

UGOVOR O ALOTMANU

REZIME: Turističko kretanje koje danas uključuje milione ljudi, pretpostavlja postojanje brojnih organizaciono-tehničkih uslova u cilju zadovoljenja potreba turista, usled čega dolazi do brojnih odnosa između turista kao nosilaca turističkog prometa i davaoca usluga, tako da je potreba za pravnim normiranjem tih odnosa očigledna.

Ugovor o alotmanu je proizašao iz potreba turističkog prometa u poslovnim odnosima između agencije i hotela i on odražava sve karakteristike savremenog turizma, ulogu i položaj turističkih agencija i hotela u turističkom prometu, a dobrim delom i ekonomske karakteristike njihovog poslovanja.

Ugovor o alotmanu je svojevrsan oblik duže poslovne saradnje između turističke agencije i ugostitelja i za turističke organizacije predstavlja znatno viši stepen poslovne stabilnosti i sigurnosti jer omogućuje duže planiranje poslovne delatnosti, kako za turističke agencije, tako i za ugostiteljske i hotelske organizacije, te je zbog toga veoma pogodan za masovan turizam i sve je češći u poslovnoj praksi.

Ključne reči: alotman, turistička agencija, ugostitelj, hotel, gost, rezervacija, smeštaj, usluga.

UVOD

Turizam, kao jedna od najmasovnijih pojava savremenog društva, nije samo ogledalo razvijenosti tog istog društva, već i odraz proizvodnih i društvenih odnosa zastupljenih u njemu, a uslovi za brži i dinamičniji razvoj turizma su svakim danom sve veći i složeniji. Otvaranjem novih vidika kao i stvaranje kompleksnih i kvalitetnijih potreba savremenog čoveka, turizam je postao široka potreba savremene civilizacije. On se javlja u mnogim sferama javnog i privatnog života, kako političkog i kulturnog, tako i u sferi zdravstva

* Diplomirani pravnik – master, Novi Sad

i prosvete. Uticaj turizma na gotovo sve ostale privredne delatnosti svakim danom jača, podjednako i na nacionalnom i na međunarodnom planu.

Kao sama pojava, turizam se javlja u najrazličitijim sredinama na najmnogobrojnije načine i uvek različitim intenzitetom. Ipak, jedno je uvek zajedničko, a to je da je on ili uzrok ili posledica boljih uslova života. Jedina prepreka koja može zaustaviti, pa i uništiti dalji razvoj turizma, jeste rat. No, nadamo se da će vremenom čovečanstvo uspeti da prevaziđe ove vrste sukoba i omogućiti nesmetan razvoj kako svih privrednih grana, tako i turizma.

Definicije turizma su brojne, ipak jednu od najprikladnijih čini definicija data još 1954. godine, od strane uvaženih švajcarskih autora Hunzikera i Krapfa pri međunarodnom udruženju naučnih turističkih eksperata (AIEST) koja glasi: „Turizam je skup odnosa i pojava koje proizilaze iz putovanja i boravka posetilaca nekog mesta, ako se tim boravkom ne zasniva stalno prebivalište i ako s takvim boravkom nije povezana nikakva njihova privredna delatnost“.¹

Iako turista može da ostvari direktan kontakt sa svakim davaocem usluga pojedinačno (ovde se imaju u vidu turističke usluge na području ugostiteljstva, saobraćaja, trgovine, kulture, zabave i sl.), upravo zbog brojnosti i složenosti osiguravanja turističkih usluga, turisti često pribegavaju osiguravanju odnosno ugovaranju svih željenih vrsta usluga na jednom mestu, a to je turistička agencija. Time turisti sebi znatno olakšavaju i pojednostavljuju situaciju, odnosno prepuštaju turističkoj agenciji da posreduje, te stupa u kontakte sa svim izvršiocima usluga sa kojima bi sam turista morao da stupi u direktan kontakt. Svi ti odnosi sadrže niz specifičnosti koje često uzrokuju pojavu novih pravnih momenata zanimljivih, kako za pravnu teoriju, tako i za samu pravnu praksu.

Iz mnoštva specifičnosti turističkog prometa i njihovih odnosa, izdvaja se jedan ugovorni odnos u turističkom prometu koji je izvršio poseban uticaj i dao poseban pečat u pravnom pogledu, a to je ugovor o angažovanju ugostiteljskih kapaciteta između ugostitelja i turističke agencije, odnosno, ugovor o alotmanu.

I UGOVOR O ALOTMANU

1. POJAM UGOVORA O ALOTMANU

Ugovor o alotmanu, odnosno ugovor o angažovanju ugostiteljskih kapaciteta, predstavlja ugovor između turističke agencije i ugostitelja, i jedna je

¹ Marković S., Marković Z., (1976). Osnove turizma, Zagreb, str. 10

od tri vrste ugovora koji se javljaju između turističke agencije i ugostitelja. Druga dva ugovora koja se javljaju u poslovnoj praksi jesu:

- a) ugovor o najmu celog objekta i
- b) ugovor na bazi zatražene i potvrđene rezervacije.

Ugovor o alotmanu privlači najviše pažnje jer se u njemu u najvećoj meri ogledaju karakteristike savremenog turističkog prometa, kome i pripada zasluga za nastanak ove vrste ugovora.

„Ugovorom o alotmanu jedna ugovorna strana – ugostitelj – se obavezuje da u određeno vreme stavi na raspolaganje drugoj ugovornoj strani – turističkoj agenciji, određen broj ležaja i određeni turistički objekt, zatim da pruži ugovorene ugostiteljske usluge licima koje uputi turistička agencija i da plati turističkoj agenciji ugovorenu proviziju, dok se turistička agencija obavezuje da preduzme sve mere da bi popunila kapacitete ugostiteljskog objekta u ugovorenom obimu, ili da u utvrđenim rokovima obavesti ugostitelja da nije u mogućnosti da popuni ugostiteljske kapacitete, a isto tako i da plati cenu pruženih usluga ukoliko je koristila angažovane ugostiteljske i hotelske kapacitete“.² Sam naziv ovaj ugovor je dobio po engleskoj reči *allotement*, što znači deo, raspodela, doznaka.

„Ugovor o alotmanu je sve češći u poslovnoj praksi i najčešće predstavlja svojevrsan oblik duže poslovne saradnje ne samo između turističke agencije i ugostitelja, nego i između većeg broja domaćih i stranih turističkih agencija. Ugovor o alotmanu za turističke organizacije predstavlja znatno viši stepen poslovne stabilnosti i sigurnosti jer omogućuje duže planiranje poslovne delatnosti i to kako za turističke agencije, tako i za ugostiteljske i hotelske organizacije. Ovaj ugovor je veoma pogodan za masovni turizam, a savremeni turizam sve više dobija masovne, stereotipne i jednoobrazne oblike.“³

2. IZVORI PRAVA

Ugovor o alotmanu je u našem pozitivnom pravu detaljno regulisan u Zakonu o obligacionim odnosima iz 1978. u članovima 885-896, zatim Posebne uzanse u ugostiteljstvu iz 1983. godine, takođe predstavljaju značajan izvor prava, a pojedine odredbe o turističkim uslugama se mogu naći i u Zakonu o prometu robe i usluga sa inostranstvom iz 1985. godine. Pored na-

² Vilus J., Carić S., Šogorov S., Đurđev D., Divljak D., (2008). Međunarodno privredno pravo, Novi Sad, str. 440.

