivanje svojeg ekonomskog interesa. U doktrini se raspravlja o tome treba li ispitivati i takve situacije svjesnog paralelnog ponašanja. Dozvoljeno je paralelno ponašanje, pri čemu je upitno je li prihvatljivo. Regulatori bi se mogli susresti s praksom gdje primjerice povisivanje cijena nije rezultat izričitog dogovora već neposredna reakcija na okolnosti tržišta. Za sankcioniranje nedozvoljenih sporazuma potrebni su određeni dokazi koje je u ovom slučaju nemoguće utvrditi. Čini se da bi to mogao biti ispravan put za promišljanje jer osuđivanje svakog napretka i korištenja supertehnologije može, s druge strane, utjecati na smanjivanje motiva na razvoj novih inovativnih modela i budućih ulaganja.

Upravo se posljednje može povezati s korištenjem umjetne inteligencije, koja bi još više mogla utjecati na buduću predvidljivost, smanjivanje troškova i vremena za istraživanje tržišta te na umanjivanje budućeg nesigurnosti. Strojevi koji samostalno uče nemaju emocija, dok poduzetnici mogu biti pod utjecajem emocija i impulzivnih reakcija. Međutim, bez potrebnih podataka koji su stroju nužni ne možemo ni govoriti o tom procesu. Sve veće korištenje podataka koji će postati digitalizirani i dostupni utjecat će na još veću transparentnost.

Posljednji je scenarij najkompleksniji i trenutno možda predstavlja znanstvenu fantastiku, ali – s obzirom na ubrzani razvoj tehnologija – mogao bi uskoro postati stvarnost. Nazivaju ga i *Digital Eye*.⁴⁷

Strojevi imaju ciljeve koje žele postići, najčešće u obliku maksimizacije profita. Ovdje nije moguće govoriti ni o namjeri ni o postojanju nekog oblika sporazuma.⁴⁸ Oni razvijaju algoritme kako bi ostvarili određeni cilj. Oni se prilagođavaju podacima koje su prikupili i prema povratnim informacijama prilagođavaju svoju strategiju. Međusobna komunikacija može dovesti do nekog oblika koluzije.⁴⁹ Pravo

⁴⁵ Ezrachi, A., Stucke, M. E., *Artificial Intelligence & Collusion...*, cit., str. 1783.

⁴⁶ *Ibid.*, str. 1790.

⁴⁷ Ezrachi, A., Stucke, M. E., *Virtual Competition...*, cit., str. 71. i dalje.

⁴⁸ Ezrachi, A., Stucke, M. E., *Artificial Intelligence & Collusion...*, cit., str. 1783.

⁴⁹ Ezrachi, A., Stucke, M. E., *Virtual Competition...*, cit., str. 74.

tržišnog natjecanja kontrolira međusobnu komunikaciju među poduzetnicima. Pitanje je tko je u tom slučaju odgovoran i je li strojeve uopće moguće nadzirati.

Nedostaje ključan element za utvrđivanje sporazuma. Osobe koje razvijaju algoritme nemaju nikakav motiv sklopiti nedopušteni sporazum. Poduzetnici svoje odluke temelje na predviđanjima strojeva koji samostalno uče, u ovom slučaju na umjetnu inteligenciju. Stroj ima cilj i on samostalno djeluje kako bi ga ostvario. Tako jedan od ciljeva može biti povećanje transparentnosti na tržištu i održavanje prikrivenog paralelnog ponašanja. U tom primjeru koordinacija je rezultat razvoja, samostalnog učenja i neovisnog ponašanja stroja.⁵⁰ Ono što bi moglo biti sporno i eventualno predmet razmatranja regulatora jest činjenica treba li cijene koje nameću pametni strojevi u digitaliziranom okruženju automatski proglasiti nedopuštenim ponašanjem. Strojovima koji se brzo prilagođavaju novim podacima i kompetitivnim scenarijima korisnici i dizajneri mogu predvidjeti da će doći do povećanja cijena, ali ne mogu predvidjeti kada će to biti, koliko će dugo trajati i u kojem omjeru.⁵¹ Njima je lakše prilagoditi se promijenjenim tržišnim okolnostima. Naravno da strojevi nemaju naredbe za započinjanje kartela te se s pravom može postaviti pitanje mogu li oni sklapati zabranjene sporazume. Izostanak dokaza o postojanju antikompetitivne namjere može dovesti do toga da strojevi koji koriste umjetnu inteligenciju, odnosno za početak njihovi dizajneri, izbjegnu ispitivanje zakonitosti sporazuma. Uporaba umjetnih neurona može još više otežati ispitivanje prethodnih strategija u području određivanja cijena. Ovdje se otvara pitanje je li moguće razdvojiti rad stroja od rada njegova programera. Kada je riječ o umjetnoj inteligenciji, stroj sam uči i, sukladno prikupljenom iskustvu, donosi odluke.

Pojam koji se u pravu tržišnog natjecanja koristi jest virtualno tržišno natjecanje. Ta pitanja dio su šire slike koja otvara brojne probleme s aspekta etičkih i socioloških dilema koje uključuju ispitivanje povezanosti između ljudi i stroja. Neka od njih uključuju dvojbu može li pravo nametnuti odgovornost poduzetnicima za djelovanje stroja.⁵² Određivanje granice zakonitosti može predstavljati izazov za regulatore i zakonodavce. Velik broj faktora bit će potrebno uzeti u obzir, od samog programiranja stroja preko raznih sustava zaštite do njihovih ciljeva. Ono što će u budućnosti postati aktualno jest do koje granice ljudski faktor ima nadzor nad umjetnom inteligencijom. Ljudi programiraju inicijalne algoritme te samostalno određuju od kojeg će ih trenutka primjenjivati i kad mogu ugasiti stroj. Međutim u tom vremenu stroj može djelovati i prilagođavati svoje ponašanje na ra-

zne načine. Može mijenjati tržišnu strukturu i smanjiti tržišno natjecanje. Nameće se pitanje do kojeg trenutka autor algoritma odgovara za djelovanje stroja. Riječ je o nepredvidljivom okruženju koje može u konačnici rezultirati smanjivanjem blagostanja, ali samo kao posljedica djelovanja stroja i njegova cilja za postizanjem učinkovitosti. Ovdje bi se moglo polemizirati je li moguća koluzija među strojevima.⁵³ Prema sadašnjem razvoju, takve su situacije unutar dozvoljenog ponašanja.

