

Prof. dr Slobodan Vukadinović*

KARAKTERISTIKE I MODALITETI OPŠTIH USLOVA POSLOVANJA

Apstrakt

Rad polazi od uočavanja da je savremeni pravni promet obeležen širokom i sve intenzivnijom primenom opštih uslova poslovanja. U radu se razmatra normativni odnos opštih uslova poslovanja i zakonskih normi, ukazujući da oni moraju biti u skladu sa imperativnim pravilima i javnim poretkom, dok u odnosu na dispozitivne norme mogu imati supstitucionu i/ili dopunski efekat. Posebna pažnja posvećena je terminološkoj raznolikosti u domaćoj i uporednoj literaturi, kao i potrebi razgraničenja opštih uslova poslovanja od srodnih instituta. Na osnovu analize pravne teorije i poslovne prakse, u centralnom delu rada je identifikovano i sistematizovano četrnaest ključnih karakteristika opštih uslova poslovanja: (1) pisana forma; (2) unapred formulisani sadržaj; (3) postojanje i važenje nezavisno od konkretnog ugovora; (4) po pravilu fizička odvojenost od ugovornog obrasca; (5) mogućnost primene na više vrsta i modaliteta ugovora; (6) činjenica da sami po sebi ne predstavljaju tip ugovora već sistem klauzula koje se uključuju u konkretan ugovorni odnos; (7) opštost, apstraktnost i namenjenost neograničenom broju situacija i subjekata; (8) sistemski karakter i obuhvat; (9) relativna stalnost; (10) izraz poslovne politike kreatora; (11) funkcija privatnog kodeksa i dopunskih pravila; (12) često isključenje pregovora u praksi; (13) potencijalno svojstvo opšte i stalne ponude ili poziva da se učini ponuda; i (14) svojstvo privatne kodifikacije i izvora autonomnog prava trgovine kojim se u konkretnom odnosu zamenjuje primena dispozitivnih zakonskih normi. Rad kritički preispituje tezu o nužnoj povezanosti opštih uslova poslovanja sa ekonomskom superiornošću, ističući da je njihova savremena funkcija pre svega u racionalizaciji ugovaranja. Razmatraju se i modaliteti pojava oblika opštih uslova poslovanja i načini upoznavanja sa njihovom sadržinom. U zaključku, opšti uslovi poslovanja definišu se kao sistem pisanih pravila koja jedna strana predlaže svojim potencijalnim saugovaračima kao podobne da, uključanjem u ugovor, u celosti ili određenom delu, urede buduće ugovorne odnose, tj. postanu izvor

* Vanredni profesor Pravnog fakulteta Univerziteta Union u Beogradu i spoljni saradnik Instituta za uporedno pravo u Beogradu.

pravila za regulisanje međusobnih prava i obaveza, nezavisno od toga ko ih je sastavio i na koji način su objavljeni.

Ključne reči: opšti uslovi; opšti uslovi poslovanja; ugovor; poslovna praksa; poslovna politika.

UVOD

Savremeni pravni promet (naročito zaključenje ugovora), kako u poslovnim odnosima među subjektima privrednog odnosa, tako i u svakodnevnom životu građana (potrošača i korisnika finansijskih usluga), karakteriše primena različitih opštih uslova (ugovora, putovanja, poslovanja, osiguranja itd.). Iako postoji sve šira primena i sve veći broj oblasti u kojima se primenjuju, većina udžbenika ne sadrži definiciju opštih uslova poslovanja, iako ih u različitom obimu skoro svi pominju kao jedan od izvora obligacionog, međunarodnog i unutrašnjeg trgovinskog prava. Neretko ih autori obrađuju zajedno sa tipskim (standardnim) ugovorima, a neki i sa adhezionim ugovorima.¹ Odrednice o opštim uslovima poslovanja mogu se naći u određenom broju stručnih leksikona i enciklopedija. Tako Leksikon prava međunarodnih privrednih odnosa pravi razliku između opštih uslova poslovanja i opštih uslova ugovora, pri čemu ove prve definiše kao pravila koja unapred određuje jedan ugovarač ili određeno udruženje privrednika jedne privredne grane (stručno, poslovno, strukovno i slično) za određenu vrstu privrednih poslova (kupoprodaju, zastupništvo, špediciju, komision, skladištenje, hotelske usluge, prevoz i sl.), a opšte uslove ugovora kao listu ugovornih klauzula koje stranke uključuju u svoj ugovor pozivajem na njih u celini ili delimično.²

¹ Za razlike između ugovornih formulara i modela ugovora, adhezionih ugovora, standardizovanih (tipskih) ugovora i opštih uslova (ugovora, poslovanja, putovanja, osiguranja i sl.) u savremenom pravnom životu, vid. Slobodan Vukadinović, *Građansko pravo: opšti deo, priručnik za pravosudni ispit*, Drugo izmenjeno i dopunjeno izdanje, Pravni fakultet Univerziteta Union u Beogradu, Beograd, 2026, str. 26–29.

² Vid. *Leksikon prava međunarodnih privrednih odnosa* (glavni redaktor Dobrosav Mitrović), Savremena administracija, Beograd, 1982, str. 313.

Srpski Zakon o obligacionim odnosima (u daljem tekstu: ZOO) ne sadrži definiciju opštih uslova poslovanja, već u članu kojim uređuje obaveznost opštih uslova formularnih ugovora određuje da opšti uslovi određeni od strane jednog ugovarača, bilo da su sadržani u formularnom ugovoru, bilo da se na njih ugovor poziva, dopunjuju posebne pogodbe utvrđene među ugovaračima u istom ugovoru, i po pravilu obavezuju kao i ove.³ Hrvatski Zakon o obveznim odnosima definiše: opći uvjeti ugovora su ugovorne odredbe sastavljene za veći broj ugovora koje jedna ugovorna strana (sastavljač) prije ili u trenutku sklapanja ugovora predlaže drugoj ugovornoj strani, bilo da su sadržani u formularnom (tipskom) ugovoru, bilo da se na njih ugovor poziva.⁴ Ovoj zakonskoj definiciji se može zameriti svođenje na opšte uslove koje sastavlja jedna ugovorna strana, tj. neuvažavanje činjenice da opšte uslove poslovanja može da sastavi (kreira) i neka treća strana koja ne učestvuje u zaključenju ugovora, što je naročito slučaj sa međunarodnim i nacionalnim organizacijama i udruženjima koja su dala veliki doprinos afirmaciji opštih uslova poslovanja.

Srpski Zakon o zaštiti korisnika finansijskih usluga sadrži zakonsku definiciju, prema kojoj se opštim uslovima poslovanja davaoca usluga, u smislu ovog zakona, smatraju uslovi poslovanja koje je doneo davalac usluga i koji se primenjuju na korisnike, a kojima se uređuju uslovi za uspostavljanje odnosa između korisnika i davaoca usluga i postupak komunikacije između njih, kao i uslovi za obavljanje poslovanja između korisnika i davaoca usluga. Ovim zakonom je izričito propisano i da opšti uslovi poslovanja obuhvataju i akte kojima se utvrđuju naknade i drugi troškovi koje davalac usluga naplaćuje korisnicima (npr. tarifa naknada).⁵

³ Čl. 142. st. 1. Zakona o obligacionim odnosima, „Službeni list SFRJ“, br. 29/78, 39/85, 45/89 – odluka USJ i 57/89, „Službeni list SRJ“, br. 31/93 i „Službeni list SCG“, br. 1/03 – Ustavna povelja.

⁴ Čl. 295. st. 1. hrvatskog Zakona o obveznim odnosima, „Narodne novine“, br. 35/05, 41/08, 125/11, 78/15, 29/18, 126/21, 114/22, 156/22 i 155/23. Vid. <https://www.zakon.hr/z/75/zakon-o-obveznim-odnosima>.

⁵ Vid. čl. 9. Zakona o zaštiti korisnika finansijskih usluga, „Službeni glasnik RS“, br. 19/2025, koji u istom članu u st. 2. propisuje i da opšti uslovi poslovanja moraju biti usklađeni sa zakonima i drugim propisima, a pored toga, davalac usluga treba da kroz te uslove obezbedi primenu dobrih poslovnih običaja, dobru poslovnu praksu i fer odnos prema korisniku.