³ Carić S., Šogorov S., Vilus J., Đurđev D., (2000) Međunarodno privredno pravo, Novi Sad, str. 389.

vedenih izvora prava, značajan izvor prava predstavljaju i poslovni običaji na koje se Zakon o obligacionim odnosima iz 1978. godine poziva u članu 894.⁴

Internacionalni karakter turističke privrede nameće potrebu unifikacije i izjednačavanja pravnih pravila u sferi turizma, te je zbog toga neophodno spomenuti i najvažnije izvore međunarodnog prava iz ove oblasti. Od izuzetnog značaja su: Sporazum o poslovnim odnosima između hotela i turističkih agencija iz 1963. godine (Convention Agreement, FIAV, Zermmet-Lisabon, 1963), zatim Međunarodni hotelski red (Reglement internationale de la hôtellerie – AIH; 1954) i Hotelska konvencija između AIH i FIAV iz 1970. godine, koja je 1983. godine menjana i dopunjavana.⁵

3. PRAVNA PRIRODA UGOVORA

Ugovor o alotmanu se razvio iz ugovora o zakupu, ali je tokom vremena poprimio karakteristike i nekih drugih imenovanih ugovora: ugovora o delu (pružanje određenih ugostiteljskih i drugih usluga), ugovora o prodaji itd. Ipak, elementi ovih drugih imenovanih ugovora su u ovom ugovoru sjedinjeni na način da ga čine posebnim imenovanim, a ne mešovitim ugovorom.

Kako je za ugovor o alotmanu i njegovo izvršenje vezano više pravnih odnosa u kojima turistička agencija i hotelijer preuzimaju različita prava i obaveze, ali iz različitih ugovora odnosno ugovornih osnova, pravna priroda ovog ugovora je veoma kompleksna. Momentom zaključenja ugovora uspostavlja se direktna pravna veza između turističke agencije i hotelijera, po osnovu ugovora o alotmanu, kao posebne ugovorne celine, dok s druge strane, izvršenje ugovora o alotmanu prati jedna druga samostalna ugovorna celina, koja se javlja iz odnosa turističke agencije i putnika, odnosno trećeg lica, koji stupa u pravne odnose sa turističkom agencijom po osnovu posredničkog ugovora o putovanju ili ugovora o organizovanju putovanja.⁶

Stanovišta pojedinih pravnih teoretičara su i u ovom pogledu različita:

Antonijević Z. smatra da se u ovom ugovoru pretežno nalaze elementi ugovora o zakupu, kao i elementi ugovora o delu, obzirom da se hotelijer obavezuje da će putnicima koje uputi turistička agencija, pružiti ugovorene ugostiteljske i druge usluge.⁷

Dragašević M. u ugovoru o alotmanu nalazi elemente koji u osnovi sadrži ugovor o hotelskim uslugama, odnosno elemente ugovora o zakupu, delu

⁴ Dougan D., (1984). Ugovor o alotmanu, Pravni fakultet, Novi Sad, str. 81–82

⁵ Carić S., Šogorov S., Vilus J., Đurđev D., (2000). Međunarodno privredno pravo, Novi Sad, str. 378

⁶ Vasiljević M., (1997). Poslovno pravo, Beograd, str. 549

⁷ Antonijević Z., (1968). Ugovori u privredi, Beograd, str. 257

i sl. Pored toga, izvršenje ugovora o alotmanu se izvršava tako što klijenti agencije dolaze u hotelski objekat i hotelijer (koji je u ugovornom odnosu sa turističkom agencijom) ima obavezu da primi goste i pruži im predviđene usluge. Iz datih razloga, ugovor o alotmanu preuzima strukturu pravnog posla u korist trećeg lica.⁸

Celokupni sadržaj ugovora o alotmanu se, međutim, ne može u potpunosti objasniti kategorijom mešovitog ugovora, iz razloga što se bitni elementi ovog ugovora, a to su obaveza putničke agencije da će popuniti ugovorene kapacitete upućivanjem putnika u hotel i obaveza hotelijera da će staviti na raspolaganje turističkoj agenciji određeni broj ležajeva i pružiti upućenim putnicima ugovorene ugostiteljske usluge, ne mogu naći ni u jednom drugom ugovoru. Zbog toga, smatra Šmid V., da ugovor o alotmanu predstavlja poseban i samostalan ugovor koji se sklapa samo između određenih stranaka (turističke agencije i hotela) u kojem stranke imaju svoje posebne razloge obavezivanja, kojim preuzimaju karakteristične obaveze, kako su ih same stranke formirale u ustaljenim klauzulama ugovora, poslovnim običajima i uzansama.⁹

4. FORMA I SADRŽINA UGOVORA

Ugovor o alotmanu mora biti zaključen u pismenom obliku, jer se po pravilu radi o dužim uzajamnim ugovornim odnosima između turističke agencije i ugostitelja. Ako u ugovoru nije drugačije određeno, smatra se da je ugovor o alotmanu zaključen na jednu godinu, tj. da se radi o ugovornom odnosu između turističke agencije i ugostitelja u pogledu jednogodišnjeg angažovanja ugostiteljskih i hotelskih kapaciteta.¹⁰

Specifičnost ovog ugovora, odnosno činjenica da se unapred stavljaju na raspolaganje određeni hotelski kapaciteti turističkoj agenciji, kao i činjenica da se jasno i precizno utvrde prava i obaveze ugovornih strana, nameće neophodnost pismene forme ovog ugovora.¹¹

Elementi koje po pravilu sadrži ugovor o alotmanu i koje je neophodno precizno utvrditi u ugovoru su:

- 1) „Ugovorne strane“ (ime – firma ugovornih strana, imena lica koja ih zastupaju i sl.);
- 2) „Vremenski period rezervacije“ (početak, kraj i mogući prekid);

⁸ Dragašević M., (1976). Ugovor o turističkim uslugama, Pravni fakultet, Novi Sad, str. 105–107.

⁹ Šmid V., (1976). Putnička agencija i njeni ugovori s putnicima i davaocima usluga, Beograd, str. 225–226.

¹⁰ Kapor V., Carić S., (2000). Ugovori robnog prometa, Novi Sad, str. 499–500.

¹¹ Milutinović T., (1993). Ugovor o alotmanu, Pravni fakultet, Novi Sad, str. 6.

- 3) „Raspodela rezervacija u određenom vremenskom periodu (detalji o sobama)“ – preciziranje vrste i obima usluga, sa svim potrebnim pojedinostima koje će, po precizno utvrđenom planu, rasporedu, gosti koristiti u periodu rezervacije;
- 4) „Cene usluga prema sezonama (glavna, pred, posle sezone) u okviru perioda rezervacije“. Cene se određuju po osobi i danu i to: za pansion, polupansion ili samo smeštaj (uključujući eventualno dodatne usluge npr. korišćenje mini golfa, ski nautike itd.). Pravilo je da ni turistička agencije ni hotelijer ne otkrivaju gostu cene koje su međusobno ugovorili;
- 5) „Specijalni uslovi (povlašćene cene, besplatne usluge)“ – u pitanju su najčešće besplatne usluge ili popusti za decu i povlastice za vođice, vozače i sl.;
- 6) „Uslovi plaćanja usluga, rokovi i eventualne garancije“ (plaćanje hotelskih usluga unapred, akontacije i depoziti, kapara i sl.);
- 7) „Obaveštavanje o toku prodaje hotelskih usluga“ (stanje rezervacija – booking-a, o čemu se informiše hotelijer, obično u ugovorenim rokovima);
- 8) „Zadnji rok za potvrdu izvršenja ugovora“;
- 9) „Raspored (distribucija) poslanih i potvrđenih rezervacija“;
- 10) „Zadnji rok za slanje rooming lista“ – koje sadrže popis lica koji će boraviti u hotelu, sa po pravilu, podacima o polu, starosti i sl.);
- 11) „Naknada za nekorišćenje hotelskih usluga od strane turističke agencije“;
- 12) „Naknada za neizvršenje ili nepotpuno izvršenje ugovora od strane hotelijera“;
- 13) „Načini (oblici) plaćanja“ (npr. isplata po prijemu fakture, na bazi priloženih vaučera – originala itd.).¹²

5. ZAKLJUČENJE UGOVORA

Ugovorne stranke ugovora o alatmanu prema Zakonu o obligacionim odnosima iz 1978. godine, jesu turistička agencija i ugostitelj.

