

Марија Жикић,
Славко Лукић

АНАЛИЗА НАДЛЕЖНОСТИ И КАПАЦИТЕТА ЈЕДИНИЦА ЛОКАЛНИХ САМОУПРАВА У ОБЛАСТИ ТУРИЗМА



**АНАЛИЗА НАДЛЕЖНОСТИ И КАПАЦИТЕТА
ЈЕДИНИЦА ЛОКАЛНИХ САМОУПРАВА
У ОБЛАСТИ ТУРИЗМА**

Марија Жикић, Славко Лукић

**АНАЛИЗА НАДЛЕЖНОСТИ И КАПАЦИТЕТА
ЈЕДИНИЦА ЛОКАЛНИХ САМОУПРАВА
У ОБЛАСТИ ТУРИЗМА**

Београд, 2022

**АНАЛИЗА НАДЛЕЖНОСТИ И КАПАЦИТЕТА
ЈЕДИНИЦА ЛОКАЛНИХ САМОУПРАВА
У ОБЛАСТИ ТУРИЗМА**

Аутори

Марија Жикић, Славко Лукић

Издавач

Стална конференција градова и општина
– Савез градова и општина Србије
Македонска 22, 11000 Београд

За издавача

Никола Тарбук, генерални секретар СКГО

Лектура

Љупка Мирковић Дубајић

Дизајн и припрема за штампу

Атеље, Београд
www.atelje.rs

Место и година издавања

Београд, 2022.

ISBN 978-86-80480-59-6

Садржај

Списак табела, слика и графикана.....	7
Листа скраћеница.....	9
УВОД.....	11
1. МЕТЕДОЛОГИЈА ИЗРАДЕ АНАЛИЗЕ КАПАЦИТЕТА И КОМПЕТЕНЦИЈА ЛОКАЛНИХ САМОУПРАВА ЗА ОБЛАСТ ТУРИЗМА, УЗ ИЗРАДУ ПРЕПОРУКЕ ЗА ПОБОЉШАЊА.....	13
2. СТРАТЕШКИ, ПРАВНИ И ИНСТИТУЦИОНАЛНИ ОКВИР У ОБЛАСТИ ТУРИЗМА	17
Кратак осврт на имплементацију стратешког и законодавног оквира.....	23
3. АНАЛИЗА ОРГАНИЗАЦИОНИХ И ФУНКЦИОНАЛНИХ АСПЕКТА НАДЛЕЖНОСТИ У ОБЛАСТИ ПЛАНИРАЊА РАЗВОЈА ТУРИЗМА У ЈЛС	29
Функционалне надлежности у складу са Законом о туризму	32
Функционалне надлежности у складу са Законом о угоститељству.....	38
Функционалне надлежности у складу са Законом о бањама.....	43
4. МОГУЋНОСТИ И ПОТЕНЦИЈАЛИ ЗА РАЗВОЈ ЛОКАЛНИХ ТУРИСТИЧКИХ ПРОИЗВОДА У ЈЛС	45
ЈЛС – препознатљиве туристичке дестинације.....	53
5. КРЕИРАЊЕ КОНКУРЕНТСКЕ ПОЗИЦИЈЕ – ДИГИТАЛИЗАЦИЈА И НОВИ ПОСЛОВНИ МОДЕЛИ	61
6. МОГУЋНОСТИ УСПОСТАВЉАЊА САРАДЊЕ У ОБЛАСТИ ТУРИЗМА	73
7. ПРЕПОРУКЕ НАМЕЊЕНЕ НАЦИОНАЛНОМ НИВОУ, ЈЕДИНИЦАМА ЛОКАЛНЕ САМОУПРАВЕ И СКГО УСМЕРЕНЕ НА УНАПРЕЂЕЊЕ ПЛАНИРАЊА И РАЗВОЈА ТУРИЗМА НА ЛОКАЛНОМ НИВОУ	83
8. ПРИЛОЗИ	87
Прилог 1.....	89
Прилог 2.....	103
9. ЛИТЕРАТУРА	127

Списак табела, слика и графикана

Табела 1. Преглед интервјуисаних ЈЛС

Табела 2. Приоритетне туристичке дестинације

Табела 3. Туристички промет – доласци у Србији по годинама

Табела 4. Туристички промет – остварена ноћења у Србији 2019–2020.

Табела 5. Туристички промет у бањским местима 2019–2020.

Табела 6. Туристички промет у планинским местима 2019–2020.

Табела 7. Основе разлике између е-туризма и „паметног“ туризма

Табела 8. Користи система *eТуристџа*

Графикон 1. Организациона структура у оквиру локалне администрације за послове развоја туризма и угоститељства

Графикон 2. Број запослених у ГУ/ОУ на пословима туризма

Графикон 3. Послови којима се баве организационе јединице надлежне за послове туризма

Графикон 4. Да ли ЈЛС има основану локалну туристичку организацију

Графикон 5. Послови које обавља локална туристичка организација

Графикон 6. Просечан број запослених у ЛТО

Графикон 7. Начин финансирања ЛТО

Графикон 8. Кључни туристички производи у ЈЛС

Графикон 9. Допринос ЈЛС развоју конкурентске предности туристичке дестинације

Графикон 10. Процент реализације пројеката у туризму путем ЈПП

Графикон 11. Подршка привреди у КОВИД кризи

Графикон 12. Учешће броја ноћења туриста у укупном броју ноћења по статистичким територијалним јединицама у РС у 2020. години

Слика 1. Виртуелна шетња кроз народни музеј у Власотинцу

Слика 2. Виртуелна изложба „Рубенсови кругови“ у Народном музеју у Београду

Слика 3. Приказ трека пешачке стазе, Стазе и Богазе, <http://www.stazeibogaze.info/>

Слика 4. ВебГИС Сокобања, <https://sokobanja.ls.gov.rs/>

Слика 5. Мобилна ГИС апликација Е-водич Сокобања

Слика 6. Туристичке интерактивне табле у Великом Градишту и Пожаревцу

Листа скраћеница

СКГО	Стална конференција градова и општина
ЈЛС	Јединица локалне самоуправе
МТТТ	Министарство трговине, туризма и телекомуникација
ТОС	Туристичка организација Србије
ГУ	Градска управа
ОУ	Општинска управа
ЛТО	Локална туристичка организација
ЈП	Јавно предузеће
НВО	Невладина организација
ДМО	Дестинацијска менаџмент организација
ЈПП	Јавно-приватно партнерство
РРА	Регионална развојна агенција
РПК	Регионална привредна комора
СТО/WTO	Светска Туристичка организација
WEF (<i>World Economic Forum</i>)	Светски економски форум
ГИС	Географски информациони систем
РГЗ СКН	Републички геодетски Завод – Служба за катастар непокретности
ЗУП	Закон о општем управном поступку
ПЛФ	Природно лековити фактор
ИКТ	Информационо комуникационе технологије
Т&Т сектор (<i>Tourism & Travel sector</i>)	Сектор туризма и путовања
ЦОР	Циљеви одрживог развоја
ЦЕОП	Централна евиденција обједињене процедуре

УВОД

Анализа надлежности и капацитета јединица локалних самоуправа у области туризма, реализује се у оквиру Компоненте 2 – опште подршке свим локалним самоуправама пројекта “Подршка локалним самоуправама у Србији на путу придруживања ЕУ: Унапређење квалитета услуга, дијалога заинтересованих страна и ефикасности локалне администрације” који реализује Стална конференција градова и општина – СКГО.

Циљ Анализе, који је дефинисан пројектним задатком СКГО, јесте утврђивање надлежности и капацитета јединица локалних самоуправа за планирање развоја туризма, односно капацитета запослених на пословима туризма, затим мапирање потенцијала за развој туризма у складу са важећим стратешким и законодавним оквиром, као и израда препорука намењених националном нивоу, јединицама локалне самоуправе и СКГО усмерених на унапређење планирања и развоја туризма на локалном нивоу, кроз препоруке за унапређење капацитета запослених, сумирајући, са друге стране, могућности креирања конкурентске позиције и успостављања сарадње у области туризма на локалном нивоу.

Током деценија туризам је континуирано растао и обухватао низ диверсификованих активности да би постао једна од најбрже растућих привредних делатности и веома важан економски сектор на глобалном нивоу. Ова динамика је поставила туризам као кључни покретач друштвено-економског развоја, пре свега у недовољно развијеним срединама.

Иако је туризам и у Србији имао значајан раст последњих десетак година, и то како у броју остварених ноћења, тако и у броју туриста, домаћих и страних, данас дели судбину дешавања на глобалном нивоу и суочава се са великим изазовом који је условљен мерама и последицама пандемије вируса КОВИД 19. Наиме, према подацима МТТТ пад долазака туриста у 2020. год., износио је 50,7% у односу на 2019. год., као пад од 38,4% остварених ноћења у односу на 2019. год¹.

Такође, треба имати у виду, да и поред значајних улагања државе у развој туристичке инфраструктуре и супраструктуре, конкурентност Србије као туристичке дестинације и пре пандемије није била на неком завидном нивоу, јер се Србија на конкурентној листи Светског економског Форума за туризам и путовања у 2019. год., налазила на 83. месту од 140 рангираних држава, па је генерално потребно још доста напора како би се унапредила конкурентност Србије као туристичке дестинације.

¹ Статистички подаци о туристичком промету у Републици Србији, <https://mtt.gov.rs/sektori/sektor-za-turizam/korisne-informacije-turisticki-promet-srbija-kategorizacija/>

Међутим, улога и значај туризма заузима значајно место и то како у националним, тако и локалним стратешким документима и плановима. Улога јединица локалне самоуправе у развоју туризма је од суштинске важности, што је и њихова надлежност у складу са Законом о локалној самоуправи². Готово да нема локалне самоуправе у Србији која нема развој туризма утврђен као свој стратешки приоритет, али се реална подршка његовом развоју доста разликује и најчешће одвија несистематски. Такође, обављање послова из надлежности ЈЛС, које су утврђене Законом о туризму и Законом о угоститељству, одвијају се прилично неуједначено на територији целе земље.

Управо из ових разлога, ова анализа има за циљ да сагледа капацитет локалних самоуправа за спровођење надлежности из области туризма, као и сам начин обављања ових надлежности, посебно имајући у виду да су Закон о туризму („Сл. гласник РС”, бр. 17/2019) и Закон о угоститељству („Сл. гласник РС”, бр. 17/2019) који су усвојени пре две године, донели и неке значајне новине. Резултати анализе треба да послуже актерима на свим нивоима власти да се евентуално уочени проблеми разреше и превазиђу, да се примери добре праксе истакну, као и да се, са друге стране, обављање функције развоја туризма и друго спровођење надлежности у области туризма и угоститељства на највећи могући начин уједначи, кроз дате препоруке и будућу едукацију.

² Члан 20. став 1. тачка 6. Закона о локалној самоуправи („Сл. гласник РС”, бр. 129/2007, 83/2014 – др. закон, 101/2016 – др. закон и 47/2018)

1.

МЕТОДОЛОГИЈА ИЗРАДЕ АНАЛИЗЕ КАПАЦИТЕТА И КОМПЕТЕНЦИЈА ЛОКАЛНИХ САМОУПРАВА ЗА ОБЛАСТ ТУРИЗМА, УЗ ИЗРАДУ ПРЕПОРУКЕ ЗА ПОБОЉШАЊА

Методологија израде Анализе израђена је на основу описа послова за ангажовање експерата и укључује употребу неколико различитих квалитативних и квантитативних методолошких алата који су се примењивали током различитих фаза израде Анализе и иста је предвидела блиску сарадњу са локалним самоуправама, а базирана је на неколико кључних корака и фаза, као и дефинисаној структури документа која је креирана у опису посла од стране СКГО.

Кључни методолошки алати и кораци приликом израде Анализе јесу:

1. Деск анализа – примарно прикупљање података

Примарно прикупљање података базирало се на деск анализи правног и стратешког оквира за развој туризма у ЈЛС. Овим методолошким приступом анализирани су надлежности ЈЛС у области развоја туризма на локалном нивоу које су дефинисане:

- Законом о туризму („Сл. гласник РС”, бр. 17/2019),
- Законом о угоститељству („Сл. гласник РС”, бр. 17/2019),
- Законом о бањама („Сл. гласник РС”, бр. 80/92, 67/93 – др. закон и 95/2018 – др. закон),
- Закон о локалној самоуправи („Сл. гласник РС”, бр. 129/2007, 83/2014 – др. закон, 101/2016 – др. закон и 47/2018),
- Законом о планском систему Републике Србије („Сл. гласник РС”, бр. 30/2018).

Такође, у анализу су били укључени и сви релевантни подзаконски акти:

- Уредба о утврђивању приоритетних туристичких дестинација, зона, локација и категорија објеката у местима за одмор и туристичким местима у приоритетним туристичким дестинацијама („Сл. гласник РС”, бр. 35/2011 и 90/2011),

- Уредба о условима и начину утврђивања висине годишњег износа боравишне таксе за физичко лице које пружа угоститељске услуге смештаја у објектима домаће радности и сеоском туристичком домаћинству, као и начин и рокови плаћања („Сл. гласник РС”, бр. 47/2019 и 51/2019),
- Уредба о највишем и најнижем износу боравишне таксе („Сл. гласник РС”, бр. 44/2013, 132/2014),
- Уредба о условима и начину заједничког извршавања поверених послова („Сл. гласник РС”, број 19/2021),
- Правилник о садржини и начину израде програма развоја туризма („Сл. гласник РС”, број 86/2020),
- Правилник о начину уношења, рада, вођења и коришћења централног информационог система и његовој садржини и врсти података („Сл. гласник РС”, бр. 87/2020 и 67/2021),
- Правилник о условима и начину обављања угоститељске делатности, начину пружања угоститељских услуга, разврставању угоститељских објеката и минимално техничким условима за уређење и опремање угоститељских објеката („Сл. гласник РС”, бр. 48/2012 и 58/2016),
- Правилник о категоризацији туристичких места („Сл. гласник РС”, бр. 24/2012, 31/2012 – испр. и 102/2015) и др.

Могућности и потенцијали за развој локалних туристичких производа у ЈЛС сагледане су кроз смернице за развој туризма утврђене Стратегијом развоја туризма Републике Србије 2016–2025. Због значаја развоја бањског туризма, који актуелном агендом Владе РС има значајну подршку, дат је посебан осврт на преглед посебних мера Владе РС за подршку развоју бањског туризма, али и примени Закона о накнадама за коришћење јавних добара („Сл. гласник РС”, бр. 95/2018, 49/2019, 86/2019 – усклађени дин. изн., 156/2020 и усклађени дин. изн. и 15/2021 – доп. усклађених дин. изн.).

2. Истраживање путем упитника

У циљу прикупљања конкретних података о управљању развојем туризма на локалном нивоу и директним ефектима примене законских прописа на развој туризма, као и сагледавања функционалних аспеката и капацитета ЈЛС за управљање развојем туризма и вршење надлежности дефинисаних законима, креиран је онлајн упитник који је обухватао следеће области:

- Капацитети ЈЛС за планирање и развој туризма,
- Туристичке организације за промоцију туризма,
- Спровођење надлежности ЈЛС у области угоститељске делатности,
- Надзор над на применом Закона о угоститељству,
- Финансирање развоја туризма на локалном нивоу,
- Капацитети ЈЛС за коришћење подстицајних мера,
- Међуопштинска сарадња,
- Планирање развоја туризма у околностима КОВИД 19 и одговор ЈЛС на „КОВИД кризу”.

Упитник се састојао од структурираних питања у циљу добијања сажетих и прецизних података који су статистички обрађени и графички приказани у Анализи³.

Позив за попуњавање онлајн упитника је прослеђен путем Мреже за локални економски развој СКГО свим ЈЛС. Упитник су попуниле 53 локалне самоуправе, што представља 30,46% од укупног броја локалних самоуправа у Србији. Од укупног броја ЈЛС које су попуниле упитник, 38% ЈЛС припада региону Шумадије и западне Србије, 26% региону јужне и источне Србије, 32% региону Војводине и 4% граду Београду. Према степену развијености: 26% ЈЛС припада првој групи, односно степен развијености им је изнад просека Републике, 22% другој групи чији је степен развијености 80–100% републичког просека, 26% трећој групи чији је степен развијености 60–80% републичког просека, 22% четвртој групи чији је степен развијености испод 60% републичког просека и 4% девастираних ЈЛС.

3. Дубински интервју

У циљу добијања прецизнијих података, као и допуне информација прикупљених на основу упитника, реализовани су додатни интервјуи на узорку од 35 ЈЛС.

Како би се обезбедио репрезентативни узорак, интервјуисане су ЈЛС, и то:

- минимум једна ЈЛС из сваке од 18 приоритетних туристичких дестинација дефинисаних Стратегијом развоја туризма Републике Србије 2016–2025,
- ЈЛС које нису дефинисане Стратегијом као приоритетне дестинације, али имају туризам као свој стратешки циљ развоја.

Додатни критеријуми односили су се на географску заступљеност и степен развоја ЈЛС. Узорак обухвата заступљеност ЈЛС из сваког региона Републике Србије, односно: Регион Војводине, Регион Шумадије и Западне Србије и Регион Јужне и источне Србије, у складу са процентуалним учешћем региона у приоритетним туристичким дестинацијама, односно 22% регион Војводине, 45% Регион Шумадије и Западне Србије и 33% Регион Јужне и источне Србије. Град Београд није обухваћен анализом због неупоредивости података са осталим ЈЛС. Такође, водило се рачуна о процентуалној заступљености ЈЛС свих степена развијености у складу са Уредбом о утврђивању јединствене листе развијености региона и јединица локалне самоуправе за 2014. год.⁴, односно 17% I категорија развијености, 26% II категорија, 31% III група и 26% IV група. Дефинисани узорак обухватио је и 10 градова, односно 28,5% узорка.

³ Модел упитника дат је у прилогу

⁴ <https://ras.gov.rs/uploads/2019/01/uredba-o-utvrdivanju-jedinstvene-liste-razvijenosti-regiona-i-jedinica-l-2.pdf>

Табела 1. Преглед интервјуисаних ЈЛС				
	I група	II група	III група	IV група
Регион Војводине	Суботица, Кањижа	Бачки Петровац, Сомбор, Сремски Карловци	Ковачица, Рума, Бач, Алибунар	Крупањ
Регион Шумадије и Западне Србије	Чачак, Ваљево	Врњачка Бања, Топола, Чајетина, Шабац	Лозница, Краљево, Ивањица, Параћин	Рашка, Нова Варош, Сјеница
Регион Јужне и источне Србија	Ниш, Пожаревац	Врање, Мајданпек	Деспотовац, Сокобања, Неготин	Власотинце, Голубац, Књажевац, Куршумлија, Жагубица
	17%	26%	31%	26%

4. Обрада прикупљених података

Последња фаза односи се на обраду добијених података и израду самог текста Анализе уз поштовање структуре документа који је дефинисан условима ангажовања од стране СКГО.

2.

Стратешки, правни и институционални оквир у области туризма

Надлежност општина и градова у складу са Законом о локалној самоуправи („Сл. гласник РС”, бр. 129/2007, 83/2014 – др. закон, 101/2016 – др. закон и 47/2018), између осталог, јесте да се стара се о развоју и унапређењу туризма, занатства, угоститељства и трговине. Законом о туризму („Сл. гласник РС”, 17/2019) и Законом о угоститељству („Сл. гласник РС”, 17/2019) ближе су одређени послови у области туризма и угоститељства који су у надлежности локалне самоуправе, а пре тога су били одређени Законом о туризму („Сл. гласник РС”, бр. 36/2009, 88/2010, 99/2011 – др. закон, 93/2012 и 84/2015) који је обједињавао све области.

Стратешки оквир за развој туризма дефинисан је Стратегијом развоја туризма Републике Србије за период од 2016. до 2025. године („Сл. гласник РС” бр. 98/2016) (*гаље: Стрaтeијa*), која дефинише дугорочне правце развоја туризма и представља плански документ највишег реда у области туризма за територију Републике Србије, као и основу за планирање на локалном нивоу.

Стратегија се реализује путем Стратегијског мастер плана, Стратегијског маркетинг плана, програма развоја туристичких производа, као и просторних и урбанистичких планова израђених и донетих у складу са законом.

За приоритетне туристичке дестинације, у складу са Стратегијом развоја туризма Републике Србије 2016–2025, Програми развоја туризма требало би да обухвате више јединица локалне самоуправе, односно све ЈЛС на чијој је територији или делу територије планирана туристичка дестинација у складу са Стратегијом.

На овај начин, осим постизања интегрисаног развоја туризма туристичке дестинације, штеде се и значајни ресурси ЈЛС (у новцу, људима, времену...)

Један од примера сарадње ЈЛС у делу планирања развоја туризма, у складу са Законом о туризму, јесте Програм развоја туризма регије Западна Србија 2020–2025.

Стратегијски мастер план⁵ се доноси за приоритетну туристичку дестинацију. Мастер план доноси Влада Републике Србије на предлог министарства надлежног за послове туризма.

До 2021. године у Републици Србији израђено је 17 стратегијских мастер планова за приоритетне туристичке дестинације, од чега 16 у периоду 2007–2009. год., и то:

- | | |
|--------------------------------------|--|
| 1. Копаоник | 10. Тара |
| 2. Голија | 11. Власина |
| 3. Палић | 12. Златибор, Златар |
| 4. Стиг, Бељаница и Кучајске планине | 13. Бесна Кобила |
| 5. Доње Подунавље | 14. Сремски Карловци са Фрушком гором |
| 6. Горње Подунавље | 15. Бач, Бачки Петровац, Бачка Паланка |
| 7. Пут римских царева | 16. Ново Милошево |
| 8. Сокобања | 17. Фрушка Гора – за територију општине Ириг, израђен 2021. год. |
| 9. Стара планина | |

Иако су Стратегијом развоја туризма Републике Србије набројане приоритетне туристичке дестинације и премда је у претходном периоду за неке туристичке дестинације израђен стратегијски мастер план, **стварни приоритети, како је дефинисано Стратегијом, зависе од интереса и капацитета инвеститора**, било да је реч о директним инвестицијама или о моделима ЈПП-а, **као и способности сваке од дестинација да на тржишту промовише и реализује потребне инвестиције.**

Послови у области туризма, који су у надлежности јединица локалне самоуправе дефинисани су Законом о туризму, и односе се на: начин планирања и развоја туризма, рад туристичке организације за промоцију туризма, обављање услуга у туризму, Регистар туризма, као и друга питања од значаја за развој и унапређење туризма.

Планирање развоја туризма на нивоу локалне самоуправе од суштинске је важности за повећање конкурентности туристичке понуде. Законом о туризму је предвиђено да јединица локалне самоуправе доноси програм развоја туризма, који представља документ локалне јавне политике, уз претходно прибављено мишљење министарства надлежног за послове туризма, и законом је предвиђена новчана казна за одговорно лице, уколико се програм развоја донесе без прибављене претходне сагласности Министарства.

Садржина и начин израде програма развоја туризма дефинисани су Правилником о садржини и начину израде програма развоја туризма („Сл. гласник РС”, бр. 86/2020). Програм треба да садржи конкретне предлоге и смернице за развој и унапређење конкурентности туристичке понуде на територији јединице локалне самоуправе намењене актерима туристичке привреде. **Програм развоја туризма може бити донет за једну или више јединица локалне самоуправе, уколико се на њиховој територији налази део туристичке дестинације и доноси на период од најмање 5 година.**

5 Стратегијски мастер план је комплексан, истраживачки и свеобухватан плански документ којим се на основу стратегије развоја туризма Републике Србије утврђују циљеви, програми и планови раста и развоја туризма, инвестиције у туризму, планови маркетинга и конкурентности, као и мере за њихово спровођење, за одређену туристичку дестинацију.

У складу са Законом о планском систему Србије⁶, приликом израде Програма развоја туризма јединице локалне самоуправе неопходно је водити рачуна и о усклађености са планским документима донетим на републичком нивоу и нивоу аутономне покрајине, односно у складу са Стратегијом развоја туризма Републике Србије и програмом развоја туризма аутономне покрајине, водећи рачуна о надлежностима јединице локалне самоуправе. Планска документа по правилу се усклађују тако што се посебни циљеви преузимају из планских докумената у складу са којим се доносе и постају општи циљеви. Где је то могуће, преузимају се и рокови утврђени за постизање тих циљева.

Иако Правилником о садржини и начину израде програма развоја туризма, нису предвиђене консултације приликом израде програма развоја туризма, с обзиром на то да се ради о документу јавне политике, потребно је да се у складу са Законом о планском систему Републике Србије омогући учешће свих заинтересованих страна и циљних група у процесу консултација, које треба спроводити у свим фазама током израде докумената јавних политика. Такође, пре усвајања самог документа, у складу са Законом о планском систему Србије, ЈЛС је у обавези да спроведе јавну расправу којом се омогућују додатне консултације и учешће јавности у поступку доношења Програма развоја туризма ЈЛС. С обзиром на то да доношење програма развоја туризма није само по себи циљ, потребно је утврдити механизам праћења реализације планираних активности и ефеката спроведених мера у циљу *ex-post* анализе, која би требало да се ради на основу периодичних извештаја о реализацији акционог плана, и у којима је потребно квалитативно и квантитативно утврдити проценат испуњења планираних индикатора.

У циљу развоја и валоризације појединих делова своје територије који због значаја захтевају посебан режим управљања, јединице локалне самоуправе имају и могућност да иницирају проглашење туристичког простора на својој територији, у складу са Законом о туризму⁷. Туристички простор представља јединствену и недељиву географску и функционалну целину природних и створених ресурса и вредности од значаја за туризам. На овај начин могуће је ефикасније управљање и одрживо коришћење одређених просторних целина које су битне за развој туристичких производа и понуде. Поступак за проглашење туристичког простора покреће се предлогом за проглашење туристичког простора, који припрема Министарство, у складу са Стратегијским мастер планом и студијом оправданости за проглашење туристичког простора. У складу са Законом о туризму, Влада Републике Србије доноси акт о проглашењу туристичког простора који садржи: назив и опис туристичког простора, површину, опис и графички приказ граница, циљеве проглашења, кључне туристичке атракције, податке о власништву и попис катастарских парцела, обавезе у погледу развоја туризма, других облика коришћења простора, као и назив и седиште субјекта коме се поверава управљање туристичким простором (у даљем тексту: управљач туристичког простора). Управљач туристичког простора може бити постојећа јавна служба или привредно друштво које је основано за обављање делатности у области туризма, и то од стране јавног предузећа, односно Републике Србије, аутономне покрајине или јединице локалне самоуправе и у коме је капитал тог оснивача већински, или се може поверити дестинацијској менаџмент организацији или другом правном лицу, које се одређује по спроведеном поступку јавног оглашавања или прикупљањем понуда⁸. У складу са законом, управљач туристичког простора доноси програме и друга акта којима

6 Закон о планском систему Републике Србије („Сл. гласник РС”, бр. 30/2018)

7 Члан 16. Закона о туризму („Сл. гласник РС”, бр. 17/2019)

8 Члан 14. Закона о туризму („Сл. гласник РС”, бр. 17/2019)

се регулише ближи оквир режима, развоја и коришћења, као и мере заштите туристичког простора, а јединица локалне самоуправе може уговором да повери управљачу туристичког простора послове обезбеђивања услова за уређивање, коришћење, унапређење и заштиту грађевинског земљишта и послове координације на одржавању комуналног реда и чистоће у туристичком простору. Управљач туристичког простора може да оствари и приход на основу накнаде за коришћење туристичког простора од стране других привредних и физичких лица, као што су⁹:

1. Коришћење посебно уређених терена за поједине намене коришћења (паркирање, рекреација, спорт, постављање реклама, постављање забавних објеката и др.),
2. Постављање привремених објеката за угоститељство, туризам и трговину,
3. Улазак у туристички простор.

Законом о туризму је предвиђена и могућност категоризације туристичких места у четири категорије која се евидентира у Регистру туризма, а одређује се у зависности од оствареног туристичког промета, као и степена изграђености саобраћајне, комуналне и туристичке инфраструктуре. Процедура за категоризацију туристичког места дефинисана је Правилником о категоризацији туристичких места („Сл. гласник РС”, бр. 24/2012, 31/2012 – испр. и 102/2015). Категоризација туристичког места није законом обавезујућа. Захтев за одређивање категорије туристичког места подноси јединица локалне самоуправе и то за подручје насељеног места, дела територије или целокупне територије на којој се простире јединица локалне самоуправе, у складу са законом којим се уређује туризам. Захтев за одређивање категорије туристичког места могу заједнички поднети и две или више јединице локалне самоуправе. **У зависности од категорије туристичког места, одређује се и висина боравишне таксе која је одређена Уредбом о највишем и најнижем износу боравишне таксе („Сл. гласник РС”, бр. 44/2013, 132/2014) и креће се у распону од 60,00–160,00 РСД.**

За послове промоције туризма, локалне самоуправе могу да оснују туристичку организацију или да те послове повере другом правном лицу. Промоцију туризма могу обављати и туристичке организације регије које оснивају две или више јединица локалне самоуправе. Туристичка организација јединице локалне самоуправе обавља следеће послове у складу са Законом о туризму¹⁰:

- промоција и развој туризма јединице локалне самоуправе,
- координирање активности и сарадње између привредних и других субјеката у туризму који непосредно и посредно делују на унапређењу развоја и промоцији туризма и на програмима едукације и усавршавања вештина запослених у туризму,
- доношење годишњег програма рада и плана промотивних активности у складу са Стратегијским маркетинг планом, плановима и програмима ТОС-а,
- обезбеђивање и унапређивање информативно-пропагандног материјала којим се промовишу туристичке вредности јединице локалне самоуправе (штампане публикације, аудио и видео промотивни материјал, онлајн средства промоције – интернет презентација, друштвене мреже и пратеће дигиталне активности, сувенири, итд.),
- прикупљање и објављивање информација о целокупној туристичкој понуди на својој територији, као и друге послове од значаја за промоцију туризма,

9 Члан 249. Закона о накнадама за коришћење јавних добара („Сл. гласник РС”, бр. 95/2018, 49/2019, 86/2019 – усклађени дин. изн., 156/2020 – усклађени дин. изн. и 15/2021 – доп. усклађених дин. изн.)

10 Закон о туризму („Сл. гласник РС”, бр. 17/2019)

- организовање и учешће у организацији туристичких, научних, стручних, спортских, културних и других скупова и манифестација,
- организовање туристичко-информативних центара (за прихват туриста, пружање бесплатних информација туристима, прикупљање података за потребе информисања туриста, упознавање туриста са квалитетом туристичке понуде, упознавање надлежних органа са притужбама туриста и др.),
- управљача туристичког простора,
- посредовање у пружању услуга у домаћој радиности и сеоском туристичком домаћинству,
- подстицање реализације програма изградње туристичке инфраструктуре и уређења простора,
- израда, учешће у изради, као и реализација домаћих и међународних пројеката из области туризма,
- припрема и прикупљање података, састављање упитника, анализа и других информација,
- у вези са обављањем привредне делатности, као и друге активности у складу са законом, оснивачким актом и статутом.

ЈЛС, односно локалне туристичке организације, своје програме промотивних активности доносе у складу са Стратегијским маркетинг планом.¹¹ У циљу координације активности и усклађености промотивних кампања, локалне туристичке организације, или правна лица која обављају послове промоције туризма, дужна су да **годишњи програм рада и промотивних активности доставе на сагласност ТОС-у**, у супротном не могу да остваре право на подстицајна средства код надлежног министарства. Туристичка организација јединице локалне самоуправе дужна је да на захтев Министарства и ТОС-а у року од 15 дана достави тражене податке, упитнике, анализе и друге информације које сагласно закону прикупља. Такође, Законом о туризму прописани су и услови које мора да испуњава директор локалне туристичке организације.

У складу са Законом о туризму, локална самоуправа прописује програм, начин и услове полагања стручног испита за локалног туристичког водича и образује комисију за полагање испита. Надлежни орган јединице локалне самоуправе или више јединица локалних самоуправа дужни су да, пре њиховог усвајања, програм, начин и услове полагања стручног испита за локалног туристичког водича доставе Министарству на претходно мишљење. Локална самоуправа прописује и висину таксе за полагање стручног испита, издавање уверења и ознаке, а **дужна је и да води евиденцију локалних туристичких водича**, као поверени посао и исту доставља Регистру туризма који води АПР.

Законом о угоститељству („Сл. гласник РС”, бр. 17/2019) уређују се услови и начин обављања угоститељске делатности, обављање угоститељске делатности у објектима наутичког туризма и објектима ловног туризма, боравишна такса и пенали, као и друга питања од значаја за њихов развој и унапређење. **Локална самоуправа, у складу са овим законом као поверени посао, обавља и категоризацију објеката у домаћој радиности, односно објеката типа: апартман, соба, кућа и сеоско туристичко домаћинство. Подношење захтева за категоризацију објеката од 1.10.2020. године подноси се електронски путем централног информационог система eТуристиа.** ЈЛС је дужна да пружаоцима услуге смештаја учини приступ овом систему доступним, као и да води евиденцију

¹¹ Члан 10. став 4. Закона о туризму („Сл. гласник РС”, бр. 17/2019)

свих категорисаних објеката које су у надлежности ЈЛС, али и некатегорисаних угоститељских објеката типа: вила, коначиште, хостел и сл. и да податке о њима уноси у ЦИС. Надлежни орган јединице локалне самоуправе доноси решење којим одређује категорију објеката, са роком важења од три године, а на основу записника комисије за категоризацију објеката.

