


**PRIRUČNIK ZA EDUKACIJU I POLAGANJE
STRUČNOG ISPITA ZA VODITELJA
POSLOVNICE PUTNIČKE AGENCIJE**

Sarajevo, studeni 2014. godine



FEDERALNO MINISTARSTVO OKOLIŠA I TURIZMA

PRIRUČNIK ZA EDUKACIJU I POLAGANJE
STRUČNOG ISPITA ZA VODITELJA POSLOVNICE
PUTNIČKE AGENCIJE

Sarajevo, studeni 2011. godine

Priručnik za edukaciju i polaganje stručnog ispita za voditelja poslovnice putničke agencije

Nakladnik:

Federalno ministarstvo okoliša i turizma

Glavni i odgovorni urednik:

Branka Đurić, dipl.ecc.

Uredništvo: prof. dr. Nenad Brkić mr. Denis Berberović, Zoran Bibanović, Mirza Salihović, Kasema Čatović, Aida Bugarin, Nedjeljko Babić, Majo Harmandić, Bisera Hotić, Krunoslav Šetka, Helena Bilbija, Mili Bijavica

Recezeni: Mili Bijavica i Zoran Bibanović

Lektura i korektura: prof. Zorica Kožul

Tisak: Fotokopirnica "In Copy"

Naklada

200 primjeraka

FEDERALNO MINISTARSTVO OKOLIŠA I TURIZMA

PRIRUČNIK ZA EDUKACIJU I POLAGANJE
STRUČNOG ISPITA ZA VODITELJA POSLOVNICE
PUTNIČKE AGENCIJE

Sarajevo, studeni 2011. godine

**Priručnik za edukaciju i polaganje stručnog ispita za vođitelja
poslovnice putničke agencije**

Nakladnik:

Federalno ministarstvo okoliša i turizma

Glavni i odgovorni urednik:

Branka Đurić, dipl.ecc.

Uredništvo: prof. dr. Nenad Brkić mr. Denis Berberović, Zoran Bibanović, Mirza Salihović, Kasema Čatović, Aida Bugarin, Nedjeljko Babić, Majo Harmandić, Bisera Hotić, Krunoslav Šetka, Helena Bilbija, Mili Bijavica

Recezeni: Mili Bijavica i Zoran Bibanović

Lektura i korektura: prof. Zorica Kožul

Tisak: Fotokopirnica "In Copy"

Naklada

200 primjeraka

**OPĆI DIO STRUČNOG ISPITA ZA VODITELJA
POSLOVNICE**

Kasema Čatović, dipl.pravnik

Helena Bilbija, dipl.oec.

**USTAVNO UREĐENJE BOSNE I HERCEGOVINE
I FEDERACIJE BOSNE I HERCEGOVINE**

USTAVNO UREĐENJE BOSNE I HERCEGOVINE I FEDERACIJE BOSNE I HERCEGOVINE

UVOD

Jedan od najznačajnijih datuma novije povijesti Bosne i Hercegovine jest 25. studeni 1943. godine kada je održano Prvo zasjedanje ZAVNOBiH-a (Zemaljsko Antifašističko vijeće Narodnog Oslobođenja Bosne i Hercegovine) u Mrkonjić Gradu, tada Varcar Vakufu, na kojem je proglašen državni suverenitet i teritorijalni integritet Bosne i Hercegovine (čime je bosanskohercegovačka država obnovila svoju državnost kakva je bila još u XIV. i XV. stoljeću), kao i donošenje Odluke da se Bosna i Hercegovina udruži sa ostalim državama i zemljama u Federativnu Jugoslaviju.

Ustavnom Bosne i Hercegovine iz 1946. godine, ponovo su definirane granice Bosne i Hercegovine. Iste te granice potvrđene su u Ustavu Federativne Demokratske Jugoslavije i u svim kasnijim ustavnim reformama.

Slijedeći povijesni događaj za Bosnu i Hercegovinu jeste referendum za nezavisnost Republike Bosne i Hercegovine održan je 29. veljače i 01. ožujka 1992. godine na kome se većina stanovništva izjasnila za nezavisnost zemlje. Nakon održanog referenduma, Europska zajednica i njene države članice priznale su SRBiH u postojećim granicama kao suverenu i neovisnu državu, 06. travnja 1992. godine. Dan kasnije, SR BiH je priznata i od strane Sjedinjenih Američkih Država, isto kao i Slovenija i Hrvatska.

Washingtonski Sporazum

Washingtonskim sporazumom iz ožujka 1994. godine stvorene su neophodne pretpostavke za kasnije zaključeni Daytonski mirovni sporazum. Ovim sporazumom uvaženi su principi suvereniteta i teritorijalnog integriteta Bosne i Hercegovine.

Skupština SRBiH, koja je istovremeno vršila i funkciju Skupštine Federacije Bosne i Hercegovine, na sjednici održanoj 30. ožujka 1994. godine, prihvatila je navedeni Sporazum i proglasila Ustav Federacije BiH, koji je najvažniji dio Washingtonskog sporazuma. Sporazum su u Washingtonu

potpisali predstavnici Republike Hrvatske i Republike Bosne i Hercegovine u prisustvu predsjednika Sjedinjenih Američkih Država.

Washingtonskim sporazum je sadržavao prijedlog Ustava Federacije BiH, preliminarni sporazum o uspostavljanju konfederacije između Republike Hrvatske i Federacije Bosne i Hercegovine, sporazum kojim se Federaciji BiH obezbeđuje pristup Jadranskom moru kroz teritoriju Republike Hrvatske, te sporazum kojim se Republici Hrvatskoj obezbeđuje slobodan prolaz kroz teritoriju BiH u Neumu. Federacija BiH je uspostavljena na teritoriji s većinskim hrvatskim i bošnjačkim stanovništvom, ali je bio otvoren i srpskoj strani da se priključi.

Mirovni sporazum za Bosnu i Hercegovinu

Opći okvirni sporazum za mir u Bosni i Hercegovini (Daytonski mirovni sporazum), dogovoren u Daytonu 21. studenog 1995. godine, a formalno potpisan u Parizu 14. prosinca 1995. godine, okončao je rat i donio mir Bosni i Hercegovini.

Daytonskim ustavom, koji je sastavni dio mirovnog sporazuma, Bosna i Hercegovina je definirana kao zajednička država konstitutivnih naroda Hrvata, Srba i Bošnjaka. Sastoji se od dva entiteta: Federacije Bosne i Hercegovine i Republike Srpske. Glavni grad je Sarajevo. Bosna i Hercegovina proklamirana je kao demokratska država u kojoj su zajamčena osnovna ljudska prava i slobode i najviši standardi ljudskih prava.

Po svome karakteru, Daytonski sporazum je međunarodni sporazum dogovoren na mirovnoj konferenciji u Daytonu, između Republike Bosne i Hercegovine, Republike Hrvatske i tadašnje Savezne Republike Jugoslavije i članova Kontakt grupe, koju su činile Sjedinjene Američke Države, Ujedinjeno Kraljevstvo Velike Britanije i Sjeverne Irske, Republika Francuska, Ruska Federacija, Savezna Republika Njemačka i Europska Unija koja je imenovala svog predstavnika za područje bivše Jugoslavije.

Daytonski mirovni sporazum ima jedanaest sastavnih dijelova-aneksa, od kojih Aneks IV predstavlja Ustav Bosne i Hercegovine.

Ustav Bosne i Hercegovine ima dvanaest članova kojima se uređuju pitanja: državno-pravni kontinuitet, državno ustrojstvo, državljanstvo, ljudska prava, podjela nadležnosti između države i entiteta, organizacija, postupak i djelovanje Parlamentarne skupštine BiH, Predsjedništvo BiH, Ustavni sud BiH, Centralna banka, administrativne procedure, te, opće i prelazne odredbe.

Ustav Bosne i Hercegovine

- Aneks 4. Mirovnog sporazuma --

Preambula Ustava

Preambula, u suštini, predstavlja okvir principa na kojima se zasniva ustavno-pravni poredak jedne države.

U slučaju Ustava Bosne i Hercegovine, Preambula snažno naglašava afirmiranje i promociju poštivanja univerzalnih ljudskih prava, poštivanja ljudskog digniteta, slobode i jednakosti.

Posebno se ističe posvećenost principima i svrhama Povelje Ujedinjenih Nacija, opredijeljenost za suverenitet, teritorijalni integritet i političku nezavisnost Bosne i Hercegovine u skladu sa međunarodnim pravom.

U Preambuli Ustava se naglašava da Hrvati, Srbi i Bošnjaci, kao ravnopravni, zajedno i s drugima, i građanima Bosne, „ovdje određuju da je Ustav Bosne i Hercegovine kako slijedi...”

Međunarodno- pravni kontinuitet Bosne i Hercegovine

Prema članu I (1), kontinuitet Republike Bosne i Hercegovine zasniva se na njenom pravnom postojanju po međunarodnom pravu, pod imenom Bosna i Hercegovina, s modificiranom unutrašnjom strukturom i u postojećim i međunarodno-priznatim granicama. Kao takva, Bosna i Hercegovina nastavlja članstvo u organizaciji Ujedinjenih Nacija, s punim pravima koja iz takvog članstva proističu.

Bosna i Hercegovina se određuje kao demokratska država koja će funkcionirati prema zakonu i na slobodnim demokratskim izborima.

U pogledu modifikacije njene unutrašnje strukture, član I(3) Ustava propisuje da će se Bosna i Hercegovina sastojati od dva entiteta, Federacije Bosne i Hercegovine i Republike Srpske. Pri tome, naglašava se sloboda kretanja roba, usluga, kapitala i lica širom Bosne i Hercegovine i obaveza entiteta da ove slobode neće ometati niti će uspostavljati kontrolu na „granici između entiteta”.

Ustav regulira državljanstvo Bosne i Hercegovine, kao i državljanstva entiteta, te zabranu lišenja državljanstva Bosne i Hercegovine ili entiteta po bilo kojem osnovu, kao što su spol, rasa, boja, jezik, vjera, političko ili drugo mišljenje, nacionalno ili društveno porijeklo, povezanost s nacionalnim manjinama, vlasništvom, rađanjem ili bilo kojim drugim statusom.

Ovaj Ustav ima i dva vlastita aneksa. Prvi Aneks predstavlja Dodatne sporazume o ljudskim pravima koji će se primjenjivati u Bosni i Hercegovini. Sadrži ukupno petnaest međunarodnih dokumenata za zaštitu ljudskih prava koji će se primjenjivati u Bosni i Hercegovini.¹

Drugi Aneks regulira prijelazni period i praktična pitanja implementacije Daytonskog mirovnog sporazuma koja se odnose prvenstveno na sporazum o vojnim aspektima mirovnog dogovora, prekid neprijateljstava, povlačenje stranih snaga, raspoređivanje i razmještaj međunarodnih snaga IFOR-a, razmjenu zatvorenika, suradnju strana, tumačenje, te stupanje na snagu Sporazuma.

Daytonski mirovni sporazum, a time i sam Ustav Bosne i Hercegovine, kao Aneks IV tog Sporazuma, sačinjen je na engleskom, bosanskom, hrvatskom i srpskom jeziku, te je prema članu 11. Općeg okvirnog sporazuma, svaka jezička varijanta jednako autentična.

Važno je naglasiti da prema Aneksu 10. Općeg okvirnog sporazuma za mir u Bosni i Hercegovini, Visoki predstavnik, imenovan u skladu sa relevantnim rezolucijama Savjeta bezbjednosti UN-a, da pored drugih ključnih ovlasti u nadziranju implementacije Mirovnog sporazuma, ima ovlasti i konačnog organa za tumačenje ovog Sporazuma i implementaciju mirovnog rješenja.

1. Konvencija za sprečavanje i kažnjavanje zločina genocida iz 1948. godine
2. Ženevske konvencije I-IV o zaštiti žrtava rata iz 1948. godine i Ženevski protokol I-II iz 1977. godine
3. Konvencija koja se odnosi na status izbjeglica iz 1951. godine
4. Konvencija o nacionalnosti udatih žena iz 1957. godine
5. Konvencija o smanjenju broja osoba bez državljanstva iz 1961. godine
6. Međunarodna konvencija o eliminaciji svih vrsta rasne diskriminacije iz 1965. godine
7. Međunarodni ugovor o građanskim i političkim pravima iz 1966. godine i Opcioni protokoli iz 1966. i 1989. godine
8. Međunarodni ugovor o ekonomskim, socijalnim i kulturnim pravima iz 1968. godine
9. Međunarodna konvencija o eliminaciji svih vrsta diskriminacije žena iz 1979. godine
10. Konvencija protiv mučenja i drugih vrsta okrutnog, nehumanog ili ponižavajućeg tretmana ili kažnjavanja iz 1948. godine
11. Evropska konvencija o sprečavanju mučenja, nehumanog ili ponižavajućeg tretmana ili kažnjavanja iz 1987. godine
12. Konvencija o pravima djeteta iz 1989. godine
13. Konvencija o pravima radnika na privremenom radu u inozemstvu i članova njihovih porodica iz 1990. godine
14. Evropska povelja za regionalne jezike i jezike manjina iz 1992. godine
15. Okvirna Konvencija za zaštitu nacionalnih manjina

Zabrana diskriminacije

Iz Preambule Ustava, kao i iz samih instrumenata o ljudskim pravima koje treba tumačiti u punom smislu njihovog značenja, proizilazi mogućnost stvaranja pravnog okvira za državu koja ima suverenitet, teritorijalni integritet i političku nezavisnost, i koja počiva na demokratskim principima i u kojoj se građanska, politička, ekonomska, kulturna i socijalna prava, trebaju poštivati.

U članu II Ustava Bosne i Hercegovine izričito su ugrađeni instrumentariji za poštivanje ljudskih prava i sloboda.

Sva ova prava moraju se razumijevati u skladu sa načelnom jednakosti, odnosno, obaveze da će sva lica u Bosni i Hercegovini biti slobodna od diskriminacije po bilo kom osnovu- član II (4).

Izbjeglince i raseljena lica

Ustav, u članu II (5) garantira pravo svih izbjeglica i raseljenih lica slobodnog vraćanja u mjesta svoga porijekla.

Osim toga, izbjeglicama i raseljenim licima, garantira se pravo na povrat imovine koje su bili lišeni za vrijeme neprijateljstva, odnosno, dobivanje kompenzacije za bilo koju imovinu koja im ne može biti vraćena.

U tom smislu, Ustav u članu II (6), neposredno zadužuje sve sudove, agencije i vladine organe da, putem instrumenata kojima raspolažu, osiguraju primjenu ljudskih prava u skladu s Aneksom 6.- Sporazum o ljudskim pravima.

Nadležnosti i odnosi između institucija Bosne i Hercegovine i entiteta

S obzirom na propise člana I (1) i (3) Ustava, prema kojima Bosna i Hercegovina nastavlja svoje pravno postojanje kao država s unutrašnjom modificiranom strukturom, članom III (1) i (2) uređena su pitanja razgraničenja nadležnosti između institucija Bosne i Hercegovine i entiteta.

Nadležnosti institucija Bosne i Hercegovine

U nadležnosti institucija Bosne i Hercegovine, prema članu III (1) su: vanjska politika; vanjskotrgovinska politika; carinska politika; monetarna politika, u skladu sa članom VII Ustava, financiranje institucija i plaćanje međunarodnih obaveza Bosne i Hercegovine; imigracija, izbjeglice i azil; provođenje međunarodnih i međuentitetskih politika i regulacija krivičnih propisa, uključujući i odnose s Interpolom, uspostavljanje i funkcioniranje zajedničkih i međunarodnih komunikacija, regulisanje međuentitetskog transporta, te kontrola zračnog prometa.

Nadležnosti entiteta

Prema članu III (2) Ustava, entiteti će imati pravo uspostave posebnih paralelnih odnosa sa susjednim zemljama u skladu sa suverenitetom i teritorijalnim integritetom Bosne i Hercegovine.

Entiteti su, prema Ustavu, dužni pružiti svoju neophodnu pomoć Vladi Bosne i Hercegovine da ispoštuje međunarodne obaveze, obvezni su osigurati sigurnu i zaštićenu sredinu za sve osobe u svojoj nadležnosti uz poštivanje međunarodno priznatih standarda ljudskih prava i temeljnih sloboda.

Članom III (3) Ustava, izričito je propisano da su entiteti dužni u potpunosti pridržavati ovog Ustava koji je nadređen ustavima i zakonima entiteta. Opći principi međunarodnog prava sustavni su dio integralnog Zakona Bosne i Hercegovine.

Dodatne nadležnosti

Prema članu III (5) Ustava, Bosna i Hercegovina će preuzeti nadležnosti o pitanjima za koja se entiteti slože, koja direktno proizilaze iz Aneksa 5.-8. Općeg okvirnog sporazuma, ili, koje su potrebne da se očuva suverenitet, teritorijalni integritet, politička nezavisnost i međunarodni subjektivitet Bosne i Hercegovine.

U vezi s primjenom člana III (5) Ustava Bosne i Hercegovine, treba naglasiti da su tijekom vremena, entiteti dogovorno prenijeli neke od nadležnosti na institucije Bosne i Hercegovine tako da se, suglasno tome, proširio krug o nadležnosti institucija Bosne i Hercegovine iz člana III (1) ovog Ustava.

Podjela vlasti između institucija Bosne i Hercegovine

Ustavom Bosne i Hercegovine, član IV-VI Ustava, regulirana je podjela vlasti između institucija Bosne i Hercegovine.

Zakonodavna vlast

Zakonodavnu vlast Bosne i Hercegovine vrši Parlamentarna skupština koja se sastoji od dva doma: Doma naroda i Predstavničkog doma.

Dom naroda sastoji se od 15 delegata od kojih su dvije trećine iz Federacije BiH, što uključuje po 5 delegata iz reda Bošnjaka i 5 delegata iz reda Hrvata, i jedne trećine Republike Srpske, odnosno, 5 delegata srpske nacionalnosti.

Za odlučivanje u Domu naroda dovoljan je kvorum od devet članova pod uvjetom da to budu po tri delegata iz sva tri konstitutivna naroda.

Predstavnički dom sačinjava 42 člana, od kojih su dvije trećine koji se biraju na teritoriji Federacije BiH, a jedna trećina iz Republike Srpske. Članovi Predstavničkog doma biraju se direktno, a većina svih izabranih članova u Predstavničkom domu sačinjava kvorum za odlučivanje.

Nadležnosti Parlamentarne skupštine BiH

U skladu sa članom IV (4) Ustava BiH, u nadležnosti Parlamentarne skupštine BiH je donošenje zakona; odlučivanje o izvorima prihoda za potrebe institucija Bosne i Hercegovine i međunarodnih obaveza Bosne i Hercegovine; donošenje Budžeta BiH; ratifikacija ugovora, te druga pitanja od značaja za provođenje nadležnosti države.

Izvršna vlast Bosne i Hercegovine

U institucije Izvršne vlasti Bosne i Hercegovine, spadaju Predsjedništvo Bosne i Hercegovine i Vijeće ministara Bosne i Hercegovine.

Predsjedništvo Bosne i Hercegovine, sastoji se od tri člana: jedan Hrvat, jedan Srbin i jedan Bošnjak.

Dva člana Predsjedništva koji dolaze iz reda Hrvatskog i Bošnjačkog naroda, biraju se direktno s područja Federacije Bosne i Hercegovine.

Jedan član, koji dolazi iz reda Srpskog naroda, bira se direktno s područja Republike Srpske.

Članovi Predsjedništva rotiraju se u jednakim vremenskim razmacima (od osam mjeseci) na mjestu predsjedavajućeg Predsjedništva.

Predsjedništvo je nadležno: za vođenje vanjske politike Bosne i Hercegovine; imenovanje ambasadora i drugih međunarodnih predstavnika Bosne i Hercegovine; predstavljanje Bosne i Hercegovine; vođenje pregovora i ratificiranje ugovora Bosne i Hercegovine; predlaganje budžeta Bosne i Hercegovine; izvršavanje odluka Parlamentarne skupštine, te za druge poslove vezane za funkcije Predsjedništva i Parlamentarne skupštine Bosne i Hercegovine. Predsjedništvo donosi odluke konsenzusom ili većinom glasova.

Vijeće ministara Bosne i Hercegovine je institucija izvršne vlasti Bosne i Hercegovine.

Predsjedavajući Vijeća ministara Bosne i Hercegovine, kojeg nominira Predsjedništvo Bosne i Hercegovine a odobrava Predstavnički Dom Parlamentarne skupštine BiH, imenuje ministre.

Sastav Vijeća ministara odobrava Predstavnički dom Parlamentarne skupštine Bosne i Hercegovine.

Najviše dvije trećine ministara mogu biti imenovani s teritorije Federacije BiH.

Parlamentarna skupština Bosne i Hercegovine može izglasati nepovjerenje Vijeću ministara, u kojem slučaju je dužno dati ostavku.

Sudska vlast Bosne i Hercegovine

Ustav Bosne i Hercegovine, u članu VI (1) propisuje da postoji Ustavni sud Bosne i Hercegovine. Za razliku od drugih demokratskih ustava, Ustav BiH ne propisuje i druge institucije koje vrše sudsku vlast u zemlji.

Ustavni sud Bosne i Hercegovine

Ustavni sud Bosne i Hercegovine sastoji se od 9 članova od kojih četiri člana bira Predstavnički dom Parlamenta Federacije Bosne i Hercegovine, a dva člana bira Skupština Republike Srpske.

Preostala tri člana bira predsjednik Europskog suda za ljudska prava nakon konzultacije s Predsjedništvom Bosne i Hercegovine.

Kriteriji za izbor sudaca Ustavnog suda je da su to istaknuti pravnici visokog moralnog stajanja. Suci koje bira predsjednik Europskog suda za ljudska prava ne mogu biti državljani Bosne i Hercegovine ili bilo koje susjedne države.

U nadležnosti Ustavnog suda Bosne i Hercegovine je odlučivanje o bilo kojem sporu između entiteta i Bosne i Hercegovine; između entiteta i institucija Bosne i Hercegovine.

Ustavni sud ima apelacionu nadležnost nad pitanjima koja proizilaze iz mišljenja bilo kojeg suda u Bosni i Hercegovini, kao i nad pitanjima koja mu budu prosljeđena od bilo kojeg suda u Bosni i Hercegovini u pogledu usklađenosti nekog zakona sa Ustavom, odnosno, Europskom konvencijom o ljudskim pravima i osnovnim slobodama i njenim protokolima.

Ustavni sud odluke donosi većinom glasova. Odluke Ustavnog suda Bosne i Hercegovine su konačne i obvezujuće.

Treba napomenuti da su u okviru šire reforme pravosudnog sektora u Bosni i Hercegovini koja je pokrenuta 1998. godine, s ciljem okončanja 2015. godine, Zakonom o Visokom sudskom i tužilačkom vijeću Bosne i Hercegovine², Zakonom o Sudu Bosne i Hercegovine i Zakonom o Tužilaštvu Bosne i Hercegovine, osnovani Visoko sudsko i tužilačko vijeće BiH, Sud BiH i Tužilaštvo BiH.

Visoko sudsko i tužilačko vijeće Bosne i Hercegovine je osnovano da bi se uklonili politički ili drugi uticaji unutar pravosudnog sustava i osiguralo da suci i tužitelji štite vladavinu prava za sve građane.

Vijeće ima širok dijapazon nadležnosti, što uključuje: imenovanje sudaca i tužitelja, disciplinsko sankcioniranje sudaca i tužitelja, sudsku upravu, edukaciju, proračun, informatizaciju, te druge nadležnosti u vezi s izgradnjom profesionalnog pravosudnog sustava u Bosni i Hercegovini. Bosna i Hercegovina nema Vrhovni sud Bosne i Hercegovine.

Centralna Banka

Centralna Banka, u smislu člana VII (1), (2) i (3) Ustava Bosne i Hercegovine je institucija monetarnog sustava Bosne i Hercegovine, nadležna za izdavanje novca i monetarnu politiku zemlje.

² Zakon o Visokom sudskom i tužilačkom vijeću Bosne i Hercegovine, Službeni glasnik BiH, broj: 77/02, Zakon o Sudu BiH, Službeni glasnik BiH, broj: 29/00; Zakon o Tužilaštvu BiH, Službeni glasnik BiH, broj: 3/03

Bankom upravlja Upravni odbor koji se sastoji od Guvernera, kojeg je u prvom periodu imenovao Međunarodni monetarni fond, i tri člana koje imenuje Predsjedništvo BiH, dva iz Federacije BiH i jednog člana iz Republike Srpske, na mandat od šest godina.

Danas su guverner i članovi Upravnog odbora državljani Bosne i Hercegovine koje imenuje Predsjedništvo Bosne i Hercegovine.

U pogledu financija, Ustav BiH u članu VIII određuje da Parlamentarna skupština BiH, na prijedlog Predsjedništva BiH, donosi Budžet za financiranje institucija BiH, i međunarodnih obaveza BiH, a da prihode u tom Budžetu osiguraju dvije trećine Federacija BiH, a jednu trećinu Republika Srpska.

Primjena općih odredbi

U članu IX Ustava BiH, izričito je nominirano da osobe koje su osuđene ili su pod optužnicom Međunarodnog tribunala za bivšu Jugoslaviju, ne mogu biti imenovane na izbornu ili drugu javnu funkciju na teritoriju Bosne i Hercegovine.

Izmjene Ustava

Članom X Ustava Bosne i Hercegovine, propisano je da se ovaj Ustav može mijenjati putem amandmana, dvotrećinskom većinom u Predstavničkom domu Parlamentarne skupštine Bosne i Hercegovine.

Nijedan amandman na ovaj Ustav ne može eliminirati niti umanjiti nijedno od prava i sloboda iz člana II ovog Ustava.

Ustav Bosne i Hercegovine stupio je na snagu po potpisivanju Općeg mirovnog sporazuma za mir u Bosni i Hercegovini. Entiteti su dužni da u roku od tri mjeseca od dana stupanja na snagu ovog Ustava, amandmanski izmijene svoje ustave.

Aneksi Općeg okvirnog sporazuma za mir u Bosni i Hercegovini

Kao što je već rečeno, Mirovni plan za Bosnu i Hercegovinu sastoji se od Općeg okvirnog sporazuma za mir u Bosni i Hercegovini i 11 aneksa- dodataka uz ovaj Sporazum i to:

- Aneks 1-A- Sporazum o vojnim aspektima mirovnog dogovora
- Aneks 1- B- Sporazum o regionalnoj stabilizaciji
- Aneks 2- Sporazum o međuentitetskoj liniji razgraničenja i relevantnim pitanjima
- Aneks 3.- Sporazum o izborima
- Aneks 4.- Ustav Bosne i Hercegovine
- Aneks 5.- Sporazum o arbitraži
- Aneks 6.- Sporazum o ljudskim pravima
- Aneks 7.- Sporazum o izbjeglicama i raseljenim licima
- Aneks 8.-Sporazum o Komisiji za očuvanje nacionalnih spomenika
- Aneks 9.- Sporazum o osnivanju javnih korporacija Bosne i Hercegovine
- Aneks 10.- Civilna implementacija Mirovnog sporazuma
- Aneks 11.- Sporazum o međunarodnim policijskim snagama

Aneks 1-A-Sporazum o vojnim aspektima mirovnog dogovora

Pored Aneksa 4.- koji predstavlja Ustav Bosne i Hercegovine, slijedeći Aneksi- dodaci, su sastavni dio Mirovnog sporazuma:

Ovaj Aneks sadrži 13 članova kojima su regulirana pitanja prekida neprijateljstava; povlačenje stranih snaga; raspoređivanje stranih snaga u zone razdvajanja s naglaskom na snage oko glavnog grada Sarajeva i u goraždanskom koridoru, obavještanje zajedničke vojne komisije; razmještanje NATO snaga za implementaciju koje će biti raspoređene u Bosni i Hercegovini; uspostavljanje Zajedničke Vojne Komisije, razmjenu zatvorenika, te obavezu međusobne suradnje u implementaciji ovog Mirovnog sporazuma.

Aneks 1- B- Sporazum o regionalnoj stabilizaciji

Sporazum su prihvatile Republika Bosna i Hercegovina, Republika Hrvatska, Savezna Republika Jugoslavija, Federacija Bosne i Hercegovine i Republika Srpska.

Strane su prihvatile ustanovljavanje progresivnih mjera za regionalnu stabilizaciju i kontrolu naoružanja i kreiranje stabilnog mira u regionu.

Mjere podrazumijevaju izgradnju povjerenja i sigurnosti u Bosni i Hercegovini, mjere za uspostavljanje regionalnog povjerenja i sigurnosti, mjere za kontrolu naoružanja kao i zaključivanje takvog sporazuma pod pokroviteljstvom OSCE-a.

Aneks 2- Sporazum o međuentitetskoj liniji razgraničenja i relevantnim pitanjima

Strane, Republika Bosna i Hercegovina, Federacija Bosne i Hercegovine i Republika Srpska, složile su se o međuentitetskoj graničnoj liniji. Prema članu I, unutarnje granice između Federacije Bosne i Hercegovine i Republike Srpske (međuentitetska linija razgraničenja) su prema karti koja je sastavni dio Sporazuma.

Članom V ovog Sporazuma, dogovorena je obvezujuća arbitraža za područje Brčkog koji je predmet spora, te da će se postupci od strane arbitražnog tribunala voditi po UNCITRAL pravilima.

Aneks 3.- Sporazum o izborima

Republika Bosna i Hercegovina, Federacija Bosne i Hercegovine i Republika Srpska složile su se da će osigurati postojanje uvjeta za organiziranje slobodnih i fer izbora pod supervizijom OSCE-a.

Članom III Sporazuma, uspostavljena je privremena Izborna Komisija, sastav, mandat i funkcionisanje komisije. Strane su preuzele obavezu osnivanja Izborne Komisije s nadležnostima providenja budućih izbora u Bosni i Hercegovini.

Aneks 4.- Ustav Bosne i Hercegovine

Ustav BiH stupio je na snagu kada i cjelokupan Mirovni sporazum, 14. prosinca 1995. godine.

Ubraja se u kategoriju kratkih ustava, ima 12 članova.

U članu I- potvrđuje se državnost Bosne i Hercegovine, njen međunarodno-pravni kontinuitet, demokratski principi, propisuje modificirana unutrašnja struktura, simboli, državljanstvo i glavni grad.

U član II- Ljudska prava i slobode- naglašava se značaj ljudskih prava.

Nadalje, u članu III, regulirane su nadležnosti između institucija u BiH i entiteta, a član IV uređuje zakonodavnu vlast koju vrši Parlamentarna skupština. U članu V Ustav nominira Predsjedništvo i Vijeće ministara, kao institucije izvršne vlasti.

Član VI regulira pitanja koja se odnose na Ustavni sud BiH i njegovu nadležnost.

Centralna banka kao institucija monetarnog sistema u Bosni i Hercegovini i finansije, uređene su članovima VII i VIII Ustava.

Izmjene i dopune uređene su članom X, prelazne odredbe članom XI, a članom XII određeno je stupanje na snagu Ustava Bosne i Hercegovine.

Aneks 1., koji sadrži 15 dodatnih međunarodnih sporazuma i konvencija o ljudskim pravima koji će se primjenjivati u Bosni i Hercegovini, i Aneks 2., koji sadrži prelazne odredbe koje se odnose na uspostavljanje zajedničke prelazne komisije, na kontinuitet državnih organa, pravnih propisa i postupaka, te na pitanja međunarodnih ugovora koje je do stupanja na snagu Ustava BiH zaključila Republika BiH, sastavni su dijelovi Ustava Bosne i Hercegovine.

Aneks 5.- Sporazum o arbitraži

Federacija Bosne i Hercegovine i Republika Srpska prihvatile su obvezu poštivanja Općih principa usvojenih u Ženevi 08. rujna 1995. godine od strane Republike Bosne i Hercegovine, Republike Hrvatske i Savezne Republike Jugoslavije, da će se uključiti u obvezujuću arbitražu kako bi riješili sporove međusobno.

Aneks 6.- Sporazum o ljudskim pravima

Republika Bosna i Hercegovina, Federacija Bosne i Hercegovine i Republika Srpska dogovorile su se o poštivanju ljudskih prava i sloboda, tako što će osigurati svim osobama unutar njihove jurisdikcije najvišu razinu međunarodno priznatih ljudskih prava i fundamentalnih sloboda, osigurane Europskom konvencijom o zaštiti ljudskih prava i osnovnih sloboda.

Članom II Sporazuma, uspostavljena je Komisija za ljudska prava koja se sastoji iz Ureda ombudsmena i Doma za ljudska prava.

Aneks 7.- Sporazum o izbjeglicama i raseljenim licima

Republika Bosna i Hercegovina, Federacija Bosne i Hercegovine i Republika Srpska, kao strane, suglasile su se da se sve izbjeglice i raseljena lica imaju pravo slobodno vratiti u svoje domove, te da

imaju pravo na povrat imovine koja im je oduzeta za vrijeme neprijateljstava od 1991. godine. Također, imaju pravo i na kompenzaciju za svu imovinu koja im se ne može vratiti.

Članom VIII osnovana je Nezavisna Komisija za raseljena lica i izbjeglice sa sjedištem u Sarajevu, i s uredima na drugim lokacijama prema potrebi. Članovima IX- XII uređena su pitanja sastava Komisije (CRPC), prostorije, troškovi i osoblje, mandat, postupak pred Komisijom, te karakter odnosa Komisije.

Prihvaćena je obaveza osnivanja Imovinskog Fonda izbjeglica i raseljenih lica u Centralnoj Banci Bosne i Hercegovine kojim, će upravljati komisija.

Aneks 8.- Sporazum o Komisiji za očuvanje nacionalnih spomenika

Republika Bosna i Hercegovina, Federacija Bosne i Hercegovine i Republika Srpska, ovim Sporazumom ustanovile su Komisiju od 5 članova za očuvanje nacionalnih spomenika sa sjedištem u Sarajevu, sa zadatkom rješavanja zahtjeva za utvrđivanje imovine kao nacionalnog spomenika prema pravima i propisima koje ustanovi ova Komisija.

