

УДК: 347.451.9:656.7 ; 366.542

CERIF: S 144

ТИП РАДА: ИЗВОРНИ НАУЧНИ РАД

DOI: 10.55836/PiP_22304A

др **Светислав ЈАНКОВИЋ**^{*}
ванредни професор Универзитета у Београду – Правног факултета,
Србија

(НЕ)ИЗВЕСНОСТ ЦЕНЕ ПУТНЕ КАРТЕ У ВАЗДУШНОМ САОБРАЋАЈУ^{**}

Сажетак

У раду се размајтра неизвесности коју ишрије иошрошачи ири куйовини авио-караииа. Она се исйољава у два облика. Прво, као недоречености у цени карийе ириликом њене куйовине, ииако шийо се у иочейним корацима куйовине истийче једна цена, а доцније, ири нейосредном закључењу иовора, иошрошачу се иредочава друиа, коначна цена увећана најчешће за накнаде за реисийровани ирийљаи, оброке у ишоку леиша и осийурање. Друи облик неизвесности иосийоји када је иревоз ваздухойловом састийавни део сложенијеи иовора о орїанизовању иуийовања. Тада је моиуће да се иовећа укуиуна цена чийшавој иакейи аранжмана збои иовећања цене иревоза, најчешће из разлоиа иромена на иржишииу нафийе. Закључује се да су оба иовећања цене карийе неоиравдана, с обзиром на ишо да сийварају неизвесности на сийрани иошрошача, иако је друи облик иравно урећен, и најчешће недвосмислено иредочен кориснику.

* Електронска адреса аутора: jankovic@ius.bg.ac.rs.

** Чланак је настао као резултат рада на пројекту Правног факултета Универзитета у Београду под називом „Савремени проблеми правног система Србије“ за 2022. годину.

Кључне речи: *Интернетни продаја карата. – Авио-карта. – Уговор о организовању путовања. – Повећање цене карте.*

I Уводно разматрање

Цена путне карте у авио-превозу представља једно од основних мерила хоће ли неко лице, потенцијални путник, одабрати да закључи уговор о превозу са конкретним авио-превозником. Поред цене путне карте, као друго, основно мерило за одабир конкретног уговора о превозу, то јест „лета“, појављују се директност лета (са или без председања), време лета, као и евентуални додатни трошкови у погледу регистрованога или ручног пртљага, аеродромске таксе, доплате за гориво, obroка током лета, осигурања „лета“ у смислу повраћаја новца путнику и томе слично.

Цена путне карте представља обавезу путника (односно другог наручиоца превоза) према превозиоцу као наспрамна, комплементарна облигација превозиочевој да изврши превоз путника на одређеној релацији.¹ Износ, односно висина цене путне карте би према економској, али и правној логици, требало да представља збир трошкова и накнада превозиоцу за обављени превоз. Уже посматрано, то би значило да један њен део треба да обухвати фиксне и варијабилне трошкове превозиоца (куповина или закуп ваздухоплова, трошкови његовог редовног и ванредног одржавања, те трошкови горива и накнаде за коришћење аеродромских постројења, као и трошкови летачке посаде), а други део да буде опредељен за саму превозиочеву зараду. Међутим, последњих 50-ак година у авио-индустрији таква правна и економска логика не мора, и неретко није одлучујућа у структури цене путне карте, већ се она образује спрам других, већином тржишних мерила опредељених у основи истраживањем понуде и тражње за одређеним „производима“ авио-индустрије. Тако, авио-превозиоци су у циљу распрострањивања таквог вида превоза, односно његовог поједностијења и чињења доступнијим ширим слојевима становништва тежили да своју услугу „распарчају“, односно да је поједноставе, и уместо целовите, каква је уобичајено у том развоју цивилне авијације била, учине растављеном на неколико делова, тачније услуга које пружају.² Конкретно, уместо потпуне и

1 Вид. Небојша Јовановић, *Саобраћајно право*, Правни факултет Универзитета у Београду, Београд, 2017, 377.

2 Више о томе вид. Richard Klophaus, „The Economics of Unbundling Air Travel Services“, доступно на адреси: https://www.researchgate.net/profile/Richard-Klophaus/publication/268428886_THE_ECONOMICS_OF_UNBUNDLING_AIR_TRAVEL_SERVICES/

класичне услуге превоза путника која је у себи (а за цену путне карте коју путник плаћа) обухватала читав „пакет“ услуга (попут самог превоза путника, његовог регистрованог и ручног пртљага, obroka у току лета, али и могућност довоза/одвоза са аеродрома поласка и доласка), превозиоци су схватили да им је ускраћивање неке од услуга помоћних превозу (оброци, пртљак итд.) кључно у примамљивању ширег слоја становништва као потенцијалних путника.

Такво поједностављивање превозиочеве услуге, тачније њено распарчавање доводи до тога да превозиоци могу да понуде већу садржину својих услуга – од простих (само превоз) до сложених (превоз, obroci, пртљак, разврставање путника по класама итд.). Као последица, али и узрок, у зависности из чије се перспективе посматра, појављује се цена путне карте. Из перспективе превозиоца, цена путне карте је, свакако, узрок таквом превозиочевом понашању, односно његовој спремности да некада целовиту услугу подели и упрости тако да може да буде јефтинија (простија) или скупља (сложенија). Из тржишне, али и перспективе путника, цена се појављује као последица различите структуре обухваћених услуга поред самог превоза, а које се односе не само на разврставање по класама путника, већ и на додатности попут осигурања, довоза/одвоза са аеродрома, већег/тежег пртљага те разних других погодности које конкретни превозилац нуди. Као додатна последица могућности упоједињења и упрошћавања врсте и броја превозиочевих услуга се појављују тзв. нискобуџетне авио-компаније (енг. *low cost*), које по врло ниским ценама пружају основну услугу превоза од једног до другог аеродрома.³

Таква могућност за упрошћавањем и усложњавањем услуга и, сходним, ценовним опредељивањем је превозиоцима дата последњих

[links/568bb03408ae0519afc590b/THE-ECONOMICS-OF-UNBUNDLING-AIR-TRAVEL-SERVICES.pdf](https://www.ekonomika.gov.rs/links/568bb03408ae0519afc590b/THE-ECONOMICS-OF-UNBUNDLING-AIR-TRAVEL-SERVICES.pdf), 16. 7. 2022, 1 и даље.

- 3 Република Србија је приступила тзв. Заједничком европском ваздухопловном простору потписивањем вишестраног уговора о истоименој установи 2006. године. То је значило својерсно „отварање“ српског неба и за друге авио-превозиоце (а не, како је до тада био случај, само за домаћу авио-компанију са доминантним тржишним положајем). Приступање споменутом споразуму је имало за последицу улазак на домаће, српско тржиште авио-услуга компанија из иностранства, и то најчешће у привредном испољавању као нискобуџетних (енг. *low cost*) авио-компанија. Више о томе вид. Јелена Куљанин, Мира Паскота, Милица Калић, „Тржиште ваздушног саобраћаја у Србији: Нове авиокомпаније – нови путници“, *Техника – Саобраћај*, бр. 2/2015, 315 и даље. Такви, интегративни процеси нису само одлика европског континента, већ и азијског, афричког и америчког. О томе вид. Alan Knee, Jin Tan, „The ASEAN Single Aviation Market: Liberalizing the Airline Industry“, *Policy Brief*, Nr. 4/2014, 1–3; Evaristus M. Irandu, „Opening African Skies: The case of airline industry liberalization in East Africa“, *Transportation Research Forum*, Vol. 47, Nr. 1/2008, 73 и даље.