Закон о угоститељству донео је још једну новину, а то је **паушално плаћање боравишне таксе** за одређену категорију угоститеља. Наиме, прописано је да боравишну таксу плаћа угоститељ, који као физичко лице пружа услуге смештаја у објектима домаће радиности (кућа, апартман и соба) и сеоском туристичком домаћинству, и исту плаћа у утврђеном годишњем износу на прописан начин. Уредбом о условима и начину утврђивања висине годишњег износа боравишне таксе за физичко лице које пружа угоститељске услуге смештаја у објектима домаће радиности и сеоском туристичком домаћинству, као и начин и рокови плаћања („Сл. гласник РС”, бр. 47/2019 и 51/2019) утврђен је начин и висина плаћања боравишне таксе. Сагласно Уредби, надлежни орган јединице локалне самоуправе дужан је да за сваки угоститељски објекат утврди висину годишњег износа боравишне таксе. Висина годишњег износа боравишне таксе за физичко лице утврђује се тако што се број индивидуалних лежаја, односно камп, множи са износом боравишне таксе по индивидуалном лежају, односно камп парцели у зависности од територије на којој се угоститељски објекат налази, и то за:

1. I категорија туристичког места – 3.300,00 динара;
2. II категорија туристичког места – 2.600,00 динара;
3. III категорија туристичког места – 2.000,00 динара;
4. IV категорија туристичког места – 1.300,00 динара.

Ако се угоститељски објекат не налази у границама туристичког места, број индивидуалних лежаја и камп парцела множи се са износом од 1.000,00 динара.

Утврђену висину годишњег износа боравишне таксе за текућу годину физичко лице плаћа квартално, до петог у месецу за претходни квартал, уплатом у корист буџета јединице локалне самоуправе на чијој територији се угоститељски објекат налази.

Инспекцијски надзор над применом Закона о угоститељству врши локална самоуправа преко овлашћених инспектора, као поверени посао, у делу којим се уређује¹²:

1. обављање угоститељске делатности пружања услуга смештаја у кућама, апартманима, собама, становима и другим просторима за које није издато решење о категоризацији,
2. испуњеност прописаних услова и начина обављања угоститељске делатности у објектима домаће радиности, сеоском туристичком домаћинству и хостелу,
3. испуњеност прописаних услова у погледу уређења и опремања угоститељског објекта, који се односе на одвођење дима, паре и мириса, као и других непријатних емисија, у делу који јединица локалне самоуправе ближе уређује својим актом (члан 26. став 1. овог закона),
4. испуњеност прописаних услова у погледу уређења и опремања угоститељског објекта у којима се емитује музика или изводи забавни програм, а којима се обезбеђује заштита од буке, у делу који јединица локалне самоуправе ближе уређује својим актом (члан 26. став 2. овог закона),

¹² Закон о угоститељству („Сл. гласник РС”, бр. 17/2019)

5. испуњеност прописаних техничких и других услова у угоститељском објекту, који се налази у стамбеној згради, као и начин обављања угоститељске делатности, у зависности од начина услуживања и врсте услуга које се претежно пружају у том угоститељском објекту, у делу који јединица локалне самоуправе ближе уређује својим актом (члан 26. став 3. овог закона),
6. боравишне таксе (наплата и уплата, истицање у рачуну и др.),
7. испуњеност услова и рокова усаглашености угоститељских објеката са актом из члана 77. овог закона,
8. истицање и придржавање прописаног радног времена у угоститељском објекту.

Институционални оквир за вршење надлежности у области туризма и угоститељства, а које су дефинисане Законом о туризму и Законом о угоститељству, представљају органи и организације јединице локалне самоуправе, као и друга правна лица која ЈЛС могу да оснују у складу са законом. Део који се односи на плански развој туризма и угоститељства, категоризацију објеката и вршење надзора, јединица локалне самоуправе организационо врши преко општинске или градске управе, док се послови промоције туризма врше преко локалне туристичке организације, која је најчешће основана у форми јавне службе. У складу са чл. 41. ЈЛС послове промоције туризма ЈЛС може поверити и другом правном лицу, а у складу са чл. 44. Закона о туризму Туристичка организација, уз сагласност оснивача, у циљу планирања, координације и управљања туристичким активностима, може са другом туристичком организацијом, привредним друштвом, другим правним лицем и предузетником који обавља делатност из области саобраћаја, туризма, угоститељства, промета робе и услуга, културе, спорта, информисања, конгресних и сајамских активности, основати организацију за оперативне, маркетиншке и промотивне послове.

Кратак осврт на имплементацију стратешког и законодавног оквира

- Усвајањем два одвојена закона – Закона о туризму и Закона о угоститељству 2019. године, дефинисани су послови у овим областима, од којих су неки у надлежности ЈЛС, као што су: планирање развоја туризма на локалном нивоу, пословање организације за промоцију туризма на локалном нивоу, категоризација објеката домаће радиности, обављање инспекцијског надзора – локална туристичка инспекција. Циљ усвајања ових закона је био боља координација рада свих актера јавног и приватног сектора у туризму, смањење сиве економије и дигитализација одређених пословних процеса. Усвајање ових закона донело је и неке новине у раду ЈЛС, као што је коришћење централног информационог система *eТуристџа* за подношење захтева за категоризацију и пријављивање гостију, промена начина наплате боравишне таксе у домаћој радиности тако што за ове објекте ЈЛС доноси решења и плаћање се врши у утврђеном годишњем износу, законска обавеза ЛТО да доставе годишњи програма рада и програм промотивних активности Туристичкој организацији Србије на сагласност;

- Стратешки оквир за планирање на локалном нивоу представља Стратегија развоја туризма Републике Србије и Програм развоја туризма АП Војводина (за ЈЛС на територији АП Војводина), који дефинишу основне правце развоја, кључне туристичке производе и туристичке дестинације. С обзиром на то да доношење програма развоја туризма није законска обавеза, нису га израдиле све ЈЛС. Према добијеним информацијама од стране МТТТ до сада је дато позитивно мишљење за 6 Програма развоја туризма јединице локалне самоуправе, што је изузетно мали проценат имајући у виду број програма које су ЈЛС израдиле, а готово занемарљив имајући у виду укупан број ЈЛС. Из овог разлога потребно је додатно подићи капацитете ЈЛС у области планирања развоја туризма;
- Акционим планом Стратегије развоја туризма РС, у периоду 2017–2020. планирана је стручна подршка ЈЛС у изради програма развоја туризма, као и израда веб апликације за информисање, праћење и координацију активности у спровођењу Стратегије на свим нивоима. У циљу подршке процесу планирања на локалном нивоу у области туризма, Стална конференција градова и општина објавила је Приручник за планирање развоја туризма у јединицама локалне самоуправе¹³. Међутим, још увек није успостављена координација и извештавање о реализацији Стратегије, као ни програма развоја туризма ЈЛС, како је превиђено акционим планом стратегије;
- За приоритетне туристичке дестинације, у складу са Законом о туризму, предвиђена је израда Стратегијских мастер планова за развој дестинације. Акционим планом Стратегије за развој туризма РС, планирано је да се у периоду 2016–2020. год. ажурирају постојећи мастер планови приоритетних туристичких дестинација, као и да се до 2025. год. Припреме и усвоје 9 нових стратегијских мастер планова, при чему би водеће институције за имплементацију ових активности требало да буду локалне самоуправе и МТТТ. До данас није ажуриран ни један постојећи стратегијски мастер план, а припремљен је и усвојен један нови, који је предвиђен Стратегијом на знатно ширем географском подручју од усвојеног;
- Урбани развој приоритетних туристичких дестинација требало би да буде усклађен са Стратегијским мастер планом дестинације, односно полазну основу за израду просторних и урбанистичких планова у приоритетним туристичким дестинацијама и туристичком простору, у складу са Законом о туризму, треба да представља Стратегијски мастер план. Међутим, поставља се питање колико је ова законска обавеза испоштована у пракси с обзиром на то да Законом о планирању и изградњи, који представља законски основ за урбанистичко планирање, ова обавеза није предвиђена. Такође се поставља питање координације планског развоја туристичке дестинације и урбанистичког планирања на приоритетним туристичким дестинацијама које се налазе на територији више ЈЛС. Због значаја планског развоја приоритетних туристичких дестинација у циљу подизања конкурентности туристичке понуде, препорука је да се у наредном периоду овај сегмент законски дефинише, а законски прописи у области планирања развоја туризма и просторног планирања ускладе;
- У циљу успостављања управљања и одрживог развоја туристичких дестинација, на основу примера добре праксе, у периоду од 2017–2020. год. планирана је припрема и усвајање модела акта о условима за оснивање, начин организовања и рада организација за управљање туристичким дестинацијама, од стране МТТТ и ТОС. Модел акта до данас није презентован јавности, уколико је уопште припремљен.

13 http://www.skgo.org/storage/app/uploads/public/162/858/709/1628587095_Priru%C4%8Dnik%20za%20razvoj%20turizma%2009082021%20final%20web.pdf

Већина урађених стратегијских мастер планова за приоритетне туристичке дестинације предвиђа успостављање дестинацијских менаџмент организација или компанија као пословни модел управљања. Како је протекао значајан временски период од када је појам ДМО први пут уведен у Закон о туризму¹⁴, односно од тада је протекло више од 10 година, а већина туристичких актера на локалном нивоу још увек не препознаје могућности или није довољно упозната са овим моделом управљања туристичком дестинацијом, што се може детаљније видети у наредном поглављу, препорука је да се у наредном периоду посвети значајнија пажња подизању капацитета запослених у области туризма на свим нивоима, а, пре свега локалном у вези са начином организовања и управљања туристичким дестинацијама. Такође, **ни међуопштинска сарадња у области туризма није посебно развијена**, иако за то постоје услови како у складу са Законом о туризму, тако и у складу са Законом о локалној самоуправи. Наиме, јединице локалне самоуправе, њени органи и службе, као и предузећа, установе и друге организације чији је оснивач, остварују сарадњу и удружују се са другим јединицама локалне самоуправе и њеним органима и службама у областима од заједничког интереса и ради њиховог остваривања могу удруживати средства и образовати заједничке органе, предузећа, установе и друге организације и установе, у складу са законом и статутом¹⁵. У складу са овим одредбама формирана је једино **Туристичка организација регије Западна Србија**, у форми јавне службе, док у другим деловима Србије постоји више иницијатива које су у различитом статусу реализације. Из овог разлога, потребно је развити моделе управљања туристичком дестинацијом, у складу са законодавним оквиром, али уз сагледавање свих предности и недостатака истих, као и извршити додатну едукацију у области удруживања и међуопштинске сарадње;

- У овом тренутку постоје три проглашена туристичка простора на територији Републике Србије, и то:
 - **Туристички простор „Тврђава Голубачки град”**, који је проглашен 2011. године, а којим управља Друштво са ограниченом одговорношћу за развој туризма Тврђава Голубачки град, чији су оснивачи 80% РС и 20% општина Голубац,
 - **Туристички простор „Лепенски Вир”**, који је проглашен 2011. године, а којим управља „Управљач туристичког простора Лепенски Вир” д. о. о. Бољетин, чији су оснивачи 80% РС и 20% општина Мајданпек.
 - **Туристички простор „Парк Палић”**, који је проглашен 2008. године а којим управља „Друштво са ограниченом одговорношћу за управљање развојем туристичког простора „Парк Палић” Палић”, чији су оснивачи: 33,33% АП Војводина, 33,33% РС и 33,33% град Суботица.

Финансирање управљача туристичких простора, одвија се на два начина: Из сопствених прихода од обављања делатности на комерцијалној основи (продаја улазница, сувенира, изнајмљивање простора и сл.) и из јавних средстава. Начини финансирања ова три управљача простора се веома разликују, иако је начин оснивања исти. „Лепенски вир” д. о. о. се у потпуности финансира самостално и након 10 година од оснивања се показало да је самоодржив. Док се „Тврђава Голубачки град” и „Парк Палић” д.о.о. финансирају из јавних

14 Закон о туризму („Сл. гласник РС”, бр. 36/2009)

15 Члан 88. Закона о локалној самоуправи („Сл. гласник РС”, бр. 129/2007, 83/2014 – др. закон, 101/2016 – др. закон и 47/2018)

средства и то: из републичког, покрајинског („Парк Палић“) и из локалног буџета, при чему је учешће јавних средстава код „Тврђаве Голубачки град“ д.о.о. релативно мало, док је код „Парка Палић“ д.о.о. овај начин финансирања основни. Начин оснивања управљача простора у форми друштва са ограниченом одговорношћу, који обављају и комерцијалну делатност, онемогућила им је да користе донаторска средства из међународних фондова, како су истакли поједини представници управљача простора, а што може да представља значајан начин финансирања разних инвестиционих активности за развој и унапређење туристичког простора. Из тог разлога треба бити обазрив приликом доношења будућих одлука о избору организационог облика управљача туристичког простора, уколико се формирају неки нови туристички простори и оснивају управљачи простора, јер ће многи ЕУ фондови остати недоступни за управљаче.

У складу са законом, јединица локалне самоуправе може уговором да повери управљачу туристичког простора послове обезбеђивања услова за уређивање, коришћење, унапређење и заштиту грађевинског земљишта и послове координације на одржавању комуналног реда и чистоће у туристичком простору. Ову законску могућност је искористио, на пример, град Суботица који је локалном одлуком ове послове поверио управљачу простора¹⁶;

- Унапређење развоја и ефикасног коришћења туристичке инфраструктуре и супраструктуре и успостављања система праћења стања и евиденције планирано је кроз пројекат ГИС¹⁷ туристичких дестинација, туристичке инфраструктуре и супраструктуре са: евиденцијом инфраструктурне опремљености и коришћења атракција по локацијама – прегледом стања и планске документација по дестинацијама, прегледом стања супраструктуре по дестинацијама, детаљним прегледом припремљених и потенцијалних пројеката за инвестициона улагања и прегледом неопходних активности по дестинацијама – преглед погодних локација за подизање објеката туристичке супраструктуре. Јединствена ГИС платформа није успостављена, али постоји више локалних ГИС система које су јединице локалне самоуправе реализовале кроз разне донаторске програме, као нпр. Сокобања, Врање, Куршумлија и сл.;
- Како је и превиђено Законом о угоститељству, успостављен је Централни информациони систем за туризам и угоститељство *eТуристиа* који функционише од 1. октобра 2010. године. *eТуриста* садржи све релевантне податке о пружаоцима услуга смештаја и објектима за смештај. Подношење захтева за категоризацију објеката врши се путем овог система, као и евиденција гостију од стране пружаоца услуге. На овај начин формирана је онлајн база података објеката и пружаоца услуге смештаја, а такође је могуће у реалном времену пратити кретање туристичке посећености сваке ЈЛС, као и структуру гостију. Систем генерише неколико врста извештаја и ови подаци би требало да допринесу изради адекватних анализа стања на основу којих би се креирала ефикаснија и циљана промоција, као и предузимале адекватне активности за даљи развој туризма. Све локалне самоуправе започеле су примену централног

16 Одлука о утврђивању граница просторног обухвата у коме се друштву са ограниченом одговорношћу за управљање туристичким простором „Парк Палић“ Палић поверавају делатности од општег интереса у циљу реализације Мастер плана Палић („Сл. лист града Суботице“, бр. 1/2010)

17 Географски информациони систем (ГИС) је систем за управљање просторним подацима и њима придруженим особинама. У најстрожем смислу то је рачунарски систем способан за интегрисање, складиштење, уређивање, анализу и приказ географских информација. У ширем смислу ГИС је оруђе „паметне карте“ која оставља могућност корисницима да постављају интерактивне упите (истраживања која ствара корисник), анализирају просторне информације и уређују податке.

информационог система *eТуристиа*, а само функционисање система eТуриста у јединицама локалне самоуправе описано је у наредном поглављу;

- Од 1. јула 2019. године Законом о угоститељству је прописано паушално плаћање боравишне таксе од стране пружаоца услуга смештаја у домаћој радиности (соба, апартман и кућа) и сеоским туристичким домаћинствима, а на основу решења о висини годишњег износа боравишне таксе који утврђује надлежни орган ЈЛС на чијој територији се објекат налази.;
- Вршење инспекцијског надзора преко овлашћених инспектора, у складу са чл. 80. Закона о угоститељству нису успоставиле све јединице локалне самоуправе. Тамо где је инспекцијски надзор успостављен, овлашћени инспектори врло често спроводе надзор и над другим областима као што су: комуналне делатности, саобраћај и сл. Оваква ситуација је најчешћа у малим локалним самоуправама. Разлог је недостатак кадрова због ограничења броја запослених, као и постојање и оправданост саме потребе за успостављањем локалне туристичке инспекције.

3.

Анализа организационих и функционалних аспеката надлежности у области планирања развоја туризма у ЈЛС

Функционисање јединица локалне самоуправе дефинисано је Законом о локалној самоуправи („Сл. гласник РС“, бр. 129/2007, 83/2014 – др. закон, 101/2016 – др. закон и 47/2018). Овим законом дефинисани су органи локалне самоуправе, њихова структура, надлежности и оквир деловања, као и улога осталих организација и институција на локалном нивоу. Поред овог закона, рад локалне самоуправе је детаљније уређен и статутом који доноси скупштина општине/града, а који је највиши правни акт јединице локалне самоуправе, а послови из одређене области дефинисани су секторским законима. У случају туризма и угоститељства то су: Закон о туризму и Закон о угоститељству, којима су дефинисане надлежности и послови јединица локалне самоуправе у овим областима.

Надлежности у области развоја туризма и угоститељства, јединице локалне самоуправе врше преко општинских/градских управа у оквиру којих се обављају нормативно-правни послови у овим областима, као и развојно планирање, док се промоција туризма, у складу са Законом о туризму, у највећем броју случајева обавља преко локалних туристичких организација.

Анализирајући резултате анкете, највећи број ЈЛС је успоставио организациону структуру за обављање послова туризма и угоститељства у оквиру локалне администрације, при чему код највећег броја ЈЛС (у 32 од 53 анкетираних ЈЛС), односно 60,4% , ови послови се обављају у оквиру одељења/службе које обавља више различитих послова. Свега 7,5 % ЈЛС је успоставило највиши организациони облик, односно посебно одељење или службу и сл. за обављање ових послова.

Уколико се анализира у оквиру којих одељења је успостављено обављање ових послова, у највећем броју ЈЛС, послови у области туризма и угоститељства се обављају у оквиру одељења за привреду и локални економски развој. У зависности од локалних прилика и капацитета, постоје и организационе јединице које поред ових послова обављају и низ других послова, који често и нису сродни, као што су нпр. послови у области урбанизма, стамбено-комунални послови, пољопривреда, инспекцијски надзор и сл. Ове различитости произилазе из могућности сваке ЈЛС да Статутом и Одлуком о организацији градске/општинске управе организују рад локалне администрације, а која углавном зависи од расположивих кадровских капацитета сваке ЈЛС.

Графикон 1. Организациона структура у оквиру локалне администрације за послове развоја туризма и угоститељства



Имајући у виду обавезу, која произилази из Закона о локалној самоуправи, неопходно је да свака локална самоуправа има успостављену организацију за обављање послова из области туризма и угоститељства. Са друге стране, значај туризма није подједнако исти за све ЈЛС. За оне коју на свом подручју имају развијенију туристичку дестинацију, ови послови су свакако битнији у односу на ЈЛС које су индустријски или административни центри, па самим тим и обављање ових послова добија више на значају, односно хијерархијски је боље позиционирано у структури локалне администрације. Такође, треба имати у виду и чињеницу да нису све ЈЛС истих капацитета у погледу величине, броја запослених и финансијских могућности, што такође утиче на начин организовања обављања послова у области туризма и угоститељства. Тако на пример, у 4 од 53 анкетиране ЈЛС, пословима туризма и угоститељства се баве запослени у ЛТО, укључујући и послове за које нису надлежни у складу са Законом о туризму. Ова ситуација се, у пракси, најчешће превазилази тако што запослени у ЛТО обављају ове послове неформално, а формално их потписује овлашћено лице општинске/градске управе.

Посматрајући са аспекта броја извршилаца ових послова, у највећем броју ЈЛС, односно око 73% посматраних градова и општина, овим пословима се бави само једно или 2 лица у општинској/градској управи. Од анализираних ЈЛС, које су учествовале у анкети, једна ЈЛС не обавља ни један посао у области туризма и угоститељства који је у надлежности локалне самоуправе, нити има систематизовано радно место.

Организационе јединице и запослени на пословима туризма и угоститељства у општинским/градским управама требало би да се баве следећим пословима:

- Стратешко планирање у области туризма,
- Припрема пројеката у области туризма,
- Имплементација и праћење пројеката у области туризма,
- Израда решења за категоризацију објеката за смештај врсте кућа, апартман, соба и сеоско туристичко домаћинство,
- Послови комисије за категоризацију објеката за смештај врсте кућа, апартман, соба и сеоско туристичко домаћинство,

- Припрема извештаја,
- Вршење надзора у складу са Законом о угоститељству,
- Припрема нормативних аката из области туризма и угоститељства,
- Подршка инвеститорима у области туризма.

Структура броја запослених који се баве пословима туризма и угоститељства је приказана на следећем графикану:



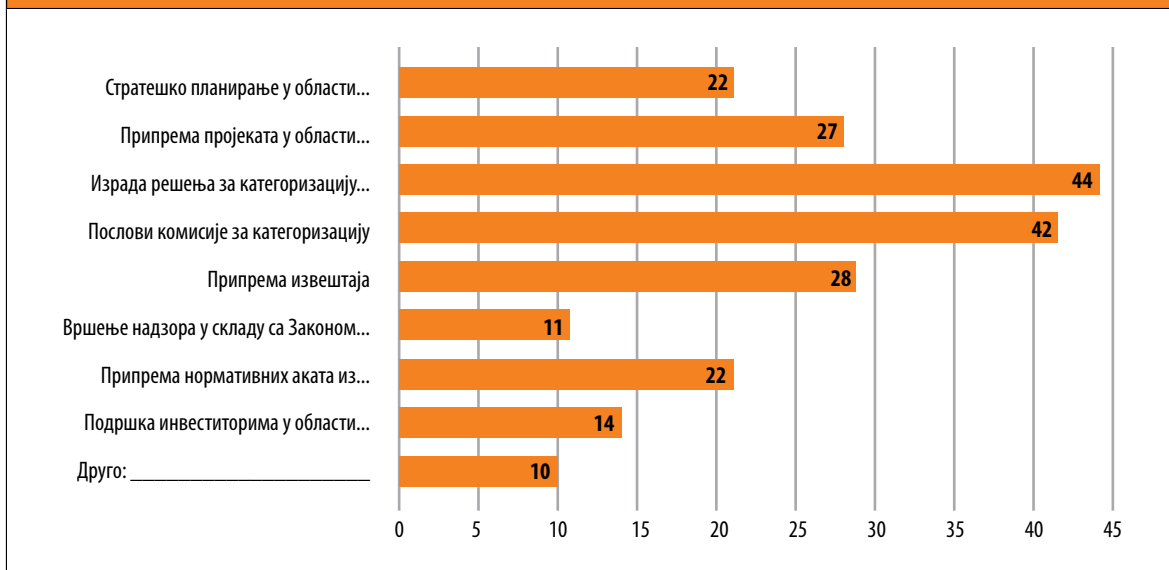
Највећи број, преко 80% анализираних ЈЛС, бави се категоризацијом смештаја у домаћој радиности. Преко 50% ЈЛС бави се и припремом и реализацијом развојних пројеката у области туризма, који за циљ имају унапређење туристичке понуде. Овим пословима углавном се баве организационе јединице које у свом саставу обављају и послове локалног економског развоја. Ове организационе јединице пружају и подршку инвеститорима у области туризма и угоститељства. Пословима стратешког планирања у области туризма и израдом нормативних аката из ове области, такође, бави се значајан број организационих јединица у чијој надлежности су послови туризма.

Иако Закон о угоститељству предвиђа могућност вршења надзора у складу са овим Законом, свега 21,2% анализираних општина врши надзор преко локалних туристичких инспектора. Имајући у виду значај вршења надзора, пре свега због смањења сиве економије и контроле наплате боравишне таксе, али и поштовања општинских одлука, као што је нпр. контрола буке из летњих башти, поштовање радног времена и сл., потребно је значајно повећати број ЈЛС које обављају и ове послове. Послови вршења надзора у складу са Законом о угоститељству углавном се обављају у ЈЛС које имају већи туристички промет.

Туристичком промоцијом бави се изузетно мали број општинских управа, 2 од 53 анкетираних ЈЛС (3,7%), јер ове послове обављају ЛТО у складу са Законом о туризму. Општинске управе углавном пружају подршку ЛТО приликом организације разних локалних манифестација.

Структура обављања послова, приказана је на следећем графikonу:

Графикон 3. Послови којима се баве организационе јединице надлежне за послове туризма



Функционалне надлежности у складу са Законом о туризму

Законом о туризму дефинисане су следеће функције које су у надлежности локалне самоуправе: планирање и развој, организације за промоцију туризма и услуге у туризму.

Планирање и развој туризма, у складу са чланом 4. Закона о туризму, обухвата: интегрално планирање развоја туризма и пратећих делатности, проглашење и одрживо коришћење туристичког простора, послове од посебног значаја за развој туризма, категоризацију туристичког места и спровођење подстицајних мера за развој туризма.

Локалне самоуправе у складу са својим надлежностима доносе Програм развоја туризма за период од најмање 5 година. Плански основ за израду Програма развоја туризма представља Закон о туризму, важећа Стратегија развоја туризма Републике Србије (у даљем тексту: Стратегија) и други прописи Републике Србије, као и акти донети од стране аутономне покрајине и јединице локалне самоуправе, а која су од значаја за развој туризма.

На питање да ли имају програм развоја туризма или неки други стратешки документ којим је туризам дефинисан као стратешки приоритет, 28,8% испитаних ЈЛС је одговорило да има, док је код 34,6% ЈЛС стратешки документ у изради, а чак 36,5% анкетираних ЈЛС нема важећи програм развоја туризма или неки други стратешки документ којим је туризам дефинисан као стратешки приоритет. У складу са овим одговорима може се закључити да нешто више од половине анкетираних ЈЛС, односно око 60%, има програм развоја туризма или ће га имати релативно брзо. Међутим, 44,2% испитаних ЈЛС је одговорило да је програм развоја туризма израђен у складу са Законом о туризму. Овај одговор односи се како на Програме који су већ усвојени, тако и на програме који су у фази

изради. Такође, највећи број програма развоја туризма урађен је уз екстерну подршку, па се **намеће закључак да је вероватно потребна додатна подршка ЈЛС у процесу доношења програма развоја туризма, посебно имајући у виду да је потребно испоштовати и законске обавезе које намеће Закон о планском систему у погледу транспарентности и укључивања јавности у поступак доношења докумената јавне политике.**

Програми развоја туризма који су усвојени или су у фази израде у највећем броју случајева односе се на територију једне ЈЛС. Само две од укупно 53 анкетираних ЈЛС су дале одговор да се програм развоја туризма односи на више локалних самоуправа. У питању је документ који је израђен у оквиру донаторског програма и пре доношења Правилника о садржини и начину израде програма развоја туризма („Сл. гласник РС”, бр. 86 од 19. јуна 2020).

За приоритетне туристичке дестинације, у складу са Стратегијом развоја туризма Републике Србије 2016–2025, Програми развоја туризма требало би да обухвате више јединица локалне самоуправе, односно све ЈЛС на чијој је територији или делу територије планирана туристичка дестинација у складу са Стратегијом.

На овај начин, осим постизања интегрисаног развоја туризма туристичке дестинације, штеде се и значајни ресурси ЈЛС (у новцу, људима, времену...)

Један од примера сарадње ЈЛС у делу планирања развоја туризма, у складу са Законом о туризму, јесте Програм развоја туризма регије Западна Србија 2020–2025.

Закон о туризму предвиђа и категоризацију туристичких места. Категоризација туристичког места врши се на основу обима туристичког промета, степена изграђености туристичке, комуналне и саобраћајне инфраструктуре и туристичке супраструктуре у једну од IV категорије. Према извештају МТТТ од јуна 2021. године¹⁸ **категорисано је укупно 20 туристичких места**, од чега: 7 туристичких места I категорије, 6 туристичких места II категорије и 7 туристичких места III категорије. То представља тек 11,49% од укупног броја ЈЛС у Србији. Разлог овако релативно малог процента категоризације туристичких места, с обзиром на то да је туризам код већине ЈЛС стратешки приоритет, може да буде из више разлога: да ЈЛС нису упознате са процедуром категоризације туристичких места, да им је процедура компликована или да не виде интерес у категоризацији.

Од анкетираних ЈЛС, приличан број, односно 75% је упознато са процедуром категоризације туристичких места. На питање који су разлози зашто није извршена категоризација туристичког места, **ЈЛС су у највећем броју одговориле да за то не постоји интерес**. Даље, 15,4% је одговорило да нису упознате са процедуром, док скоро 10% ЈЛС мисли да је процедура компликована и да немају капацитете да је спроведу самостално. Постоје и ЈЛС, као што је нпр. општина Сокобања, која није поднела захтев за категоризацију, јер према свим критеријумима спада у туристичко место I категорије, осим обавезног критеријума који се односи на удаљеност железничке станице, која од спољне границе туристичког места треба да буде на максимално 30 km. Због овог критеријума Сокобања би била сврстана у II категорију туристичког места. Из тог разлога представници општине не желе да поднесу захтев за категоризацију јер сматрају да би тиме нарушили имиџ бање, пре свега

18 <https://mtt.gov.rs/turizam-i-turisticka-inspekcija/turisticka-mesta/>

приликом привлачења инвестиција. Они су из овог разлога, пре више од годину дана, поднели захтев за измену Правилника о категоризацији туристичких места. На основу ових одговора, извлачи се закључак да је **неопходно преиспитати критеријуме за категоризацију туристичких места и прилагодити их реалном стању вредновања туристичких места у Србији. Приликом евентуалне измене Правилника о категоризацији туристичких места, неопходно је укључити представнике ЈЛС, како би се критеријуми сагледали на максимално могуће објективан начин. Такође, потребно је додатно радити на упознавању ЈЛС са значајем категоризације места, али и са бенефитима које категоризација места може да донесе.**

У циљу развоја туризма на територији Републике Србије, чл. 28. Закона о туризму дефинисане су подстицајне мере које се обезбеђују у буџету Републике Србије, а реализују преко Министарства трговине, туризма и телекомуникација. Чак 65,4% анкетираних ЈЛС је користило подстицајна средства које пласира МТТТ, и то за различите пројекте унапређења туристичке понуде кроз уређење јавних простора (спортско-рекреативни терени, дечија игралишта, тргови и сл.), израду планске и пројектно-техничке документације, постављање туристичке сигнализације, реализацију посебних туристичких пројеката, тренинге и едукацију, као и промоцију туристичких производа и простора.

У складу са чланом 30. Закона о туризму, промоцију туризма обављају: туристичка организација Србије, туристичка организација аутономне покрајине и туристичка организација јединице локалне самоуправе. Промоцију туризма могу обављати и туристичке организације регије које оснивају две или више јединица локалне самоуправе.

