



**Aktualne pravne analize i mi-
šljenja 2/2022**

**Viši troškovi avionskog goriva i poskupljenje
prethodno ugovorenih turističkih aranžmana**

Viši troškovi avionskog goriva i poskupljenje prethodno ugovorenih turističkih aranžmana:

Pravno mišljenje s pogledom na novi Zakon o zaštiti potrošača

Krajem maja meseca u novinama su se pojavili natpisi iz kojih se moglo saznati da će zbog povećanja svetskih cena goriva domaće turističke agencije, u slučaju već zaključenih aranžmana, naknadno svim onim svojim klijentima čiji aranžman uključuje avionski prevoz staviti u račun doplatu za nove troškove avionskog goriva. Ta doplata određivala bi se i plaćala *paušalno* prema zemlji destinacije aranžmana.

Tako je list Politika u sadržajnom članku 28. maja izvestio da je neki vid paušala, uz zalaganje udruženja YUTA, već dogovoren između agencija i da bi putnici trebalo da plate doplatu od „30 evra ako idu u Grčku, 40 u Tursku i 50 evra ako im je krajnja destinacija Egipat“.

Za putnika se kao građanina i potrošača postavlja pitanje da li i u kom obimu njega takvo stavljanje dodatnog paušala u račun obavezuje. Da li putnik mora platiti taj dodatak? Da li može putovati ako ne plati dodatak? I, nadasve, ako ne plati takav dodatak, da li putnik može odustati od aranžmana kao da ga nije ni zaključio i tražiti da mu se vrati sav uplaćeni novac?

U pravu u načelu važi princip striktnog važenja ugovora što znači da je svaka strana-ugovornica dužna ispuniti obavezu na način i u visini koji su dogovoreni i nikako drugačije („ugovor je stranama zakon“). Smisao ugovora kao pravnog instituta nije samo u tome da se stvori pravno pokriće za određenu ekonomsku transakciju (pribavljanje dobara i usluga) već i da se utvrđivanjem tvrdih prava i obaveza stvori izvesnost u poslovanju za kompanije i izvesnost u izdacima i planovima za korisnike usluga.

Međutim, od načela da promenjene okolnosti nemaju nikakav značaj za ugovorenu cenu turističkog aranžmana savremeno pravo već tradicionalno pravi izuzetak. Turistička agencija može naknadno korigovati već ugovorenu cenu; tako je utvrđeno u članu 876 Zakona o obligacionim odnosima, a kod aranžmana koje kupuju fizička lica, u članu 101 i 102 Zakona o zaštiti potrošača.

Po sredi je sasvim legitimna, ali i ujedno samo izuzetna – vrlo izuzetna – mogućnost koja postoji isključivo u slučaju kada se javila neka od u zakonu imenovanih naknadnih okolnosti, a i tada samo pod uslovom da agencija *ispuni bez izuzetka svaki propisani formalni i materijalni kriterijum za korekciju cene*. Ti kriterijumi su sledeći:

Prvo, prema Zakonu o zaštiti potrošača naknadno menjanje cene turističkog aranžmana *naviše* moguće je samo ako je mogućnost naknadne korekcije cene *predviđena u ugovoru*, a i onda samo pod uslovom da ugovor u isti mah predviđa i da se korekcija usled budućih okolnosti može izvršiti i u obrnutom smeru – na *niže*. Time se stvara ekvivalencija u značaju promenjenih okolnosti za obe strane u ugovoru, a aranžman dakle može naknadno poskupeti, ali i pojeftiniti.

Drugo, da bi menjanje cene *naviše* bilo valjano nije dovoljno da postoje bilo kakve, sasvim opšte promenjene okolnosti. Promena cene je pravno valjana samo kao korekcija cene u *zakonski tačno određenim* grupama slučajeva. Ovde je za prikaz centralni značaj tačke 1 stava 2 člana 101 Zakona o zaštiti potrošača, gde zakonodavac kaže da je jednostrana korekcija cene aranžmana kao celine dozvoljena kada dođe do promene „cene prevoza putnika do koje je došlo usled promene cene goriva ili drugih izvora energije“.