Zakonsku definiciju opštih uslova poslovanja sadržao je i ranije važeći nemački Zakon o uređenju prava opštih uslova poslovanja (*Gesetz zur Regelung des Rechts der Allgemeinen Geschäftsbedingungen*, skraćeno: *AGBG-Gesetz*),⁶ prema kome su opšti uslovi poslovanja unapred formulisani uslovi ugovora za veći broj ugovora koje jedna ugovorna strana (korisnik) postavlja drugoj ugovornoj strani pri zaključenju ugovora, pri čemu je svedjedno da li odredbe sačinjavaju posebno izdvojeni sastavni deo ugovora ili su u sam tekst ugovora unete, koliki im je obim, u kojoj vrsti pisma su redigovane i kakvu formu ima ugovor.⁷ Važeći Građanski zakonik Nemačke od 2002. godine sadrži sličnu definiciju: opšti uslovi poslovanja su svi oni uslovi ugovora koji su unapred formulisani za niz ugovora, a koje jedna ugovorna strana (u nemačkoj terminologiji se ova ugovorna strana označava kao *korisnik*, odnosno *primenjivač*) postavi drugoj ugovornoj strani prilikom zaključivanja ugovora. Svedjedno je da li te odredbe čine fizički odvojen sastavni deo ugovora ili su one unete u samu ugovornu ispravu, kojeg su obima, kojom vrstom slova su sačinjene, i u kom je obliku ugovor. Ne radi se o opštim uslovima poslovanja ako su uslovi ugovora zajednički utvrđeni pregovorom između strana.⁸

UNIDROIT Principi međunarodnih trgovačkih ugovora definišu opšte uslove kao unapred pripremljene odredbe namenjene opštoj upotrebi u neograničenom broju slučajeva, koje koristi jedna strana i koje se zaista primenjuju bez pregovora sa drugom stranom.⁹ U zvaničnom komentaru ovog člana se navodi da za pojam opštih uslova poslovanja nije odlučujući njihov javni oblik u formalnom smislu (npr. da li su sadržani u posebnom dokumentu ili u samom ugovornom dokumentu, niti to da li su dostupni u prethodno odštampanom obliku ili samo u

⁶ Navedeni zakon donet je u SR Nemačkoj 9. decembra 1976. godine, a primenjivao se od 1. aprila 1977. godine do 1. januara 2002. godine, kada je prestao da važi stupanjem na snagu izmena i dopuna Građanskog zakonika Nemačke (BGB). Vid. više Slobodan Vukadinović, „Pravnoteorijske karakteristike i pravnodogmatski razvoj nemačkog prava opštih uslova poslovanja“, *Strani pravni život* 65(3), 2021, str. 343–359.

⁷ Opšti uslovi poslovanja ne uzimaju se u obzir ako su se ugovorne strane u pojedinostima dogovorile o uslovima ugovora. Vid. § 1. AGB-Gesetz.

⁸ § 305. BGB.

⁹ Čl. 2.1.19. st. 2. UNIDROIT Principa međunarodnih trgovačkih ugovora.

elektronskom itd.), kao ni to ko ih je sastavio (sama ugovorna strana, trgovačko ili stručno udruženje itd.), i koliki im je obim (da li se sa-
stoje od sveobuhvatnog sistema odredbi koje pokrivaju sve relevantne
aspekte ugovora, ili samo jedne-dve odredbe koje se tiču, na primer,
isključenja odgovornosti i arbitraže).¹⁰

Opšti uslovi poslovanja mogu dovesti do toga da kod dispozitiv-
nih zakonskih normi hijerarhija primene odstupa od hijerarhije va-
ženja. Nesporno je da opšti uslovi poslovanja moraju biti u skladu sa
imperativnim pravnim normama i javnim poretkom. U slučaju da je
neko pravilo ili odredba opštih uslova poslovanja u suprotnosti sa za-
konskom imperativnom (kogentnom) pravnom normom, važi impera-
tivna zakonska norma. Nije sporno ni pravo subjekata da, koristeći na-
čelo autonomije volje, samostalno urede sadržinu pravih poslova koje
preduzimaju, te da sami postave kroz opšte uslove poslovanja pravila
drugačija od dispozitivnih zakonskih normi. Nije sporno ni da u sluča-
ju nesklada pravila sadržanog u opštim uslovima poslovanja i dispozi-
tivne zakonske pravne norme, važi ovo prvo. To je važno i sa aspekta
pravne politike. Pravni poredak mora da omogućiti da privredni subjekti
samostalno urede svoje ugovorene odnose, uz poštovanje imperativnog
okvira. Svako preveliko zadiranje države u privredne odnose moglo bi
gušiti slobodu preduzetništva, razvoj tržišta i slobodu konkurencije.
U tom smislu jasno je da opšti uslovi poslovanja obustavljaju primenu
(svakako ne važenje) dispozitivnih normi kojima su uređena ista pita-
nja na konkretan ugovorni odnos na koji se primenjuju, i sadržinski ih
zamenjuju. Sa druge strane, odnos opštih uslova poslovanja i dispo-
zitivnih pravnih normi nije uvek potencijalno isključujući (jeste kada
uređuju ista pitanja), već može biti i nadopunjujući kada opšti uslovi
poslovanja uređuju pitanja koja nisu uređena dispozitivnim normama,
razrađuju ih, preciziraju, konkretizuju primenu i/ili sadrže rešenja
tehničkih pitanja (koja zakonima ili nisu uređena, ili je to učinjeno na
opšti način).

¹⁰ Vid. International Institute for the Unification of Private Law, *UNIDROIT Principles of international commercial contracts*, Roma, 2016, p. 67.

TERMINOLOŠKI MODALITETI OPŠTIH USLOVA

U domaćoj literaturi se predmetni izvor prava (i pravni institut) sreće pod različitim nazivima: opšti uslovi prodaje, opšti uslovi poslovanja, opšta pravila poslovanja, opšti uslovi ugovora, opšti uslovi za prodaju, opšti uslovi za uvoz, opšti uslovi za izvoz ili (samo) opšti uslovi.¹¹ U ovakvim situacijama, rešenje se često traži tako što se pojam definiše u širem i u užem smislu. Takvim pristupom, profesor Goldštajn pojmom opštih uslova poslovanja u širem smislu obuhvata: opšte uslove prodaje, opšte uslove nabavke, opšte uslove vršenja usluga, tipske i adhezione ugovore, ukazujući da ih povezuje to što predstavljaju uslove pod kojima neka preduzeća posluju.¹² Iako je profesor Goldštajn dao značajan doprinos pravnoj nauci regiona¹³ analizirajući, između ostalog, opšte uslove, ipak kod ovog pitanja smatram da je preširoko postavio pojam opštih uslova poslovanja u delu kojim je njime obuhvatio i tipske ugovore i adhezione ugovore. Smatram da je najadekvatnije koristiti naziv *opšti uslovi poslovanja*, pri čemu ovaj pojam (u širem smislu) obuhvata i: opšte uslove prodaje, opšte uslove nabavke, opšte uslove vršenja usluga, opšte uslove za isporuku (npr. električne energije) i sl. Drugim rečima, opšti uslovi poslovanja u širem smislu obuhvataju sve opšte uslove koji se i u nazivu i u sadržini upodobljavaju prema delatnosti subjekta koji ih kreira i prema vrsti pravnih poslova koje će uređivati. Tipske ugovore i adhezione ugovore smatram institutima srodnim opštim uslovima poslovanja, ali ipak dovoljno različitim.¹⁴

U pogledu terminologije koju koristi naš zakonodavac, Zakon o obligacionim odnosima primarno koristi termin opšti uslovi formular-

¹¹ Deo rada koji sledi se oslanja na deo neobjavljene doktorske disertacije: Slobodan Vukadinović, *Opšti uslovi poslovanja u obligacionom i međunarodnom trgovinskom pravu: pojam, zaključenje, tipične klauzule i kontrola*, doktorska disertacija (neobjavljeno), Pravni fakultet Univerziteta Union u Beogradu, Beograd, 2019, str. 42–51.

¹² Vid. Aleksandar Goldštajn, *Privredno ugovorno pravo*, Informator, Zagreb, 1980, str. 35.

¹³ Ovo naročito imajući u vidu da je prevodio tzv. ženevske ugovore, kako se u stručnoj literaturi označavaju tipski ugovori i opšti uslovi koje je sastavila i objavila Ekonomska komisija Ujedinjenih nacija za Evropu.