педесетак година. Самосталност у вођењу ценовне политике је последица процеса ускраћивања држави (и међународним телима попут ИСАО и IATA) надлежности у одређивању цена услуга у авио-превозу и подстицања конкуренције међу све већем броју авио-превозилаца.⁴ Такво „ослобођење“ од државних (или међународних) утицаја у обликовању цене превоза је последица процеса правног „однормирања“ (енг. *deregulation* или *liberalization*, учестало превођеног као „дерегулација или либерализација“) које је у својој суштини пренело приватним авио-компанијама потпуну самосталност у обликовању конкретне цене превоза.⁵ Са друге стране, таква слобода и самосталност су неретко водили ка превозиочевим злоупотребима, што је за последицу имало правну неравнотежу и оштећивање корисника превоза тако што су превозиоци самовољно и према својим интересима одређивали цене. Та самовоља се није испољавала само у једностраном (енг. *take it or leave it*) начину одређивања цена авио-карата, већ и у неизвесности, тачније несазнатљивости тачне цене која је, заправо, варирала од процеса и тренутка закључења уговора о превозу.⁶ Да би се таква једностраност умерила, приступило се процесу правног „преуређивања“ (енг. *reregulation*) већ дате слободе превозиоцима у погледу одређивања цена, па су тако као два основна правила постављени време и мера евентуалне промене већ понуђене цене превоза и јавност, односно обавештеност о свим састојцима цене, то јест услуга које таква цена „покрива“. Управо, примереност цена спрам услуга и правовремена обавештеност путника о свим састојцима цене, те напетост између њих представљају основну хипотезу рада.

II Појам путне карте

Путна карта представља легитимациони папир путем кога се путник представља превозиоцу као лице које има право на услугу у њој описану.⁷ Та услуга може да обухвати поред превоза у ужем смислу (премештаја лица са једног на друго место) и читав низ других права,

4 Вид. Moritz Ferdinand Scharpenseel, „Consequences of E.U. Airline Deregulation in the Context of the Global Aviation Market“, *Northwestern Journal of International Law and Business*, Vol. 22, Nr. 1/2001, 91 и даље.

5 Више о томе вид. Timothy M. Ravich, „Deregulation of the Airline Computer Reservation (CRS) System“, *Journal of Air Law and Commerce*, Vol. 69, Nr. 2/2004, 387 и даље.

6 *Напомена*: У авио-превозу, цена путне карте је, поред наравно релације и времена путовања, одлучујући чинилац у закључивању уговора о превозу. Штавише, путник, то јест корисник превоза цену путне карте види као понуду спрам које се одређује и спрам које мери и друге евентуално понуђене превозиочеве услуге.

7 О путној карти вид. Н. Јовановић, 377 и даље.

попут права на оброке у току лета, право довоза и одвоза са аеродрома, осигурање итд. Путна карта, дакле, указује на повериоца превозничке услуге и гласи по правилу на име. Она је један од доказа поверилачких права према превозиоцу, али није једини доказ о томе. Штавише, и неиздавањем (или, пак, губитком) путне карте, могу се доказивати и остваривати права на која се она односи. Путна карта представља својеврстан израз уговора о превозу и, у краткој форми, сва права и обавезе из уговора о превозу.

У уговору о превозу путника у ваздушном саобраћају, путна карта се издаје на име и у време пре почетка путовања. Три су разлога томе – сигурносни, безбедносни и економски. Сва три разлога служе, заправо, остварењу превозиочевих, а само посредно и путникових интереса. Прво, разлог сигурности се односи на то да превозилац пре започињања превоза у ужем смислу зна тачан број путника и, према томе, њихов распоред у летелици. Друго, безбедносни разлог се односи на тачне путникове личне податке, како би се евентуално избегла најтежа кривична дела у ваздухоплову који је у лету. Најзад, трећи, економски разлог издавања путне карте пре отпочињања превоза састоји се у превозиочевом обезбеђењу намирена потраживања.⁸ Наиме, накнада за превоз лица се плаћа пре отпочињања превоза, за разлику од превоза ствари, из разлога што превозилац нема (законско) заложно право на предмету превоза када врши превоз лица, већ само превоз ствари. Због тога му у превозу ствари накнада може (што је и најчешћи случај, а и у складу је са осталим трговинским услугама) бити плаћена доцније, по извршењу услуге превоза, а ако се и не плати, превозиоцу стоји на располагању заложно право на ствари из чијег остварења ће намирити своје право на превознину.

Путна карта је, дакле, легитимациони папир издат на име и по правилу је отежано преносив (уз нужно обавештавање, некад и сагласност превозиоца), а само изузетно у ваздушном саобраћају може имати и одлике хартије од вредности на име. То је, по правилу, случај са повлашћеним категоријама лица у превозу, попут лица која скупљају кредите у ваздушном саобраћају услед тога што учестало користе услуге од истог превозиоца.

У сваком случају, путна карта, као израз уговора о превозу, неретко, из перспективе путника, представља уговор о превозу, па је правило да се на њој, односно на њеној полеђини истакну битније одлике конкретног уговора о превозу чији израз представља (попут основа и границе превозиочеве одговорности). Због тога, као таква за путника

8 Више о томе вид. Светислав Јанковић, *Ваздухопловно право*, Правни факултет Универзитета у Београду, Београд, 2021, 218–220.

има велику важност, јер њено стицање се поистовећује са правом на пружање оних услуга које су у њој описане.

Путна карта, односно њено стицање коинцидира са ценом превоза, а пристанком на одређену цену, путник аутоматски зна и које су му услуге обећане као противчинидба за ту цену. Зато је од изузетне важности да путнику буду пружена тачна и правовремена обавештења о врсти и броју услуга које му се обећавају када плати путну карту. Правило о обавештености путника о услугама које „добија“ куповином путне карте је израз начела равноправности уговорних страна у грађанском праву, али и једностране принудности правила у саобраћајном праву која има за циљ погодновање корисничке стране из уговора о превозу, као оне која, најчешће, не утиче на саму садржину тог уговора (већ је прихвата као датост или не прихвата).⁹ Прецизности ради, кроз путну карту је путник правоваљано, правовремено и потпуно обавештен, али проблем представља време пре њеног стицања. Тачније, време након пристанка на њу, њену првобитну цену и доцнијих (обично кроз саму процедуру куповине путне карте) измена који у битноме мењају опсег обећаних услуга и њену цену.