Чак 92,5% анкетираних ЈЛС има основану локалну туристичку организацију у складу са законом о туризму, 3,8%, односно 2 анкетиране ЈЛС немају ЛТО, док 2 ЈЛС (3,8%) има јавну службу која се бави и другим пословима, иако то није у складу са законом о туризму:

Графикон 4. Број запослених у ГУ/ОУ на пословима туризма



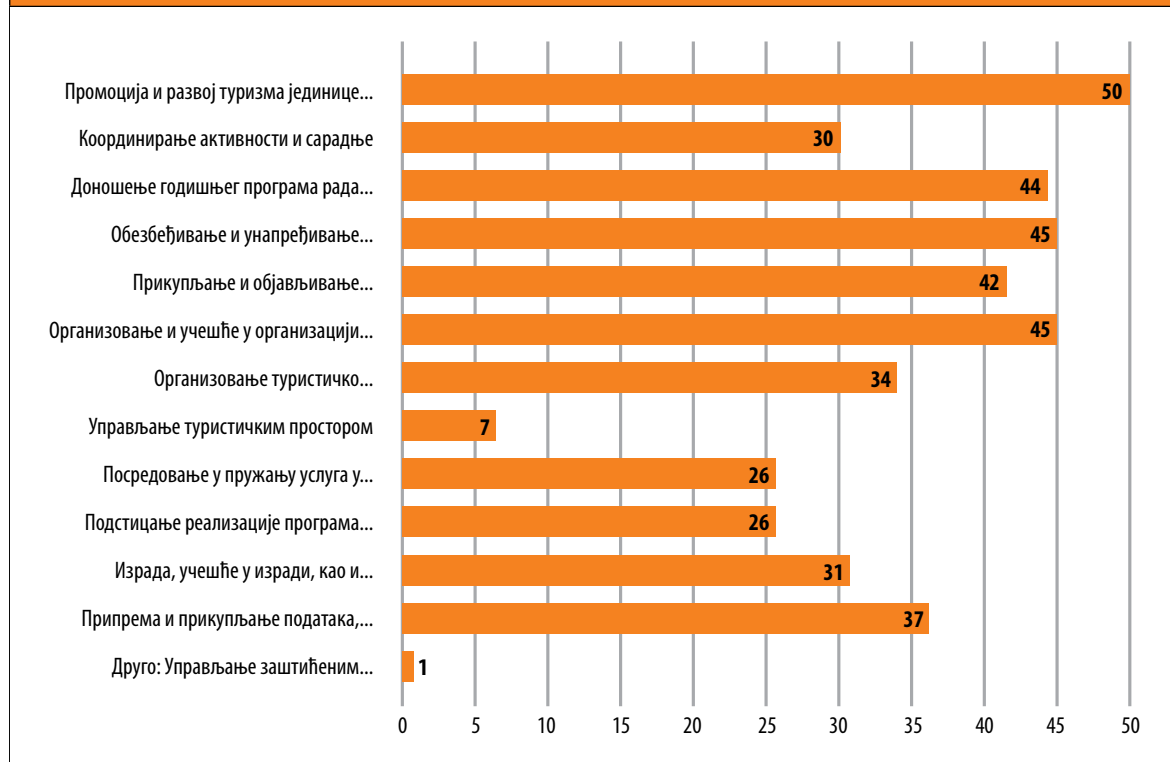
Законом је прописано да Влада РС ближе уређује услове и критеријуме за оснивање туристичке организације јединице локалне самоуправе, као и услове под којима се послови из члана 41. става 3. Закона о туризму могу поверити другом правном лицу. Међутим, Влада РС ове услове и критеријуме није донела.

Општина Деспотовац послове локалне туристичке организације је поверила ЈП „Ресавска пећина“, које је управљач заштићеног природног добра Ресавска пећина и Лисине.

Већина локалних туристичких организација обавља скоро све послове у вези са промотивним активностима и организацијом разних манифестација. Туристичке информативне центре има 64,2% испитаних ЈЛС, док се израдом и реализацијом пројеката из области туризма бави 58,6% ЛТО, а око 49,1% испитаних се и након доношења закона о угоститељству, бави посредовањем у пружању услуга у домаћој радиности.

На следећем графикану је представљен степен обављања послова које ЛТО могу обављати у складу са чл. 41. Закона о туризму:

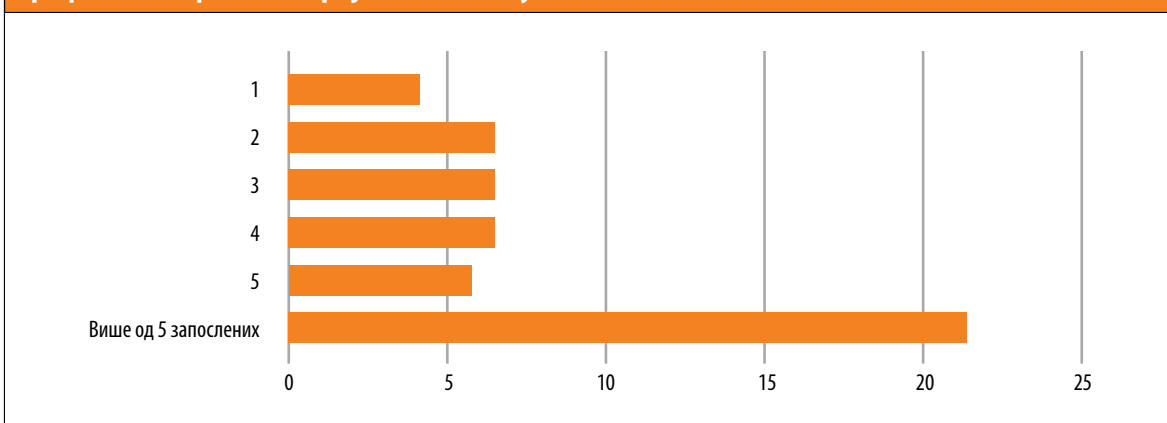
Графикон 5. Послови којима се баве организационе јединице надлежне за послове туризма



Број запослених у локалним туристичким организацијама варира од степена развијености туристичке дестинације на територији ЈЛД до разних других могућности, али скоро половина испитаних ЈЛС има више од 5 запослених у ЛТО.

Законом о туризму предвиђени су и услови за директора локалне туристичке организације. Чак 82,4% испитаних ЈЛС је одговорило да директор испуњава услове, док 17,6% није било сигурно. Међутим, иако су прописани услови за директора ЈЛС, истим законом нису предвиђене санкције уколико директор не испуњава законом предвиђене услове.

Графикон 6. Просечан број запослених у ЛТО

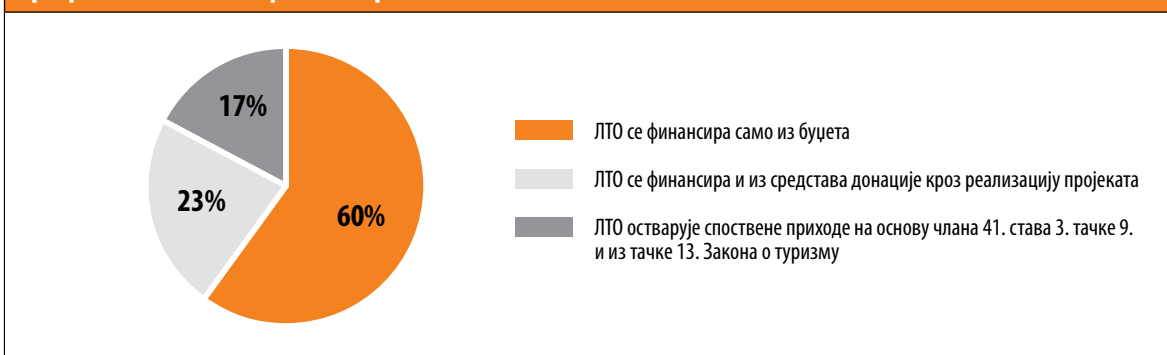


Локална туристичка организација дужна је да пре усвајања годишњег програма рада и плана промотивних активности исте достави ТОС-у на сагласност. Чак 73,1% ЛТО прибавља претходну сагласност ТОС-а на годишњи програм рада и план промотивних активности, али и даље скоро трећина ЛТО, односно 27,9%, не прибавља претходну сагласност, иако у складу са законом у том случају не могу да конкуришу за подстицајна средства код министарства надлежног за послове туризма.

Локалне туристичке организације, као индиректни буџетски корисници у највећој мери се финансирају из буџета локалне самоуправе. Међутим, у складу са Законом могу да остварују и сопствене приходе. Измена финансијских прописа условила је гашење рачуна у комерцијалним банкама за сопствене приходе, тако да је то значајно отежало приходавање средстава из неких других, комерцијалних делатности којима ЛТО могу да се баве у складу са Законом о туризму.

На следећем графикону су приказани резултати анкете који се односе на начин финансирања ЛТО. Скоро 60% ЛТО не остварује сопствене приходе. Дање, 13,5 % остварује сопствене приходе из донација кроз реализацију разних пројеката, док 11,5% остварује реалне сопствене приходе посредовањем у изнајмљивању смештаја, продајом сувенира, изнајмљивањем бицикала и других реквизиата, услуге туристичких водича, угоститељство – управљање туристичким објектом, организација разних туристичких услуга – возња катамараном и сл.

Графикон 7. Начин финансирања ЛТО



На основу разговора који је обављен са ЈЛС које остварују сопствене приходе пружањем неких додатних услуга, исте се обављају тако што се средства уплаћују на евиденциони рачун у складу са Правилником условима и начину вођења рачуна за уплату јавних прихода и распоред средстава са тих рачуна. Постоје пар ЛТО које су задржале своје рачуне у комерцијалним банкама, али су и они ушли у поступак гашења истих, јер нису у складу са Упутством Министарства финансија које је достављено ЈЛС.

Међутим сопствени приходи које ЛТО остварују су релативно мали у односу на њихов буџет. Код око 80% ЛТО сопствени приходи су до 5%, док свега 9,6% ЛТО које остварују сопствене приходе имају износе преко 10% њиховог укупног буџета.

Тренутно постоје две регионалне туристичке организације:

- **Туристичка организација регије Западна Србија**, формирана је 2006. год. од стране 12 градова и општина – градови Ужице и Чачак и општине Чајетина, Бајина Башта, Ивањица, Лучани, Ариље, Пожега, Косјерић, Нова Варош, Пријепоље и Сјеница.
- **Регионална туристичка организација Санџака**, коју су формирали град Нови Пазар и општине: Сјеница и Тутин, али се бави унапређењем туризма и на територији Нове Вароши, Прибоја и Пријепоља.

Постоји још неколико иницијатива за међуопштинску сарадњу овог типа, али још увек нису институционализоване, већ су у поступку потписивања споразума или фази договора.

У циљу планирања, координације и управљања туристичким активностима, уз претходну сагласност оснивача, ЛТО може са другим туристичким организацијама и другим привредним субјектима који обављају делатност из области саобраћаја, туризма, угоститељства, промета робе и услуга, културе, спорта, информисања, конгресних и сајамских активности, основати организацију за оперативне, маркетиншке и промотивне послове. Највећи део испитаних општина, 94,2%, одговорило је да ЛТО није оснивач друге организације у складу са чл. 44. Закона о туризму.

Законом о туризму је прописано да се туристички садржаји и атракције обележавају прописаном туристичком сигнализацијом. Правилником о садржини и начину истицања туристичке сигнализације („Сл. гласник РС”, бр. 22/2010 и 102/2011) прописана је садржина и начин истицања туристичке сигнализације. Чак 76% испитаних ЈЛС има постављену туристичку сигнализацију у складу са правилником. Док 10% ЈЛС има постављену сигнализацију, али иста није постављена у складу са правилником, а 14% ЈЛС уопште нема туристичку сигнализацију на својој територији.

Законом је дефинисано и обављање услуга у туризму, односно бављење туристичким професијама, као што су: туристички водич, локални туристички водич, туристички пратилац, туристички аниматор и представник на туристичкој дестинацији. Програм, начин и услове полагања стручног испита за локалног туристичког водича прописује надлежни орган јединице локалне самоуправе или више јединица локалних самоуправа, уз претходно мишљење Министарства. **Свега 2 ЈЛС (Чајетина и Крагујевац) имају утврђене програме и начин полагања стручног испита за локалног туристичког водича.**

Функционалне надлежности у складу са Законом о угоститељству

Законом о угоститељству дефинисан је поступак категоризације објеката за смештај, начин обављања угоститељске делатности, боравишна такса, пенали и друга питања од значаја за развој и унапређење угоститељства.

Локална самоуправа у складу са Законом врши категоризацију објеката домаће радиности, и то типа: кућа, апартман, соба и сеоско туристичко домаћинство.

Од 1. октобра 2020. године захтев за категоризацију објеката се подноси електронским путем преко централног информационог система, *eТуристиа*. Функционисање централног информационог система регулисано је Правилником о начину уношења, рада, вођења и коришћења централног информационог система и његовој садржини и врсти података („Сл. гласник РС”, бр. 87/2020, 67/2021).

Према одговорима ЈЛС, од укупно 53 ЈЛС које су учествовале у анкети, 50 локалних самоуправа је почело примену система *eТуристиа*, док 2 општине нису започеле коришћење електронског система. Од тога, 21,2% анкетираних ЈЛС је одговорило да има неких проблема у примени система.

Неки од одговора који су дати на питање са којим проблемима се сусрећу ЈЛС приликом примене система *eТуристиа* јесу:

- Није регулисан електронски начин достављања решења преко система *eТуристиа*, већ се иста достављају у складу са ЗУП-ом;
- ЈЛС нема потребне ресурсе за пуну примену *eТуристиа*;
- Градски туристички инспектор нема приступ систему *eТуристиа*;
- Жалба по решењу се доставља путем писарнице Министарству трговине, туризма и телекомуникација РС, при чему се у штампаном облику доставља целокупан предмет са свим списима;
- Кроз систем није могуће обуставити решавање предмета до решења претходног питања у складу са ЗУП-ом;
- Недовољна едукација и компетентност угоститеља – подносиоца захтева за коришћење апликације *eТуристиа*;
- Преоптерећеност система, и често „баговање” апликације *eТуристиа*;
- Постоји проблем са уношењем података за кориснике услуга који су страни држављани, па се у многим општинама страни држављани и даље пријављују МУП-у ван система *eТуристиа*.

Фактички, путем система *eТуристиа* се само електронским путем подноси захтев угоститеља за категоризацију, и формира база угоститеља и угоститељских објеката. Такође, води се и евиденција/база корисника смештаја с обзиром на то да су станодавци у обавези да електронски, кроз систем *eТуристиа* воде књигу гостију. Донекле је унапређено обезбеђивање доказа о власништву над објектом, јер кроз систем *eШалџер* постоји могућност прибављања листе непокретности. Међутим, према упутству МТТТ као прихватљив доказ о власништву не узима се искључиво евиденција РГЗ СКН, већ су прихватљиви и уговори о купопродаји објеката, решење о наслеђивању, решење о плаћању пореза и сл. Ове доказе доставља пружалац услуге смештаја кроз систем приликом подношења или усаглашавања захтева. Такође, надлежни орган локалне самоуправе је дужан да предмет заведе кроз писарницу управе и додели број, што подразумева штампање поднетих захтева и формирање

предмета у физичком облику, па се у неком смислу мало обесмишљава електронски систем, с обзиром на то да је посао дуплиран.

У складу са Законом о угоститељству, свака соба или апартман се сматрају посебним угоститељским објектом и за исте се доноси посебно решење о категоризацији, што се разликује у односу на претходне прописе када се за исти објекат у коме се налазило више јединица за издавање – соба, апартмана, доносило једно решење о категоризацији које је обухватало више смештајних јединица. Изузетно, уколико се угоститељски објекти налазе на истој адреси, у саставу истог грађевинског објекта, сагласно ЗУП-у¹⁹ решењем се може одлучити по више поднетих захтева. Данас, у пракси ово значи да пружалац услуге смештаја у домаћој радиности који има нпр. 10 апартмана који се налазе у истом објекту, подноси 10 захтева за категоризацију. Надлежни орган локалне самоуправе поступа по сваком захтеву појединачно и доноси 10 решења о категоризацији, што је најчешћа пракса у ЈЛС. Овакав начин третирања угоститељских објеката довео је до значајног повећања обима посла служби које се баве пословима категоризације смештаја.

О захтеву, односно испуњености услова за категоризацију угоститељског објекта, надлежни орган локалне самоуправе одлучује решењем у управном поступку. Решење о категоризацији угоститељског објекта се издаје на период важења од три године. Испуњеност прописаних услова за одређивање категорије угоститељског објекта за смештај увиђајем на лицу места проверава комисија за категоризацију угоститељског објекта коју образује надлежни орган јединица локалне самоуправе.

На питање да ли је ЈЛС формирала комисију за категоризацију објеката 92,3% анкетираних ЈЛС је одговорило да је јесте, док 7,7% да није. Комисију углавном нису формирале ЈЛС код којих не постоји велико интересовање за категоризацију објеката, иако је законска обавеза да се комисија формира. Такође, комисија за категоризацију није била обавезна по претходном пропису, па је и тај разлог у неким ЈЛС проузроковао кашњење у формирању комисије.

Достављање решења о категоризацији угоститељског објекта за смештај подносиоцу захтева није решено кроз систем *eТуристиа*, као што је то решено на пример код издавања грађевинских дозвола кроз ЦЕОП (Централна евиденција обједињене процедуре). Наиме, решење о категоризацији се доставља у складу са Законом о општем управном поступку, односно, надлежна служба решење о категоризацији физички штампа и доставља решење странци – подносиоцу захтева за категоризацију објекта, и то: лично, посредно и јавно. Када је решење достављено, скенира се и убацује у систем *eТуристиа*. Систем тада аутоматски додељује датум уручења решења, који може да се разликује од стварног датума, што се најчешће јавља када се решење доставља путем поште, јер од уручења решења до повратка повратнице протекне 2–3 дана. Из овог разлога, стручна служба мора ручно да измени датум уручења уз образложење зашто се то ради, што прави додатни посао и напор лицима која обављају посао категоризације објеката у локалним самоуправама.

Такође, и сва комуникација са странкама одвија се у складу са ЗУП-ом, ван система *eТуристиа*, као нпр. достављање званичног захтева који стручна служба упућује за допуну предмета. Кроз систем је могуће само да се пошаље обавештење да је послат захтев за допуну, а исти се доставља на начин предвиђен ЗУП-ом. С обзиром на то да је систем *eТуристиа* релативно нов и да је у примени мање од годину дана, као и да се на овакав начин први пут врши категоризација објеката у Србији, за

19 Закон о општем управном поступку („Сл. гласник РС”, бр. 18/2016 и 95/2018 – аутентично тумачење)

очекивати је да постоје проблеми у пракси. Међутим, из свих горе набројаних разлога, **треба даље радити на унапређену система.**

У складу са законом, јединица локалне самоуправе на прописан начин води евиденцију угоститеља и угоститељских објеката као поверен посао. У складу са чл. 14. Закона о угоститељству јединица локалне самоуправе је дужна да у централни информациони систем унесе податке о објектима чију категоризацију врши, као и податке о угоститељу, односно пружаоцу услуге смештаја.

eTurisija је и значајан аналитички алат, јер је кроз систем омогућено генерисање више различитих извештаја, као што су на пример:

- Извештај о угоститељима,
- Извештај о угоститељским објектима,
- Извештаји о категоризацији (укупан број категорисаних објеката по категорији, по локацији, по туристичком месту...),
- Извештаји о туристичком промету,
- Извештај о укупном броју објеката према врсти и подврсти и према структури смештајних јединица,
- Извештај о корисницима услуга смештаја,
- Извештај о боравишној такси.

Јединица локалне самоуправе је дужна да угоститељу, односно пружаоцу услуге смештаја омогући приступ централном информационом систему, додељивањем приступне шифре и лозинке.

Посебним актом јединица локалне самоуправе може, уз претходно мишљење министарства, ближе да уреди²⁰:

- услове за уређење и опремање угоститељског објекта у зависности од начина услуживања и врсте услуга које се претежно пружају у угоститељском објекту, а који се односе на уређење и опремање уређајима за одвођење дима, паре и мириса, као и других непријатних емисија;
- услове за уређење и опремање угоститељског објекта у којима се емитује музика или изводи забавни програм, а којима се обезбеђује заштита од буке;
- техничке и друге услове у угоститељском објекту, који се налази у стамбеној згради, као и начин обављања угоститељске делатности, у зависности од начина услуживања и врсте услуга које се претежно пружају у том угоститељском објекту.

Највећи број ЈЛС, чак 82,7%, није донео неки акт у складу са Законом о угоститељству, којим ближе уређује ове услове.

Локалне самоуправе углавном имају одлуке којима се регулише нпр. радно време угоститељских објеката, али које се доносе на основу Закона о јединицама локалне самоуправе. Емитовање гласне музике се најчешће регулише одлукама о мерама за заштиту од буке које се доносе на основу Закона о заштити од буке у животној средини или обављање угоститељске делатности у зградама најчешће је регулисано одлуком о општим правилима кућног реда у стамбеним и стамбено-пословним зградама које ЈЛС доносе на основу Закона о становању и одржавању стамбених зграда.

Чак 90,4% испитаних ЈЛС сматра да би било корисно припремити моделе аката на основу Закона о угоститељству којима се регулишу законом дефинисане могућности.

²⁰ Закон о угоститељству („Сл. гласник РС”, бр. 17/2019)

Јединица локалне самоуправе, која је проглашена за приоритетну туристичку дестинацију или за туристичко место I и II категорије може својим актом у одређеној туристичкој зони, односно локацији (у даљем тексту: просторна целина), да утврди и ближе услове за угоститељски објекат за смештај врсте хотел и мотел, поред оних опште прописаних стандарда. Уколико привредни субјекат не поступи у прописаном року, надлежни орган јединице локалне самоуправе доноси решење којим за то лице утврђује обавезу плаћања пенала на годишњем нивоу у прописаној висини. Не постоје доступни подаци да је нека ЈЛС донела акт којим ближе утврђује услове за хотеле и мотеле.

Чланом 70. Закона о угоститељству је прописано плаћање боравишне таксе. Боравишну таксу плаћа корисник услуге смештаја који изван свог места пребивалишта користи услугу смештаја у угоститељском објекту за смештај за коришћење комуналне, саобраћајне и туристичке инфраструктуре и супраструктуре на подручју јединице локалне самоуправе. Боравишна такса плаћа се за сваки дан боравка у угоститељском објекту за смештај.

Међутим, изузетак који је први пут предвиђен овим Законом јесте да пружалац услуге у објектима домаће радиности и сеоском туристичком домаћинству плаћа у паушалном износу боравишну таксу уместо корисника услуге. Ово је једна велика новина, и то како за саме угоститеље – пружаоце услуга у домаћој радиности, тако и за саме локалне самоуправе које су морале да организују и реализују још један додатни посао – израду решења за наплату боравишне таксе, њихово уручење, као и контролу наплате.

Одлуку о висини боравишне таксе донело је 94,2% анкетираних ЈЛС, иако је иста законом обавезна.

Висина боравишне таксе на територији ЈЛС утврђује се у складу са Уредбом о највишем и најнижем износу боравишне таксе („Сл. гласник РС”, бр. 44/2013, 132/2014) која се креће у распону од 60 до 160,00 РСД у зависности од категорије туристичког места.

Надлежни орган јединице локалне самоуправе на чијој територији се угоститељски објекат налази, дужан је да за свако физичко лице утврди висину годишњег износа боравишне таксе у року од 15 дана од дана правноснажности решења о категоризацији. Решење о висини годишњег износа боравишне таксе садржи следеће податке: износ годишњег износа боравишне таксе, уплатни рачун за боравишну таксу са позивом на број одобрења. Утврђену висину годишњег износа боравишне таксе за текућу годину, физичко лице плаћа квартално, до петог у месецу за претходни квартал, уплатом у корист буџета јединице локалне самоуправе на чијој територији се угоститељски објекат налази. Увођење оваквог начина наплате боравишне таксе условило је и одређене организационе промене у самим органима управе ЈЛС. У највећем броју случајева наплату боравишне таксе, односно израду решења и контролу наплате врши локална пореска администрација. **Међутим, иако је прошло годину дана од увођења оваквог начина плаћања боравишне таксе за приватне станодавце, још увек скоро 50% ЈЛС нема софтвер за израду решења и контролу наплате.**

Приликом анкетања ЈЛС, испитано је и да ли је промена начина плаћања боравишне таксе код приватних станодаваца утицала на висину укупно плаћене боравишне таксе. Код 40,4% ЈЛС није евидентирана значајнија промена, и то су углавном ЈЛС у којима у смештајној структури доминирају хотели, мотели и други објекти у којима услуге смештаја обављају регистровани привредни субјекти. Промена укупно наплаћеног износа боравишне таксе је била у ЈЛС у којима доминира пружање услуга од стране физичких лица. Код 34,6% ЈЛС је дошло до повећања наплате, али код скоро 8% ЈЛС је дошло до смањења наплате боравишне таксе у укупном износу на годишњем нивоу.

Чланом 74. Закона о угоститељству је прописано ко не плаћа боравишну таксу. ЈЛС може својом одлуком да прошири круг лица која су ослобођена плаћања боравишне таксе на њиховој територији. Чак 94,2% ЈЛС није локалном одлуком проширило круг лица која су ослобођена плаћања боравишне таксе, док 5,8 % анкетираних општина јесте.

Средства од наплаћене боравишне таксе су приход буџета јединице локалне самоуправе на чијој територији су пружене услуге смештаја. Претходним прописима је било дефинисано у које намене је могуће користити наплаћену боравишну таксу. Актуелним Законом о угоститељству није прописан начин трошења боравишне таксе, као стриктно наменског јавног прихода. Међутим, и даље око 30% ЈЛС доносе програм трошења боравишне таксе. Ова промена није проузроковала никакве последице у пракси које се односе на усмеравање финансијских средстава у развој туризма, јер већина ЈЛС више средстава у локалним буџетима опредељује за развој туризма, него што приходује од боравишне таксе.

Јединице локалне самоуправе у складу са чланом 80. Закона о угоститељству, као поверени посао, обављају надзор над спровођењем закона преко овлашћених инспектора у делу којим се уређује:

- обављање угоститељске делатности пружања услуга смештаја у објектима домаће радности, односно: кућама, апартманима, собама, сеоским туристичким домаћинствима и другим објектима за које није издато решење о категоризацији;
- испуњеност прописаних услова у погледу уређења и опремања угоститељског објекта у делу који јединица локалне самоуправе ближе уређује својим актом, а који се односе на:
 - одвођење дима, паре и мириса, као и других непријатних емисија,
 - испуњеност прописаних услова у погледу уређења и опремања угоститељског објекта у којима се емитује музика или изводи забавни програм, а којима се обезбеђује заштита од буке,
 - испуњеност прописаних техничких и других услова у угоститељском објекту, који се налази у стамбеној згради,
- наплату боравишне таксе;
- испуњеност услова и рокова усаглашености угоститељских објеката (хотел и мотел) уколико је прописано актом ЈЛС;
- истицање и придржавање прописаног радног времена у угоститељском објекту.

Нешто мало више од трећине анкетираних ЈЛС (37,7%) организовало је надзор над применом Закона о туризму у делу за који је надлежна локална самоуправа.

Иако је у претходном периоду реализовано више састанака и едукација на тему инспекцијског надзора у области угоститељства, око 60% анкетираних ЈЛС се изјаснило да им је и даље потребна помоћ око организовања инспекцијског надзора у овој области.

У јединицама локалне самоуправе које су започеле спровођење надзора у складу са Законом о туризму, исти је различито организован. **У свега трећини анкетираних ЈЛС, инспекцијски надзор је организован тако да исти ради локални туристички инспектор, који обавља само ове послове. У већини локалних самоуправа надзор у складу са законом о угоститељству раде туристички инспектори који обављају и надзор у складу са другим прописима, пре свега из области комуналних делатности, па тако постоје комунално-туристички инспектор, туристичко-саобраћајни инспектор и сл.**

У највећем броју ЈЛС које врше надзор у складу са законом о угоститељству на овим пословима је ангажован 1 запослени, односно у 81% анкетираних ЈЛС. Врло је мало анкетираних ЈЛС које имају до 3 запослена (16%) или преко 3 запослена (3%) на пословима надзора у области туризма и угоститељства.

Функционалне надлежности у складу са Законом о бањама

Једно од најпроблематичнијих питања у области туризма јесте спровођење функционалне надлежности јединица локалне самоуправе у складу са Законом о бањама („Сл. гласник РС”, бр. 80/92, 67/93 – др. закон и 95/2018 – др. закон) и Законом о накнадама за коришћење јавних добара („Сл. гласник РС”, бр. 95/2018, 49/2019, 86/2019 – усклађени дин. изн., 156/2020 – усклађени дин. изн. и 15/2021 – доп. усклађених дин. изн.).

Наиме, већина ЈЛС на чијој територији се налазе подручја проглашена бањом још увек нису у потпуности устројиле систем управљања бањама и природно-лековитим фактором, и пракса је веома различита. У складу са чланом 4. Закона о бањама, ЈЛС на чијем подручју се налази бања стара се о њеном очувању, коришћењу, унапређењу и управљању, у складу са законом. Општина треба да прати количину и састав природног-лековитог фактора у бањи и најмање једном у три године обезбеђује проверу његовог лековитог својства у овлашћеној здравственој установи, у складу са Законом.

Такође, ЈЛС додељује право коришћења природно-лековитог фактора домаћем правном или физичком лицу уз претходну сагласност Владе Републике Србије, при чему се природним лековитим фактором сматрају: термална и минерална вода, ваздух, гас и лековито блато (пелоид), чија су лековита својства научно испитана и доказана у складу са овим законом. Висина накнаде и начин плаћања накнаде за коришћење природно-лековитог фактора утврђена је Законом о накнадама за коришћење јавних добара („Сл. гласник РС”, бр. 95/2018, 49/2019, 86/2019 – усклађени дин. изн., 156/2020 – усклађени дин. изн. и 15/2021 – доп. усклађених дин. изн.).

Право коришћења у складу са Законом о бањама, према резултатима анкете дало је 10,3% анкетираних ЈЛС, при чему се ови одговори углавном односе на право које је дато пре 30-ак година, и то, пре свега, рехабилитационим центрима, односно сада специјалним болницама.

Начин давања права на коришћење природно-лековитог фактора се разликује у локалним самоуправама које су доделиле право коришћења, с обзиром на то да процедура доделе природно-лековитог фактора није јасно дефинисана. Код 80% анкетираних ЈЛС које су дале право коришћења урадило је то Одлуком локалне скупштине, док је 20% право коришћења дало решењем локалне администрације.

Право коришћења страном лицу путем концесије, у складу са законом, још увек није никоме дато.

Према резултатима анкете, само 2 ЈЛС су прибавиле сагласност Владе РС на давање права за коришћење ПЛФ у складу са чл. 10 Закона о бањама, и то су сагласности из 90-их година прошлог века.

Само четири ЈЛС од анкетираних локалних самоуправа наплаћују коришћење ПЛФ у складу са Законом о накнадама за коришћење јавних добара, што значи да су постављени мерни инструменти и да се коришћење ПЛФ плаћа у складу са утрошком и по прописаној тарифи.

Обвезник накнаде за коришћење природно-лековитог фактора, у складу са Законом о накнадама за коришћење јавних добара, јесте лице које у складу са законом који уређује бање, има право да користи природни лековити фактор у бањи у сврху превенције, лечења и рехабилитације (у даљем

тексту: бањске здравствене услуге), као и у оквиру обављања угоститељске делатности у смислу закона који уређује туризам, осим лица коме природно-лековити фактор испоручује путем својих водних објеката и система носилац експлоатације који има одобрење за експлоатацију геотермалних ресурса²¹.

Међутим, природно лековити фактор, у смислу Закона о накнадама за коришћење јавних добара је само термална и минерална вода, док накнада за гас и пелоид (лековито блато) није утврђена. Такође, овакве законске одредбе не омогућују наплату накнаде за привредне субјекте који се баве угоститељством (*spa & wellness*) и који у оквиру проглашених подручја бање, често и више стотина ха, и да добију експлоатационо право на бушотинама, јер експлоатационо право у складу са Законом о рударству и геолошким истраживањима („Сл. гласник РС“, бр. 101/2015, 95/2018 – др. закон, 40/2021) утврђује Министарство надлежно за послове геолошких испитивања које не узима у обзир одредбе Закона о бањама. Из овог разлога, лица која у овом моменту плаћају накнаду за коришћење природно-лековитог фактора су углавном специјалне болнице и лица којима је право на коришћење природно-лековитог фактора дато у неком претходном периоду или субјекти који користе термалну воду за коју експлоатационо право има ЈЛС. Оваква колизија закона доводи у питање обавезу ЈЛС, у складу са Законом о бањама, на чијем подручју се налази бања да се стара очувању, коришћењу, унапређењу и управљању бањом.

Утврђивање накнаде за коришћење природно-лековитог фактора врши надлежни орган јединице локалне самоуправе, решењем. Накнада за коришћење природно-лековитог фактора се утврђује за календарску годину, а плаћа аконтационо у једнаким тромесечним ратама, у року од 15 дана од истека тромесечја. Контролу плаћања, такође врши ЈЛС преко овлашћених инспектора. Приходи остварени од накнаде за коришћење природно-лековитог фактора припадају буџету јединица локалне самоуправе. Јединице локалне самоуправе које наплаћују коришћење природно-лековитог фактора, углавном доносе **програме коришћења ових средстава** који се односе на активности за очување, унапређење и развој бањских подручја. Односно програм коришћења накнаде од природно-лековитог фактора доноси 41,4% ЈЛС, док 16,7 % не доноси програм, али се средства користе наменски, док остале ЈЛС не доносе програм коришћења накнаде од природно-лековитог фактора. Наплаћена средства се наменски троше за уређење зелених јавних површина у којима се налази природно-лековити фактор, унапређење комуналне инфраструктуре, здравственог туризма и сл.