¹⁴ Vid. više Katarina Jovičić, Slobodan Vukadinović, *Neizvršenje ugovora, odgovornost i naknada štete*, Institut za uporedno pravo, Beograd, 2023, str. 41–46.

nih ugovora¹⁵ premda se čini da pod sadržinom tog pojma podrazumeva opšte uslove poslovanja, ali pominje i opšte uslove,¹⁶ opšte uslove prevoza i tarife,¹⁷ opšte uslove poslovanja turističke agencije¹⁸ i opšte uslove osiguranja.¹⁹ Zakon o zaštiti korisnika finansijskih usluga, kao noviji zakon, koristi upravo termin opšti uslovi poslovanja.²⁰

U inostranoj literaturi i uporednom pravu se za opšte uslove poslovanja koriste sledeći nazivi. U engleskom jeziku to su: *general conditions*, *general conditions of trade*, *general terms of business*, *general business terms*, a kao posledica nerazlikovanja od tipskih ugovora mogu se sresti i termini: *standard contract*, *standard form contracts*, *standard terms and conditions*. U nemačkom jeziku se koristi termin *Allgemeine Geschäftsbedingungen* (skraćeno: AGB). U francuskom jeziku se koristi: *conditions générales du contrat*, *les principes généraux du contrat*, a kao posledica nerazlikovanja od tipskih ugovora može se sresti i termin: *contrats types*.²¹ U španskom jeziku se koristi termin *condiciones generales*, u italijanskom *condizioni generali di contratto*, a kao posledica nerazlikovanja od tipskih ugovora može se sresti i termin *contratto – tipo*. U ruskom jeziku je uobičajen termin *общие условия торговых сделок*,²² a u hrvatskom jeziku se pominju kao *opći uvjeti*.

Većina autora najčešće zajedno izlaže nekoliko sličnih, odnosno srodnih instituta, često ne navodeći razlike među njima (ili smatrajući da one ne postoje), pri čemu im daju različite nazive, a nekada isti smi-

¹⁵ U delu kojim uređuje ugovor, ZOO sadrži dva člana (čl. 142–143) iznad kojih je naslov „Opšti uslovi formularnih ugovora“. Prema čl. 142. st. 1. ovog zakona, opšti uslovi određeni od strane jednog ugovarača, bilo da su sadržani u formularnom ugovoru, bilo da se na njih ugovor poziva, dopunjuju posebne pogodbe utvrđene među ugovaračima u istom ugovoru, i po pravilu obavezuju kao i ove.

¹⁶ Čl. 836. st. 3. ZOO.

¹⁷ Vid. čl. 671. st. 2. i čl. 684. ZOO.

¹⁸ Vid. čl. 894. st. 3. ZOO.

¹⁹ Čl. 902. ZOO.

²⁰ Vid. čl. 9. Zakona o zaštiti korisnika finansijskih usluga, „Službeni glasnik RS“, br. 19/2025.

²¹ Aleksandar Goldštajn, *Opći uvjeti poslovanja*, materijal za posleddiplomski studij iz privrednog prava, Pravni fakultet u Zagrebu, Zagreb, 1970, str. 11.

²² Vid. Leksikon prava međunarodnih privrednih odnosa (glavni redaktor Dobrosav Mitrović), Savremena administracija, Beograd, 1982, str. 313.

sao i sadržinu. Razmatrajući odnos opštih uslova poslovanja i ugovora profesor Goldštajn iznosi sledeći stav: „Ugovori u kojima su opći uvjeti poslovanja postali dijelom sadržaja ugovora nazivaju se formularnim ugovorima, standardnim ili standardizovanim ugovorima odnosno tipskim ugovorima. Pri tome se pojmovi *opći uvjeti poslovanja* i *standardni ugovor* često ne razlikuju.“²³ Profesor Ivica Jankovec²⁴ identifikujući izvore privrednog prava²⁵ zajedno navodi formularne ugovore i opšte uslove poslovanja. U daljem razmatranju profesor Jankovec ističe: „Opštim uslovima ugovora ili opštim uslovima poslovanja naziva se tekst koji je unapred utvrdila ili prihvatila jedna privredna organizacija, kao uslove (klauzule, pravila) pod kojima će zaključivati ugovore određene vrste sa bilo kojim zainteresovanim licem.“²⁶ Sa druge strane, prof. dr Jakša Barbić pod opštim uslovima poslovanja u širem smislu razlikuje opšte uslove poslovanja u pravno-tehničkom smislu reči i tipski (formularni) ugovor, te opšte uslove poslovanja u užem smislu reči definiše kao skup ugovornih klauzula koje stoje strankama kao izbor da ih unesu u svoj ugovor, a tipski ugovor posmatra kao unapred pripremljeni formular ugovora u koji se unose konkretni podaci potrebni da bi to zaista postao ugovor između određenih stranaka.²⁷

KARAKTERISTIKE OPŠTIH USLOVA (POSLOVANJA)

U potrazi za definicijom pojma, nakon istraživanja i poređenja sadržine različitih opštih uslova poslovanja, mogu se uočiti određene karakteristike opštih uslova poslovanja. Iako se opšti uslovi međusobno razlikuju, postoje određeni zajednički elementi koji predstavljaju njihove odlike.

²³ A. Goldštajn, *op. cit.*, str. 11.

²⁴ Vid. Ivica Jankovec, *Privredno pravo*, Službeni list SRJ, Beograd, 1999, str. 27.

²⁵ Kao izvore privrednog prava Jankovec navodi: Ustav, zakone, podzakonske propise, uzanse, privredne običaje, formularne ugovore i opšte uslove poslovanja i sudsku praksu (uz uobičajeno objašnjenje u samom tekstu da ona u nas nije izvor prava).

²⁶ I. Jankovec, *op. cit.*, str. 264–265.

²⁷ Vid. Jakša Barbić, *Sklapanje ugovora po Zakonu o obveznim odnosima (suglasnost volja)*, Informator, Zagreb, 1980, str. 26.

Prvo, opšti uslovi poslovanja su uvek tekst u pisanom obliku, što znači da je pisana forma jedna od njihovih karakteristika i konstanti. Ukoliko ne bi bili zapisani ne bi se moglo govoriti o opštim uslovima poslovanja, već eventualno o poslovnoj praksi, uobičajenom načinu na koji određeni privredni subjekt posluje, ili ukoliko se pridržava opšte poznatih običajnih pravila u tom sektoru privrede, može se govoriti o poslovnom ili privrednom običaju. Drugo, opšti uslovi poslovanja su uvek pripremljeni, tj. formulisani unapred. To znači da pre i nezavisno od potencijalnog ugovornog odnosa uređuju prava i obaveze budućih ugovarača, bilo da ih privredni subjekt samostalno priprema (sastavlja, kreira) ili preuzima tekst opštih uslova poslovanja koji je sačinila i objavila neka međunarodna organizacija ili udruženje privrednih subjekata.

Treće, opšti uslovi poslovanja postoje i važe nezavisno od budućeg konkretnog pojedinačnog (individualnog) ugovora, odnosno njegovog zaključenja.

Četvrto, opšti uslovi poslovanja, po pravilu, egzistiraju kao tekst koji je fizički odvojen (odvojeni posebni dokument) od samog ugovornog obrasca (ugovornog dokumenta ili isprave) koji će ugovarači potpisati. Drugim rečima, opšti uslovi poslovanja najčešće nisu sastavni deo ugovornog formulara (izuzetno se nalaze na njegovoj poledini), te se sadržina opštih uslova poslovanja najčešće ne nalazi iznad potpisa strana ugovornica (kao što je to slučaj kod „klasičnog“ ugovora).

Peto, jedni isti opšti uslovi poslovanja se mogu primeniti na više tipova poslovnih operacija, tj. više²⁸ vrsta ugovora, kao i na više modaliteta jedne (iste) vrste ugovora. Sa druge strane, kod tipskih i adhezionih ugovora to nije slučaj, jer kod njih, po pravilu, postoji poseban tipski ugovor za svaku vrstu ugovora i svaki njen modalitet. Kod adhezionih ugovora je situacija potpuno jasna, jer kod njih nisu moguće nikakve promene, tj. nema isključenja ugovornih odredaba, budući da su adhezioni ugovori osmišljeni po principu: „uzmi ili ostavi“.²⁹ Dakle,

²⁸ Suprotno stanovište zastupa profesor Radišić: „To su apstraktna pravila za sve buduće pojedinačne ugovore određene vrste. Sva pitanja što iskrsavaju kod određenog tipa ugovora...“ Vid. Jakov Radišić, *Obligaciono pravo – Opšti deo*, Nomos, Beograd, 2000, str. 103.