III Начин куповине путне карте

Путна карте се „купује“, односно њу издаје ваздушни превозилац или лице које је овлашћено да је изда („прода“), попут туристичке агенције која у име и за рачун превозиоца врши понуду путне карте (тачније уговора о превозу), наплаћује је и тај износ полаже у рачун превозиоцу (уз, наравно одговарајућу агенцијску провизију). Сам начин куповине путне карте може да буде разноврстан. Могућа је непосредна куповина у просторијама ваздушног превозиоца или туристичке агенције када ће се са лицима, која су иначе пуномоћници по запослењу, закључити уговор о превозу, те као израз таквог уговора добити путна карта (у физичком, материјалном или рачунарском облику). Могућа је и посредна куповина путне карте, када се она, тачније уговор о превозу, увршћује у тзв. пакет услуга туристичког путовања, односно када је организатор путовања (туристичка агенција) нуди као једну од услуга које чине целину (превоз, ноћење у хотелу, оброци и други туристички садржаји). Најчешће је таква путна карта дериват чартер ваздушног превоза, док је путна карта која се непосредно и самостално стиче израз линијског превоза (мада није ограничена само на тај превоз).¹⁰

9 Н. Јовановић, 335–338.

10 Укратко, превозиоци који имају довољан број корисника својих услуга неће користити услуге посредника, попут туристичких агенција, и обрнуто – туристичке

Најзад, путну карту је могуће стицати (куповати) и посредно, али ван просторија превозиоца или туристичке агенције, када се путем одабира у програму понуде тих лица може закључити уговор о превозу.¹¹ То је случај са *online* куповином авио-карата која у последњој деценији постаје преовлађујући начин куповине због своје олакшане доступности (куповина од куће), али и омогућавања кориснику да тачно, према својим потребама, закључи уговор о превозу који му одговара.¹² Дакле, кроз алгоритам претраге, кориснику превоза је омогућено да тачно сазна податке о почетку и завршетку лета, цени и његовој садржини. Имајући у виду тај преовлађујући, *online* начин куповине авио-карата, путнику је најчешће лакше да прилагоди „производ“ својим потребама. Међутим, неретко, такав лакши и приступачнији начин куповине авио-карте представља и учесталији вид спорења између путника и превозиоца. Извор спорова у таквом случају међу њима је својеврсна „игра“ информацијама у којој превозилац постепено открива путнику додатне услуге и додатне трошкове на изворну цену путне карте коју је преко алгоритма путник изабрао да купи.

IV Мерила одређења цене путне карте

С обзиром на већ указано слободно тржиште авио-услуга, јасно је да опречне стране у уговору у превозу, превозилац и путник, теже да задовоље своје интересе у највећој мери, односно економским речником – да максимизују профит.¹³ То, конкретно, значи да превозилац жели да прода авио-карту што скупље, а путник да је купи што јефтиније.¹⁴ Међутим, сама цена путне карте не зависи искључиво од

агенције, као посредници у продаји авио-карата, се појављују онда када су сами превозиоци, најчешће због дејстава сила асиметрије информација, ускраћени за довољан број путника. Вид. Tomasz Stanislaw Szopinski, Robert Nowacki, „The Influence of Purchase Fate and Flight Duration over the Dispersion of Airline Price Tickets“, *Contemporary Economics*, Vol. 9, Nr. 3/2015, 356.

11 Вид. Anastasia Lantseva, Ksenia Mukhina, Anna Nikishova, Sergey Ivanov, Konstantin Knyazkov, „Data-driven Modeling of Airline Pricing“, доступно на адреси: <https://reader.elsevier.com/reader/sd/pii/S1877050915033815?token=6226E78E0F5E7C80F3C25E91E7F0DE21A16021E5F2BD8FF7792A453D958BD6BF0237D2F7B5BCD1AA517906273897AF8B&originRegion=eu-west-1&originCreation=20220727091845>, 28. 6. 2022, 268.

12 Више о томе вид. Т. М. Ravich, 392.

13 Juhar Ahmed Abdella, NM Zaki, Khaled Shuiab, Fahad Khan, „Airline ticket price and demand prediction: A survey“, *Journal of King Saud University – Computer and Information Sciences*, Vol. 33, Nr. 4/2021, 376.

14 Тачније, превозилац жели да у што већој мери искористи привредни потенцијал ваздухоплова, било да га је купио (када привредну искористивост мери спрам набавне цене), било да га је закупио (када привредну исплативост мери спрам

тежњи споменутих супротстављених страна у уговору о превозу, већ од низа других чинилаца. То су, пре свега, време куповине карте, класа путовања, дужина путовања, директност (без преседања) лета, иностраност лета, врста превозиоца (чартер, линијски или тзв. нискобуџетни) итд.¹⁵ У последњих десетак година, један од основних и најутицајнијих чинилаца је *време* када је уговор о превозу закључен односно, метафорички изражено, када је купљена путна карта. То коинцидира са распрострањеношћу куповине авио-карата путем интернета, односно могућности да путник спрам својих жеља (економски одређених као преференци) изабере уговор о превозу који му по свим мерилима одговара (имајући у виду, најпре, цену и квалитет).¹⁶

Као основна правилност, која је последица економског праћења понашања путника, јесте да се јефтиније карте за исти лет купују раније, тачније што се пре закључи уговор о превозу, већа је вероватноћа да ће цена превозиочеве услуге, односно путне карте бити јефтинија; и

закупнине). Вид. Alan H. Silberman, „Price Discrimination and the Regulation of Air Transportation“, *Journal of Air Law and Commerce*, Vol. 31, Nr. 3/1965, 199.

15 Већина тих чинилаца се може свести на два основна који стоје на превозиочевој страни, а која се састоје у предвидљивости тражње за конкретним летом (енг. *demand prediction*) и могућностима ценовне различитости (енг. *price discrimination*). Преко испитивања тржишта и установљавања заинтересованости за одређеном „рутом“, односно повезаношћу и учесталосту летова између два места, авио-превозилац посредно добија податак и о исплативости установљења линије (или само периодичног чартер превоза). Са друге стране, кроз ценовну разуђеност и различитост, превозилац добија податак о спремности потенцијалних путника да плаћају различите цене (спрам тога да ли је у питању пословно путовање или оно у циљу разоноде, одмора и других разлога). Више о томе вид. J. A. Abdella, NM Zaki, K. Shuiab, F. Khan, 376 и даље. Таква ценовна различитост је узрокована са три појаве, тачније типа. *Прво*, квантитативна различитост, када је превозилац вољан да спусти цену путне карте ако се оне купују у већем броју. Таква појава је својствена у уговору о алотману, путем кога туристичка агенција од угоститеља закупљује већи број просторних (смештајних) капацитета, па их сходно томе набавља по нижој цени по којој (уз незнатно увећање своје провизије) их даље продаје путницима. Истоветно је када туристичка агенција купује већи број карата и тако остварује попуст код превозиоца, а онда их препродаје путницима уз незнатно увећање (са којим је путна карта у својој укупности опет јефтинија у односу на ситуацију када је путник, појединачно, купује непосредно од превозиоца). *Друго*, квалитативна различитост се односи на класу путовања – бизнис, економска или прва, а тиме се посредно одражава врста, број и квалитет услуга које путник добија у току извршења уговора о превозу. Најзад, *треће*, путници са повластицама, који за исти лет (чак у истој класи) купују карту по јефтинијој цени а због припадности клубу лојалности превозиоца, прикупљања авио-кредита итд. Више о томе вид. Jelena Petrović, Nikola Petrović, „Price Discrimination Strategy of Low-Cost Airlines“, *Industrija*, Vol. 43, Nr. 1/2015, 28.