Имајући у виду напред речено, **стиче се утисак да због недовољно прецизних закона који дефинишу ову област ЈЛС не могу у довољној мери да се старају о очувању, коришћењу и унапређењу бања на својој територији, што је њихова законска обавеза у складу са Законом о бањама.** Такође, иако је изменом Закона о бањама измењен начин наплате коришћења ПЛФ, и исти сада уређен Законом о накнадама за коришћење јавних добара („Сл. гласник РС“, бр. 95/2018, 49/2019, 86/2019 – усклађени дин. изн., 156/2020 – усклађени дин. изн. и 15/2021 – доп. усклађених дин. изн.), пракса наплате још увек није уједначена у свим ЈЛС, као и да још увек стоји отворено питање ко је обвезник плаћања ПЛФ. Из овог разлога, неопходно је додатно прецизирати законске одредбе, јер очигледно да и након усвајања Закона о накнадама за коришћење јавних добара ЈЛС се у пракси још увек суочавају са проблемом наплате ПЛФ.

²¹ Закон о накнадама за коришћење јавних добара („Сл. гласник РС“, бр. 95/2018, 49/2019, 86/2019 – усклађени дин. изн., 156/2020 – усклађени дин. изн. и 15/2021 – доп. усклађених дин. изн.)

4.

Могућности и потенцијали за развој локалних туристичких производа у ЈЛС

У складу са Законом о туризму туристички производ је скуп међузависних елемената који се у пракси организује као посебан вредносни ланац који чине материјални производи и услуге, природне вредности и културна добра, туристичке атракције, туристичка супраструктура и туристичка инфраструктура²².

Према дефиницији Светске туристичке организације (*UNWTO*), туристички производ је „комбинација опипљивих и нематеријалних елемената – природних, културних и вештачких ресурса, атракција, објеката, услуга и активности око одређеног центра интересовања који представља срж дестинацијског маркетинг микса. Туристички производ има своју цену, продаје се преко дистрибутивних канала и има свој животни циклус.“²³

У складу са дефиницијама, развој туристичког производа подразумева развој базичне инфраструктуре, унапређење смештајних капацитета, развој разних туристичких услуга и садржаја, као и повезивање актера у ланцу вредности.

Дугорочни циљеви и стратешки оквир за развој туризма, па самим тим и развој туристичких производа, на територији целе државе дефинисан је Стратегијом развоја туризма РС 2016–2025. година. Стратегијом је дефинисан портфолио туристичких производа Републике Србије, при чему висок приоритет имају следећи туристички производи:

- *MICE* и пословна путовања, планине и језера, Кратка путовања (*city break*) и здравствени туризам (*spa & wellness*), које треба развијати у наредних 5 година;
- кружна путовања (*touring*) и наутички туризам, имају средњи приоритет и треба их развијати у периоду од 5–10 година;
- рурални туризам, догађаје, специјалне интересе и транзитни туризам треба континуирано развијати.²⁴

Локални ниво развој туризма треба да планира у складу са национално постављеним стратешким оквиром, а на основу и уз помоћ алата као што су: програм развоја туризма за које ЈЛС прибавља претходно мишљење министарства и урбанистички планови разних нивоа.

²² Члан 3. став 1. тачка 39. Закона о туризму („Сл. гласник РС“, бр. 17/2019)

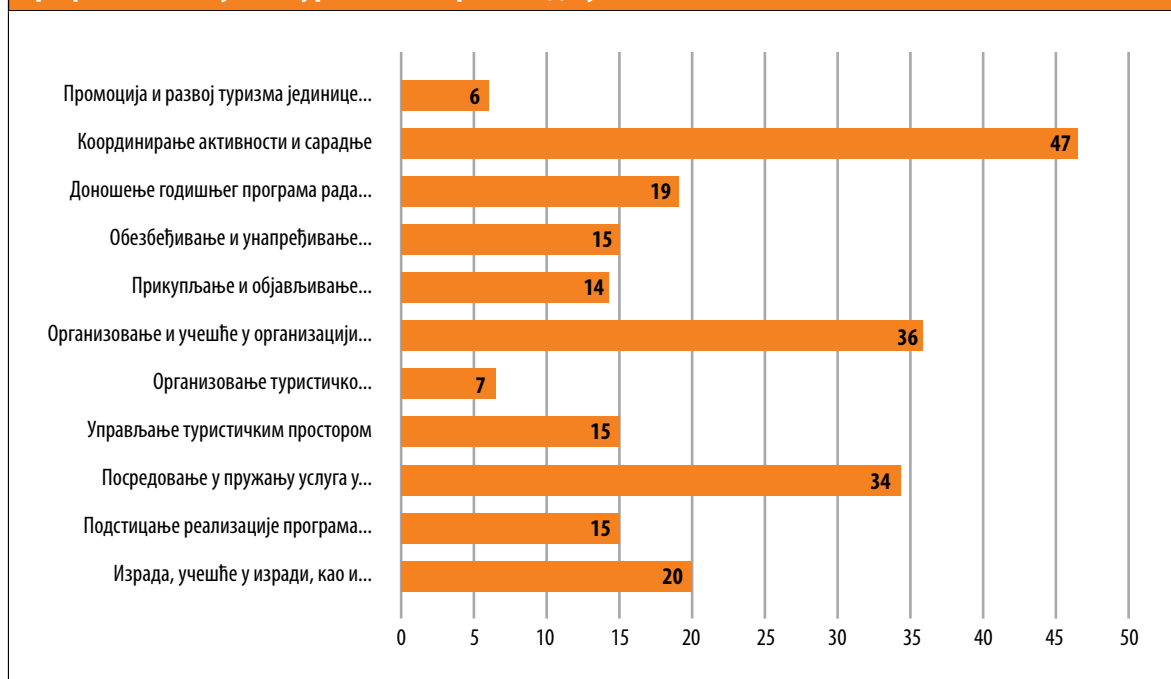
²³ <https://www.unwto.org/tourism-development-products>

²⁴ Стратегија развоја туризма РС 2016–2025.

У складу са Законом о туризму Влада РС би требало да донесе Програм развоја туристичког производа, који представља плански документ којим се ближе одређује развој туристичких производа од посебног значаја утврђених Стратегијом, и то: градски одмори, здравствени туризам, планински туризам, наутички туризам, манифестације и други догађаји, рурални туризам, транзитни туризам, пословни туризам (састанци, подстицајна путовања, конференције и изложбе/догађаји) тематске руте и специјални интереси, као и производи културног туризма, Међутим, **до данас није званично усвојен програм развоја ни за један туристички производ, тако да ЈЛС у погледу развоја туристичких производа још увек немају јасно дефинисане смернице за развој.**

На основу анализе анкете која је спроведена на узорку од 53 ЈЛС, одговори локалних самоуправа се у великом делу поклапају са одређеним приоритетима за развој туристичких производа у националној стратегији развоја туризма, јер се највећи број ЈЛС изјаснио да су кључни туристички производи на територији ЈЛС: догађаји и манифестације (90,4%), рурални туризам (69,2%) и културно наслеђе (65,4%).

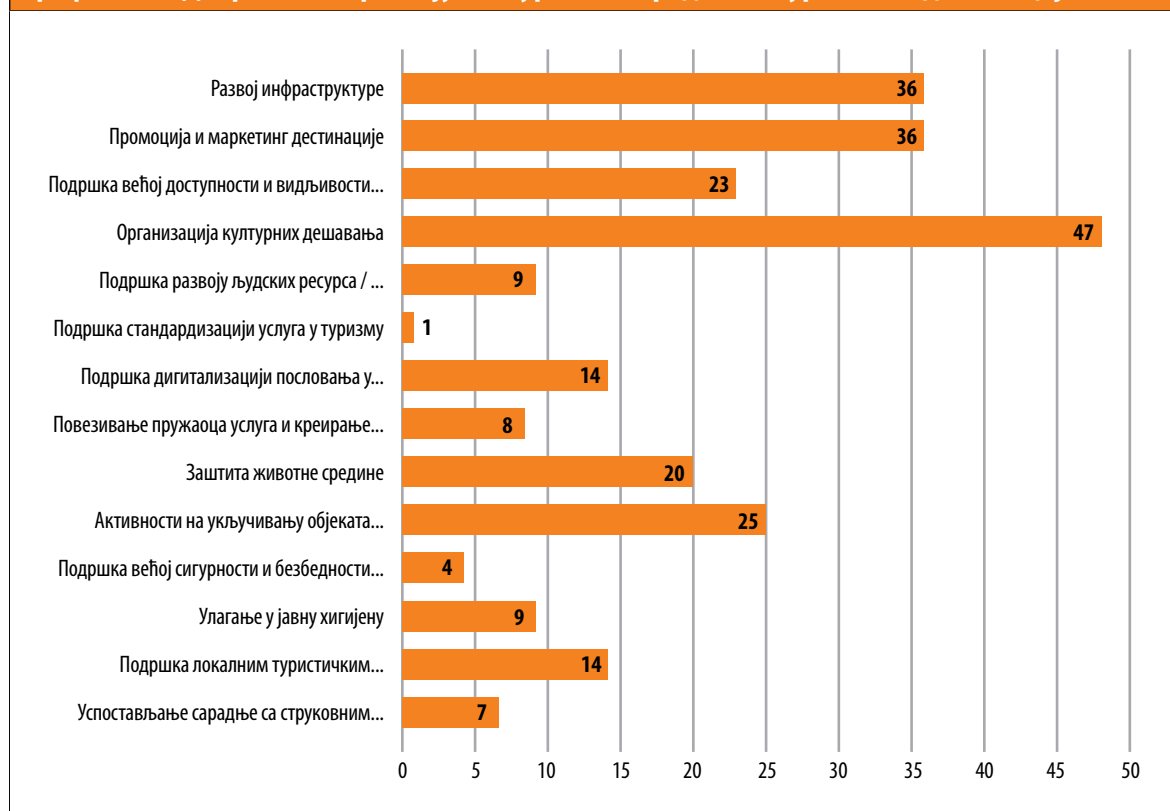
Графикон 8. Кључни туристички производи у ЈЛС



Јединице локалне самоуправе се на много начина труде да развију локалне туристичке производе, као и да допринесу повећању конкурентности туристичких дестинација генерално. Скоро све ЈЛС (90,4% анкетираних ЈЛС) издвајају финансијска средства за организацију културних дешавања. Веома важне активности у циљу унапређења конкурентности јесу **улагања у развој инфраструктуре** (69,2% анкетираних ЈЛС улаже средства по овом основу), као и промоцију и маркетинг дестинације (69,2% анкетираних ЈЛС). Поред овог, ЈЛС улажу у подршку развоју људских ресурса и организовање обука и едукације, подршка стандардизацији услуга у туризму, дигитализација

пословања у туризму – мобилне апликације, виртуелне туристичке туре, ГИС и сл., повезивање пружаоца услуга и креирање ланца вредности туристичке дестинације, заштита животне средине, активности на укључивању објеката културе и културне баштине у туристичку понуду, подршка већој сигурности и безбедности у дестинацији, улагање у јавну хигијену, као и подршка локалним туристичким удружењима и успостављање сарадње са струковним удружењима.

Графикон 9. Допринос ЈЛС развоју конкурентске предности туристичке дестинације



Финансирање туристичких садржаја, као и сам развој туристичких производа на локалном нивоу, финансира се кроз више различитих буџетских корисника, али и више различитих буџетских програма.

Посматрано кроз програмску буџетску структуру, у оквиру Програма 4 – развој туризма, најчешће се финансира рад локалне туристичке организације, и то кроз реализацију две програмске активности: управљање развојем туризма и промоцију туристичке понуде, као и кроз различите пројекте.

С обзиром на то да је јединица локалне самоуправе власник имовине на локалном нивоу у складу са Законом о јавној својини („Сл. гласник РС“, бр. 72/2011, 88/2013, 105/2014, 104/2016 – др. закон, 108/2016, 113/2017, 95/2018 и 153/2020), као носиоци реализације развојних инфраструктурних пројеката и у области туризма, најчешће се јављају локалне управе. Издвајања за Програм 4 – развој туризма креће се у распону од 0,1% до 12% укупног локалног буџета ЈЛС. Међутим, развој

туризма и туристичких производа, суштински се не финансира само кроз овај програм буџета, јер многе ЈЛС буџетирају и друге издатке који *de facto* доприносе развоју туристичких производа и кроз више других буџетских програма, као што су на пример:

- **Програм 5** – пољопривреда и рурални развој, у оквиру ког се у више локалних самоуправа финансира развој руралног туризма;
- **Програм 13** – развој културе и информисања, у оквиру ког се финансирају разна културна дешавања која могу бити у функцији развоја туризма. И из спроведене анкете анкете се види да су издвајања за културно наслеђе у функцији развоја туризма значајна;
- **Програм 7** – организација саобраћаја и саобраћајна инфраструктура, нпр. за приступне саобраћајнице до туристичких локалитета; као и
- **Програм 2** – комуналне делатности, пре свега изградња водовода и канализације или одржавање зелених јавних површина и сл. такође могу бити у функцији развоја одређеног туристичког локалитета.

Овако сагледано, укупна издвајања за развој туризма могу бити и значајно већа, него што је то на први поглед видљиво само кроз програмску структуру буџета локалних самоуправа. Финансирање других буџетских корисника, такође може бити значајно за развој туризма и туристичких производа. Наиме, и **финансирање рада објеката културе** има велики значај за развој туристичке понуде. На пример, према истраживањима које је спровео РАРИС (Регионална агенција за развој источне Србије) 95% посетилаца Лепенског Вира и Феликс Ромулијане чине туристи, док је свега 5% домицијално становништво. Затим **финансирање рада спортских центара** у чијој надлежности је управљање и одржавање спортских терена на територији ЈЛС је такође значајно, посебно за ЈЛС које имају амбиције да развију тзв. спортски туризам.

Јединице локалне самоуправе развој туризма не финансирају само из сопствених средстава, већ и из различитих донаторских средстава. Због значаја туризма, Министарство привреде већ пар година кроз посебну меру у оквиру програма подршке пословној инфраструктури финансира **развој инфраструктуре** која за циљ има развој туризма на територији ЈЛС, односно посредно стварање услова за привлачење инвестиција и отварање радних места у туризму. Код анкетираних ЈЛС, њих 51,9%, конкурисало је код Министарства привреде по јавном позиву за унапређење пословне инфраструктуре у циљу развоја туризма.

Средства у оквиру овог програма користе се углавном за инфраструктурне пројекте у области саобраћајне, комуналне и електроенергетске инфраструктуре, пројекте уређења површина јавних намена, површина намењених општој рекреацији и остале инфраструктуре која је у функцији развоја туризма и других привредних делатности.

Осим подршке за развој туризма са државног нивоа, скоро сви донаторски програми (ЕУ, ЕУПРО, ГИЗ и сл.) имају за циљ развој туризма у функцији повећања конкурентности туристичких дестинација, локалног економског развоја и отварање нових радних места. **Чак 71,2% анкетираних ЈЛС је користило донаторска средства за подстицај развоју туризма.**

Поред класичних инфраструктурних пројеката за развој саобраћајне и комуналне инфраструктуре, који чине основу за развој других садржаја, ЈЛС реализују и низ других различитих пројеката који за циљ имају развој туристичке супраструктуре, као на пример: реконструкција музеја,

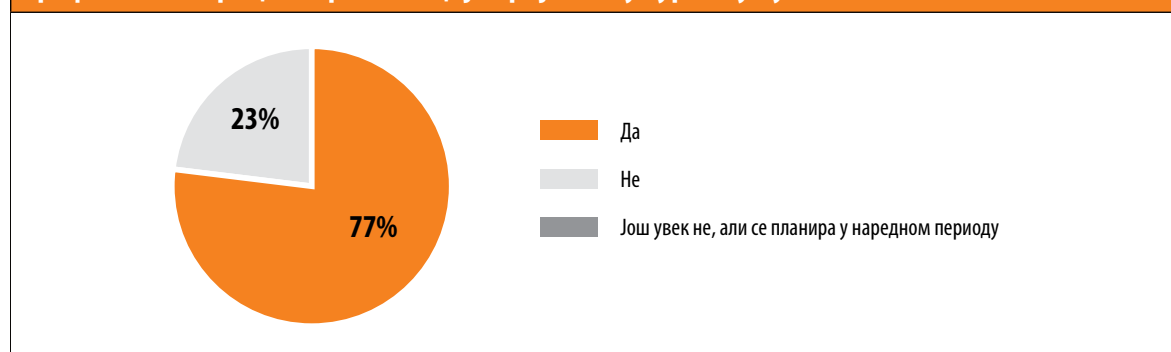
средњевековних тврђава, изградња летње позорнице за одржавање културних дешавања, изградња спортских садржаја – балон сала, зип-лајн, адреналин паркови, дечија игралишта, уређење и маркирање пешачких стаза, уређење парковских површина, визиторски центри и сл. у циљу обогаћивања туристичке понуде. Посебну врсту пројеката представља развој дигиталних садржаја у циљу повећања доступности туристичких локалитета на територији ЈЛС, а самим тим и повећање конкурентности одређених туристичких дестинација, као што су разне ГИС апликације, мобилне апликације, развој дигиталних тура и дигиталне промоције значајних културно-историјских објекта и локација у функцији развоја туризма, дигиталне маркетиншке кампање и сл. **Нажалост, веома мало пројеката је било у циљу повезивања јавног и приватног сектора у туризму или директне подршке приватном сектору.**

Многе ЈЛС уз помоћ међународних донатора реализују пројекте за подршку осетљивим групама, као што су жене и млади из руралних средина и на овај начин су обезбеђивале едукацију, менторинг, као и средства за почетак бизниса у туризму овим осетљивим категоријама.

Наиме, **за развој туристичке дестинације, као и самих туристичких производа од круцијалне важности јесте управљање туристичком дестинацијом, као и сарадња са приватним сектором.** Туризам је привредна грана у којој је укључен велики број различитих група и успех у њиховом пословању одређен тиме колико сарађују, односно колико су спремни да стварају различита партнерства. Партнерство јавних (ЈЛС, ЛТО) и приватних субјеката (хотели, ресторани, туристичке агенције, превозници и други) у туризму има за циљ постизање планског развоја туризма на дестинацији. Крајњи циљ свих партнера треба да буде висококвалитетан туристички производ који ће задовољити захтеве туриста. Како је констатовано у Стратегији развоја туризма Републике Србије 2016–2025, у Србији још увек није успостављен систем управљања туристичким дестинацијама и подручјима, нити је остварена ефикасна функционална веза са приватним сектором, ради формирања сигурног, дугорочног и одрживог развоја туристичких простора и подручја.

Као једна од могућности за развој туристичке понуде на локалном нивоу, која није искоришћена, свакако јесу **пројекти јавно-приватног партнерства (ЈПП).** Највећи број ЈЛС, 77% анкетираних, није реализовало пројекат у области развоја туризма путем ЈПП, а 23% није, али постоје могућности за реализацију ЈПП у области туризма.

Графикон 10. Процент реализације пројеката у туризму путем ЈПП



Детаљније о моделу јавно-приватна партнерства и дестинацијске менаџмент организације, биће речи у наредном поглављу 6 – Могућности успостављања сарадње у туризму.

Сарадња са приватним сектором у циљу развоја туристичких производа још увек је једносмерна и нису развијена партнерства у пуном смислу те речи. Неке ЈЛС дају разне олакшице и директна давања правним и физичким лицима у циљу подршке развоју туристичке смештајне и угоститељске понуде или других туристичких садржаја. Локална самоуправа финансира и рад разних културно-уметничких и аматерских удружења, чија делатност обogaђује културна дешавања, а на тај начин и туристичку понуду локалне самоуправе. Најчешће се путем локалних конкурса финансирају разни културно-уметнички програми и манифестације које реализују удружења грађана, а који су врло често у функцији привлачења туриста и развоја туристичких садржаја.

Постоје и пар ЈЛС, као нпр. Рашка и Пирот, које реализују локалне конкурсе за развој руралног туризма у оквиру којих се сеоским газдинствима додељују **субвенције за унапређење смештајних капацитета и других туристичких садржаја на селу**. Унапређење смештајних капацитета подржавају многе ЈЛС, пре свега оне у којима је туризам значајна привредна делатност. Наиме, и поред субвенција на државном нивоу многе ЈЛС својим локалним одлукама за инвестиције од локалног значаја, као што је нпр. изградња хотела високе категорије, дају умањење доприноса за уређење градског грађевинског земљишта до чак 80%. Остаје, међутим, отворено питање у којој мери ЈЛС поштују прописе о давању директне државне помоћи и да ли се она на адекватан начин пријављује Комисији за доделу државне помоћи. Из овог разлога, у наредном периоду потребно је унапредити капацитете ЈЛС и пружити додатне информације о начину и могућностима доделе државне помоћи.

Поред директних давања из локалног буџета, локалне самоуправе могу да имају значајну улогу у **промовисању и пружању подршке пружаоцима услуга смештаја код разних других донатора** и програма, као нпр. за меру 7 ИПАРД, ЕУ – Културно наслеђе и туризам/хитне мере за превазилажење последица услед КОВИДА 19 у сектору туризма – грант схема и додела средстава за дезинфекцију, и др.

Такође, веома значајна активност ЈЛС у развоју туристичких производа и саме туристичке дестинације требало би да **буде подршка едукацији кадрова у туризму**. У складу са Законом о дуалном образовању ЈЛС имају улогу приликом креирања уписне политике у складу са захтевима привреде²⁵. Такође, поред формалног образовања, значајни су и различити видови неформалног образовања, где многе ЈЛС у сарадњи са разним донаторима организују радионице и семинаре са практичним темама из области туризма. Тако су на пример општине источне Србије у сарадњи са пројектом „Економски развој у источној Србији“ који је реализовао ГИЗ организоване више различитих едукативних садржаја за приватни сектор и на овај начин је едуковано више од 500 особа у источној Србији за бављење туризмом. Сличне едукације су реализоване и у западној Србији.

Значајну улогу у овом делу могу да имају и **регионалне развојне агенције (РРА)**, које у сарадњи са локалним самоуправама реализују низ пројеката за развој туристичких дестинација и туристичких производа.

Посебан значај за развој туристичке понуде имају **природна и културна добра** на територији локалне самоуправе, која најчешће представљају примарне туристичке атракције и мотиве

²⁵ Члан 7. Закона о дуалном образовању („Сл. гласник РС”, бр. 101/2017 и 6/2020)

за долазак туриста. Србија има значајна природна и културна добра која могу веома да утичу на атрактивност и конкурентност туристичке понуде, а од којих су многа значајна и у светским размерама и поједина се налазе на листи светске баштине. Међутим, веома је важно успоставити добро управљање овим добрима, као и сарадњу са свим актерима туристичке понуде у дестинацији. Наиме, Србија је као туристичка дестинација, посматрано на глобалном нивоу у оквиру светског економског форума, у мерењу конкурентности туризма и путовања управо у овом делу најниже оцењена²⁶. Како је констатовано Стратегијом развоја туризма РС, недостатак механизма дестинацијског менаџмента/управљања туризмом и нестручно вршење ових послова од стране управљача заштитом, узрокује низак ниво искоришћености потенцијала за развој туризма и угоститељства, неадекватну валоризацију вредности и атракција дестинације, неадекватно управљање посетиоцима, ствара лош имиџ и мању посећеност и изостанак пуних комерцијалних ефеката²⁷. Зато приликом стављања заштићених природних и културних добара у функцију туризма, посебно треба имати у виду одрживо коришћење ових добара, јер лоше управљање и прекомерни развој могу да деградирају простор и угрозе вредно природно и културно наслеђе. Међутим, у многим ЈЛС постоје проблеми правно-имовинске природе, као и системски нерешени односи са управљачима ових добара, који су најчешће институције на државном нивоу као нпр. ЈП „Србија Шуме“, друштва са ограниченом одговорношћу које формира Влада РС, Републички заводи за заштиту споменика културе и сл., у којима се углавном централизовано одлучује, па би у наредном периоду требало додатно радити на системском унапређењу ових односа, као и на одрживом развоју и ефикаснијем укључивању заштићених природних и културних добара у туристичку понуду ЈЛС. **Модел који је предложен Стратегијом развоја туризма, као модел за туристичку валоризацију природних и културних добара уз адекватан систем заштите и поделу одговорности јесте ДМО – дестинацијске менаџмент организације која треба да задовољи интересе свих заинтересованих страна: управљача заштићених подручја, туриста и посетиоца, и локалне заједнице.**

Управљање неким заштићеним природним добрима, као што су: споменик природе „Ресавска пећина“ и споменик природе „Лисине“ (општина Деспотовац), специјални резерват природе „Засавица“ (општине Сремска Митровица и Богатић) и предео изузетних одлика „Овчарско-кабларска клисура“ (општине Чачак и Лучани), представљају примере управљања заштићеним природним добром на локалном нивоу и одрживог туризма.

Модел управљања овим заштићеним природним добрима се разликују.

Заштићеним природним добрима Ресавска пећина и Лисине, управља јавно предузеће основано од стране општине Деспотовац, ЈП „Ресавска Пећина“ које обавља и функцију ЛТО која јој је поверена одлуком општине Деспотовац.

Специјалним Резерватом природе „Засавица“ управља Покрет горана из Сремске Митровице, не-владина организација на бази учлањења.

²⁶ http://www3.weforum.org/docs/WEF_TTCR_2019.pdf

²⁷ Стратегија развоја туризма Републике Србије 2016–2025, стр. 75.

ТО града Чачка је управљач заштићеног природног добра Овчарско-кабларска клисура и тренутно реализују пројекат Природњачки центар, у оквиру ког ће се налазити део за научно-истраживачке делатности, као и изложбени простор намењен посетиоцима заштићеног подручја. Као управљачи заштићених природних добара наплаћују накнаде које се осим за заштиту користе и за одрживо коришћење ових природних добара у туристичке сврхе.

Туристичка дестинација није условљена административним границама. У складу са Законом о туризму туристичка дестинација је одредиште туристичког путовања које својом опремљеношћу омогућава прихват и боравак путника²⁸. Стратегија развоја туризма РС 2016–2025. дефинише 18 приоритетних туристичких дестинација, од којих многе обухватају више територија локалне самоуправе, које би требало да раде заједничким снагама и усклађено на развоју туристичких производа дестинације. За развој приоритетних туристичких дестинација Влада РС, у складу са Законом, доноси стратегијски мастер план који треба да утврди концепт развоја туристичке дестинације. У периоду 2006–2010. Влада РС је усвојила 16 мастер планова за следеће туристичке дестинације: Стара планина, Доње Подунавље, Горње Подунавље, Сокобања, Тара, Палић, Власина, Златибор и Златар, Власина, Ново Милошево, Сремски Карловци, Бесна кобила, Бач, Бачки Петровац, Бачка Паланка. Период важења ових мастер планова је већ истекао јер су усвајани на 10 година. На жалост, не постоје званично доступни извештаји о степену реализације пројеката предвиђених овим мастер плановима, и у већини туристичких дестинација за које је урађен и усвојен мастер план није дошло ни до успостављања планиране организационе структуре за развој туристичких дестинација. У Акционом плану Стратегије развоја туризма РС предвиђено је ажурирање и усвајање измена постојећих, као и израда и усвајање нових Стратегијских мастер планова.

Развој туристичких дестинација, али и самих туристичких производа у њима захтева међуопштинску сарадњу, коју је могуће успоставити институционално у складу са Законом о локалној самоуправи или пројектно за решавање одређених питања у временски ограниченом року.

Највећи број ЈЛС (53,8%) нема успостављену међуопштинску сарадњу. Тек 36,5% анкетираних ЈЛС има успостављен неки вид сарадње са другим, најчешће са суседним локалним самоуправама. Најчешће се ова успостављена сарадња односи на реализацију развојних пројеката, и то углавном финансирану из међународних средстава (Суседски ИПА програми и сл.). Дугорочнија међуопштинска сарадња успостављена је у области промоције и информисања и то кроз оснивање регионалних туристичких организација. **Постоји више регионалних туристичких организација или иницијатива, као што су РТО Западна Србија, РТО Санџак, ТО Регија Копаоник, РТО Централна Србија и сл. Неке од њих су регистроване, неке су у фази оснивања, али је евидентно да већина ових иницијатива не прати дефинисане смернице из Стратегије развоја туризма РС 2016–2025. у вези са организовањем туристичких дестинација.** Такође, иако су поједине РТО регистроване, ни за једну се не може рећи да има изграђен капацитет, већ се углавном ослањају на пословну инфраструктуру других институција, најчешће РРА.

За развој туристичких производа на приоритетним дестинацијама предвиђено је формирање ДМО, чији циљеви нису само промоција туристичке дестинације, већ управљање развојем туризма и туристичких производа, што представља изазов за ЈЛС са којим тек треба се суочити.

²⁸ Члан 3. став 1. тачка 31. Закона о туризму („Сл. гласник РС“, бр. 17/2019)

Посебан изазов за ЈЛС јесте планирање развоја туризма у условима кризе КОВИД 19 кризе и одговор ЈЛС на њу. Међу анкетираним ЈЛС 46,2% је донело неке мере на локалном нивоу за подршку сектору туризма услед кризе изазване КОВИД вирусом:

Највећи број мера односи се на:

- Смањење плаћања накнаде за коришћење јавне површине,
- Одлагање плаћања обавеза за локалне таксе и накнаде,
- Смањење цене закупа пословног простора,
- Директна финансијска давања (Жабалъ, Рашка).

Иако је велики број јединица локалне самоуправе, у складу са својим могућностима, пружио неки вид подршке приватном сектору у циљу санирања последица изазваних мерама у спречавању ширења КОВИД 19 вируса, скоро трећина испитаних ЈЛС није предузела никакве активности за подршку сектору туризма и угоститељства, једном од најугроженијих у овој ситуацији.



Сумирајући све наведене могућности и потенцијале за развој туристичких производа на локалном нивоу, који сигурно нису могли бити укупно сагледани овом анализом, стиче се утисак да се на локалном нивоу, као и на државном издвајају значајна финансијска средства за развој туризма. Међутим, ова средства се не издвајају на плански начин, већ су улагања прилично несистематска, па сам тим изостаје значајнији напредак на глобалном нивоу, иако ова улагања свакако доводе до повећања туристичке посећености на локалном нивоу.

ЈЛС – препознатљиве туристичке дестинације

Туристичка дестинација, у складу са Законом о туризму јесте одредиште туристичког путовања које својом опремљеношћу омогућава прихват и боравак путника, док **приоритетна туристичка дестинација** је просторна целина која располаже туристичком ресурсном основом за развој и комерцијализацију туристичких производа, потенцијалним и реалним туристичким атракцијама,

туристичком инфраструктуром и туристичком супраструктуром.²⁹ У складу са овом дефиницијом туристичке дестинације не поклапају се нужно са административном територијом јединице локалне самоуправе. Могу да обухвате део територије једне ЈЛС (Златибор, Сокобања, Палић, Врњачка Бања) или делове више јединица локалне самоуправе (Копаоник, Стара планина, Голија и сл.) .