Ugovor između pomenutih stranaka je zaključen kada se ugovorne stranke dogovore o bitnim elementima ugovora, a to je o vrsti i obimu ugostiteljske usluge, broju ležajeva u određenom objektu, ceni i vremenu angažovanih kapaciteta. Kao što je već napomenuto, ovaj ugovor mora biti zaključen u

¹² Dragašević M., (1973). Pravni odnosi između hotelijera, gosta i putničke agencije, Beograd, str. 170–176

pismenoj formi, prema čl. 886 Zakona o obligacionim odnosima iz 1978. godine, kako zbog dokaznih razloga, tako i zbog mnoštva podataka koje ova vrsta ugovora sadrži.¹³

Za zaključenje ugovora o alotmanu, turističke agencije, pa i veće hotelske organizacije imaju već spremljene formulare koje ove dve ugovorne strane potpisuju i na taj način zaključuju ugovor. U slučaju da jedna ugovorna strana pismeno potvrdi prijem pismene ponude druge ugovorne strane, smatraće se kao pismeno zaključen ugovor. Zaključenju ugovora prethodi slanje upitnika koje šalju turističke agencije pre svake sezone hotelima, u koje hoteli upisuju podatke o cenama, kapacitetu i sl. Hoteli, nadalje, ukoliko su zainteresovani za saradnju, šalju svoje prospekte i cenovnike, ali to još uvek ne predstavlja ponudu, već samo poziv na istu. Ponuda sledi kada turistička agencija posle prijema upitnika pošalje hotelu preciziranu rezervaciju. Kada su obe stranke kod zaključenja ugovora prisutne, vreme i mesto zaključenja ugovora je jasno, dok se kod distanciranih ugovora primenjuje teorija prijema, što znači da je ugovor zaključen kada ponuđač primi od druge ugovorne strane izjavu da je ponudu prihvatila. U tom slučaju se pod mestom zaključenja smatra ono mesto u kojem je ponuđač imao sedište, odnosno stalno boravište u trenutku kada je dao ponudu.¹⁴

6. PRAVA I OBAVEZE UGOVORNIH STRANA

Ugovor o alotmanu je dvostrani teretni ugovor, tako da su prava i obaveze stranaka koje iz njega izviru uzajamne: obaveze turističke agencije su istovremeno prava hotelijera, i obrnuto, obaveze hotelijera su prava turističke agencije. Međutim, ugovorene usluge hotel ne pruža turističkoj agenciji, već upućenom putniku, koji u ovom slučaju predstavlja ovlašćenu osobu da primi izvršenje ugovorenih obaveza smeštaja i hrane.¹⁵

7. OBAVEZE TURISTIČKE AGENCIJE

7.1. Obaveza turističke agencije da prilikom izvršenja ugovora postupa pažnjom dobrog privrednika

Ovo je osnovna ugovorna obaveza turističke agencije i ukazuje na neophodnu stručnost turističke agencije prilikom obavljanja niza radnji i delatnosti

¹³ Milutinović T., (1993). Ugovor o alotmanu, Pravni fakultet, Novi Sad, str. 8

¹⁴ Dougan D., (1984). Ugovor o alotmanu, Pravni fakultet, Novi Sad, str. 92–94.

¹⁵ Šmid V., (1976). Putnička agencija i njeni ugovori s putnicima i davaocima usluga, Beograd, str. 227.

u vezi izvršenja ugovora o alotmanu, a koje nisu direktno, izričito i konkretno regulisane u ugovoru o alotmanu.¹⁶

7.2. Obaveza popunjavanja kapaciteta

Ova obaveza turističke agencije, svojim sadržajem i načinom ispunjenja i karakteriše ugovor o alotmanu. Ipak, turistička agencija se ove obaveze može relativno lako osloboditi blagovremenim obaveštavanjem, i to iz razloga što u trenutku zaključenja ugovora o alotmanu turistička agencija ne zna da li će moći i u kom obimu da ispuni preuzetu obavezu. Pošto popunjavanje kapaciteta od strane tursitičke agencije ne zavisi samo od uloženog truda agencije, već i od nepredviđenog kolebanja osetljive turističke tražnje, ovakvo stanovište je poptuno razumljivo. I u samom Zakonu o obligacionim odnosima iz 1978. čl. 896, se kaže da se ugovorom o alotmanu ne može predvideti posebna obaveza turističke agencije da popuni angažovane ugostiteljske kapacitete. Ne treba izgubiti iz vida da ugovor o alotmanu spada u grupu turističkih ugovora, za koje je karakteristično da nalogodavac turističkih usluga može lako da istupi iz obligacionih odnosa, samo da svoju volju blagovremeno pre izvršenja ugovora saopšti turističkoj agenciji ili ugostitelju. Shodno prirodi posla, obaveza turističke agencije da popuni ugovorene ugostiteljske kapacitete je blaga.¹⁷ Turistička agencija ne preuzima obavezu da uistinu popuni angažovane kapacitete, nego će samo nastojati da ih u dogovorenom vremenu popuni.¹⁸

Obema ugovornim stranama je kod zaključenja ugovora o alotmanu, jasno da turistička agencija nije u situaciji da preuzme čvrstu obavezu potpunog popunjenja ugovornih kapaciteta, već da će nastojati da popuni ugovorene kapacitete.

Ipak, time se ne menja činjenica da se turistička agencija ugovorom o alotmanu obavezuje da će popuniti ugovorene hotelske kapacitete, iako se kasnije ove obaveze može lako osloboditi. I upravo zbog toga, što je popunjavanje ugovorenih hotelskih kapaciteta obaveza turističke agencije, za nju je određena odštetna odgovornost, a ove odgovornosti se turistička agencija može osloboditi korišćenjem zakonskog prava da odustane od ugovora.¹⁹

¹⁶ Kapor V., Carić S., (2000). Ugovori robnog prometa, Novi Sad, str. 500

¹⁷ Milutinović T., (1993). Ugovor o alotmanu, Pravni fakultet, Novi Sad, str. 9

¹⁸ Draškić M., (1976). Međunarodno regulisanje turističkih pravnih poslova, Pravni fakultet, Novi Sad, str. 37

¹⁹ Čl. 895 Zakona o obligacionim odnosima iz 1978. godine

Zbog prirode same obaveze, hotelijer zbog neispunjenja ove obaveze ne može da traži ispunjenje ugovora, ali ima pravo na odštetu, koja je sankcija za neispunjenje ugovorne obaveze.²⁰

7.3. Obaveza obaveštavanja

Zakon o obligacionim odnosima iz 1978., u članu 887, predviđa tri vrste obaveštavanja i to:

7.3.1. Obaveza obaveštavanja o popunjavanju smeštajnih kapaciteta

Ova obaveza obaveštavanja od strane turističke agencije o popunjavanju rezervisanih kapaciteta, proističe iz toga što ugostitelj nema garanciju da će mu turistička agencija ugovorene kapacitete popuniti, a otkazni rokovi su relativno kratki za koje vreme ugostitelj ne može popuniti smeštajne kapacitete koji su ostali prazni nakon otkaza turističke agencije. Nastojeći da se takva situacija izbegne, odnosno smanji rizik, turistička agencija mora da obaveštava ugostitelja o stanju „bookinga“ već pre roka koji je predviđen za otkaz kapaciteta. Rokovi za obaveštavanje su obično određeni ili „svakih 15 dana“ ili „svakog 1. i 15. u mesecu“, od određenog dana npr. 1. maja. Ukoliko ugovorom nije drugačije određeno, turistička agencija prema Posebnim uzansama o ugostiteljstvu iz 1983. godine, mora početi da obaveštava ugostitelja o popunjavanju angažovanih kapaciteta najkasnije dva meseca pre početka ispunjenja ugovora o alotmanu, i da ga o tome nastavi da obaveštava blagovremeno, svakih 30 dana. Iz pomenutih obaveštenja, ugostitelj je u prilici da vidi pre roka za otkaz koliko će rezervisanih kapaciteta turistička agencija koristiti, a koliko otkazati, tako da može na vreme reagovati i ponuditi svoje smeštajne kapacitete drugima. Ukoliko turistička agencija ne pokazuje uspeh u plasiranju rezervisanih kapaciteta, po osnovu obaveštenja o „bookingu“, ugostitelj ima pravo da delimično ili u potpunosti otkáže ugovor o alotmanu.²¹