²⁹ Slobodan Vukadinović, „Adhezioni ugovori u francuskom pravu“, *Strani pravni život* 64(1), 2020, str. 6.

jedan privredni subjekt može koristiti jedne iste opšte uslove poslovanja za sve vrste ugovora koje zaključuje, tako što će njima obuhvatiti zajednička pitanja (ili će po segmentima urediti različita pitanja za različite vrste ugovora). Tako, na primer, jedna banka može, a po pravilu je tako i u praksi, koristiti iste opšte uslove poslovanja za ugovor o tekućem računu, ugovor o kreditu, ugovor o depozitu, ugovor o sefu itd.

Šesto, kako se opšti uslovi poslovanja mogu primeniti i primenjuju se uključivanjem u ugovor kod svih vrsta, tj. tipova ugovora, tako oni sami po sebi ne predstavljaju vrstu ili tip ugovora. Kada se tome doda prethodno opisana činjenica da oni, po pravilu, nisu fizički deo ugovornog dokumenta, to ukazuje na potrebu da se opšti uslovi poslovanja na određeni način³⁰ moraju učiniti sastavnim delom ugovora da bi uređivali prava i obaveze strana ugovornica. To znači da je potreban osnov primene opštih uslova poslovanja i određeni način njihovog uključivanja u konkretni (pojedinačni) ugovorni odnos.³¹

Sedma karakteristika je opštost. Naime, opšti uslovi poslovanja se pripremaju (kreiraju) tako da važe za unapred neodređeni i neograničeni broj situacija i neodređeni i neograničeni broj subjekata (za javnost), tj. nemajući u vidu buduće konkretne (pojedinačne) ugovorne strane³² (kao što je slučaj kod pregovora). Drugim rečima, dok ih

³⁰ Danas se, najčešće, individualni ugovor poziva na opšte uslove poslovanja, tj. jednom klauzulom se uključuje njihova primena u konkretan ugovorni odnos koji nastaje, čime se iz samog teksta individualnog ugovora, po pravilu, ne vidi sadržina opštih uslova poslovanja. Ovakvo postupanje u praksi otvara pitanje saznanja sadržine opštih uslova poslovanja, tj. načina na koji se ugovorna strana može upoznati sa njihovom sadržinom. Ovo pitanje ponekad može predstavljati i problem ukoliko jedna ugovorna strana prihvata opšte uslove poslovanja koje primenjuje u svojoj poslovnoj praksi i koje je formulisala druga ugovorna strana, jer u savremenim uslovima poslovanja, rukovodena većom brzinom, strana ugovornica neretko prihvata opšte uslove poslovanja druge strane ne upoznavajući se detaljno sa njihovom sadržinom – nekad ni ne pročita.

³¹ Analizirajući pojam opštih uslova poslovanja profesor Radišić ističe: „Oni ne predstavljaju neki naročit tip ugovora; naročit je jedino način na koji se oni zaključuju, a on se može primeniti kod svih postojećih tipova ugovora.” Vid. J. Radišić, *op. cit.*, str. 103.

³² Ova osobina opštih uslova poslovanja može otvoriti pitanje da li oni imaju neke karakteristike propisa, tj. opšteg akta i kakva im je pravna priroda, što će biti posebno razmatrano u daljem radu.

sastavlja, kreator opštih uslova poslovanja nema u vidu određeno lice ili lica (bilo fizička, bilo pravna). To znači da opšti uslovi poslovanja sadrže apstraktna i uopštena (generalna) pravila, a namenjeni su, po pravilu, za uređenje pravnih poslova koji se masovno zaključuju i regulišu ih na ujednačen, tj. jedinstven i jednoobrazan način.

Osmo, opšti uslovi poslovanja predstavljaju sistem pravila, tj. ugovornih odredaba (klauzula) koje su međusobno usklađene na takav način da zajedno predstavljaju sređenu i uređenu celinu, tj. sistem, a ne prost popis, zbir, skup, spisak ili listu klauzula, kako ističe većina autora.³³ Ovakav sistem (ugovornih) pravila predstavlja izraz težnje ka sveobuhvatnosti i iscrpnosti u samoregulisanju. Njima se na najdetaljniji način uređuje sadržina pravnih (i to ugovornih) odnosa na koje će se primeniti. Kreator opštih uslova poslovanja nastoji da njima uredi sve zamislive situacije³⁴ u praksi, pa su zbog toga opšti uslovi poslovanja po pravilu većeg obima, tj. znatno obimniji od ostalih izvora formularnog prava (tipskih ugovora i adhezionih ugovora).

Deveta karakteristika opštih uslova poslovanja je njihova stalnost, u relativnom smislu te reči. Naime, opšti uslovi poslovanja predstavljaju karakteristiku (čak i konstantu u relativnom smislu) jednog privrednog subjekta ili jednog udruženja, po kojima taj privredni subjekt, odnosno članovi tog udruženja posluju relativno duži vremenski period, jer njihovo važenje nije vremenski ograničeno, te nastoje da buduće ugovorne odnose urede jednoobrazno. Korišćenje opštih uslova poslovanja jeste i stvar odluke, tako što privredni subjekt, odnosno udruženje, odluči da ubuduće u poslovanju ugovore stalno zaključuje u skladu sa (najčešće sopstvenim) opštim uslovima poslovanja. Stalnost se može istaći i u smislu da kada ih privredni subjekt sastavi i objavi, on to čini sa namerom da ona traju neodređeni vremenski period. Iako nisu vremenski

³³ Suprotno mišljenje iznosi profesor Goldštajn koji kaže da opšti uslovi poslovanja predstavljaju upravo popis ugovornih klauzula: „Od tipskih se ugovora opći uvjeti poslovanja razlikuju time što predstavljaju popis ugovornih klauzula kojima se ugovorne strane koriste na taj način što ih smatraju sastavnim dijelom ugovora.” Vid. A. Goldštajn, *op. cit.*, str. 12. Slično takođe i profesor Radišić iznosi stav da opšte uslove poslovanja čini: „spisak tipičnih ili standardizovanih ugovornih klauzula koje se sastavljaju unapred.” Vid. J. Radišić, *op. cit.*, str. 103.

³⁴ Kako one značajne za zaključenje ugovora, tako i one koje se mogu pojaviti tokom izvršenja ugovora.

ograničena, ipak je ta stalnost karakteristika u relativnom smislu, jer opšti uslovi poslovanja važe i primenjuje se sve dok ih privredni subjekt ne zameni drugim, ili ih izmeni i/ili dopuni. Međutim, i kod izmena i/ili dopuna je češća situacija kontinuiranih promena u cilju njihovog poboljšanja. Na isti način, to može raditi i udruženje privrednih subjekata ili međunarodna organizacija. Ako uočimo okolnost da se u poslovnoj praksi opšti uslovi poslovanja stalno, tj. kontinuirano unapređuju, onda to još jednom, na drugačiji način, potvrđuje da je jedna od njihovih karakteristika upravo i stalnost (u relativnom smislu).

Kao deseta karakteristika se može istaći to da opšti uslovi poslovanja predstavljaju izraz poslovne politike privrednog subjekta koji ih kreira (sastavlja), tj. da proizlaze iz redovne i trajne³⁵ (po pravilu i osnovne) delatnosti koju taj privredni subjekt sistematski obavlja na tržištu. On svoju poslovnu politiku i svoje viđenje ugovornih odnosa sa saugovaračima zapisuje i uobličava kroz opšte uslove poslovanja, te postavlja pravila po kojima i ubuduće želi da prodaje robu ili vrši usluge. Na taj način, kao izraz poslovne politike određenog privrednog subjekta, opšti uslovi poslovanja datog privrednog subjekta su i jedinstveni. Upravo se iz njih može sagledati kakvo je gledanje privrednog subjekta na savesnost, poštenje i pravičnost, da li će nastojati da formuliše nefer klauzule, klauzule egzoneracije i maksimalno zaštititi isključivo sopstvene poslovne interese i pravni položaj ili će, u dobroj veri i rukovodeći se željom za stalnom saradnjom sa poslovnim partnerima sa kojima zaključuje ugovore, nastojati da rešenja u opštim uslovima poslovanja budu pravična.