Aneks 9.- Sporazum o osnivanju javnih korporacija Bosne i Hercegovine

Federacija Bosne i Hercegovine i Republika Srpska usuglasile su se o osnivanju Komisije o javnim korporacijama kako bi razmotrile osnivanje javnih korporacija radi rukovođenja zajedničkim kapacitetima, imajući u vidu rekonstrukciju infrastrukture, rad komunalnih, energetske, poštanske i prometne kapaciteta, na dobrobit oba entiteta.

Aneks 10.- Civilna implementacija Mirovnog sporazuma

Republika Bosna i Hercegovina, Republika Hrvatska, Savezna Republika Jugoslavija, Federacija BiH i Republika Srpska, u svojstvu strana, sporazumjele su se da će primjena civilnih aspekata mirovnih rješenja sadržavati širok dijapazon aktivnosti, uključujući i nastavak humanitarne pomoći, obnovu infrastrukture, ekonomsku obnovu, uspostavljanje političkih i ustavnih funkcija u BiH, poštovanje ljudskih prava i povratak izbjeglica i raseljenih lica, održavanje slobodnih i fer izbora i dr., zahtijevati imenovanje Visokog predstavnika u skladu s rezolucijama Savjeta sigurnosti OUN-a. Članom II ovog

Sporazuma, detaljno je određena nadležnost i ovlasti visokog predstavnika. Članom III određeno je imenovanje osoblja, te obveza strana da olakšaju rad Visokom predstavniku i osiguravanje potrebnih uvjeta za rad i imuniteta.

Strane su se, prema članu V Aneksa, složile da je Visoki predstavnik konačni organ na terenu za tumačenje ovog Sporazuma i implementaciju mirovnog rješenja.

Aneks 11.- Sporazum o međunarodnim policijskim snagama

Republika Bosna i Hercegovina, Federacija Bosne i Hercegovine i Republika Srpska, kao strane, složile su se da će obezbijediti sigurnu i bezbjednu sredinu za sve osobe u njihovim jurisdikcijama, održavanjem agencija za provođenje civilnog zakona koje djeluju u skladu s međunarodno priznatim ljudskim pravima i osnovnim slobodama.

Strane su zatražile da Ujedinjene Nacije uspostave, odlukom Vijeća sigurnosti, međunarodne policijske snage Ujedinjenih Nacija (IPTF) da provode program pomoći širom Bosne i Hercegovine, u skladu sa članom II ovog Sporazuma.

USTAV FEDERACIJE BOSNE I HERCEGOVINE

Ustav Federacije Bosne i Hercegovine, isto kao i Ustav Bosne i Hercegovine, nastao je u toku mirovnog procesa.

Ustav Federacije BiH dio je Washingtonskog sporazuma koji je potpisan 18. ožujka 1994. godine.

Ustavnim Zakonom kojim je izmijenjen Ustav Republike BiH, iz 1990. godine, na teritoriji s većinskim bošnjačkim i hrvatskim stanovništvom, uspostavljena je Federacija Bosne i Hercegovine.

Ustavotvorna skupština Federacije BiH 30. ožujka 1994. godine, usvojila je Ustav Federacije BiH, kada je i stupio na snagu.

Od njegovog usvajanja, Preambula Ustava Federacije Bosne i Hercegovine sadrži skoro iste polazne osnove kao i Preambula Ustava Bosne i Hercegovine.

Normativni dio Ustava Federacije Bosne i Hercegovine prilagođen je strukturi vlasti u Federaciji BiH koja polazi od koncepcije županijskog uređenja i podjele vlasti između institucija države Bosne i Hercegovine i entiteta u Bosni i Hercegovini.

Aneks Ustava Federacije Bosne i Hercegovine, sadrži instrumente za zaštitu ljudskih prava koji imaju pravnu snagu ustavnih odredaba. U Aneksu se nabroja 21 međunarodno-pravni dokument za zaštitu ljudskih prava za koje Ustav Federacije BiH propisuje, da će navedeni dokumenti imati pravnu snagu ustavnih odredaba, dok Ustav Bosne i Hercegovine, za katalog ljudskih prava koje sadrži, kaže da će se navedeni dokumenti primjenjivati u Bosni i Hercegovini.

Od njegovog donošenja, do kraja 2007. godine, na Ustav Federacije Bosne i Hercegovine usvojeno je 107 amandmana, čime je, za razliku od prvobitnog sadržaja ovog Ustava, došlo do veoma značajnih promjena u pogledu njegovog usklađivanja prvenstveno sa standardima koji proizilaze iz međunarodnih dokumenata o ljudskim pravima i osnovnim slobodama.

Uspostavljanje Federacije

U Preambuli Ustava Federacije, polazi se od principa Povelje Ujedinjenih Nacija, Univerzalne deklaracije o ljudskim pravima i Općeg okvirnog sporazuma za mir u Bosni i Hercegovini i njegovih aneksa, na temelju kojih Bošnjaci, Hrvati i Srbi, kao konstitutivni narodi, zajedno s ostalima, i građani Federacije BiH, uspostavljaju Federaciju Bosne i Hercegovine kao jedan od dva entiteta države Bosne i Hercegovine.

Članom 2. Ustava, regulirano je da se Federacija BiH sastoji od federalnih jedinica (županija) koji će imati nazive određene isključivo prema gradovima sjedištima odgovarajućih županijskih vlasti ili prema regionalnim geografskim karakteristikama.

Federacija ima grb, zastavu, himnu i pečat u skladu sa odlukama Parlamenta Federacije BiH.

Službeni jezici Federacije BiH su: bosanski jezik, hrvatski jezik i srpski jezik, a službena pisma su latinica i ćirilica. Ostali jezici mogu se koristiti kao sredstvo komunikacije i nastave. Glavni grad Federacije BiH je Sarajevo.

Ljudska prava i osnovne slobode

Članom II Ustava Federacije BiH određeno je da će Federacija BiH osigurati primjenu najvišeg nivoa međunarodno priznatih ljudskih prava i sloboda, utvrđenih u dokumentima navedenim u Aneksu ovog Ustava.

Svim izbjeglicama i raseljenim osobama garantirano je pravo slobodnog povratka u prebivališta iz kojih su prognane.

Ustav u članu 6. izričito propisuje obavezu svih sudova, organa uprave, institucija koje vrše javna ovlaštenja kao i drugih federalnih vlasti, da primjenjuju i poštuju prava i slobode predviđene u aktima navedenim u Aneksu.

Ombudsmeni Federacije Bosne i Hercegovine

Ustav propisuje ustanovljavanje institucije Ombudsmena Federacije BiH, koja je dužna štiti ljudsko dostojanstvo, prava i slobode zagarantirane ovim Ustavom.

Ustavom su propisane nadležnost i ovlaštenja ombudsmena, te ovlaštenja Parlamentu Federacije BiH da, u skladu sa federalnim zakonom, imenuje tri ombudsmena, po jednog iz svakog konstitutivnog naroda Bosne i Hercegovine.

Podjela nadležnosti između federalne i kantonalne vlasti

Ustav Federacije BiH uređuje pitanja podjele vlasti između Federacije BiH i kantonalne vlasti na način da su:

- U isključivoj nadležnosti Federacije:
 - Državljanstvo Federacije;
 - Utvrđivanje ekonomske politike, uključujući i planiranje i obnovu, te politiku korištenja zemljišta na federalnom nivou;
 - Donošenje propisa o financijama i finansijskim institucijama Federacije i fiskalnu politiku Federacije;

- Suzbijanje terorizma, međukantonalnog kriminala, neovlaštene trgovine drogom i organiziranog kriminala;
 - Dodjela elektronskih frekvencija za radio, televiziju i u druge svrhe u skladu sa Ustavom Bosne i Hercegovine;
 - Utvrđivanje energetske politike, uključujući i raspodjelu između kantona, te osiguranje i održavanje potrebne infrastrukture;
 - Financiranje djelatnosti federalnih vlasti, ustanova i institucija koje federalne vlasti osnivaju oporezivanjem, zaduživanjem ili drugim sredstvima.
- U nadležnosti federalne vlasti i kantona su:
 - Garantovanje i provođenje ljudskih prava;
 - Zdravstvo;
 - Politika zaštite čovjekove okoline;
 - Komunikacijska i transportna infrastruktura u skladu sa Ustavom Bosne i Hercegovine;
 - Socijalna politika;
 - Provođenje zakona i drugih propisa o državljanstvu i putnim dokumentima državljana Bosne i Hercegovine sa teritorija Federacije Bosne i Hercegovine i o boravku i kretanju stranaca;
 - Turizam, i
 - Korištenje prirodnih bogatstava.
 - U nadležnosti županija su sva pitanja koja nisu izričito dodijeljena federalnoj vlasti. To se prvenstveno odnosi na:
 - Uspostavljanje i nadziranje policijskih snaga koje će imati jedinstvene federalne uniforme sa županijskim oznakama;
 - Utvrđivanje obrazovne politike, uključujući i donošenja propisa i obrazovanju i osiguranju obrazovanja;
 - Utvrđivanje i provođenje kulturne politike;
 - Utvrđivanje stambene politike, uključujući donošenje propisa koje se tiču uređivanja i izgradnje stambenih objekata;

- Utvrđivanje politike koja se tiče reguliranja i osiguranja javnih službi;
- Donošenje propisa o korištenju lokalnog zemljišta, uključujući zoniranje;
- Donošenje propisa o unapređenju lokalnog poslovanja i dobrotvornih aktivnosti;
- Donošenje propisa o lokalnim postrojenjima za proizvodnju energije i osiguranje njihove dostupnosti;
- Utvrđivanje politike u vezi s osiguranjem radija i televizije, uključujući donošenje propisa o osiguranju njihovog rada i izgradnji;
- Provođenje socijalne politike i uspostavljanje službi socijalne zaštite;
- Stvaranje i primjenu politike županijskog turizma, razvoj turističkih resursa, te
- Financiranje djelatnosti županijske vlasti ili njenih agencija oporezivanjem, zaduživanjem ili drugim sredstvima.

Zakonodavna vlast Federacije

Zakonodavnu vlast Federacije BiH vrši Parlament Federacije BiH.

Parlament Federacije BiH sastoji se od dva doma: Predstavničkog doma i Doma naroda.

Predstavnički dom izražava suverenitet i jednakost građana, a Dom naroda izražava konstitutivnost Bošnjaka, Hrvata i Srba, odnosno, punu ravnopravnost pripadnika ostalih naroda.

Zakoni i druge važne odluke, donose se uz suglasnost oba doma.

Predstavnički dom ima 98 poslanika. Poslanike u Predstavničkom domu biraju birači s teritorija Federacije BiH na neposrednim izborima, tajnim glasanjem.

Zakonom Federacije utvrđuje se broj i veličina izbornih jedinica za izbor poslanika u Predstavnički dom, s tim što mora biti najmanje 10 izbornih jedinica. U izornoj jedinici se ne može birati manje od 2, niti više od 15 poslanika.

Ustavom Federacije BiH propisano je da svaki konstitutivni narod mora biti zastupljen u Predstavničkom domu s najmanje četiri poslanika.

Doma naroda Parlamenta Federacije BiH ima 58 delegata, i to po 17 iz svakog konstitutivnog naroda i 7 delegata iz reda pripadnika ostalih naroda. Ove delegate neposredno biraju županijske skupštine iz reda poslanika županijske skupštine. Svaka županija mora osigurati izbor najmanje po jednog delegata iz svakog konstitutivnog naroda, ako su zastupljeni u županijskoj skupštini. Delegati se biraju tajnim glasanjem, a raspodjela mandata se vrši prema proporcionalnom principu.

Ustavom Federacije BiH uređena su pitanja odlučivanja u domovima, definicija vitalnog nacionalnog interesa, kao i procedure za zakone u vezi s vitalnim nacionalnim interesom.

Izborni zakon Bosne i Hercegovine je na sveobuhvatan način uređio izbor zakonodavnih tijela u Bosni i Hercegovini, predsjednika i potpredsjednika entiteta. Preciziranja izborne procedure, uređena su entitetskim izbornim zakonima.

Odlučivanje u domovima

Odluke Parlamenta Federacije zahtijevaju potvrdu oba doma, osim za poslovnike i deklaracije koje domovi samostalno donose.

Definicija vitalnog nacionalnog interesa

Ustav Federacije BiH, u članu IV, točka 5., vitalne nacionalne interese konstitutivnih naroda definira kao pitanja koja se odnose na:

- Ostvarivanje prava konstitutivnih naroda da budu adekvatno zastupljeni u zakonodavnim, izvršnim i pravosudnim organima vlasti;
- Identitet jednog konstitutivnog naroda;
- Ustavne amandmane;
- Dominaciju organa javne vlasti;
- Jednaka prava konstitutivnih naroda u procesu donošenja odluka;
- Obrazovanje, vjeroispovijest, jezik, njegovanje kulture, tradicije i kulturno naslijeđe;
- Teritorijalnu organizaciju;
- Sustav javnog informiranja;
- Druga pitanja koja bi se tretirala kao pitanja od vitalnog nacionalnog interesa, ukoliko to smatra 2/3 jednog od klubova delegata konstitutivnih naroda u Domu naroda.

Nadležnosti Parlamenta Federacije

Članom 22. Ustava, određeno je da Parlament Federacije BiH, pored ostalih nadležnosti utvrđenih ovim Ustavom, ima nadležnosti i za:

- Izbor predsjednika i dva potpredsjednika Federacije;
- Podnošenje zahtjeva Ustavnom sudu da odluči o smjeni predsjednika ili potpredsjednika Federacije BiH;
- Potvrđivanje imenovanja Vlade Federacije BiH većinom glasova;
- Donošenje zakona o vršenju funkcija federalne vlasti;
- Davanje ovlaštenja župnijama da zaključuju sporazum s državama i međunarodnim organizacijama, uz saglasnost Parlamentarne skupštine Bosne i Hercegovine, osim i ako Parlamentarna skupština odluči da takva suglasnost nije potrebna;
- Odobravanje sporazuma s državama i međunarodnim organizacijama, uz prethodnu suglasnost Parlamentarne skupštine Bosne i Hercegovine, osim i ako Parlamentarna skupština odluči da takva suglasnost nije potrebna;
- Donošenje budžeta Federacije i zakona o oporezivanju i osiguranju potrebnog financiranja na drugi način;
- Vršenje drugih nadležnosti koje su mu povjerene.

Izvršna vlast Federacije

Ustav Federacije BiH, odjeljak B, točka 1. čl.1-C., uređuje pitanja koja se odnose na izvršnu vlast Federacije BiH.

Predsjednik i potpredsjednici Federacije

Predsjednik i potpredsjednici Federacije BiH su nositelji izvršne vlasti. Predsjednik Federacije BiH zastupa i predstavlja Federaciju i šef je izvršne vlasti Federacije. Postoje dva potpredsjednika Federacije. Predsjednik i potpredsjednici Federacije BiH dolaze iz reda tri konstitutivna naroda u Bosni i Hercegovini.

Bira ih Parlament Federacije BiH tako što najmanje jedna trećina delegata svakog kluba konstitutivnih naroda u Domu naroda može predložiti listu kandidata za predsjednika i potpredsjednike Federacije. Prijedlog mora dobiti podršku u oba doma, s tim da takvu podršku dobiju od većine svakog kluba konstitutivnih naroda u Domu naroda.

Ustav Federacije je propisao i mogućnost kao i procedure za smjenu predsjednika, odnosno potpredsjednika Federacije BiH. To se može dogoditi ako se u složenom postupku utvrdi da je predsjednik ili potpredsjednik prekršio zakletvu, ili ako nije dostojan vršiti tu funkciju. Zahtjev za smjenu mora podnijeti dvotrećinska većina svakog od domova Parlamenta Federacije. Konačnu odluku donosi Ustavni sud Federacije BiH.

Vlada Federacije

Vlada Federacije BiH je kolegijalni organ izvršne vlasti Federacije BiH.

Ustav Federacije, u odjeljku B-2,4. određuje da se Vlada Federacije sastoji od premijera/predsjednika i šesnaest ministara, od kojih je osam ministara iz reda bošnjačkog, pet ministara iz reda hrvatskog naroda, i tri ministra iz reda srpskog naroda.

Jednog ministra iz reda ostalih može imenovati premijer/predsjednik Vlade iz kvote najbrojnijeg konstitutivnog naroda. Premijer/predsjednik Vlade ima dva zamjenika iz različitih konstitutivnih naroda.

Prema Ustavu Federacije BiH, nakon prelaznog perioda, odnosno nakon potpune provedbe Aneksa 7., ovi odnosi u nacionalnoj strukturi Vlade Federacije, mogu se mijenjati. Tako najmanje 15% članova Vlade mora biti iz jednog konstitutivnog naroda, a najmanje 35% iz dva konstitutivna naroda, jedan član Vlade mora biti iz reda ostalih.

Vladu Federacije BiH imenuje predsjednik uz suglasnost oba potpredsjednika Federacije, nakon konzultacija s premijerom, ili kandidatom za tu funkciju. Predstavnički dom Parlamenta Federacije BiH, većinom glasova, potvrđuje odluku o imenovanju Vlade Federacije BiH.

Nadležnost Vlade Federacije

U sferi izvršne vlasti Federacije, nadležnost je podijeljena između predsjednika i potpredsjednika Federacije i Vlade Federacije BiH.

Ustav Federacije najznačajnije uobičajene nadležnosti Vlade, koje se odnose na izvršnu funkciju - provođenje politike i izvršavanja zakona federalne vlasti, pravo zakonodavne inicijative, predlaganje budžeta, davanje naloga ministrima, pokretanje postupka pred Ustavnim sudom Federacije, daje premijeru.

Zakonom o Vladi Federacije BiH preciznije su uređena pitanja nadležnosti premijera, zamjenika premijera i Vlade Federacije BiH, kao i ministara - članova Vlade.

Sudska vlast Federacije

Ustav Federacije, u odjeljku C.1-D., uređuje pitanja koja se odnose na sudsku vlast.

Prema Ustavu, sudska vlast je samostalna i nezavisna. Sudovi su dužni **svim stranama u sudskom postupku** osigurati jednak položaj te da su svi postupci pred sudovima javni.

Sudsku funkciju u Federaciji vrše: Vrhovni sud Federacije, kantonalni i **općinski sudovi**.

Vrhovni sud ima prvostepenu, apelacionu, kasacionu i ostale nadležnosti utvrđene **Ustavom i Zakonom**.

Presude i druge odluke Vrhovnog suda su konačne i obvezujuće.

Ustavom Federacije uspostavljena je sudska policija koja vrši funkcije privođenja optuženih osoba, održavanje reda u sudnici i sigurnost suda, osiguranje informacija i prisustvo svjedoka i izvršavanje drugih sudskih naloga. Za upravljanje sudskom policijom, odgovoran je predsjednik Vrhovnog suda Federacije.

Županijski sudovi imaju izvornu prvostupanjsku nadležnost. U drugom stupnju odlučuju po žalbama na presude općinskih sudova. Također, nadležni su odlučivati u upravnim sporovima protiv konačnih upravnih akata županijske i općinske vlasti.

Općinski sudovi osnivaju se za područje jedne ili više općina. Načelno, imaju prvostupanjsku nadležnost u svim krivičnim i građanskim stvarima, osim ako Ustavom i zakonom neke od tih nadležnosti nisu prenesene na druge sudove.

Visoko sudsko i tužilačko vijeće BiH, uspostavljeno državnim Zakonom, ima sve nadležnosti u pogledu imenovanja i razrješenja sudija i tužilaca, kao i u svim drugim pitanjima koja se odnose na pravosudni sustav u Bosni i Hercegovini, sva pitanja izgradnje pravosudnog sustava u Bosni i Hercegovini, prenesene su na Visoko sudsko i tužilačko vijeće BiH. Time su osigurana jedinstvena rješenja za cijelu zemlju.

Ustavni sud Federacije

Ustavom Federacije BiH uspostavljen je Ustavni sud Federacije kao samostalna i nezavisna institucija sa zadatkom osiguranja poštivanja federalne ustavnosti i da vrši druge poslove u skladu sa Ustavom Federacije BiH.

Ustavni sud ima 9 članova. Sudije toga suda moraju biti ugledni pravnici najviših moralnih osobina.

Sudije se biraju na osnovu javnog natječaja kojeg raspisuje Visoko sudsko i tužilačko vijeće BiH, koje vrši rangiranje kandidata na temelju kojeg odluku o izboru donosi predsjednik Federacije u suglasnosti sa potpredsjednicima. Odluka o izboru stupa na snagu ako je potvrdi većina delegata Doma naroda Parlamenta Federacije BiH.

Ustavni sud Federacije je nadležan za rješavanje sporova između različitih nivoa vlasti, zaštitu ustavnosti, zaštitu prava na lokalnu samoupravu, odlučivanje o ustavnim pitanjima, odlučivanje o vitalnom nacionalnom interesu u Federaciji, odlučivanje o smjeni predsjednika ili potpredsjednika Federacije, odlučivanje o imunitetu, te je nadležan za davanje mišljenja na zahtjev zamjenika premijera Vlade Federacije.

Kantonalne vlasti

Ustav Federacije u odjeljku V-VI, uređuje pitanja županijske vlasti kao jedan od bitnih elemenata Washingtonskog sporazuma iz ožujka 1994. godine.

U raspodjeli nadležnosti između Federacije i županija, član 1. odjeljak V Ustava, primijenjen je princip presumpcije nadležnosti u korist kantona kao federalnih jedinica.

U Federacije postoji 10 županija, i to pet županija s većinskim bošnjačkim stanovništvom: Unsko-Sanski, Tuzlanski, Zeničko-Dobojski, Bosansko-Podrinjski i Županija Sarajevo. Tri županije su s većinskim hrvatskim stanovništvom: Zapadno-Hercegovački, Županija 10 (Livanjska županija) i Županija Bosanska Posavina. Dvije županije su izbalansiranog nacionalnog sastava: Hercegovačko-Neretvanska i Srednjobosanska Županija.

Zajedničke nadležnosti Federacije i županija vrše se zajednički, odvojeno ili uz međusobnu koordinaciju. Pri tome, ustavna je obaveza da se pri vršenju zajedničkih nadležnosti uzima u obzir specifičnost pojedinih županija.

Ustav Federacije također, utvrđuje obavezu županija da u ostvarivanju svoje nadležnosti vode računa o nacionalnoj strukturi stanovništva u svakoj općini. Radi realizacije ovih ciljeva i racionalnijeg ostvarivanja zajedničkih interesa, županije su ovlaštene da neke svoje nadležnosti prenose bilo na općine ili gradove, ili na organe Federacije.

Zakonodavna tijela županija

Ustavotvornu i zakonodavnu vlast u okviru nadležnosti županija vrši Skupština županije koja se sastoji od jednog doma. Prema Ustavu Federacije, Skupština županije treba odgovarati nacionalnoj strukturi stanovništva županije.

Poslanici u skupštini županije biraju se na direktnim izborima na mandat od četiri godine.

Članom 6. odjeljka V Ustava Federacije, određeno je da skupština županije ima nadležnosti: donošenja ustava županije, da donosi zakone i druge propise, da donosi budžet, kao i da vrši druge poslove u okviru nadležnosti županije, a koji se odnose na utvrđivanje politike i donošenja plana razvoja županije, potvrđivanje imenovanja vlade županije, izbor delegata u Domu naroda Parlamenta Federacije BiH, odlučivanje o prenosu nadležnosti sa županije na Federaciju i općine, te druge nadležnosti u skladu s Ustavom i Zakonom.

U skladu sa članom 3. odjeljak V Ustava Federacije, u županijskoj skupštini osiguran je postupak zaštite vitalnog nacionalnog interesa konstitutivnih naroda, analogno postupku u Parlamentu Federacije BiH.

Izvršna vlast županije

Prije izmjena Ustava Federacije amandmanima na Ustav Federacije, nositelj izvršne vlasti u županijama bio je predsjednik županije.

Ukidanjem ove funkcije, Ustav Federacije, u članu 10. točka 4. odjeljak V, propisuje uspostavljanje Vlade županije kao jedinog nositelja izvršne vlasti županije.

Kandidata za predsjednika Vlade predlaže predsjednik skupštine županije uz konzultaciju s potpredsjednikom skupštine. Kandidat za predsjednika predlaže članove vlade koje potvrđuje skupština županije.

Vlada županije mora odražavati nacionalnu strukturu stanovništva županije.

Nadležnosti Vlade županije obuhvataju: provođenje županijske politike i izvršenje županijskih zakona i drugih propisa Federacije i županije, pripremu prijedloga budžeta, suradnju s ombudsmenima, nadzor nad županijskom policijom, te izvršavanje drugih nadležnosti u skladu sa zakonom i županijskim ustavom, u skladu s članom B.V.10. Ustava Federacije BiH.

Županijsko sudstvo

Ustav Federacije BiH, član B.V.14., propisuje da županije imaju sudove koji imaju izvornu prvostupanjsku nadležnost kao i žalbenu nadležnost u odnosu na općinske sudove u svojoj županiji, te druge nadležnosti utvrđene zakonom.

Županijski sudovi imaju nadležnost odlučivanja u upravnim sporovima protiv konačnih upravnih akata županijske i općinske vlasti.

Lokalna samouprava u Federaciji

Odredbama Ustava Federacije, odjeljak VII-IX, uređena su pitanja koja se odnose na općinske vlasti, gradske vlasti, organizaciju grada Sarajeva, te organizaciju grada Mostara.

Prvobitno, Ustav Federacije je nominirao samo općinu kao oblik ostvarivanja lokalne samouprave.

Izmjenama Ustava amandmanima iz 1994. godine, te u svibnju 1997. godine, uređena su pitanja ostvarivanja lokalne samouprave u gradu, odnosno, posebno je definiran položaj grada Mostara, te položaj Sarajeva kao glavnog grada Federacije BiH.

Zakonom o principima lokalne samouprave u Federaciji BiH, bliže je određen položaj lokalne samouprave u skladu sa Europskom poveljom o lokalnoj samoupravi.

Nadležnosti općine i grada uređene su ustavom, zakonom i statutom općine i grada.

Općinsko, odnosno, gradsko vijeće je organ odlučivanja čije članove-vijećnike, biraju građani u skladu sa zakonom, odnosno statutom.

Općinski načelnik, odnosno, gradonačelnik je inokosni izvršni organ općine.

Statut je najviši akt lokalne samouprave-općine i grada.

USTAVNO UREĐENJE REPUBLIKE SRPSKE

OSNOVNE NAPOMENE

Prema Ustavu Bosne i Hercegovine, Republika Srpska je jedan od entiteta u sastavu Bosne i Hercegovine.

Ustavno uređenje Republike Srpske temelji se na garantiranju i zaštiti ljudskih prava i sloboda u skladu s međunarodnim standardima, obezbjeđivanju nacionalne ravnopravnosti, socijalnoj pravdi, tržišnoj privredi, višestranačkom sustavu, parlamentarnoj demokraciji i podjeli vlasti, slobodnim izborima, lokalnoj samoupravi, te zaštiti prava etničkih grupa i manjina.

Organizacija vlasti se u načelu zasniva na principu podjele vlasti.

Nositelj zakonodavne vlasti je jednodomna Narodna skupština Republike Srpske, pri čemu Vijeće naroda nije nadležno za razmatranje i usvajanje svih pitanja koja razmatra i usvaja Narodna skupština.

Nositelji izvršne vlasti su predsjednik Republike Srpske i Vlada Republike Srpske.

Ustavni sud je nadležan za zaštitu ustavnosti i zakonitosti. Sudsku vlast vrše Vrhovni sud Republike Srpske, te okružni i osnovni sudovi.

Općine i gradovi su institucije lokalne samouprave. Ne postoje oblici regionalne samouprave.

Ustavom Republike Srpske uspostavljeno je unitarno ustavno uređenje ovog entiteta.

prof. dr. Nenad Brkić
mr. Denis Berberović
Mirza Salihović

GOSPODARSTVO U BOSNI I HERCEGOVINI

GOSPODARSTVO U BOSNI I HERCEGOVINI

UVOD

Prema podacima koje je Svjetsko vijeće za putovanja i turizam (World Travel and Tourism Council – WWTC) objavilo u ovogodišnjem izvještaju za Bosnu i Hercegovinu, industrija turizma u našoj zemlji bi trebala do kraja 2011. godine direktno i indirektno generirati 592.2 miliona KM, tj. 2,3 % ukupnog GDP-a. U odnosu na 2008. godinu, ovo je smanjenje prihoda od turizma za četiri puta. Što se radnih mjesta tiče, a koji su direktno i indirektno vezani za turizam u BiH – 81.000 ljudi svakodnevno svojim radom pridonosi funkcioniranju turističke grane u našoj zemlji. U odnosu na 2008. godinu, ovaj broj radnih mjesta je manji za 14.000³.

Očigledno je da je u protekle tri godine došlo do snažnog pada uloge turizma za privredu BiH. Ovo se može svakako objasniti recesijom koja je pogodila cijeli svijet u 2009. godini. No ostali razlozi su interne prirode – nedovoljna ulaganja i nedostatak strateškog pristupa razvoju turističkog sektora Bosne i Hercegovine su također uzrok pada ekonomskih efekata turizma. Prognoze navedene organizacije govore da se situacija u bh. turizmu u narednih deset godina neće značajno promijeniti. Drugim riječima, ne predviđa se značajan rast i razvoj turizma u BiH. Naravno, ovdje se radi o prognozama, a one su promjenjivog karaktera, te ih zbog toga treba više shvatiti kao opomenu nego kao gotovu činjenicu. Međutim, ukoliko u narednom periodu izostanu ulaganja u infrastrukturu neophodnu za turizam, obrazovanje kadrova zaposlenih u turizmu, generalno podizanje ekoloških standarda i svijesti, te intenzivne promotivne aktivnosti o našoj zemlji kao turističkoj destinaciji, prognoze bi se mogle obistiniti.

Kako bi se ubrzao pozitivan trend razvoja turizma u BiH, autori ovog Priručnika su odlučili da svoje znanje i iskustvo stave na raspolaganje djelatnicima u turizmu, a sve u cilju davanja doprinosa razvoju bh. turizma. Pri izradi ovog materijala smo nastojali predstaviti neke od ključnih pojmova ekonomije kao znanosti, sa posebnim osvrtom na bh. ekonomiju.

Prvi dio priloga ukratko predstavlja ekonomiju kao znanost. Nakon toga se čitatelj/ica može upoznati sa osnovnim makroekonomskim indikatorima – prvo teoretski, a onda sa pokazateljima za Bosnu i Hercegovinu. Treći dio tretira ključne aspekte razvoja bh. privrede u XX. stoljeću. Potom slijedi još uvijek vrlo aktualna tema u bosanskohercegovačkim ekonomskim krugovima – tranzicijski proces i privatizacija. Slijedi pogled u budućnost i zadaci koji predstoje

³ Travel and Tourism Economic Impact 2011 – Bosnia and Herzegovina: World Travel and Tourism Council.

Bh. vlastima kako bi se država Bosna i Hercegovina i dalje razvijala. Konačno slijedi kratak osvrt na globalne tokove i njihove reperkusije na Bosnu i Hercegovinu.

1. EKONOMIJA KAO ZNANOST

Ekonomija je znanost koja „proučava ljudske aktivnosti usmjerene na korištenje ograničenih resursa za zadovoljavanje potencijalno neograničenih želja, uz društvena ograničenja“⁴. Etimološki posmatrano, riječ „ekonomija“ ima grčke korijene. „Oikonomos“ je izraz na starogrčkom jeziku koji znači „upravljanje domaćinstvom“. I zaista, ekonomija nije ništa drugo nego znanost koja nas uči kako upravljati resursima kojima raspolazemo (ograničeni smo njihovom količinom, nemamo ih beskonačno mnogo), a da pri tome maksimiziramo korist koju od tih resursa imamo. Dakle, od toga kako upravljati domaćinstvom u kojem živimo, preko toga kako upravljati poduzećem u kojem radimo, do toga kako upravljati ekonomijom države u kojoj živimo.

Ekonomiju, kao znanstvenu disciplinu, možemo promatrati na višem i nižem nivou. Zbog toga često čujemo da se spominju makroekonomija i mikroekonomija, kao znanstvene discipline u ekonomiji. Mikroekonomija kao svoj predmet interesovanja ima pojedinačne organizacije – poduzeća. Na koji način poduzeća posluju, što su temeljni pokazatelji poslovanja poduzeća, kojom logikom se poduzeća vode da bi opstala na tržištu, itd. Sve su to pitanja na koja mikroekonomisti nastoje dati odgovore. Međutim, na ovom mjestu se nećemo detaljnije baviti tom problematikom.

S druge strane, makroekonomija kao svoj predmet užeg zanimanja ima državu, odnosno nacionalnu ili državnu ekonomiju⁵. I ovdje se definiraju određeni, tzv. makroekonomski pokazatelji, prema kojima se ocjenjuje ukupno stanje jedne nacionalne ekonomije. U narednom dijelu ćemo dati osnovna objašnjenja tih pojmova, a potom ćemo vidjeti kakvi su definirani makroekonomski pokazatelji u slučaju Bosne i Hercegovine.

⁴ VILOGORAC, E.: *Uvod u ekonomiju*, Ekonomski fakultetu u Sarajevu, Sarajevo, 2001., str. 2.

⁵ „Državna ekonomija“ i „nacionalna ekonomija“ su sinonimi.