Navedena odredba člana 101 Zakona o zaštiti potrošača znači da se naknadna korekcija cene aranžmana *naviše* mora pravdati promenom u tačno i konkretno utvrđenoj ceni prevoza jediničnog putnika, a ne može se pravdati opštim razmišljanjima ili uvidima u kretanje prosečnih svetskih cena nafte i njenih derivata. Turistička agencija zaista sme dakle po važećim propisima povišiti cenu aranžmana, ali samo kada ona za prevoz *zaista* plaća – uprošćeno rečeno – za sedišta putnika više nego što je bilo iskalkulisano, a i tada samo pod uslovom da razlog skuplje cene sedišta u povećanju cene goriva.

Treće, Zakon o zaštiti potrošača postavlja nekoliko formalnih uslova bez kojih traženje više cene odnosno doplate ne može biti pravnovaljano: cena se aranžmana može povišiti jednostrano samo u slučaju da je propisano obaveštenje o novoj ceni putnik zaprimio najmanje 20 dana pre početka putovanja i samo ako takvo obaveštenje sadrži *dokumentovane razloge* za korekciju cene u datom pojedinačnom slučaju, što prema ovde zastupanom

mišljenju znači da agencija koja želi menjati cenu ugovorenog aranžmana navise mora putniku predočiti svoju prvobitnu i novu kalkulaciju prevoznih troškova (agencija koja ne želi očitovati te stavke to ne mora učiniti, ali onda ne može ni menjati cenu).

Konačno, jednostrana izmena cene navise dozvoljena je samo kada ne prelazi 8% od ugovorene cene celog aranžmana. Kada je takvo povećanje urađeno u skladu sa gore navedenim uslovima, onda putnik *mora pristati na novu cenu i ne može odustati od aranžmana zbog izmenjene cene*. U slučaju da agencija želi povisiti cenu više od 8% ona može učiniti i takav predlog – ali onda putnik može odustati od celog aranžmana i tražiti da mu se vrati svaki uplaćeni dinar.

Iz rečenog sledi, da se vratimo na vesti o paušalnim doplatama aranžmana, da ideja paušalnih doplata, čini se, zasada nije u potpunosti u skladu sa režimom zaštite prava putnika koju predviđa Zakon o zaštiti potrošača. Kupac aranžmana sa stavkom avionskog prevoza do Soluna i kupac aranžmana sa stavkom avionskog prevoza do udaljenog ostrva Krit, prema Zakonu o zaštiti potrošača, kada su ispunjeni svi uslovi, može biti obavezan da doplati višu cenu prevoza *samo onoliko koliko je ona viša za njegovu konkretnu situaciju i samo onoliko koliko je poskupljenje zaista uzrokovano rastom cene goriva*.

U rečenom smislu, na dohvrat je ruke, da dve udaljene destinacije u istoj zemlji mogu opravdati različitu visinu promene cene (i višu i nižu od onih koje se pominju u vestima), kao i da let u sasvim udaljene destinacije, od slučaja do slučaja, možda ne opravdava nikakvo povećanje cene, jer je recimo cena goriva u nekoj zemlji naftne industrije ostala nepromenjena. Uostalom, mnogo toga zavisi od karaktera u samom aranžmanu ugovornog avio-prevoza: u slučaju kada agencija kupuje obične avionske karte na redovnim linijama ne vidi se – *ceteris paribus* – šta može da opravda traženje doplate. Neka apstraktna činjenica da skaču cene nafte u svetu nije sama za sebe pravno priznat razlog za poskupljenje cene ugovorenog aranžmana.