Jedanaesta karakteristika jeste da opšti uslovi poslovanja predstavljaju privatnu zbirku, odnosno kodeks pravila.³⁶ Čak i kada se njihove odredbe ne koriste u celosti, tj. kada saugovarači postignu saglasnost o posebnim pogodbama, tada opšti uslovi poslovanja mogu poslužiti

³⁵ Slično: Slobodan Perović, *Obligaciono pravo*, Službeni list SFRJ, Beograd, 1981, str. 218.

³⁶ „Neki od ovih opštih uslova su *pravni zakonici (virtual codes of law)*, koji na najiscrpniji način regulišu određenu oblast, bez potrebe za bilo kakvim dopunskim regulisanjem.” Vid. Jelena Vilus, *Opšti uslovi formularnih ugovora*, Savremena administracija, Beograd, 1976, str. 20, sa pozivanjem na: Adolf Rieg, *Contrat-type et contrat d`adhésion*, referat na VIII Međunarodnom kongresu uporednog prava u Peskari, 1970, pp. 105–116.

kao dopunska pravila jer detaljno (na minuciozan način) uređuju sva zamisliva pitanja u vezi sa ugovornim odnosom uključujući i tehnička pitanja, jer je upravo to ideja vodilja kojom se sastavljač opštih uslova poslovanja rukovodi prilikom njihovog sastavljanja i primarni cilj, odnosno razlog zbog čega se kreiraju i koriste.

Kao dvanaesto se može istaći to da, iako im nije neizostavna karakteristika (naročito ne bitno svojstvo), danas su opšti uslovi poslovanja po pravilu takvi da isključuju mogućnost pregovora. Nema pogađanja, jer kreator opštih uslova poslovanja nastoji da unapred fiksira uslove budućeg ugovora, tako da im saugovarač pristupi nalik adhezionom ugovoru. Od navedenog pravila postoje izuzeci, te stoga ovu osobinu opštih uslova poslovanja navodim među poslednjima. Iako se danas redovno nastoji da se opšti uslovi poslovanja uključe u celini (*en bloc*) u ugovor, moguće je i da se u ugovor unesu posebne odredbe umesto pojedinih odredbi opštih uslova poslovanja (da se izmene opšti uslovi), kao i da se postojećim odredbama dodaju nove (kao svojevrsna dopuna opštih uslova poslovanja). Međutim, pravilo jeste da uglavnom strana koja prihvata primenu opštih uslova poslovanja nema stvarnog uticaja na njihovu sadržinu, niti je na bilo koji način učestvovala u njihovom nastajanju, odnosno formulisanju. U većini situacija u praksi, strana koja prihvata primenu opštih uslova poslovanja ne čini ni pokušaje da pregovara o sadržini ugovornog odnosa, već samo potpisuje unapred pripremljena ugovorna dokumenta koja sadrže opšte uslove poslovanja ili upućuju na njih. U teoriji se sreće i stav, koji nije bez osnova – da se samo tzv. velike mušterije korisnika opštih uslova poslovanja mogu upustiti u njihovu izmenu.³⁷

Trinaesta karakteristika jeste da, po svom karakteru i pravnom dejstvu, opšti uslovi poslovanja koji sadrže bitne elemente ugovora koji se njima želi zaključiti, predstavljaju opštu i stalnu ponudu (javnosti), uz moguća odstupanja, kada mogu predstavljati poziv da se učini ponuda pod uslovima koji oni sadrže.

Četrnaesto, kao svojevrsna privatna kodifikacija, kreirana na osnovu sinteze pravila prakse i poslovnih principa, a pod uticajem tr-

³⁷ Nenad Đurđević, „Kontrola opštih uslova poslovanja po osnovu pravičnosti“, *Pravni život* 11–12, 1994, str. 1541.

govačkih običaja, kojom se zamenjuje primena dispozitivnih zakonskih normi, opšti uslovi poslovanja istovremeno predstavljaju izvor autonomnog prava trgovine, koji je nastao kao rezultat kreiranja pravnih pravila od strane samih učesnika ugovornih odnosa u želji da posebno zaštite sopstvene interese.

PREISPITIVANJE MOGUĆIH DRUGIH KARAKTERISTIKA OPŠTIH USLOVA POSLOVANJA

Odvojeno od prethodno istaknutih 14 ključnih karakteristika koje su istaknute u prethodnom delu ovog rada, u mnogim radovima se navodi da se karakteristikama ili razlozima upotrebe opštih uslova poslovanja često pridodaju i potrebe i interesi ekonomskih monopola.³⁸ Na osnovu detaljnog istraživanja opštih uslova poslovanja, nalazim da ekonomska snaga, ekonomska superiornost ili čak monopolski ili dominantan položaj na tržištu kreatora i primenjivača opštih uslova poslovanja, nije niti bitno svojstvo, niti tipična karakteristika opštih uslova poslovanja. Stav da je ekonomska superiornost karakteristika formularnih ugovora, koji obuhvataju i opšte uslove poslovanja, potiče iz francuske pravne teorije. Naime, razmatrajući zaključenje adhezionih ugovora, Karbonije (*Carbonnier*) kao prvu osobinu ističe ekonomsku superiornost, koja ponuđača *de facto* stavlja u mogućnost da diktira svoje uslove drugom,³⁹ a taj stav dalje preuzimaju i razrađuju i drugi teoretičari, uključujući naše ugledne pravne pisce. Tako, na primer i dr Mladen Draškić ističe da zaključenje ugovora putem pristupanja pruža ekonomski superiornijoj strani mogućnost da diktira svoje uslove, te kako se radi vrlo često o ugovorima koji obuhvataju vrlo širok krug klijentele – potrošača, u svim pravima primenjuju se izvesne mere zaštite

³⁸ Tako, na primer: N. Đurđević, *op. cit.*, str. 1542.

³⁹ Karbonije pored (1) ekonomske superiornosti, kao osobine adhezionih ugovora označava i (2) jednostrani karakter klauzula, koje je pripremio moćniji u svom isključivom interesu i (3) njihovu nepromenljivost – to je celina koja se može samo prihvatiti ili odbiti. Vid. Jean Carbonnier, *Droit civil – Tome II – Les biens et les obligations*, Presses universitaires de France, 1957, str. 335–441, navedeno prema: Mladen Draškić, *Zaključivanje ugovora o kupoprodaji*, Institut za uporedno pravo, Beograd, 1972, str. 218.

te, „od ovakve zloupotrebe ekonomske superiornosti.“⁴⁰ U svim ovim radovima u kojima je prisutan prethodno iskazani stav, ističe se moć, ekonomska nadmoć, diktat dominantnog. Međutim, savremena poslovna praksa pokazuje da to više nije slučaj, barem ne bitno niti tipično svojstvo opštih uslova poslovanja, niti drugih oblika formularnih ugovora. Naime, samo postojanje, odnosno činjenica korišćenja opštih uslova u poslovanju nije sama po sebi zloupotreba ekonomske superiornosti. Smatram da danas treba uočiti da nije suština u aspektu ekonomske snage, već pažnju treba usmeriti na „pravnu snagu“, tj. pravna rešenja koja sadrže opšti uslovi poslovanja. Zato bi, prema mom mišljenju, fokus trebalo postaviti na mehanizme pravne kontrole opštih uslova poslovanja, naročito u slučaju postojanja klauzula koje su u suprotnosti sa osnovnim načelima ugovornog prava. Iako je vezivanje opštih uslova poslovanja i drugih izvora formularnog prava, u vreme kada je isticana pomenuta osobina, verovatno bilo pravilo, sa stanovišta današnjeg vremena i savremene prakse, može se uočiti da to više nije slučaj. Smatram da danas subjekti (primenjivači) ne koriste opšte uslove poslovanja jer su ekonomski moćni, već zato što je praksa njihove primene pokazala brojne prednosti primene opštih uslova poslovanja, a ponajviše uštede u vremenu i smanjenju operativnih troškova pri zaključenju ugovora. Takve uštede i prednosti jednako važe za sve subjekte, dakle ne samo za one ekonomski moćne, već i za mala i srednja preduzeća. U prilog ovom stavu govori i činjenica da u savremenoj praksi ugovornog prava, a naročito međunarodnog trgovinskog prava, neretko dolazi i do situacija da oba saugovarača imaju svoje opšte uslove poslovanja i to nezavisno od pitanja svoje ekonomske snage. Dodatno, postoje i situacije u kojima privredni subjekt manjeg ekonomskog potencijala kreira i primenjuje sopstvene opšte uslove poslovanja, a da pojedini subjekti veće ekonomske snage ne primenjuju opšte uslove poslovanja u svom poslovanju. Imajući u vidu sve prethodno navedeno, u svakom slučaju treba naglasiti da ni pitanje ekonomske snage, niti pitanje položaja na tržištu (npr. monopolski ili dominantan položaj) privrednog subjekta koji kreira i koristi opšte uslove poslovanja nije niti bitno, niti tipsko svojstvo koje karakteriše opšte uslove poslovanja kao takve. Sa druge strane, postojanje određenih klauzula koje se kose sa osnovnim princi-

⁴⁰ M. Draškić, *op. cit.*, str. 220.

pima pravičnosti, savesnosti i poštenja, odnosno ravnopravnosti ugovornih strana takođe nije povezano sa pitanjem ekonomske snage, već pravno-političkog opredeljenja pri kreiranju opštih uslova poslovanja, odnosno poslovne politike i načina poslovanja subjekta koji kreira i sastavlja opšte uslove poslovanja.