Стратегијом развоја туризма Републике Србије 2016–2025. су одређени приоритетни туристички производи и туристичке дестинације, као и политика развоја туризма. Дефинисане су следеће приоритетне туристичке дестинације са кључним туристичким производима³⁰:

Табела 2: Приоритетне туристичке дестинације

Туристичка дестинација	Просторни оквир	Кључни туристички производи
1. Београд	Град Београд са гравитационом зоном	<i>city break</i> , <i>MICE</i> туризам, наутика, кружне туре, манифестације, специјални интереси, здравствени туризам, културно-тематске руте
2. Нови Сад, Фрушка гора и Сремски Карловци	Град Нови Сад, Сремски Карловци и НП Фрушка гора са околним насељима и салашима	манифестације, <i>city break</i> , <i>MICE</i> туризам, наутика, културно-тематске руте, специјални интереси, кружне туре, здравствени и <i>sра</i> , голф
3. Суботица, Палић и Потисје	Суботица, ПП Палић, Бачка Топола, Лудош, Кањижа, Бечеј, Нови Бечеј, Сента, Ада, Тител	културно-тематске руте, <i>city break</i> , наутика, екотуризам, етнотуризам, здравствени, <i>sра & wellness</i> , специјални интереси, манифестације
4. Туристичка регија Западна Србија	Планине Златибор и Златар (географска целина Стари Влах), Планина Тара (НП), ПП Мокра Гора	екотуризам, етнотуризам, здравствени, <i>sра & wellness</i> , специјални интереси, манифестације, рурални туризам, културно-тематске руте, планински туризам
5. Копаоник	Планина Копаоник (НП)	екотуризам, етнотуризам, религијски туризам, специјални интереси, спортови (зимски), планински туризам, здравствени, <i>sра & wellness</i> , кружне туре
6. Крагујевац/ Поморавље	Свилајнац, Деспотовац, Сењски рудник, Ћуприја, Параћин, Јагодина	екотуризам, <i>eЕџиноџуризам</i> , специјални интереси, рурални туризам, културно-тематске руте, манифестације, спортови на води
7. Врњачка Бања	Врњачка Бања са околином	здравствени, <i>sра & wellness</i> , манифестације, <i>MICE</i> туризам, кружне туре, специјални интереси

²⁹ Чл.3. Закона о туризму Републике Србије („Сл. гласник РС”, бр. 17/2019)

³⁰ Стратегија развоја туризма Републике Србије за период од 2016. до 2025. године („Сл. гласник РС”, бр. 98/2016)

8. Сокобања	Сокобања са планинама Озрен и Ртањ	здравствени, <i>spa & wellness</i> , манифестације, <i>MICE</i> туризам, специјални интереси, кружне туре
9. Подунавље (четири сегмента: Горње Подунавље, Средње Подунавље / Београд, Нови Сад / Доње Подунавље)	Сомбор, Апатин, Оџаци, Бач, Бачки Петровац, Бачка Паланка; Град Београд са гравитационом зоном, Град Нови Сад, Сремски Карловци и НП Фрушка гора са околним насељима и салашима Велико Градиште, Голубац, Доњи Милановац, Кладово, Неготин	наутика, <i>eЕкоџуризам</i> , етнотуризам, рурални туризам, културно-тематске руте (бициклизам, гастрономија и др.), специјални интереси, манифестације
10. Аранђеловац, Топола	Централни део Шумадије	здравствени, <i>spa & wellness</i> , <i>MICE</i> туризам, културно-тематске руте, едукативни програми, рурални туризам, кружне туре, бициклизам, специјални интереси
11. Голија, Нови Пазар и Ивањица	Планина (ПП) Голија са широм околином	екотуризам, клтурно-тематске руте, манифестације, рурални туризам, специјални интереси, кружне туре, здравствени, <i>spa & wellness</i> , спортови (зимски)
12. Дивчибаре и Ваљево	Ваљево са Подгорином и Ваљевске планине	планински туризам, рурални туризам, манифестације, кружне туре, специјални интереси
13. Ниш, Нишка Бања	Ниш са околином	здравствени, <i>spa & wellness</i> , културно-тематске руте, манифестације, рурални туризам, специјални интереси
14. Власина, Врање, Врањска Бања	Сурдулица, Врање, Бесна Кобила	здравствени, <i>spa & wellness</i> , етнотуризам, скијање, културне тематске руте, манифестације, рурални туризам, специјални интереси
15. Стиг и Кучајске планине	Стиг, Браничево, Кучај	здравствени, <i>spa & wellness</i> , етнотуризам, културно-тематске руте, манифестације, рурални туризам, специјални интереси
16. Банат/Вршац	Јужни Банат	рурални туризам, манифестације, наутика, винске руте, екотуризам, етнотуризам, специјални интереси
17. Стара планина	Општина Пирот, Димитровград, Књажевац	планински туризам, рурални туризам, манифестације, етнотуризам, специјални интереси
18. Подриње/ Лозница/Бања Ковиљача	Лозница, Шабац, Крупањ	планински туризам, рурални туризам, манифестације, кружне туре, културно-тематске руте, специјални интереси

Дестинације које су дефинисане Стратегијом углавном обухватају више јединица локалне самоуправе и одређене су према критеријуму до сада развијене инфраструктуре и супраструктуре, доступности и оствареног туристичког промета, а важне су за комплетирање туристичких производа. **То значи да би организовање и планирање развоја туризма на овим дестинацијама требало да се одвија интегрисано од стране набројаних ЈЛС.**

Препознатљиве туристичке дестинације имају и значајнији туристички промет. Туристички промет у Србији генерално је имао позитиван тренд раста после светске економске кризе од 2008. до 2020. год., када је цео свет био погођен последицама мера услед спречавања ширења пандемије вируса КОВИД 19, а посебно сектор туризма и угоститељства. Туристички промет у Србији је благо растао до 2008. год. Периоду 2009–2014. год. је период стагнације, што је период после светске економске кризе, а од 2014. год. туризам је у наглом порасту 1–13% годишње, да би се у 2020. години скоро преполовио у односу на 2019. годину³¹:

Табела 3. Туристички промет – доласци у Србији по годинама

Година	ДОЛАСЦИ						УЧЕШЋЕ У УКУПНОМ БРОЈУ ДОЛАЗАКА У СРБИЈУ (у%)	
	Укупно	Индекс	Домаћи	Индекс	Страни	Индекс	Домаћи	Страни
2014.	2.192.268	100,0	1.163.536	91,6	1.028.732	111,6	53,1	46,9
2015.	2.437.165	111,2	1.304.944	112,2	1.132.221	110,1	53,5	46,5
2016.	2.753.591	113,0	1.472.165	112,8	1.281.426	113,2	53,5	46,5
2017.	3.085.866	112,1	1.588.693	107,9	1.497.173	116,8	51,5	48,5
2018.	3.430.522	111,2	1.720.008	108,3	1.710.514	114,2	50,1	49,9
2019.	3.689.983	107,6	1.843.432	107,2	1.846.551	108,0	49,9	50,1
2020.	1.820.021	49,3	1.374.310	74,6	445.711	24,1	75,5	24,5

Посматрано по туристичким местима, највећи туристички промет има град Београд који је административни и културни центар Србије. Пословне посете и конгресни туризам су кључни фактори долазака у велике градске центре (Београд, Нови Сад и сл.). После Београда, најпосећенија су бањска места, а међу њима Врњачка бања, па затим планинска, међу којима је најпосећенији Златибор. У структури гостију, највећи број ноћења у Београду остваре страни гости, око 70% укупног броја ноћења, па је из овог разлога град Београд имао и највећи пад туристичког промета у 2020. години у односу на претходну, и то од 65,2%. Удео страних гостију у другим туристичким местима је значајно мањи и износи до 30% укупно остварених ноћења. Због ситуације

31 Статистички подаци о туристичком промету у Републици Србији, <https://mtt.gov.rs/sektori/sektor-za-turizam/korisne-informacije-turisticki-promet-srbija-kategorizacija/>

са затварањем граница током 2020. године, али и самом структуром туриста, бањска и планинска места су имала значајно мањи пад туристичког промета од Београда и Новог Сада, што је видљиво у следећој табели:³²

Табела 4. Туристички промет – остварена ноћења у Србији 2019–2020.							
	НОЋЕЊА						
	Укупно 2019	Укупно 2020	Индекс 2020/2019	Домаћи	Индекс 2020/2019	Страни	Индекс 2020/2019
Република Србија	10.073.299	6.201.290	61,6	4.936.732	81,4	1.264.558	31,5
Београд	2.487.922	865.53	34,8	288.843	76,5	576.687	27,3
Нови Сад	393.112	169.429	43,1	89.357	69,1	80.072	30,4
Бањска места	2.781.627	2.184.602	78,5	2.075.951	85,5	108.651	30,7
Планинска места	2.302.273	1.747.172	75,9	1.530.741	79,8	216.431	56,5
Др. туристичка места	1.705.309	1.031.807	60,5	788.763	80,4	243.044	33,5
Остала места	403.056	202.75	50,3	163.077	71,3	39.673	22,7

Бањска места остварују највећи туристички промет, иако ситуација са природно-лековитим фактором још увек није потпуно јасна, као и да својинска трансформација власништва хотелског смештаја у бањама, односно приватизација, још увек није завршена. Туристички промет у бањама Србије, изражен укупним бројем долазака туриста у 2020. години, опао је за 22% у односу на 2019. годину. Пад броја долазака домаћих туриста износио је 10,1%, док је пад броја долазака страних туриста износио 74,7%. Укупан број ноћења у бањама у 2020. години је у паду за 21,5% у односу на 2019. годину, од чега број ноћења домаћих гостију опао је за 14,5%, док је број ноћења страних туриста опао за 69,3%.³³

32 Статистички подаци о туристичком промету у Републици Србији, <https://mtt.gov.rs/sektori/sektor-za-turizam/korisne-informacije-turisticki-promet-srbija-kategorizacija/>

33 Статистички подаци о туристичком промету у Републици Србији, <https://mtt.gov.rs/sektori/sektor-za-turizam/korisne-informacije-turisticki-promet-srbija-kategorizacija/>

Табела 5. Туристички промет у бањским местима 2019–2020.

Јан–Дец 2020.	Упоредни приказ туристичког промета у бањским местима 2019/2020.					
	Број ноћења 2019	Број ноћења 2020	Индекс	Број гостију 2019	Број гостију 2020	Индекс
Република Србија	10.073.299	6.201.290	61,6	3.689.983	1.820.021	49,3
Бањска места	2.781.627	2.184.602	78,5	670.044	522.947	78,0
Врњачка Бања	907.892	698.238	76,9	283.491	211.496	74,6
Сокобања	588.422	648.82	110,3	124.877	124.998	100,1
Аранђеловац - Буковичка Бања	86.62	52.975	61,2	32.885	21.227	64,5
Матарушка Бања	3.71	1.049	28,3	394	112	28,4
Бања Ковиљача	130.896	76.786	58,7	24.322	14.157	58,2
Пролом Бања	88.79	69.777	78,6	18.227	14.575	80,0
Горња Трепча	122.798	78.59	64,0	12.269	8.339	68,0
Врањска Бања	20.61	15.011	72,8	3.05	1.536	50,4
Бања Кањижа	52.952	29.506	55,7	12.892	6.838	53,0
Бања Јунаковић	68.302	41.49	60,7	10.63	6.184	58,2
Бања Врдник	104.881	93.035	88,7	28.7	31.594	110,1
Бања Русанда	14.218	8.604	60,5	1.315	794	60,4
Бања Палић	62.718	60.065	95,8	33.668	25.522	75,8
Селтерс Бања	116.653	25.395	21,8	5.612	1.221	21,8
Луковска Бања	91.355	61.7	67,5	12.877	9.514	73,9
Гамзиградска Бања	21.991	19.242	87,5	2.072	1.221	58,9
Рибарска Бања	65.836	63.633	96,7	9.81	9.911	101,0
Сијаринска Бања	68.532	50.336	73,4	8.742	7.136	81,6
Бања Врујци	55.714	38.115	68,4	10.542	8.388	79,6
Нишка Бања	25.891	4.857	18,8	3.728	1.377	36,9

По туристичком промету бањских места истиче се Врњачка Бања, а затим следи Сокобања која је једина имала раст туристичког промета, упркос последицама мера због спречавања ширења

пандемије КОВИД 19. Просечна дужина задржавања у бањама је **4,18 дана**. У бањским местима, иако бележе велики туристички промет, исти је већински остварен од стране домаћих туриста. Страни туристи у просеку чине око 10% укупног броја туриста који посете бањска места, па је евидентно да бање нису тржишно конкурентне на међународном тржишту здравственог и *wellness* туризма.

Туристички промет у планинским центрима Србије изражен укупним бројем долазака туриста у 2020. години опао је за 27,8% у односу на 2019. годину, док је укупан број ноћења опао за 24,1%.³⁴

Табела 6. Туристички промет у планинским местима 2019–2020.

Јан–Дец 2020	Упоредни приказ туристичког промета у планинским местима 2019/2020.					
	Број ноћења 2019	Број ноћења 2020	Индекс	Број гостију 2019	Број гостију 2020	Индекс
Република Србија	10.073.299	6.201.290	61,6	3.689.983	1.820.021	49,3
Планинска места	2.302.273	1.747.172	75,9	638.521	460.892	72,2
Златибор	777.057	575.047	74,0	237.064	157.347	66,4
Копаоник	565.980	432.038	76,3	135.613	104.370	77,0
Тара	281.002	143.300	51,0	69.847	31.965	45,8
Мокра гора	30.552	29.261	95,8	16.325	11.158	68,3
Дивчибаре	172.633	159.933	92,6	42.130	45.377	107,7
Ивањица	64.533	28.419	44,0	13.075	6.166	47,2
Златар	50.475	36.016	71,4	16.506	11.196	67,8
Рудник	26.357	14.567	55,3	4.400	2.150	48,9
Стара планина	75.534	88.395	117,0	21.873	25.188	115,2
Гоч	70.005	32.585	46,5	12.513	6.254	50,0

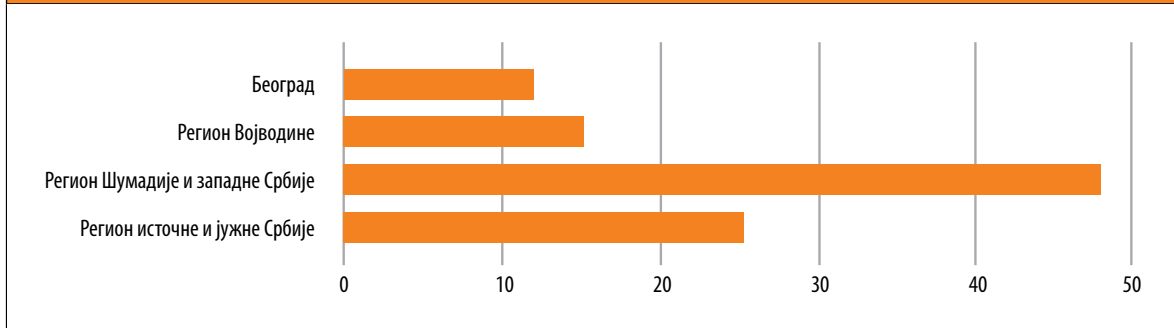
По броју долазака туриста као и по броју остварених ноћења најпосећеније планинско место јесте Златибор, док је Стара планина једина имала раст индекса туристичке посећености. Просечна дужина задржавања туриста на планинама је 3,75 дана.

Посматрано по регионима, најпосећенији је регион Шумадије и западне Србије (48% укупне посећености), затим регион источне и јужне Србије (25% укупне посећености), регион Војводине (15% укупне посећености) и Београд (12% укупне посећености).³⁵

34 Статистички подаци о туристичком промету у Републици Србији, <https://mtt.gov.rs/sektori/sektor-za-turizam/korisne-informacije-turisticki-promet-srbija-kategorizacija/>

35 Статистички подаци о туристичком промету у Републици Србији, <https://mtt.gov.rs/sektori/sektor-za-turizam/korisne-informacije-turisticki-promet-srbija-kategorizacija/>

Графикон 12. Учешће броја ноћења туриста у укупном броју ноћења по статистичким територијалним јединицама у РС у 2020. години



5.

Креирање конкурентске позиције – Дигитализација и нови пословни модели

Значај конкурентности привреде, а самим тим и конкурентности туризма као привредне гране, расте паралелно са развојем процеса глобализације привреде. Развој туризма, као и ниво конкурентности можемо посматрати на глобалном, националном, регионалном или локалном нивоу.

Постоји више дефиниција конкурентности туристичке дестинације, али можемо је сублимирати на следећи начин: „Конкурентност туристичке дестинације јесте њена способност да повећа туристичку потрошњу, да привлачи значајно више туриста обезбеђујући им искуства која их задовољавају и која се памте, и да истовремено то чини на профитабилан начин уз побољшање благостања становника дестинације и чување природног блага дестинације за будуће генерације.”³⁶

У ширем смислу конкурентност у сектору туризма јесте способност туристичке дестинације да адекватно одговори на захтеве потрошача, нарочито када се они убрзано мењају. Према многим истраживањима туризам је нестабилна, осетљива и веома конкурентна економија која стално пролази кроз брзу и радикалну трансформацију и у којој се правила игре убрзано мењају.³⁷ Из ових дефиниција произилази, да би туристичка дестинација била успешна, потребно је задовољити више параметра: конкурентност, доступност и одрживост, које се морају међусобно подржавати и допуњавати.

Према последње објављеном глобалном индексу конкурентности за туризам и путовања, који објављује Светски економски форум, Србија се налази на 83. месту од 140 посматраних земаља³⁸. Посматрано по индикаторима који се мере, Србија је најниже оцењена код следећих критеријума: природни ресурси (2,1 поен од максимално 7) и културни ресурси (1,7 поена од 7) у функцији туризма, стање путне инфраструктуре (3 од 7 поена) и приоритизација туризма у јавним политикама (3,9 поена), а најбоље у јавном здрављу и хигијени (6,3 од максимално 7 поена) и примени информационо-комуникационих технологија (5,1 поена од 7).

Информационо-комуникационе технологије (ИКТ), мрежне услуге и пословање имају све већи значај у сектору туризма и путовања, при чему се интернет користи за планирање итинерера, као и резервацију смештаја и других активности на путовању, али и низ других услуга – промоција и

36 *The Competitive Destination: A Sustainable Tourism Perspective*, J. R. Brent Ritchie, Geoffrey I. Crouch, 2003

37 *Tourism, Technology and Competitive Strategies*, A. Poon, 1993, str 291

38 https://www3.weforum.org/docs/WEF_TTCR_2019.pdf

информисање, виртуелне туре, онлајн наручивање услуга и сл. Можемо слободно рећи да је ИКТ сада толико распрострањен и важан за све остале секторе, да се сматра делом општег повољног пословног окружења. Томе у прилог говори и крилатица: **Технологија није све, али без ње не можемо ништа.**

Савремена мобилна технологија, која је у сваком тренутку доступна просечном човеку, данас има круцијални утицај на доношење одлуке о путовању. Потрошачи имају приступ мноштву информација, више избора за њихово прикупљање, али и више могућности да изразе своје мишљење преко дигиталних платформи, што понекад може да угрози имиџ дестинације, а други пут да буде најбољи амбасадор за одређену дестинацију.

При чему, за адекватну примену ИКТ у Сектору туризма и путовања (T&T сектор) није довољно само постојање модерне тврде инфраструктуре, тј. покривеност мобилном мрежом и квалитет снабдевања електричном енергијом, већ и капацитет предузећа и појединаца да користе и пружају услуге на мрежи.

Употреба дигиталне технологије у туризму довела је до новог појма „Е-туризам“ који је био актуелан у 20. веку, али се са четвртном индустријском револуцијом, која је донела вештачку интелигенцију, употребу робота, сензора и сл., и сам начин употребе ИКТ у области туризма значајно променио што је довело до појма „паметни туризам“. Паметни туризам се може посматрати као напредак у односу на традиционални туризам и концепт е-туризма. Кључне разлике представљене су у табели.³⁹

Табела 7: Основе разлике између е-туризма и „паметног“ туризма

	XX век	XXI век
Димензије	Е-туризам	Паметни туризам
Сфера примене	Дигитална	Уклањање јаза између дигиталног и физичког окружења
Основне технологије	Веб сајтови	Сензори и паметни телефони
Улога у фази путовања	Пре и после путовања	Током путовања
Покретачка основа	Информације	Велика количина података
Парадигма	Интерактивност	Ко-креација искуства посредством технологије
Структура	Посредници	Екосистем
Размена	B2B, B2C, C2C	Сарадња приватног и јавног сектора и потрошача

Може се рећи да *е-туризам* представља, на неки начин, једноставније коришћење ИКТ у туризму и основни пословни модел јесте пружање неких веб услуга и информација. Са друге стране, паметни туризам и коришћење ИКТ је значајно сложенији систем, који подразумева обимну размену и дељење података, коришћење отворених података уз бесплатан приступ *Wi-Fi* систему, а све у

³⁹ Извор: <https://turizam4-0.org.rs/>, пројеката Туризам 4.0 – Дигитална трансформација туризма у Србији

циљу креирања боље туристичке услуге и стварања јединственог туристичког искуства. Развој мобилне телефоније и могућности коришћења смарт телефона, као и других носивих паметних ствари као што су: паметни сатови, паметне наочаре, паметне наруквице и сл., као и масовно коришћење друштвених мрежа, значајно су допринели могућности унапређења пружања туристичких услуга и стварању индивидуалних искустава на дестинацији.

ИКТ посебно добија на значају у ситуацији изазваној пандемијом КОВИД 19 са којом се суочавамо, а која ће се одразити на конкурентност, али и на сам опстанак многих предузећа у области туризма, као и самих туристичких дестинација. С обзиром на то да многи градови и дестинације сада желе да се опораве, важно је развити и применити праксе паметног туризма у складу са зеленом и дигиталном транзицијом. Ту се подједнако мисли, и на унапређење самог туристичког искуства за туристе, као и на добробит која се остварује у самој локалној заједници.

ПРИМЕРИ

- Хелсинки је удвостручио број кинеских туриста у последњих 5 година. Захваљујући специјално креираној апликацији *#WeChat Helsinki*, која представља мини програм полуларне вишенаменске кинеске апликације *WeChat* која служи за: плаћање, ћаскање, друштвене мреже итд. Мини програм *WeChat Helsinki* дизајниран је за кинеске путнике који желе да сазнају више о главном граду Финске, садржи информације о тренутним временским условима, списак празника и догађаја, информације о знаменитостима, хитној помоћи и услуге превоза, све на кинеском. Кинески туристи такође могу захтевати повраћај пореза на куповину путем програма и положити новац на свој *WeChatPay* рачун;
- Многи градови користе апликације које имају улогу аудио локалних водича, и тако пружају туристима могућност да обиђу дестинацију на начин који је њима најинтересантнији. Ове апликације углавном интегришу различите снимке, фотографије и информације о локалитетима, тако да туристи лако могу да се информишу. Апликација *DEtour* је прва друштвена аудио апликација која нуди интегрисано аудио искуство у пешачкој тури. Ова апликација је првеном била доступна у Америци, и то Сан Франциску, од 2015. године, а касније Њујорку, Чикагу, Лос Анђелесу и др.;
- Интернет интелигентних уређаја (*Internet of Things – IoT*) јесте појам који се односи на милијарде физичких уређаја широм света опремљених сензорима и софтверима, који су тренутно повезани на интернет како би прикупљали и делили податке. На тај начин, овим уређајима се омогућава тзв. „дигитална интелигенција“, тј. даје им се могућност да без учешћа човека користе потребне податке у одговарајуће време, уз помоћ којих уређаји могу сами да регулишу свој рад. Користећи ову технологију, многе дестинације приликом великих градских догађаја прате кретање посетиоца и циљаним порукама их усмеравају у жељеном правцу како би управљали гужвом, избегли нежељене ситуације и постигли максималне резултате. Један од примера јесте Париз, који користи овакав софтвер током догађаја *Tour de France*.

Главни приоритети паметних туристичких дестинација, који могу утицати на конкурентност су побољшање и индивидуализација туристичког искуства, кроз развој интелигентних платформи за прикупљање тзв. „дигиталних отисака“, обраду података и циљану дистрибуцију информација. Тиме

се олакшава ефикасна алокација туристичких ресурса, могућност да се користи од туризма равномерно распореде на локално становништво, као и дуготрајна одрживост и економски раст. На конкурентност дестинације утиче и технолошки образована генерација. Из тог разлога је важно поставити вредности које карактеришу нове генерације у оквиру стратегија развоја туристичких дестинација

Иницијатива „Европске престонице паметног туризма“⁴⁰, коју реализује Европска Комисија, препознаје изузетна достигнућа европских градова као туристичких дестинација у четири категорије: одрживост, приступачност, дигитализација, као и културно наслеђе и креативност. Ова иницијатива ЕУ има за циљ промовисање паметног туризма у ЕУ, умрежавање и јачање дестинација и олакшавање размене најбољих пракси.

Европска комисија објавила је седам градова који су ушли у ужи избор за такмичење Европска престоница паметног туризма 2022. (представљено по абecedном реду): Бордо (Француска), Копенхаген (Данска), Даблин (Ирска), Фиренца (Италија), Љубљана (Словенија), Палма (Шпанија) и Валенсија (Шпанија).

На пример, у Љубљани која је нама најближа, кретање туриста по граду никада није било лакше. УРБАНА картица туристима омогућава тренутни приступ интегрисаном транспортном систему. Посетиоци могу користити картицу за путовање аутобусом, изнајмљивање једног од 580 градских бицикала у граду, плаћање паркинга или чак путовање жичаром до Љубљанског дворца. Приватна возила су забрањена у центру града, међутим, туристи се могу кретати електричним возом без емисије, док су „Кавалир“ аутомобили на електрични погон доступни за особе са смањеном покретљивошћу. Веб страница и апликација *Visit Ljubljana*, који су доступни на шест језика и редовно се ажурира информацијама и понудама. Мрежно повезивање у граду лако је захваљујући мрежи *Wi-Fi Ljubljana* која има 400 приступних тачака по граду и нуди до сат времена бесплатног интернета дневно. Град годишње троши око 27 милиона евра – или 11% свог буџета – за финансирање уметности и културе. Најбољи начин да се туристи упознају са знаменитостима града јесте комбинована карта *Ljubljana Card*, која не нуди само улаз у 19 музеја, галерија и градски зоолошки врт, већ и бесплатно путовање аутобусом, 24-часовну *Wi-Fi* карту и још много тога.

На основу напред реченог, јасно је да конкурентност Т&Т сектора у Србији, између осталог, зависи и од примене модерних технологија у туризму, која не утиче само на конкурентност, већ и на развој, унапређење, па чак и опстанак дестинације на туристичком тржишту. Стога, постоји константна потреба да се прате трендови у туристичкој индустрији и да се кроз иновативна решења, одговара на захтеве туриста.

Стратегија развоја туризма РС, ставила је приоритет на развој ИКТ алата у туризму, унапређење ИКТ система и резервација и повећање ефикасности комерцијализације капацитета.

Акционим планом је као посебна активност предвиђено „Подстицање развоја и употреба нових технологија и ИКТ апликација“ и то у сегменту Мере и активности као предуслов за имплементацију Стратегије. У оквиру ове активности планирано је: Формирање Центра за ИКТ промоцију, израда софтверских решења и интернет апликација у области туризма Републике Србије, Развој ИКТ платформе за стандардизовану промоцију дестинација и туристичких производа и

40 https://smart-tourism-capital.ec.europa.eu/index_en

услуга, Развој националне платформе за резервације за све туристичке производе и услуге. Такође, у оквиру мере за подизање капацитета и квалитета управљања туристичким простором и дестинацијама предвиђено је: Развијање модела туристичких дестинацијских картица и Развијање програма *eТуристиа* којим је планирана комплетна дигитализација информација на нивоу дестинације.

До данас је развијен портал *eТуристиа*, који служи за подношење захтева за категоризацију, евиденцију угоститеља и угоститељских објеката и евиденцију гостију, односно као база података. Примена система од стране ЈЛС је детаљније описана у поглављу 3 – Функционалне надлежности у складу са Законом о угоститељства.

Бенефит корисника од увођења *eТуриста*, након потпуне имплементације система, према објави МТТТ јесте⁴¹:

Табела 8. Користи система <i>eТуристиа</i>		
За угоститеље:	За туристе:	За државне институције и туристичке организације:
<ul style="list-style-type: none"> поједностављена пријава и одјава домаћих и страних туриста (<i>коментар аутора: за стране туристе још увек није омогућено преко система</i>), подношење онлајн захтева за категоризацију, евиденција уплаћених боравишних такси, (<i>коментар аутора: за сада само за угоститеље који боравишну таксу не плаћају њихово</i>), смањен број административних процедура и олакшано пословање. 	<ul style="list-style-type: none"> безбедност, виши квалитет услуге, смештај у легалним угоститељским објектима 	<ul style="list-style-type: none"> унапређење статистичког праћења туристичког промета и анализа у реалном времену, свакодневни увид у базу података о смештајним објектима и угоститељима пружаоцима услуга смештаја, ефикаснија наплата пореза и боравишне таксе, спровођење активне маркетинг политике и подизање конкурентности туристичке понуде Републике Србије.

Међутим, за сада приступ порталу *eТуристиа*, имају овлашћена лица државних органа и ЈЛС, и регистровани угоститељи којима су додељене шифре за приступ како би уносили податке о гостима који бораве у њиховом смештају. Можемо рећи да све планиране функције *eТуристиа* још увек нису у потпуности заживеле. Такође, иако је Стратегијом планирано да се развије национална платформа за резервације, то још увек није реализовано.

Посматрајући коришћење туристичких портала, још увек доминантни део чине глобални резервациони системи, као што су: *Booking, Airbnb* и *Tripadvisor*.

Табела 9. Листа најпосећенијих туристичких портала⁴²

Rank	Domain (5,196)	Traffic Share ↓	Change	Rank	Monthly VI...	Unique Visit...	Visit Dura...	Pages/V...	Bounce ...	AdSense
1	booking.com	14.31%	↑ 10.28%	#52	304,369	87,523	00:09:04	8.76	24.35%	
2	airbnb.com	2.42%	↑ 8.06%	#215	51,434	13,378	00:11:54	41.09	17.73%	
3	tripadvisor.com	2.06%	↓ 15.03%	#281	43,775	31,514	00:03:10	8.30	60.64%	
4	tripadvisor.rs	2.05%	↓ 17.18%	-	43,658	27,838	00:03:15	8.47	54.36%	
5	airserbia.com	1.97%	↑ 19.77%	#79,604	41,906	14,906	00:07:31	9.37	8.27%	
6	infokop.net	1.63%	↑ 155.35%	#415,260	34,602	11,236	00:02:47	4.16	45.27%	
7	phobs.net	1.59%	↑ 25.39%	#91,759	33,748	5,338	00:05:15	7.61	11.29%	
8	srvoz.rs	1.52%	↑ 28.58%	#308,339	32,281	17,812	00:01:45	1.70	68.38%	
9	beg.aero	0.97%	↑ 19.66%	#292,996	20,717	9,278	00:02:58	3.05	31.25%	
10	mojaavantura.com	0.97%	↓ 1.56%	#356,092	20,680	17,426	00:01:24	1.86	64.24%	
11	apartmani-u-beogra...	0.93%	↑ 21.95%	#495,570	19,713	12,898	00:05:51	5.91	46.72%	
12	balkanviator.com	0.88%	↓ 16.52%	#384,350	18,700	13,711	00:02:34	2.87	42.31%	
13	wizzair.com	0.82%	↑ 5.41%	#2,986	17,355	8,423	00:07:02	7.77	14.12%	
14	skijalistarbije.rs	0.81%	↑ 285.71%	#3,285,0...	17,122	7,799	00:02:58	4.20	26.33%	
15	airbnb.rs	0.80%	↑ 15.88%	#264,338	16,925	7,490	00:10:20	43.97	19.35%	
16	selo.rs	0.78%	↑ 54.22%	#416,515	16,685	11,363	00:05:26	10.34	44.59%	
17	putujsigurno.rs	0.75%	↑ 2.50%	#567,704	15,991	9,873	00:06:46	8.56	56.87%	

У Србији се одавно препознаје значај коришћења ИКТ технологија у туризму. Готово да нема ни једне ЈЛС која нема интернет презентацију. О квалитету самих презентација се може дискутовати, али су оне свакако нешто што се подразумева за сваку туристичку дестинацију. Приватни сектор одавно ради резервацију смештаја или туристичких путовања путем интернета. Онлајн трговина је значајно унапређена.

Поставља се питање колико се одмакло у развоју тзв. „паметног туризма“ и примени најновијих ИКТ достигнућа у Србији. На први поглед, рекло би се да се ИКТ технологије још увек не користе тако да у реалном времену одговарају на потребе посетиоца. Приватни сектор, пре свега хотели високе категорије, ове системе примењују у већој мери. Туристичке дестинације, као и управљачи природних и културних добара, такође у извесној мери користе ИКТ како би дестинација стекла конкурентску предност.

Током 2020. године када је кретање људи, услед мера за заштиту од КОВИДА, било максимално ограничено, на значају су добиле тзв. виртуелне туре, када је велики број туристичких дестинација и разних институција покушао да одржи „контакт“ са посетиоцима и на тај начин одржи своју конкурентску позицију. Виртуелне туре састоје се од низа панорамских фотографија од 360°, које омогућавају шетњу од једне до друге локације. Шетња се реализује помоћу миша, стрелицама на тастатури и стрелицама на командној табли.

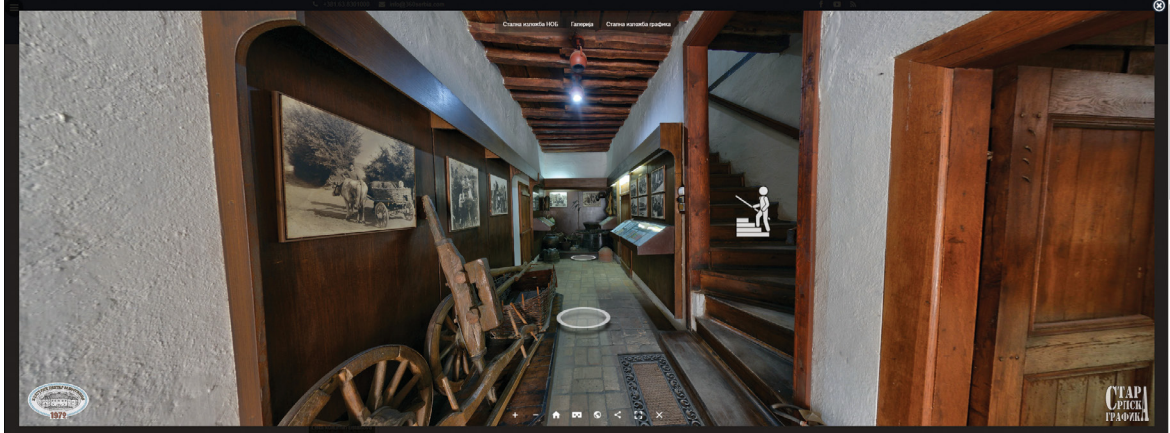
Виртуелне интерактивне туре омогућавају туристичким дестинацијама и остваривање маркетиншке предности у односу на дестинације које своју промоцију врше преко класичних веб сајтова, јер највећи број туриста формира први утисак на основу расположиве понуде коју му је најдоступнија. Потенцијални туриста на овај начин добија значајан број туристичких информација пре самог

⁴² Извор: <https://pro.similarweb.com/#/research/home>

путовања. Иновације у виду оваквих тура у маркетиншкој пракси представљају предност за многе туристичке дестинације, поготово мање и још увек неафирмисане.