Kao dodatna teškoća kod naknadnog povećanja cene ugovorenog aranžmana može se u našoj zemlji javiti i gore već pomenut uslov da povećanje cene kao opcija mora između agencije i kupca aranžmana kao pravo agencije, kako stoji u Zakonu o zaštiti potrošača, biti „ugovoreno“. Ta

naizgled jednostavna formulacija otvara jedno suptilno pitanje koje se tiče problema da li se takvo pravo može osim u ugovoru u užem smislu predvideti i u opštim uslovima putovanja.

Mogućnost da opcija povećanja cena bude predviđa u opštim uslovima poslovanja (putovanja) je kontroverzna prvo stoga što je deo predmetnih klauzula u domaćim opštim uslovima putovanja napisan na manje kvalitetan način (isti problem javio se i u drugim zemljama), što od slučaja do slučaja dovodi u pitanje njihovu obaveznost, a drugo zato što naše pravo tradicionalno, u članu 876 stav 2 Zakona o obligacionim odnosima, predviđa obavezu ispisivanja opcije povećanja ugovorene cene u potvrdi o putovanju, što se u smislu potrošačkog prava može tumačiti kao *surplus za potrošače zagarantovan drugim propisom*.

Iz svega rečenog se vidi da materija naknadnog povećanja cene putnog aranžmana nije jednostavna i da sud o pravnoj dopuštenosti povećanja ugovorene cene zavisi od sume prilika u svakom pojedinačnom slučaju (šta piše u ugovoru, kako su sastavljeni opšti uslovi poslovanja, da li je agencija ispunila sve formalne i materijalne zakonske uslove za povećanje cene itd.), kao i od pravnih pitanja u pogledu kojih se, dok ih ne razreši sudska praksa, mogu zastupati različita mišljenja (u stranoj sudskoj praksi se, na primer, kao vrlo sporno javilo pitanje da li agencija može poskupeti aranžman zbog skoka cene prevoza koji je već u trenutku prodaje aranžmana bio neminovan). U slučaju gde se potvrdi da neki od formalnih ili materijalnih zakonskih uslova za povećanje cene nije bio ispunjen, doplata za novu cenu ne bi imala valjan pravni osnov.

Važno je istaći i da citirani domaći propisi ne predviđaju obavezu povećanja cene aranžmana, već samo jednu mogućnost o kojoj svaki učesnik na tržištu treba da odluči spram celine svoje poslovne politike da li će je i kako će je koristiti. Akterima na tržištu pravila slobodne tržišne utakmice moraju ostaviti pravom priznat prostor da samostalno reaguju na fluktuacije na tržištu dok se na dogovore o zajedničkom nastupu u savremenoj ekonomiji gleda sa manje naklonosti nego u ranijem privrednom sistemu, budući da osim pozitivnih efekata imaju i negativan efekat na principe slobodne konkurencije.

Povećanje eksternih troškova se u klasičnoj savremenoj privredi amortizuje pre svega

kalkulisanjem rizika već u početnu cenu proizvoda po kojoj se on u startu nudi na tržištu, zatim disperzijom rizika kroz proračunatu politiku cena manje rizičnih proizvoda, dalje osiguranjem pretećeg rizika kod osiguravajućih kuća i konačno stvaranjem redovnih poslovnih rezervi. U kapitalističkoj privredi je prevajivanje novih troškova za pružanje već ugovorenih usluga na klijente zadnja mera i praktično se teško može sprovesti bez sporednih negativnih efekata.

Ukratko, naknadno povećanje cene ugovorenog turističkog aranžmana *jeste dozvoljeno*, ali samo izuzetno i *samo u okviru u zakonu tačno predviđenih uslova*. Reč je o složenim propisima, preuzetim iz evropskog prava, koji zahtevaju sagledavanje svih prilika konkretnog slučaja i razrešenje još otvorenih pravnih pitanja. Zadnju reč imaju stavovi sudske prakse koja će u našoj i drugim evropskim zemljama, svi se nadaju, naći najbolji put i način da uskladi različite, ali vrlo razumljive i sasvim opravdane interese raznih strana u materiji svima dragih turističkih aranžmana.

Advokat dr Luka Breneselović

luka.breneselovic@mlaw.rs