2. OSNOVNI EKONOMSKI POKAZATELJI U BOSNI I HERCEGOVINI

Bosna i Hercegovina nalazi na zapadnom dijelu Balkanskog poluotoka. Pogranične zemlje su Republika Crna Gora (na jugoistoku), Republika Hrvatska (na zapadu, sjeveru i jugu) i Republika Srbija (na sjeveroistoku). Administrativno promatrano, Bosna i Hercegovina je podijeljena na dva entiteta (Federacija BiH i Republika Srpska) i Distrikt Brčko. Entitet FBiH je dalje podijeljen na deset županija, koji su opet podijeljeni na 79 općina. Republika Srpska je podijeljena na 62 općine. Površina Bosne i Hercegovine je 51.209,2 km², pri čemu je kopno 51.197 km² a more 12,2 km². Klima je uglavnom kontinentalna, iako je na jugu mediteranska. Prema posljednjim procjenama od 30. 06. 2011. godine, u BiH živi 3.839.737 stanovnika. S aspekta etničke strukture stanovnika, u Bosni i Hercegovini žive Bošnjaci, Hrvati, Srbi i ostali. Glavni grad je Sarajevo, a službeni jezici su bosanski, hrvatski i srpski. Službena pisma su latinica i ćirilica. Zvanična valuta je Konvertibilna marka (KM).

Tri elementarna makroekonomska pokazatelja jedne nacionalne ekonomije su bruto društveni proizvod (BDP), inflacija i stopa nezaposlenosti. Ukratko ćemo objasniti svaki od navedenih pojmova, a potom dati podatke za Bosnu i Hercegovinu.

Bruto društveni proizvod (BDP)⁶ predstavlja „vrijednost finalnih proizvoda i usluga proizvedenih u privredi tokom određenog razdoblja.“⁷ Ovdje se radi o tržišnim cijenama finalnih proizvoda i usluga, a promatra se ukupna proizvodnja na teritoriji određene zemlje. BDP se izražava u novčanim jedinicama.

Zašto je bruto društveni proizvod značajan? Zato što, poređenjem sa prethodnim stanjima BDP-a, pokazuje ekonomski rast jedne nacionalne ekonomije. On pokazuje da li i koliko brzo proizvodnja u nekoj državi u određenom periodu raste. BDP se smatra najznačajnijim ekonomskim pokazateljem u makroekonomiji.

Pored BDP-a postoji i BNP, tj. bruto nacionalni proizvod, koji također predstavlja vrijednost finalnih proizvoda i usluga proizvedenih u privredi tokom određenog razdoblja, s tim da se tu ubraja i sva proizvodnja izvan teritorije date zemlje, koja je, međutim, stvorena kapitalom koji je porijeklom iz određene zemlje. Dakle, razlika između BDP-a i BNP-a je u tome

⁶ Bruto društveni proizvod je na engleskom „Gross Domestic Product (GDP)“, a engleska skraćenica se često koristi i na našim jezicima.

⁷ BLANCHARD, O.: *Makroekonomija*, treće izdanje, Mate, Zagreb, 2005., str. 37.

što pod BDP spada samo ona finalna proizvodnja koja je proizvedena na teritoriji date zemlje, a u BNP spada, osim finalne proizvodnje na teritoriji date zemlje, sve ono što je proizvedeno van te zemlje ali s kapitalom državljana te zemlje. BNP obuhvata BDP.

U BDP Bosne i Hercegovine ulazi sva vrijednost proizvoda i usluga koji su proizvedeni na njenoj teritoriji. Dok u BNP Bosne i Hercegovine ulazi sva vrijednost proizvoda i usluga koji su proizvedeni na njenoj teritoriji, kao i proizvodi i usluge koji su proizvedeni van granica Bosne i Hercegovine, ali s kapitalom bh. kompanija.

Kada govorimo o BDP-u, važno je znati da postoje dvije vrste bruto društvenog proizvoda – nominalni i realni. Nominalni BDP predstavlja ukupnu vrijednost proizvoda i usluga izračunatu prema tržišnim cijenama. Tržišne cijene, pomoću kojih se izračunava nominalni BDP u sebi „sadrže inflaciju“ (tj. rast cijena) koja ukupnu proizvodnju u nekoj državi prikazuje većom nego što zaista jeste – nerealnom. Ako uzmemo primjer dvije godine i pretpostavimo da je proizvodnja u obje godine u nekoj zemlji bila apsolutno ista, logično je zaključiti da bi bruto društveni proizvod te dvije godine za tu zemlju trebao biti isti. Međutim, kada obračunamo bruto društveni proizvod (tj. njegovu vrijednost) i uporedimo BDP iz prve i BDP iz druge godine, vidimo da je BDP druge godine veći. Kako, ako je proizvodnja bila ista? Odgovor je jasan – očigledno je da su cijene porasle (inflacija), a s obzirom da je preko njih izračunat bruto društveni proizvod, to se odrazilo i na ukupan iznos BDP-a iz druge godine. Kako bi se ovaj nedostatak (utjecaj inflacije) uklonio, uveden je realni BDP. Naime, kada se odbije iznos inflacije iz nominalnog BDP-a dobija se realni BDP. Dakle, realni BDP je nominalni BDP ispravljen za vrijednost inflacije. Kao što mu sam naziv kaže, on realnije prikazuje ukupno proizvedenu vrijednost proizvoda i usluga u određenoj zemlji jer se njime uklanja utjecaj promjene cijena na bruto društveni proizvod.

BDP se može prikazati zbirno. Jednostavno se zbroje vrijednosti svih proizvodnji u nekoj zemlji, za određeni period. Međutim, on se može prikazati i po glavi stanovnika ili per capita (latinski izraz). Tada se zbirni BDP samo podijeli s brojem stanovnika u datoj zemlji. Nakon recesije, u 2010. godini je došlo do blagog oporavka bh privrede. Prema zvaničnim podacima⁸ nominalni BDP Bosne i Hercegovine u 2010. godini je bio 24 milijarde i 750 miliona KM.

Bruto društveni proizvod per capita u Bosni i Hercegovini je u 2010. iznosio 6.446 KM.

Realni BDP je u 2010. godini imao stopu rasta od 0,9% (u odnosu na prethodnu godinu).

⁸ Podaci su preuzeti sa web stranice Centralne banke BiH. (http://cbbh.ba/index.php?id=32&lang=bs&table=gfs_bdp), pristupljeno 25. 11. 2011.

BDP po glavi stanovnika u Bosni i Hercegovini kontinuirano raste, te se približava vrijednostima BDP-a per capita koje imaju najmanje razvijene zemlje Evropske Unije – Bugarska i Rumunija.

Inflacija predstavlja „povećanje općeg nivoa cijena u ekonomiji“⁹. Ona je drugi osnovni ekonomski pokazatelj na makro nivou. Zbog specifične uloge Centralne banke BiH¹⁰, naša država nema većih problema s inflacijom. Izuzetak, međutim, može biti ova godina, zbog kretanja cijena nafte na svjetskom tržištu. S obzirom da je nafta izuzetno važan energent, promjene njene cijene na svjetskom tržištu se automatski odražavaju na cijene nafte u pojedinim zemljama. A, kako je nafta jedan od ključnih resursa kojeg većina kompanija koristi, rast cijene nafte za kompanije znači da će doći i do rasta troškova proizvodnje. A rast troškova proizvodnje za sobom povlači i rast cijena proizvoda i usluga koje te kompanije nude. S obzirom da je veći broj kompanija pogođen rastom cijena nafte, sve te kompanije dižu cijene svojih proizvoda. Taj opći rast cijena proizvoda i usluga ekonomisti nazivaju „inflacija“, dok je stopa inflacije „stopa (procentualni iznos, op. a.) po kojoj raste nivo cijena“¹¹.

Zašto je inflacija značajna? Praćenje inflacije je važno jer ona indirektno pokazuje što se događa sa životnim standardom u određenoj zemlji. Naime, opći rast cijena ne znači da će doći i do rasta plaća (iako su one cijena rada radnika). Prema tome, ako rastu cijene (inflacija), a ne rastu cijene rada (tj. plaće), dolazi do pada standarda stanovništva. Za istu plaću radnici i njihove obitelji zbog inflacije ne mogu kupiti isti broj proizvoda jer oni više koštaju nego prije inflacije. Inflacija je u Bosni i Hercegovini u 2010. godini iznosila 2,1% u odnosu na prethodnu godinu. Inflacija se obično promatra godišnje, s tim da može i za drugačije definirane vremenske intervale.

Nezaposlenost je treći osnovni ekonomski pokazatelj stanja nacionalne ekonomije. Da bismo ovaj indikator bolje shvatili, potrebno je razumjeti izraz „radna snaga“.

Radnu snagu jedne zemlje čine svi ljudi koji su zaposleni i koji nisu zaposleni.

Dakle,

$$\text{Radna snaga} = \text{zaposleni} + \text{nezaposleni}$$

Zaposleni su svi oni koji su uredno prijavljeni nadležnoj državnoj instituciji kao zaposleni. Nezaposleni su svi oni koji nisu prijavljeni nadležnoj državnoj instituciji kao

⁹ VILOGORAC, E.: *nav. dj.*, str. 12.

¹⁰ Valutni odbor aranžman.

¹¹ BLANCHARD, O.: *nav. dj.*, str. 37.

zaposleni. Nezaposlenost se izražava procentualno, kroz stopu nezaposlenosti koja „izražava odnos broja osoba koje traže posao prema zbroju ukupnog broja zaposlenih i osoba koje traže posao (a taj zbroj je radna snaga, op. a.)“¹².

Da bi se određenu osobu moglo svrstati u radnu snagu, potrebno je ispunjavanje određenih uvjeta, kao npr. da ta osoba nije maloljetna, da nema fizičke i mentalne poremećaje koji je mogu ometati u vršenju posla, itd. Ovo je važno razumjeti, jer to utiče na povećanje ili smanjenje radne snage, a time i broja nezaposlenih. Imajući u vidu rečeno, postoje brojne definicije nezaposlenih osoba ali jedno od najprihvatljivijih objašnjenja je ono koje kaže da nezaposlena osoba „nema posao i tražila je posao tokom posljednja četiri tjedna.“¹³ Osim toga, u nezaposlene, kao što je već objašnjeno, spadaju osobe koje su prijavljene nadležnoj državnoj instituciji kao takve. Međutim, postavljaju se brojna pitanja – što ako netko ne radi, a nije prijavljen kao nezaposlen? Ili, što ako netko radi a prijavljen je kao nezaposlen? Ovo su dileme i zamke (!) sa kojima se ekonomisti širom svijeta susreću. One često dovode do disproporcije između stvarnog i zvaničnog broja nezaposlenih. Navedeni nedostaci vođenja evidencije o nezaposlenima posebno dolaze do izražaja u manje razvijenim zemljama, kao što je Bosna i Hercegovina. U takvim zemljama se ljudi jednostavno ne prijavljuju na Zavod za zapošljavanje, jer ne vide nikakve koristi od toga (obimna birokracija, neznatna finansijska podrška države, itd.). Istovremeno, postoje osobe koje rade nezakonito („na crno“) – dakle, prijavljeni su kao nezaposleni, a ustvari su zaposleni. Ovo je posebno izraženo u razvijenim zemljama.

Ovo su sve problemi koji, naizgled jednostavno, računanje stope nezaposlenosti čine dosta kompleksnim. Prethodno je mnoge stvari potrebno definirati. Jer, sve to utiče na konačnu visinu stope nezaposlenosti. U manje razvijenim zemljama je zvanična stopa nezaposlenosti obično viša nego stvarna – uglavnom zbog radnika „na crno“. Međutim, to ne treba uzeti kao opravdanje ili jedino objašnjenje za slabe pokazatelje neke nacionalne ekonomiji.

Zašto je nezaposlenost značajna? Ona nam indirektno govori o životnom standardu stanovnika određene zemlje, baš kao i ostali pokazatelji. Recimo, pad nezaposlenosti ukazuje da je došlo do povećanog zapošljavanja ljudi u određenoj ekonomiji. A povećano zapošljavanje, opet, ukazuje na otvaranje novih radnih mjesta, tj. rast proizvodnje – ekonomski rast u datoj državi. Ovo su generalne postavke, pri čemu treba naglasiti da postoje specifičnosti koje se

¹² Vilogorac, E.: Uvod u ekonomiju, Ekonomski fakultet u Sarajevu, Sarajevo, 2001. str. 12.

¹³ Blanchard, O.: Makroekonomija, treće izdanje, Mate, Zagreb, 2005, str 27.

trebaju uvijek uzeti u obzir, kao što je npr. posebna uloga zaposlenih u zakonodavnoj i izvršnoj vlasti. Ili, nagli pad zaposlenosti može biti uzrokovan propadanjem brojnih poduzeća u nekoj zemlji (ekonomski uzrok), ali i zbog neke prirodne ili društvene nepogode – poplave, ratovi, itd. – neekonomski uzroci nezaposlenosti.

U Bosni i Hercegovini, u skladu s ustavnim nadležnostima države i entiteta, u Federaciji BiH ovom problematikom se bavi Zavod za zapošljavanje FBiH, a u Republici Srpskoj Zavod za zapošljavanje RS. Na nivou države postoji Agencija za rad i zapošljavanje BiH koja se, među ostalim aktivnostima, bavi koordiniranjem „aktivnosti sa entitetskim vlastima i entitetskim zavodima za zapošljavanje u vezi sa zapošljavanjem u projektima od interesa za Bosnu i Hercegovinu“¹⁴.

U našoj državi Agencija za statistiku BiH periodično vrši anketu o radnoj snazi, koja je trenutno jedna od najboljih/najrealnijih metoda za prikupljanje podataka o nezaposlenosti u svijetu. Prema toj anketi, radno sposobno stanovništvo predstavljaju sve osobe starije od 15 godina. „Zaposlene osobe su osobe koje su tokom referentnog tjedna (tjedna kada su se prikupljali podaci na terenu, op.a.), od ponedjeljka do nedjelje, obavljale bilo kakav posao za plaću (u gotovini ili naturi) ili za obiteljsku korist. Osobe koje nisu radile u referentnom tjednu ali imaju posao sa kojega su bile privremeno odsutne, su također uključene u zaposlene.

Nezaposlene osobe su one koje tokom referentnog tjedna (tjedna koji je prethodio intervjuu):

- nisu radile (nisu u plaćenju zaposlenosti ili samozaposlenosti niti su radile bilo kakav plaćeni posao);
- aktivno su tražile posao (poduzele su specifične korake u posljednja 4 tjedna da pronađu zaposlenje ili samozaposlenje);
- bile su trenutno raspoložive za rad (u okviru dva tjedna)

Osobe koje su pronašle posao koji će početi raditi u narednom periodu su takođe uključene u nezaposlene osobe.“¹⁵

¹⁴ <http://www.agenrzbh.gov.ba/bosanski/onama.html> (pristupljeno 23. 11. 2011.).

¹⁵ Anketa o radnoj snazi 2008 (prethodni podaci), Agencija za statistiku Bosne i Hercegovine, godina 3, 09/2008, broj 1, str. 12.

Prema podacima Centralne banke Bosne i Hercegovine za 2010. godinu, u našoj državi ima 842.831 zaposlenih, dok je stopa nezaposlenosti 27,2%.

Ostali ekonomski pokazatelji su stopa rasta industrijske proizvodnje, prosječne neto plaće, valutne rezerve, direktne strane investicije, izvoz i uvoz. U narednom dijelu će biti prikazani podaci za 2010. godinu.

Stopa rasta industrijske proizvodnje u Bosni i Hercegovini iznosila je 1,6%. To znači da je industrijska proizvodnja u 2010. godini porasla u odnosu na 2009. godinu za dati iznos. Industrijska proizvodnja u našoj zemlji je inače bilježila konstantan rast u poslijeratnom periodu do recesije, kada je pala za 3,3%. Trend povećanja industrijske proizvodnje bi se mogao nastaviti ukoliko se ostvare najave novih, kako inostranih tako i domaćih investicija.

Prosječne neto plaće su u Bosni i Hercegovini iznosile 798 KM, koje bilježe konstantan, iako ne velik, rast u proteklom periodu. Prosječan iznos neto plaća se nije promijenio čak ni u periodu recesije.

Valutne rezerve Bosne i Hercegovine u 2010. godini su iznosile 6,2 milijarde KM. U periodu recesije je konstantiran pad deviznih rezervi. No, u 2010. godini je došlo do povećanja rezervi od 4% u odnosu na 2009. godinu.

Direktne strane investicije u Bosni i Hercegovini su zabilježile snažan pad. Prema procjenama Centralne banke BiH, u 2010. godini se u Bosnu i Hercegovinu uložilo 94 milijuna KM. Ovo se može objasniti svjetskom recesijom, ali i lošim političkim okruženjem u državi. Ovo okruženje predstavlja i ključnu internu prepreku za strane investitore. U okviru direktnih stranih investicija poseban značaj imaju tzv. greenfield investicije, a koje predstavljaju potpunu izgradnju proizvodnih kapaciteta i infrastrukture – osnivanje novih kompanija.

U periodu 1994 – 2010. najviše se ulagalo u proizvodnju, bankarstvo, telekomunikacije, trgovinu, druge financijske usluge, usluge, nekretnine, transport i najmanje u turizam. Ulaganja imaju izuzetan značaja za ekonomiju, jer utiču pozitivno na BDP i nezaposlenost. Zbog navedenog je potrebno donijeti niz dodatnih zakona i mjera kako bi zemlja postala atraktivnija velikim ulagačima.

Uvoz roba i usluga je imao vrijednost od 13.616.238.000 KM, što predstavlja povećanje za 10,2% u odnosu na 2009. godinu. Izvoz roba i usluga je imao ukupnu vrijednost od 7.095.503.000 KM, čime je, u odnosu na prethodnu godinu, povećan za 28,3%. BiH je u 2010. godini, baš kao i u prethodnim godinama, imala trgovinski deficit, tj. uvoz je bio veći od izvoza. I

dalje se najviše izvoze sirovine i poluproizvode, a najmanje finalni proizvodi. Ta činjenica ima negativne efekte na nacionalnu ekonomiju.

3. KRATAK POVIJESNI PRESJEK GOSPODARSTVA IZ XX. STOLJEĆA

Ekonomija Bosne i Hercegovine se uvijek tradicionalno zasnivala na poljoprivredi, iako trenutno zadovoljava samo jednu polovicu državnih potreba za hranom. Osnovni proizvodi Bosne su žitarice, dok je u Hercegovini rasprostranjena proizvodnja duhana, vune, voća i povrća. Željezo, tekstili, proizvodi od drveta, ćilimi, oprema za vojsku, proizvodnju i transport su bili njeni najvažniji proizvodi tokom proteklog stoljeća. U drugom dijelu XX. stoljeća je došlo do značajnog razvoja hidroenergetskog sektora.

U Bosni i Hercegovini postoje značajne količine ruda (željezne rude, olovo, srebro, boksit, uglj i druge rude), što je i razlog postojanja mnogih rudnika. Zbog toga je ona u bivšoj Jugoslaviji bila svojevrsna resursna baza za ostale republike. To je i glavni razlog zbog čega su jugoslavenski politički i ekonomski stratezi donosili odluke zbog kojih Bosna i Hercegovina nikada i nije postala snažna ekonomija finalnih proizvoda. Najveći izvoz u druge republike i izvan Jugoslavije predstavljali su već pomenuti resursi kao i određeni poluproizvodi.

Posebno mjesto zauzimaju šume, koje predstavljaju baznu sirovinu za drvo-prerađivačku industriju, a koja je generalno u prošlosti zauzimala važno mjesto u ekonomiji Bosne i Hercegovine. Ipak, ta se industrija nikada nije do kraja razvila, u smislu da su se proizvodili finalni proizvodi. U prošlosti, baš kao i danas, Bosna i Hercegovina uglavnom izvozi drvo kao sirovinu ili poluproizvod (daske, ploče, itd.) a vrlo malo u obliku finalnog proizvoda (npr. namještaj).

U Bosni i Hercegovini su u prošlom stoljeću značajnu ekspanziju doživjele i transportne usluge, prvenstveno zbog njenog geografskog položaja – centralni dio Balkanskog poluotoka. Kako bi se ostvario potreban nivo kvaliteta transportnih usluga, privredu Bosne i Hercegovine u XX. stoljeću karakterizira i značajan razvoj infrastrukture. Zbog toga su izgrađeni brojni proizvodni i transportni kapaciteti (za cestovni i željeznički saobraćaj).

Ipak, iako su određene privredne oblasti doživjele razvoj u prošlom stoljeću, smatra se da je ekonomska efikasnost ipak bila značajno ispod nivoa ekonomske efikasnosti Jugoslavije, ali u većine republika.

4. UVOĐENJE TRŽIŠNIH ODNOSA I PRIVATIZACIJA

U vrijeme Jugoslavije samoupravni socijalizam je nalagao tzv. plansku ekonomiju. Kompanije su bile u državnom vlasništvu i proizvodnja se odvijala na osnovu političkih planova i ciljeva. Planska ekonomija nosi taj naziv iz razloga što su se poslovni ciljevi poduzeća u to vrijeme definirali na osnovu potreba i planova države, a ne na osnovu potreba tržišta. Zbog toga je proizvodnja često bila odvojena od realnosti – impulsi sa tržišta su bili nevažni. Gospodarstvo se u to vrijeme koristilo samo kao jedan od direktnih i oficijelnih političkih instrumenata. Nisu se uzimale u obzir potrebe, želje i generalno bilo kakvi prohtjevi potrošača i tržišta – bilo je isključivo značajno što strukture upravljanja državom nalažu. To je jedna od osnovnih karakteristika planske ekonomije, istovremeno je razlikujući od tzv. tržišne ekonomije u kojoj država nema aktivnu ulogu. U tržišnoj ekonomiji preduzeća definiraju svoje poslovne ciljeve u skladu s tržišnim kretanjima i potrebama. Država ima ulogu organizacije i održavanja pravnog poretka, te regulatora tržišta.

Zemlje, čije nacionalne ekonomije prelaze iz planske u tržišnu ekonomiju, nazivaju se tranzicijskim zemljama. Osim ekonomske tranzicije, tu je i tranzicija iz socijalizma u kapitalizam (promjena društvenog sustava), čemu se, također, ima zahvaliti naziv „tranzicijska zemlja“. Osnovno obilježje socijalizma je društveno vlasništvo, dok je obilježje kapitalizma privatno vlasništvo.

Privatizacija je dio tranzicijskog procesa iz socijalizma i planske ekonomije gdje je dominiralo društveno vlasništvo, u kapitalizam i tržišnu ekonomiju gdje dominira privatno vlasništvo. Privatizaciju možemo objasniti i kao proces legalnog prenošenja vlasništva nad imovinom sa države (društva) na pojedince. Dakle, privatizacija je proces prelaska iz društvenog u privatno vlasništvo. Jedan od osnovnih argumenata za ovu promjenu je ekonomska neracionalnost planske ekonomije.

Bosna i Hercegovina je jedna od tranzicijskih zemalja koje su krenulo putem od socijalizma do kapitalizma. Kako bi to postigla, bilo je neminovno državno/društveno vlasništvo pretvoriti u privatno (privatizacija), jer se smatra da pojedinac više vodi računa o kompaniji i generalno privatnoj imovini nego što vodi računa o državnoj imovini. Vodeći više računa o svojoj imovini i razvijajući svoju imovinu, indirektno daje doprinos ekonomskom rastu i razvoju cjelokupnog društva. Imajući to na umu, bh. vlasti su se odlučile, podržane preporukama brojnih međunarodnih institucija, na ovaj „privatizacijski“ korak. Kako bi cilj ove zahtjevne društvene, političke i ekonomske promjene bio postignut, bilo je potrebno uraditi sljedeće¹⁶:

- uvesti sustav privređivanja s ekonomskim slobodama i kupca i prodavca,
- uvesti tržišne odnose za sve proizvode, usluge, kapital, novac, rad i druge faktore proizvodnje,
- izmjeniti socijalističku vlasničku strukturu i formiranje strukture koja je karakteristična za tržišnu ekonomiju,
- inovirati ulogu države – dati joj za tržišnu ekonomiju uobičajene regulativne, koordinativne i operativne funkcije u ekonomskoj sferi,
- kreirati modernu makroekonomsku politiku,
- osigurati osobne i ekonomske slobode i prava u skladu sa međunarodnim normama i
- uvesti pravni sustav koji garantira individualna prava.

Proces privatizacije u Federaciji BiH je u nadležnosti Agencije za privatizaciju FBiH, koja usko surađuje sa županijskim agencijama za privatizaciju, a koje imaju također svoje ingerencije iz ove problematike, što je u skladu sa Zakonom o privatizaciji poduzeća. U Republici Srpskoj proces privatizacije vodi Investiciona i razvojna banka Republike Srpske. Prema navedenom, privatizacija je u nadležnosti entiteta – ove entitetske agencije/banke moraju djelovati u skladu s procedurama koje nalože entitetski parlamenti, a koji moraju biti u skladu s propisima na državnom nivou.

„Državni kapital u poduzećima koja generiraju i distribuiraju elektricitet, željeznički promet, telekomunikacije, vodoopskrba, rudarstvo, šumarstvo, javni mediji, igre na sreću, industrija oružja i vojna oprema, te u drugim poduzećima koja su od strateškog značaja, se privatizira u

¹⁶ Prema BAŠIĆ, M.: *BH ekonomija u kliničkoj smrti*, UG Hijatus i Planjax, Zenica-Tešanj, 1998., str. 91.

skladu s tim zakonom, ali u okviru posebnih vladinih privatizacijskih programa. Domaća i strana fizička i pravna lica mogu biti kupci u privatizacijskom procesu.¹⁷

Postoji nekoliko metoda privatizacije koje se primjenjuju u BiH¹⁸:

- prodaja dionica na burzama¹⁹,
- prodaja putem tendera (najčešća metoda prodaje poduzeća),
- prihvatanje javne ponude za preuzimanje,
- direktni odabir kupca,
- prodaja zaposlenima u poduzeću i
- kombinacija navedenih metoda.

Iako je privatizacija omogućena kroz nekoliko metoda, platežno sredstvo prilikom kupovine je isključivo novac. Programi privatizacije, koje kupci nude, moraju sadržavati slijedeće elemente²⁰:

- a) osnovne informacije o kompaniji i poslovnim aktivnostima,
- b) prijedlog privatizacijskog modela,
- c) prijedlog metoda plaćanja i
- d) početnu bilancu stanja.

Iako proces privatizacije po svojoj prirodi traje duži period, ipak postoje primjedbe da je „proces privatizacije državnog kapitala prespor i praćen sa pregršt paralelnih negativnih posljedica“.²¹ Zbog ovakvih i sličnih komentara i mnogobrojnih kritika na račun privatizacijskog procesa u Bosni i Hercegovini, pokrenuta je revizija dosadašnjih privatizacija kako bi se utvrdila eventualna odstupanja.

Potrebno je naglasiti da je privatizacija i jedan od uvjeta pristupa Bosne i Hercegovine Europskoj uniji. Brojna pravna regulativa Europske unije se zasniva upravo na postulatima tržišne ekonomije, zbog čega planska ekonomija ne bi bila kompatibilna s ekonomijom EU.

¹⁷ Agencija za promociju stranih investicija Bosne i Hercegovine (FIPA BiH), Investicione mogućnosti u Bosni i Hercegovini, peto izdanje, FIPA BiH, Sarajevo, feb. 2008, str. 22.

¹⁸ Agencija za promociju stranih investicija Bosne i Hercegovine (FIPA BiH), Često postavljana pitanja, FIPA BiH, Sarajevo, feb. 2008, str. 33.

¹⁹ U BiH postoje dvije berze – SASE (Sarajevo Stock Exchange) i BLSE (Banja Luka Stock Exchange).

²⁰ Ibidem, str. 34.

²¹ BAŠIĆ, M.: *nav. dj.*, str. 445.

Naravno, ovome treba dodati i političke razloge za odbijanje prihvatanja planske ekonomije u okviru EU.

5. PRAVCI RAZVOJA, MOGUĆNOSTI I PERSPEKTIVE

Osnovni pravci razvoja i perspektive Bosne i Hercegovine bi **trebali** biti u skladu s ciljevima njenog srednjoročnog razvoja. Iako je okončan period na koji se razvojna strategija BiH odnosi, njeni ciljevi su u skladu sa mogućnostima Bosne i Hercegovine te su zbog toga još uvijek aktualni. U narednom dijelu će svaki od navedenih ciljeva biti ukratko izložen.

1. **Članstvo u Europskoj uniji** predstavlja ključni strateški cilj Bosne i Hercegovine. Naša zemlja je zaključila prvi ugovorni odnos s ovom supranacionalnom organizacijom (Sporazum o stabilizaciji i pridruživanju), čime je nepovratno krenula putem integracije u porodicu europskih zemalja, a koji bi trebao završiti punopravnim članstvom u ovoj organizaciji. Bosna i Hercegovina je sada u fazi ispunjavanja uvjeta iz Sporazuma o stabilizaciji i pridruživanju. „Ispunjavanjem obaveza iz sporazuma, zemlja podnosi zahtjev za članstvo u EU. Važno je razumjeti da time stiče status potencijalnog kandidata (za razliku od statusa kandidata koji je predviđen za zemlje potpisnice Sporazuma o pridruživanju). S ovim statusom zemlja dobija novi upitnik od Europske komisije, nakon čega slijede pregovori u definiranom 31 području. Ispunjavanjem uvjeta i zatvaranjem pregovora zemlja stiče pravo na punopravno članstvo u EU.“²² Ovo su aktivnosti koje našoj zemlji slijede i kojima će se morati posvetiti posebna pažnja ukoliko se članstvo u EU kao cilj želi ostvariti u skorije vrijeme.

2. **Ekonomski rast i razvoj** predstavlja drugi strateški cilj Bosne i Hercegovine. Ekonomski rast podrazumijeva prije svega rast bruto domaćeg proizvoda, nižu inflaciju, nižu stopu nezaposlenosti, uvećan priliv direktnih stranih investicija, ravnotežu uvoza i izvoza, itd. Dakle, kod ekonomskog rasta se radi prije svega o postizanju (što je moguće većih) pozitivnih vrijednosti svih ekonomskih indikatora. U skladu s tim se donose brojni zakoni koji trebaju reformirati ekonomski sektor kako bi se ostvarila makroekonomska stabilnost, povoljnija klima za ulagače, ubrzao privatizacijski proces, smanjila korupcija, povezalo tržište rada i ostvarila kvalitetna socijalna i zdravstvena zaštita radnika u BiH. Ovo, međutim, neće biti dovoljno za bh.

²² HADŽIAHMETOVIĆ, A.: *Ekonomija Evrope*, Ekonomski fakultet u Sarajevu, Sarajevo, 2005., str. 230.

društvo ukoliko se ne postigne i ekonomski razvoj koji podrazumijeva ekonomski rast, ali i razvoj društva u svim njegovim segmentima (obrazovanje, zdravstvo, itd.) kao i dugoročnu održivost postignutih ekonomskih rezultata. Ekonomske reforme, koje podrazumijevaju širok spektar aktivnosti bi trebale doprinijeti realizaciji ovog cilja.

3. **Međunarodna pomoć** je slijedeći cilj koji bi se trebao promatrati u drugačijem svjetlu od uobičajenog. Međunarodna zajednica je u ratnom i neposrednom poratnom periodu imala važnu humanitarnu ulogu. Ta situacija se promijenila i Bosna i Hercegovina bi sada međunarodnu pomoć trebala doživljavati više u svjetlu međunarodnih finansijskih grantova, kredita, sufinansiranja i partnerstava u projektima koji su od strateškog značaja.

4. **Regulacija javne potrošnje** je jedna od ključnih tema u BiH. Iznimno složena administrativna struktura predstavlja veliko opterećenje za državni, entitetske, županijske i općinske budžete, zbog čega se javila neophodna potreba za regulacijom javne potrošnje. Zato je izvršena reforma sektora javne potrošnje, doneseni su određeni zakonski propisi, uveden je kompjuterizovan sustav kako bi se olakšala i racionalizirala javna potrošnja, sve više se uvažavaju principi transparentnosti, budžetske discipline, uvode se sustavi izvještavanja i formiraju procedure te uspostavlja potrebna infrastruktura.

5. **Rast privatnog sektora** podrazumijeva potrebu za donošenjem niza mjera i aktivnosti koje će unaprijediti poslovni ambijent za domaće i strane ulagače, povećati zaštitu prava poslovnih subjekata, podsticajnim mjerama povećati učešće privatnog sektora u ukupnoj proizvodnji – bruto domaćem proizvodu, ojačati i zaštititi fer konkurenciju, regulirati tržište rada. Ostvarenje aktivnosti navedenih kod drugog cilja će također dodatno ubrzati doseganje ovog cilja.

6. **Vanjskotrgovinska politika** podrazumijeva prije svega podršku izvozu i članstvo Bosne i Hercegovine u Svjetskoj trgovinskoj organizaciji (World Trade Organization – WTO). Državne vlasti su krenule putem liberalizacije trgovine, te se nastavak tih aktivnosti očekuje i u budućnosti.

7. **Statistička mjerenja** su jedan od najvažnijih alata u ekonomiji. Razvoj poslovnih programa, kako privrednih subjekata tako i same države, zavise od ovih mjerenja. Njihova metodologija se mora uskladiti sa metodologijom EUROSTAT-a kao i metodologijom UN-a. Neophodno je izvršiti, prije svega, popis stanovništva, zatim neprekidno pratiti kretanja na tržištu rada, te voditi evidenciju o drugim statističkim pokazateljima neophodnim za ekonomski uspjeh.

8. Poljoprivreda i šumarstvo su kao sektori posebno izdvojeni zbog svog strateškog značaja – kako s aspekta Bosne i Hercegovine tako i s aspekta EU. Poljoprivreda je najvažnija politika Europske unije, te bi i BiH svoj poljoprivredni sektor trebala na istovjetan način tretirati i štiti. Šumarstvo je jedna od ključnih komparativnih prednosti Bosne i Hercegovine, te zbog toga također zaslužuje poseban tretman u okviru ekonomskih politika i zakonskih propisa.

6. STRATEGIJA I GLOBALIZACIJA BiH

Globalizacija predstavlja višedimenzionalni proces uz pomoć kojeg se brojni poslovi, tehnologije i filozofije šire po svijetu. Globalizacija imaju svoju ekonomsku, politički, društvenu, kulturnu, tehničku, itd., dimenziju. Mi ćemo se fokusirati na prvu.