7.3.2. Obaveza obaveštenja o korišćenju kapaciteta

Ukoliko turistička agencija nije u mogućnosti da popuni sve smeštajne kapacitete, u ugovorenom ili uobičajenom roku, ona mora o tome obavestiti ugostitelja i poslati mu listu gostiju.²²

²⁰ Dougan D., (1984). Ugovor o alotmanu, Pravni fakultet, Novi Sad, str. 96–101

²¹ Dougan D., (1984). Ugovor o alotmanu, Pravni fakultet, Novi Sad, str. 102

²² Čl. 887, st. 2 Zakona o obligacionim odnosima iz 1978.

Iz toga sledi da turistička agencija mora poslati obaveštenje o popunjavanju kapaciteta samo u slučaju da ne može da popuni sve kapacitete. Takvo objašnjenje po Zakonu o obligacionim odnosima iz 1978. godine, čl. 895, znači pravo turističke agencije delimičnog ili potpunog otkaza ugovora. Nadalje, ugostiteljski kapaciteti koji u listi gostiju nisu označeni kao popunjeni, smatraju se slobodnim, od dana prijema te liste od strane hotela za period na koji se lista odnosi.²³ Rokovi za obaveštenje se određuju ugovorom ili određenim danom ili određenim brojem dana pre dolaska gostiju. U Posebnim uzansama o ugostiteljstvu iz 1983. godine, čl. 95, se predviđaju uobičajni rokovi, a to su sedam dana pre dolaska gostiju van sezone i petnaest dana u sezoni.²⁴

7.3.3. Obaveza predaje liste gostiju

Za razliku od obaveštenja o korišćenju kapaciteta, turistička agencija mora listu gostiju uvek predati, osim u slučaju otkazivanja svih kapaciteta. Lista gostiju takođe služi i kao obaveštenje o korišćenju hotelskih kapaciteta i ona se mora predati ugostitelju u rokovima određenim za otkaz upotrebe kapaciteta. Ova obaveza predaje liste gostiju ugostitelju, je nastala iz prvenstveno praktičnih razloga, kako bi ugostitelj znao koje i koliko smeštajnih kapaciteta da pripremi, uvažavajući pri tom zahtev gostiju u vezi soba.²⁵

7.4. Obaveza pridržavanja ugovorenih cena

Turistička agencija ne može licima koje šalje u ugostiteljski objekat zaračunavati veće cene za ugostiteljske usluge od onih koje su predviđene ugovorom o alotmanu ili ugostiteljskim cenovnikom.²⁶ U cilju popunjavanja smeštajnih kapaciteta u što većem procentu, ugostitelji nude turističkim agencijama u okviru ugovora o alotmanu do 20% niže cene ugostiteljskih usluga, kako bi one bile privlačne i povoljne za goste. Ugovorene cene po osnovu ugovora o alotmanu mogu biti „neto cene“ tj. cene bez provizije, ili pak „bruto cene“ tj. cene sa uobičajenom provizijom od 10%. „Neto cena“ svakako pripada ugostitelju, dok putnik uvek plaća „bruto cenu“ kako bi turistička agencija zadržala razliku između „bruto“ i „neto“ cene kao svoju proviziju.²⁷

²³ Čl. 887, st. 3 Zakona o obligacionim odnosima iz 1978.

²⁴ Dougan D., Ugovor o alotmanu, str. 103–104

²⁵ *Ibid.*

²⁶ *Ibid.*, str. 105

²⁷ Čl. 888 Zakona o obligacionim odnosima iz 1978.

7.5. Obaveza plaćanja ugostiteljskih usluga

Dve obaveze plaćanja koje sadrži ugovor o alotmanu, a to su obaveza agencije da mora platiti ugostitelju cenu ugostiteljskih usluga, i obaveza ugostitelja da mora platiti turističkoj agenciji proviziju, slede iz obaveznosti obeju stranaka ovog ugovornog odnosa za izvršenje ugovora.²⁸ Ugovorom o alotmanu ugovorne stranke određuju pansionске ili polupansionске cene za pojedinačne kategorije soba, koje su u principu uvek niže od cena za individualne goste. Ugovorne stranke se, takođe dogovaraju koje usluge još obuhvata pansionска cena (upotreba bazena, teretane i sl.), kao i o popustima (za vodiče, decu i sl.). Pošto je ugostitelj upućenom gostu pružio usluge, postavlja se pitanje da li obavezu plaćanja cene ima turistička agencija ili sam gost. Prema međunarodnim uzansama, ukoliko nije bilo ugovoreno da će cenu platiti gost, onda je turistička agencija, koja je zaključila hotelijerski ugovor, dužna da podmiri fakturu. I sam Zakon o obligacionim odnosima iz 1978. godine, u čl. 889, kaže da ukoliko ugovorom drugačije nije određeno, cenu pruženih ugostiteljskih usluga plaća ugostitelju turistička agencija posle izvršenih usluga. Ugostitelj, takođe ima pravo da zahteva plaćanje odgovarajuće akontacije. Način plaćanja ugovorenih usluga predviđen je ugovorom. Po pravilu, posle pruženih usluga, po osnovu „rooming liste“ ili vaučera potpisanog od strane putnika ili vođe grupe, hotelijer ispostavlja turističkoj agenciji fakturu sastavljenu na osnovu ugovorenih cena. Turistička agencija tada ima obavezu da plati fakturu u ugovorenom roku (to je najčešće 15 dana od dana prijema fakture), a ukoliko taj rok nije ugovoren, on ne može biti duži od 30 dana. Turistička agencija mora da plati ugostiteljske usluge za svaku grupu, a u slučaju neredovnog plaćanja se, pored zateznih kamata, predviđaju u ugovoru i dodatne sankcije, kao što je npr. pravo otkaza.²⁹

7.6. Obaveza izdavanja posebne pismene isprave

Kod ugovora o alotmanu postoji posebna obaveza turističke agencije da licima koje upućuje na korišćenje ugovorenih kapaciteta turističkih usluga, izda posebnu pismenu ispravu koja se naziva „vaučer“.³⁰ Za ovaj dokument, odnosno pismenu ispravu, se u turističkoj praksi koristi termin vaučer. Ona glasi na ime ili na određenu grupu, neprenosiva je i sadrži nalog ugostitelju da pruži usluge koje su u njoj navedene.³¹ Po Zakonu, ova isprava služi kao

²⁸ Milutinović T., Ugovor o alotmanu, str. 13.

²⁹ Dougan D., str. 108–111.

³⁰ Carić S., Kapor V., str. 553.

³¹ Čl. 890, st. 2 Zakona o obligacionim odnosima iz 1978.

dokaz da je lice klijent turističke agencije koja je sa ugostiteljom zaključila ugovor o alotmanu, a takođe se koristi ako osnov za obračun uzajamnih potraživanja između turističke agencije i ugostitelja. U ovu posebnu pismenu ispravu (vaučer) se, po Posebnim uzansama u ugostiteljstvu, unosi ime nalogodavca, ime ugostitelja, oznaka gosta, vrsta, obim i vreme izvršavanja usluge, broj, datum i mesto izdavanja i potpis nalogodavca, dok se takođe navodi da je to vaučer, serija i broj vaučera. Vaučer se izdaje u više primeraka, ali najčešće i najmanje u tri primerka, od kojih se original daje korisniku ili vodiču ako je u pitanju grupa, duplikat se šalje ugostitelju, a treći primerak zadržava turistička agencija. Original potpisan od strane gosta ili vodiča, ako je u pitanju grupa, ugostitelj vraća turističkoj agenciji zajedno sa računom.