Prethodno izložena svojstva opštih uslova poslovanja mogu biti od koristi i kao kriterijumi kvalifikacije, tj. mogu biti primenjeni kada se (i da se) određeni izvor pravila kvalifikuje kao opšti uslovi poslovanja, naročito onda kada kreator⁴¹ nije izričito odredio (imenovao) karakter svog uobličenja pravila koje koristi. Uz to, s obzirom na činjenicu da se u praksi opšti uslovi poslovanja pojavljuju u različitim oblicima i pod različitim nazivima, izdvojene karakteristike (ili iz drugog ugla gledano – kriterijumi kvalifikacije) opštih uslova poslovanja, mogu da budu od određene koristi za identifikaciju određenog izvora kao opštih uslova poslovanja i kada on nije tako naslovljen.

Treba reći i da u praksi nije nužno neophodno da svaki pojedinačni opšti uslovi poslovanja istovremeno poseduju svih 14 prethodno istaknutih karakteristika, već da će u pojedinačnom slučaju biti prisutna kombinacija opisanih karakteristika, a ne njihova kumulacija, što je i uobičajeno kada je privatno, tj. građansko pravo⁴² u pitanju. To znači da navedene karakteristike nemaju apsolutno dejstvo važenja na svaki pojedinačni slučaj opštih uslova poslovanja, već je moguće da određene

⁴¹ Naziv *kreatori* (opštih uslova poslovanja) je izabran kao termin da označi subjekte koji pripremaju i formulišu opšte uslove poslovanja. Ovaj naziv smatram najadekvatnijim među konkurencijom drugih koji bi se mogli koristiti da označe subjekta koji ih sastavlja i primenjuje: sastavljači, stvaraoci, tvorci, priređivači, donosioci, korisnici, primenjivači i sl. S obzirom na činjenicu da subjekti koji pripremaju opšte uslove poslovanja zaista kreiraju njihovu sadržinu, čime kreiraju balans (ili disbalans) međusobnih prava i obaveza budućih ugovarača, a neretko isti subjekti kreiraju i način poslovanja i poslovnu politiku privrednog subjekta koji koristi opšte uslove poslovanja u svom poslovanju, izabran je naziv kreatori (opštih uslova poslovanja). Taj naziv smatram opravdanim i utemeljenim na činjenici da subjekt koji stvara opšte uslove poslovanja, njima suštinski kreira pravnu poziciju obe ugovorne strane, pa deluje razumno i osnovano reći da je on kreator.

⁴² O kombinaciji karakteristika građanskopravnih odnosa, vid. Vladimir Vodinelić, *Građansko pravo – Uvodne teme*, Nomos, Beograd, 1991, str. 69–73; Vladimir Vodinelić, u: Obren Stanković, Vladimir Vodinelić, *Uvod u građansko pravo*, Nomos, Beograd, 2007, str. 256–257.

na karakteristika ne bude prisutna u datom slučaju, a da takav sistem pravila bude kvalifikovan kao opšti uslovi poslovanja. Drugim rečima, navedene karakteristike se pojavljuju redovno, po pravilu i u proseku, tj. u najvećem broju slučajeva. Neke od ovih karakteristika se mogu sresti i kod drugih izvora formularnog prava, tj. kod tipskih ugovora i adhezionih ugovora. Moglo bi se postaviti i pitanje da li postoji univerzalna karakteristika opštih uslova poslovanja. Čini se da je univerzalna karakteristika opštih uslova poslovanja zasigurno pisana forma, tj. da nije zamislivo postojanje opštih uslova poslovanja u drugačijem obliku od pisanog, jer bi bilo kakav drugi oblik mogao ukazivati na poslovnu praksu ili običaj, ali ne na opšte uslove poslovanja.

Profesor Goldštajn je izneo mišljenje da opšti uslovi poslovanja, i-maju isti sadržaj kao i tipski (standardni) ugovori.⁴³ Smatram da ovo mišljenje jeste ispravno kad su u pitanju opšti uslovi koje su kreirale međunarodne organizacije i udruženja privrednika,⁴⁴ ali kada je reč o opštim uslovima poslovanja koje kreiraju pojedinačni privredni subjekti, onda smatram da se ova karakteristika ne može osnovano prihvatiti kao pravilo. Naime, kada je reč o opštim uslovima poslovanja privrednih subjekata, upravo njihova sadržina⁴⁵ jeste jedna od karakteristika koja razdvaja, a ne spaja tipske ugovore i opšte uslove poslovanja.

Ipak ovakav stav profesora Goldštajna podstiče da se uoči raznolikost opštih uslova poslovanja, te ga, čini se, pre treba dalje razvijati i korigovati nego kritikovati. To se može dovesti u vezu i sa još jednim

⁴³ A. Goldštajn, *op. cit.*, str. 12.

⁴⁴ Detaljnije vid. Slobodan Vukadinović, „Uloga međunarodnih organizacija i udruženja u razvoju standardizovanih modela ugovora s posebnim osvrtom na FIDIC-ove ugovore”, *Pravo i javne delatnosti: Liber amicorum Jovica Trkulja*, Pravni fakultet Univerziteta u Beogradu – Institut za uporedno pravo – Dosije studio, Beograd, 2024, str. 119–141.

⁴⁵ Ista sadržina pre bi bila izuzetak nego pravilo. Tako, ista sadržina kao kod tipskih ugovora sreće se, ne kod opštih uslova poslovanja, već pre kod opštih uslova prodaje. Smatram da su na ovakav zaključak koji je Goldštajn izveo presudno uticali ženevski tipski ugovori i opšti uslovi prodaje. Kod ženevskih ugovora, može se reći da je sadržina tipskih ugovora i opštih uslova prodaje veoma slična i da se u praksi teško sagledava razlika među njima. Ali, smatram da nije opravdano iz ovog jednog fenomena (ženevskih tipskih ugovora) izvesti opšti zaključak o istoj sadržini tipskih ugovora i opštih uslova.

pitanjem koje treba otvoriti i razmotriti kao posebno pitanje, a to su različiti modaliteti u kojima mogu egzistirati opšti uslovi poslovanja.

POJAVNI OBLICI OPŠTIH USLOVA POSLOVANJA

Opšti uslovi poslovanja u pravnom životu mogu postojati u različitim pojavnim oblicima. Modaliteti pojava oblika, posmatrano iz drugog ugla, određuju i predstavljaju načine saznanja sadržine opštih uslova poslovanja, tj. načine na koji se oni mogu saopštiti javnosti i učiniti dostupnim zainteresovanim licima. To su načini kako druga strana (koja prihvata opšte uslove poslovanja) može da se upozna sa njihovom sadržinom. Veoma je važno da druga strana ima mogućnost da se upozna sa njihovom sadržinom, jer ukoliko je ugovorna strana imala mogućnost da ih pročita, a odlučila se da to ne učini i prihvatila njihovu primenu prilikom zaključenja ugovora, onda neće moći da se sa uspehom poziva na to da joj opšti uslovi poslovanja nisu bili poznati.