U ekonomskom smislu globalizacija je proces koji je počeo neposredno nakon Drugog svjetskog rata, iako će mnogi ekonomski stručnjaci prve dokaze za globalizaciju naći još mnogo ranije. Ekonomska globalizacija označava povezanost nacionalnih tržišta, prevazilazeći sve barijere, koje bi mogle ometati tok roba, usluga, rada ili kapitala. Globalizaciju, baš kao i mnoge druge društvene procese, karakteriziraju mnoge pozitivnosti i negativnosti. Zbog toga njene posljedice treba pažljivo analizirati i izbjeći generalne ocjene.

Proces globalizacije je pojavom modernih informacijskih tehnologija značajno ubrzan, te se zadnja dva desetljeća mogu slobodno označiti kao desetljeća ubrzanog globalizacije. Male zemlje, kao što je Bosna i Hercegovina, ovim procesima se ne mogu suprotstaviti. Zbog toga nije pitanje sudjeluje li Bosna i Hercegovina u globalizaciji, jer je to činjenica. Značajnije pitanje je, kako izvući najbolje iz globalizacije?

Ovaj proces za sobom povlači brojne promjene u svim sferama društvenog života te se stoga moraju napraviti i određene izmjene unutar pojedinih ekonomskih sistema, kako bi se negativne posljedice ublažile, a pozitivne posljedice maksimizirale. U tom smislu Bosna i Hercegovina bi trebala ustrojiti svoj fiskalni i monetarni sustav na način koji će joj omogućiti priključenje novom ustroju globalnih ekonomskih tokova. Ovdje se posebna pažnja treba

posvetiti privlačenju stranih investicija. Kako bi se to postiglo, potrebno je učiniti dva ključna koraka – kreirati jedinstven ekonomski prostor i uspostaviti stabilnu valutu²³.

Jedinstven ekonomski prostor podrazumijeva ukidanje nejednakosti ekonomskih sustava unutar Bosne i Hercegovine. Harmonizacija propisa koji reguliraju ekonomski prostor unutar entiteta je neophodna, kako bi se država mogla kretati prema svom strateškom cilju – članstvo u Europskoj uniji. Podsjećanja radi, ekonomske propise na državnom nivou će opet biti potrebno uskladiti sa istom vrstom propisa na nivou Unije.

Uspostavljanje stabilne valute je korak koji je Bosna i Hercegovina već uradila. Iako postoje brojne kritike zbog načina postizanja tog cilja (uvođenje Valutnog odbora koji onemogućava korištenje monetarne politike kao jednog od ključnih makroekonomskih instrumenata), činjenica je da BiH ima stabilnu valutu koja je pridonijela postizanju trenutnog ekonomskog napretka. Protivnici ovog aranžmana će reći kako bi BiH mogla ostvariti još veći napredak da se monetarna politika kao instrument može koristiti intenzivnije. Međutim, istodobno treba naglasiti da bi u tom slučaju opasnost od promašenih koraka bila veća.

²³ Prema Bašić, M. i Vilogorac, E.: Osnove ekonomije, Ekonomski fakultet u Sarajevu, Sarajevo, 2008, str. 544.

LITERATURA

1. Agencija za rad i zapošljavanje BiH (www.agencrbh.gov.ba)
2. Agencija za statistiku BiH (www.bhas.ba)
3. BAŠIĆ, M.: *BH ekonomija u kliničkoj smrti*, UG Hijatus i Planjax, Zenica-Tešanj, 1998.
4. BAŠIĆ, M.: *Ekonomija BiH*, Ekonomski fakultet u Sarajevu, Sarajevo, 2005.
5. BAŠIĆ, M. i VILOGORAC, E.: *Osnove ekonomije*, Ekonomski fakultet u Sarajevu, Sarajevo, 2008.
6. BLANCHARD, O.: *Makroekonomija*, treće izdanje, Mate, Zagreb, 2005.
7. Centralna banka BiH (www.cbbh.ba)
8. HADŽIAHMETOVIĆ, A.: *Ekonomija Evrope*, Ekonomski fakultet u Sarajevu, Sarajevo, 2005.
9. VILOGORAC, E.: *Uvod u ekonomiju*, Ekonomski fakultetu u Sarajevu, Sarajevo, 2001.
10. World Travel & Tourism Council (www.wttc.org)

Aida Bugarin

Nedjeljko Babić

OSNOVE TURIZMA

OSNOVNI POJMOVI O TURIZMU

UVOD

Turističko gospodarstvo bilježi nagli porast u XX. stoljeću. Povećani broj putovanja su posljedica razvoja tehnologije, porasta produktivnosti, razvoja prometa i komunikacija, te općeg gospodarskog i kulturnog razvoja. Visok nivo životnog standarda, kao posljedica porasta produktivnosti rada, omogućili su skraćnje radnog vremena, te povećanje slobodnog vremena. Fond slobodnog vremena se kreće oko 130 dana godišnje, pa se postavlja pitanje kako ga upotrijebiti ili popuniti. Stanovništvo višemilijunskih gradova ga upotrebljava najčešće za bijeg u prirodu, u bližoj okolini stalnog prebivališta, a negdje oko 6% tog vremena za putovanja na udaljenije prostore. Za suvremeni svijet je karakteristična i urbana koncentracija. Ona je poremetila ekološku ravnotežu i stanovnici velikih gradova imaju potrebu da je povrate.

S porastom blagostanja u društvu mijenja se i položaj pojedinca. Ljudske potrebe se dijele na primarne i sekundarne. U visoko razvijenim zemljama sve je veći broj ljudi koji svojim prihodima mogu podmiriti primarne ili egzistencijalne potrebe, a sa viškom prihoda mogu zadovoljiti i luksuzne potrebe-sekundarne. Turizam je u konkurenciji s ostalim luksuznim potrebama, a prema pokazateljima na svjetskoj razini, uspješno vodi bitku, pa se već smatra neophodnom potrebom suvremenog čovjeka.

Suvremeni turizam, sredinom XX. stoljeća, poprima karakter masovne pojave. U svijetu se bilježi nagli porast turističkih putovanja, pri čemu međunarodni turizam ima dva puta veću stopu porasta od rasta domaćeg turizma. Paralelno, sa povećanjem broja putnika, koji su motivirani raznovrsnim razlozima za svoje turističko putovanje, razvija se snažna i bogata uslugama, turistička ponuda u svijetu.

Termin turizam pojavio se u XIX. stoljeću, a potiče od latinske riječi *turnus* - krug, koja označava kružno kretanje. Pojam je, s razvojem turizma, prihvaćen u cijelom svijetu i označava osobu koja privremeno mijenja mjesto stalnog boravka, s ciljem odmora, razonode, zabave ili

rekreacije, a da pri tome ne zasniva nikakvu gospodarstvenu aktivnost. Na turističkom putovanju turista stupa u mnogobrojne odnose i njegovo putovanje ima, osim posljedica po njega samoga, posljedice i na okolinu, društvo, privredu i sl. Turističko putovanje traje više od 24 sata, a izletnici su osobe koje posjećuju prostor na manje od 24 sata. Prema tome, u središtu turizma kao društveno ekonomske pojave, nalazi se čovjek-turist. Posljedice putovanja se reflektiraju na društvenu i privrednu sferu društva. One mogu biti ekonomske, političke, tehnološke, ekološke, prostorne, sociološke i sl. Posljedice su najuočljivije u nacionalnim ekonomijama, posebno kod zemalja koje primaju turiste.

Turizam je veoma značajan faktor razvoja ukupne svjetske ekonomije. Ova djelatnost sudjeluje sa 3,8% u svjetskom BDP. 8,3% zaposlenih u svijetu radi u turizmu, sudjeluje sa 12% u svjetskom izvozu roba i usluga, i apsorbira 9,4% ukupnih investicija u svijetu. 2005. godine u međunarodnom turizmu je sudjelovalo 808 miliona turista, a prihodi su se kretali oko 820 milijardi \$.

1. VRSTE TURIZMA

Veliki broj sudionika u turizmu ima zajedničku osobinu da su ta putovanja motivirana općenito turističkom rekreacijom. Svaki sudionik ima različite sklonosti, interese i mogućnosti za zadovoljenje rekreacijske potrebe. Zbog toga su se i razvile različite vrste turizma. Oblik ili vrstu turizma čine potrošači, koji imaju isti ili sličan način zadovoljavanja rekreacijskih potreba. Nasuprot tome formira se i adekvatna turistička ponuda koja će to i omogućiti. Putujući, sudionici turističkog prometa sudjeluju u više oblika turizma. Tako obitelj koja polazi na godišnji odmor se istovremeno bavi boravišnim turizmom, dječijim turizmom i velikim turizmom.

Kriteriji za podjelu turizma na različite vrste su:

1. Prema udaljenosti od stalnog mjesta boravka i trajanju putovanja turizam se dijeli na veliki i mali.
 - a. **Veliki ili ferijalni turizam** podrazumjeva putovanja u trajanju od 7 – 15 dana, na udaljenije destinacije. Najčešće se odvija tijekom godišnjih odmora. Većina zemalja je u svoja rodna zakonodavstva uvelo plaćene godišnje odmore, a u svijetu se javlja tendencija podjele godišnjih odmora na dva dijela (ljetno – zima). U najnovije pojava spada višekratno korištenje odmora tako da se dani godišnjih odmora pridodaju vikendima, pa se ostvaruje putovanje od 4 do 6 dana, a odredišta su uglavnom gradski centri, pri čemu su dominantne posjete kulturnoj baštini i šoping kao motiv.
 - b. **Mali turizam** predstavlja putovanja na male udaljenosti do 150 km od stalnog prebivališta turista. Često dobija i naziv izletnički turizam. Vezan je na kretanje između dva radna tjedna pa se pojavljuje i naziv vikend turizam. Slobodno vikend vrijeme iznosi preko 120 dana u toku godine, što daje velike mogućnosti za odmor i rekreaciju. Poboľšanjem komunikacija i udaljenosti kod malog turizma pokazuju se tendencije povećanja i do 500 km od stalnog mjesta boravka.
2. Prema dužini boravka na destinaciji turizam može biti boravišni i mobilni.
 - a. **Stacionirani ili boravišni turizam** podrazumijeva putovanje na jednu destinaciju i duži boravak na istoj. Ovakva putovanja se sadržajem obogaćuju raznim kulturnim, sportskim manifestacijama ili izletima u okolini destinacije.
 - c. **Mobilni turizam** podrazumijeva kretanje tokom putovanja, odnosno obilazak
 - d. većeg broja destinacija. U ovaj oblik ubrajamo turističke aranžmane, nautičke ture i trazišna putovanja.

3. Prema nacionalnom sastavu sudionika u turizmu, turizam može biti domaći i inozemni.
 - a. Domaćim turistima smatraju se osobe koje putuju radi rekreacije unutar nacionalnih granica. Od ukupnog broja turista u svijetu $\frac{3}{4}$ sudjeluju u domaćim turističkim tokovima. Samo $\frac{1}{4}$ turista se uključuje u inozemni ili međunarodni turizam i to ona grupa koja ima veće novčane mogućnosti.
 - b. **međunarodni turizam** predstavlja djelatnost od koje najveće efekte ubiru nacionalne privrede receptivnih zemalja. Posljednje desetljeće je donijelo značajne promjene u međunarodnim kretanjima turista. Veća aktivnost turoperatora i poboljšanje i sniženje cijena avio-prijevoza dovelo je do premještanja preraspodjele odredišta putovanja u međunarodnim kretanjima turista. Tako je evidentan pad učešća Europe u međunarodnom prometu turista, iako je to još uvijek najposjećeniji proctor, a raste učešće zemalja Dalekog Istoka. Interes za veliku turističku međunarodnu industriju pokazuju prijevoznici, specijalizirani touroperatora i sami potrošači koji se uklapaju u daleka putovanja. Neke svjetske destinacije polako završavaju svoju dominaciju, a pojavljuju se nove s novim privlačnostima.
4. Prema mjestu gdje nastaje turistička aktivnost, turizam može biti emitivni i receptivni.
 - a. **Emitivni turizam** nastaje u stalnom mjestu boravka turista, a podrazumijeva aktivnosti i odnose koji dovode do poticanja turističkih potrošača na kupovinu turističkih roba i usluga. Ovu djelatnost najčešće obavljaju putničke agencije, ali i država može stimulirati nizom mjera putovanja svojih građana.
 - b. **Receptivni turizam** se razvija u mjestima gdje je locirana turistička ponuda.
5. Prema starosti sudionika u turizmu razlikujemo: dječiji turizam, omladinski turizam, turizam radnih ljudi i turizam umirovljenika. Razlozi razdvajanja odnose se na različite vrste usluga, različite platežne mogućnost pojedinih grupa turista i na različite motive putovanja.

- a. Djeca zahtjevaju posebne usluge, plaće, zelenilo, parkove sa igračkama i sl. Pored toga ovaj uzrast vrši jak utjecaj u obitelji na današnje odluke o tome gdje putovati.
- b. **Omladinski turizam** je kategorija potrošača koja ne raspolaže velikim platežnim mogućnostima, ali ova kategorija turističkih potrošača ne zahtjeva veliki komfor. Zahtjevi se postavljaju kod sportskog, zabavnog i kulturnog sadržaja. Većina europskih zemalja ima organizacije koje okupljaju mladost i to čine uz pomoć svojih vlada. Međunarodne organizacije u oblasti prometa također popustima, stimuliraju ovaj vid turizma.
- c. **Radno sposobno stanovništvo** čini najveći broj sudionika u turističkim kretanjima. Ova kategorija potrošača je najbrojnija, ali je orijentirana na udarnu turističku sezonu, jer se uglavnom radi o obiteljima sa školskom djecom. Ovo je istovremeno i platežno najsposobnija kategorija te se na osnovu njihovih dohodovnih karakteristika formiraju i cijene turističkih usluga.
- d. **Turizam za umirovljenike** predstavlja veoma značajan segment turističkih potrošača, za turističku ponudu. Ova kategorija potrošača raspolaže s neograničenim slobodnim vremenom, a to otvara mogućnost za veću iskorištenost turističkih kapaciteta u predsezoni i postsezoni, što je i povoljnije vrijeme za rekreaciju ove kategorije potrošača. Cijene u ovom periodu su primjerenije kupovnoj moći ovog dijela i vrste turista.

6. Specifični oblici turizma su:

- a. *ribolovni*
- b. *lovni*
- c. *foto – safari*
- d. *naturizam*
- e. *kongresni turizam*
- f. *seoski turizam*
- g. *tematski turizam*
- h. **ekstremne vrste turizma**
 - **paraglajding**
 - **rafting**
 - **planinarenje**
 - **vojni turizam i sl.**
 - **Svemirski turizam**

Posljednjih trideset godina narastao je broj turista koji svoje putovanje žele obogatiti doživljajem opasnosti pa se u turističku ponudu uvrštavaju aktivnosti koje to omogućavaju.

VRSTE I OBLICI TURIZMA

Prema udaljenosti i trajanju boravka: -veliki turizam -mali ili izletnički turizam	Prema dužini boravka: -boravišni ili stacionarni -mobilni (tranzitni, nautički, i turističke ture)	Prema nacionalnoj pripadnosti: -domaći -inozemni	Prema mjestu u kojem nastaje turistička aktivnost: -emitivni -receptivni
Prema životnoj dobi: -dječji -onuladinski -porodični -penzionerski	Prema vrsti turističkog prostora: -primorski -planinski -zdravstveni -gradski	Prema načinu organizacije putovanja: -individualni -grupni	Specifični oblici turizma: -lovni -kongresni -seoski -naturizam -fotosafari

RAZDOBLJA U RAZVOJU TURIZMA

1. RAZDOBLJE →
do 20. stoljeća

ZAČETCI
TURIZMA

PRVA PUTOVANJA

"GRAND TOUR" RAZDOBLJE

2. RAZDOBLJE →
20. stoljeće

SUVREMENI
TURIZAM

POČETCI SUVREMENOG TURIZMA
POČETCI ORGANIZOVANOG TURIZMA
- do II svjetskog rata

MASOVNI TURIZAM
- nakon II svjetskog rata, do 80-tih godina

RAZVOJ POSEBNIH OBLIKA TURIZMA
- danas

?

2. RAZVOJ TURIZMA

Počeci civilizacije pokazuju da u prvo vrijeme čovjek mijenja mjesto stalnog boravka zbog pronalaženja povoljnijih uvjeta življenja. Slične pojave turizmu javljaju se kod prvih civiliziranih naroda. Putovanja su motivirana zabavom, natjecanjima ili razonodom. U prvo vrijeme ona su rezervirana za povlaštene društvene klase. Najznačajniji primjeri su u antičkoj Grčkoj i Rimu.

Olimpijade su događaji na koje putuju svi slobodni građani grčkih država. Motiv putovanja su natjecanja u atletskim disciplinama, oratorstvu i pjesništvu. Prekidaju se svi ratni sukobi i proglašava se " Sveti mir ". Svaki građanin Grčke bio je dužan pružiti gostoprimstvo putniku na Olimpijske igre, iz čega će se pojaviti i zakon o gostoprimstvu " hostis " u Rimu. U to doba propisani su i prvi devizni propisi koji reguliraju zamjenu novca. Pobjednici se slave do sljedećih Olimpijskih igara, po kojima Grci računaju i vrijeme. Mnogobošci Grci grade i hramove u slavu svojih bogova, zaštitnika gradova. Svećenice čuvaju hramove i proriču sudbinu mnogim Grcima koji ih posjećuju. Grci njeguju kulturu tjelesne snage te posjećuju i termalne izvore u Epiru i Eubeji.

Rimsko carstvo također svoju snagu temelji na jakoj i sposobnoj vojsci – rimskim legijama, koje trebaju držati u pokornosti mnogobrojne provincije. Kako bi se održala tjelesna spremnost legija, velika se pažnja posvećuje fizičkoj rekreaciji. Za to najbolje služe terme, koje se grade na izvorima treme – mineralnih voda ili se akvaduktima voda dovodi do gradova. U njima se, pored kupanja, odvija čitav kulturno – zabavni život povlaštene klase. Rimski ljetnikovci su također način da povlaštena klasa provede ljetni period izvan rimskih zidina. Za rimski narod organiziraju se javne priredbe. Rimljani grade okrugle građevine – arene u kojima se priređuju razne priredbe kao što su gladijatorske borbe, trka rimskih trokolica i sl. Do danas su sačuvani ostatci takvih građevina (Koloseum u Rimu, Pulska arena).

Pojava kršćanstva donosi promjene i u načinima rekreacije. Za Srednji vijek je karakterističan veliki uticaj crkve u svim sferama življenja, pa će i rekreacija gubiti aktivnu funkciju i prelaziti u pasivnu sferu. Dominira psihička rekreacija. Povlaštena klasa i dalje zadržava neke oblike

aktivne rekreacije, kao što su viteški turniri i lovni pohodi. Za potlačene, ostaju vjerska hodošašća. Ova putovanja će širiti Europom mnoge bolesti. Kuga će u Srednjem vijeku desetkovati europsko stanovništvo.

Počeci moderne proizvodnje i pojava prvih manufaktura dovest će do stvaranja buržoaskog sloja, koji u želji da zauzme nove društvene pozicije, nastoji se obrazovati. Tako se javljaju prva putovanja po europskim gradovima, sinova engleskih fabrikanta, pod nazivom “**Grand tour d’Europe**” – velike ture po Europi. Namjera da se obrazuju, često se pretvarala u višemjesečne posjete Parizu, Veneciji, Beču sa obiljem zabave i razonode. I filozofski pokret – romantizam ima svoj uticaj na povećanje broja putnika. Rousseau, Goethe, Chateaubriand i Bayron su njegovi predstavnici, a glavni moto je povratak prirodi i nalaženje inspiracije u njoj. Tuberkuloza također u to doba potiče sve veći broj ljudi da posjećuje Alpe.

Početak XIX. stoljeća donosi nova otkrića, a njihova primjena u prometu će znatno doprinjeti omasovljavanju turističkih kretanja. Spora i neudobna kočija, bit će zamjenjena vlakom. Osnovna prednost željeznice bit će mogućnost da se jednom kompozicijom preveze veći broj putnika. Ovu prednost uočiće prvi Thomas Cook i organizirati putovanje za članove antialkoholičarskog društva na njihovu godišnju skupštinu, iz Leicestera u Laboro. Taj datum veže se za početak **organiziranog turizma** ili turističkih kretanja, koja će poprimiti masovniji karakter.

Cook osniva prvu putničku agenciju i dobija koncesiju za prodaju željezničkih karata i izvan staničnih zgrada. Organizira posjete Svjetskim izložbama u Parizu, Londonu, put oko svijeta parobrodom i posjete Egiptu. Poslovanje agencije se veoma brzo širilo, a zahvaljujući veoma povoljnim cijenama u putovanja se uključuju i srednji slojevi društva. Širenjem željezničke mreže se proširuje i broj destinacija na koje Cook organizira putovanja. Usporedo se u svijetu osnivaju nove putničke agencije. Henri Wells osniva “Amexco”, Karl Štanden osniva prvu njemačku agenciju. I danas ove agencije uživaju međunarodni ugled u turizmu. XX. stoljeće donosi modernizaciju željeznica, promjene u pogonu, brzini i udobnosti.

Na scenu stupa novo prijevozno sredstvo. Kao što je željeznica okupila turističke potrošače, automobil će donijeti nove mogućnosti. Otvoriće se i oni prostori koji nisu bili dostupni željeznici, a čovjek će moći doći u neposredni dodir sa prirodom, što će donijeti i pojavu novih vrsta turizma: moto turizam, kamping turizam i slično.

Između dva Svjetska rata počinje i angažiranje države u oblasti turizma. U Italiji se osniva "ENIT" – organizacija čiji je zadatak da se brine o unapređenju turizma. U većini zakonodavstava uvodi se plaćeni godišnji odmor radnika. Uviđajući značaj turizma za poboljšanje zdravstvenog stanja stanovništva i održavanje radne sposobnosti, nizom mjera, države stimuliraju putovanje.

Automobil ulazi u masovnu upotrebu između dva rata, a nova ekspanzija nastaje 60 – tih godina XX. stoljeća. Porast produktivnosti u proizvodnji snižava cijenu automobila, pa ovo prijevozno sredstvo postaje pristupačno širem krugu potrošača.

Kraj XX. stoljeća obilježen je zrakoplovom. Modernizacija zračnog prometa omogućena je razvojem telekomunikacija, meteorološke službe u svijetu i izgradnjom aerodroma, što je znatno doprinjelo povećanju broja putnika, naročito na udaljenijim destinacijama. Ovome doprinosi i sistem tarifa u prijevozu s veoma pristupačnim cijenama – charter letovi. Iako se najveći dio svjetskog turističkog prometa odvija na Europskom kontinentu, zadnja desetljeća XX. stoljeća pokazuju, zahvaljujući avionu, da se u turistički promet uključuju i veoma udaljene destinacije, te će se promet turista u navedenom periodu vjerovatno ravnomjernije raspoređivati i na ostale dijelove svijeta. Takođe se javlja i preraspodjela zemalja koje su izvori turističke potražnje. Zahvaljujući gospodarstvenom rastu mnoge zemlje se svrstavaju u kategoriju razvijenih zemalja iz kojih će se regrutirati turistički potrošači u međunarodnom turizmu.

3. OBILJEŽJA TURISTIČKE POTRAŽNJE

Blagostanje u društvu, razvoj prometa i višak sredstava i vremena, te obilje turističkih usluga su glavni podsticajni uvjeti koji su djelovali na omasovljenje turističkih putovanja u suvremenom društvu. Postoje i neki ograničavajući uvjeti koji djeluju destimulirajuće na donošenje odluke o turističkom putovanju.

Prema dosadašnjem razvoju turizma u svijetu mogu se uočiti određene zakonitosti vezane za nastanak turističke potražnje. Turistički potrošači se javljaju u onim zemljama za koje je karakterističan visok stupanj privrednog razvoja i visok nivo nacionalnog dohotka po glavi stanovnika. Prof. Marković u knjizi "Osnove turizma" navodi osnovne uvjete za stvaranje turističke potražnje.

Uvjeti se dijele u dvije grupe: **objektivni i subjektivni faktori** turističke potražnje.

Objektivni su: slobodna sredstva, slobodno vrijeme, radna i životna sredina u kojoj pojedinac živi i ostali objektivni uvjeti.

Subjektivni su vezani za osobnost turista i mogu djelovati tek ako postoje objektivni uvjeti za nastajanje turističke potražnje.

Čovjek svoje potrebe može razvrstati u dvije grupe: **primarne ili egzistencijalne i sekundarne ili luksuzne.**

Primarne potrebe su za hranom, odjećom i stanovanjem. Ukoliko su prihodi koje pojedinac ostvaruje na razini da se njima mogu podmiriti primarne potrebe, ne postoji mogućnost formiranja slobodnih sredstava za podmirenje sekundarnih potreba. Od općeg nivoa razvijenosti zemlje zavisi i položaj pojedinaca u toj zemlji. Za razvijene zemlje važi i pravilo da stanovništvo ima visok standard ili veće mogućnosti za podmirenje potreba. U nerazvijenim zemljama cijena rada je daleko niža i prihodi često ne mogu omogućiti ni zadovoljavanje primarnih potreba. Višak sredstava ili slobodna sredstva, kod stanovnika razvijenih zemalja, koja će ostati nakon podmirjenja primarnih potreba, mogu se upotrijebiti za sekundarne ili luksuzne potrebe.

Turizam spada u kategoriju luksuznih potreba, ali se istovremeno nalazi i u velikoj konkurenciji s ostalim vrstama takvih potreba. Hoće li neko upotrijebiti novac za putovanje ili kupovinu nakita ili luksuznih stvari i slično, zavisi od osobe.

Subjektivni faktori mogu djelovati ako su ispunjeni objektivni uvjeti. Ako se osoba odluči na turističku potražnju motivirana zdravstvenim razlozima ili svjesnim osjećajem potrebe za odmorom ili obrazovanjem, kažemo da su djelovali racionalni razlozi za donošenje odluke o putovanju. Međutim, često se događa da netko putuje, jer je to moderno, zbog oponašanja, ljubavi ili vjere. Takva je odluka donesena na temelju iracionalnih razloga. U turističke tokove se uključuju i jedni i drugi potrošači. Činjenica je da se potrošači u turizmu veoma razlikuju ili potražnja je veoma heterogena, što je poseban problem za turističku ponudu koja joj se kao takvoj treba prilagoditi.

Odluka o potrošnji je uvjetovana nizom elemenata. Jedan je nivo obrazovanja sudionika u turizmu. Istraživanja pokazuju da se u turizam uključuju osobe sa višim nivoom obrazovanja, većim prihodima, obitelji s manjim brojem djece, stanovnici velikih gradova i sl.

Pored ovoga turistička potražnja je veoma elastična. Ona reagira na promjene u dohotku i to tako što svako povećanje dohotka izaziva veće povećanje turističke potražnje. Zatim, na smanjenje potražnje mogu uticati oscilacija cijena i promjene u turističkoj ponudi. Konkurencija na turističkom tržištu je velika i potražnja veoma lako preusmjerava svoje tokove ili pobjedu odnose druge luksuzne robe. I od onih koji raspolazu uvjetima da postanu turistički potrošači, samo se jedan dio stvarno uključuje u turističke tokove i oni predstavljaju realnu turističku potražnju.

Turistička ponuda se na tržištu postavlja prema potencijalnoj potražnji, a realna potražnja je nepoznata do trenutka razmjene robe i usluga na tržištu.

Faktori turističke potražnje

Objektivni:

- životni standard
- slobodna sredstva
- radna i životna okolina
- slobodno vrijeme
- ostalo

Subjektivni:

- | | |
|-------------------------------|-------------|
| racionalni | iracionalni |
| -razumni razlozi za putovanje | -moda |
| | -oponašanje |
| | -snobizam |
| | - prestiž |

4. UVJETI ZA RAZVOJ TURIZMA

Suvremeni turizam bilježi 150 godina svoje povijesti i kroz to vrijeme su se formirale određene zakonitosti u razvoju i odvijanju ove društveno ekonomske pojave. Osnovna zakonitost je kretanje prema područjima sa ugodnom klimom za ljudski organizam, a drugo pravilo je da su to tokovi iz razvijenih industrijskih zona prema onim područjima koja su zadržala svoj prirodni ambijent, odnosno koja u ekološkom smislu nemaju industrijsku zagađenost prostora.

Motivi putovanja suvremenog turista su veoma raznovrsni i uglavnom se sastoje od većeg broja. Zato i kažemo da se vrši kombinacija motiva putovanja. Najznačajniji motivi su razne vrste atrakcija koje možemo podijeliti sa više aspekata. Svako turističko područje nastoji što bolje iskoristiti turističke resurse. Atrakcija podrazumijeva turističke resurse koji su prilagođeni i dostupni za turističku posjetu. Atrakcija treba biti informativno i prometno dostupna turistima. Turistička atrakcija je sastavni dio turističkog proizvoda destinacije na kojoj se nalazi.

Tako atrakcije prema posjećenosti dijelimo na primarne i sekundarne. Primarne su osnovni razlog posjete nekoj destinaciji, dok se sekundarne posjećuju usput ili u tranzitu. Prema sadržaju mogu biti atrakcije lokaliteta ili događaja, a prema nastanku mogu biti prirodne i društvene.

Turistički potrošači se na svojim putovanjima usmjeravaju prema onim područjima koja mogu zadovoljiti više turističkih potreba. Prilikom donošenja odluke za putovanje ljudi se rukovode raznovrsnim motivima. U jednom turističkom putovanju sadržano je zadovoljenje rekreacijskih, obrazovnih, kulturnih i sl. pojava. Najšire rečeno neophodno je usuglasiti ugodno sa korisnim i tada je putovanje postiglo svrhu.

Motive putovanja ili atraktivnosti možemo razvrstati u dvije osnovne grupe:

Prirodne atrakcije i društvene atrakcije. Suvremeni turist nastoji se opredjeliti za one destinacije na kojima može pronaći kombinaciju prirodnih i društvenih atrakcija. Prirodne mu omogućavaju fizičku rekreaciju, a društvene duhovnu nadogradnju.

Prirodni uvjeti za razvoj turizma

U prirodne atrakcije ubrajamo:

- **Klimu**
- **Reljef**
- **Hidrografiju**
- **Floru i faunu**

Klima

Kroz razvoj turizma uočljivo je da se turističke migracije usmjeravaju prema prostorima s klimatskim osobinama koje su povoljne za ljudski organizam. Tipovi klime koji imaju povoljno djelovanje na ljudski organizam su mediteranska i planinska.

Sredozemna ili mediteranska klima odlikuje se velikim brojem sunčanih dana (prosječno 2600 sati godišnje za Mediteran), povoljnim temperaturama (oko 18°C), suhim i žarkim ljetima i blagim zimama i optimalnom vlažnošću zraka (oko 60%). Zbog ovih osobina i mogućnosti rekreacije na vodi, najveći dio europskih turista svoja putovanja završava na obalama Mediterana.

Planinska klima je karakteristična po kratkim i svježim ljetima, i u zimskom periodu s obiljem snježnih padalina koje omogućavaju bavljanje zimskim sportovima. Kod ovog tipa klime se razlikuju od nadmorske visine – subplaninska do 500m nadmorske visine, planinska i visokoplaninska preko 1500m nadmorske visine. Za turističko iskorištavanje je povoljna planinska i visokoplaninska klima. Kod planinske klime veoma važan element je i dužina zadržavanja snježnog pokrivača, zbog zimskih sportova.

Reljef

Predstavlja geomorfološke osobine područja. S turističkog aspekta interesantna je horizontalna i vertikalna razuđenost. Prvo predstavlja razvedenost morske obale. Pod vertikalnom razuđenošću

podrazumjevamo kopneno zaleđe ili planine. U povoljnijem položaju su one turističke zemlje koje imaju obalu sa otocima. Takvi prostori su mnogo ljepši, a osim toga otoci produžavaju i obalnu liniju mora, sa mnoštvom zaliva, uvala.

Vertikalna razvedenost podrazumjeva kopneno zaleđe – planine, pa su veoma posječeni oni prostori gdje se javljaju kombinacije visokih planina i morske obale i gdje je moguće u jednom danu plivati i skijati.

Hidrografija

Obuhvata bogatstvo vodenim tokovima i površinama. Turistička klijentela uglavnom bira područja uz obalu mora, jezera i rijeka, jer blizina vode omogućava mnoge vrste rekreacije.

More pruža najveće mogućnosti za odmor i rekreaciju, pogotovo ako se radi o toplim morima. Takve osobine posjeduje Mediteran koji u toku ljetnog perioda ima temperaturu morske vode od 24 do 27 C°, visok postotak slanosti 38‰, malu valovitost i visok stupanj prozirnosti vode, lijepu modru boju kao važne estetske elemente.

Jezero su posebno značajna ako se radi o velikim, vodenim površinama smještenim unutar kontinenta. Za turiste su posebno privlačna jezera locirana u planinskim područjima. Kao što su Lago di Maggiore, Lago di Garda, Bledsko, Bohinjsko.

Rijeke su pogodne za razvoj ribolovnog turizma i bavljenje određenim vrstama rekreacije – splavarenje, kajakaštvo.

Flora i fauna

Predstavljaju biljni i životinjski svijet. Zavisno od klime i geografskog položaja razlikuju se i ovi atraktivni prirodni elementi. Biljni svijet Mediteranskog područja je specifičan po određenim vrstama kao što su: primorski bor, olijander, lavanda ili limun, narandža, badem. Kontinentalno područje je karakteristično po bjelogoričnim i crnogoričnim šumama. Svaki od ovih biljnih pokrivača stvara poseban karakteristični ambijent sa specifičnim mirisima i ugodajem. Istovremeno to je i uvjet za život mnogih životinjskih vrsta. Prirodni uvjeti i razne životinjske vrste osnova su za razvoj lovnog turizma.