Vaučer je dakle, pismena isprava koja ima tri funkcije i to:

- a) služi kao prezentacioni papir, odnosno dokaz da se radi o klijentu agencije koja je zaključila ugovor sa hotelijerom i koji je ovlašćen da koristi usluge naznačene u vaučeru;
- b) služi kao nalog agencije ugostitelju, da pruža korisniku usluge naznačene u vaučeru;
- c) služi kao osnovni element za obračun usluga između turističke agencije i hotelijera, naravno ako se radi o originalu potpisanom od strane gosta ili vodiča, ukoliko se radi o grupi, koji je gost ili vodič predao hotelijeru po dolasku u hotel.³²

Sentenca:

Ugovorom o alotmanu se može predvideti posebna obaveza turističke agencije da popuni angažovane turističke kapacitete. Ako u tom slučaju ne popuni angažovane ugostiteljske kapacitete, turistička agencija je dužna da plati ugostitelju naknadu po neiskorišćenom ležaju ili danu, jer i blagovremenim obaveštenjem o otkazu, ne bi bilo moguće da se tuženi oslobodi ugovorne obaveze da popuni kapacitete ili u suprotnom da plati naknadu za neiskorišćene ležajeve.

Iz obrazloženja:

„Prema činjeničnom stanju utvrđenom u prvostepenom postupku predmet tužbenog zahteva je isplata duga u iznosu od 38.700,00 eura po osnovu naknade za neiskorišćene hotelske kapacitete. Prvostepeni sud je utvrdio da tužilac kao davalac usluga i tuženi kao korisnik usluga zaključili ugovor o fiksnom zakupu ležajeva u u hotelu „K“ u P, za period od 02. 06. 2003. godine do

³² Dougan D., Ugovor o alotmanu, str. 111–116.

05. 07. 2003. godine, te da se davalac usluga – tužilac, obavezao da omogućiti korišćenje kapaciteta hotela, dok se korisnik usluga – tuženi, obavezao da će obezbediti određeni broj učesnika po smenama, te da će plaćanje usluga izvršiti po određenoj dinamici. Prvostepeni sud je iz izjava direktora hotela „K“ utvrdio da je hotel u spornom periodu od 11. 06. 2003. godine do 19. 06. 2003. godine bio bez gostiju odnosno da je bio prazan. Prvostepeni sud je naknadu za neiskorišćavanje ležajeva u spornom periodu utvrdio iz nalaza i mišljenja sudskog veštaka, te je usvojio tužbeni zahtev i obavezao tuženog na isplatu naknade za neiskorišćene ležajeve u spornom periodu.

Na pravilno utvrđeno činjenično stanje prvostepeni sud je pravilno primenio materijalno pravo.

Parnične stranke su zaključile ugovor o alotmanu i u čl. 1 ugovora su predvidele obavezu korisnika usluga, u konkretnom slučaju turističke agencije – tuženog, da popuni navedene kapacitete određenim brojem gostiju, Reč je o imenovanom ugovoru čiji su forma, bitni elementi i posledice neispunjenja propisani Zakonom o obligacionim odnosima (dalje: ZOO).

Odredbom člana 895 stav 1 ZOO, propisano je da turistička agencija može privremeno odustati od korišćenja angažovanosti kapaciteta, a da time ne raskine ugovor o alotmanu niti stavi za sebe obavezu naknade štete ugoštitelju, ukoliko u ugovorenom roku pošalje obaveštenje o odustanku od korišćenja.

Odredbom člana 896 ZOO, propisano je da se ugovorom o alotmanu može predvideti posebna obaveza turističke agencije da popuni angažovane turističke kapacitete. Ako u tom slučaju ne popuni angažovane ugoštiteljske kapacitete, turistička agencija je dužna da plati ugoštitelju naknadu po neiskorišćenom ležaju u danu. Stranke su zaključile ugovor o alotmanu sa garancijom punjenja koji se odnosi na kapacitete hotela u P. Tuženi je u tri smene od ugovorene četiri popunio kapacitete, dok u črtvrtoj smeni od 11. 06. 2003. godine do 19. 06. 2003. godine, tuženi nije obezbedio 500 gostiju kako je bilo predviđeno ugovorom, pa je iz tog razloga agencija bila dužna da u slučaju da ne iskoristi ugovoreni broj ležajeva, plati ugoštitelju naknadu za neiskorišćene ležajeve. Spornu visinu naknade za neiskorišćene ležajeve Prvostepeni sud je utvrdio iz nalaza i mišljenja veštaka, čiju računsku tačnost stranke nisu osporile, te je iz tog razloga Prvostepeni sud obavezao tuženog na isplatu iznosa iz stava 1. prvostepene odluke, sa kamatom kako je odlučeno u prvostepenoj odluci.

Prvostepeni sud navode tuženog da je blagovremeno obavestio tužioca o otkazu dolaska grupe, pravilno nije uzeo u razmatranje jer i blagovremenim obaveštenjem o otkazu, ne bi bilo moguće da se tuženi oslobodi ugovorne

obaveze da popuni kapacitete ili u suprotnom da plati naknadu za neiskorišćene ležajeve, iz tog razloga su neosnovani žalbeni navodi tuženog u tom smislu.

Neosnovan je žalbeni navod da je ugovorom između parničnih stranaka predviđena primena Uzansi u turizmu, jer su ugovorne strane predvidele njihovu primenu, ali samo u pogledu pitanja otkaza ugovora zbog više sile i održavanja higijene hotela“.

(Presuda Višeg trgovinskog suda, Pž. 11796/05 od 21. 02. 2007. godine)

Sentenca:

Turistička agencija ne može da odbije da plati usluge izvešene po osnovu ugovora o alotmanu ako tokom trajanja ugovornog odnosa nije konkretno prigovorila kvalitetu usluga niti tražila raskid ugovora.

Da bi turistička agencija osnovano mogla prigovoriti neurednom izvršenju usluga, iste moraju biti i utvrđene ugovorom.

Iz obrazloženja:

„Pravilno je prvostepeni sud primenio čl. 17, st. 1 ZOO koji predviđa da su strane u obligacionom odnosu dužne da izvrše svoju obavezu i odgovorne su za njeno ispunjenje. Tuženi je mogao da se oslobodi dela ugovorene obaveze, da je blagovremeno, određeno nesumnjivo tužiocu uputio primedbe na kvalitet njegovih usluga, što očigledno nije učinjeno.

Viši privredni sud rešavajući o žalbi tuženog ima u vidu odredbe ZOO koje uređuju odnos stranaka iz ugovora o alotmanu, ali s druge strane, parnične stranke su ovlašćene da svoje međusobne obaveze ugovorom preciziraju i mimo određenih odredaba ZOO koje se odnose na ovu vrstu ugovora. Pravilno je Prvostepeni sud na osnovu sadržine ugovora parničnih stranaka utvrdio da je tuženi zakupio sobe tužioca na 180 dana, a po oceni ovog suda propustio je da detaljno ugovori vrstu i kvalitet usluga tužioca čime je tužiocu omogućeno da usluge budu na nižem nivou nego što je tuženi od tužioca očekivao. Tuženi nije ugovorio obezbeđenje bilo kojih uređaja, pa ih nije mogao ni tražiti.