Више позитивних примера коришћења проширене реалности и виртуелних тура може се видети и у Србији. На овај начин може се нпр. обићи Народни музеј у Власотинцу⁴³:

Слика 1. Виртуелна шетња кроз народни музеј у Власотинцу



Или виртуелна изложба „Рубенсови кругови“ у Народном музеју у Београду⁴⁴:

Слика 2. Виртуелна изложба „Рубенсови кругови“ у Народном музеју у Београду



Данас су индивидуална путовања све више заступљена, на којима туристи траже јединствене догађаје. Постоји много интернет портала који служе за планирање итинерера, и „упознавање са тереном“ пре самог одласка на дестинацију.

У ту сврху се користе Географско-информациони системи, који су веома заступљени у туризму. Географско-информациони систем (ГИС) је систем за управљање просторним подацима и

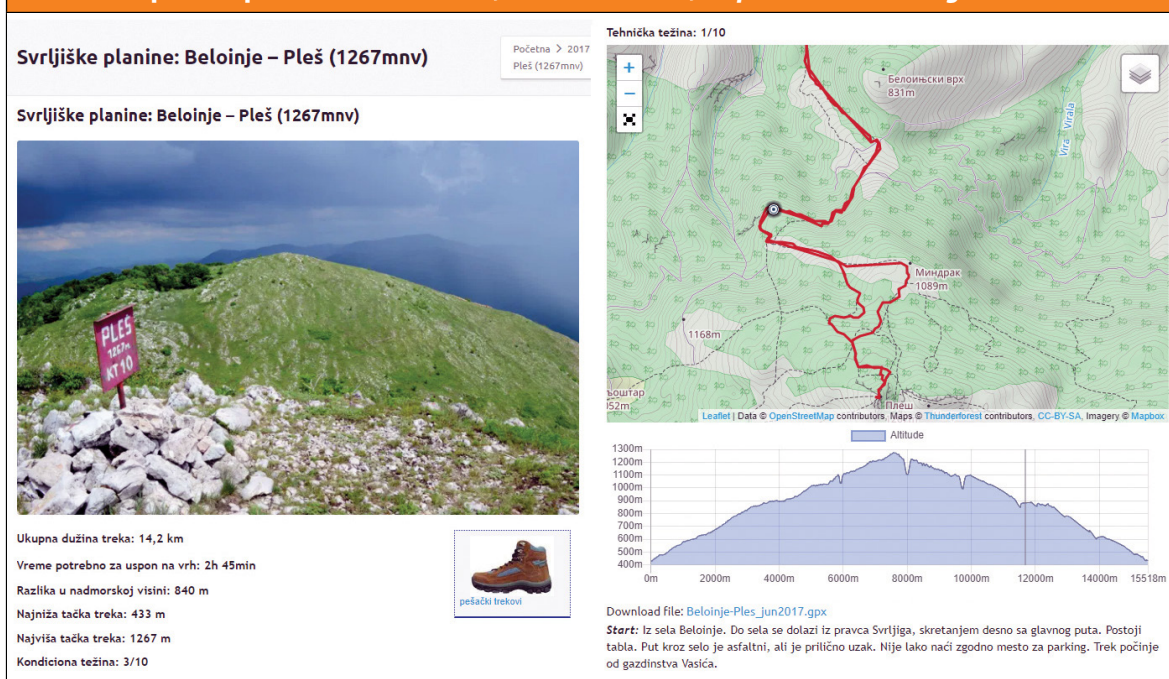
њима придруженим особинама. У најстрожем смислу то је рачунарски систем способан за интеграције, складиштење, уређивање, анализу и приказ географских информација. У ширем смислу ГИС је оруђе „паметне карте“ које оставља могућност корисницима да постављају интерактивне упите (истраживања која ствара корисник), анализирају просторне информације и уређују податке⁴⁵.

Један од успешних примера у Србији јесте сајт *Стазе и богазе*, који су покренули двојица ентузијаста, а данас представља базу планинарско географских информација за подручје Балкана. Тренутно покрива територије Албаније, БиХ, Бугарске, Црне Горе, Грчке, Хрватске, Македоније, Румуније и Србије. Централно место на сајту заузимају ГПС трекови занимљивих планинарских тура. Они су класификовани према држави, подручју и планинском масиву који покривају, тако да је претрага по територијалном принципу врло једноставна. Исто тако, претрага се може вршити и визуелно, кликћући на подручја на мапама.

На сајту *Стазе и богазе* могуће је⁴⁶:

- пронаћи занимљиве дестинације за походе по планинама са потпуним описом стаза,
- пратити најаве излета,
- преузети трекове за ваш *GPS* уређај у *GPX* или *KML* формату,
- поставити трекове и фотографије са својих планинарских путовања, и тако допринети великој заједничкој бази планинарских знања,
- Пронаћи информације о свему у вези са кретањем и боравком у планини.

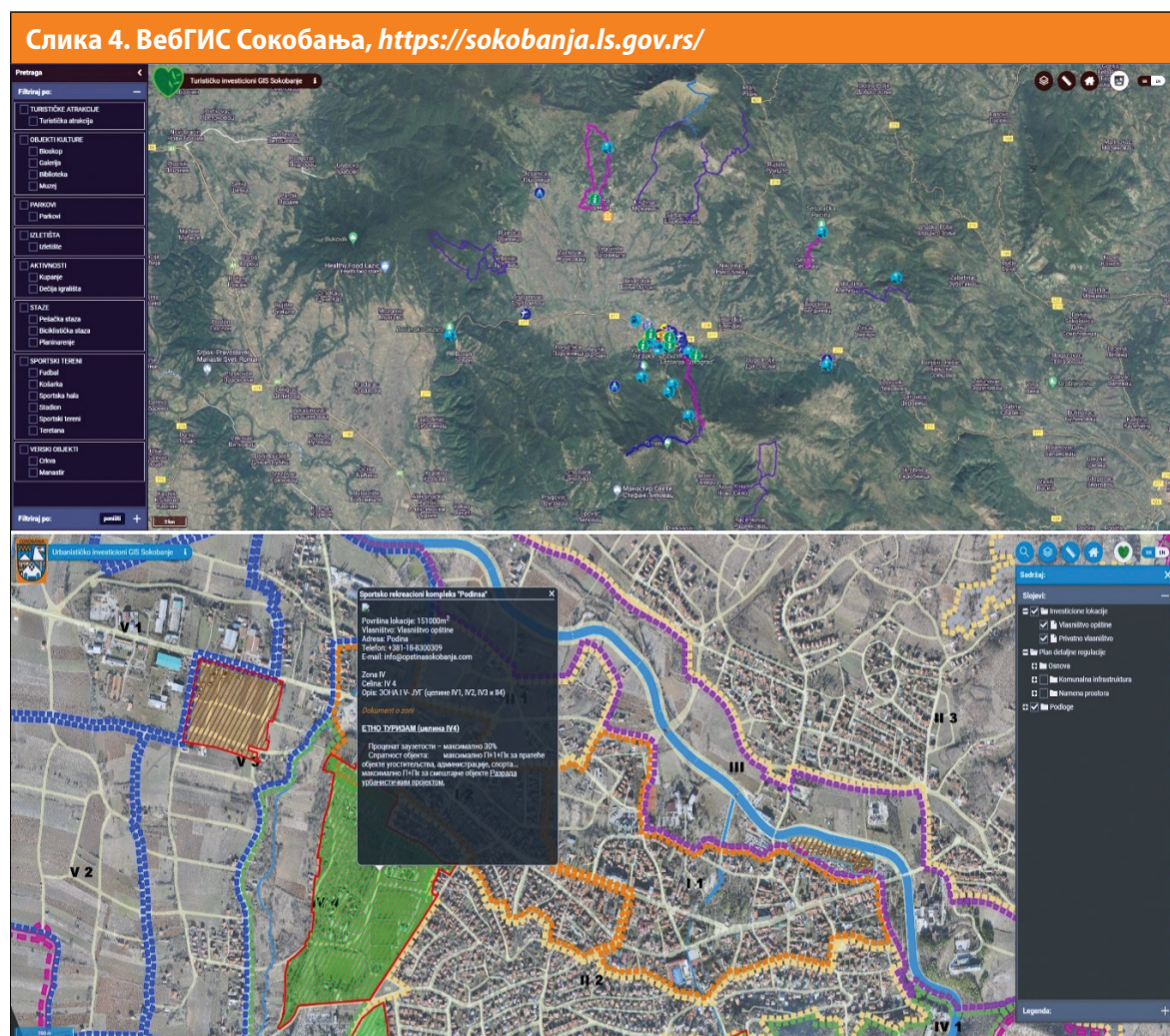
Слика 3. Приказ трека пешачке стазе, Стазе и Богазе, <http://www.stazeibogaze.info/>



45 Извор: <https://sr.wikipedia.org>

46 Извор: <http://www.stazeibogaze.info/>

ЕУ је кроз програм ЕУПРО подржао увођење ГИС-а у Србији. Сокобања је једна од општина која је захваљујући пројекту „Туристичко – инвестициони ГИС Сокобања” у оквиру компоненте „Повољно пословно окружење” започела трансформацију у паметну туристичку дестинацију.



ГИС је примењен кроз две компоненте: у форми веб портала и мобилне апликације за лакше самостално кретање на дестинацији.

ВебГИС систем се састоји од две гео-базе:

1. Туристичка информативна гео-база заснована је на ортофото слоју читавог подручја општине Сокобања (525km²) са следећим контекстним подацима: локације и опис природних, културних и историјских добара, стаза и информација о пешачким и бициклистичким стазама, гастрономска понуда у градским и сеоским подручјима и смештајна понуда и капацитети у граду и руралним подручјима.

2. Гео-база локације за улагање формирана је од следећих слојева и података: ортофото слој (у високој резолуцији, у границама Плана генералне регулације), ДКП, грађевинске зоне и општи подаци из просторних планова (План генералне регулације и Просторни план) за услове изградње за сваку катастарску парцелу, цене за зоне грађевинских дозвола, зоне за обрачун пореза на непокретности, гринфилд (*greenfield*) и браунфилд (*braunfeld*) локације у јавном и приватном власништву доступне инвеститорима са свим потребним подацима. Биће спроведена опција да приватни власници понуде своје парцеле или зграде потенцијалним инвеститорима.

Основна сврха мобилне апликације је олакшавање приступа подацима у туристичко-инвестиционим ГИС гео-базама корисницима (углавном туристима и посетиоцима) путем мобилних и ручних уређаја. Ова апликација обавештава кориснике о свим објектима и туристичким садржајима који се налазе у близини. Систем приказује податке засноване на ГПС локацији корисника и гео-бази релевантних информација за ту тачку интереса. Апликација има навигациони режим, како би водила посетиоце до пешачких и бициклистичких стаза или других атракција.



У циљу заштите природне средине, корисници имају могућност да пошаљу слику или пријаве сваки еколошки проблем на туристичким локацијама (одлагање отпада, загађење река или излетишта итд.) директно локалним инспекторима за заштиту животне средине користећи модул **Пријави комунални проблем** који је креиран током пројекта. Направљена апликација представља значајан

додатак успостављеном ГИС-у општине Сокобања са циљем регистровања комуналних проблема, инфраструктурних оштећења, локација загађења животне средине у општини Сокобања путем ГИС-а. Регистровање решених регистрованих проблема и праћење резултата интервенција са посебним нагласком на систематизацији и просторној анализи добијених података, могу се користити за будуће стратешко планирање, као и за мерење ефикасности локалних јавних комуналних предузећа.

Још један позитиван пример, који је имплементиран уз ЕУПРО подршку, јесте пројекат „Унапређење услова за коришћење локалних друштвено-економских потенцијала кроз ГИС“ који су имплементирали град Пожаревац и општина Велико Градиште, а у оквиру ког су постављене интерактивне табле за информисање туриста у Пожаревцу и Великом Градишту. Активацијом QR кода преко мобилних телефона или таблета, посетиоцима Великог Градишта и Пожаревца, као и локалном становништву омогућено је да на ефикасан и савремени начин, добију информације о туристичкој понуди, односно о културно-историјским споменицима, духовним и спортским центрима и излетиштима која се налазе у овим туристичким местима.

Слика 6. Туристичке интерактивне табле у Великом Градишту и Пожаревцу⁴⁷



За конкурентност туристичке дестинације веома је битна **доступност туристичких садржаја** и атракција, односно **развијеност и умреженост система јавног превоза**. Јавни превоз у Србији није на адекватном нивоу, и веома је битно да се убрзано развија како би доступност генерално била боља, а самим тим и доступност туристичких дестинација и садржаја.

Средином 2021. године град Нови Сад је започео реализацију веома интересантног пројекта „Интегрисане и иновативне акције за одрживу надоградњу урбане мобилности“ (*TRIBUTE – Integrated and Innovative actions for sustainable Urban mobility upgrade*), који за циљ има унапређење градског превоза, и то развојем ефикаснијих транспортних услуга и решења за одрживу мобилност прилагођену потребама људи. Главне активности пројекта биће креирање мобилне апликације и

⁴⁷ Извор: <http://velikogradiste.rs/2021/02/turisti-e-se-na-srebrnom-jezeru-informisati-putem-interaktivne-turistichke-table/>, <https://poportal.rs/savremeni-nacini-informisanja-turista-u-pozarevcu-i-velikom-gradistu/>

постављање монитора на аутобуским стајалиштима, који ће корисницима јавног аутобуског превоза на одређеној линији пружати информације о доласцима и одласцима аутобуса у реалном времену, а на основу података из возила у која ће бити постављени *GPS* уређаји. Такође, корисници мобилне апликације ће добијати и информације о алтернативним видовима превоза (нпр. бициклически) у циљу задовољења индивидуалних потреба на одржив начин. Пројекат се реализује у оквиру *Interreg ADRION* програма. Водећи партнер је *Politecnico di Milano*, а остали партнери на пројекту су Град Нови Сад – Градска управа за саобраћај, Општина Милано, Град Љубљана, Град Марибор, Град Загреб, Општина Патрас, Град Сарајево и Главни Град Подгорица, а придружени партнери су Јавно градско саобраћајно предузеће Нови Сад, Град Игуменица, Округ Загреб, Окружни туристички биро Загреб, Туристичка канцеларија Загреб и Регионална развојна агенција Љубљана⁴⁸.

Иако има доста пројеката и нових пословних модела, употреба ИКТ у функцији паметног туризма у Србији може се додатно унапредити, пре свега у подизању конкурентности туристичке понуде на међународном тржишту, при чему је веома битна сарадња између приватног и јавног сектора, јер је једино на тај начин могуће створити и повезати велику количину информација из различитих извора и медија.

48 Извор: <http://www.novisad.rs/projekat-tribute-integrane-i-inovativne-akcije-za-odrzivu-nadogradnju-urbane-mobilnosti-0>

6.

Могућности успостављања сарадње у области туризма

Технолошке иновације, повећана мобилност и генерално убрзане глобалне промене (климатске, политичке, економске) значајно утичу на осетљиво туристичко тржиште, односно разни утицаји доводе до промена у туристичкој потражњи, што намеће потребу за изналажењем делотворнијег начина управљања туристичком дестинацијом, као и њеним развојем, у оштрој конкурентској борби на туристичком тржишту.

На основу анализе бројних дефиниција туристичке дестинације, у домаћој и страниј литератури, осим дефиниције прописане Законом о туризму, иста се може дефинисати и као туристички организована и тржишно препознатљива просторна целина, која скупом својих туристичких производа и услуга туристима нуди задовољење свих или већине туристичких потреба. Као таква, туристичка дестинација не зависи од административних граница јединице локалне самоуправе успостављене територијалном организацијом Републике Србије, односно најчешће се територијално не поклапа само са територијом једне ЈЛС, већ најчешће обухвата више територија или делове територија ЈЛС, што произилази и из дефинисаних и набројаних туристичких дестинација у Стратегији развоја туризма РС 2015–2025.

С обзиром на то да се данас све више говори о дестинацији као основној јединици за развој туризма, неопходно је увести дестинацијски приступ управљању и планирању развоја туризма, за који данас можемо рећи да и не постоји у Србији. Овај приступ имплицитно условљава успостављање сарадње јединица локалне самоуправе у туризму, јер искуства из праксе указују да би дестинацију требало више дефинисати и развијати, пре свега, посматрано са тржишног аспекта, а не искључиво административног.

Начин сарадње и удруживања ЈЛС у циљу постизања циљева од заједничког интереса дефинисан је Законом о локалној самоуправи, који прописује да ради остваривања заједничких интереса ЈЛС могу удруживати средства и образовати заједничке органе, предузећа, установе и друге организације и установе, у складу са законом и статутом⁴⁹.

Са друге стране, чланом 30. ставом 2. Закона о туризму дефинисано је да промоцију туризма, осим локалних туристичких организација, могу обављати и туристичке организације регије које оснивају две или више јединица локалне самоуправе. Туристичка организација регије остварује сарадњу са туристичким кластерима на свом подручју и води евиденцију туристичких кластера.

⁴⁹ Извор: Закон о локалној самоуправи („Сл. гласник РС”, бр. 129/2007, 83/2014 – др. закон, 101/2016 – др. закон и 47/2018)

Сама међуопштинска сарадња, на основу досадашње праксе, може бити:

- **Институционална** – када се оснива нови правни субјекат за постизање заједничких циљева,
- **Уговорна** – када се на основу споразума/уговора о сарадњи дефинише заједничко деловање и финансирање активности од заједничког интереса.

У Србији нема много примера успостављене институционалне сарадње, поготово не у области туризма. Формално успостављена институционална сарадња у области туризма је у регији Западна Србија и у регији Санџак. Туристичка организација регије Западна Србија, формирана 2006. године ради развоја и унапређења туризма и очувања туристичких вредности градова и општина: Ужице, Бајина Башта, Чајетина, Нова Варош, Пријепоље, Сјеница, Косјерић, Пожега, Ариље, Ивањица, Чачак и Лучани. Главни задаци ове организације су: промоција и презентација туристичких вредности и потенцијала овог краја (планинског, сеоског, здравственог, посебних интереса, конгресног и других видова туризма), доношење планова и програма промотивних активности у складу са националном Стратегијом развоја туризма као и са програмима и плановима Туристичке организације Србије, израда информативно-пропагандног материјала којим се промовишу туристичке вредности регије, прикупљање и прослеђивање свих врста туристичких информација, подстицање изградње туристичке инфраструктуре, спортско-рекреативних и других пратећих садржаја јавног карактера значајних за унапређење квалитета туристичке понуде⁵⁰.

Друга формирана туристичка организација регије јесте Регионална туристичка организација Санџака, коју чине општине Нови Пазар, Сјеница, Тутин, Пријепоље, Прибој, Нова Варош, која представља установу за промоцију и развој туризма у југозападној Србији (регија Санџака)⁵¹.

Функционисање ове две регионалне туристичке организације преклапа се на територији 3 ЈЛС.

Веома интересантан податак за ТО регије Западна Србија јесте да је формирана као јавна установа чији оснивачи су ЈЛС. Међутим, у складу са Статутом, управни одбор чине поред представника оснивача, представници: РРА Златибор, РПК Ужице, представник ТОС-а и три представника струковних организација или удружења приватног сектора из области туризма, чиме је формално успостављена сарадња са представницима приватног сектора.

Један од резултата тако успостављене сарадње јесте пројекат „Регионални ланац вредности на подручју међуопштинске сарадње“, који су реализовале РРА *Златибор д.о.о. Ужице* у сарадњи са ТО регије Западна Србија. Пројекат представља добар пример сарадње јавног, међуопштинског и приватног сектора у унапређењу туристичке понуде.

У оквиру пројекта, који је реализован у две фазе, анализирана је тражња за локалним произвођачима, могућност за креирање ланца набавке локалних производа у функцији развоја препознатљиве туристичке понуде и успостављен жиг гаранције „Планински доручак“.

Специфични циљ пројекта био је идентификовати и подстаћи развој ланца набавке тако да мали произвођачи постану део система снабдевања хотела и ресторана, односно извршена је специјализација гастрономске понуде Туристичке регије Западна Србија која интегрише локалне производе у туристички производ дестинација Тара, Златибор, Златар у маркетиншком и продајном смислу.

50 Извор: <http://www.westsrbia.org/o-nama/>

51 Извор: *Sandžak Travel | RTO Sandžaka (sandzak.travel)*

Постигнути резултати пројекта јесу:

1. Креиран, успостављен и промовисан програм „Планински доручак” у хотелима у општинама регије Западна Србија,
2. Уведен и промовисан концепт планинске кухиње у постојеће манифестације у општинама регије Западна Србија,
3. Успостављена јединствена продајно-презентациона места локалних производа у општинама регије Западна Србија,
4. Дизајнирана и постављена онлајн платформа за промоцију локалних производа, <http://planinskidorucak.rrazilabor.rs/>.

Туристичка регија западне Србије је прва направила искорак, и у складу са могућношћу доношења Програма развоја туризма за територију више јединица локалне самоуправе, урађен је **Програм развоја туризма туристичке регије западна Србија 2020–2025**. Међутим, у складу са Правилником о садржини и начину израде програма развоја туризма („Сл. гласник РС”, бр. 86 од 19. јуна 2020), уколико се Програм доноси на нивоу Дестинације, појединачно се усваја од сваке јединице локалне самоуправе која чини Дестинацију, уз претходно мишљење министарства надлежног за послове туризма. Поступак усвајања је још увек у току, јер нису све ЈЛС које су оснивачи ТО регије Западна Србија усвојиле програм у својим локалним скупштинама.

У другим деловима Србије, покренуто је више иницијатива за удруживање јединица локалне самоуправе у области туризма, међутим, ова сарадња још увек није формално институционализована и иницијативе се налазе у различитим фазама.

Неформална сарадња често се успоставља кроз реализацију разних пројеката који се имплементирају на територији више општина истовремено, као на пример програм „Економски развој у источној Србији” који су финансирани Швајцарска агенција за развој и сарадњу – *SDC* и Министарство за економску сарадњу и развој Немачке – *BMZ*, а спроводила Немачка организација за техничку сарадњу – *GLZ*. Пројекат се реализовао у више фаза у периоду од 2006. до 2021. године, на територији три управна округа – Браничевски, Борски и Зајечарски. Током реализације пројекта је успостављена међуопштинска радна група за туризам, која се редовно састајала и на истој се размењивало искуство запослених у туризму у Источној Србији, планирао заједнички сајамски наступ и промоција, припремали међуопштински пројекти и сл. Након завршетка програма, Регионална агенција за развој источне Србије *РАРИС* је преузела одржавање комуникације са ЛТО у општинама – оснивачима и иницирала низ активности на повезивању и јачању регионалне туристичке понуде. Такође, интересантне су биле и иницијативе у оквиру „Пројекта одрживог локалног развоја” који је имплементиран уз подршку УСАИД у периоду 2010–2016. год., који је, између осталог, подржавао међуопштинска партнерства у циљу повећања инвестиција, производње и укупне конкурентности региона. У оквиру овог програма настало је више иницијатива за регионално повезивање у туризму, а иницијатива за формирање РТО Санџак је уз техничку подршку и реализована.

Регионална агенција за развој источне Србије РАРИС је реализовала више пројеката у циљу подршке развоју туризма и јачању капацитета запослених у туризму у источној Србији. Посебан значај је дат развоју руралног туризма. У оквиру пројекта „Регионална платформа за подршку руралном туризму“ урађен је приручник „Практични савети и препоруке за рурални туризам“ у циљу јачања овог сегмента туристичке понуде.

Такође, израђен је веб портал <https://www.visiteastserbia.rs/> на коме је представљена туристичка понуда источне Србије. На порталу се налазе корисне информације о смештају и гастрономској понуди, манифестацијама, природним и културно-историјским атракцијама. Представљени су и предлози 8 туристичких тура кроз источну Србију, како би посетиоци на најбољи начин упознали регион. Такође, са портала се могу скинути и туристичке карте општина Зајечарског и Борског округа.

У суштини, досадашња пракса показала је да је уговорни тип сарадње заступљенији код нас и углавном је успостављан у оквиру различитих донаторских програма за реализацију пројеката из области развоја туризма који обухватају територију више ЈЛС, а најчешће и временски ограничен на период реализације пројекта. Овај тип међуопштинске сарадње често је успостављан и у међународним оквирима, са општинама и градовима из суседних земаља, пре свега у оквиру прекограничних и транснационалних ЕУ програма, са локалним самоуправама из Бугарске, Босне и Херцеговине, Хрватске и сл. Наиме, у складу са чланом 88а. Закона о локалној самоуправи јединице локалне самоуправе могу остваривати сарадњу у областима од заједничког интереса са јединицама локалне самоуправе у другим државама, у оквиру утврђене политике Републике Србије, уз поштовање територијалног јединства и правног поретка Републике Србије, у складу са Уставом и законом.

Програми прекограничне и транснационалне сарадње се једним именом називају Програми територијалне сарадње или ИНТЕРРЕГ програми. Настали су на иницијативу Европске комисије и представљају финансијску подршку ЕУ сарадњи пограничних територија суседних држава (прекогранична сарадња) или сарадњи делова или целих држава (транснационална сарадња) на решавању питања од заједничког интереса. Од 2004. године у ЕУ програме територијалне сарадње (ИНТЕРРЕГ) укључиле су се и државе које нису чланице ЕУ, чиме је Србија добила могућност да развија прекограничну и транснационалну сарадњу.

Подстицање сарадње и развоја туризма и културног и природног наслеђа је један од приоритета свих седам прекограничних пројеката, и два транснационална (Јадранско-јонски транснационални програм – Адрион и Транснационални програм Дунав).

Кроз програме територијалне сарадње реализовано је пар стотина пројеката у области туризма, као што су:

- Израда заједничких програма за развој туризма, истраживања туристичке потражње/потенцијала, израда мапа и каталога у циљу развоја заједничке туристичке дестинације,
- Реконструкција локалитета од историјске и културне важности (музеји, културни центри, древне цркве, манастири/школе заштићене као културно-историјско наслеђе, стара насеља, итд.),
- Организација туристичких изложби и сајмова, форума и фестивала, израда веб страница и мобилних апликација за популаризацију туристичких дестинација и производа,

- Развој нових и иновативних туристичких производа и услуга, постављање монтажних клизалишта и санкалишта, изградња спортско-рекреативних терена, уређење парковских површина, уређење излетишта и сл.

Извор: Министарство за европске иницијативе

Фактички, на основу напред реченог, још увек не можемо говорити о примерима успостављеног дестинацијског управљања у правом смислу те речи у Србији, јер дестинацијски концепт стварања основе за развој туризма садржи све елементе системског приступа, будући да дестинација представља сложен систем са територијалног аспекта који обједињује различите ресурсе и субјекте у међусобним интерактивним односима, и то како јавне тако и приватне.

Према резултатима спроведене анкете 50,9% испитаних ЈЛС је упознато са појмом дестинацијске менаџмент организације (ДМО), 20,8% испитаних ЈЛС се изјаснило да им је појам ДМО познат, али нису упознати са функцијом дестинацијске менаџмент организације, док 28,3% ЈЛС није упознато ни са појмом, а самим тим ни са могућностима које пружа ДМО. Резултати анкете показују да готово половина испитаних ЈЛС, а то је око 15% укупног броја ЈЛС у Србији, није упознато са појмом и/или функцијама ДМО. ЈЛС које су упознате са моделом вероватно немају довољно искуства и знања за успостављање ДМО, или не виде интерес у формирању дестинацијске менаџмент организације.

Теорија и пракса показују три основна модела управљања туристичким дестинацијама:

1. Дестинацијом управља јавни сектор – случај на нашим просторима,
2. Дестинацијом управља приватна компанија (или више приватних компанија) – дестинацијска менаџмент компанија (ДМК). У Хрватској тренутно одређеним дестинацијама управља 30-ак ДМК, и намера хрватске владе је да тај број повећа на 100 компанија,
3. Управљање дестинацијом по моделу јавно-приватног партнерства.

Развој и управљање туристичким дестинацијама, према СТО захтева холистички приступ политици и управљању у туризму, које има две посебне димензије⁵²:

- Директивни капацитет владе/јавног сектора, одређен је координацијом и сарадњом, као и учешћем мреже заинтересованих страна;
- Ефикасност директиве одређена је институционалним вештинама и ресурсима који подржавају начине на које се процеси воде ради дефинисања циљева и тражења решења и могућности за релевантне актере, као и обезбеђивањем алата и средстава за њихово заједничко извршавање.

Ово значи да је за конкурентан и одржив развој туристичке дестинације неопходна сарадња приватног и јавног сектора. Иако у складу са Законом о туризму ЛТО треба да се баве и пословима координирања активности и сарадње између привредних и других субјеката у туризму који непосредно и посредно делују на унапређењу развоја и промоцији туризма и на програмима едукације и усавршавања вештина запослених у туризму, можемо слободно рећи да та сарадња у највећем броју ЈЛС није успостављена или је спорадична.

52 Извор: <https://www.unwto.org/policy-destination-management>

Дестинацијска менаџмент организација, која би објединила јавни и приватни сектор, јавља се као потреба за унапређеним видом управљања и развоја туристичких дестинација у односу на туристичке организације које се углавном баве само промотивним активностима. У суштини, реч је о потреби дестинација које су постигле одређени степен развоја туризма, као што су: Златибор, Копаник, Врњачка Бања, Сокобања и сл., да створе управљачке механизме за планско усмеравање даљег развоја туристичке активности у циљу остваривања позитивног утицаја како на локалну заједницу, тако и на животну средину, а што је и предложено Мастер плановима за развој ових приоритетних дестинација као модел за имплементацију развојних пројеката и генерално управљање развојем приоритетних дестинација.

За почетак, пре формирања ДМО, може се приступити успостављању тзв. меког партнерства са приватним сектором, кроз успостављање Савета за туризам на нивоу ЈЛС или више локалних самоуправа, који би служио као саветодавно тело, а чији чланови би били најутицајнији привредници из туризма и угоститељства.

Саме дестинацијске менаџмент организације, односно организације за управљање туристичком дестинацијом (ДМО), према Закону о туризму јесу привредно друштво или друго правно лице основано ради управљања туристичком дестинацијом, што подразумева: планирање, организовање, маркетинг и вођење/лидерство, а чији оснивачи могу да буду из јавног и приватног сектора. Иако самим Законом о туризму није дефинисан начин оснивања ни задаци ДМО, већ је само споменуто као појам, законски прописи не спречавају формирање ДМО од стране ЈЛС и приватног сектора. У суштини, то се може реализовати на истом принципу и законима по којима су осниване Регионалне развојне агенције, само са другачијом мисијом и циљевима пословања.

Партнерство јавног и приватног сектора подразумева заједничко деловање у области пружања услуга, реализацији развојних пројеката и сл. У суштини, партнерство се може схватити и као начин решавања оних проблема за који јавни сектор самостално нема довољно финансијских и техничких капацитета, или за пројекте који су од интереса за локалну заједницу, а приватни сектор нема довољно интересовања да реализује самостално.

Наиме, развој туристичке дестинације подразумева како унапређење материјалне базе, тако и нематеријалне. Материјалну базу за развој туристичке дестинације чине више различитих чинилаца: смештајни капацитети, угоститељска понуда, саобраћајна повезаност, комунална опремљеност, разне туристичке атракције – природне (пећине, планине, језера, реке и сл.) и антропогене (музеји, галерије, споменици културе и сл.). Међутим, данас за конкурентску предност туристичке дестинације све већи значај има нематеријална база, која доприноси стварању искуства и осећају угодности туриста, а чини је имиџ дестинације, спортске, музичке и културне манифестације, организованост туристичке понуде, доступност и правовременост информисања туриста и сл. Посматрано са аспекта власништва и управљања, одређени елементи (саобраћајна инфраструктура, комунална инфраструктура, споменици културе, природне атракције) јесу у јавној својини, док је супраструктура (смештајни капацитети, угоститељске услуге, забавни садржаји) углавном у приватном власништву. Оваква ситуација неспорно намеће сарадњу два сектора, јер све више постаје јасно да једносекторски приступ економском развоју више није довољан.

Јавно-приватно партнерство, у складу са чл. 7. Закона о јавно-приватном партнерству и концесијама, јесте дугорочна сарадња између јавног и приватног партнера ради обезбеђивања финансирања,

изградње, реконструкције, управљања или одржавања инфраструктурних и других објеката од јавног значаја и пружања услуга од јавног значаја, које може бити уговорно или институционално.

Стратегијом развоја туризма РС 2016–2025. успостављање ефикасног система управљања развојем туризма уз јачање ЈПП дефинисан је као један од пословних циљева.