Društveni atraktivni faktori

Prirodni uvjeti su glavni motiv dolaska turista na određeni prostor. Kroz razvoj turističke ponude uočilo se da se privlačnost prostora može obogatiti iskorištavanjem atrakcija, koje su karakteristika te regije, lokaliteta i slično. Osim toga, atrakcije ne možemo nazvati robama, ali se putem turizma mogu valorizirati njihove vrijednosti. Neki prostori, u nedostatku dobrih prirodnih atrakcija su favorizirali i promovirali atrakcije koje je izgradio čovjek i time povećali svoju konkurentnost na tržištu. Svi uvjeti turističke ponude, koji privlače turiste, a nisu rezultat djelovanja prirodnih sila, nego čovjekovog umijeća kroz povijest, nazivamo društvenim atraktivnim faktorima.. Čine ih:

- kulturno povijesni spomenici
- kulturne ustanove,
- kulturne institucije,
- zabavne, sportske i prirodne manifestacije.

Spomenici su materijalna i nematerijalna dobra sačuvana iz prošlosti, a koja reprezentiraju određeni period iz razvoja ljudskog društva. Kada se radi o turističkoj posjeti mnogi od njih su glavni motiv posjete određenoj destinaciji. Spomenici svjetske vrijednosti su glavni motiv dolaska turista na određenu destinaciju. Pod zaštitom UNESCO se nalazi preko 300 spomenika, i oni su veoma posjećeni. Spomenici lokalnog značaja dopunjavaju sadržaj boravka turista na određenoj destinaciji i vrše svoju kulturnu i obrazovnu funkciju. Iskorištavanjem spomenika se postiže dvostruka korist. Valorizaciju vrijednosti mjerimo kroz broj posjeta i ostvareni prihod subjekata turističkog gospodarstva tog lokaliteta. Sami spomenici se bolje održavaju i lakše obnavljaju, jer je sredina svjesna njihove vrijednosti. Turisti najčešće posjećuju arhitektonsko urbanističke cjeline, kao što su stari gradovi, gdje na manjem prostoru imaju mogućnost vidjeti više spomenika, muzeja, galerija, manifestacija i sl. Najpoznatije takve cjeline su Venecija, Dubrovnik, Bašćarsija, Kujundišluk i sl.

Podjela se vrši prema periodu iz kojeg potiču. Svjetski reprezentanti prapovijesti su npr. pećina Altamira u Španiji ili Krapinska pećina kod Zagreba.

Antički spomenici su koncentrirani u Grčkoj: Akropolj – Atina, Rim – Koloseum, Forum Romanum, Splitu- Dioklecijanova palača. Srednji vijek ima obilje reprezenata u različitim stilovima gradnje – romanika, gotika, renesansa, barok itd. Najposjećeniji su sakralni objekti, jer su se i najbolje sačuvali kroz stoljeća. Crkve za koje možemo reći da su reprezentanti europskog graditeljstva srednjeg vijeka su: Notre Dame u Parizu, katedrale u Milanu, Kolnu, Crkva Svetog Petra u Rimu itd.

Svako podneblje ima svoje obilježje i svoje spomenike. Tako su prostori Balkana karakteristični po uticajima zapadne civilizacije i u arhitekturi srednjeg vijeka, što je posebno izraženo u gradovima na Jadranskom obali. Crkva Svetog Vlaha – Dubrovnik, katedrala u Šibeniku, Crkva Sv. Donata, Stošije – Zadar, Crkva Sv. Duje – Split, Trogirska katedrala.

Istočni dio je do XIV. stoljeća pod uticajem Bizantijskog carstva, pa se ne ovim prostorima grade manastiri. Najpoznatije građevine su na Kosovu i na Ohridu u Makedoniji. Prodor Turaka će donijeti uticaj islamske arhitekture, koja će ostaviti tragove u džamijama, hamamima, ćuprijama, sahat kulama, bezistanima.

Ovaj prostor značajan je i po stećcima – nadgrobnim spomenicima bogumila, a najpoznatije nekropole su u Radimlja kod Stoca i Glasinac na Romaniji. Mnogi europski gradovi raspolažu spomenicima ranog kapitalizma(neogotika) iz XIX. stoljeća. Pariz, London Beč, Prag, Budimpešta su prave riznice spomeničnog blaga. Neki objekti novijeg datuma također spadaju u društvene atrakcije, a vezani su za značajne povijesne događaje ili privredne manifestacije npr.Eifelov toranj u Parizu ili memorijalni objekti.

Prema tome spomeničko blago je veoma raznovrsno i bogatstvo povijesti diktira i njihovu brojnost i kvalitetu.U povoljnijoj se situaciji nalazi ono turističko područje koje je svoje spomeničke resurse pretvorilo u turističke atrakcije, odnosno učinilo ih dostupnim turističkoj posjeti.

Drugu grupu čine one institucije koje prikupljaju, izučavaju, sistematiziraju i prezentiraju kulturno povijesno naslijeđe određene sredine. To su muzeji, galerije, biblioteke, zbirke. Svjetski poznate institucije – muzeji su Louvre – Pariz, Prado – Madrid, Ermitaž – Petrograd. Kulturne institucije su i pozorišne kuće, te operne kuće kao i kulturne manifestacije – festivali, koji privlače turiste. Aktivnost ovih institucija naročito se pojačava u turističkoj sezoni.

U toku ljeta npr. u Pragu radi 30 pozorišnih kuća, Splitsko ljetno, Dubrovačke ljetne igre, Venecijski festival, Kanski festival okuplja klijentelu visoke platežne moći, koja posjetu ovakvim događajima smatra i prestižem. Razne priredbe kulturnog karaktera, kao što su zabavni koncerti ili veliki festivali zabavne muzike, su posebne atrakcije. Sajmovi i sportske svjetske priredbe osim glavne priredbe i sportske funkcije imaju i turistički značaj, jer su motiv posjete mnogobrojnih posjetilaca.

5. KOMUNIKATIVNI – PROMETNI UVJETI ZA RAZVOJ TURIZMA

Razvoj prometa kroz povijest je izazivao prave skokove u razvoju turizma. Od pojedinačnih putovanja do masovnih migracija u XX. stoljeću moglo je doći jedino zahvaljujući razvoju i izgradnji komunikacija i napretku u tehnologiji proizvodnje prijevoznih sredstava. Za razliku od prometa namjenjenog svakodnevnom prijevozu tereta i ljudi, turistički ima određene karakteristike. U njemu sudjeluju prijevoznici kojima je to osnovna djelatnost, ali u toj vrsti transporta sudjeluje i masa neprivrednih transportnih sredstava, koja trenutkom uključivanja u putovanje ulazi u gospodarsvene tokove (osobni automobili). Turistički transport obuhvata komunikacije, prijevozno sredstvo, organizaciju.

Željeznica je odigrala najznačajniju ulogu u omasovljavanju turističkih kretanja. Njena dominacija traje sve do II. svjetskog rata. Ovom vrstom prijevoza se više koriste domaći turistički potrošači. Intenzivan razvoj je u drugoj polovici XIX. stoljeća, dok je XX. stoljeće obilježeno nastojanjem da se poveća brzina prijevoza, vučna snaga vlakova, povećanje udobnosti u prijevozu i uvođenju specijalnih usluga – poslovni vlakovi, ugostiteljske usluge, turistički vlakovi, prijevoz automobila, ekspresni vlakovi i sl. Željeznica nastoji ovim inovacijama zadržati

klijentelu i održati se u konkurenciji drugih prijevoznih sredstava. Ona i dalje ostaje prijevozno sredstvo za masovan prijevoz i najmanje zavisna od vremenskih uvjeta. Iako brojčano ne gubi broj putnika, njeno učešće u broju prevezenih putnika stalno opada u korist zrakoplova i automobila. I dalje spada u najjeftinije prijevozno sredstvo. Najrazvijenije željeznice imaju Francuska, Italija, Njemačka i Japan. Postižu se brzine i preko 200 km/h. TGV vlakovi u Francuskoj voze putnike ispod La Manche. Ovoj vrsti prijevoza pripadaju i brdske željeznice, koje u Švicarskoj idu i na visine preko 3500 metara nadmorske visine kao i žičare bez kojih je nezamisliv razvoj zimskog turizma.

Automobil će nakon I. svjetskog rata donijeti nove revolucionarne promjene u razvoju turizma. Njegove prednosti su potpuna sloboda u polasku od kuće, izbora suputnika, biranje tempa putovanja, te prodor u ona područja koja nisu bila dostupna željeznicom. Osim toga, automobil je omogućio i neposredniji dodir sa prirodom, a kao posljedica javlja se razvoj kamping turizma sa velikim brojem poklonika. Nakon II. svjetskog rata, a zahvaljujući porastu produktivnosti u proizvodnji automobila i snižavanju njegove cijene, postaje prijevozno sredstvo dostupno širokom broju potrošača.

Brzom napretku cestovnog prometa doprinijela je izgradnja modernih autoputeva sa 6 traka, koje omogućavaju postizanje velikih brzina i imaju veliku propusnu moć, tako da se razdaljine od 1000 km svladavaju za kratko vrijeme i bez velikog umora. Preko 70 % europskih turista koristi automobil za turistička putovanja. Značajan je i javni cestovni promet – autobus, jer se njime prevozi veliki broj turista.

Brod predstavlja najstarije prijevozno sredstvo, a za turistički prijevoz postaje značajan od trenutka kada Thomas Cook organizira prvo putovanje oko svijeta parobrodom u XIX. stoljeću. Primjena parnog stroja će smanjiti ovisnost o vremenskim prilikama i učiniti ovo prijevozno sredstvo veoma značajnim u povezivanju kontinenata na kraju XIX. stoljeća i u prvoj polovici XX. stoljeća. Zbog korištenja prirodnih puteva, brod spada u najjeftiniji prijevoz, ali putnike je izgubio zbog svog osnovnog nedostatka, nedovoljne brzine, iako je najudobnije sredstvo prijevoza.

U suvremenom turizmu brod ima svoje poklonike u sljedećem:

- **morska krstarenja** su putovanja na kojima su turisti smješteni na brodu, a posjećuju one destinacije, koje se nalaze u lukama u koje brodovi pristaju. Takva putovanja su naročito popularna na Mediteranu i Karibskim otocima.
- **priobalna plovidba** je od vitalnog značaja za razvoj turizma onih zemalja koje imaju razvedenu obalu, kao što su Hrvatska i Grčka. Otoci sa kopnom povezani su trajektnim vezama za prijevoz vozila i putnika ili hidrobusi – brzim hidrogliserima koji prevoze samo putnike.

Treći vid je **jalting turizam**. Podrazumijeva razne vidove rekreacije na manjim plovničkim objektima. Sve zemlje s prirodnim uvjetima za ovaj vid turizma nastoje ga razviti, jer se uglavnom radi o klijenteli s većim platežnim mogućnostima. Za razvoj ove vrste turizma neophodna je izgradnja određenih infrastrukturnih objekata – **marina** za prihvat plovničkih objekata. Obično se za to koriste prirodni zalivi, drage i uvale.

Zračni promet

Novi preokret u načinu putovanja donio je zračni promet. Nakon II. svjetskog rata, primjena ratne tehnologije u civilnom zrakoplovstvu, donosi brz razvoj ove vrste transporta. Osnovna prednost zrakoplova je mogućnost savladavanja velikih relacija za kratko vrijeme i brzina. Ovo će omogućiti uključivanje u turističke tokove i onih destinacija koje su zbog udaljenosti bile nedostupne. Tako će razvoj zračnog prometa učiniti dostupnim sve točke na zemaljskoj kugli suvremenom turistu.

Obzirom na udaljenost, linije u prometu možemo podijeliti na kratke do 500 km, srednje do 1500 km, duge do 3000 km i interkontinentalne preko 3000 km. Na kratkim relacijama zrakoplovu konkuriraju automobil i vlak, jer se javlja tzv. “jalovo vrijeme” u odlasku i povratku iz zračne luke, što se skoro izjednačeno s vremenom koje je potrebno automobilu na istoj relaciji. Zrakoplov nema konkurenciju u prijevozu na većim udaljenostima, iako su cijene prijevoza

znatno veće. Brzom ekspanziji doprinijela je i izgradnja zračnih luka, poboljšanje komunikacijskih veza i uvezivanje nove vrste prometa na međunarodnom planu.

Avio kompanije su učlanjene u IATA (International Air Transport Association) – međunarodno udruženje, koje je međunarodnim konvencijama reguliralo međunarodne odnose i dalo jedinstvene poslovne kodekse i takse koje moraju poštovati sve članice. Međunarodni sustavi bookinga omogućavaju za 1,5 min povratnu informaciju o svim slobodnim mjestima na bilo kojoj relaciji u svijetu. To je u zadnjem desetljeću znatno prodonijelo povećanju iskorištenosti kapaciteta zračnih luka i povećalo rentabilnost poslovanja avio- kompanija.

Posebnu prednost za turizam ima uvođenje “ charter letova “, kod kojih je cijena niža i do 50 % vrijednosti karte na redovnoj liniji ili uvođenje IT tarifa (kombinacija ugostiteljskih usluga i avionskog prijevoza). Od 4 % , koliko je bilo učešće avio prijevoza prije 10 godina poraslo je na 12 %. Karakteristično je da strani turisti najviše koriste ovu vrstu prijevoza, ako posjećuju zemlje koje su otočne (V. Britanija, Japan) ili ako se nalaze na isturenim točkama kontinenta (Grčka, Portugal, Španija). Suvremeni putnički avioni imaju veliki kapacitet – preko 300 putnika .

Za turistički saobraćaj je važno zadovoljiti slijedeće kriterije:

- *brzo*
- *udobno*
- *sigurno*
- *jeftino*

Zadnji kriterij je vrlo bitan, jer u ukupnim troškovima putovanja troškovi prijevoza učestvuju s 25%, pa većina turista pažljivo bira prijevoz do turističkog odredišta.

6. RECEPTIVNI ILI PRIHVATNI FAKTORI TURISTIČKE PONUDE

To je onaj dio turističke ponude, čiji je zadatak prihvatiti turiste na odabranoj destinaciji koju posjećuju i pružiti mu odgovarajuće usluge, koje će mu omogućiti rekreiranje. Preduvjet za formiranje ovih faktora je postojanje atraktivnih i komunikativnih faktora turističke ponude, a ekonomski rezultati turizma su upravo posljedica postojanja receptivnih uvjeta.

Receptivni faktori su smješteni u turističkim mjestima. Pod pojmom turističkog mjesta možemo smatrati one prostore koje privlače turiste, i koja su posjećenića duži vremenski period, a posjete se obavljaju u određenim periodima godine – turističkoj sezoni.

Ova mjesta su obično uređena i opremljena za boravak turista. Pri tome se podrazumijeva da i znatan dio domicilnog stanovništva ostvaruje prihod od turističke djelatnosti. Pošto se stanovništvo ovih mjesta, u vrijeme posjeta turista, nekada povećao i dva – tri puta, u odnosu na domaće stanovništvo, ova mjesta imaju povećane obaveze za uređenjem mjesta i kapaciteta infrastrukturnih objekata (lokalne prometnice, vodovod, elektrodistribucija, kanalizacija).

Kako bi se osigurala sredstva, turistička mjesta imaju po propisima posebno pravo ubiranja turističke ili boravišne takse. Država može mjerama ekonomske politike stimulirati razvoj turističkih mjesta. To se obično čini povoljnim linijama kredita za infrastrukturne objekte.

Svaka zemlja donosi svoje propise o proglašavanju nekog mjesta turističkim i ovi propisi se znatno razlikuju među europskim zemljama.

Statistička služba dijeli ova mjesta u:

- primorska
- planinska
- banjska
- gradski centri
- ostalo

Receptivne faktore čine materijalni objekti i osobni rad. Pojedini receptivni faktori su kombinacije ova dva elementa, a kod nekih se pojavljuje samo ljudski rad kao kod turističkih vodiča, turistički animatori. Ljudski faktor u pružanju turističkih usluga je nezamjenjiv, ali je i turistička tradicija i kultura veoma važan element za određeno područje.

Receptivni faktori najviše pridonose da neko mjesto dobije status turističkog. Ove uvjete prema njihovom učešću u pružanju turističkih usluga možemo podijeliti u dvije grupe:

1. **Direktni**
2. **Indirektni**

Direktni receptivni faktori turističke ponude, prilikom pružanja usluga turistima, dolaze u neposredni kontakt s korisnicima turističkih usluga i vrše direktnu naplatu izvršenih usluga.

Indirektni receptivni faktori učestvuju u kompletiranju kompleksne turističke usluge, ali naplatu svojih usluga vrše preko direktnih faktora turističke ponude.

U direktne receptivne faktore turističke ponude ubrajamo:

- a. **Objekti za smještaj**
- b. **Ugostiteljski objekti za ishranu**
- c. **Trgovačke radnje**
- d. **Lokalni promet**
- e. **Zanatske radnje i servisi**
- f. **PTT**
- g. **Turistički uredi**

Indirektni receptivni faktori su:

- parkovi,
- fontane,
- lokalni putevi,
- parkirališta,
- vodovodi
- elektrodistribucija i kanalizacija.

Prihvatni uvjeti za turizam ne služe samo turistima, nego se njima koristi i domaće stanovništvo, pa imaju kombiniranu funkciju. Jedino razlika je u kapacitetu ovih objekata koji se projektuju prema broju posjeta turista u turističkoj sezoni i broju stanovništva nekog mjesta. Neki pak od receptivnih faktora služe samo turistima. npr. smještajni kapaciteti i ostali ugostiteljski kapaciteti. Objekti za smještaj su osnovi receptivni kapaciteti turističkog mjesta, jer je od njihovog kapaciteta zavisi i turistički promet nekog turističkog mjesta.

Osnovna podjela je :

- OSNOVNI SMJEŠTAJNI KAPACITETI
- KOMPLEMENTARNI (dopunski) SMJEŠTAJNI KAPACITETI

Osnovne čine:

- hoteli
- turistička naselja
- moteli.

Dopunske čine:

- privatni smještaji
- kampovi
- odmarališta

Objekti su kategorizirani prema vrstama i kvaliteti usluga koje nude. Najčešća kategorizacija za hotele je od jedne do pet zvjezdica, što je prihvaćeno i pravnom regulativom u oblasti turizma u većini zemalja u svijetu. Kategorizacija omogućava gostu da unaprijed zna kvalitet i cijene usluga u ugostiteljskom objektu. Viša kategorija označava kvalitetnije i raznovrsnije usluge. Ista kategorizacija važi za turistička naselja. Moteli, kampovi se razvrstavaju u kategorije od jedne do tri zvjezdice.

7. TURISTIČKA DESTINACIJA

Pojam destinacije upotrebljava se kao sinonim za cilj ili odredište putovanja. U suvremenom masovnom turizmu pojam se počeo i drugačije shvaćati. S razvojem turističkog tržišta i pojavom masovnog turizma mijenjaju se i termini ili oni dobijaju drugačije značenje. Masovni turizam donio je probleme uređenja prostora i njegove zaštite, što je dovelo do potrebe da se u određenim prostornim granicama uvedu pravila ponašanja za turiste i njihove domaćine, te da se za određeni broj turista na određenom prostoru nastoji obezbijediti potrebne kapacitete za rekreaciju. Taj prostor morao je imati i prepoznatljiv turistički proizvod koji bi bio pogodan za marketinški nastup na turističkom tržištu.

U prvim fazama razvoja turizma cilj putovanja je bilo turističko mjesto. Turističko mjesto je je podrezumijevalo točno određen prostor unutar granica. Posjete turista su bile motivirane društvenim ili prirodnim atrakcijama i njihov broj se stalno povećavao. To je nametnulo proširivanje infrastrukture, a i pomicanje samih granica mjesta te ih je mijenjalo.

Turistički razvoj nametao je traženje novih lokacija na kojima bi se smestili hotelski kapaciteti, a da se pri tome ne naruši stara urbana jezgra, koja je motiv dolaska turista. Ovome je pogodovala i veća pokretljivost turista, koji nisu bili vezani uz urbane zone, zahvaljujući automobilu kao masovnom sredstvu prijevoza u turizmu.

Takva izolirana grupa smještajnih kapaciteta pružala je potpuni komfor za rekreaciju, ali nije imala domaće stanovništvo, niti je turist imao doživljaj susreta sa autohtonim. Rješenje je pronađeno u gradnji turističkih naselja u neposrednoj blizini naseljenih mjesta.

Na nekim prostorima formirale su se takve cjeline između naseljenih mjesta i dobile su se rivijere. Naprimjer, Makarska rivijera, Opatijska rivijera i sl. Ovaj pojam- rivijera pokazuje pristup gdje u središtu interesovanja nije turističko mjesto, nego se obuhvata širi prostor. Takav stav doveo je do stvaranja turističkih središta, prema kojima su gravitirala turistička mjesta, a kasnije se uvodi pojam turistička zona i turistička regija. Ovi pojmovi se zasnivju na urbanističkom i ekonomskom kriteriju. Proširivanje prostora za turističku eksploataciju dovodi do mogućnosti turističke valorizacije i onih resursa koji ne bi mogli doći u obzir, ako bi se pratio ekonomski slijed eksploatacije.

Uz osnovne kapacitete ponude, dograđuju se i ostali kapaciteti, trgovački centri, sportski, zabavni, pa i stambena izgradnja. Ova naselja se svakao razlikuju od starih urbanih cjelina, ali polako poprimaju osobni imidž.

Prema Medlikovom riječniku turističkih pojmova, **turistička destinacija** je: zemlja, regija, gradovi i druga područja koja posjećuju turisti. Važnost određene geografske cjeline kao turističke destinacije definirana je s:

- **atraktivnost ili privlačnost određenog prostora**
- **prirodne pogodnosti, prvenstveno klima**
- **dotupnost ili pristupačnost, odnosno da se do destinacije stigne s više vrsta prijevoza**

Od ovih elemenata ovisi kvaliteta turističke destinacije.

Turistička destinacija u odnosu na turističko mjesto, nema određene granice u prostoru. Pojmom turistička destinacija obuhvata se širi prostor kao razvojna jedinica.

U ekonomsko korištenje se tako uvode i oni prostori koji su manje atraktivni i koje bi ekonomski teže valorizirali. Cijena takvog zemljišta raste na tržištu, što potiče ekonomski razvoj.

Destinacija ne podrazumijeva izdvojene atrakcije već se nudi cjeloviti turistički proizvod koji je na tržištu prepoznatljiv, koji će duže trajati, koji će omogućiti turistički razvoj i tržišnu orijentaciju. Nekada se ovaj pojam može upotrijebiti i za državu.

Na udaljenim putovanjima kao odredište se prihvata veći prostor. Naprimjer: turisti iz Japana putuju u Europu. Dolaskom na odredište, sužavaju se prostorni kriteriji pa putuju u Francusku, Italiju, Češku i sl, da bi na kraju posjetili neku atrakciju na nekoj od destinacijau tim zemljama.

Uvođenjem veće prostorne jedinice na tržište kao jedne destinacije ima niz prednosti:

- *bolje iskorištavanje prostora*
- *mogućnosti valorizacije manje kvalitetnih prostora*
- *kvalitetnija ponuda, jer se na većem prostoru može ponuditi više različitih turističkih aktivnosti*
- *bolji uvjeti za stvaranje imidža destinacije (turistički identitet)*
- *bolje mogućnosti za prezentaciju destinacije i plasman turističkog proizvoda*
- *veći prostor je garancija turistu za sadržajni boravak na određenoj destinaciji.*

7.1. Vrste turističkih destinacija

Postoje različiti kriteriji podjele turističkih destinacija. Osnovna podjela bi mogla biti na terminalne ili krajnje destinacije i stop overs ili među-destinacije. Zatim, pojavljuje se podjela na monodestinacije kao jedine na nekom prostoru sa jednom vrstom atrakcija i multi-destinacije, koje označavaju one s više vrsta vrsta turističkih sadržaja.

WTO – Svjetska turistička organizacija definira destinaciju kao mjesto posjećeno tokom putovanja i razvrstava ih u slijedeće grupe:

- udaljene destinacije
- glavne destinacije (one na kojima turist provodi najviše vremena tijekom putovanja)
- motivirajuće destinacije (one koje su glavni razlog posjete određenom prostoru)

Turističke destinacije možemo razgraničavati na centralne i periferne, gdje centralne turističke destinacije preuzimaju ulogu vodeće destinacije. One su istovremeno i pokretač razvoja perifernih destinacija. Opći trend u svjetskom turizmu je da se prilikom turističkih putovanja posjeti više destinacija. To je uvjetovano velikom mobilnošću sudionika u turizmu kao i velikom racionalizacijom i planiranjem vremena za rekreaciju.

Tipologija turističkih putovanja Slika br 1.

		TRAŽENI MOTIVI ILI PREDNOSTI	
JEDNA DESTINACIJA	BROJ POSJEĆENIH DESTINACIJA	1	2
		U jednoj destinaciji traži se jedna privlačnost (SPECIJALIZACIJA)	U jednoj destinaciji traže se razne privlačnost (DIVERZIFIKACIJA) MOTIVA)
VIŠE DESTINACIJA		3	4
		U više destinacija traže se jedna privlačnost (DIVERZIFIKACIJA DESTINACIJA)	U više destinacija traže se razne privlačnost (STRATEŠKI MIX)

Napomena: navode se primjeri za slučajeve iz ove sheme:

1. Posjeta golf – terena
2. Posjeta velikom gradu ili kružno putovanje
3. Posjeta vinarijama
4. Kombinacija prethodnih slučajeva

Istraživanja pokazuju da su posjete turista različito motivirane, te da se na tržištu pojavljuju različiti zahtjevi turističke potražnje kojoj turistička ponuda treba dati odgovarajuću uslugu odnosno proizvod.

Kao posljedica javlja se i tipologija destinacija svrstana u pet prostornih modela:

1. *putovanje u jednu destinaciju*
2. *kružno putovanje sa jednom glavnom destinacijom*
3. *posjeta osnovnoj destinaciji u kojoj turist boravi, a periferne posjećuje u kraćim boravcima*
4. *regionalno kružno putovanje koje podrazumijeva posjetu destinacijama u jednoj regiji*
5. *Lančano putovanje koje podrazumijeva posjetu nizu destinacija bez glavnog odredišta.*

Konceptom kumulativnih atrakcija predstavlja se destinacija sa snažnim atrakcijama koncentriranim na malom prostoru, logično poredanih u sustav. Ovakve destinacije uz dobru promociju biće mnogo uspješnije od onih koje se predstavljaju nepovezane i bez sustava.

Nepohodno je da se turistička ponuda susjednih destinacija sadržajno razlikuje međusobno. Dobro aranžiran sadržaj jedne destinacije mora biti stimulans za razvoj sadržaja drugih, okolnih destinacija.

8. TURISTIČKO POSREDOVANJE

Kako bi se uočio značaj turističkih agencija na turističkom tržištu neophodno je analizirati neke od osobina ovog tržišta. Tržište je mjesto gdje se odvija razmjena roba i usluga između ponuđača i potrošača uz određenu cijenu. Konstitutivni elementi tržišta su ponuda, potražnja, predmeti razmjene, cijena.

Pošto se turistička usluga sastoji od usluga više izvršilaca, to se prema potrošaču postavlja više izvršilaca, dok se na tržištu robe prema potrošaču postavlja jedan proizvođač. Tržište roba

funkcionira čitavu godinu dok razmjena u turizmu traje 100-150 dana godišnje u toku turističke sezone.

Kod tržišta robe odvojen je proces proizvodnje i prodaje, dok se u turizmu javlja niz usluga koje se u isto vrijeme i proizvode i troše (rad vodiča). **Turističke usluge su vezane za prostor** gdje se nalaze prirodni i društveni uvjeti, pa se turistička potražnja kreće prema tim prostorima, dok se na tržištu robe, robe kreću prema kupcu. Ponuda i potražnja su u turizmu prostorno i vremenski odvojene.

Zbog svih ovih osobina turističkog tržišta javlja se problem uspostavljanja komunikacija između turističke ponude i turističke potražnje. Ovu ulogu u razvoju turizma preuzele su turističke agencije. Kada se odlučuje na turističko putovanje potencijalni turist ima mogućnost sam organizirati putovanje, odnosno sam uspostaviti odnose s izvršiteljima usluga ili zatražiti usluge turističkih posrednika – turističkih agencija.

Cilj poslovanja putničkih agencija je organizacija i prodaja turističkih kapaciteta i turističkih putovanja. Njihova uloga je predstavljanje turističke ponude turističkim potrošačima, a s druge strane zastupaju potrebe i mogućnosti turističke potražnje birajući one izvršitelje koji nude najkvalitetnije i najpovoljnije mogućnosti zadovoljenja turističkih potreba. Turistički posrednici imaju mogućnosti ponuditi povoljnije cijene, te brže uspostavljanje kontakta sa izvršiteljima. Na ovaj način se izbjegava rizik kod organizacije putovanja.

Rast turističkog prometa u svijetu dovodi do podjele rada među agencijama, ali se njihova djelatnost može razvrstati u:

- **Informativno-savjetodavnu**
- **Organizatorsku djelatnost**
- **Posredničku djelatnost**

Kanali prodaje u turizmu:

DAVALAC USLUGA - TURIST

DAVALAC USLUGA - AGENCIJA-TURIST

DAVALAC USLUGA – TOUROPERATOR – DETALJIST - TURIST

Informativno savjetodavna djelatnost agencije predstavlja njene promotivne aktivnosti u cilju animiranja potrošača da postanu kupci.

Posrednička djelatnost se sastoji u posredovanju pri prodaji usluga poslovnih partnera agencije (hoteli, prijevoznici, druge agencije).

Organizatorska djelatnost se ogleda u kreiranju specifičnog proizvoda putničke agencije -- paušalnog putovanja ili turističkog aranžmana koji se sastoji od osobnih i tuđih usluga, a na tržištu se nudi za jedinstvenu cijenu. Zahvaljujući poslovanju turoperatora, koji zakupljuju kapacitete na veliko, postižu se daleko povoljnije cijene kod izvršitelja, što omogućava sniženje cijena aranžmana, i pored provizije koju ustupaju retejlerima, koji vrše distribuciju aranžmana.

U svom poslovanju agencije koriste i određene instrumente poslovanja, kao i specifične vrste ugovora kojim reguliraju svoje odnose sa poslovnim partnerima.

Instrumenti poslovanja kojima se olakšava poslovanje u turističkom prometu

- Vaucher - uputnica
- Kreditna kartica
- Turistički čekovi
- Euroček

U turističkom poslovanju agencije sa poslovnima partnerima stupaju u određene poslovne odnose koji se reguliraju ugovorima, a pojedine vrste ugovora su specifične samo za poslovanje u turizmu.

§ hotelskim preduzećima agencije sklapaju slijedeće vrste ugovora:

- Ugovor o primljenoj i potvrđenoj rezervaciji
- Ugovor o zakupu
- Alotmanski ugovor

Sprijevoznicima ugovori su:

- Ugovori o posredovanju u prodaji kapaciteta
- Ugovori o zakupu kapaciteta
- Charter, rent-a-car ugovori

8.1. Touroperator

U turizmu, touroperator su trgovci na veliko. To je naziv za vrstu putničkih agencija kod kojih preovladava organizatorska funkcija. Predmet poslovanja touroperatora su turistički aranžmani, tj. organizacija i izvršenje turističkih aranžmana. Ideja je bila da se snize cijene avio prijevoza pod uvjetom potpune popunjenosti kapaciteta. Agencija Dr. Tiges organizovala je prvo putovanje charter letom 1955. godine na Mallorcu.

Sniženje cijene prijevoza snizilo je i cijenu ukupnog aranžmana. Iako nude samostalno aranžmane, bit njihova poslovanja je posrednička djelatnost, samo što se radi o prodaji velikog broja smještajnih i prevozničkih kapaciteta. Kako bi osigurali usluge za klijente, touroperator u suvremenom poslovanju, posjeduju veliki broj hotelskih kapaciteta, imaju vlastite flote zrakoplova i vlastitu mrežu prodajnih mjesta. Touroperator su istovremeno organizatori, proizvođači i nositelji cjelokupnog programa, kojim nude bezbroj aranžmana na mnogim turističkim destinacijama.

Na tržištu se pojavljuju kao kupci na veliko ugostiteljskih kapaciteta, prevoznčkih kapaciteta, i drugih usluga potrebnih za zadovoljenje turističkih potreba, odnosno da se kompletira turistički aranžman. Turoperator tada preuzima i veliki rizik za plasman kupljenih kapaciteta.