Smatram da na karakter opštih uslova poslovanja ne utiče oblik (forma) u kome se pojavljuju, tj. objavljuju⁴⁶ i na koji su dostupni javnosti, tj. zainteresovanim subjektima i potencijalnim ugovaračima. Zakon o obligacionim odnosima sadrži odredbu koja propisuje da opšti uslovi poslovanja moraju biti objavljeni na uobičajeni način.⁴⁷ U vezi sa tumačenjem uobičajenog načina, u praksi se sreću različiti modaliteti. Najopštije govoreći, može se reći da opšti uslovi poslovanja danas mogu biti u štampanom i/ili elektronskom obliku.

U poslovnoj praksi se opšti uslovi poslovanja najčešće pojavljuju u vidu obimnijeg (sadržajnijeg) teksta, koji poput malog zakonika, tj. čitavog kodeksa, iscrpno reguliše sve buduće ugovore koje će privredni subjekt koji ih kreira zaključivati sa svakim zainteresovanim subjektom. Na ovakav način pripremljeni, opšti uslovi poslovanja najčešće se štampaju u vidu zasebne knjižice (ili male brošure) kao zbirke ugovornih pravila po kojima taj privredni subjekt posluje i zaključuje ugovore.

⁴⁶ Pitanje objavljivanja opštih uslova poslovanja je naročito važno zato što oni obavezuju samo ako su objavljeni na uobičajeni način.

⁴⁷ Čl. 142. st. 2. ZOO.

Takve knjižice najčešće su objavljene i dostupne u poslovnim prostorijama privrednog subjekta u kojima se zaključuju ugovori tako što su istaknute na vidnom ili vidljivom mestu, a danas ih, po pravilu, privredni subjekt objavljuje i na svom veb sajtu, tj. veb prezentaciji. Ovakve odštampane knjižice pojedini privredni subjekti i uručuju saugovaračima prilikom zaključenja ugovora. To, u poslovnoj praksi, najčešće čine banke, turističke agencije i osiguravajuća društva, tj. organizacije koje nude svoje usluge širokom broju subjekata.

U praksi nije redak slučaj i da je tekst opštih uslova poslovanja odštampan na drugoj strani (poledini) ugovornog dokumenta (ugovorne isprave ili formulara) i to najčešće u situacijama kada je reč o kombinaciji adhezionog (ili tipskog) ugovora i opštih uslova poslovanja. Tada se samim ugovorom uređuju bitni elementi tog ugovora, a na poledini se nalazi tekst opštih uslova poslovanja kojim se uređuju razne situacije⁴⁸ do kojih može doći u toku izvršenja, odnosno u fazi realizacije ugovora. S obzirom na obimnost opštih uslova poslovanja, u određenom relativno dužem vremenskom periodu postojala je praksa da je njihov tekst odštampan na poledini, i to neretko sitnijim slovima u odnosu na font teksta ugovora. Takva praksa može biti sporna iz ugla savremene zaštite potrošača, koja postavlja zahteve u okviru pravila ugovaranja i dužnosti obaveštavanja pre zaključenja ugovora, tj. informisanja u predugovornoj fazi koje treba da bude jasno, transparentno⁴⁹ i razumljivo. Posebna zaštita predviđena je Zakonom o turizmu, koji izričito zahteva da tekst ugovora o organizovanju putovanja, odnosno opšti uslovi putovanja, program putovanja i potvrda o putovanju, moraju da budu štampani slovima i brojevima koji su jednake veličine ali ne manjim od standardne veličine 12, očigledno jasnog i čitljivog fonta (*Times New Roman, Arial, Calibri* i sl.).⁵⁰

⁴⁸ Sa početnom idejom da se urede sve moguće situacije, odnosno makar sve one koje su zamislive u trenutku sastavljanja opštih uslova poslovanja.

⁴⁹ O značaju zahteva transparentnosti u savremenom ugovornom pravu, naročito potrošačkom ugovornom pravu, vid. Slobodan Vukadinović, Katarina Jovičić, „Razvoj transparentnosti u javnom i privatnom (ugovornom) pravu: od zahtjeva ka načelu“, *Zbornik Pravnog fakulteta Sveučilišta u Rijeci* 45(3), 2024, str. 595–607.

⁵⁰ Čl. 74. Zakona o turizmu, „Službeni glasnik RS“, br. 17/2019.

Za slučaj nepoštovanja ovog pravila, Zakon o turizmu sadrži i kaznenu odredbu, tačnije novčanu kaznu kojom se kažnjava pravno lice za prekršaj i odgovorno lice u pravnom licu (odnosno preduzetnik).⁵¹

Moguće je i da tekst opštih uslova poslovanja koji je odštampan kao fizički odvojen pisani tekst, tj. odvojeni posebni dokument bude fizički priključen, tj. priložen tekstu individualnog ugovora koji se zaključuje tako što se pričvrsti (najčešće prihefta) uz tekst individualnog ugovora. Ovakvom radnjom privredni subjekt želi da saugovaraču i praktično stavi do znanja da klauzule opštih uslova poslovanja zaista postaju sastavni deo zaključenog ugovora i da opšti uslovi poslovanja uređuju sve situacije koje nisu uređene samim tekstom individualnog ugovora (što i jeste jedan od ciljeva zbog koga privredni subjekt sastavlja i koristi opšte uslove poslovanja). Pojedini privredni subjekti svoje opšte uslove poslovanja objavljuju u katalogu svojih proizvoda i usluga, ili kao sastavni deo cenovnika, tarifnika,⁵² prospekata i sl.

Zakon o zaštiti korisnika finansijskih usluga izričito propisuje da je davalac usluga dužan da na vidnom mestu u poslovnim prostorijama u kojima nudi usluge korisnicima i na internet stranici obezbedi da se korisnik pre zaključenja ugovora upozna sa opštim uslovima poslovanja na srpskom jeziku. Ako davalac usluga donese nove ili promeni važeće opšte uslove poslovanja, dužan je da o tome obavesti korisnika na ugovoren način i da mu te izmene učini dostupnim, i to najkasnije 30 dana pre početka njihove primene, a u tom roku je dužan i da ih istakne na vidnom mestu u poslovnim prostorijama i na internet stranici, s

⁵¹ Konkretno, novčanom kaznom od 150.000 do 500.000 dinara kazniće se za prekršaj pravno lice (odgovorno lice u pravnom licu novčanom kaznom od 30.000 do 60.000 dinara, a preduzetnik novčanom kaznom od 100.000 do 350.000 dinara) ako, između ostalog, tekst ugovora o organizovanju putovanja, odnosno opšti uslovi putovanja, program putovanja i potvrda o putovanju, nisu štampani slovним znacima i brojevima koji su jednake veličine, ali ne manji od standardne veličine 12. Vid. čl. 126. st. 1. tač. 38. i st. 2–3. Zakona o turizmu, „Službeni glasnik RS“, br. 17/2019.

⁵² U vezi sa ovim pitanjem može se uočiti da postoji i izričito zakonsko određenje da opšti uslovi poslovanja obuhvataju i tarifnike. Tako, na primer, Zakon o zaštiti korisnika finansijskih usluga, „Službeni glasnik RS“, br. 19/2025, u čl. 9. st. 3. propisuje da opšti uslovi poslovanja obuhvataju i akte kojima se utvrđuju naknade i drugi troškovi koje davalac usluga naplaćuje korisnicima (npr. tarifa naknada).

jasnom naznakom datuma od kada počinju da se primenjuju. Dodatno, davalac usluga dužan je da korisniku pruži odgovarajuća objašnjenja i instrukcije koji se odnose na primenu opštih uslova poslovanja u vezi sa određenom finansijskom uslugom, kao i da mu, na njegov zahtev, te uslove bez odlaganja dostavi u pisanoj formi.⁵³

Bez obzira na to u kom se od navedenih oblika opšti uslovi poslovanja pojavljuju, objavljuju i čine dostupnima javnosti, to ne utiče na kvalifikaciju određenog sistema pravila i ugovornih klauzula kao opštih uslova poslovanja. Takođe, nije od značaja ni činjenica da li je primenjivač opštih uslova poslovanja istovremeno i njihov kreator, tj. da li koristi sopstvene opšte uslove poslovanja ili one koje je sastavio drugi privredni subjekt, određena organizacija, udruženje ili komora. Za kvalifikaciju opštih uslova poslovanja kao takvih ostaje relevantno da li predmetni tekst ispunjava karakteristike na koje sam prethodno ukazao, bez obzira na modalitet oblika u kome se saopštavaju i čine dostupnim zainteresovanim subjektima. Modaliteti pojavnih oblika opštih uslova poslovanja samo su dokaz raznolikosti prakse ovog korisnog izvora ugovornog prava.