Битни елементи јавно-приватног партнерства односе се на⁵³:

1. предмет ЈПП, који не може бити искључиво комерцијално коришћење добра у општој употреби или другог добра нити искључива испорука добара;
2. облик ЈПП које може бити институционално ЈПП или уговорно ЈПП, или као концесија која представља посебан облик ЈПП у складу са овим законом;
3. обавезу приватног партнера да од јавног партнера преузме изградњу, односно реконструкције јавне инфраструктуре, односно објекта од јавног значаја, као и одржавање јавне инфраструктуре, односно обављање услуга од јавног значаја, са једном или више обавеза као што су: финансирање, управљање и одржавање, у циљу пружања услуга од јавног значаја крајњим корисницима из оквира надлежности јавног партнера, или у циљу обезбеђивања неопходних предуслова јавном партнеру за пружање услуга од јавног значаја из оквира његових надлежности, или пружање услуга од јавног значаја из оквира надлежности јавног партнера крајњим корисницима;
4. делимично или потпуно финансирање пројекта ЈПП од стране приватног партнера;
5. могућност јавног партнера да приватном партнеру за преузете обавезе изврши преношење одређених стварних права или да му додели концесију или да му за преузете обавезе врши плаћање у новцу или да му дозволи наплату накнаде крајњим корисницима за пружене услуге, ако је тако предвиђено предлогом пројекта ЈПП/концесионим актом. У случају када јавни партнер преноси одређена стварна права приватном партнеру, врши се забележба у регистру у коме се воде подаци о непокретности и правима над њима, да су та права пренета у сврху реализације јавног уговора;
6. преузимање одговорности сваког партнера за ризик којим може на бољи начин да управља, односно на који може да утиче, или се ризици деле у избалансираном односу, све у циљу оптималног управљања ризиком током трајања пројекта ЈПП, уз коришћење управљачких, техничких, финансијских и иновативних способности приватног партнера, као и унапређењем размене вештина и знања између јавног и приватног партнера, а нарочито преузимање ризика тражње или ризика расположивости објекта, услуге, инфраструктуре и сл.;
7. могућност јавног партнера да приватном партнеру дозволи да обавља комерцијалну делатност или изгради друге објекте у оквиру реализације пројекта ЈПП, само у случају да на други начин није могуће обезбедити потребан ниво исплативости реализације пројекта јавно-приватног партнерства и повраћај уложених средстава.

Јавно-приватно партнерство у туризму има значајну улогу у земљама у којима је развој туризма у раној фази. Наиме, ЈПП се обично користи за реализацију инфраструктурних пројеката, и то у области транспорта, односно саобраћаја, као што је изградња путева, лука, аеродрома и сл., затим снабдевања електричном енергијом, гасом, водом, решавање проблема канализације, изградња

53 Закон о јавно-приватном партнерству и концесијама („Сл. гласник РС”, бр. 88/2011, 15/2016 и 104/2016)

постројења за прераду воде за пиће и прераду отпадних вода и друго. Поред ових пројеката, ЈПП се све више користи за уређење јавних површина – уређење тргова, изградњу терена за спорт и рекреацију, али и за развој бањског туризма, изградњу хотела, базена и сл.

Јавно-приватно партнерство може имати два облика:

- уговорно партнерство, код кога је приватни сектор укључен у пројектовање, финансирање и управљање услугом, и
- институционално партнерство, код кога се оснива ново правно лице које је у власништву оба партнера.

Према закључцима истраживањима *World Tourism Organization Business Council (WTOBC)*, јавни и приватни сектор имају 4 главна подручја сарадње⁵⁴:

- Унапређење конкурентности дестинације,
- Унапређење ефикасности маркетинга,
- Унапређење продуктивности дестинације,
- Унапређење менаџмента дестинације.

Успешни примери јавно приватних партнерстава у свим овим областима постоје, и свакако требају бити предмет неке засебне анализе.

Шибеник, као град са значајним културно-историјским знаменитостима, од којих су неки увршћени и на листу светске културне баштине УНЕСКО, реализацијом више пројеката кроз ЈПП унапредио је своју туристичку понуду, и то кроз развој туристичких и угоститељских објеката и висококвалитетних садржаја, који током целе године омогућују туристичке, спортске, културне и друге активности. Пројекти су спроведени уз концесију или БОТ модел (*Build – Operate – Transfer*) и приватном партнеру је одобрено право изградње и/или концесија на период од 50 година, а он има обавезу да пројектује, финансира, гради и управља објектима и садржајем, и у потпуности сноси тржишни ризик. Јавни сектор, који представља Град Шибеник и Република Хрватска не пружају никакве финансијске гаранције за спровођење пројеката, а по истеку рока предвиђеног уговором сви изграђени објекти се преносе у власништво Града.

Неки од пројеката су: Спортски комплекс Шибеник, Обањон ривијера, Хотел Шибеник, реконструкција тврђаве Св. Николе, Св. Миховила, Св. Ивана и Шубићевац.

Осим успостављања сарадње у домену планирања и развоја туристичке дестинације, сарадња ЈЛС може бити успостављена и у делу обављања поверених послова, као што су категоризација објеката у надлежности ЈЛС (куће, апартмани, собе и сеоска туристичка домаћинства) и послови у области инспекцијског надзора. Уредбом о условима и начину заједничког извршавања поверених послова („Сл. гласник РС”, бр. 19/2021) уређени су услови и начин заједничког извршавања поверених послова у општинама, градовима и граду Београду. Ово значи да је сада **могуће успоставити међуопштинску сарадњу и на основу Споразума о сарадњи који уређује заједничко извршавање поверених послова.**

54 *WTOBC, Public-private Sector Cooperation: Enhancing Tourism Competitiveness*, стр. 58.

Наиме, споразумом о сарадњи може се, уместо образовања заједничког органа, службе или другог облика организовања, образовати заједничко стручно тело, ради пружања међусобне стручне помоћи органима општина, односно, градова који врше одређене поверене послове. Заједничко стручно тело састављено је од представника органа и организација јединица локалне самоуправе надлежних за извршавање одређених поверених послова. Заједничко стручно тело пружа стручну и административну помоћ надлежним органима јединица локалне самоуправе у извршавању поверених послова, али при томе не може доносити одлуке у извршавању поверених послова из делокруга надлежних органа и организација.

Заједничко стручно тело посебно разматра питања у вези са почетком примене новодонетих прописа који се односе на извршавање поверених послова, иницира остваривање сарадње са министарством надлежним за послове локалне самоуправе и министарством одговорним за извршавање поверених послова у одређеној области, ради разматрања питања о извршавању поверених послова и остварује стручну сарадњу са начелником и службом управног округа, као и са подручним јединицама органа државне управе⁵⁵.

Могућности међуопштинске сарадње у Србији, на жалост, нису у значајнијој мери искоришћене. Наиме, према резултатима анкете, 52,8% испитаних ЈЛС није успоставило међуопштинску сарадњу у области туризма, 9,4% је у поступку успостављања, док је преосталих 37,7% ЈЛС имало или има међуопштинску сарадњу. С обзиром на то да велики број ЈЛС није успоставио инспекцијски надзор у складу са Законом о туризму, сарадња са другим општинама може значајно да унапреди ситуацију у овом делу. Чак 86,6% испитаних ЈЛС сматра да би било потребно и ефикасно успостављање међуопштинске сарадње у области инспекцијског надзора. Такође, како не постоји значајнија пракса успостављања међуопштинске сарадње, 84,9% испитаних ЈЛС сматра да би им била потребна подршка у припреми нормативних аката за успостављање међуопштинске сарадње.

Успостављање међуопштинске сарадње, као и сарадње са приватним сектором може донети значајне предности као што су:

- Успешнија и ефикаснија реализација послова у околностима ограничених ресурса (људских, финансијских, материјалних). Удруживањем ресурса постижу се бољи стратешки циљеви;
- Већи број партнера и сарадника доводи до размене искуства и знања;
- Брже се дешавају промене и ствара се амбијент за увођење разних иновација;
- Уз учешће разних интересних група и шири консензус, брже се решавају проблеми и реализују донете одлуке, односно ефикасније се спроводи јавна политика у области туризма.

Наравно, постоје и одређени проблеми у реализацији успостављања сарадње који се пре свега огледа у:

- Недостатку искуства и традиције у међуопштинској сарадњи, као и у сарадњи јавног и приватног сектора;
- Неспремност партнера да учествују у процесу успостављања сарадње. Често се дешава да партнери са мањом снагом бивају принуђени да функционишу по принципу „узми или остави“;
- Јак политички утицај наспрам професионалног;
- Бројност партнера може да утиче на ефикасност и отежа доношење заједничких одлука и спровођење заједничких активности.

55 Извор: Уредба о условима и начину заједничког извршавања поверених послова („Сл. гласник РС“, бр. 19/2021)

Највећи изазови за међуопштинску сарадњу појављују се код туристичких дестинација које су у надлежности више општина. Министарство трговине, туризма и телекомуникације је реализовало пројекат за одрживи развој Парка природе Голија, „Голија – прелаз од планирања ка развоју“, који је финансијски подржао Европски ПРОГРЕС. Донет је акциони план за управљање развојем на планини Голија која као биосфера има висок степен заштите биодиверзитета. Пројекат је показао механизме сарадње пет општина за заједничку израду планске документација за 700 km коридора инфраструктуре на територији пет локалних самоуправа на чијем се подручју налази планина Голија и може послужити као модел међуопштинске сарадње у заштићеним подручјима.

Акциони план за развој Голије је дефинисао приоритете и заједничке активности пет општина: развој путне инфраструктуре, унапређење система управљања отпадом и ризицима од природних хазарда и програме за подстицање предузетништва и унапређења пољопривредне производње код локалног становништва који су у заштићеним подручјима најбољи партнер за очување биодиверзитета и одрживи развој туризма.

7.

Препоруке намењене националном нивоу, јединицама локалне самоуправе и СКГО усмерене на унапређење планирања и развоја туризма на локалном нивоу

Визија развоја туризма Републике Србије до 2025. године, која је дефинисана Стратегијом развоја туризма Републике Србије 2016–2025⁵⁶, као јавне политике у области туризма на републичком нивоу, јесте да:

1. У 2025. години Република Србија постане глобално препозната туристичка дестинација као резултат успостављеног система развоја и одрживог управљања ресурсима и координацији активности свих субјеката од значаја за развој туризма;
2. Туризам и са њиме повезане делатности ће постати једна од доминантних привредних грана која ефикасно обезбеђује нову додатну вредност и одрживо запошљавање и битно доприније локалном и регионалном развоју;
3. Сектор туризма Републике Србије буде у стању да ефикасно и флексибилно усклађује своју понуду са савременим трендовима на глобалном туристичком тржишту и понуди аутентична искуства, доживљаје и производе високог квалитета, што ће, уз традиционално гостопримство, бити основа препознатљивости у односу на конкуренцију;
4. Туризам ће постати водећи промотер имиџа Републике Србије у свету као модерне и за посете, одмор и пословање пожељне дестинације, остварујући сталну иновативну функцију у примени савремених стандарда, нових технологија и у заштити природе;
5. Својим сталним осавремењавањем, прихватањем и преузимањем глобалних стандарда и модела пословања и управљања, туризам ће постати пожељан сектор за запошљавање и развој каријере, посебно за младе;
6. Република Србија ће на светској лествици конкурентности туризма постати високорангирана и популарна као дестинација.

⁵⁶ Стратегија развоја туризма РС 2016–2025, стр. 37.

Да би ова визија била у већој мери испуњена потребно је да свако од актера који доприносе развоју туризма у Републици Србији, с обзиром на то да Стратегија предвиђа мултисекторски принцип, реално сагледа своју досадашњу улогу и активности и да исте унапреди или одржи на нивоу који доприносе постизању зацртаних циљева.

Национални ниво – Министарство надлежно за послове туризма и ТОС:

- У области планирања развоја туризма потребно је ажурирати постојеће мастер планове за приоритетне туристичке дестинације, с обзиром на то да је већина истекла пре више од 10 година, и израдити нове за дефинисане приоритетне дестинације, за које раније није израђен, у сарадњи са ЈЛС, или обезбедити средства за финансирање/суфинансирање израде;
- Због значаја планског развоја приоритетних туристичких дестинација у циљу подизања конкурентности туристичке понуде, ускладити обавезу поштовања Стратегијских мастер планова са Законом о планирању и изградњи, јер је пракса показала да већина ЈЛС приликом израде просторних планова и планова генералне регулације не уважава резервацију туристичких простора на начин предвиђен мастер плановима;
- У складу са Акционим планом Стратегије, а у циљу успостављања управљања и одрживог развоја туристичких дестинација, на основу примера добре праксе, припремити моделе аката о условима за оснивање, начин организовања и рада организација за управљање туристичким дестинацијама, туристичким местима и просторима;
- Донети програм мера подстицаја за формирање и управљање ДМО;
- Израдити Програме развоја туристичких производа⁵⁷, у складу са акционим планом Стратегије развоја туризма РС;
- Израдити веб апликацију за информисање, праћење и координацију активности на спровођењу Стратегије на свим нивоима, како је и предвиђено акционим планом;
- Унапредити функционисања централног информационог система *eТуристиа*, тако што ће комплетно решавање предмета бити омогућено кроз систем;
- Стање путне инфраструктуре је оцењено прилично лоше у Извештају о глобалном индексу конкурентности *T&T* сектора. Потребно је уложити додатни напор и средства за унапређење доступности туристичких дестинација, али и генерално унапредити повезаност локација и места у земљи. Потребно је ускладити активности на инфраструктурном уређењу подручја од стратешког значаја за развој туризма са другим министарствима и дати им приоритет ;
- Управљање природним ресурсима, као и културно-историјским знаменитостима је на врло ниском нивоу, и најлошије је оцењено у Извештају о глобалном индексу конкурентности *T&T* сектора. У циљу унапређења стања у овој области, потребно је ускладити активности на заштити природе и културно-историјских подручја и објеката од стратешког значаја за развој туризма, као и активно учествовати у изналажењу модела одрживог управљања и коришћења ових природних и културних знаменитости;

⁵⁷ Програм развоја туристичког производа је плански документ којим се ближе одређује развој приоритетних туристичких производа утврђених Стратегијом и Законом о туризму и то: градски одмори, кружна путовања, пословни туризам, здравствени туризам, планински и језерски туризам, научички туризам, манифестације, конгреси и други догађаји, рурални туризам, специјални интереси и транзитни туризам. Програм развоја туристичког производа на предлог министарства надлежног за послове туризма усваја Влада

- У циљу привлачења инвестиција у области туризма, интензивно радити на промоцији инвестиција у туризму у земљи и иностранству, као и припреми локација за инвестирање у сарадњи са ЈЛС;
- Преиспитати критеријуме за категоризацију туристичких места и прилагодити их реалном стању у Србији. Приликом измене Правилника о категоризацији туристичких места, укључити представнике ЈЛС, како би се критеријуми сагледали на максимално могуће објективан начин. Такође, потребно је додатно радити на упознавању ЈЛС са значајем категоризације места, али и са бенефитима које категоризација доноси;
- Спроводити афирмативну пореску политику у циљу повећања инвестиција у туризму и угоститељству;
- Ускладити законодавни оквир у области бања, односно процедуре прописане Законом о бањама, Законом о водама и Законом о рударству и геолошким истраживањима. У ове процесе укључити ЈЛС, односно њиховог представника СКГО.

Локални ниво – Јединице локалне самоуправе:

- Унапредити системско планирање развоја туризма на локалном нивоу доношењем Програма развоја туризма, као документа јавне политике. Такође, подићи капацитете запослених на пословима планирања развоја туризма, посебно имајући у виду изузетно мали број до сада датих позитивних мишљења од стране МТТТ на Програме развоја туризма ЈЛС;
- Приликом доношења Програма развоја туризма поштовати и одредбе Закона о планском систему, пре свега оне које се односе на утврђивање и спровођење јавних политика – консултативни процес, јавну расправу и евалуацију;
- Користити системе попут еТуриста и ГИС-а као аналитичке алате који ЈЛС могу послужити за генерисање различитих извештаја и планирање развоја туризма на локалном нивоу;
- Континуирано спроводити мониторинг, односно пратити имплементацију програма за развој туризма и/или пројеката за унапређење туристичке инфраструктуре и предлагати мере за корекцију;
- У складу са принципима одрживог развоја, оптимално користити природне и културно-историјске ресурсе, који представљају један од кључних елемената у развоју туризма, уважавајући битне еколошке и друштвене принципе, уз очување културног наслеђа и биодиверзитета;
- Развој туризма планирати уз поштовање локалних друштвених околности и уважавање културне аутентичности локалне заједнице, као битног елемента за повећање конкурентности туристичке дестинације;
- Максимално користити могућности ИКТ у циљу унапређења туристичког производа и активности планирати у складу са принципима „СМАРТ – паметног туризма“;
- Унапредити знање и кадровске ресурсе у циљу успостављања дестинацијског управљања туризмом;
- У циљу ефикасног коришћења ресурса – финансијских и кадровских, а у складу са законодавним оквиром, интензивирати међуопштинску сарадњу у области туризма, и то како самог развоја туризма, тако и спровођења инспекцијског надзора;

- У складу са Законом о улагањима планирати мере за унапређење конкурентности ЈЛС и у области туризма, које ЈЛС могу реализовати на локалном нивоу кроз Програм ЛЕР-а и Програм подршке пољопривреди и руралном развоју;
- Интензивирати и формализовати сарадњу са приватним сектором у области развоја туризма на локалном нивоу;
- Подржати различитим мерама и подстицајима формирање ДМО.

Стална конференција градова и општина – СКГО:

- Пружити подршку ЈЛС у процесу припреме Програма за развој туризма, кроз едукацију запослених у ЈЛС и/или директну експертску подршку;
- Пружити подршку ЈЛС у препознавању значаја и подизању капацитета у изради Програм ЛЕР-а и Програм подршке пољопривреди и руралном развоју који укључују моделе за подстицање конкурентности туризма на локалном нивоу;
- Развити могуће моделе и нормативне акте за успостављање међуопштинске сарадње у области туризма;
- Припремити моделе и приручнике из области ЈПП у туризму у складу са Програмом Владе Србије за реформу система локалне самоуправе за период од 2021–2025. год. (<http://mduls.gov.rs/obavestenja/program-za-reformu-sistema-lokalne-samouprave-u-republici-srbiji-za-period-od-2021-do-2025-godine/?script=cir>);
- Јачати капацитета ЈЛС у области доделе државне помоћи;
- Подизање капацитета запослених у следећим областима за које су ЈЛС у спроведеној анкети показале највише интересовања: планирање развоја туризма, локална туристичка инспекција, нови пословни модели за развој туризма и међуопштинска сарадња;
- Оформити нове моделе обука за формирање и управљање ДМО–ДМК;
- Оформити моделе обука за примену Европске повеље за одрживи туризам (<https://vojvodina.travel/gornje-podunavlje-dobitnik-evropske-povelje-za-odrzivi-turizam/?script=lat>);
- Утврдити моделе аката којима се ближе уређују услови за уређење и опремање угоститељског објекта од стране ЈЛС у складу са Законом о угоститељству;
- Наставити активности заступања ЈЛС у решавању проблема ПЛФ.

8.

ПРИЛОЗИ

Прилог 1.

УПИТНИК
ЗА АНАЛИЗУ КАПАЦИТЕТА И КОМПЕТЕНЦИЈА
ЛОКАЛНИХ САМОУПРАВА ЗА ОБЛАСТ ТУРИЗМА

Општина/Град	
Контакт подаци (тел., е-маил, факс)	
Лице које попуњава упитник (име и презиме, функција, контакт)	
КАПАЦИТЕТИ ЈЛС ЗА ПЛАНИРАЊЕ И РАЗВОЈ ТУРИЗМА	
ЈЛС је у оквиру својих надлежности успоставила организациону структуру у оквиру локалне администрације за послове развоја туризма и угоститељства	<ul style="list-style-type: none"> а) Успостављен је посебан Секретаријат/ Одељење за обављање ових послова – <i>највиши организациони ниво</i> б) Послови се обављају у оквиру одсека/ службе/групе послова и сл. у оквиру Секретаријата/Одељења које обавља више различитих послова в) Појединац обавља послове туризма и угоститељства г) Постоји систематизовано радно место, али нико се не бави овим пословима д) Не постоји систематизовано радно место које у опису има ове послове
Наведите назив организационе јединице која се бави пословима развоја туризма и угоститељства	

<p>Означите којим пословима се бави ова организациона јединица</p> <p><i>Мојуће дајти више одговора</i></p>	<p>а) Стратешко планирање у области туризма</p> <p>б) Припрема пројеката у области туризма</p> <p>в) Имплементација и праћење пројеката у области туризма</p> <p>г) Израда решења за категоризацију објеката за смештај врсте кућа, апартман, соба и сеоско туристичко домаћинство</p> <p>д) Послови комисије за категоризацију објеката за смештај врсте кућа, апартман, соба и сеоско туристичко домаћинство</p> <p>ђ) Припрема извештаја</p> <p>е) Спровођење надзора у складу са Законом о угоститељству</p> <p>ж) Припрема нормативних аката из области туризма и угоститељства</p> <p>з) Подршка инвеститорима у области туризма</p> <p>и) Друго: _____</p>
<p>Колико запослених се у општинској/ градској управи бави пословима туризма и угоститељства?</p>	
<p>Да ли је туризам стратешки приоритет ЈЛС и којим стратешким документом је дефинисан?</p>	<p>а) Да</p> <p>б) Не</p> <p>в) Назив стратешког документа у коме је туризам одређен као приоритет: _____</p>
<p>Да ли је урађен Програм развоја туризма у складу са Законом о туризму?</p>	<p>а) Да</p> <p>б) Не</p> <p>в) изради је</p>
<p>На колико територија ЈЛС се односи Програм развоја туризма?</p>	<p>а) Једна ЈЛС</p> <p>б) Више ЈЛС</p> <p>в) Ништа од понуђеног, јер Програм развоја туризма није урађен</p>
<p>Да ли је ресорно Министарство дало претходно мишљење у складу са Законом о туризму?</p>	<p>а) Да</p> <p>б) Не</p> <p>в) Програм је враћен на допуну</p>

<p>Који су кључни туристички производи на територији ЈЛС?</p> <p><i>Мојуће дајти више одговора</i></p>	<ol style="list-style-type: none"> 1) <i>city break</i> 2) манифестације/догађаји (културни, спортски и др) 3) планински туризам 4) <i>spa & wellness</i> у бањама/здравствени туризам 5) тематске руте 6) рурални туризам 7) наутички туризам 8) састанци, подстицајна путовања, конференције и изложбе/догађаје (<i>MICE</i>) 9) културно наслеђе 10) специјални интереси 11) транзитни туризам
<p>На који начин ЈЛС доприноси развоју конкурентске предности туристичке дестинације?</p> <p><i>Мојуће дајти више одговора</i></p>	<ol style="list-style-type: none"> 1) Развој инфраструктуре 2) Промоција и маркетинг дестинације 3) Подршка већој доступности и видљивости туристичких атракција 4) Организација културних дешавања 5) Подршка развоју људских ресурса / организовање обука и подршка едукацији 6) Подршка стандардизацији услуга у туризму 7) Подршка дигитализацији пословања у туризму – мобилне апликације, виртуелне туристичке туре, ГИС и сл. 8) Повезивање пружаоца услуга и креирање ланца вредности туристичке дестинације 9) Заштита животне средине 10) Активности на укључивању објеката културе и културне баштине у туристичку понуду 11) Подршка већој сигурности и безбедности у дестинацији 12) Улагање у јавну хигијену 13) Подршка локалним туристичким удружењима 14) Успостављање сарадње са струковним удружењима (ХОРЕС, YUTA, ПКС) 15) Друго: _____

Молимо да за одговоре из претходног питања упишете конкретне активности:	1) _____ 2) _____ 3) _____ 4) _____ 5) _____
Да ли сте упознати са процедуром категоризације туристичког места?	а) Да б) Не
Да ли имате важећу категоризацију туристичког места у складу са Законом о туризму и Правилником о категоризацији туристичких места?	а) Да б) Не в) У току је процедура за категоризацију туристичког места
Разлог зашто није извршена категоризација туристичког места, уколико је одговор на претходно питање гласио НЕ?	а) Нисмо упознати са процедуром б) Процедура је компликована и нисмо у стању да је самостално спроведемо в) Не постоји интерес да се категоризује туристичко место г) Нешто друго: _____
Да ли на територији ЈЛС имате проглашен туристички простор у складу са Законом о туризму?	а) Да б) Не в) У току је процедура за проглашење туристичког места
Ко је управљач туристичког простора уколико је проглашен?	а) Постојећа јавна служба: _____ б) Привредно друштво основано од: _____
Да ли је ЈЛС покретала иницијативу за проглашење туристичког простора?	а) Да, и усвојена је б) Да, али није усвојена в) Није г) Није, али је у плану
Да ли имате постављену туристичку сигнализацију на територији ЈЛС у складу са Правилником о туристичкој сигнализацији?	а) Да б) Не в) Постоји туристичка сигнализација, али није постављена у складу са Правилником о туристичкој сигнализацији

Да ли сте упознати са појмом Дестинацијска менаџмент организација (ДМО) и знате која је њена функција у развоју туризма?	а) Да б) Не в) Познат ми је појам, али не знам која је функција ДМО
Да ли је ЈЛС оснивач Дестинацијске менаџмент организације? <i>(Дестинацијска менаџмент организација (ДМО) је привредно друштво или друго правно лице основано ради управљања туристичком дестинацијом (планирање, организовање, маркетинг и вођење), чији оснивачи могу да буду из јавној и приватној сектора)</i>	а) Да б) Не
Да ли се на територији ЛС реализује неки пројекат развоја туризма путем ЈПП?	а) Да б) Не в) Још увек не, али је у плану
Уколико је одговор на претходно питање ДА, молимо упишите на шта се односи пројекат ЈПП	
Најважније инвестиције у области туризма у последњих 5 година на територији ЈЛС	1) _____ 2) _____ 3) _____ 4) _____ 5) _____
ТУРИСТИЧКА ОРГАНИЗАЦИЈА ЗА ПРОМОЦИЈУ ТУРИЗМА	
Да ли имате основану локалну туристичку организацију (ЛТО) у складу са Законом о туризму?	а) Да б) Не, немамо основану ЛТО в) Да, али послове ЛТО обавља јавна служба која се бави и другим областима (спорт, култура и сл.) г) Послови су у складу са Законом о туризму поверени другом правном лицу
Колико запослених ЛТО има?	Уписати број: _____
Да ли директор испуњава услове из Закона о туризму?	а) Да б) Не

<p>Које послове обавља ЛТО?</p> <p><i>Мојуће да̑и више одговора</i></p>	<ol style="list-style-type: none"> 1) промоција и развој туризма јединице локалне самоуправе; 2) координирање активности и сарадње између привредних и других субјеката у туризму који непосредно и посредно делују на унапређењу развоја и промоцији туризма и на програмима едукације и усавршавања вештина запослених у туризму; 3) доношење годишњег програма рада и плана промотивних активности у складу са Стратегијским маркетинг планом, плановима и програмима ТОС-а; 4) обезбеђивање и унапређивање информативно-пропагандног материјала којим се промовишу туристичке вредности јединице локалне самоуправе (штампане публикације, аудио и видео промотивни материјал, онлајн средства промоције – интернет презентација, друштвене мреже и пратеће дигиталне активности, сувенири, итд.); 5) прикупљање и објављивање информација о целокупној туристичкој понуди на својој територији, као и друге послове од значаја за промоцију туризма; 6) организовање и учешће у организацији туристичких, научних, стручних, спортских, културних и других скупова и манифестација; 7) организовање туристичко-информативних центара (за прихват туриста, пружање бесплатних информација туристима, прикупљање података за потребе информисања туриста, упознавање туриста са квалитетом туристичке понуде, упознавање надлежних органа са притужбама туриста и др.); 8) управљање туристичким простором; 9) посредовања у пружању услуга у домаћој радности и сеоском туристичком домаћинству;
---	---

	<p>10) подстицање реализације програма изградње туристичке инфраструктуре и уређења простора;</p> <p>11) израда, учешће у изради, као и реализација домаћих и међународних пројеката из области туризма;</p> <p>12) припрема и прикупљање података, састављање упитника, анализа и других информација;</p> <p>13) Друго: _____</p>
<p>Да ли ЛТО прибавља претходну сагласност од Туристичке организације Србије (ТОС) у делу плана промотивних активност на годишњи програм рада и план промотивних активности пре њиховог усвајања?</p>	<p>а) Да</p> <p>б) Не</p> <p>в) Још увек не, али планира у наредном периоду</p>
<p>Да ли је ЛТО у складу са чл. 44. Закона о туризму оснивач организације за оперативне, маркетиншке и промотивне послове?</p> <p><i>„Туристичка организација, уз сагласност оснивача, у циљу планирања, координације и управљања туристичким активностима, може са другом туристичком организацијом, привредним друштвом, другим правним лицем и предузетником који обавља делатност из области саобраћаја, туризма, уједињеног послова, промета робе и услуга, културе, спорта, информисања, конгресних и сајамских активности, основати организацију за оперативне, маркетиншке и промотивне послове.</i></p> <p><i>Делокруг рада и начин финансирања, као и међусобна права и обавезе туристичке организације и оснивача из става 1. овог члана уређују се уговором.“</i></p>	<p>а) Да</p> <p>б) Не</p>
<p>Уколико је одговор на претходно питање ДА, молимо да упишете назив организације која је основана и за које послове?</p>	

СПРОВОЂЕЊЕ НАДЛЕЖНОСТИ ЈЛС У ОБЛАСТИ УГОСТИТЕЉСКЕ ДЕЛАТНОСТИ	
Да ли је ЈЛС почела примену централног информационог система у области угоститељства и туризма (<i>eТуристџа</i>)?	а) Да б) Не
Да ли ЈЛС има проблеме у примени система еТуриста обзиром да је систем у функцији од 1.10.2020. године?	а) Да б) Не
Уколико је одговор на претходно питање ДА, навести које:	
Да ли је формирана комисија за категоризацију угоститељског објекта, у складу са Законом о угоститељству, која проверава на лицу места испуњеност услова за категоризацију објекта?	а) Да б) Не
Да ли сте донели акт којим се ближе уређују услови за уређење и опремање угоститељског објекта, а који се односе на уређење и опремање уређајима за одвођење дима, паре и мириса, као и других непријатних емисија?	а) Да Уписати назив акта којим су ова питања регулисана: _____ б) Не
Да ли сте донели акт којим се ближе уређују услови за уређење и опремање угоститељског објекта у којима се емитује музика или изводи забавни програм, а којима се обезбеђује заштита од буке?	а) Да Уписати назив акта којим су ова питања регулисана: _____ б) Не
Да ли сте донели акт којим се ближе уређују услови да се уреде технички и други услови у угоститељском објекту који се налази у стамбеној згради, као и начин обављања угоститељске делатности, у зависности од начина услуживања и врсте услуга које се претежно пружају у том угоститељском објекту?	а) Да Уписати назив акта којим су ова питања регулисана: _____ б) Не
Да ли сматрате да би било корисно и потребно утврдити моделе аката који регулишу ову област?	а) Да б) Не

Да ли имате утврђен Програм и начин полагања стручног испита за локалног туристичког водича?	а) Да б) Не
НАДЗОР НАД ПРИМЕНОМ ЗАКОНА О УГОСТИТЕЉСТВУ	
Да ли су преузете надлежности туристичке инспекције у складу са Законом о угоститељству?	а) Да б) Не
Да ли би вам била потребна помоћ, уколико нисте преузели надлежност?	а) Да б) Не
Како је организован инспекцијски надзор уколико јесте?	а) Послове надзора из области туризма обавља локални туристички инспектор б) Инспектор обавља надзор и из других области (комуналне делатности, саобраћај и сл.)
Колико туристичких инспектора имате у управи?	а) Једног б) До три в) Више од три инспектора
БОРАВИШНА ТАКСА И ФИНАНСИРАЊЕ	
Да ли је донета одлука о висини боравишне таксе на територији ЛС?	а) Да б) Не
Колико износи боравишна такса?	
Да ли је проширен круг лица која су ослобођена плаћања боравишне таксе у односу на Закон?	а) Да б) Не
Да ли доносите Програм коришћења боравишне таксе и да ли се средства троше наменски?	а) Да б) Не
Да ли је наплата боравишне таксе повећана након промене начина наплате за угоститеље, који као физичка лица пружају услуге смештаја у објектима домаће радиности и сеоском туристичком домаћинству?	а) Да, повећан је укупни приход од боравишне таксе на годишњем нивоу б) Да, смањен је укупни приход од боравишне таксе на годишњем нивоу в) Промена начина наплате се није одразила на укупан годишњи приход од боравишне таксе
Да ли имате софтвер за израду решења за наплату боравишне таксе?	а) Да б) Не

Да ли се локална туристичка организација 100% финансира из буџета ЛС или има сопствене приходе?	а) ЛТО се финансира само из буџета б) ЛТО се финансира и из средстава донације кроз реализацију пројеката в) ЛТО остварује сопствене приходе на основу члана 41. става 3. тачке 9. и тачке 13. Закона о туризму
Уколико има сопствене приходе, који је то % од укупних прихода локалне туристичке организације?	а) До 5% б) Од 5–10% в) Преко 10%
Који % буџета ЛС се издваја за Програм 4 – развој туризма?	
ПОДСТИЦАЈНЕ МЕРЕ ЗА РАЗВОЈ ТУРИЗМА	
Да ли је ЈЛС користила подстицајна средства Министарства трговине, туризма и телекомуникација РС?	а) Да б) Не
Уколико јесте, молимо да набројите пројекте које је Министарство надлежно за послове туризма подржало на територији ваше ЛС у последњих 5 година, као и укупну вредност пројекта и износ са којим је учествовало Министарство трговине, туризма и телекомуникација РС у последњих 5 година?	1) _____ 2) _____ 3) _____ 4) _____ 5) _____
Да ли је ЈЛС конкурисала код Министарства привреде по јавном позиву за унапређење пословне инфраструктуре у циљу развоја туризма?	а) Да б) Не
Уколико јесте, молимо да упишете називе пројеката и вредност које је Министарство привреде подржало у последњих 5 година	1) _____ 2) _____ 3) _____ 4) _____ 5) _____
Да ли је ваша ЛС користила друга донаторска средства за подстицај туризма у последњих 5 година?	а) Да б) Не

Молимо упишите називе пројеката, донатора, годину реализације и вредност пројекта	1) _____ 2) _____ 3) _____ 4) _____ 5) _____
РАЗВОЈ БАЊСКОГ ТУРИЗМА – питања се односе на бање	
Да ли је ЈЛС, у складу са чл. 10. Закона о бањама, дала право коришћења природно-лековитог фактора (ПЛФ) неком правном лицу?	а) Да б) Не
Колико правних лица је добило право коришћења природно лековитог фактора?	
Којим актом је ЈЛС дала ПЛФ правном лицу на коришћење?	а) Одлуком локалне скупштине б) Одлуком општинског/градског већа в) Одлуком или Решењем председника општине г) Решењем локалне администрације д) Друго: _____
Да ли је прибављена сагласност Владе РС на тај правни акт у складу са Законом о бањама?	а) Да б) Не
Да ли је право коришћења ПЛФ дато неком страном лицу путем концесије?	а) Да б) Не
Да ли ЈЛС прати количину и састав природног лековитог фактора у бањи у складу са Законом о бањама?	а) Да б) Не
Уколико је одговор НЕ, који је разлог за то?	
Да ли ЈЛС наплаћује коришћење природно лековитог фактора у складу са Законом о коришћењу јавних добара?	а) Да б) Не
Уколико је одговор НЕ, који је разлог за то?	