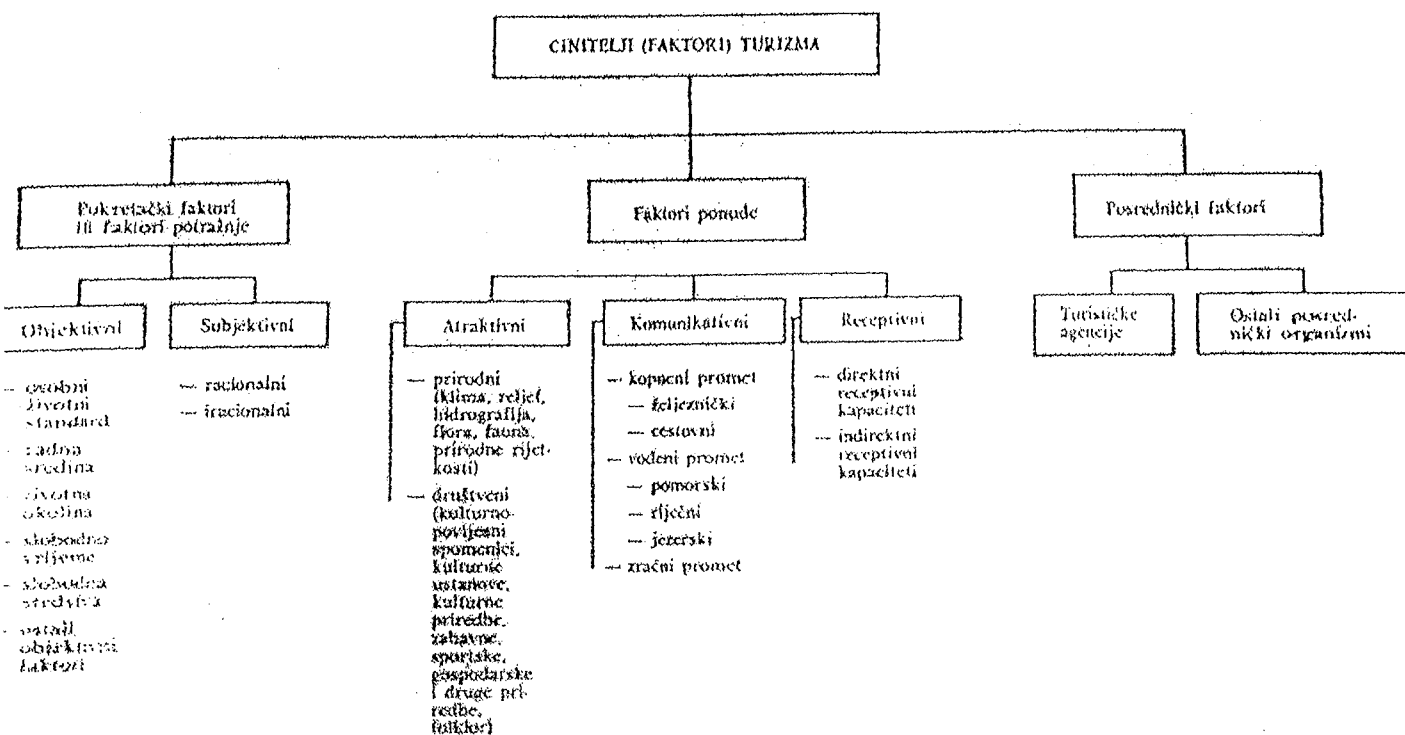
Kod konkurentske sposobnosti, u odnosu na druge, je u velikoj prednosti, jer je osigurao različite destinacije i različite vrste prijevoza. Snižavanjem cijene, postigao je nisku cijenu po jedinici proizvoda...

Negativna strana ovakvih aranžmana je " turistička konfekcija" odnosno, turistu- kupcu se ne ostavlja mnogo prostora za zadovoljenje individualnih potreba. Programi su detaljno planirani, pa se ne mogu zadovoljavati individualne želje korisnika aranžmana. Na ovakva putovanja putuju milijuni turista, a agencije se trude, putem istraživanja tržišta, dobiti informacije o posebnim zahtjevima i nastoje ih uvrstiti u aranžmane. Prodaja aranžmana prepušta se malim agencijama koje raspoložu mrežom poslovnica -- detaljistima.

Nove informatičke tehnologije omogućavaju da se kupovina aranžmana vrši putem interneta, elektronske pošte, u robnim kućama, koje su često u sastavu touroperatora, na izložbama i sajmovima. U lancu suradnje, kod formiranja turističkih aranžmana, najmanju korist imaju direktni davatelji usluga, hotelijeri i prijevoznici. Njihov interes je u popunjavanju kapaciteta. Turist dobija jeftinu uslugu, touroperator obilje kupaca i profit, a davatelji usluga su stalno pod pritiskom sniženja cijena i poboljšanja kvalitete usluga.

Touroperator i nisu samo svojstveni visoko razvijenim zemljama, u kojima ih ima najviše. Svaka zemlja nastoji obezbijediti barem jednog predstavnika u ovoj oblasti. Naveći touroperator je TUI. Pošto je turističko tržište veoma veliko, među touroperatorima se javlja podjela rada. Tako imamo podjelu na univerzalne tourooperatore i specijaliste. Specijalisti se mogu podijeliti prema specifičnostima turističkih aranžmana, prema prostorima na kojima organiziraju aranžmane, i prema tržišnom segmentu za kojeg organiziraju putovanje. Touroperator može biti orjentiran na domaće tržište, zatim na strano i incoming, što predstavlja kreiranje paket aranžmana za strane klijente, koji se odvijaju na domaćem prostoru.

Univerzalni touroperator ili generalisti su koji nude široku lepezu turističkih putovanja za različite vrste potrošača na velikom broju destinacija. Primjeri su: TUI, NUR, TOMPSON, CUONI, KOSMOS, NOUVELLE FONTIERE. Ova vrsta touroperatora je imala puni uspon poslovanja u osamdesetim godinama prošlog stoljeća, da bi se poslije klijentela polako počela okretati prema touroperatorima specijalistima. Specijalisti nastoje obogatiti sadržaj i više se prilagoditi individualnim zahtjevima turiste. Najpoznatiji touroperator specijalista je klub „Mediterrane“ koji je specijaliziran za aktivni odmor. Tu se program prilagođava za različite segmente potrošača: samce, parove, djecu i slično. Ako se touroperator specijalizira za destinaciju, onda se podrazumijeva da upotpunosti može predstaviti taj prostor.



8.2. Djelovanje i utjecaji turizma

Ekonomski utjecaji

Utjecaj turizma na nacionalno gospodarstvo polazi od turističke potrošnje. Na putovanju turist troši veće svote novca nego što to čini kod kuće. Njegovom potrošnjom na turističkoj destinaciji vrši se prelijevanje dohotka stvorenog na jednom području u dohodak drugog

područja. Pošto su turisti uglavnom iz visoko razvijenih zemalja, na taj način se vrši preraspodjela dohotka od razvijenih u nerazvijene zemlje.

U raspodjeli turističke potrošnje najviše sudjeluju subjekti turističke privrede. Najveći dio potrošnje oprihoduju smještaj i ishrana na koje otpada preko 50%, zatim slijedi prijevoz sa 25%, posrednici sa 15% i na ostale usluge se toši oko 10%. Novac od turističke potrošnje se zatim prelijeva u druge gospodarstvene djelatnosti receptivnih zemalja, koje su snabdjevači turističke privrede i nastavlja svoj tok potičući povećanje obima proizvodnje pojedinih djelatnosti. Kretanje novca ostvarenog turističkom potrošnjom kroz nacionalno gospodarstvo nazivamo multiplikativnom funkcijom turizma- umnožavanje efekata.

Konferziona funkcija turizma omogućava da se dobra, koja nemaju svojstvo robe, valoriziraju kroz turizam. Ova dobra obuhvataju prirodne i duštvne atraktivnosti koje turisti konzumira na putovanju, a njihovu valorizaciju ostvaruju subjekti turističke privrede. Naprimjer; soba s pogledom na more je skuplja, cijene usluga u turističkim zonama su veće. Dobra su unikatna, neprenosiva i turističkim korištenjem se povećava njihova vrijednost. Istina, mogu nastati i negativne posljedice.

Turizam je izuzetno povoljna gospodarstvena grana za zapošljavanje radne snage. Većina prihoda ostvaruje se uslugama koje zahtijevaju prisutnost davatelja. Pogodna je djelatnost za zapošljavanje ženske radne snage, nekvalifikovane radne snage, sezonske radne snage, domicilnog stanovništva. U primarnim i sekundarnim privrednim djelatnostima se sve više zamjenjuje živi ljudski rad, dok je to u mnogim uslužnim djelatnostima nemoguće, te tercijarni sektor stalno bilježi povećanje broja zaposlenih.

Platni bilans zemlje predstavlja transakcije s inozemstvom tijekom jedne godine. Prihodi od inozemnog turizma su uglavnom devizni i povećavaju platnu bilancu zemlje. Efekat je isti kao od izvoza roba u inozemstvo, ali se prodaja odvija u zemlji pa se realiziraju robe i usluge koje se ne bi mogle, zbog konkurencije, prodati na međunarodnom tržištu. Zbog toga se turizam naziva i „nevidljivi izvoz“. Poseban dio čini turistička bilanca. Ona predstavlja odnos potrošnje inozemnih

turista i odnos potrošnje domaćih turista u inozemstvu. Ukoliko je ona pozitivna, prihodi od turizma imaju ulogu uravnoteženja platne bilance zemlje.

Neekonomski uticaji najviše se odražavaju na turiste, ali i na društvo u cjelini, jer se rekreacijske potrebe smatraju neophodnim za društvo kao cjelinu. Ovim aktivnostima se podiže i radna sposobnost stanovništva.

Neposredno djelovanje na turiste imaju slijedeće funkcije turizma

- zdravstvena
- kulturna
- zabavna

Posredne funkcije turizma su

- socijalna funkcija
- Politička funkcija

Zdravlje predstavlja jedan od osnovnih motiva, a podrazumijeva da se turističkom rekreacijom može djelovati na očuvanje zdravlja ili pak na liječenje. Zdravstveni turizam je jedan od najstarijih vidova zadovoljavanja turističke potrebe. Sve aktivnosti koje turist upražnjava na putovanju, a čine ga zadovoljnim i odmornim, utiču na njegovo fizičko i psihičko stanje. Zabava pridonosi dobrom raspoloženju. Vrsta zabave ima veliki raspon želja i zadovoljstva, a najvažnije je da izaziva ugodno i veselo raspoloženje. Kulturna funkcija podrazumijeva misiju turizma u podizanju znanja iz oblasti kulture, umjetnosti nekog područja. Razmjena ideja i spoznaja doprinosi i boljem razmijevanju među ljudima. Drugi dio djelovanja ove funkcije turizma odnosi se na djelovanje turizma na očuvanje i promociju kulturnih dobara. Mnoge muzejske zbirke dobile su na značaju i postale poznate zahvaljujući posjeti turista.

8.2. Negativna djelovanja turizma

U današnjoj eksploataciji turističkih dobara posebno se treba osvrnuti na negativne uticaje turizma na prostor, ekološku ravnotežu i domicilno stanovništvo. Neophodno je odrediti i planirati održivi razvoj turizma, koji podrazumijeva određivanje granica nosivosti prostora po pitanju turističkih kapaciteta i broja posjetitelja. U protivnom dolazi do posljedica kao što su:

prekomjerna izgradnja, devastacija prostora, preopterećenost komunikacija, preopterećenost infrastrukture i sl. Nedostatak vode će sigurno opredijeliti turistu da ne dođe više na tu destinaciju. Ekološki problemi su zagađenje prostora, vode, plaža, opasnost od požara.

8.3. Utjecaj na stanovništvo

Susretanje sa drugim kulturama može izazvati slabljenje izvornog identiteta kod domaćeg stanovništva koje prihvata strane utjecaje. Velika koncentracija turista utiče i na porast kriminala raznih oblika.

9. MARKETING

Marketinški koncept poslovanja nastaje s industrijskim razvojem. U početnoj fazi industrijskog razvoja tržište apsorbira proizvode, jer je ponuda u principu manja od potražnje. U centru poslovne politike poduzeća je proizvod, a zadatak marketinga je promoviranje proizvoda, te ostvarivanje profita na bazi što većeg opsega prodaje.

Druga faza u razvoju marketing koncepta počinje zasićenjem tržišta, ili ponuda po opsegu prelazi potražnju, pa se javlja otežana realizacija proizvoda. Kako bi pridobili potrošača, kompanije počinju istraživanje njihovih zahtjeva, rade na poboljšanju kvaliteta, te osobine proizvoda prilagođavaju potrebama i željama kupaca. Sada se u centru pažnje nalazi potrošač i njegovi zahtjevi, a profit je rezultat zadovoljstva kupca.

Velika konkurencija među ponuđačima stalno vrši pritisak na poboljšanje kvalitete, snižavanje troškova i cijene, brendiranje proizvoda i njegovu prepoznatljivost. Ponuda se sada orijentira na male grupe tržišnih segmenata potrošača da bi u potpunosti stekla odanu i zadovoljnu klijentelu. Integralni marketing obuhvaća sve ove promjene, analizira tržište, istražuje nove mogućnosti, pridobija potrošače i analizira uspjehe i neuspjehe kompanije. To predstavlja glavni oslonac menadžmentu kompanije u vođenju poslovne politike. Primjena marketing koncepta poslovanja u turističkoj djelatnosti počinje s epohom suvremenog turizma. I turistički proizvod

ima različite periode u svom razvoju. Nakon I. svjetskog rata dolazi do uvođenja marketing koncepta u turizam.

Masovni turizam, nakon II. svjetskog rata, imaće drugačiju marketinšku orijentaciju. Od naglašene promotivne djelatnosti prve faze razvoja, preći će se na kreaciju zaokruženih turističkih usluga, prilagođenih obilju tržišnih segmenata turističkih potrošača.

Jačanje i modernizacija svih vrsta transporta i gradnja velikih smještajnih kapaciteta, te pojava touroperatora naglašava distributivnu funkciju marketinga. Cjenovna politika je bila smjerena na omasovljenje turizma u uključivanje srednje klase u turističke potrošače. Potpuno se zanemaruje individualni doživljaj i zadovoljstvo. Kvalitet proizvoda u turizmu tada opada.

Krajem XX. stoljeća dolazi do jačanja potrošačkih uticaja na kreiranje turističkog proizvoda. Nastaje koncept kompleksnog i održivog razvoja turističkog prostora pa se i na njegovu eksploataciju, u cilju stvaranja turističkog proizvoda, gleda drugačije. Na početku XXI. stoljeća dolazi do primjene svih instrumenata marketing mix-a.

Specifičnosti marketinga u turizmu su:

- prostorna odvojenost ponude i potražnje
- vremenska razdvojenost kupovine i konzumacije
- iza proizvoda stoji veliki broj sudionika čije usluge moraju biti usuglašene vremenski i kvalitativno
- turistički proizvod je nemoguće uskladištiti i sačekati povoljan trenutak za prodaju
- veliki broj usluga je takav da zahtijeva prisustvo davatelja usluge i konzumenta
- zbog atrakcija, koje su sastavni dio turističkog proizvoda, nemoguće je bitno mjenjanje sadržaja proizvoda
- neelastična turistička ponuda veoma se teško i brzo prilagođava zahjevima turističke potražnje, koja se opet, veoma lako prilagođava tržišnim promjenama, koje nastaju iz bilo kakvih razloga.
- sezonski karakter poslovanja posebno otežava položaj gospodarskih subjekata u turizmu, jer turistička potražnja kupuje usluge ili posjećuje određene prostore u pojedinim dijelovima godine, što dovodi do problema nedovoljne iskorištenosti kapaciteta ponude.

- turistička potražnja je veoma heterogena po svojim zahtevima prema ponudi. Skoro je nemoguće zadovoljiti različite zahjeve turističkih potrošača, pa je najbolje da se turistički proizvod nekog lokaliteta usmjeri najvećim dijelom k zadovoljenju želja i potreba određene grupe ili segmenta turističke potražnje.

Zbog toga su pojedine funkcije marketinga jedini način da potrošač upozna proizvod, da se zainteresira za konzumaciju, te da ga kupi.

9.1. Turistička potrošnja

Turistička potrošnja spada u neproizvodnu potrošnju koja služi za zadovoljenje ljudskih potreba. Ova potrošnja je dio osobne potrošnje, a ovisi od visine i raspodjele nacionalnog dohotka. Potrošnja u turizmu se može podijeliti na: potrošnju materijalnih dobara i na konzumiranje usluga.

Ona se odvija u više vremenskih perioda

- prije putovanja- pripreme za putovanje u stalnom mjestu boravka turista
- za vrijeme putovanja
- na turističkoj destinaciji
- nakon povratka u mjesto stalnog boravka

Najveći dio potrošnje ostaje na turističkim odredištima, ali receptivne zemlje, svu ostalu potencijalnu potrošnju koja se obavi u domicilnom području, smatraju izgubljenom dobiti, pa stoga stimuliraju prodaju roba na destinacijama. Većina potrošnje na destinaciji se odnosi na usluge, a manje na robe.

9.2. Primjena marketing koncepta u turizmu

Razvojem turizma marketing koncept našao je primjenu na dva područja

- marketing poduzeća u turističkoj privredi
- marketing destinacija - kojeg primjenjuju organizacije koje upravljaju destinacijom

Marketing ponuđača turističkih usluga usmjeren je prema potrošačima turističkih usluga, dok se marketing destinacije bavi unapređenjem i organizacijom prostora, pa od njegovog djelovanja, osim turista, koristi i idomocilno stanovništvo. Zadatak je omogućiti optimalno opterećenje prostora, maksimalno iskorištavanje i očuvanje okoliša, razvijanje turističke kulture i samosvijesti o korisnosti turizma za stanovništvo. Preduvjet za turističko putovanje jeste postojanje turističke potrebe. Nakon toga potrošač postaje motiviran da tu potrebu i zadovolji. Ljudske potrebe poredane su po određenoj hijerarhiji.

Zadovoljavanje potreba teče po određenom redoslijedu, a zadovoljavanje potreba višeg reda podrazumijeva da su zadovoljene potrebe nižeg reda. Osnovne su egzistencijalne potrebe (hrana, stan, odjeća i sl, slijede potreba za sigurnošću, potrebe za ljubavlju i prijateljstvom, potom slijedi potreba za samopoštovanjem i ostvarenjem društvenog statusa i najzad potreba za samoostvarenjem). Za turističko putovanje osnovno je podmirenost egzistencijalnih potreba i potrebe za sigurnošću. Turizam spada u potrebe višeg reda. Npr. potrebe za sigurnošću se ostvaruju se turističkim putovanjem tako što se turist putovanjem oslobađa napetosti, straha zbog nepovoljnih radnih ili životnih uvjeta. Potreba za samostvarivanjem se zadovoljava takođe turizmom tj korisnik turističke usluge uči i širi svoje spoznaje turističkim putovanjem.

Potreba se može definirati kao svjesni osjećaj nedostatka, kojeg možemo otkloniti. Tada dolazi do motivacije koja označava namjeru da zamišljena akcija provede u djelo. Kod turističkih potrošača postoji mnogo motiva, te ih možemo razvrstati u slijedeće:

- Odmor i rekreacija
- Posjeta rodbini i prijateljima
- Poslovni razlozi
- Zdravstveni razlozi
- Religijski motivi
- Kulturni razlozi

Motivi često zavise o vremenu kada se odvija turističko putovanje, koji put turista posjećuje destinaciju, o imidžu te destinacije. Tako npr. Za Italiju je prvi motiv kod ispitanika posjeta kulturno povijesna baština.

9.3. Proces kupovine

Marketing istražuje i proces kupovine proizvoda. Kupovini prethodi proces odlučivanje gdje se pojavljuje više osoba.

- inicijator je osoba koja daje ideju za kupovinu
- osobe koje mogu uticati na odluku
- donositelj odluke
- kupac
- korisnik

Faze odluke o kupovini - Svaka odluka bazira se na potrebi, koja izaziva motivaciju, zatim slijedi akcija ili kupovina. Nakon konzumiranja ili kupovine nastupa zadovoljstvo i zadovoljan kupac će ponoviti kupovinu

Prepoznavanje problema- potraga za informacijom-procjena alternativa-odluka o kupovini-ponašanje nakon kupovine

Na odluku o kupovini utiče niz faktora između ostalih

- kulturni faktori (arhitektura, slikarstvo, umjetnost, kultura življenja i sl.)
- globalni trend brige za zdravlje

Pripadanje nekoj društvenoj klasi - Socijalni činitelji kao naprimjer ujecaj određene grupe u društvu na formiranje stavova. Utjecaj članova obitelji kod donošenja odluke o kupnji, gdje je izražen ujecaj djece o čemu turistička ponuda posebno mora voditi računa prilikom prilagođavanja proizvoda ovoj populaciji. Osobne osobine kao što su: starosna dob, zanimanje, ekonomska situacija i stil života. Psihološki faktori: kao što su motivacija, percepcija o proizvodu, proces učenja iz vlastitog iskustva, te stavovi koji se oblikuju kroz učenje. Tako se stvara slika o nekoj destinaciji ili zemlji.

9.1. Proces marketinga

Proces marketinga sastoji se od 4 faze:

Prva faza podrazumijeva istraživanje elemenata koji će olakšati proces donošenja odluka u poduzeću i boljem razumjevanju događanja na tržištu, u poslovnom okruženju. Najčešće objekt istraživanja je potrošač, da bi mu se prilagodio proizvod.

Pod marketinškim istraživanjem podrazumijevamo plansko i sustavno prikupljanje podataka, obradu, analizu i diseminaciju istih, što omogućava lakše donošenje odluka u nekom poduzeću. Tako se bolje razumiju kretanja na tržištu i upoznavanje okruženja u kojem posluje.

Analiziraju se dobavljači, posrednici, konkurencija i kupci-turisti. Velike kompanije imaju razvijen MIS - Marketinški informacijski sistem baziran na stručnim istraživanjima tržišta. Male kompanije se oslanjaju na neposredniji kontakt s kupcima, pa lakše dolaze do informacija.

Proces istraživanja ima nekoliko faza:

- Definiranje problema (treba li investirati u neki objekt- postoji li interes turista za takav vid provođenja odmora)
- Kod ispitivanja potražnje definiramo koji nam podaci trebaju (način provođenja rekreacije na destinaciji)

Za istraživanje možemo koristiti dvije vrste izvora podataka. Sekundarni izvori podataka su oni koji su već prošli neku fazu obrade, kao što su statistički podaci, ili podaci računovodstva u poduzeću. Ukoliko takvi podaci nisu dovoljni za donošenje kvalitetnih odluka, pristupa se istraživanju korištenjem primarnih izvora. U istraživanju se koriste kvantitativne i kvalitativne metode.

U turizmu se najčešće upotrebljavaju slijedeće metode:

Intervju, koji se često koristi kod ispitivanja turističke potražnje. Specifična vrsta intervjuja koja se koristi je dubinski intervju, kojim se ispituje grupa ispitanika. Obično se ispituju stavovi potrošača.

Anketa je metoda koju možemo provesti na dva načina; dopisna anketa i anketni list na određenim punktovima turističke ponude. Kod ankete je veoma važno ustanovljavanje kriterija za formiranje uzorka ispitanika. Uzorak može biti slučajni, kada odredimo npr. anketiramo svakog petog ili sedmog kupca, ili može biti usmjereni uzorak, kada iz mase uzimamo onaj broj ispitanika koji predstavlja dijelove mase koju ispituje. Projekcijska tehnika podrazumijeva prikazivanje npr. određenog promotivnog materijala i onda se prati reakcija ispitanika. Istraživanje tržišta u turizmu može se odvijati na različitim lokacijama. Turistički potrošači se mogu ispitivati u kućanstvu, tijekom putovanja i na turističkoj destinaciji. Kod pripremanja upitnika treba voditi računa o redoslijedu pitanja. U početku se postavljaju jednostavna pitanja, a onda se kreće ka težim. Također, obavezno povesti računa o tehničkoj pripremi upitnika, kao što je dobar papir, jednostavan za popunjavanje, objašnjenje o popunjavanju.

Najčešća područja marketinškog istraživanja se odnose na turističku potražnju:

- Analiza tržišta i trendovi razvoja
- Istraživanje potrošača pri čemu se mjeri zadovoljstvo, želje i sl.
- Istraživanje efekata turističke promocije
- Analiza distribucije proizvoda u cilju otklanjanja grešaka u prodajnoj mreži
- Analiza cijena turističkog proizvoda

Segmentiranje tržišta u turizmu

Pod segmentiranjem podrazumijevamo raspodjelu potrošača u potrošačke grupe sa zajedničkim osobinama. Kao kriteriji za razvrstavanje koriste se društveno – ekonomske varijabile, geografske varijabile i osobine kupca. Marketing mora odrediti ciljne segmente potrošača prema kojima će usmjeriti marketinške aktivnosti. Tržni segmenti moraju biti mjerljivi, segment mora biti dostupan za komuniciranje, moraju biti održivi odnosno dovoljno veliki da mogu donijeti profit.

Marketing mix

Marketing mix predstavlja kombinaciju elemenata marketinškog spleta, koja treba dovesti do najboljeg poslovnog rezultata. Čine ga:

- proizvod
- cijena
- promocija
- distribucija proizvoda

Pod pojmom turističkog proizvoda možemo podrazumijevati cjelokupni doživljaj od polaska do povratka kući s turističkog putovanja. U stvaranju i realizaciji ovakvog proizvoda sudjeluje niz privrednih i neprivrednih djelatnosti, pa imamo složen proizvod.

Kvalitet i cijena su usko povezani, pa je današnji turist postaje sve zahtjevniji i dobro odmjerava količinu novca koju plaća i raznovrsnost i količinu usluga u turističkom paketu. Konkurencija je veoma velika i svi nastoje tržištu ponuditi što originalniji proizvod. Problem predstavlja i činjenica da turistički potrošač nema mogućnosti prilikom kupovine uvjeri se u kvalitet, pa mu ostaje jedino nadati se da su uvjeravanja prodavca točna. Informacijska dostupnost je veoma bitna, što se u eri Interneta relativno lako postiže. Obećana destinacije mora biti i prometno lako dostupna s više vidova transporta uz povoljne cijene prijevoza.

Naravno, najosnovnije je dovoljan broj atrakcija, koje će boravak i putovanje učiniti zanimljivim. One trebaju biti uklopljene u turističku ponudu prostora, uz osiguranu službu turističkih vodiča. Podrazumijevaju se i receptivni faktori.

Posebna osobenost, koja je karakteristična za turizam, je predodžba koju turist u pravilu ima o prostoru gdje putuje. Ukoliko su očekivanja pretjerana i pored kvalitetnog proizvoda može doći do razočaranja.

Na tržištu se pojavljuju tri oblika proizvoda:

- **jednostavan proizvod** npr. usluga smještaja , zakup broda i sl.
- **osnovni proizvod** kompletirana hotelska usluga
- **integrirani proizvod** u čijem stvaranju sudjeluje veći broj **privrednih subjekata**
(**turistički aranžman**)

Najbolji prijem kod potrošača ima integrirani ili kompleksni proizvod, jer ga oslobađa brige oko pribavljanja usluga, a sve dobija za jedinstvenu, unaprijed poznatu cijenu.

Životni ciklus turističkog proizvoda

Započinje njegovim uvođenjem na tržište.

- **U fazi uvođenja** proizvoda postoje veliki troškovi za promociju, proizvod je nepoznat. U ovoj fazi troškovi su veći i ne ostvaruje se profit.
- **faza rasta** je karakteristična po povećanom broju kupaca i profitu.
- **faza zrelosti** je karakteristična po usporenijoj prodaji proizvoda, ali još se ostvaruje zarada. Ovo je faza u kojoj poduzeće brani svoju poziciju na tržištu jer je konkurencija već jaka.
- **faza opadanja** je karakteristična po smanjenom interesu potrošača, profit opada i tada treba dograditi proizvod novim sadržajem, ili ići sa snižavanjem cijena i povlačenjem s tržišta.

Prekomjerno snižavanje cijena može dovesti do potpune degradacije imidža destinacije ili preopterećenosti. Zbog toga je neophodno izmijeniti sadržaje ili ponovo pozicionirati proizvod pronalaženjem novih segmenata potrošača. U tome može pomoći stvaranje marke proizvoda. Stvaranjem marke proizvoda odvajamo svoj proizvod od proizvoda konkurencije, i on postaje prepoznatljiv za potrošača. Svakako da iza brenda stoji određeni kvalitet i sadržaj koji mora biti stabilan kako bi kupac ostao vjeran. Kod stvaranja novog proizvoda ili repozicioniranja starog proizvoda potrebno je voditi računa da proizvod prati liniju proizvoda koje nudi turističko poduzeće ili turistička destinacija.

Distribucija proizvoda na tržištu

Razvijenost kanala distribucije pokazuje i uspješnost poslovanja. Proizvod mora biti dostupan potrošaču kako bi ga kupio. Prva faza djelovanja je informiranje potrošača o proizvodu. Za turizam je veoma značajna ova faza distribucije, jer postoji odvojenost potrošača od proizvoda i potrošač mora doći do mjesta gdje se proizvod proizvodi i konzumira. Informiranje je zbog toga veoma bitan elemenat, jer je jedini način za predstavljanje turističke ponude. To je niz informacija koje se odnose na proizvod, i obilje dodatnih, koje olakšavaju putovanje ili zadovoljavaju interes potrošača.

Kanali prodaje mogu biti

- Direktni kupac – davatelj usluge
- Indirektni kanal - davatelj usluge-agencija-kupac
- Složena distribucija Turoperator-putnička agencija-korisnik

Izbor kanala distribucije ovisi o vrsti proizvoda i tržišnog segmenta kojem je namjenjen proizvod. Razvoj informatičke tehnologije je našao primjenu u prodaji i distribuciji turističkog proizvoda. Rezervacijski sistemi omogućavaju pristup velikom broju podataka turističke ponude, rezervaciju i prodaju. Posebno je to važno za poslovanje turoperatora, prijevoznika ili hotelskih lanaca. Najveći rezervacijski sistemi su Amadeus, Galileo, Sabre i Apollo.

Promocija

Promocija je vitalna djelatnost marketinga u turizmu. Predstavlja oblik masovnog komuniciranja s potrošačima. Specifičnost turističkog proizvoda daju na značaju promociji, jer je ona jedini način uvjeravanja kupca.

Zadaci su joj:

- informirati potrošača
- uvjeriti potrošača
- podsjetiti na proizvod.

Prije promotivne akcije treba identificirati ciljne segmente, a onda odlučiti:

- Što reći
- Gdje i kako
- Kada
- Kome

Ciljevi promocije trebaju biti :

- privući pažnju potrošača
- održati zainteresiranost za proizvod
- stvoriti želju
- izazvati akciju

Promotivni splet se sastoji iz slijedećih načina komuniciranja sa potrošačima:

Oglašavanje

Osobna prodaja

Odnosi s javnošću

Unapređenje prodaje

Direktna pošta

Efikasnost akcije određena je visinom raspoloživih sredstava za promociju i situacijom konkurencije. Analiza uspješnosti može se mjeriti povećanjem prodaje, stupnjem zainteresiranosti kupaca.

Oglašavanje podrazumijeva korištenje propagandnih medija i propagandnih sredstava. Kao mediji mogu se koristiti radio, televizija, tisak, film. Izbor medija diktira i izbor propagandnog sredstva.

Osobna prodaja podrazumijeva osobni kontakt kupac- prodavač, čiji je zadatak ubijediti kupca u kupovinu ističući u razgovoru prednosti proizvoda. Za ovu vrstu promocije potrebni su izuzetno obdarene osobe s velikim znanjem i umijećem.

Odnosi sa javnošću podrazumijevaju stalnu prisutnost proizvođača u svijesti kupca i stvaranje pozitivne slike o kompaniji.

Unapređenje prodaje obuhvata korištenje uzoraka, nagrada, predstavljanje proizvoda u tržišnim centrima kako bi se kupac stimulirao na kupovinu. Za turizam to mogu biti karakteristični mali suvenir, privjesci za ključeve, olovke i sl.

Direktna pošta je upućivanje ponude na adresu kupca. Prednost je što se kupac osjeća važnim, a ovaj način je moguće najbolje kontrolirati. Agencije formiraju liste stalnih kupaca i nastoje ih tako zadržati za duži vremenski period

Cijena turističkog proizvoda

Cijena predstavlja novčani izraz vrijednosti proizvoda. Kod cijena u turizmu javljaju se veliki rasponi u zavisnosti od promjena u okruženju. Primjer: turoperator nudi različite cijene u ovisnosti od vremena rezervacije i kupovine aranžmana, ili u ovisnosti perioda u toku godine, kada se aranžman realizira. Cijene su u vansezoni znatno jeftinije.

Cijena u pravilu mora biti usklađena sa ciljevima koje želimo postići.

- Niska cijena može privući potrošače i povećati promet.
- Visokom cijenom možemo limitirati broj kupaca i proizvod usmjeriti na određene tržišne segmente
- Kontrola potražnje u vremenu snižavanjem cijene u vansezoni

Primjena i kontrola marketinga

Primjena i kontrola marketinga ima zadatak procijeniti efekte primjenjenog marketinga. Na osnovu informacija koje dobiva od MIS-a (Marketingški informacijski sustav) menadžer donosi odluke i vrši lakše planiranje budućih aktivnosti. Kontrola treba osigurati povratnu informaciju o ostvarenju ciljeva zacrtanih marketing planom. To omogućava vršenje korekcije plana i usaglašavanje sa nastalom situacijom.

Područja kontrole su:

- Zadani ciljevi i njihovo ostvarenje
- Kontrola kvalitete
- Financijska kontrola
- Kontrola efikasnosti
- Kontrola marketinške orijentacije

U turizmu se marketing najčešće primjenjuje na: turističke destinacije, turističke atrakcije, smještajne kapacitete i kod plasmana turističkih aranžmana. Ciljevi se razlikuju kao i potrošači kojima su proizvodi namjenjeni.