16 Више о интернет куповини авио-карата вид. Shu-Fen Yu, „Price perception of online airline ticket shoppers“, *Journal of Air Transport Management*, Vol. 14, Nr. 2/2008, 66 и даље.

обрнуто, што се касније купи карта, већа је вероватноћа да ће њена цена бити већа у односу на почетни тренутак доступности њене куповине. То може довести, и најчешће доводи до ситуације да у истом ваздухоплову на истом лету (путу од полазног до одредишног аеродрома) седе путници који су у истој класи лета (пословна, бизнис или прва), а који су превозиочеву услугу платили по различитим ценама. Таква правилност (у аглосанксонској терминологији одређена као куповина *as soon as possible*, односно у латинској, *priori tempore...*) показала се тачном посебно имајући у виду међународне летове, али не и у погледу домаћих летова.¹⁷ Међутим, она није до краја и искључиво тачна, с обзиром на то да се неретко појављују ситуације у којима цена карте утолико опада уколико се приближава почетак лета.¹⁸ Објашњења је више, а као основно се наводи тежња да превозилац „попуни“ лет до краја, односно да не лети празним ваздухопловом (премда се и ситуација лета празних ваздухоплова дешава, али је њој циљ очување права на лет на одређеној рути). Таква, како се и у домаћем језику уобичајио израз *last minute* куповина (карте или туристичког аранжмана), са становишта пружаоца услуге је оправдана, како би се, како тако, покрили трошкови летелице и посаде, односно како не би долазило до отказивања лета, када би се за оне који су већ купили путну карту морале да обезбеде унапред предвиђене накнаде.¹⁹

Отуда, јасно је да нема само превозилац стратегију у одређивању цене, већ и путници приликом закључења уговора о превозу, а што се највише испољава у тактизирању у куповини авио-карте, односно у одлучивању о ранијој или каснијој куповини. С тим у вези се поставља питање оправданости заштите путника од додатних трошкова чија је вероватноћа настанка већа ако се карта купи раније (промене цена горива на светском тржишту, промене аеродромских такси итд.), с обзиром на то да је преостало време до почетка лета „плодно тло“ за промену

17 Објашњење: међународни лет представља превоз ваздухопловом којим се прелази граница једне државе, и то најчешће тако да је место поласка на аеродрому једне државе, а место доласка на аеродрому друге државе (иако је, неретко, за саму међународност довољна само чињеница преласка у ваздушни простор друге државе, без обзира на то што су аеродром поласка и доласка у истој држави). Супротно, домаћи лет представља превоз којим се премештају путници или роба са аеродрома поласка до доласка у истој држави и без преласка у ваздушни простор друге државе. Више о томе вид. Michael Milde, *International Air Law and ICAO*, Eleven International Publishing, Utrecht, 2008, 279 и даље, 283; С. Јанковић, 207–208; Bin Cheng, *The Law of International Air Transport*, Stevens & Sons Ltd., London, 1962, 173.

18 J. A. Abdella, NM Zaki, K. Shuiab, F. Khan, 378.

19 Више о таквим накнадама вид. Светислав Јанковић, „Правне последице поремећаја у путничком авио-саобраћају насталих услед COVID-19“, *Право и привреда*, бр. 4/2021, 531 и даље.

околности. Међутим, управо због тога што је превозилац (односно алгоритам који је створен према превозиочевим мерилима) основни одлучилац о промени цене путне карте док је у „процесу“ понуде, оправдано је штитити путнике чије понашање тек посредно и последично утиче на промене цена. Управо та неизвесност коју изазива промена цене путне карте од момента почетка понуде услуге конкретног превоза до његовог отпочињања, указује на потребу појачане заштите како постојећих (који су већ купили карту), тако и потенцијалних путника.

V Заштита путника од неизвесности у цени путне карте

1. Појашњење појаве

Неизвесност у цени путне карте је појава која је присутна у највећој мери од тренутка када се распространила куповина карата путем интернета, односно *online*. Међутим, посебну актуелност тој појави даје постојећа (у 2022. години) економска неравнотежа, па и криза изазвана низом спољних чинилаца, а пре свега услед корона вируса и специјалне операције Руске федерације у Украјини, што је за своју последицу имало поремећаје на тржишту нафтних деривата. Основни задатак правне науке јесте да се ухвати у коштац са временом и одмери прикладност примене постојећих норми о заштити путника од „пре-теране“ променљивости цене путне карте. Као основни чиниоци који утичу на промену цене путне карте се, поред напред наведених, истичу и промене цене нафтних деривата, али и смањење земаљског и летачког особља и, сходно томе, поскупљење цене рада тих лица. Неретко, лоше написан рачунарски програм путем кога се *online* купују авио-карте, може да створи забуну на страни путника о коначној цени превозио-чеве услуге с обзиром на то да му се у различитим корацима при куповини карте појављују различите (најчешће веће, како се напредује ка самом закључењу уговора) цене.

2. Развој правног уређења у заштити путника

Уговор о превозу путника ваздушним путем, и сходно томе права путника, се непосредно уређује путем тзв. Монреалске конвенције из 1999. године о уједначавању одређених правила у међународном ваздушном превозу и домаћим прописима (најчешће законима) који у целисти преузимају њена правила.²⁰ Међутим, упркос томе, остаје широка

20 Монреалска конвенција из 1999. године о уједначавању одређених правила у међународном ваздушном превозу и домаћим прописима (*Convention for the*

правна празнина неуређених ситуација, међу којима су поред оних о правима путника у случају кашњења и отказивања лета и оне о заштити путника као потрошача у случају једностране промене цена превоза (конкретно, путне карте) од стране превозиоца.

Сам чин промене цене путне карте се односи на време које обухвата почетни тренутак (када је куповина путне карте доступна) и крајњи тренутак (када је завршена понуда продаја путне карте и када би лет требало да отпочне). У том међувремену, али и у самом процесу, дешава се да се првобитно уочена (од стране путника) односно понуђена (од стране превозиоца) цена измени. То је последица развоја тржишног правног уређења у ваздушном саобраћају које је, како је на почетку поменуто, ишло од потпуне и искључиве правне уређености (када је држава непосредно вршила утицај на одређивање цене), до потпуне правне неуређености (када је држава кроз „однормирање“ [енг. *Liberalization*], практично уступила „невидљивој руци тржишта“, односно самим компанијама да слободно одређују цене).