Iz gore navedenih razloga tuženi sam snosi posledicu što je zaključio ugovor bez preciznih obaveza tužioca, propustio je da određeno, nedvosmisleno prigovori na kvalitet usluga na licu mesta. Prepiska predstavnika tuženog sa tužiocem o primedbama na kvalitet tužiočevih usluga ne predstavlja valjanu reklamaciju na kvalitet davaoca usluga“.

(Presuda Višeg privrednog suda, Pž. 9888/97 od 10.03.1998. godine – Sudska praksa privrednih sudova – Bilten br. 2/98 – str. 55)

8. OBAVEZE UGOSTITELJA

8.1. Obaveza stavljanja na korišćenje ugovorenih smeštajnih kapaciteta

Na osnovu ugovora o alotmanu, ugostitelj se obavezuje da turističkoj agenciji, odnosno gostu kojeg će agencija poslati, staviti na korišćenje ugovoreni broj ležaja i ostale ugovorene usluge u toku određenog vremena.³³ Obaveza ugostitelja je precizirana brojem i kvalitetom ležišta u konkretnom objektu, zbog zahteva gostiju koji žele da dobiju konkretne informacije o smeštaju i drugim uslugama, a turistička agencija mora biti u situaciji da im to i pruži. Vrste soba ugovorne stranke određuju se kao jednokrevetne, dvokrevetne, trokrevetne, sobe sa pogledom na more, sa terasom i sl. Obaveza ugostitelja da stavi na korišćenje ugovorene smeštajne kapacitete je konačna i on se te svoje obaveze ne može osloboditi, osim u izuzetnim uslovima promenjenih okolnosti iz Zakona,³⁴ za razliku od obaveze turističke agencije koja je blaga do određenog roka ili datuma. Da bi turistička agencija mogla da se obaveže da će se njenim gostima pružiti hotelske usluge shodno programu putovanja odnosno aranžmanu, neophodna je pre svega čvrsta obaveza ugostitelja da će ugovorene smeštajne kapacitete staviti na korišćenje. Isto tako, ugostitelj ne sme zaključiti sa drugom turističkom agencijom ugovor, kojim bi izdavao smeštajne kapacitete koji su već izdati po osnovu ugovora o alotmanu. Međutim, u turističkoj praksi se to dešava iako u tom slučaju može doći do prebukiranja što po Zakonu predstavlja prekršaj i za sobom povlači sankcije, jer sankcije nastupaju samo u slučaju kada ugostitelj ne pruži ležišta i usluge onom broju gostiju koje je turistička agencija poslala u hotel, a ne i kada je brojno stanje gostiju veće samo po ugovoru o alotmanu. Takva praksa je nastala zbog obaveznog obaveštavanja ugostitelja unapred koliko će turistička agencija ležišta otkazati, odnosno koliko od ukupno ugovorenih kapaciteta je uspela da plasira. Hotelijer takvim ponašanjem, zapravo svesno preuzima rizik za prebukiranje, ali se s druge strane obezbeđuje rokovima obaveštavanja o stanju bookinga od strane turističke agencije čime smanjuje, pa čak i isključuje rizik od prebukiranja. Ipak, u slučaju da dođe do „prebukiranja“ i kada ugostitelj nije u situaciji da ispuni svoju ugovornu obavezu, tada turistička agencija može i ima pravo da traži ispunjenje ugovora ili da od njega odustane, a u oba slučaja traži odštetu. Naime, hotel koji ne ispuni svoje obaveze, mora platiti odštetu u visini koja ne može biti veća od stvarne štete

³³ Milutinović T., str. 15.

³⁴ Čl. 133 Zakona o obligacionim odnosima iz 1978.

agencije, niti niža od dogovorenog paušala ili 2/3 otkaznih usluga za svakog gosta za kojeg je dat otkaz.³⁵

8.2. Obaveza jednakog postupanja

Kako ugovorom o alotmanu ugostitelj obezbeđuje punu popunjenost hotela, što naravno rezultira niže troškove hotelijera, i njemu omogućava da pruži povoljnije cene grupi gostiju koje je turistička agencija uputila u hotel, javlja se opasnost da će ugostitelj toj grupi gostiju, koje je uputila turistička agencija i kojima su omogućene povoljnije cene, pružiti lošije usluge nego gostima koji su direktno došli u hotel.³⁶ Da do takve situacije ne bi došlo, i time smanjio interes gostiju za aranžmane sa turističkom agencijom, čime bi naravno i agencija bila direktno oštećena, u ugovoru o alotmanu se po pravilu pojavljuju odredbe koje se odnose upravo na obavezu o jednakom postupanju sa agencijskim gostima, kao i sa onima koji su sami zaključili ugovor o hotelskim uslugama. Važnost ove obaveze uslovila je i njeno regulisanje u međunarodnim uzansama, u kojima se navodi da usluge koje pruža hotelijer putnicima turističke agencije moraju biti istog kvaliteta kao i usluge koje pruža svojim direktnim klijentima. Ukoliko ugostitelj agencijskim gostima pruži lošije usluge nego direktnim gostima, smatra se da nije pravilno izvršio ugovor, i tada agencija ima pravo da traži izvršenje ugovora sa otklanjanjem mana, sniženjem cene ili da raskine ugovor i traži odštetu.³⁷

Zakon o obligacionim odnosima (čl. 892), nije najbolje formulisao ovu obavezu, jer se kaže da je ugostitelj dužan da licima koje uputi turistička agencija pruži pod istim uslovima usluge kao i licima sa kojima je neposredno zaključio ugovor o ugostiteljskim uslugama, dok je izostavljeno preciziranje da te usluge moraju biti istog kvaliteta. U Posebnim uzansama o ugostiteljstvu iz 1983. godine, u čl. 85, nije napravljen taj propust i u njemu se kaže da usluge koje ugostitelj pruža agencijskim gostima i neposrednim gostima, koje su bile ugovorene pod istim uslovima, moraju biti jednako kvalitetne.

8.3. Obaveza ugostitelja da ne menja cene usluga

Ugostitelj ne može menjati ugovorene cene ako o tome ne obavesti turističku agenciju najmanje šest meseci unapred, osim u slučaju promene u kursu razmena valuta koje utiču na ugovorenu cenu.³⁸ Iako Zakon nije odredio

³⁵ Dougan D., op. cit., str. 116–120.

³⁶ Milutinović T., op. cit., str. 17.

³⁷ Dougan D., op. cit., str. 120–123.

³⁸ Čl. 896, st. 1 Zakona o obligacionim odnosima iz 1978.

da li taj rok od šest meseci treba da se računa do dana dolaska gostiju ili do roka do kada turistička agencija može da odustane od korišćenja angažovanih kapaciteta. Smatra se da je prihvatljivije ovo drugo jer je u korist turističke agencije, koja sa svoje strane ne može po Zakonu da menja cene u ugovoru o organizovanju putovanja, sem, naravno, ako se opet radi o valutnim promenama ili promenama prevoznih tarifa.³⁹ Uvažavajući potrebu turističkih agencija da pripremi i da štampa svoje prospekte sa cenama, kako hotelskih usluga, tako i prevoza za sezonu koja sledi, rok od šest meseci je relativno kratak.

Za slučaj da dođe do promene u kursu razmena valuta, ugostitelj može jednostrano promeniti prethodno ugovorene cene u roku koji je kraći od šest meseci, ali se nove cene mogu primenjivati po isteku mesec dana od njihove dostave turističkoj agenciji.⁴⁰ Pored toga, nove cene se ne mogu primenjivati na usluge za koje je već dostavljena lista gostiju, i tada se radi o rezervaciji koje je ugostitelj već potvrdio.⁴¹

8.4. Obaveza plaćanja provizije

Ugostitelj je dužan da turističkoj agenciji isplati proviziju na promet ostvaren na osnovu ugovora o alotmanu.⁴² Zakon takođe predviđa određivanje provizije u procentu od cene izvršenih ugostiteljskih usluga, a ugovorne stranke su slobodne da unesu visinu provizije u ugovor, a mogu se u ugovoru pozvati i na opšte uslove poslovanja ili jedne ili druge ugovorne stranke. Ukoliko to ne urade, provizija će se tada obračunavati u visini kako je određena opštim uslovima poslovanja turističke agencije ili, ako ovih nema, poslovnim običajima.⁴³ Ugostitelj je obavezan da plati proviziju nakon pruženih usluga, pri čemu se kao osnova za obračunavanje uzima ukupnih iznos cena izvršenih usluga.