SREDSTVA TURISTIČKE PROPAGANDE

TEHNIČKA		LIČNA
Vizuelna	Audiovizuelna	
<p>Grafička sredstva</p> <ul style="list-style-type: none"> - prospekt - plakat - letak - turistički vodič - brošura - monografija - razne vrste karata - razglednica - čestitka - ojenik - naljepnica - program aranžmana - putničke agencije - ogledni karton - jelovnik - vinska karta - kalendar - pozivnica <p>Oglasna sredstva</p> <ul style="list-style-type: none"> - oglas - propagandno pismo - komercijalno – propagandna reportaža <p>Prostorno – plastična sredstva</p> <ul style="list-style-type: none"> - izložbeni prostori - svjetlosni natpisi - značke (bedževi) - razni propagandni predmeti - suveniri - panoi - bilbordi 	<p>Auditivna</p> <ul style="list-style-type: none"> - radio (emisije) - razglas 	<p>Projekcijska</p> <ul style="list-style-type: none"> - film a) igrani (umjetnički) b) propagandni <ul style="list-style-type: none"> - televizija - dijafilmovi c) internet <ul style="list-style-type: none"> - web stranice
	<p>osobni kontakti, predavanja, obilazak klijentele, propagandna putovanja, pozivi uglednih stranika gostiju i ostala sredstva koja stvaraju javno miješanje.</p>	

Najznačajnije turističke destinacije svijeta prema broju međunarodnih dolazaka

Rang	1950	1950	1970	Svjetski udio	1990	Svjetski udio	2004	Svjetski udio
1	SAD	71 %	Italija	43 %	Franc.	38 %	Franc.	33 %
2	Kanada		Kanada		SAD		Spanija	
3	Italija		Francuska		Spanija		SAD	
4	Francuska		Spanija		Italija		Kina	
5	Svajcarska		SAD		Mađars		Italija	
6	Irska	17 %	Austrija	22 %	Austrija	19 %	Veli.	14 %
7	Austrija		Njemačka		Veli.		Britanija	
8	Španjolska		Švicarska		Britanija		Hong Kong	
9	Njemačka		Jugoslavija		Mexico		Mexico	
10	Vel. Britanija		Vel. Britanija		Njemačka		Njemačka	
11	Norveška	9 %	Mađarska	10 %	Švicarska	10 %	Kanada	11 %
12	Argentina		Češka		Grčka		Mađarska	
13	Mexico		Belgija		Portugal		Turska	
14	Holandija		Bugarska		Malezija		Malezija	
15	Danska		Rumunija		Hrvatska		Poljska	
	Ostali	3 %	Ostali	25 %	Ostali	33 %	Ostali	42 %
Total	25 miliona		166 miliona		456 miliona		760 miliona	

LITERATURA

1. DULČIĆ - *Upravljanje razvojem turizma*.
2. ČAVLEK, N.; *Touroperatori i svjetski turizam*, Golden marketing, Zagreb.
3. MAGAŠ, D.; *Turistička destinacija*, Sveučilište u Rijeci, Hotelijerski fakultet Opatija.
4. MARKOVIĆ, Z.; *Osnove turizma*, Školska knjiga Zagreb.
5. VUKONIĆ, B.; *Turistička propaganda*, Školska knjiga Zagreb.
6. WEBER, S., MIKAČIĆ, V., *Osnove turizma*, Školska knjiga Zagreb.
7. WTO - *Svjetska turistička organizacija* - statistika.

Majo Harmandić, dipl. pravnik

Bisera Hotić, dipl. ecc

ZAKONODAVSTVO U OBLASTI TURIZMA U FEDERACIJI
BOSNE I HERCEGOVINE

ZAKONODAVSTVO U OBLASTI TURIZMA U FEDERACIJI BOSNE I HERCEGOVINE

UVOD

Ustavom, kao najvišim pravnim aktom u Federaciji BiH, kojim se utvrđuju ljudska prava i osnovne slobode, struktura vlasti, način funkcioniranja i drugo, utvrđeno je da je turizam u nadležnosti Federacije i županija. Na osnovu ustava donose se zakoni i drugi opći pravni akti koji moraju biti sa njim u suglasnosti, jer se na taj način ostvaruju hijerarhija odnosno subordinacija i povezanost pravnih akata od viših ka nižim. Zakon predstavlja konkretizaciju odnosno razradu pojedinih odredbi koje su definirane ustavom. Zakon predstavlja niži pravni akt u odnosu na ustav.

Područje turizma uređeno je Zakonom o turističkoj djelatnosti, Zakonom o ugostiteljskoj djelatnosti i Zakonom o turističkim zajednicama i promicanju turizma u Federaciji Bosne i Hercegovine, te nizom podzakonskih akata, koji proizilaze iz ovih zakona.

I. TURISTIČKA DJELATNOST

Zakonom o turističkoj djelatnosti uređuje se obavljanje turističke djelatnosti, vrste usluga u toj djelatnosti, uvjeti i način obavljanja poslova, subjekti koji se mogu baviti tom djelatnošću i uvjeti za obavljanje turističke djelatnosti.

Turistička djelatnost, u smislu ovog Zakona, je pružanje usluga i posredovanje u turističkom prometu. Turističke usluge su: pružanje usluga putničke agencije, turističkog vodiča, pratitelja, animatora, zastupnika, pružanje usluga u nautičkom, seoskom, zdravstvenom, kongresnom, vjerskom, omladinskom, sportskom, lovnom, ribolovnom, planinskom i drugim oblicima turizma, usluge na skijaškom terenu, usluge splavarenja i raftinga kao i pružanje ostalih

turističkih usluga. Turističku djelatnost mogu obavljati pravna i fizička lica koja su registrirana za obavljanje turističke djelatnosti i ispunjavaju uvjete propisane Zakonom o turističkoj djelatnosti i propisima donesenim na osnovu ovog Zakona.

Sportski klubovi, sindikati, vjerske zajednice, kulturno-umjetnička društva, udruženja umirovljenika, strukovna udruženja i slična udruženja, kao i škole mogu organizirati putovanja i boravak isključivo za svoje članove, učenike i nastavnike. Udruženja i škole mogu organizirati turistički paket aranžman i izletnički program samo povremeno i bez svrhe sticanja dobiti. Reklamiranje i promocija za putovanja i boravke dozvoljena je samo u internim glasilima i priopćenjima koje dobivaju članovi udruženja i škola. Udruženja i škole su obvezni za putovanja i boravke koristiti samo ona prijevozna sredstva u kojima su putnici i prtljaga osigurani.

2. PUTNIČKA AGENCIJA

Putničkom agencijom u smislu Zakona o turističkoj djelatnosti, smatra se pravno lice upisano u registar društava koje se bavi organiziranjem turističkih i poslovnih putovanja i boravaka, posredovanjem i pružanjem svih ostalih usluga u vezi s tim, te prodajom svog vlastitog turističkog proizvoda kojeg stvara objedinjavanjem raznih vrsta turističkih usluga.

Putnik je kupac koji kupuje ili je suglasan kupiti turistički paket aranžman, odnosno turističko putovanje ili druge turističke usluge. Putnik je i lice u korist kojeg kupac kupuje turistički paket aranžman, odnosno usluge ili lice na koje kupac ili lice za koje je kupac kupio turistički paket aranžman prenese pravo korištenja turističkog paket aranžmana ili usluge.

Turistički paket aranžman je ugovorni posao u kojem se putniku prodaju ili nude na prodaju za jedinstvenu unaprijed utvrđenu cijenu najmanje usluga prijevoza i smještaja, uz uvjet da aranžman traje duže od 24 sata ili uključuje barem jedno noćenje. Izletnički program je kombinacija najmanje dvije ponuđene usluge koje traju manje od 24 sata i ne uključuje noćenje, odnosno smještaj.

2.1. Usluge putničke agencije

Usluge putničke agencije su:

1. organiziranje, prodaja i provođenje aranžmana,
 2. prodaja i posredovanje u prodaji ugostiteljskih i turističkih usluga,
 3. posredovanje u pružanju usluga putovanja i boravka i obavljanje drugih za njih vezanih usluga,
 4. organiziranje, prodaja i provođenje izletničkih programa,
 5. prihvata i prijevoz putnika (transferi),
 6. prodaja i posredovanje u prodaji karata ili rezervaciji mjesta za sva prijevozna sredstva,
 7. rezervacija smještaja i drugih usluga u ugostiteljskim objektima,
 8. zastupanje domaćih i stranih putničkih agencija,
 9. davanje turističkih obavijesti i promotivnog materijala,
 10. posredovanje u pribavljanju putnih isprava, viza i drugih isprava potrebnih za prijelaz granice i boravak u inozemstvu, te isprava za lov, ribolov, ronjenje i drugih isprava potrebnih za organiziranje i provođenje različitih oblika turizma,
 11. organiziranje i posredovanje u prodaji usluga nautičkog, seoskog, zdravstvenog, kongresnog, vjerskog, sportskog, lovnog, ribolovnog i drugih oblika turizma,
 12. rezervacija, nabava i prodaja ulaznica za sve vrste priredbi, muzeja i dr., te prodaja robe vezane za potrebe putovanja (razne putne potrepštine, suveniri, turističke publikacije i sl.)
 13. organiziranje i pružanje usluga u vezi s poslovanjem karticama i putničkim čekovima, te pružanje mjenjačkih usluga,
 14. posredovanje u osiguranju putnika i prtljage,
 15. posredovanje u organiziranju skupova, sajmova, sportskih priredbi, kulturno-zabavnih manifestacija i druge aktivnosti iz oblasti turizma u skladu sa zakonom,
 16. organiziranje vodičke službe i službe turističkih informacija,
 17. organiziranje turističkih manifestacija, kulturno-zabavnih priredbi i takmičenja,
 18. pripremanje, tiskanje i distribucija turističkih informacija, reklamno-propagandnog materijala i javna promocija turističkog proizvoda i programa,
 19. organiziranje seminara i kurseva vezanih za turizam i učenje stranih jezika zaposlenika u agenciji.
- Putnička agencija može, osim navedenih usluga, pružati i druge slične usluge: posredovanje u

iznajmljivanju vozila (rent-a-car), letjelica, plovni objekata, čuvanje i održavanje plovni objekata.

2.2. Vrste putničkih agencija

Prema vrsti usluga koje pružaju putničke agencije su:

1. putnička agencija organizator putovanja i
2. putnička agencija posrednik

Putnička agencija-organizator putovanja je putnička agencija koja organizira aranžman i koja ga neposredno prodaje ili nudi na prodaju putem posrednika.

Putnička agencija-posrednik je putnička agencija koja prodaje ili nudi za kupnju aranžman koji je sastavio organizator putovanja, ili koja pruža druge posredničke usluge .

Uvjeti za pružanje usluga putničke agencije

Putnička agencija može započeti pružati usluge kada pribavi rješenje općinskog odnosno gradskog organa uprave nadležnog za poslove turizma kojim je utvrđeno da udovoljava uvjetima propisanim Zakonom o turističkoj djelatnosti i propisima donesenim na osnovu ovog Zakona. Putnička agencija koja pruža usluge aranžmana, izletničkog programa ili transfera putnika dužna je koristiti prijevozna sredstva kao i ugostiteljske usluge registriranih davatelja usluga u kojima su putnici i prtljaga osigurani.

Putnička agencija obavezna je prijevoz putnika obavljati vlastitim prijevoznim sredstvima ili prijevoznim sredstvima u vlasništvu drugih pravnih i fizičkih lica koja su registrirana za obavljanje djelatnosti prijevoza putnika. Iznimno, ako prijevoz putnika nije moguće izvršiti na naprijed navedeni način, putnička agencija može za prijevoz putnika koristiti i prijevozno sredstvo u vlasništvu inozemnih pravnih i fizičkih lica.

Ako putnička agencija organizira grupna putovanja obavezna je tokom cijelog putovanja osigurati najmanje jednog turističkog pratitelja, koji ispunjava uvjete propisane ovim zakonom, za svaku grupu do 75 putnika. Ako putnička agencija ne raspolaže s turističkim pratiteljem, može osigurati stručnog radnika koji je osposobljen za rad u turističkoj djelatnosti.

Putnička agencija obavezna je navesti u programu putovanja je li obilazak predviđen u pratnji i pratitelja putovanja ili lokalnog vodiča.

Putnička agencija dužna je za svaki aranžman, odnosno putovanje koje organizira, izdati program, prospekt ili katalog koji obavezno lično uručuje putniku prije zaključenja ugovora o aranžmanu, a koji treba sadržavati:

1. točan opis prijevoznog puta (itinerer), odnosno aranžmana,
2. točan opis odredišta (kod boravka),
3. jasne i točne podatke o vrsti, položaju, kategoriji ili udobnosti, i druge glavne naznake smještaja i ishrane,
4. vrstu prijevoznog sredstva, njegove naznake i razred,
5. ukupan broj dana i noćenja u aranžmanu,
6. datum, vrijeme i mjesto polaska i povratka,
7. cijenu aranžmana i iznos ili postotak od cijene koji se plaća kao kapara i vremenski raspored za plaćanje preostalog iznosa,
8. cijenu neobaveznih (fakultativnih) usluga,
9. uputstvo o najmanjem broju sudionika za ostvarenje aranžmana, ako je to uvjet za organiziran aranžman,
10. uvjete za prijavu i otkaz sudionika aranžmana i garancije organizatora,
11. rok do kada će se najkasnije putniku priopćiti ako organizator ili posrednik odustane od aranžmana,
12. ostale podatke važne za putnika (klima, vrsta valuta i dr.).

Voditelj poslovnice

Putnička agencija koja neposredno prodaje aranžmane i izletničke programe mora imati u svakoj poslovnici najmanje jednog zaposlenog voditelja poslovnice. Voditelj poslovnice odgovoran je za rad u poslovnici u skladu sa zakonom.

Voditeljem poslovnice smatra se državljanin Bosne i Hercegovine koji ispunjava uvjete za voditelja poslovnice propisane zakonom.

Voditelj poslovnice treba ispunjavati sljedeće uvjete:

1. da je poslovno sposoban,
2. da ima najmanje srednju stručnu spremu,
3. da zna najmanje jedan svjetski jezik,
4. da ima položen stručni ispit za voditelja poslovnice i dvije godine radnog staža na odgovarajućim poslovima u putničkoj agenciji ili drugim odgovarajućim poslovima u turizmu,
5. da mu nije pravosnažnom presudom ili rješenjem o prekršaju izrečena zaštitna mjera zabrane obavljanja poslova voditelja poslovnice, dok ta mjera traje.

Strani državljanin može obavljati poslove voditelja poslovnice pod uvjetom da ima radnu dozvolu i da ispunjava propisane uvjete. Stručni ispit za voditelja poslovnice polaže se pred ispitnom komisijom koju rješenjem imenuje federalni ministar okoliša i turizma. Stručni ispit za voditelja poslovnice polaže se prema utvrđenom ispitnom programu. Federalni ministar okoliša i turizma propisuje postupak, način polaganja i ispitni program za stručni ispit za voditelja poslovnice.

Jamčevina za aranžman

Organizator aranžmana dužan je za svaki aranžman osigurati jamčevinu kod banke ili osiguravajućeg društva, radi naknade putniku:

1. plaćanje cijene aranžmana, ako zbog nelikvidnosti ili stečaja organizatora izostanu usluge aranžmana,
2. troškova koji nastanu zbog nelikvidnosti ili stečaja organizatora, za povratak putnika u mjesto polaska.

Jamčevina se daje u obliku police osiguranja gotovinskog pologa, bankovne garancije i sl. Putnička agencija koja organizira putovanje (aranžman) dužna je s osiguravateljem sklopiti ugovor o osiguranju od odgovornosti za štetu koju prouzrokuje putniku neispunjenjem, djelomičnim ispunjenjem ili neurednim ispunjenjem obaveza koje se odnose na aranžman.

3. TURISTIČKI VODIČ, PRATITELJ, ANIMATOR I ZASTUPNIK

3.1. Turistički vodič

Turistički vodič je osoba koje turistima pokazuje i stručno objašnjava prirodne ljepote i rijetkosti, kulturno povijesne spomenike, umjetnička djela, etnografske i druge znamenitosti, povijesne događaje i legende o tim događajima i licima, društveno političke tokove i događanja, te ekonomska dostignuća mjesta i područja. Ne smatra se turističkim vodičem stručni radnik koji obavlja poslove vodiča na svom radnom mjestu kod pravnog ili fizičkog lica unutar poslovnog prostora u kojem radi (muzej, galerija, nacionalni park i sl.), stručni radnik putničke agencije koji prati grupu turista iz mjesta u mjesto, vodič u planinama i jamama, u lovu i ribolovu, kao i voditelj i pratitelj ekskurzije i izleta.

Za pružanje usluga turističkog vodiča, turistički vodič mora imati odobrenje koje na njegov zahtjev izdaje općinski odnosno gradski organ uprave nadležan za poslove turizma na čijem području pruža usluge.

Odobrenje za pružanje usluga turističkog vodiča izdat će se osobi koja ispunjava sljedeće uvjete:

1. da je državljanin Bosne i Hercegovine,
2. da ima poslovnu sposobnost,
3. da ima najmanje srednju stručnu spremu,
4. da ima položen stručni ispit za turističkog vodiča,
5. da zna najmanje jedan svjetski jezik na kojem će pružati usluge turističkog vodiča,
6. da mu pravosnažnom presudom ili rješenjem o prekršaju nije izrečena zaštitna mjera zabrane obavljanja poslova turističkog vodiča, dok ta mjera traje,
7. da udovoljava propisanim zdravstvenim uvjetima.

Strani državljanin može pružati usluge turističkog vodiča pod uvjetom da ima radnu dozvolu, da ispunjava propisane uvjete i uz primjenu načela uzajamnosti. Federalni ministar okoliša i turizma propisuje postupak, način polaganja i program stručnog ispita za turističkog

vodiča. Turistički vodič dužan je poslove vodiča obavljati savjesno i stručno u skladu sa zakonom, poslovnim običajima u turizmu, statutom i aktima udruženja turističkih vodiča čiji je član. Putnička agencija i drugi korisnici usluga turističkog vodiča ne mogu obavljanje usluga turističkog vodiča povjeriti licu koje ne ispunjava uvjete propisane ovim zakonom.

Istaknutim znanstvenicima i stručnjacima može se priznati svojstvo počasnog turističkog vodiča iz područja uže specijalnosti. Počasni turistički vodič može obavljati poslove vodiča samo povremeno. Svojstvo počasnog turističkog vodiča utvrđuje federalni ministar okoliša i turizma.

Pri obavljanju poslova, turistički vodič mora imati iskaznicu turističkog vodiča, kojom se utvrđuje njegovo svojstvo. Iskaznicu turističkog vodiča, turistički vodič pri obavljanju poslova mora nositi na vidljivom mjestu. Iskaznicu turističkog vodiča izdaje županijski organ nadležan za poslove turizma na čijem području turistički vodič pruža usluge, na zahtjev turističkog vodiča. Uz zahtjev turističkog vodiča za izdavanje iskaznice turističkog vodiča potrebno je priložiti odobrenje za pružanje usluga turističkog vodiča.

Odobrenje za pružanje usluga turističkog vodiča mora sadržavati:

1. ime i prezime turističkog vodiča, mjesto prebivališta, područje na kojem će obavljati poslove,
2. stručnu spremu i datum kada je položio ispit za turističkog vodiča,
3. jezike na kojima će pružati usluge turističkog vodiča,
4. period u kojem pruža usluge, ako turistički vodič pruža usluge samo u jednom periodu tokom godine (sezonski).

Stručna sprema unosi se u odobrenje u skladu sa podacima iz Certifikata o položenom stručnom ispitu za turističkog vodiča.

Odobrenje za pružanje usluga turističkog vodiča prestaje važiti u sljedećim slučajevima:

1. odjavom, danom navedenim u odjavi ili danom podnošenja odjave općinskom odnosno gradskom organu uprave nadležnom za poslove turizma (nadležni organ), s tim što se pružanje usluga ne može odjaviti unatrag,
2. ako prestane ispunjavati jedan od zakonom propisanih uslova,
3. ako je nadležni organ naknadno utvrdio da je ranije izdano odobrenje zasnovano na neistinitim

podacima ili kriptovorenim dokumentima.

O prestanku važenja odobrenja za pružanje usluga turističkog vodiča nadležni organ donosi posebno rješenje.

3.2. Turistički pratitelj

Turistički pratitelj je osoba koja obavlja operativno-tehničke poslove u vođenju i praćenju turista, te daje turistima obavijesti o svrsi putovanja. Turistički pratitelj mora ispunjavati sve uvjete propisane zakonom kao i turistički vodič osim obaveze da mora imati položen stručni ispit za turističkog vodiča.

3.3. Turistički animator

Turistički animator je osoba koja planira i ostvaruje programe provođenja slobodnog vremena turista, a koji se odnose na sportsko-rekreativne, zabavne i kulturno-društvene sadržaje. Turistički animator mora ispunjavati propisane uvjete koji se odnose na turističkog pratitelja.

3.4. Turistički zastupnik

Turistički zastupnik je pravno ili fizičko lice koje zastupa domaćeg ili stranog organizatora putovanja ili posrednika u određitim putovanja. Organizator je dužan pisano obavijestiti davatelja usluga o turističkom zastupniku, njegovim ovlaštenjima i svim eventualnim promjenama.

Ovlaštenja turističkog zastupnika su sljedeća:

- štiti interese i prava putnika i organizatora putovanja kod davatelja usluga,
- pruža obavještenja i uputstva putnicima kod izvršavanja programa putovanja i dodatnih usluga,
- naručuje dodatne usluge u ime organizatora putovanja prema dobivenim ovlaštenjima,
- posreduje u pribavljanju dodatnih usluga za putnike(izlet, kulturne i sportske priredbe i sl.),
- obavlja i druge poslove potrebne za zaštitu interesa putnika i organizatora putovanja.

4. TURISTIČKE USLUGE U NAUTIČKOM, SEOSKOM I DRUGIM OBLICIMA TURIZMA

4.1. Turističke usluge u nautičkom turizmu

Nautički turizam je plovidba i boravak turista- nautičara na plovnim objektima (jajta, brodica i sl.) kao i boravak u lukama nautičkog turizma, radi odmora i rekreacije .

Turističke usluge u nautičkom turizmu su:

1. iznajmljivanje prostora uz uređenu i djelomično ili potpuno zaštićenu obalu (u daljnjem tekstu : vez) za smještaj plovila i nautičara koji borave na njima,
2. iznajmljivanje plovnih objekata za odmor i rekreaciju,
3. prihvata, čuvanje i održavanje plovila na vezu, u moru i jezerima i suhom vezu,
4. usluge snabdijevanja nautičara (vodom, gorivom u posebnim pumpama, namirnicama, rezervnim dijelovima, opremom i sl.),
5. škole jedrenja, obuke za skipere i vođe brodica,
6. uređenje i pripremanje plovila,
7. druge usluge za potrebe nautičkog turizma,
8. davanje različitih informacija (vremenska prognoza, nautički vodič i sl.),
9. obezbjeđenje službe spašavanja i pružanje hitne medicinske pomoći,
10. usluge skipera.

Usluge u nautičkom turizmu mogu pružati pravna i fizička lica koja ispunjavaju uvjete propisane zakonom.

Ako ove usluge ima namjeru pružati fizičko lice, onda mora prethodno pribaviti odobrenje općinskog odnosno gradskog organa uprave nadležnog za poslove turizma, koje će mu se izdati ako ispunjava slijedeće uslove:

1. da je državljanin Bosne i Hercegovine,
2. da je starije od 18 godina,
3. da raspolaze sredstvima za pružanje usluga i dokazom o vrijednosti sredstava,

4. da je pribavilo važeću policu osiguranja iz koje se pokriva šteta korisniku usluge u slučaju nesreće,
5. da ima poslovnu sposobnost,
6. da udovoljava propisanim zdravstvenim uslovima.

4.2. Turističke usluge u seoskom turizmu

Seoski turizam je boravak i smještaj turista u domaćinstvu, koje je organizirano kao turističko- seoska privreda (seosko domaćinstvo) radi odmora i rekreacije. Turističke usluge u seoskom turizmu naročito su: iznajmljivanje konja za jahanje, zaprega, škola jahanja, lov i ribolov, organiziranje branja plodova i gljiva, berbe voća i povrća, ubiranje ljetine, foto- safari i druge usluge u seoskom domaćinstvu. Turističke usluge može pružati vlasnik seoskog domaćinstva s članovima svoje porodice ukoliko ispuni uvjete propisane ovim zakonom i drugim propisima.

4.3. Usluge na skijaškom terenu

Uslugama na skijaškom terenu smatra se davanje na korištenje prostora, uređaja i opreme za rekreativno i sportsko skijanje, skijašku obuku i druge rekreativne i sportske aktivnosti na snijegu, te iznajmljivanje skijaške opreme, usluge korištenja ski i bebi liftova, žičara i sl. Usluge na skijaškom terenu koji mora biti ureden, opremljen i održavan tako da je siguran za korisnike i za koji je utvrđeno da ispunjava uslove u skladu sa propisima kantona.

Pravno ili fizičko lice koje upravlja skijaškim terenom, dužno je da:

1. osigura i održava skijaški teren za sigurno korištenje,
2. utvrdi red i osigura službu za održavanje reda na skijaškom terenu,
3. osigura službu spašavanja i pružanja hitne medicinske pomoći na skijaškom terenu,
4. na ulazu u skijaški teren vidno istakne odredbe o redu, cijene za korištenje uređaja, opreme i prostora i drugih usluga na skijaškom terenu,
5. markira skijaške staze prema težini, dužini i vrsti skijaške staze
6. obezbjedi tehničko osoblje koje će brinuti o sigurnoj upotrebi ski i bebi liftova, žičara i sl.

Korisnici skijaškog terena dužni su se pridržavati propisa o redu na skijaškom terenu.

4.4. Turističke usluge u raftingu i splavarenju

Turističke usluge u raftingu i splavarenju su:

1. iznajmljivanje prostora uz uređene i djelimično ili potpuno zaštićene obale,
2. iznajmljivanje plovnih objekata za odmor i rekreaciju,
3. prihvata, čuvanje i održavanje plovila,
4. usluge snadbjevanja raftera ili splavova (vodom, namirnicama, rezervnim djelovima, opremom i sl.),
5. obuka za skipere i voditelje splavova i čamaca,
6. uređenje i priprema plovila i čamaca,
7. druge usluge za potrebe turističkih usluga raftinga i splavova,
8. obezbjeđenje službe spašavanja i pružanja hitne medicinske pomoći,
9. usluge skipera.

4.5. Turističke usluge u drugim oblicima turizma

Turističke usluge mogu se pružati i u zdravstvenom, kongresnom, omladinskom, sportskom, vjerskom, lovnom, ribolovnom, planinskom i drugim oblicima turizma.

5. OSTALE TURISTIČKE USLUGE

Ostale turističke usluge su:

- iznajmljivanje sandolina, čamaca, kajaka i njihov smještaj i čuvanje,
- iznajmljivanje jedrilica, dasaka za jedrenje, bicikla na vodi, skutera i sl.,
- iznajmljivanje pribora i opreme za kupanje i skijanje na vodi,
- iznajmljivanje suncobrana, ležaljki i dr.
- iznajmljivanje skijaške, ribolovne, ronilačke opreme i sl.

Za pružanje ostalih turističkih usluga, ukoliko ih ima namjeru pružiti fizičko lice, obavezno je pribaviti odobrenje općinskog odnosno gradskog organa uprave nadležnog za poslove turizma.

Odobrenje može pribaviti lice koje ispunjava slijedeće uvjete:

1. da je državljanin Bosne i Hercegovine,
2. da je starije od 18 godina,
3. da raspolaže sredstvima za pružanje usluga i dokazom o vrijednosti sredstava,
4. da je pribavilo važeću policu osiguranja iz koje se pokriva šteta korisniku usluge u slučaju nesreće,
5. da ima poslovnu sposobnost,
6. da udovoljava propisanim zdravstvenim uvjetima.

NADZOR

Upravni nadzor nad primjenom Zakona o turističkoj djelatnosti i propisa donesenih na osnovu ovog Zakona vrši Federalno ministarstvo okoliša i turizma. Inspeksijski nadzor nad provođenjem ovog Zakona i propisa donesenih na osnovu ovog Zakona, te pojedinačnih akata, uvjeta i načina rada, nadziranih davatelja turističkih usluga, provodi Federalna uprava za inspeksijske poslove i županijski organ uprave nadležan za inspeksijske poslove u okviru svojih nadležnosti, u skladu s posebnim propisima koje na prijedlog resornih ministarstava donosi Vlada Federacije Bosne i Hercegovine i vlade županija.

UGOSTITELJSKA DJELATNOST

Zakonom o ugostiteljskoj djelatnosti uređuju se uvjeti za obavljanje ugostiteljske djelatnosti, osnivanje i prestanak rada ugostiteljske radnje, poslovni prostor, razvrstavanje i kategorizacija ugostiteljskih objekata, te ugostiteljske usluge u domaćinstvu, seoskom domaćinstvu i na plovnom objektu. Ugostiteljska djelatnost, u smislu ovog Zakona, jeste pripremanje hrane i pružanje usluga prehrane, pripremanje i posluživanje pića i napitaka i pružanje usluga smještaja. Ugostiteljska djelatnost je i pripremanje hrane za potrošnju na drugom mjestu sa ili bez posluživanja (u prijevoznom sredstvu, na priredbi i sl.) i opskrba tom hranom (catering).

UVJETI ZA OBAVLJANJE UGOSTITELJSKE DJELATNOSTI

Ugostiteljsku djelatnost mogu obavljati pravna i fizička lica koja su registrirana za obavljanje ugostiteljske djelatnosti i koja ispunjavaju uvjete propisane Zakonom o ugostiteljskoj djelatnosti i propisima donesenim na osnovu ovog Zakona (ugostitelj). Ugostiteljsku djelatnost, pod uvjetima propisanim ovim Zakonom, može obavljati i javna ustanova koja upravlja nacionalnim parkovima i parkovima prirode, ugostiteljska obrazovna ustanova te učenički i studentski dom u svojim poslovnim prostorijama i prostorima. Ugostitelj može obavljati i druge djelatnosti koje služe obavljanju ugostiteljske djelatnosti, a koje se uobičajeno obavljaju uz ugostiteljsku djelatnost (prodaja novina i časopisa, duhanskih preradevina, pružanje usluga bilijara, boćanja, kuglanja, tenisa i sl.) u skladu s posebnim propisima. Odredbe Zakona o ugostiteljskoj djelatnosti ne primjenjuju se na pružanje usluga prehrane i smještaja u objektima ustanova socijalne pomoći, zdravstva, odgoja, obrazovanja i drugih sličnih ustanova, vojske, policije, ako te usluge pružaju njihovi radnici isključivo svojim radnicima, pripadnicima i korisnicima.

Ne smatra se ugostiteljskom djelatnošću pripremanje i posluživanje toplih i hladnih napitaka, bezalkoholnih pića i jednostavnih jela koje pravno i fizičko lice organizira za potrebe svojih radnika i članova u svojim poslovnim prostorijama i prostorima.

Za obavljanje ugostiteljske djelatnosti u ugostiteljskom objektu moraju biti ispunjeni minimalni uvjeti za vrstu u pogledu uređenja i opreme ugostiteljskih objekata, usluga, kao i drugi uvjeti propisani Zakonom o ugostiteljskoj djelatnosti i propisima donesenim na osnovu ovog Zakona (minimalni uvjeti). Ugostiteljski objekt mora ispunjavati i uvjete u pogledu: projektiranja, građenja i održavanja građevine, zaštite na radu, zaštite od požara, zaštite od buke, zaštite i unapređenja okoliša, kao i druge uvjete propisane posebnim propisima. Za rad u ugostiteljstvu, osobe koje obavljaju ugostiteljsku djelatnost i pružaju ugostiteljske usluge moraju ispunjavati zdravstvene uvjete u skladu sa posebnim propisima. Zaposleni u ugostiteljskom objektu (konobari, šankeri i ostalo osoblje) moraju imati završen najmanje treći stepanj stručne spreme. Ugostitelj posluje tokom cijele godine ili sezonski. Ugostitelj može poslovati i povremeno (za vrijeme manifestacija, sajmova, prigodnih priredbi i sl.).

U obavljanju ugostiteljske djelatnosti ugostitelj je obavezan:

1. vidno istaknuti propisanu oznaku vrste na ulazu u ugostiteljski objekt utvrđene rješenjem općinskog odnosno gradskog organa uprave nadležnog za poslove ugostiteljstva (u daljem tekstu: nadležni organ) i kategorije ugostiteljskog objekta utvrđene rješenjem Federalnog ministarstva okoliša i turizma;
2. vidno istaknuti na ulazu u ugostiteljski objekt obavijest o radnom vremenu koje treba biti u skladu s propisanim radnim vremenom;
3. utvrditi kućni red u ugostiteljskom objektu za smještaj i istaknuti ga na recepciji a izvod iz kućnog reda istaknuti u svim sobama i apartmanima;
4. utvrditi normative o utrošku namirnica za pojedino jelo, piće i napitak, pružiti usluge u količinama i kvalitetu u skladu s normativima te na zahtjev - normative predložiti gostu;
5. vidno istaknuti cijene usluga koje se nude na način dostupan gostima i pridržavati se istaknutih i ovjerenih cijena, a kod pružanja usluga smještaja u cjenicima istaknuti i iznos boravišne takse, te cjenike staviti na raspolaganje gostima u dovoljnom broju primjeraka;
6. izdati gostu račun za svaku pruženu ugostiteljsku uslugu, koji obavezno mora sadržavati: naziv ugostiteljskog objekta, porezni ID broj, broj računa, datum i vrijeme izdavanja računa, vrstu, količinu i cijenu pruženih usluga, a kod pružanja usluga smještaja - u računu navesti i iznos boravišne takse;
7. pridržavati se istaknutog radnog vremena;
8. dostaviti normative na ovjeru nadležnom organu koji se mogu primjenjivati sljedećeg dana od dana ovjere;
9. dostaviti cjenike na ovjeru nadležnom organu koji se mogu primjenjivati sljedećeg dana od dana ovjere;
10. voditi knjigu gostiju u ugostiteljskom objektu za smještaj;
11. voditi knjigu žalbi na propisan način u svakom ugostiteljskom objektu - u roku od tri dana izjavljeni prigovor dostaviti nadležnoj turističko-ugostiteljskoj inspekciji a u roku od 15 dana od dana izjavljenog prigovora odgovoriti na njega;
12. voditi poslovne knjige u skladu s važećim propisima;
13. alkoholna i bezalkoholna pića usluživati samo iz originalne ambalaže u skladu s normativom, na kojoj mora biti deklaracija s podacima o proizvođaču, odnosno uvozniku, te neto količini;
14. u poslovnom prostoru - objektu u trenutku kontrole osigurati odobrenje za rad, odnosno

rješenje o upisu u sudski registar, kao i rješenje o razvrstavanju, minimalnim uvjetima i kategorizaciji objekta.