ZAKLJUČAK

Nakon izdvajanja i razmatranja svih karakteristika opštih uslova poslovanja, odnosno celovitog sagledavanja njihovih svojstava, oni se mogu pojmovno odrediti, tj. definisati kao izvor prava na sledeći način: opšti uslovi poslovanja predstavljaju sistem pisanih pravila koji jedna strana predlaže svojim potencijalnim saugovaračima kao podobne da, uključenjem u ugovor, u celosti ili određenom delu, urede buduće ugovorne odnose, tj. postanu izvor pravila za regulisanje međusobnih prava i obaveza. Na karakter opštih uslova poslovanja ne utiče vrsta kreatora, niti modalitet njihovog pojavnog oblika, odnosno načina objavljivanja i upoznavanja sa njihovom sadržinom. Kada je reč o opštim uslovima poslovanja koje kreira određeni privredni subjekt, tada oni predstavljaju svojevrsnu privatnu (autonomnu) kodifikaciju poslovne prakse pri-

⁵³ Vid. čl. 10. st. 5–7. Zakona o zaštiti korisnika finansijskih usluga „*Službeni glasnik RS*“, br. 19/2025.

vrednog subjekta koji ih kreira na osnovu sinteze sopstvenih principa poslovanja, pa takvi opšti uslovi poslovanja predstavljaju pisani izraz poslovne politike, kojim taj subjekt pravno uobličava svoje poslovne interese kroz uslove za koje želi da postanu sastavni deo ugovora koje će zaključivati, zamenjujući njima dispozitivne zakonske odredbe. Na taj način, opštim uslovima poslovanja jedan privredni subjekt, pre ili u trenutku zaključenja ugovora, predlaže svom potencijalnom saugovaraču (ili neodređenom broju mogućih saugovarača) sistem ugovornih odredbi kojima bi se mogao urediti njihov ugovorni odnos. U savremenom pravu, opšti uslovi poslovanja predstavljaju jedan od veoma važnih, praktično nezaobilaznih, izvora obligacionog, međunarodnog i unutrašnjeg trgovinskog, odnosno privrednog prava.

Slobodan Vukadinović, PhD

Associate Professor,
Faculty of Law, Union University, Belgrade
External Research Associate
Institute of Comparative Law, Belgrade

CHARACTERISTICS AND MODALITIES OF GENERAL TERMS AND CONDITIONS OF BUSINESS

Summary

Contemporary legal transactions, both in commercial relations and in everyday contractual relations entered into by individuals as consumers, are characterized by the widespread and increasingly intensive use of general terms and conditions of business (e.g. in banking, tourism, insurance, and transport). Although they constitute an important source of the law of obligations and commercial law, domestic legal literature often lacks a clear conceptual definition of general terms and conditions, which are frequently examined together with standard (typical) and adhesion contracts. The paper also addresses the normative relationship between general terms and conditions and statutory rules: while general terms and conditions must comply with mandatory legal norms and public order, in relation to dispositive rules

they may have a predominantly substitutive effect, insofar as they replace their application to a specific legal relationship, as well as a supplementary function, where they elaborate technical issues or fill normative gaps. Particular attention is paid to terminological diversity in both domestic and foreign literature (general conditions of sale/business/contract, etc.), as well as to statutory definitions and the need to distinguish general terms and conditions from related legal institutes.

On the basis of an analysis of legal practice and theory, the key characteristics of general terms and conditions of business are identified as follows: (1) written form; (2) content formulated in advance; (3) existence and validity independent of a specific contract; (4) as a rule, physical separation from the contractual form; (5) applicability to multiple types and modalities of contracts; (6) the fact that they do not constitute a type of contract in themselves, but rather a system of clauses that must be incorporated into a specific contractual relationship; (7) generality, abstraction, and orientation toward an unlimited number of situations and subjects; (8) a systematic character and comprehensive scope (a structured whole rather than a mere list of clauses); (9) relative permanence; (10) expression of the business policy and operational approach of the drafter; (11) the function of a private code or set of supplementary rules; (12) the frequent exclusion of negotiations in practice (subject to exceptions); (13) the potential quality of a general and standing offer when they contain the essential elements of a contract, or, alternatively, an invitation to make an offer under the stated terms; and (14) the character of a private codification and a source of autonomous commercial law, arising from a synthesis of practice, business principles, and commercial usages, by which the application of dispositive statutory norms is replaced in the specific contractual relationship.

The paper critically reassesses the commonly advanced thesis that general terms and conditions are necessarily linked to economic superiority or monopoly power. It is concluded that economic strength does not represent an essential or typical feature of general terms and conditions: they are primarily used for reasons of rationalization, time efficiency, and cost reduction, and are employed by entities of varying sizes, including situations involving a “battle” of general terms where both parties rely on their own. Accordingly, the focus of legal protection should be placed on their legal significance, namely on mechanisms for the control of unfair and inequitable clauses, rather than on presumed economic dominance. With regard to their forms of manifestation, general terms and conditions may be communicated in printed and/or electronic form, including through brochures, websites,

the reverse side of contracts, annexes to contracts, catalogues, price lists, and tariffs. What is decisive is that the other party has a real opportunity to become acquainted with their content (transparency and comprehensibility), which is particularly emphasized for the purpose of consumer protection. The form of publication does not affect the legal qualification of general terms and conditions.

In conclusion, general terms and conditions of business may be defined as a system of written rules proposed by one party to potential contracting partners as suitable to regulate future contractual relationships, in whole or in part, through their incorporation into a contract, thereby becoming a source of rules governing the parties' mutual rights and obligations. Their legal nature does not depend on who drafted them or on the manner of their publication. In contemporary law, general terms and conditions of business represent a widely used and practically indispensable source of the law of obligations and commercial law, as they enable standardization, predictability, and efficiency in contracting, while at the same time requiring legal control in order to safeguard the fundamental principles of fairness, good faith, and equity.

Keywords: general terms; general terms and conditions of business; contract; business practice; business policy.

ЗБОРНИК РАДОВА У ЧАСТ АКАДЕМИКА ПРОФ. ДР ВИТОМИРА Г. ПОПОВИЋА

LIBER AMICORUM
ВИТОМИР Г. ПОПОВИЋ

ИЗДАВАЧИ

Удружење правника Републике Српске
Удружење правника Републике Србије

ЗА ИЗДАВАЧЕ

академик проф. др Витомир Поповић
Весна Ковачевић Станковић

УРЕДНИК

проф. др Јелена Вукадиновић Марковић

РЕЦЕНЗЕНТИ

академик проф. др Алекса Буха,
Академија наука и умјетности Републике Српске
академик проф. др Драго Бранковић,
Академија наука и умјетности Републике Српске
академик проф. др Владо Камбовски,
Македонска академија наука и уметности
проф. др Душанка Ђурђевић, Правни факултет Универзитета у Новом Саду
проф. др Марко Раичевић, Правни факултет Универзитета у Бањој Луци,
Уставни суд Републике Српске

ГРАФИЧКО РЈЕШЕЊЕ КОРИЦА

Даниел Грујић

ПРЕЛОМ ТЕКСТА И ШТАМПА

„Мастерпринт“ Бања Лука

ТИРАЖ

300 примјерака



ЗБОРНИК РАДОВА У ЧАСТ АКАДЕМИКА
ПРОФ. ДР ВИТОМИРА Г. ПОПОВИЋА

LIBER AMICORUM ВИТОМИР Г. ПОПОВИЋ

УРЕДНИК
др Јелена Вукадиновић Марковић

Бања Лука, 2026

CIP - Каталогизација у публикацији
Народна и универзитетска библиотека
Републике Српске, Бања Лука

340:929 Поповић В.

LIBER Amicorum Витомир Г. Поповић / уредник Јелена Вукадиновић
Марковић. - Бања Лука : Удружење правника Републике Српске, 2026
(Бања Лука : Мастерпринт). - 753 стр. ; 24 cm

На насл. стр.: Зборник радова у част академика проф. др Витомира Г.
Поповића. - Тираж 300. - Напомене и библиографске референце уз текст.

ISBN 978-99976-198-4-6

а) Поповић, Витомир (1956-)

COBISS.RS-ID 144813569