Када су државе у преовлађујућем делу света почеле да уступају своју надлежност у непосредном уређивању цене превозничких услуга (пре свега у САД-у од 1970-их година), као последица је почела да се јавља појава злоупотребе таквог положаја од стране авио-компанија. Конкретно, оне су распарчале своју сложену услугу превоза и биле су спремне да понуде по нижој цени само прост превоз путника, без додатних услуга (попут превоза пртљага, осигурања, obroka у току лета итд.).²¹ Такво упоједињавање превозничке услуге је свакако налазило пут до крајњих корисника (путника) чиме се авио-превоз у већој мери омасовио.²² Међутим, такво поједностављивање своје услуге превозиоци су врло често били спремни да искористе на штету путника а у циљу повећавања свог профита тако што су уз економију обима и временски критеријум стварали разлике у цени путних карата за исту превозничку услугу. То је, уз поменуту *online* продају карата, створило неизвесност у цени путне карте и истовремено неизвесност правног положаја путника у превозном односу. Зато су државе морале да реагују како би заштитиле права путника као потрошача, а што се испојило кроз процес тзв. пренормирања, односно преуређивања (енг. *reregulation*) које се односи

Unification of Certain Rules for International Carriage by Air, signed in Montreal, Canada, 28th May 1999).

21 Alessandro Cento, *The Airline Industry: Challenges in the 21st century*, Physica-Verlag, Heidelberg, 2009, 87.

22 Процена је да су авио-услуге појефтиниле за најмање 10% од тренутка препуштања надлежности авио-превозиоцима да потпуно самостално одређују цену своје услуге. Вид. Wilfred S. Manuela Jr., „Airline liberalization effects on fare: The Case of Philippines“, *Journal of Business Research*, Vol. 60, Nr. 2/2007, 161 и даље.

на поновно, прерађено правно уређење раније слободног тржишта путничких авио-услуга.

3. Начини заштите путника

а) Уопште

Путник, као потрошач авио-услуга се штити од неодређености и неизвесности у цени путне карте на два основна начина. *Први* је благовремена обавештеност путника о цени путне карте која подразумева да о целокупној цени и о врсти услуга буде обавештен већ у првом кораку куповине, односно чим је приступио „распитивању“ о куповини авио-карте (чиме би требало да се искључе „мамци“ авио-компанија о јефтиним картама чија се цена доцније кроз поступак куповине повећава). *Други* начин заштите путника се састоји у умереном и тачно уређеном повећању путне карте у ситуацијама које су предвиђене за то (промењене околности попут повећања цене горива).

б) Благовремена и потпуна обавештеност

Обавештеност уговорне стране о садржини уговора који закључује је од изузетне важности за уговорну равнотежу и равноправност уговорних страна у облигационом односу. Благовременост обавештења значи да је путник, као уговорна страна, имао пред собом сва потребна обавештења која су такве природе да коначно опредељују његов став о уговору који тежи да закључи.²³ Она се односе на битне састојке уговора о превозу путника ваздушним путем, односно на посао превозиоца, време превоза и цену превоза.²⁴ Осим тога, путнику су веома важни услови превоза под којим се подразумева тачнија садржина конкретне превозиоачеве услуге. Конкретно, има ли право на превоз ручног и регистрованог пртљага, на оброке, осигурање, али и да ли је дужан да додатно плаћа неку од ових услуга или, чак, и основну услугу превоза, ако дође до одређених промена у околностима у којим је сам уговор закључен.²⁵

23 Таква, благовремена и потпуна обавештења корисника превозничких услуга су неизоставни део и сложенијег уговора о организовању путовања. Вид. Закон о заштити потрошача, *Службени гласник РС*, бр. 88/2021, чл. 93 ст. 1 тач. 2.

24 Вид. С. Јанковић (2021а), 200.

25 Како би се корисник услуга ваздушног превозиоца у потпуности правно заштитио на нивоу Европске уније, а са применом на подручје тзв. „Европског неба“, којем и Република Србија припада, усвојена је Уредба 1008/2008 о заједничким правилима у погледу одређених радњи у пружању услуга у цивилној авијацији (*Regulation (EC) No. 1008/2008 of the European Parliament and of the Council of 24 September 2008 on the*

У погледу наведених услова, тачније превозиочевих чинидби и својих, наспрамних обавеза да их плати, путнику морају да буду пружена обавештења већ у почетном тренутку закључења уговора. Према то делује као таутологија, а донекле и као беспотребно наглашавање уобичајених поступака при закључењу уговора, за путника је веома важна прецизност, потпуност и благовременост пружених му обавештења о превозиочевој услузи. То значи да путник већ у првом контакту са превозиоцем (било да је тај контакт непосредан у превозиочевим просторијама, или посредан, када се продаја карата врши преко туристичке агенције или путем интернета) мора да буде обавештен о врсти, садржини и цени услуге која му се нуди. Конкретно, у превозу ваздухопловом, да буде обавештен о времену трајања лета, евентуалним преседањима, садржини саме услуге у току лета (да ли се своди само на прост превоз или има право и на додатне услуге), као и о тачној цени.²⁶

У неколико наврата, посебно од увођења интернет продаје карата, спорним се одредило питање да ли превозилац поступа правилно ако коначну цену саопштава путнику тек у крајњем кораку интернет куповине карте, а не и у почетном. На пример, за лет на одређену дестинацију, превозилац у првобитној, рекламној понуди истиче цену од 120 евра за једну карту, а када се приступи њеној куповини, путник у току самог процеса, а пре крајњег корака куповине карте, сазна да се карта односи само на превозиочеву услугу превоза, а не и на аеродромске таксе, накнаде за гориво и евентуалне друге трошкове.²⁷ Путник трпи

common rules for the operation of air services in the Community, OJ L 293, 31. 10. 2008; даље у фуснотама: Уредба 1008/2008). Као најважнија правила у овој области су рецитал 16, те чланови 22 и 23 Уредбе 1008/2008. Управо се рециталом 16 предвиђа право потрошача авио-услуга на потпуно и благовремено обавештавање, како би они могли да упореде цене између различитих авио-превозилаца за исту врсту услуге, а све у циљу јачања конкурентности између њих.

26 Коначна цена авио-карте би требала у себи да обухвата како цену непосредне услуге превозиоца, тако и друге накнаде (попут аеродромских такси) које се уобичајено наплаћују у оквиру путне карте. Вид. Claus Pegatzky, Sebastian Rockstroh, „Die Reform des Europäischen Luftverkehrsrechts durch die Verordnung (EG) Nr. 1008/2008“, *Zeitschrift für Luft- und Weltraumrecht*, Vol. 58, Nr. 4/2009, 563.