9. OBLICI UGOVORA O ALOTMANU I ODGOVORNOST UGOVORNIH STRANA

Polazeći od opštih karakteristika ovog ugovora, a to su da stranke po pravilu obavezuju ugostitelja da stavi na raspolaganje ugovorene hotelske kapacitete, kontigent soba ili ležaja za određeni vremenski period, kao i da primi i pruži gostima koje je uputila agencija ugovorene usluge nakon prezentacije

³⁹ Čl. 876 Zakona o obligacionim odnosima iz 1978.

⁴⁰ Čl. 893, *Ibid.*

⁴¹ Čl. 893, st. 3, 4, *Ibid.*

⁴² Čl. 894, st. 1, *Ibid.*

⁴³ Čl. 894, st. 3, *Ibid.*

posebne pismene isprave odnosno vaučera, svi ugovori o alotmanu su isti. Ali, ako se pođe od nekih posebnih karakteristika po pitanju prava i obaveza ugovornih stranaka, tada se uočavaju izvesne razlike i po sadržini i po načinu formulisanja pojedinih klauzula vezanih za prava i obaveze ugovornih stranaka, i shodno tome se u praksi mogu razlikovati dva oblika ovog ugovora.⁴⁴

9.1. Ugovor o alotmanu sa pravom na jednostrani raskid

U slučaju da turistička agencija ne uspe da obezbedi plasman svojih ugovorenih smeštajnih kapaciteta koje je uzela i na to se obavezala ugovorom o alotmanu sa ugostiteljem, ona prirodno, neće ni moći da ispuni svoju ugovornu obavezu (bilo delimično ili u celini) slanjem gostiju u hotel, što će rezultirati gubitke i za turističku agenciju i za ugostitelja, koji je morao uložiti značajna sredstva kako bi ispunio svoju obavezu o pripremanju i stavljanju na raspolaganje svoje smeštajne kapacitete, a turistička agencija s druge strane, izgubila pravo na proviziju (delimičnu ili celu) i pretrpela značajne troškove oko pripremanja i štampanja aranžmana za datu sezonu. Kako bi se izbegli takvi slučajevi, u praksi se pojavio ovaj oblik ugovora o alotmanu kojim se predviđa pravo na jednostrani raskid ugovora (u celini ili delom) do određenog roka, bez prava suprotne strane, odnosno ugostitelja, na naknadu štete. Ovim ugovorm se turistička agencija obavezuje da će samo „nastojati“ da obezbedi plasman predviđenih hotelskih kapaciteta, i obavezuje se da, ukoliko to nije u mogućnosti da popuni, da će o tome blagovremeno, odnosno u ugovorenim rokovima, obavestiti ugostitelja. Ako turistička agencija ne izvrši ovu svoju obavezu obaveštavanja o roku, ugostitelj, po pravilu, tada ima pravo na naknadu štete. Kako bi se i ova situacija na najbolji mogući način izbegla, turistička agencija se obavezuje da će postupno upoznavati ugostitelja sa stanjem prodaje angažovanih smeštajnih kapaciteta.⁴⁵

Otkazivanje, odnosno storniranje ugovorenih hotelskih kapaciteta, se vrši ili u ugovoru predviđenim rokovima (7,14 dana) pre dolaska gosta, ili do tačno određenog datuma pre početka izvršenja ugovora. Ugovorne stranke ugovaraju ove rokove storniranja kako to njima najviše odgovara. Dakle, ako turistička agencija iskoristi svoje pravo na jednostrani raskid i stornira ugovorene smeštajne kapacitete (delimično ili u celini) u ugovorenim rokovima, uslov za raskid ugovora je ispunjen, i to bez ijedne posledice po ugovorne

⁴⁴ Dragašević M., (1976). Ugovor o turističkim uslugama, Pravni fakultet, Novi Sad, str. 96.

⁴⁵ Milutinović T., op. cit., str. 20.

stranke, što znači i bez prava ugostitelja na naknadu štete.⁴⁶ U Zakonu je ovaj oblik ugovora o alotmanu prilično detaljno obuhvaćen. Naime, kaže se da turistička agencija može odustati od ugovora u celini i bez obaveze da nadoknadi štetu, ako obaveštenje o odustanku pošalje u ugovorenom roku,⁴⁷ a u slučaju da obaveštenje o odustanku ne bude poslato u predviđenom roku, ugostitelj ima pravo na naknadu štete.⁴⁸ Predviđa se, takođe, da turistička agencija može privremeno odustati od korišćenja angažovanih smeštajnih kapaciteta, a da time ne raskine ugovor o alotmanu niti stvori za sebe obavezu naknade štete ugostitelju, ukoliko u ugovorenom roku pošalje obaveštenje o odustanku od korišćenja.⁴⁹ Shodno izloženom, može se zaključiti da je ovaj oblik ugovora o alotmanu u velikoj meri doprineo sve povoljnijem položaju turističke agencije.

9.2. Ugovor o alotmanu sa „garancijom punjenja“

Ovaj oblik ugovora o alotmanu, suprotno prethodnom, ne predviđa pravo turističke agencije da u određenom roku pre izvršenja, otkaže deo ili ugovor u celini. Ovim oblikom ugovora o alotmanu, se turistička agencija obavezuje da će uputiti u ugovorom određeni objekat goste, kao i da će platiti cenu usluga. Iz toga proističe da je obaveza turističke agencije da upućuje goste u hotel fiksna, i da ukoliko agencija ne izvrši tu svoju obavezu, dužna je da plati hotelijeru naknadu po neiskorišćenom ležaju i danu.⁵⁰ Ugostiteljske cene su kod ovog oblika ugovora niže od alotmanskih cena, i obično se ugovaraju u „neto“ iznosima za celu jednu sezonu, a niže su jer one treba da pokriju i deo kapaciteta koje turistička agencija neće uspeti da popuni. Pitanje cena je od izuzetnog značaja, posebno kada se agencija nađe u situaciji da mora platiti ugostitelju odštetu, koja, ukoliko nije ugovorom određena, iznosi 2/3 cene neiskorišćenih usluga (prema Posebnim uzansama o ugostiteljstvu iz 1983., čl. 98). Shodno položaju turističke agencije, ovaj tip ugovora o alotmanu turističke agencije zaključuju samo kada su sigurne u uspeh plasmana i kada dobro poznaju kretanje tražnje za dati objekt i predstojeću sezonu.⁵¹

⁴⁶ Dragašević M., (1972). Pravni odnosi između hotelijera, gosta i putničke agencije, Beograd, str. 177–187

⁴⁷ Čl. 895, st. 4 Zakona o obligacionim odnosima iz 1978.

⁴⁸ Čl. 895, st. 3, *Ibid.*

⁴⁹ Čl. 895, st. 1, *Ibid.*

⁵⁰ Čl. 896, st. 2, *Ibid.*

⁵¹ Dougan D., op. cit., str. 128–139

10. PRESTANAK UGOVORA

Najčešće je slučaj da ugovor o alotmanu prestaje njegovim urednim ispunjenjem.⁵² Kako svaka ugovorna stranka kod ugovora o alotmanu ima svoje ugovorne obaveze, ovaj ugovor redovno prestaje urednim ispunjenjem obaveza obeju ugovornih stranaka.⁵³ Čest je slučaj da turističke agencije smanjuju obim obaveza blagovremenim obaveštavanjem o odustajanju od ugovorenih smeštajnih kapaciteta. Ugovor o alotmanu ugovorne stranke mogu i sporazumno raskinuti. Viša sila kod ovog ugovora može biti osnov raskida ugovora i to možda i češće nego kod nekih drugih jer se ugovorne stranke ovde obe obavezuju u nemogućnost ispunjenja obaveza iz ugovora može biti i na jednoj i na drugoj strani.