3. Zaključna razmatranja

S obzirom na trenutni razvoj prava tržišnog natjecanja, tržišne agencije imat će poteškoće u osuđivanju jednostranog ponašanja poduzetnika koji koristi sofisticirane algoritme pomoću kojih analizira tržišne informacije i određuje cijene. Važno je pratiti takva ponašanja, ali i paziti da se time ne smanjuje mogućnost inovacija i daljnjeg tehnološkog napretka. Poželjni su određeni kriteriji kako poduzetnici ne bi izbjegavali odgovornost negirajući vezu između njih i računalnih programa. S obzirom na ubrzani razvoj, s pravom se nameće pitanje postoji li novi svijet koluzija koji zahtijeva nova pravila. Autorica je mišljenja kako je samo riječ o primjeni novih alata na poznate situacije. Za procjenjivanje je ključan element neki oblik namjere, a kao što je prethodno analizirano, u tim situacijama ona nedostaje. Iako postoje razmišljanja kako su potrebna nova pravila za novo digitalno doba, čini se da to nije potrebno jer postoje solidni temelji za ispitivanje nedozvoljenih sporazuma. Ono što bi moglo pomoći jest uvođenje nekih pomoćnih kriterija za tumačenje. Doktrina predlaže uravnotežen pristup koji uzima u obzir koristi i moguće socijalne troškove koje tehnologija stvara u području strategija određivanja cijena.⁵⁴

I, nakraju, ne smije se zaboraviti na ciljeve prava tržišnog natjecanja navedene u Protokolu br. 27. o unutarnjem tržištu i tržišnom natjecanju.⁵⁵ Oni i u novom digitalnom dobu ne gube na aktualnosti. Kako bi se i dalje osiguralo nesmetano tržišno natjecanje, potrebno je prilagoditi postojeće mehanizme i analitičke alate novoj tržišnoj realnosti.⁵⁶ Bez obzira na iste ciljeve, trendovi se mijenjaju. Ako je prije naglasak bio na alokativnoj učinkovitosti, sada je definitivno na inovativnosti. Može se govoriti o promjeni paradigme. Svi koji istražuju pravo tržišnog

⁵⁰ Ibid., str. 78.

⁵¹ Loc. cit.

⁵² Loc. cit.

⁵³ Harrington, Jr, Joseph E., Developing Competition Law for Collusion by Autonomous Artificial Agents, *Journal of Competition Law & Economics*, vol. 14, br. 3/18., str. 333.

⁵⁴ Beneke, F., Mackenrodt, O., op. cit., str. 125.

⁵⁵ Protokol (br. 27) o unutarnjem tržištu i tržišnom natjecanju, SL C 202, 7. 6. 2016.

⁵⁶ Europska komisija, Competition policy for the digital era, autori izvješća: Crémer, Jacques, de Montjoye, Yves - Alexandre, Schweitzer, Heike, 2019., dostupno na: <https://ec.europa.eu/competition/publications/reports/kd0419345enn.pdf>, (5. 12. 2019.), str. 125.

natjecanja – regulatori, sudstvo i doktrina – moraju se usmjeriti na stjecanje dodatnih vještina i razumijevanja novih pojmova. Prije se stalno isticalo potrebnim uključiti čim više ekonomskih stručnjaka u procjenjivanje pojedinih slučajeva. Trenutno je potrebno uključivanje IT stručnjaka – a čini se da će u budućnosti biti još više potrebe zanjima. Pravno ocjenjivanje mora imati uporište u tehnologiji kako bi bilo učinkovito u novom digitalnom dobu.⁵⁷

⁵⁷ Krausová, A., op. cit., str. 84.

DSc Ana Pošćić, Assoc. Prof.
Faculty of Law of the University of Rijeka

THE INFLUENCE OF THE FOURTH INDUSTRIAL REVOLUTION ON THE MARKET COMPETITION POLICY

The fourth industrial revolution is characterised by the fusion of advanced technologies, including accelerated development of the Internet and new technologies, algorithms and artificial intelligence; the so far unknown possibilities and new business models have thereby been opened. New questions are posed, requesting the recognition of both positive and negative effects. New technologies exercise major influence not only on all the aspects of our life, our environment and well-being, but also on the market structure. Furthermore, dynamism and constant technological development exercise major influence on our understanding of the existing concepts of the free market principle. One of the are asstrongly influenced by new technologies is market competition law. The question is whether the existing market competition law concepts may be applied to new instruments and terms. Market competition law, with its principles addressed in Articles 101 and 102 of the Treaty on the Functioning of the European Union, continues to provide a solid base for the assessment of potential situations, accompanied by necessary adjustment to the new challenges of the digital age. Repeated interest in artificial intelligence and the use of algorithms in making and directing business decisions presents a challenge for the regulators. Taking into account the number of open questions, this paper will remain focused only on reconsidering in which manner the use of algorithms and artificial intelligence may disturb the market structure, or rather facilitate the emergence of cartels or other forms of synchronised behaviour.

Keywords: fourth industrial revolution; market competition; artificial intelligence; algorithms; cartels.