27 Сличан случај је решаван пред немачким судовима и, најзад, пред Европским судом правде. Немачка организација за заштиту потрошача је у циљу испитивања положаја потрошача у реалности симулирала куповину авио-карте путем интернета. Приступљено је куповини карте 26. априла 2010. године за домаћи лет од Берлина до Келна и већ при првом оптирању за тај лет на екрану су се приказале цена превоза и износ од 3 евра за аеродромске таксе и накнаде (за евентуалне промене цена горива). Пошто је тај износ био нереално мали, а имајући у виду колико се на конкретном аеродрому наплаћују таксе, немачко удружење за заштиту потрошача је покренуло поступак против авио-превозиоца *Air Berlin*, који је, најзад, решаван пред Европским судом правде. Основ спора се налазио у одсуству потпуне

неизвесност и када у том почетном кораку има пред собом једну понуду цене карте, а доцније, у крајњем кораку пристанка на куповину, сазнаје да се та цена односи само на боравак у ваздухоплову током лета (прост превоз), а не и на превоз ручног и регистрованог пртљага.²⁸ Управо је суштина потпуне и благовремене обавештености путника да у том првом, почетном кораку куповине има сазнање о коначној цени превоза, то јест путне карте, у коју су сврстани на јасан, недвосмислен начин све услуге која та цена обухвата, али и оне које не обухвата (на пример, регистровани пртљак, додатни пртљак, оброци, осигурања, довоз и одвоз са аеродрома итд.).²⁹ Таква представа цене авио-карте и

обавештености потенцијалног путника о цени карте. Наиме, ако би се наставило са процесом куповине карте (тзв. *booking*), у последњем кораку куповине би се изразила већа цена него што је била у првом кораку приступања куповини. Немачки авио превозилац се бранио аргументом да је цена његове превозничке услуге иста од почетног до завршног корака куповине карте, а да цена на коју он не може да утиче (аеродромске таксе и друге накнаде) може да буде променљива, што се, по правилу, и наводи у процесу интернет куповине авио-карата. Европски суд правде је стао на становиште да авио-превозилац има обавезу да прикаже коначну цену карте већ у првом, рекламном кораку ка њеној куповини, а да је мењање цене коју купац треба да плати у току поступка куповине, па чак и да је из разлога промене накнада које превозилац лично не пружа нити има добит – противправно. Закључак је, дакле, да укупна, коначна цена авио-карте са свим појединостима мора да буде приказана већ у самом почетку поступка њене куповине и да свако одступање од те почетне и коначне цене, на штету путника, представља непоштено понашање авио-превозиоца. Више о томе вид. Jeremias Prassl, „Liberalisation, Information, and Transparency: Three Tales of Consumer Protection in EU Aviation Law“, *European Review of Contract Law*, Nr. 3/2015, 287–288. Детаљни подаци о пресуди описаног случаја C-290/16 доступни су на адреси: <https://curia.europa.eu/juris/document/document.jsf?text=&docid=192402&pageIndex=0&doclang=en&mode=lst&dir=&occ=first&part=1&id=1834434>, 28. 6. 2022.

28 Премда накнаду за регистровани пртљак превозилац има право да одвоји од цене своје класичне превозничке услуге и тако по јефтинијој цени путне карте превоз учини доступним већем броју путника, чини се да у погледу ручног пртљага такво право нема. Пре свега, превозилац нема изричиту обавезу да чува и да се стара о ручном пртљагу, с обзиром на то да ту обавезу посредно извршава превозећи путника. Сходно томе, накнада за превоз путника обухвата у себи и накнаду превоза његовог ручног пртљага. Најзад, ручни пртљак је ствар у превозу такве природе о којој се искључиво стара и преузима одговорност путник, тако да превозилац, пошто нема обавезу чувања, а ни право наплате додатне накнаде, нема право ни да забрани да путник са собом понесе ствари које представљају његов лични пртљак. Превозилац може само извесности ради да путнику пружи обавештења о врсти и количини ствари које могу да буду смтране ручним пртљак. Таква обавештења имају за путника значај одређености и извесности превозичеве чинидбе, а сам превозилац их може давати ако су заснована на безбедносним и сигурносним разлозима у погледу лета. Више о томе вид. J. Prassl, 286.

29 Вид. „Servicegebühr / Zahlungsmittel / Verordnung (EG) Nr. 1008/2008“, *ReiseRecht*, Vol. 30, Nr. 1/2022, 50–52.

услуга које „обухвата“ је важна путнику не само ради извесности у том предстојећем и могућем правном односу, већ и да би путник могао да је упореди са ценама и услугама других авио превозилаца.³⁰

Дакле, омогућавање авио-компанијама да самостално формирају цене својих услуга је имало за циљ њихово појефтињење на начин што су се саме услуге могле упојединити (од сложених ка једноставнијих), па да путник изабере изоловано само једну, а не и комплет превозичких услуга, те да само за њу и плати. Тиме се превозничке услуге прилагођавају потребама путника који, према томе, бирају само ону коју желе и која им је неопходна, а не и остатак из могућег пакета услуга.³¹ Међутим, превозилац је, без обзира на то да ли нуди сложену или просту услугу превоза (без додатних услуга путнику), дужан да већ у рекламном делу понуде продаје путне карте, а свакако у првом кораку ка њеној куповини, објави потпуну и коначну цену такве авио-карте. При томе, уз своју услугу мора да назначи и цену услуга других субјеката (аеродром, држава, осигуравајуће друштво итд).³²

в) Умерено повећање цене авио-карте

Из претходног излагања о правовременој и тачној обавештености путника о цени авио-карте, произлази да нема места њеној промени. Чак су се, неретко, водили судски поступци када би до промене цене дошло већ приликом њене куповине.³³ Управо, на основу таквог правила, делује потпуно утемељено закључак да се, након што се авио-карта купи, односно закључи уговор о превозу путника, не може мењати њена цена, то јест обавезивати путник на додатне накнаде. Међутим, такво правило има своје правно дејство само у правном односу који су створили самостално путник и авио-превозилац, а не и у односу у коме су путник и превозилац само као последице ширег правног основа приступили.

Један од таквих, сложенијих послова представља уговор о организовању путовања у коме се туристичка агенција обавезује путнику

30 Вид. Margherita Colagnelo, Vincenzo Zeno-Zencovich, *Introduction to European Union Transport Law*, Roma Tre-Press, Rome, 2015, 162.

31 *Пример*: Ако лекар из Београда путује на конгрес пулмолога у Мадрид на два дана, логично је да му није потребно да носи регистровани пртљак (до 22 или 23 килограма), већ своје путовање може да заврши и са само ручним пртљагом (обично до 8 килограма). То се, свакако, одражава на цену и примерено је да такав путник плати само карту за услугу која му је потребна (превоз њега и његовог личног, ручног пртљага), а не и ону која му није толико потребна (превоз регистрованог пртљага).

32 С. Pegatzky, S. Rockstroh, 563–564.

33 Више о таквим споровима вид. J. Prassl, 283 и даље.