Radno vrijeme i raspored dnevnog i tjednog radnog vremena u ugostiteljskim objektima, radno vrijeme u dane državnih praznika i neradnih dana u kojima je ugostitelj dužan poslovati utvrđuje nadležni organ. U obavljanju ugostiteljske djelatnosti ugostitelj je dužan primjenjivati poslovne običaje u ugostiteljstvu. Zabranjeno je posluživanje, odnosno dopuštanje konzumiranja alkoholnih pića u ugostiteljskom objektu osobama mlađim od 18 godina. U ugostiteljskom objektu u kojem se poslužuju alkoholna pića mora na vidnom mjestu biti istaknuta oznaka o zabrani posluživanja, odnosno konzumiranja alkoholnih pića osobama mlađim od 18 godina.

OSNIVANJE I PRESTANAK RADA UGOSTITELJSKE RADNJE

Fizičko lice, u smislu Zakona o ugostiteljskoj djelatnosti, može dobiti odobrenje za osnivanje ugostiteljske radnje samo za jedan ugostiteljski objekt na teritoriju Federacije Bosne i Hercegovine. Ugostiteljska radnja osniva se izdavanjem rješenja kojim se odobrava osnivanje ugostiteljske radnje koje izdaje nadležni organ.

Nadležni organ izdat će rješenje kojim se odobrava osnivanje ugostiteljske radnje licu koje ispunjava sljedeće uvjete:

1. da je državljanin Bosne i Hercegovine,
 2. da je poslovno sposobno,
 3. da posjeduje najmanje treći stepen stručne spreme,
 4. da udovoljava propisanim zdravstvenim uvjetima,
 5. da mu pravomoćnom sudskom presudom, rješenjem o prekršaju ili upravnim aktom nije izrečena zaštitna mjera zabrane obavljanja ugostiteljske djelatnosti,
 6. da nema zasnovan radni odnos, odnosno nema već osnovanu ugostiteljsku radnju,
 7. da ima poslovni prostor za koji ima dokaz o pravu vlasništva ili ugovor o zakupu poslovnog prostora, te dokaz da je za poslovni prostor izdata upotrebna dozvola i da taj poslovni prostor ispunjava propisane minimalne uvjete.
- Rješenje kojim se odobrava osnivanje ugostiteljske radnje može se izdati i osobi koja ne

ispunjava uvjet da posjeduje najmanje treći stepen stručne spreme, ako zaposli lice koje ispunjava taj uvjet. Strani državljanin može obavljati ugostiteljsku djelatnost pod uvjetom da ima radnu dozvolu, ispunjava propisane uvjete i uz primjenu principa uzajamnosti.

RAZVRSTAVANJE I KATEGORIZACIJA UGOSTITELJSKIH OBJEKATA

Razvrstavanje ugostiteljskih objekata

Ugostiteljski objekti, s obzirom na vrstu ugostiteljskih usluga koje se u njima pružaju, mogu biti:

1. smještajni objekti - objekti u kojima se pružaju usluge smještaja, prehrane, pića, napitaka i slastica,
2. ugostiteljski objekti - objekti u kojima se pružaju usluge prehrane, pića, napitaka i slastica,
3. catering objekti - objekti u kojima se pripremaju jela, slastice, pića i napici za konzumiranje na drugom mjestu s ili bez posluživanja.

Ugostiteljski objekti razvrstavaju se u skupine i to:

1. smještajni objekti u skupine:
 - hoteli,
 - kampovi i druge vrste objekata za smještaj;
2. ugostiteljski objekti u skupine:
 - restorani,
 - barovi;
3. catering objekti u skupine:
 - pripremnice jela, slastica, pića i /ili napitaka,
 - kantine.

Ugostiteljski objekti iz navedenih skupina razvrstavaju se u pojedine vrste polazeći od načina posluživanja i pretežitosti usluga koje se pružaju u objektu. Pojedine vrste ugostiteljskog objekta mogu biti klupskog tipa (klub) u kojima se ugostiteljske usluge pružaju samo određenoj skupini gostiju (članovi kluba). Federalni ministar okoliša i turizma propisuje vrste objekata unutar navedenih skupina, ugostiteljske usluge koje se moraju pružati u pojedinoj vrsti ugostiteljskog objekta, te vrste ugostiteljskih objekata koje mogu biti klupskog tipa.

Kategorizacija ugostiteljskih objekata

Ugostiteljski objekti za smještaj (hoteli, kampovi i druge vrste objekata za smještaj) obavezno se kategoriziraju zavisno od uređenja, opreme, uređaja, usluga, održavanja i ostalih elemenata. Oznaka za kategoriju pojedinog ugostiteljskog objekta za smještaj je zvjezdica. Federalni ministar okoliša i turizma propisuje vrste ugostiteljskih objekata za smještaj koji se kategoriziraju, kategorije, uvjete za kategorije, oznake za vrste i kategorije, način označavanja vrsta i kategorija te način kategorizacije tih objekata.

Ugostiteljski objekt za prehranu se ne kategorizira. Izuzetno, na zahtjev ugostitelja može se kategorizirati objekt vrste restoran iz skupine restorani. Oznaka za kategoriju pojedinog restorana je brončana, srebrena ili zlatna kuharska kapa. Federalni ministar okoliša i turizma propisuje mjerila i postupak kategorizacije restorana.

Federalno ministarstvo okoliša i turizma, na zahtjev ugostitelja, rješenjem utvrđuje ispunjavanje minimalnih uvjeta i uvjeta za kategoriju za smještajne objekte, kojih se kategorije označavaju sa četiri i pet zvjezdica, u roku od 30 dana od dana prijema urednog zahtjeva. Federalno ministarstvo okoliša i turizma, na zahtjev ugostitelja, rješenjem utvrđuje ispunjavanje uvjeta za kategorizaciju ugostiteljskih objekata za prehranu iz skupine restorani, kojih se kategorija označava zlatnom kuharskom kapom, u roku od 30 dana od dana prijema urednog zahtjeva.

Federalno ministarstvo okoliša i turizma, po službenoj dužnosti, svake pete godine provodi ponovnu kategorizaciju smještajnih objekata čije se kategorije označavaju sa četiri i pet zvjezdica. Kada nadležni inspeksijski organ utvrdi da smještajni objekat ne ispunjava propisane uvjete koji se odnose na dodijeljenu kategorizaciju, nadležno ministarstvo će po službenoj dužnosti izvršiti ponovnu kategorizaciju.

UGOSTITELJSKE USLUGE U POKRETNOM OBJEKTU I SLIČNO

Pojedine ugostiteljske usluge mogu se pružati i u pokretnom objektu, koji se može premješati iz jednog mjesta na drugo vlastitim pogonom ili vučom, a koji se ne smatra

ugostiteljskim objektom, ako ispunjava minimalne uvjete. Ugostiteljske usluge mogu se pružati iz kioska, pod šatorom i sl., ako su ispunjeni tehnički uvjeti.

KAMPOVANJE

Kampovanje jeste boravak pod šatorom, u kamp-kućici, kamp-prikolici i drugoj odgovarajućoj opremi za smještaj na otvorenom prostoru. Kampovanje je dopušteno isključivo u kampu. Zabranjeno je postavljanje šatora, kamp-kućica, kamp-prikolica i druge opreme za kampovanje u cilju kampovanja izvan kampa.

UGOSTITELJSKE USLUGE U DOMAĆINSTVU, SEOSKOM DOMAĆINSTVU I NA PLOVNOM OBJEKTU

Ugostiteljske usluge u domaćinstvu

Pod uvjetima utvrđenim Zakonom o ugostiteljskoj djelatnosti i propisima donesenim na osnovu ovog Zakona i drugim propisima fizičko lice u domaćinstvu može:

1. iznajmljivati gostima sobe, apartmane i kuće za odmor, ako je vlasnik najviše do 10 soba, odnosno 20 postelja,
2. organizirati kamp na svom zemljištu za najviše 20 smještajnih jedinica, odnosno 60 gostiju istodobno.

Fizičko lice u domaćinstvu može pružati i usluge doručka, polupansiona ili pansiona samo gostima kojima izdaje sobe, apartmane, kuće za odmor i u kampu.

Ugostiteljske usluge u seoskom domaćinstvu

U domaćinstvu organiziranom kao turistička seoska privreda (seosko domaćinstvo), član seoskog domaćinstva može iznajmljivati gostima sobe i apartmane, ako je vlasnik ima najviše do 10 soba. U seoskom domaćinstvu mogu se pripremati i posluživati topla i hladna jela, pića i napitci iz pretežno vlastite proizvodnje za najviše 50 lica (izletnika) istodobno. U seoskom domaćinstvu mogu se pružati i usluge degustacije vina ili rakije te posluživanje domaćih

narezaka iz vlastite proizvodnje u uređenom dijelu stambenog ili privrednog objekta, u zatvorenom, natkrivenom ili na otvorenom prostoru za najviše 50 lica (izletnika) istodobno, mogu se prodavati izrađene narodne rukotvorine kao i organizirati aktivnosti na upoznavanju naslijeđa, načina života i tradicionalne kulture seoskih područja.

Ugostiteljske usluge na plovnom objektu

Pod uvjetima utvrđenim Zakonom o ugostiteljskoj djelatnosti, propisima donesenim na osnovu ovog Zakona i drugim propisima ugostitelj - fizičko lice može pružati usluge prehrane, pića i napitaka na svom plovnom objektu za najviše 20 gostiju istodobno.

NADZOR

Upravni nadzor nad primjenom Zakona o ugostiteljskoj djelatnosti i propisa donesenih na osnovu ovog Zakona vrši Federalno ministarstvo okoliša i turizma. Inspekcijski nadzor nad provođenjem ovog Zakona i propisa donesenih na osnovu ovog Zakona, te pojedinačnih akata, uvjeta i načina rada nadziranih davaoca ugostiteljskih usluga provodi Federalna uprava za inspekcijske poslove i županijski organ uprave nadležan za inspekcijske poslove u okviru svojih nadležnosti i u skladu sa posebnim propisima koje na prijedlog resornih ministarstava donosi Vlada Federacije i vlade kantona.

TURISTIČKE ZAJEDNICE

Zakonom o turističkim zajednicama i promicanju turizma u Federaciji Bosne i Hercegovine uređuje se ustrojstvo i način rada turističkih zajednica, te osnovna načela njihova financiranja i gospodarenja.

Turistička zajednica osniva se radi jačanja i promicanja turizma Federacije BiH i privrednih interesa pravnih i fizičkih lica, u djelatnostima ugostiteljstva i turizma i s tim djelatnostima neposredno povezanih djelatnosti. Turistička zajednica pravno je lice. Prava i obaveze turističke zajednice utvrđuju se Zakonom i Statutom turističke zajednice. Svojestvo

pravnog lica turistička zajednica stiče danom upisa u upisnik turističkih zajednica. Upisnik vodi Federalno ministarstvo okoliša i turizma.

Zajednički ciljevi turističkih zajednica su:

1. unapređivanje općih uvjeta boravka turista i to osobito podizanje kvalitete turističkih i drugih komplementarnih usluga, očuvanjem i stvaranjem prepoznatljivog i privlačnog turističkog okružja i osiguranjem turističkog gostoprinstva na području za koje su osnovane.
2. pomoć turističkog proizvoda područja za koja su osnovane, sukladno sistemu promicanja turizma i njegovim posebnim i općim zadacima od razine mjesta do razine Federacije, a radi uključivanja u europske i svjetske turističke tokove.
3. razvijanje svijesti o važnosti i ekonomskim, društvenim i drugim učincima turizma, te po potrebi i važnosti očuvanja i unapređenja svih elemenata turističkog proizvoda određenog područja, a osobito zaštite okoliša.

Tijela turističke zajednice su:

- Skupština - najviše tijelo upravljanja u turističkoj zajednici,
- Turističko vijeće - izvršno tijelo turističke zajednice,
- Nadzorni odbor - nadzor,
- Predsjednik turističke zajednice - lice koje predstavlja turističku zajednicu.

Skupština turističke zajednice najviše je tijelo upravljanja u turističkoj zajednici. Skupštinu turističke zajednice čine članovi i predstavnici članova turističke zajednice. Prava članova turističke zajednice u upravljanju turističkom zajednicom utvrđuju se prema visini udjela članova u prihodima turističke zajednice i njihovom značaju za ukupni razvoj turizma.

Turističko vijeće izvršno je tijelo skupštine turističke zajednice. Turističko vijeće obavlja poslove utvrđene ovim zakonom i statutom turističke zajednice. Turističko vijeće odgovorno je skupštini turističke zajednice. Turističko vijeće može pravovaljano odlučivati ukoliko sjednici prisustvuje više od polovice članova vijeća. Turističko vijeće odlučuje većinom glasova prisutnih članova.

Turistička zajednica ima predsjednika koji predstavlja turističku zajednicu. Predsjednika turističke zajednice bira i razrješava skupština turističke zajednice. Predsjednik turističke zajednice je i predsjednik turističkog vijeća. Predsjednik turističke zajednice saziva i predsjedava skupštini turističke zajednice i saziva i predsjedava sjednicama turističkog vijeća.

Nadzorni odbor nadzire:

1. vođenje poslova turističke zajednice,
2. materijalno i finansijsko poslovanje i raspolaganje sredstvima turističke zajednice i podružnica,
3. izvršenje i provedbu rada i finansijskog plana turističke zajednice.

O obavljenom nadzoru, nadzorni odbor podnosi pisani izvještaj turističkom vijeću i skupštini turističke zajednice.

Stručne i administrativne poslove vezane za zadaće turističke zajednice obavljaju turistički uredi u kantonalnim, odnosno Glavni ured u Turističkoj zajednici Federacije BiH, na čijem čelu je direktor ureda. Programske aktivnosti i rad turističkih zajednica, kako je to zakonodavac predvidio, pokrivaju se iz izvornih prihoda, i to prvenstveno od boravišnih taksi koje plaćaju gosti-korisnici usluga smještaja u Federaciji BiH i članarina u turističkim zajednicama koje plaćaju njene članice. Turističke zajednice mogu ostvarivati i druge prihode pogotovo kad se radi o ciljanim projektima koji su u funkciji unapređenja turizma i koji se finansiraju uz potporu međunarodnih vladinih i nevladinih organizacija, i iz namjenskih sredstava predviđenih u Budžetu općine, županije i Federacije BiH.

Boravišna taksa

Vlada Federacije Bosne i Hercegovine, na prijedlog Federalnog ministarstva okoliša i turizma, donijela je **Uredbu o boravišnoj taksu** kojom se uređuje obaveza plaćanja boravišne takse, obveznici plaćanja, te naplate i raspoređivanje sredstava boravišne takse. Boravišnu taksu plaća građanin - domaći i strani državljanin koji se izvan svog prebivališta u turističkom mjestu koristi uslugama noćenja u smještajnom objektu u kojem se obavlja ugostiteljska ili turistička djelatnost.

Boravišna taksa plaća se po svakom ostvarenom noćenju. Smještajnim objektom u smislu ove Uredbe podrazumijevaju se: hotel, pansion, motel, apartman, odmaralište za djecu i omladinu, kamp, kuća i stan za odmor, soba za iznajmljivanje, lječilište, planinarski dom, omladinski hotel, apartman kojeg pravno i fizičko lice izdaje turistima i putnicima, vez u luci nautičkog turizma i svi drugi objekti u kojima se turistima i putnicima pružaju usluge smještaja.

Boravišnu taksu plaća vlasnik kuće ili stana za odmor u turističkom mjestu i sva lica koja borave u toj kući ili stanu. Boravišnu taksu plaćaju kada u kući i stanu za odmor u turističkom mjestu borave u periodu ljetne sezone od 15. lipnja do 15. rujna ili za period zimske sezone od 15. prosinca do 15. ožujka. Boravišnu taksu plaća i vlasnik plovila koje se nalazi na vezu u luci nautičkog turizma kada boravi na plovilu, te sve osobe koje borave na tom plovilu. Kućom ili stanom za odmor smatra se svaka zgrada ili stan koji se koriste sezonski ili povremeno. Kućom za odmor, u smislu ove uredbe, ne smatraju se gospodarske zgrade koje služe za smještaj poljoprivrednih mašina, alata i sl.

Boravišnu taksu ne plaćaju:

1. djeca do dvanaest godina starosti,
2. slijepe, gluhe i osobe s fizičkim invaliditetom,
3. sudionici školskih ekscurzija organiziranih od strane školske ustanove,
4. lica upućena na liječenje u lječilište od strane zdravstvene ustanove,
5. strani državljani koji su po međunarodnim propisima i sporazumima oslobođeni plaćanja takse,
6. pripadnici Ministarstva unutarnjih poslova i Ministarstva obrane, kada noće u smještajnom objektu, a nalaze se na izvršenju službenih zadaća,
7. sezonski radnici s prijavljenim boravkom u turističkom mjestu.

Osobe od 12 do navršениh 26 godina starosti, plaćaju boravišnu taksu umanjenu za 50%. Vlasnik kuće ili stana za odmor i članovi njegove uže porodice, plaćaju boravišnu taksu umanjenu za 70%. Članovima uže porodice vlasnika kuće i stana za odmor u smislu ove Uredbe smatraju se supružnici, djeca, pastorčad, usvojenici, roditelji i usvojitelji.

Fizička lica koja su registrirana za pružanje usluga smještaja u domaćinstvu u skladu sa propisom kojim se uređuje ugostiteljska djelatnost, plaćaju godišnji paušalni iznos boravišne takse za svaki krevet i smještajnu jedinicu u kampu koji se koriste za pružanje usluga smještaja. Dodatni (pomoćni kreveti) oslobođeni su plaćanja godišnjeg paušalnog iznosa boravišne takse. Iznimno, ugostitelj koji u skladu sa rješenjem o odobrenju za pružanje ugostiteljskih usluga smještaja u domaćinstvu, iznajmljuje dvije sobe ili jedan apartman do najviše četiri postelje, u općinama u kojima je prosječna godišnja popunjenost kapaciteta u privatnom smještaju prema podacima turističke zajednice manja od 40 dana, boravišnu taksu mogu naplatiti istodobno s naplatom pružene usluge noćenja ili boravišnu taksu platiti u paušalnom iznosu.

Ugostitelji su dužni godišnji paušalni iznos boravišne takse uplatiti na uplatni račun turističke zajednice kantona do 31. srpnja tekuće godine ili u tri rate, s tim da posljednja rata dospijeva 30. rujna tekuće godine, a u skladu sa propisom kojeg donosi Vlada Federacije Bosne i Hercegovine. Visinu boravišne takse i visinu paušalne boravišne takse na prijedlog federalnog ministra okoliša i turizma utvrđuje Vlada Federacije Bosne i Hercegovine u prvoj polovini tekuće godine za sljedeću godinu.

Pravna i fizička lica koja pružaju usluge noćenja u smještajnom objektu dužna su, u roku od 24 sata po dolasku prijaviti i po odlasku odjaviti turističkoj zajednici kantona sva lica kojima se pruža usluga noćenja u smještajnom objektu. Pravna i fizička lica koja pružaju usluge noćenja, odnosno usluge korištenja veza u smještajnim objektima i lukama naplaćuju boravišnu taksu istodobno s naplatom pružene usluge.

Iznimno, kada pravna i fizička lica naplatu boravišne takse obavljaju istodobno s naplatom usluge pružene na osnovu ugovora, ista su obavezna boravišnu taksu uplatiti tri dana nakon naplate računa, a najkasnije u roku od 7 dana po pruženoj usluzi. U računu za usluge noćenja, odnosno korištenje veza, posebno se označuje iznos naplaćene boravišne takse, a u slučaju neplaćanja odnosno umanjenja boravišne takse navodi se osnova oslobađanja od plaćanja, odnosno plaćanja 50 % ili 30 % dijela.

Pravna i fizička lica koja pružaju usluge noćenja u smještajnom objektu dužna su uplatiti boravišnu taksu u roku od pet dana po isteku svakog tjedna na uplatni račun turističke zajednice

Županije. Turistička zajednica županije obavezna je, tri dana od protoka roka za uplatu, prispjela sredstva doznačiti korisnicima. Nadzor nad provođenjem Uredbe o boravišnoj taksi obavlja Federalno ministarstvo okoliša i turizma.

Nadzor nad prijavom boravka građana koji se koriste uslugama noćenja u smještajnim objektima u turističkom mjestu izvan svog prebivališta, nadzor nad naplatom i uplatom boravišne takse, kao i nadzor nad raspoređivanjem sredstava boravišne takse obavljaju Federalna uprava za inspekcijske poslove, županijski organ uprave nadležan za inspekcijske poslove i Porezna uprava Federacije Bosne i Hercegovine, sva u okviru svojih nadležnosti utvrđenih propisima. Obaveznici plaćanja boravišne takse dužni su podnijeti godišnju prijavu nadležnoj Ispostavi Porezne uprave Federacije Bosne i Hercegovine, prema sjedištu obaveznika, do 28. veljače tekuće godine za predhodnu godinu, a u skladu sa odredbama Zakona o Poreznoj upravi Federacije Bosne i Hercegovine i Pravilniku o podnošenju prijave. Prinudna naplata se provodi po propisima o naplati poreza i doprinosa.

Pravna ili fizička lica koja pružaju usluge noćenja u smještajnim objektima odnosno korištenje veza u luci nautičkog turizma, te vlasnici kuća ili stanova za odmor, koji u propisanom roku turističkoj zajednici županije uplate sredstva boravišne takse, nadležni inspektor rješenjem će naložiti da sredstva boravišne takse uplate turističkoj zajednici županije.

Članarine u turističkim zajednicama

Vlada Federacije Bosne i Hercegovine, na prijedlog Federalnog ministarstva okoliša i turizma, donijela je **Uredbu o članarinama u turističkim zajednicama** kojom se utvrđuju kriteriji za razvrstavanje turističkih mjesta u razrede, raspoređivanje članarine, skupine privrednih djelatnosti i procenti po kojima se obračunava i plaća članarina turističkoj zajednici, rokovi za uplatu članarine, kao i nadzor nad naplatom članarine. Obaveznim članom turističke zajednice postaje svako pravno i fizičko lice koje na području Federacije BiH ima svoje sjedište ili poslovnu jedinicu koja ostvaruje prihod obavljanjem ugostiteljskih i turističkih, te s turizmom neposredno povezanih djelatnosti.

Visina članarine koju plaća pravno i fizičko lice kao obavezni član turističke zajednice ovisi:

- o razredu turističkog mjesta gdje je sjedište ili poslovna jedinica pravnog lica,
- o pripadnosti pravnom ili fizičkom licu,
- o stopi na ukupan prihod utvrđenoj ovom uredbom.

Pravno lice plaća članarinu turističkoj zajednici u županiji u kojem ima sjedište tvrtke. Pravno lice koje ima poslovnu jedinicu izvan sjedišta tvrtke plaća dio članarine kantonima gdje poslovne jedinice imaju sjedište, srazmjerno učešću poslovne jedinice u ukupnom prometu pravne tvrtke. Fizičko lice plaća članarinu prema sjedištu nadležnog organa koji je izdao odobrenje za obavljanje djelatnosti.

Nadzor nad naplatom članarine od pravnih i fizičkih lica obavljaju Federalna uprava za inspekcijske poslove i županijski organ uprave nadležan za inspekcijske poslove, svatko u okviru svojih nadležnosti utvrđenih propisima.

Raporedivanje prikupljenih sredstava od boravišne takse i članarine turističkim zajednicama

Uplaćena sredstva od boravišne takse i članarine turističkim zajednicama dostavljaju se korisnicima prema sljedećem rasporedu:

1. 80% sredstava turističkoj zajednici županije;
2. 20% sredstava turističkoj zajednici Federacije BiH.

Turistička zajednica Federacije Bosne i Hercegovine i turističke zajednice županije su dužne ostvarena sredstva od boravišne takse i članarine turističkim zajednicama rasporediti na sljedeći način:

1. 35% za unapređenje turizma;
2. 25% namjenski za očuvanje, konzerviranje i obnavljanje kulturno-povijesnog naslijeđa i namjenski za očuvanje, zaštitu i obnavljanje prirodnog naslijeđa.

Za konkretnu primjenu Zakona o turističkoj djelatnosti, Zakona o ugostiteljskoj djelatnosti i Zakona o turističkim zajednicama i promicanju turizma u Federaciji Bosne i Hercegovine donesen je veći broj podzakonskih akata od strane Vlade Federacije BiH i federalnog ministra nadležnog za oblast turizma. Uz naprijed navedene zakone, za oblast turizma su značajni i ostali zakonski propisi, a naročito Zakon o privrednim društvima i Zakon o obligacionim odnosima.

Zakon o privrednim društvima propisuje oblike i način osnivanja gospodratsvenih subjekata (pa samim tim i onih koji se bave djelatnošću turizma i ugostiteljstva), njihove organe, položaj u pravnom prometu i drugo.

Zakon o obligacionim odnosima kao sustavni zakon je naslijeđen od bivše SFRJ s urađenim korekcijama primjerenim datom vremenu. Ovim zakonom uređuju se osnovi obligacionih odnosa i ugovorni i drugi obligacioni odnosi u oblasti prometa robe i usluga.

Ugovori u turizmu

Zakon o obligacionim odnosima u Glavi XXIV od članova 859 do 879, zaključno, razrađuje ugovor o organiziranju putovanja, dok u Glavi XXV u članovima 880 do 884, zaključno, razrađuje posrednički ugovor o putovanju.

Ugovorom o organiziranju putovanja obavezuje se organizator putovanja da pribavi putniku skup usluga koje se sastoje od prijevoza, boravka i drugih usluga koje su sa njima vezane, a putnik se obavezuje organizatoru platiti jednu ukupnu (paušalnu) cijenu.

Posredničkim ugovorom o putovanju posrednik se obavezuje da, u ime i za račun putnika, zaključi bilo ugovor o ogranizovanju putovanja, bilo ugovor o izvršenju jedne ili više posebnih usluga koje omogućuju da se ostvari neko putovanje ili boravak, a putnik se obavezuje da za to plati naknadu.

U Glavi XXVI ovog Zakona u članovima 885 do 896, zaključno, su sadržane odredbe koje se odnose na ugovor o angažovanju ugostiteljskih kapaciteta (ugovor o alotmanu).

Ugovorom o alomanu ugostitelj se obavezuje da u toku određenog vremena stavi na raspolaganje turističkoj agenciji određeni broj ležaja u određenom objektu, pruži ugostiteljske usluge licima koje uputi agencija i plati joj određenu proviziju, a ova se obavezuje da nastoji da ih popuni, odnosno da obavijesti u utvrđenim rokovima da to nije u mogućnosti, kao i da plati cijenu pruženih usluga ukoliko je koristila angažovane hotelske kapacitete.

U ovim odredbama zakon je propisao obaveze turističke agencije (obavezu obavještavanja, pridržavanja ugovorenih cijena, plaćanje ugostiteljskih usluga, izdavanje posebne pismene isprave licima koje šalje), i obaveze ugostitelja (obaveza stavljana na korištenje ugovorenih smještajnih kapaciteta, jednakog postupanja, nemijenjanja cijena usluga i plaćanje provizije). Na kraju ove glave razrađeno je pravo turističke agencije u pogledu odustanka od ugovora o angažovanju smještajnih kapaciteta (ukoliko je obavještenje dato u ugovorenom roku), kao i obaveza turističke agencije da popuni angažovane kapacitete. Ukoliko je ugovorom ova obaveza predviđena, turistička agencija je dužna platiti i angažovane kapacitete koje nije popunila.

Ovo je bio kraći presjek važećeg zakonodavstva iz oblasti turizma i ugostiteljstva u Federaciji Bosne i Hercegovine uz napomenu da na nivou države Bosne i Hercegovine takvi propisi uopće i ne postoje obzirom da je ova oblast u nadležnosti entiteta i županija. Na kraju ovog materijala kao prilog daje se pregled zakona i podzakonskih akata koji reguliraju ovu izuzetno važnu privrednu oblast.

PRERGLJED PROPISA

IZ OBLASTI TURIZMA I UGOSTITELJSTVA

TURISTIČKA DJELATNOST

- **Zakon o turističkoj djelatnosti**
("Službene novine Federacije BiH" broj: 32/09)
- **Uredba o inspekcijskom nadzoru nad provođenjem Zakona o turističkoj djelatnosti koji provodi Federalna uprava za inspekcijske poslove**
(„Službene novine Federacije BiH“ broj 58/09)
- **Pravilnik o stručnom ispitu za vođitelja poslovnice**
(„Službene novine Federacije BiH“ broj 30/10)
- **Pravilnik o minimalno-tehničkim uvjetima i načinu pružanja usluga putničkih agencija**
("Službene novine Federacije BiH" broj 30/10)
- **Pravilnik o upisniku putničkih agencija**
("Službene novine Federacije BiH" broj 30/10)
- **Pravilnik o obliku, sadržaju i načinu vođenja knjige žalbi**
("Službene novine Federacije BiH" broj 30/10)
- **Pravilnik o stručnom ispitu za turističke vođiče**
("Službene novine Federacije BiH" broj:30/10)
- **Pravilnik o upisniku turističkih vođiča**
("Službene novine Federacije BiH" broj 30/10)
- **Pravilnik o iskaznici turističkog vođiča**
("Službene novine Federacije BiH" broj 30/10)

UGOSTITELJSKA DJELATNOST

- **Zakon o ugostiteljskoj djelatnosti**
(„Službene novine Federacije BiH“ broj: 32/09)
- **Uredba o inspekcijskom nadzoru nad provedbom Zakona o ugostiteljskoj djelatnosti koji provodi Federalna uprava za inspekcijske poslove**
(„Službene novine Federacije BiH“ broj 41/11)
- **Pravilnik o razvrstavanju, minimalnim uvjetima i kategorizaciji ugostiteljskih objekata iz skupine Hoteli**
(„Službene novine Federacije BiH“ br. 32/10, 53/10 i 76/11)
- **Pravilnik o razvrstavanju i minimalnim uvjetima ugostiteljskih objekata iz skupina „Restorani“, „Barovi“, „Catering objekti“ i „Objekti jednostavnih usluga“**
(„Službene novine Federacije BiH“ broj 40/10)
- **Pravilnik o pružanju usluga u pokretnim objektima**
(„Službene novine Federacije BiH“ broj 40/10)
- **Pravilnik o obliku, sadržaju i načinu vođenja knjige žalbi**
(„Službene novine Federacije BiH“ broj 40/10)
- **Pravilnik o obliku, sadržaju i načinu vođenja knjige gostiju i popisa gostiju**
(„Službene novine Federacije BiH“ broj. 40/10)
- **Pravilnik o upisnicima ugostiteljskih objekata i o upisnicima o pružanju ugostiteljskih usluga u domaćinstvu i seljačkom domaćinstvu**
(„Službene novine Federacije BiH“ broj 40/10)

- **Pravilnik o razvrstavanju, minimalnim uvjetima i kategorizaciji ugostiteljskih objekata u seljačkom domaćinstvu**
(„Službene novine Federacije BiH“ br. 35/10)
- **Pravilnik o razvrstavanju, minimalnim uvjetima i kategorizaciji objekata u koji se pružaju ugostiteljske usluge u domaćinstvu**
(„Službene novine Federacije BiH“ br. 35/10, 53/10 i 76/11)

- Pravilnik o razvrstavanju, minimalnim uvjetima i kategorizaciji drugih vrsta ugostiteljskih objekata za smještaj iz skupine „Kampovi i druge vrste ugostiteljskih objekata za smještaj“

(„Službene novine Federacije BiH“ broj 68/10)

- Pravilnik o razvrstavanju, minimalnim uvjetima i kategorizaciji ugostiteljskih objekata kampova iz skupine „Kampovi i druge vrste ugostiteljskih objekata za smještaj“

(„Službene novine Federacije BiH“ broj 70/10)

TURISTIČKE ZAJEDNICE

- Zakon o turističkim zajednicama i promicanju turizma u Federaciji Bosne i Hercegovine

(„Službene novine Federacije BiH“ br. 19/96 i 28/03)

- Uredba o članarinama u turističkim zajednicama

(„Službene novine Federacije BiH“ broj: 18/09)

- Uredba o boravišnoj taksi/pristojbi

(„Službene novine Federacije BiH“ broj: 18/09)

- Uputstvo o načinu obračuna i uplate članarine turističkim zajednicama za 2003. godinu

(„Službene novine Federacije BiH“ broj 9/04)

- Pravilnik o obliku i sadržaju obrazaca za uplatu članarine turističkim zajednicama

(„Službene novine Federacije BiH“ broj 50/03)

- Pravilnik o proglašenju i razvrstavanju turističkih mjesta u razrede

(„Službene novine Federacije BiH“ broj 50/03)

- Odluka o periodu turističke predsezona, glavne sezone i posezone u turističkim mjestima

(„Službene novine Federacije BiH“ broj 21/98)

- Pravilnik o obrascima i načinu vođenja upisnika turističkih zajednica

(„Službene novine Federacije BiH“ br. 23/96 i 46/01)

- Pravilnik o postupku prijave i odjave turista i načinu vođenja popisa turista
(„Službene novine Federacije BiH“ broj 23/96)
- Odluka o utvrđivanju visine boravišne takse/pristojbe za 2012. godinu
(„Službene novine Federacije BiH“ broj 43/11)
- Odluka o utvrđivanju visine boravišne takse/ pristojbe za fizičke osobe koje su registrirane za pružanje usluga smještaja u domaćinstvu za 2012. godinu
(„Službene novine Federacije BiH“ broj 43/11)

OSTALO

- Zakon o privrednim društvima
(„Službene novine Federacije BiH“ br. 23/99, 45/00, 02/02, 06/02, 29/03, 68/05, 91/07 i 85/08)
- Zakon o obligacionim odnosima
(„Službeni list R BiH“ br. 2/92 i 13/94)
- Posebne uzanse/uzance u ugostiteljstvu
(„Službene novine Federacije BiH“ broj 7/97)