Slično prethodnom, raskid ugovora zbog promenjenih okolnosti takođe može biti osnov raskida ugovora o alotmanu. U Zakonu stoji da uslovi za raskid ugovora posle njegovog zaključenja mogu biti nastale okolnosti koje znatno otežavaju ispunjenje obaveze jedne ugovorne stranke, ili se zbog njih ne može ostvariti svrha ugovora, zbog čega više ne odgovara očekivanju ugovornih strana.

Nepravilno ispunjenje ugovornih obaveza od strane druge ugovorne stranke, takođe može biti razlog za odustajanje od ugovora. U tom slučaju, nezadovoljna ugovorna stranka, može da odustane od ugovora i da traži odštetu.⁵⁴ Razlog za odustajanje od ugovora za ugostitelja može biti i neblagovremeno obaveštavanje o popunjenosti smeštajnih kapaciteta od strane agencije, odnosno nemogućnosti plasiranja ugovorenog broja ležaja odnosno smeštajnih kapaciteta.

Karakterističnost ugovora o alotmanu dozvoljava turističkoj agenciji da do određenog roka ili pak u određenim rokovima, odustane od ugovora bilo delimično ili u celini, pa čak i posle tih ugovorenih rokova, samo što je tada obavezna da nadoknadi štetu. Dok je kod drugih ugovora pravilo da u slučaju kada dužnik ne ispunji obavezu, poverilac može da bira da li da zahteva ispunjenje ugovora ili da od ugovora odustane, a naknadu štete može uvek tražiti, u ugovoru o alotmanu se ne može tražiti ispunjenje ugovorne obaveze u svakom slučaju, npr. obaveza turističke agencije da popuni određeni broj smeštajnih kapaciteta, zbog čega se i dozvoljava pravo odustajanja od ugovora.⁵⁵

⁵² Čampara B., (1989). Ugovor o alotmanu, Pravni fakultet, Novi Sad, str. 18

⁵³ Kapor V., Carić S., op. cit., str. 502

⁵⁴ Dougan D., op. cit., str. 139–143

⁵⁵ *Ibid.*, str. 139–143

11. ZAKLJUČAK

Ugovor o alotmanu, iako postoji pod istim nazivom i u drugim zemljama, nije dobio tako čvrste forme i elemente kao kod nas. Mali broj smeštajnih kapaciteta u našoj zemlji, nametnuo je potrebu da postojeći hoteli kod nas pronađu takvu formu ugovora o alotmanu koja će im bar donekle dati određenu sigurnost u pogledu popunjavanja smeštajnih kapaciteta, i u isto vreme podstaći turističke agencije na veću aktivnost u popunjavanju tih kapaciteta. Iako je ovaj ugovor novijeg istorijskog datuma, toliko je postao poznat i uobičajen u poslovnim i ugovornim odnosima između turističkih agencija i hotela, da postoje tipski formulari ovog ugovora. Premda se po pravilu zaključuje za jednu godinu, odnosno sezonu, ugovorom o alotmanu se sve češće uspostavlja trajni odnos između turističke agencije i hotelijera, posebno ako su obe stranke od poverenja i u velikoj meri mogu uspešno da posluju. Iz ovog ugovora za obe ugovorne stranke proizilaze određene obaveze. Tako je turistička agencija obavezna da plasira i pošalje odnosno uputi goste u hotel, a hotelijer se obavezuje da će tim gostima pružiti ugovorene usluge. Bitni elementi ugovora za ugovorne stranke jesu cena ugostiteljske usluge i agencijska provizija. Svaka od ugovornih stranaka nalazi svoj ekonomski interes kroz ovaj ugovor, iako na prvi pogled deluje da su stranke iz ugovora o alotmanu u nejednakom položaju, jer je obaveza ugostitelja fiksna, dok turistička agencija može svojih obaveza da se oslobodi i da za to uopšte ne snosi sankcije. Ekonomske sankcije tu umnogome dolaze do izražaja, i u interesu je obeju ugovornih stranaka da do ispunjenja ugovornih obaveza dođe, ukoliko je to moguće.⁵⁶

Složenost i specifičnost ugovora o alotmanu, ukazuje na potrebu dubljeg istraživanja brojnih faktičkih i pravnih odnosa, kako bi se oni jasnije regulisali propisima našeg prava i u još većoj meri našli primenu u turističkoj poslovnoj praksi. Kao relativno nov, ali samostalan ugovor, ugovor o alotmanu ostavlja otvorenim još mnoga pitanja, kao i mogućnosti njegovog daljeg usavršavanja u budućnosti.

⁵⁶ Dougan D., op. cit., str. 145-152

M.Sc. Bojana Bajić

A graduate lawyer (jurist) – master, Novi Sad

The contract on allotment

A b s t r a c t

Touristic movement, in which millions of people are included today, supposes the existence of numerous organizational-technical conditions in order to satisfy the needs of the tourists, by which numerous relationships are set up between the tourists, as the carriers of the touristic circulation and the providers of the services, resulting in the obvious need for legal normalizations of these relationships.

Allotment Contract have evolved from the need of the touristic circulation in the business affairs between agencies and hotels, and it reflects all the characteristics of modern tourism, the roles and positions of tourist agencies and hotels in the touristic circulation, and in a great deal the economic characteristics of their businesses.

The Allotment Contract is a special form of longer business cooperation between touristic agencies and hotelkeepers and it represents a considerably higher level of business stability and safety for the touristic organizations, because it enables the planning of business activities for a longer period both for the agencies and for the hotelkeepers, and accordingly, it is highly suitable for mass tourism and became more common in the business practice.

Keywords: allotment, travel agency, hotelkeeper, hotel, guest, booking, accommodation, service.

Literatura

1. Antonijević, Z., (1968). Ugovori u privredi, Beograd
2. Carić, S., Šogorov, S., Vilus, J., Đurđev, D., (2000). Međunarodno privredno pravo, Novi Sad
3. Carić, S., Kapor, V., (1990). Ugovor robnog prometa, Beograd
4. Čampara, B., (1989). Ugovor o alotmanu, (Diplomski rad), Pravni fakultet, Novi Sad
5. Dougan, D., (1984). Ugovor o alotmanu, (Magistarski rad), Pravni fakultet, Novi Sad

6. Dragašević, M., (1972). Pravni odnosi između hotelijera, gosta i putničke agencije, (Doktorska disertacija), Beograd
7. Dragašević, M., (1976). Ugovor o turističkim uslugama, Pravni fakultet, Novi Sad
8. Draškić, M., (1976). Međunarodno regulisanje turističkih pravnih poslova, Pravni fakultet, Novi Sad
9. Kapor, V., Carić S., (2000). Ugovori robnog promera, Novi Sad
10. Marković, S., Marković Z., (1976). Osnove turizma, Zagreb
11. Milutinović, T., (1993). Ugovor o alotmanu, Diplomski rad, Pravni fakultet, Novi Sad
12. Šmid, V., (1976). Putnička agencija i njeni ugovori s putnicima i davaocima usluga, (Doktorska disertacija), Beograd
13. Vasiljević, M., (1997). Poslovno pravo, Beograd
14. Vilus, J., Carić, S., Šogorov, S., Đurđev, D., Divljak, D., (2008). Međunarodno privredno pravo, Novi Sad
15. Zakon o obligacionim odnosima iz 1978.