да ће му пружити тзв. пакет услуга, међу којима су, најчешће, услуга смештаја (ноћења) у угоститељском објекту, превоз, оброци и остали туристички садржаји.³⁴ Само у таквом уговору постоји могућност да се цена читавог аранжмана незнатно повећа, и то само из разлога увећаних трошкова услуге која се везује за авио-превоз. Конкретно, ако дође до промене цене набавног горива за авионе или се повећају аеродромске таксе, односно друге накнаде у вези превозиочеве услуге, онда ће туристичка агенција као организатор путовања имати право да увећа цену своје услуге, односно претходно закљученог уговора о пакет аранжману. Дакле, у таквом случају се, практично, омогућава и толерише повећање цене авио-услуга, а која иначе не би била могућа да је путник закључио само уговор о превозу. То значи, у супротном, да је путник самостално купио путну карту, превозилац на основу већ објашњених правила не би могао да једнострано изврши повећање цене своје услуге, без обзира на знатност / обим повећања сировина / услуга других субјеката на основу којих је он пружа.

У циљу што веће правне извесности, постојећим правним режимом у Европској унији је на детаљан начин уређена могућност и обим повећања цене пакет аранжмана. Тачније, пакет аранжман се повећава само у мери у којој се повећава цена превоза у том сложеном уговору о организовању путовања. Цена се, дакле, може повећати само ако је то у том конкретном уговору предвиђено.³⁵ У том случају, цена се може повећати само из разлога који, у већини, стоје на превозилачкој страни те сложене туристичке услуге, а који су конкретизовани као разлози повећања услед повећања цене горива, аеродромских или других такси које се односе на превоз (попут укрцаја или искрцаја).³⁶

34 Детаљније о уговору о организовању путовања у новом правном режиму вид. Вук Радовић, „Предлог нове Директиве о пакет аранжманима и повезаним путничким аранжманима“, *Усклађивање њословној љрава Србије са љравом Евројске уније (2014)* (ур. Вук Радовић), Правни факултет Универзитета у Београду, Београд, 2014, 448 и даље.

35 Таква одредба у уговору мора да путнику буде представљена на јасан и недвосмислен начин најмање 20 дана пре почетка путовања. Имајући у виду такво, једнострано принудно, стриктно правило, долази се до закључка да је за путника, барем у погледу тог правила о могућем повећању, повољније да закључује уговор о организовању путовања у периоду од највише 20 дана пре почетка путовања (тзв. *last minute*), јер је у таквом случају искључена могућност да организатор путовања једнострано повећа цену у случају повећања цена горива и других, са превозом повезаних услуга. Тиме се, донекле, оповргава раније помињана хипотеза о прогресивном (растућем) угицају времена на куповину авио-карте садржана у правилности раније купљена карта – јефтинија цена карте.

36 Директива о пакет аранжманима и повезаним туристичким путовањима (*Directive (EU) 2015/2302 of the European Parliament and of the Council of 25 November 2015 on package travel and linked travel arrangements, amending Regulation (EC) No 2006/2004*

Када се испуне услови за повећање цене пакет аранжмана, а због повећања цене авио-карте, онда ће повећање моћи да буде само 8% од укупног износа (цене) пакет аранжмана. То значи, да чак ако је реално повећање цене горива или аеродромских такси (или других услуга аеродромског особља) веће од 8% од укупне цене пакет аранжмана, организатор путовања ће моћи да изрази повећање са своје стране само до износа од 8%, а не и више.³⁷ Укратко, он ће бити дужан да сноси ризик за реална повећања (цена горива и других наведених трошкова) која прелазе износ од 8% од укупне цене аранжмана.

VI Закључак

Имајући у виду савремени начин закључивања уговора о превозу путника ваздушним путем (преко конклюдентног начина куповине авио-карте путем интернета), закључује се да је такав начин сложен, па и детаљан како би у што већој мери задовољио потребе путника. Управо због своје сложености, такав начин куповине карте може да буде обмањујући за путника, што свакако не би смео да буде. Тежња превозилаца да увећају добит је повезана неретко са рекламним програмима којима се представља цена карте нижом него што заправо јесте, а све у циљу примамљивања већег броја путника. Због тога се јавља неизвесност у погледу коначне цене, а која, као таква, не би смела да постоји ни једног тренутка. У том смислу је одређен и постојећи правни режим у Европи у овој области, с обзиром на то да на императиван начин уређује обавезу превозиоца (или било ког продавца авио-карте) да већ у првом, рекламном, почетном кораку куповине карте објави потпуну и коначну цену. Дакле, обавеза благовременог обавештења о тачној, укупној цени авио-карте (са свим пратећим трошковима, таксама итд.) је једино

*and Directive 2011/83/EU of the European Parliament and of the Council and repealing Council Directive 90/314/EEC, OJ L 326, 11. 12. 2015; даље у фуснотама: Директива о пакет аранжманима), чл. 10. Српски Закон о заштити потрошача (чл. 101) у потпуности преузима поменуто правило из Директиве о пакет аранжманима. Вид. Небојша Јовановић, Вук Радовић, Мирјана Радовић, *Трговинско право*, Правни факултет Универзитета у Београду, Београд, 2021, 372.*

37 Директива о пакет аранжманима, чл. 10 ст. 2; Закон о заштити потрошача, чл. 101 ст. 3. Међутим, могуће је наведене прописе тумачити на начин да организатор нема уопште право на повећање цене пакет аранжмана ако је дошло до повећања цене горива или такси и других накнада у износу више од 8% од укупне цене аранжмана. У том случају, организатор не би имао право на једнострано повећање цене, чак ни на сопствену штету (када би повећао цену до износа 8% од цене аранжмана, а за оно преко да сам сноси трошак), већ би морао да обавести путника о актуелности његовог права да раскине уговор у таквим околностима. На такав закључак упућује језичко тумачење чланова 10 и 11 Директиве о пакет аранжманима.

решење за отклон неизвесности и правне неравнотеже у односу између превозиоца и путника.

Једини случај где постоји, и дозвољена је неизвесност у цени авио-карте, јесте када је уговор о превозу интегрисан у сложенији уговор о организовању путовања. Тада је могуће повећати цену тог сложенијег уговора (о организовању путовања), а због повећања цене карте из тачно одређених и унапред предвиђених разлога. Тиме се долази до закључка да је цена авио-карте потпуно извесна и одређена када је путник самостално купује од превозиоца (или другог продавца), а да постоји одређена, примерена доза неизвесности, својеврсне алеаторности на путничковој страни, када услугу ваздушног превоза добија у оквиру тзв. пакета туристичких услуга. Чини се да, иако је као таква предвиђена, да у циљу боље, делотворније заштите потрошача, не би требало да постоји чак ни таква неизвесност у цени путне карте (тачније пакет аранжмана), јер се у једном веома кратком периоду (од закључења до испуњења уговора не прође никад више од годину дана) примењује својеврсна клизна скала која није својствена таквим, потрошачким уговорима, колико класичном уговору о грађењу.

Коришћена литература

- Ahmed Abdella Juhar, Zaki NM, Shuiab Khaled, Khan Fahad, „Airline ticket price and demand prediction: A survey“, *Journal of King Saud University – Computer and Information Sciences*, Vol. 33, Nr. 4/2021.
- Iranu Evaristus M., „Opening African Skies: The case of airline industry liberalization in East Africa“, *Transportation Research Forum*, Vol. 47, Nr. 1/2008.
- Јанковић Светислав, „Правне последице поремећаја у путничком авио-саобраћају насталих услед COVID-19“, *Право и привреда*, бр. 4/2021. (Janković Svetislav, „Pravne posledice poremećaja u putničkom avio-saobraćaju nastalih usled COVID-19“, *Pravo i privreda*, br. 4/2021)
- Јанковић Светислав, *Ваздухопловно право*, Правни факултет Универзитета у Београду, Београд, 2021. (даље цитирано као С. Јанковић [2021a]) (Janković Svetislav, *Vazduhoplovno pravo*, Pravni fakultet Univerziteta u Beogradu, Beograd, 2021. (dalje citirano kao S. Janković [2021a]))
- Јовановић Небојша, Радовић Вук, Радовић Мирјана, *Трговинско право*, Правни факултет Универзитета у Београду, Београд, 2021. (Jovanović Nebojša, Radović Vuk, Radović Mirjana, *Trgovinsko pravo*, Pravni fakultet Univerziteta u Beogradu, Beograd, 2021)

- Јовановић Небојша, *Саобраћајно право*, Правни факултет Универзитета у Београду, Београд, 2017. (Jovanović Nebojša, *Saobraćajno pravo*, Pravni fakultet Univerziteta u Beogradu, Beograd, 2017)
- Klophaus Richard, „The Economics of Unbundling Air Travel Services“, доступно на адреси: https://www.researchgate.net/profile/Richard-Klophaus/publication/268428886_THE_ECONOMICS_OF_UNBUNDLING_AIR_TRAVEL_SERVICES/links/568bb03408ae051f9afc590b/THE-ECONOMICS-OF-UNBUNDLING-AIR-TRAVEL-SERVICES.pdf, 16. 7. 2022.
- Knee Alan, Tan Jin, „The ASEAN Single Aviation Market: Liberalizing the Airline Industry“, *Policy Brief*, Nr. 4/2014.
- Куљанин Јелена, Паскота Мира, Калић Милица, „Тржиште ваздушног саобраћаја у Србији: Нове авиокомпаније – нови путници“, *Техника – Саобраћај*, бр. 2/2015. (Kuljanin Jelena, Paskota Mira, Kalić Milica, „Tržište vazdušnog saobraćaja u Srbiji: Nove aviokompanije – novi putnici“, *Tehnika – Saobraćaj*, br. 2/2015)
- Lantseva Anastasia, Mukhina Ksenia, Nikishova Anna, Ivanov Sergey, Knyazkov Konstantin, „Data-driven Modeling of Airline Pricing“, доступно на адреси: <https://reader.elsevier.com/reader/sd/pii/S1877050915033815?token=6226E78E0F5E7C80F3C25E91E7F0DE21A16021E5F2BD8FF7792A453D958BD6BF0237D2F7B5BCD1AA517906273897AF8B&origInRegion=eu-west-1&originCreation=20220727091845>, 28. 6. 2022.
- Manuela Jr. Wilfred S., „Airline liberalization effects on fare: The Case of Philippines“, *Journal of Business Research*, Vol. 60, Nr. 2/2007.
- Milde Michael, *International Air Law and ICAO*, Eleven International Publishing, Utrecht, 2008.
- Pegatzky Claus, Rockstroh Sebastian, „Die Reform des Europäischen Luftverkehrsrechts durch die Verordnung (EG) Nr. 1008/2008“, *Zeitschrift für Luft- und Weltraumrecht*, Vol. 58, Nr. 4/2009.
- Petrović Jelena, Petrović Nikola, „Price Discrimination Strategy of Low-Cost Airlines“, *Industrija*, Vol. 43, Nr. 1/2015.
- Prassl Jeremias, „Liberalisation, Information, and Transparency: Three Tales of Consumer Protection in EU Aviation Law“, *European Review of Contract Law*, Nr. 3/2015, 287–288.
- Ravich Timothy M., „Deregulation of the Airline Computer Reservation (CRS) System“, *Journal of Air Law and Commerce*, Vol. 69, Nr. 2/2004.
- Радовић Вук, „Предлог нове Директиве о пакет аранжманима и повезаним путничким аранжманима“, *Усклађивање њословној љрава Србије са љравом Европске уније (2014)* (ур. Вук Радовић), Правни факултет Универзитета у Београду, Београд, 2014. (Radović Vuk,

- „Predlog nove Direktive o paket aranžmanima i povezanim putničkim aranžmanima“, *Usklađivanje poslovnog prava Srbije sa pravom Evropske unije (2014)* (ur. Vuk Radović), Pravni fakultet Univerziteta u Beogradu, Beograd, 2014)
- Silberman Alan H., „Price Discrimination and the Regulation of Air Transportation“, *Journal of Air Law and Commerce*, Vol. 31, Nr. 3/1965.
- Stanislaw Szopinski Tomasz, Nowacki Robert, „The Influence of Purchase Fate and Flight Duration over the Dispersion of Airline Price Tickets“, *Contemporary Economics*, Vol. 9, Nr. 3/2015.
- Ferdinand Scharpenseel Moritz, „Consequences of E.U. Airline Deregulation in the Context of the Global Aviation Market“, *Northwestern Journal of International Law and Business*, Vol. 22, Nr. 1/2001.
- Cento Alessandro, *The Airline Industry: Challenges in the 21st century*, Physica-Verlag, Heidelberg, 2009.
- Cheng Bin, *The Law of International Air Transport*, Stevens & Sons Ltd., London, 1962.
- Colagnelo Margherita, Zeno-Zencovich Vincenzo, *Introduction to European Union Transport Law*, Roma Tre-Press, Rome, 2015.
- Yu Shu-Fen, „Price perception of online airline ticket shoppers“, *Journal of Air Transport Management*, Vol. 14, Nr. 2/2008.

Svetislav JANKOVIĆ, PhD
Associate Professor at the University of Belgrade Faculty of Law, Serbia

(UN)CERTAINTY IN THE PRICE OF AIR TICKET

Summary

In the article, the author considers the uncertainty in the price of air tickets which is manifested in two ways. The first one is difficulty in cognition of real price of ticket due to many of advertising methods which are aimed to attract as many as possible new passengers. Usually, the price at the beginning of the process of purchasing the ticket is much lower than the final price at the end of the process of its purchase. The second example of uncertainty is present in the package tour arrangement where is possible to increase the overall price due to reasons on the carrier's side (usually due to an increase in the price of fuel). The author concludes that both of the aforementioned occasions of increasing the price of the tickets are unacceptable because of protecting reasons of consumers.

Key words: *Online Booking. – Airline Ticket. – Package Tour Arrangement. – Increasing the Price.*

Датум пријема рада: 1. 7. 2022.

Датум прихватања рада: 20. 8. 2022.