Уколико ЈЛС наплаћује природно-лековити фактор, да ли се средства троше наменски?	а) Да, ЈЛС доноси Програм коришћења природно лековитог фактора на годишњем нивоу б) Да, али ЈЛС не доноси Програм коришћења природно лековитог фактора на годишњем нивоу в) Не
Молимо упишите за које намене ЈЛС троши средства од наплате природно-лековитог фактора	1. _____ 2. _____ 3. _____
МЕЂУОПШТИНСКА САРАДЊА	
Да ли имате успостављену међуопштинску сарадњу у области туризма?	а) Да б) Не в) У поступку је успостављање сарадње
Ако је ЈЛС оснивач неке туристичке организације регије, упишите које	
Које послове обавља туристичка организација регије? <i>За ЈЛС које су оснивачи РТО</i>	1) промоција и развој туризма јединица локалне самоуправе које су оснивачи; 2) координирање активности и сарадње између привредних и других субјеката у туризму који непосредно и посредно делују на унапређењу развоја и промоцији туризма и на програмима едукације и усавршавања вештина запослених у туризму; 3) доношење годишњег програма рада и плана промотивних активности у складу са Стратегијским маркетинг планом, плановима и програмима ТОС-а; 4) обезбеђивање и унапређивање информативно-пропагандног материјала којим се промовишу туристичке вредности јединица локалне самоуправе које су оснивачи (штампане публикације, аудио и видео промотивни материјал, онлајн средства промоције – интернет презентација, друштвене мреже и пратеће дигиталне активности, сувенири, итд.);

	<p>5) прикупљање и објављивање информација о целокупној туристичкој понуди на територији ЈЛС које су оснивачи;</p> <p>6) организовање и учешће у организацији туристичких, научних, стручних, спортских, културних и других скупова и манифестација;</p> <p>7) организовање туристичко-информативних центара (за прихват туриста, пружање бесплатних информација туристима, прикупљање података за потребе информисања туриста, упознавање туриста са квалитетом туристичке понуде, упознавање надлежних органа са притужбама туриста и др.);</p> <p>8) управљање туристичким простором;</p> <p>9) посредовања у пружању услуга у домаћој радиности и сеоском туристичком домаћинству;</p> <p>10) подстицање реализације програма изградње туристичке инфраструктуре и уређења простора на територијама ЈЛС које су оснивачи;</p> <p>11) израда, учешће у изради, као и реализација домаћих и међународних пројеката из области туризма на територији ЈЛС које су оснивачи;</p> <p>12) припрема и прикупљање података, састављање упитника, анализа и других информација;</p> <p>13) Друго: _____</p>
<p>Да ли сматрате да би било корисно успостављање међуопштинске сарадње у области надзора – туристичке инспекције?</p>	<p>а) Да</p> <p>б) Не</p>
<p>Да ли би вам била потребна помоћ у припреми нормативних аката за међуопштинску сарадњу у области туризма?</p>	<p>а) Да</p> <p>б) Не</p>

ВИ И ЕДУКАЦИЈА	
Да ли сматрате да је потребно организовати додатну едукацију из области туризма и угоститељства за ЈЛС?	а) Да б) Не
Из којих области би вам била потребна додатна едукација	1. Планирање развоја туризма 2. Нормативно-правно уређење у области туризма и угоститељства 3. Локална туристичка инспекција 4. Коришћење централног информационог система <i>eТуристџа</i> 5. Нови пословни модели за развој туризма (ДМО/ДМЦ, дигитална трансформација пословања) 6. Развој људских ресурса у туризму 7. Успостављање међуопштинске сарадње 8. Друго: _____
ПЛАНИРАЊЕ РАЗВОЈА ТУРИЗМА УСЛЕД КРИЗЕ КОВИД 19 И ОДГОВОР ЈЛС НА ЊУ	
Да ли је ЈЛС донела мере у циљу подршке туристичком сектору услед последица изазваних вирусом КОВИД 19	а) Да б) Не, и нема у плану в) Није још увек, али је у припреми
Уколико је ЈЛС усвојила неке мере, молимо упишите које:	1) _____ 2) _____ 3) _____
<p>Напомена: Уколико још нешто сматрате битним, а пропуштено је кроз питања, молимо да упишете овде</p>	





Прилог 2.

КРИТЕРИЈУМИ ЗА ОДРЖИВИ ТУРИЗАМ⁵⁸



Критеријуми	Индикатори	ЦОР
СЕКЦИЈА А: Одрживи менаџмент		
А(а) Структура и оквир менаџмента		
<p>А1 Одговорност за менаџмент дестинације</p> <p>Дестинација има ефективну организацију, одељење, групу или одбор задужен за координисан приступ одрживом туризму, уз учешће приватног сектора, јавног сектора и цивилног друштва. Ова група има дефинисане одговорности, надзор и способност имплементације по питању менаџмента социо-економских, културних и еколошких проблема. Ова група се финансира на адекватан начин, сарађује са низом организација у процесу менаџмента дестинације, има приступ довољном броју особља (укључујући и особље са искуством у области одрживости) и поштује принципе одрживости и транспарентности у свом функционисању и пословању.</p>	<p>а. Документован доказ који показује релевантан састав и одговорности групе.</p> <p>б. Финансијски план и буџет који показују текуће и будуће изворе финансирања.</p> <p>в. Доказ повезаности и сарадње са другим телима.</p> <p>г. Евиденција стално запосленог особља и особља запосленог по уговору, уз навођење релевантног искуства.</p> <p>д. Смернице и процеси менаџмента који показују свест о и поштовање принципа одрживости и транспарентност у пословању и уговора о закупу.</p>	 

58 Критеријуми Глобалног савета за одрживи туризам (ГСТЦ), www.gstcouncil.org

<p>A2 Стратегија и акциони план за менаџмент дестинације</p> <p>Дестинација је успоставила и примењује вишегодишњу стратегију за управљање дестинацијом и акциони план који је јавно доступан, прилагођен обиму, развијен уз учешће актера и заснован на принципима одрживости. Стратегија укључује идентификацију и процену туристичких ресурса и узима у обзир социо-економске, културне и еколошке проблеме и ризике. Стратегија је повезана са и утиче на ширу политику и активности одрживог развоја на дестинацији.</p>	<ul style="list-style-type: none"> а. Објављен документ у коме се наводи тренутна дестинацијска стратегија и активности. б. Стратегија/план је јасно видљива и доступна онлајн. в. Доказ о консултацијама, састанцима и сл. са заинтересованим странама током развоја плана. г. Стратегија и акциони план се позивају на принципе одрживости и садрже процену ресурса, проблема и ризика. д. Специфичне референце у стратегији/плану на ширу политику одрживог развоја (укључујући испуњавање ЦОР) и обрнуто. 	<p>17 ПАРТНЕРСТВОМ ДО ЦИЉЕВА</p> 
<p>A3 Надзор и извештавање</p> <p>Дестинација примењује систем за надзор и реаговање на социо-економске, културне и еколошке проблеме и утицаје који проистичу из туризма. Активности и исходи се редовно прате, оцењују и о њима се јавно извештава. Систем надзора се периодично ревидира.</p>	<ul style="list-style-type: none"> а. Идентификовани су специфични мерљиви социо-економски, културни и еколошки индикатори и циљеви. б. Мерења у односу на те индикаторе и резултати који се бележе и објављују најмање једном годишње. в. Писани доказ праћења и извештавања о активностима и исходима. <p>Претходне ревизије система за праћење и временски план будућих ревизија.</p>	<p>12 ОДГОВОРНА ПРОТОНЊА И ПРОИЗВОДЊА</p> 

A(6) Укљученост актера		
<p>A4 Укљученост предузећа и стандарди одрживости</p> <p>Дестинација редовно извештава предузећа повезана са туризмом о питањима одрживости и подстиче их и подржава у настојањима да своје пословање учине одрживијим. Дестинација промовише усвајање стандарда одрживости, промовише примену стандарда за туристичку привреду признатих од стране ГСТЦ (ГСТЦ-И) и шема за сертификацију туристичких предузећа које су акредитоване од стране ГСТЦ, где је то могуће. Дестинација објављује списак предузећа која имају сертификате одрживости.</p>	<ul style="list-style-type: none"> а. Доказ о редовном извештавању предузећа повезаних са туризмом о проблемима по питању одрживости (медији, састанци, директан контакт итд.). б. Доступни и промовисани подршка и савети предузећима повезаним са туризмом у вези са одрживошћу. в. Број и проценат предузећа сертификованих према стандардима за одрживи туризам (и да ли су препознати/акредитовани од стране ГСТЦ), са циљевима ширег опсега. г. Доказ о промоцији програма за сертификацију. Списак сертификованих предузећа повезаних са туризмом, ажуриран. 	 
<p>A5 Укљученост становништва и повратне информације</p> <p>Дестинација омогућава и подстиче јавно учешће у процесу одрживог планирања и менаџмента дестинацијом. Тежње, бриге и задовољства локалних заједница у вези са одрживошћу туризма и менаџментом дестинације се редовно прате и јавно се о њима извештава, а предузимају се активности како би се на њих одговорило. Дестинација има систем чијом се применом на локалном нивоу подиже разумевање прилика и изазова одрживог туризма и гради капацитет заједница да реагују.</p>	<ul style="list-style-type: none"> а. Доказ о промоцији и фасилитацији јавног учешћа у дестинацијском планирању/менаџменту. б. Информације о типу и степену тог учешћа. в. Анкетирање становника и други методолошки механизми за добијање повратних информација који обухватају и питања туризма. г. Доказ о предузетим активностима као одговор на повратне информације добијене од становништва. Програм информисања, едукације и обуке из области туризма обезбеђени за становништво. 	 

<p>A6 Укљученост посетилаца и повратне информације</p> <p>Дестинација има систем за праћење и јавно извештавање у вези са задовољством посетилаца квалитетом и одрживошћу искуства стеченог на дестинацији и, уколико је неопходно, за реаговање. Посетиоци су информисани о проблемима по питању одрживости на дестинацији и о улози коју могу одиграти у њиховом решавању.</p>	<p>а. Анкетирање посетилаца (и други механизми за добијање повратних информација) – спроводе се и о њима се извештава.</p> <p>б. Анкетирање и прикупљање повратних информација подразумевају и реакције посетилаца на проблеме по питању одрживости.</p> <p>в. Доказ о предузетим активностима као одговор на резултате анкете/ других извора повратних информација од посетилаца.</p> <p>г. Примери информација за посетиоце који покривају и проблеме по питању одрживости и како на њих одговорити.</p>	<p>12 ОДГОВОРНА ПОРТОШЊА И ПРОИЗВОДЊА</p> 
<p>A7 Промоција и информисање</p> <p>Промотивни и информативни материјали о дестинацији су прецизни по питању производа, услуга и изјава о одрживости. Маркетиншке поруке и друге врсте комуникације осликавају вредности дестинације и приступ одрживости и са поштовањем се односе према локалним заједницама и природним и културним ресурсима.</p>	<p>а. Актуелан информативни и промотивни материјал са одговарајућим садржајем.</p> <p>б. Постоји поступак за проверу тачности и примерености промоције и информација о дестинацији.</p> <p>Доказ о консултацијама са локалним заједницама и еколошким и културним организацијама у вези са садржајем и достављањем информација.</p>	<p>12 ОДГОВОРНА ПОРТОШЊА И ПРОИЗВОДЊА</p>  <p>11 ОДРЖИВИ ГРАДОВИ И ЗАЈЕДНИЦЕ</p> 

A(ц) Управљање притисцима и променама		
<p>A8 Управљање бројем и активностима посетилаца</p> <p>Дестинација има систем за управљање посетиоцима који се редовно ревидира. Предузимају се активности за праћење и управљање бројем и активностима посетилаца, као и за њихово смањење или повећање по потреби у одређеним тренуцима и на одређеним локацијама, у циљу постизања баланса при задовољењу потреба локалне привреде, заједнице, културног наслеђа и животне средине.</p>	<ul style="list-style-type: none"> a. Стратегија за менаџмент дестинације и акциони план се баве сезоналношћу и распрострањивањем посета. б. Прате се варијације у броју посетилаца током године, укључујући и најпосећеније локације. в. Утицаји броја посетилаца и њихових активности се идентификују кроз посматрање и прикупљање повратних информација од локалних заједница и интересних страна. г. Активности се предузимају ради управљања кретањима и утицајима посетилаца. Маркетиншка стратегија и одабир циљних тржишта у обзир узимају обрасце посета, утицаје активности и потребе дестинације. 	<div data-bbox="1206 348 1353 491"> <p>12 ОДГОВОРНА ПОРТОШЊА И ПРОИЗВОДЊА</p>  </div> <div data-bbox="1206 525 1353 668"> <p>11 ОДРЖИВИ ГРАДОВИ И ЗАЈЕДНИЦЕ</p>  </div>

А9 Плански прописи и контрола развоја

Дестинација има смернице, прописе и/или регулативе којима се врши контрола локације и природа развоја, захтева процена еколошких, економских и социо-културних утицаја и интегрише одржива употреба земљишта, дизајн, изградња и рушење. Прописи се, такође, односе на спровођење активности, укључујући изнајмљивање некретнина и концесије у туристичке сврхе. Смернице, прописи и регулативе су креиране уз учешће јавности и опште су доступни и примењени.

- а. Специфични прописи/регулативе/ смернице који контролишу развој – документовани и означени у по наслову и датуму.
- б. Изложени су захтеви за процену утицаја који обухватају еколошке, економске и социо-културне утицаје, и то у довољном обиму како би се одговорило на дугорочне проблеме на дестинацији.
- в. Специфични прописи о издавању некретнина и туристичком пословању, са доказом о њиховој примени и спровођењу.
- г. Доказ учешћа јавности у процесу развоја прописа/регулатива/ смерница.
Доказ о консултовању са и сагласност локалних заједница или мањинских етничких група приликом предлагања развоја туризма или када је до њега дошло на њиховим територијама.
- д. Доказ о објављивању и придржавању прописа/регулатива/ смерница у фазама планирања, развоја и примене.



<p>A10 Прилагођавање климатским променама</p> <p>Дестинација идентификује ризике и прилике повезане са климатским променама. Стратегије за прилагођавање климатским променама се примењују за позиционирање, дизајн, развој и менаџмент туристичких објеката. Становницима, фирмама и посетиоцима се пружају информације о предвиђеним климатским променама, повезаним ризицима и будућим условима.</p>	<p>а. Стратегија и акциони план за управљање дестинацијом идентификују и баве се климатским проблемима.</p> <p>б. Прописи, смернице и зонирање за туристички развој и активности се прилагођавају последицама климатских промена.</p> <p>в. Процена климатских ризика која покрива и текуће и будуће ризике – предузета и јавно доступна.</p> <p>г. Доказ о узимању у обзир утицаја на и доприноса локалних екосистема прилагођавању климатским променама.</p> <p>Информације о климатским променама које су јавно доступне.</p>	
<p>A11 Кризни и менаџмент ризика</p> <p>Дестинација има план за смањење ризика, кризни менаџмент и реаговање у ванредним ситуацијама који одговара дестинацији. О кључним елементима се обавештавају становници, посетиоци и предузећа. Одређене су процедуре и ресурси за примену плана и он се редовно ажурира.</p>	<p>а. Документован план за смањење ризика, кризни менаџмент и план за реаговање у ванредним ситуацијама за туризам на дестинацији.</p> <p>б. План препознаје широк спектар ризика, укључујући природне катастрофе, тероризам, здравље, прекомерно трошење ресурса и друге у складу са локацијом.</p> <p>в. Идентификоване процедуре за комуникацију током и након ванредног стања.</p> <p>Програм за локално пружање информација и обука о кризном и менаџменту ризика.</p>	 



СЕКЦИЈА Б: Социо-економска одрживост		
Б(а) Пружање локалних економских користи		
<p>Б1 Мерење економског доприноса туризма</p> <p>Директан и индиректан допринос туризма привреди дестинације се прати и о њему се јавност извештава. Одговарајућа мерила могу укључити број посетилаца и потрошњу, степен запослености и инвестиција, и доказ о расподели економских користи.</p>	<p>а. Програм прикупљања економских података.</p> <p>б. Годишњи извештаји о директном и индиректном економском доприносу туризма на дестинацији.</p> <p>в. Подаци који обухватају низ показатеља економских утицаја (нпр. број посетилаца, потрошња, запосленост, улагања и ширење економских користи на дестинацији).</p>	  
<p>Б2 Достојанствен рад и прилике за развој каријере</p> <p>Дестинација подстиче и подржава прилике за развој каријере и обуке у туризму. Туристичка предузећа дестинације се обавезују да ће пружити једнаке могућности за локално запошљавање, обуку и напредовање, сигурно и безбедно радно окружење и зараду за све.</p>	<p>а. Омогућавање релевантних програма/курсева за стицање вештина, доступних локално.</p> <p>б. Изјаве о посвећености туристичких предузећа пружању пристојних могућности за посао и каријеру.</p> <p>в. Прилике за запослење се промовишу међу локалним становништвом и оно их искоришћава, укључујући жене, младе, мањинске групе и људе са инвалидитетом.</p> <p>г. Канали за проверу услова рада и примање/бављење притужбама (нпр. укљученост синдиката).</p>	   

<p>Б3 Подршка локалним предузетницима и фер трговина</p> <p>Дестинација подстиче задржавање туристичке потрошње у локалној привреди кроз подршку локалним предузећима, ланцима снабдевања и одрживим улагањима. Промовише развој и куповину локалних одрживих производа заснованих на принципима фер трговине и који одражавају природу и културу подручја. Они могу обухватати храну и пића, рукотворине, уметничке перформансе, пољопривредне производе итд.</p>	<p>а. Савети, финансијска или друга подршка – доступни на дестинацији за мала и средња предузећа повезана са туризмом.</p> <p>б. Помоћ у приступу тржишту за мала и средња предузећа која се баве туризмом.</p> <p>в. Активности за подстицање и помоћ локалним туристичким предузећима да купују робу и услуге на локалу.</p> <p>г. Иницијативе за помоћ локалним пољопривредницима, занатлијама и произвођачима хране да се укључе у ланац вредности туризма.</p> <p>д. Локални производи и рукотворине идентификовани, промовисани и доступни за продају посетиоцима дестинације.</p>	<p>8 ДОСТОЈАНСТВЕН РАД И ЕКОНОМСКИ РАСТ</p>  <p>12 ОДГОВОРНА ПОТРОШЊА И ПРОИЗВОЂА</p> 
<p>Б4 Подршка локалним заједницама</p> <p>Дестинација има систем који омогућава и подстиче предузећа, посетиоце и јавност да на одговоран начин доприносе иницијативама заједнице и одрживости.</p>	<p>а. Подстиче се и потпомаже пружање подршке иницијативама локалних туристичких предузећа у вези са локалним заједницама и одрживошћу.</p> <p>б. Постоје и промовишу се програми за посетиоце којима се пружа подршка иницијативама у вези са локалним заједницама и одрживости.в. Волонтирање и контакт са локалним заједницама нису наметљиви и експлоатативни.</p>	<p>3 ДОБРО ЗДРАВЉЕ</p>  <p>4 КВАЛИТЕТНО ОБРАЗОВАЊЕ</p> 



<p>Б5 Спречавање експлоатације и дискриминације</p> <p>Дестинација поштује међународне стандарде о људским правима. Има законе, праксе и установљен кодекс понашања у циљу спречавања и извештавања о трговини људима, савременом ропству и комерцијалној, сексуалној или било којем другом облику експлоатације, дискриминације и узнемиравања икога, а посебно деце, адолесцената, жена, припадника ЛГБТ заједнице и других мањина. Закони и установљене праксе се јавно објављују и спроводе.</p>	<p>а. Референца (наслов, датум) на специфичне законе који се односе на дестинацију по питању људских права, експлоатације, дискриминације и узнемиравања.</p> <p>б. Доказ о објављивању и спровођењу горенаведених закона и са њима повезане добре праксе (укључујући туристичка предузећа и посетиоце).</p> <p>в. Анализа ризика и утицаја по питању људских права, укључујући трговину људима, савремено ропство и дечији рад – редовно се спроводи.</p> <p>г. Дестинација и кључни туристички играчи су потписници „Кодекса понашања за заштиту деце од сексуалног искоришћавања у туризму“.</p>	 
<p>Б6 Власничка и корисничка права</p> <p>Закони и прописи у вези са имовинским и правима стицањем имовине су документовани и примењени. Они поштују права локалних заједница, обезбеђују јавне расправе и не одобравају поновно насељавање без претходног слободног и информисаног пристанка и фер и праведне компензације. Закони и прописи такође штите права корисника и права приступа кључним ресурсима.</p>	<p>а. Референца (наслов, датум) на специфичне законе који се односе на дестинацију по питању имовинских и права стицања имовине, као и права корисника и права приступа ресурсима.</p> <p>б. Референце у горенаведеним законима по питању права локалних заједница, јавних расправа/консултација и насељавања.</p> <p>в. Докази о спровођењу горенаведених закона у контексту туристичког развоја и активности.</p> <p>г. Докази о јавним расправама/ консултацијама, сагласности и компензацији.</p>	 



<p>Б7 Безбедност и сигурност</p> <p>Дестинација има систем за праћење, спречавање, јавно извештавање и реаговање на криминал, безбедносне и здравствене опасности у обзир узимајући потребе и посетилаца и локалног становништва.</p>	<p>а. Безбедносне и здравствене услуге су добро успостављене и активне на дестинацији.</p> <p>б. Потребе посетилаца су идентификоване и задовољене кроз пружање безбедносних и здравствених услуга. Врши се инспекција туристичких објеката по питању задовољења безбедносних и хигијенских стандарда.</p>	 
<p>Б8 Приступ за све</p> <p>Где је то практично, локације, објекти и услуге, укључујући оне од природног и културног значаја, доступни су свима укључујући особе са инвалидитетом и друге који имају посебне захтеве по питању приступа или друге специјалне потребе. Тамо где локације и објекти нису лако доступни, приступ је обезбеђен кроз дизајн и примену решења која у обзир узимају са једне стране интегритет локације, а са друге обезбеђивање једнаког приступа смештајним капацитетима особама са таквим посебним захтевима онако како је то могуће. Информације о приступачности локацијама, објектима и услугама су доступне.</p>	<p>а. Постојање прописа и стандарда по питању приступачности локација, објеката и услуга за посетиоце.</p> <p>б. Доследна примена стандарда приступачности у јавним објектима.</p> <p>в. Подаци о обиму/уделу локација и објеката за посетиоце који су приступачни.</p> <p>г. Доказ о програмима намењеним побољшању приступа за људе са широким спектром таквих потреба.</p> <p>д. Информације о приступу су укључене у информисање о дестинацији као целини. Детаљи о приступачности су укључени у информације о кључним локацијама за посетиоце.</p>	 

СЕКЦИЈА Ц: Културна одрживост		
Ц(а) Заштита културног наслеђа		
<p>Ц1 Заштита културних ресурса</p> <p>Дестинација има политику и систем за процену, рехабилитацију и очување културних ресурса, укључујући изграђено наслеђе и културни пејзаж.</p>	<p>а. Листе културних добара, укључујући процену и индикације угрожености.</p> <p>б. Програм санације и очувања ресурса.</p> <p>в. Механизми за коришћење прихода од туризма за подршку очувању културних добара.</p>	 <p>11 ОДРЖИВИ ГРАДОВИ И ЗАЈЕДНИЦЕ</p>
<p>Ц2 Културни артефакти</p> <p>Дестинација има законе који регулишу правилну продају, трговину, излагање или поклањање историјских и археолошких артефаката. Закони се примењују и јавно објављују, укључујући туристичка предузећа и посетиоце.</p>	<p>а. Референца на релевантне законе у вези с а историјским артефактима који се односе на дестинацију (наслов, датум).</p> <p>б. Доказ обавештавања туристичких предузећа и посетилаца по питању релевантних закона.</p> <p>в. Доказ о спровођењу релевантних закона.</p>	 <p>11 ОДРЖИВИ ГРАДОВИ И ЗАЈЕДНИЦЕ</p>
<p>Ц3 Нематеријално наслеђе</p> <p>Дестинација подржава поштовање и заштиту нематеријалног културног наслеђа, укључујући локалне традиције, уметност, музику, језик, гастрономију и друге аспекте локалног идентитета и препознатљивости. Представљање, репликација и интерпретација културе живљења и традиције је осетљива и пуна поштовања, настоји да укључи и пружа користи локалним заједницама, а посетиоцима пружа аутентично и истинско искуство.</p>	<p>а. Идентификација и попис нематеријалног културног наслеђа.</p> <p>б. Примери поштовања и искуства посетилаца нематеријалне културне баштине (догађаји, препознатљиви производи итд.).</p> <p>в. Доказ о укључености локалних и домородачких заједница у развијање и пружање искустава посетилаца заснованих на нематеријалном културном наслеђу.</p> <p>г. Повратне информације од посетилаца и локалних заједница о пружању искустава заснованих на нематеријалном наслеђу.</p>	 <p>11 ОДРЖИВИ ГРАДОВИ И ЗАЈЕДНИЦЕ</p>  <p>12 ОДГОВОРНА ПОРТОШЊА И ПРОИЗВОДЊА</p>

<p>Ц4 Традиционални приступ</p> <p>Дестинација прати, штити и по потреби обнавља или враћа приступ локалне заједнице природним и културним локацијама.</p>	<ul style="list-style-type: none"> а. Праћење приступа локалне заједнице локацијама од природног и културног значаја. б. Доказ о сарадњи са локалном заједницом у погледу традиционалног приступа. в. Посебна активност ради заштите и/или враћања приступа локалној заједници. 	 <p>11 ОДРЖИВИ ГРАДОВИ И ЗАЈЕДНИЦЕ</p>
<p>Ц5 Интелектуална својина</p> <p>Дестинација има систем за допринос заштити и очувању права интелектуалне својине заједница и појединаца.</p>	<ul style="list-style-type: none"> а. Референца на законе о интелектуалној својини који се односе на дестинацију (наслов, датум). б. Обавештавање интересних страна у туризму о правима интелектуалне својине. в. Доказ да су права интелектуалне својине заштићена током развоја културних искустава за посетиоце. 	 <p>16 PEACE, JUSTICE AND STRONG INSTITUTIONS</p>

Ц(6) Посете културним локацијама		
<p>Ц6 Управљање посетиоцима културних локација</p> <p>Дестинација има систем за управљање посетиоцима унутар и око културних локалитета, који води рачуна о њиховим карактеристикама, капацитету и осетљивости и настоји да оптимизује проток посетилаца и минимизује негативне утицаје. Смернице за понашање посетилаца на осетљивим локацијама и културним догађајима доступне су посетиоцима, организаторима путовања и водичима пре и у време посете.</p>	<p>а. Праћење кретања посетилаца и утицаја на културним локацијама, а резултати се деле широм дестинације.</p> <p>б. Доказ активности са циљем управљања утицајима који проистичу из туризма на или око културних локација.</p> <p>в. Постојање и дистрибуција објављених смерница о понашању посетилаца на осетљивим локацијама и културним догађајима и периодично праћење њиховог придржавања.</p> <p>г. Кодекс понашања за туроператоре и туристичке водиче и/или друге врсте сарадње са њима на управљању посетиоцима на културним локацијама.</p> <p>д. Обезбеђивање обуке за водиче.</p>	<p>12 ОДГОВОРНА ПОРТОШЊА И ПРОИЗВОДЊА</p>  <p>11 ОДРЖИВИ ГРАДОВИ И ЗАЈЕДНИЦЕ</p> 
<p>Ц7 Интерпретација локације</p> <p>Обезбеђује се прецизан интерпретативни материјал који посетиоце информисе о значају културних и природних аспеката локалитета које посећују. Информације су културолошки прикладне, развијене у сарадњи са локалним заједницама и јасно се саопштавају на језицима одговарајућим за посетиоце и становнике.</p>	<p>а. Обезбеђивање информативног интерпретативног материјала на локацији и у форматима који су доступни пре доласка.</p> <p>б. Доказ да је интерпретативни материјал добро истражен и прецизан.</p> <p>в. Материјал за интерпретацију који идентификује значај и осетљивост/крхкост локација.</p> <p>г. Доказ о сарадњи са локалним заједницама у припреми релевантног интерпретативног материјала. Интерпретативни материјал је доступан на релевантним језицима.</p>	<p>11 ОДРЖИВИ ГРАДОВИ И ЗАЈЕДНИЦЕ</p>  <p>4 КВАЛИТЕТНО ОБРАЗОВАЊЕ</p> 

СЕКЦИЈА Д: Одрживост животне средине		
Д(а) Очување природног наслеђа		
<p>Д1 Заштита осетљиве животне средине</p> <p>Дестинација има систем за праћење, мерење и реаговање на утицаје туризма на природно окружење, очување екосистема, станишта и врста и за спречавање уношења и ширења инвазивних врста.</p>	<ul style="list-style-type: none"> а. Списак локација и ресурса природне баштине са знаком врсте, статуса очувања и угрожености. б. Програми за очување биодиверзитета и природног наслеђа. в. Програми за искорењивање и контролу инвазивних врста. г. Активности идентификовања, праћења и ублажавања утицаја туризма на биодиверзитет и природно наслеђе. д. Механизми за коришћење прихода од туризма за подршку очувању природних ресурса. ђ. Комуникација са посетиоцима и предузећима о смањивању ширења страних врста. 	 

<p>Д2 Управљање посетиоцима на природним локацијама</p> <p>Дестинација има систем за управљање посетиоцима унутар и око природних локација који узима у обзир њихове карактеристике, капацитет и осетљивост и настоји да оптимизује проток посетилаца и минимизује негативне утицаје. Смернице за понашање посетилаца на осетљивим местима су доступне посетиоцима, туристичким операторима и водичима пре и у време посете.</p>	<ul style="list-style-type: none"> а. Праћење протока посетилаца и утицаја на природне локације, а резултати се деле широм дестинације. б. Доказ о активностима за управљање и ублажавање утицаја који проистичу из туризма на природним локацијама или око њих. в. Постојање и дистрибуција објављених смерница о понашању посетилаца на осетљивим локацијама и периодично праћење поштовања правила. г. Кодекс понашања за туроператоре и туристичке водиче и/или други вид сарадње са њима по питању управљања посетиоцима на природним локацијама. д. Сарадња са локалним органима заштите у циљу идентификовања еколошких ризика повезаних са туризмом и мере за њихово смањење. ђ. Обезбеђивање обуке за водиче. 	 
---	--	--

Д3 Интеракција са дивљим светом

Дестинација има систем који осигурава поштовање локалних, националних и међународних закона и стандарда за интеракцију са дивљим животињама. Интеракције са дивљим животињама које се слободно крећу, узимајући у обзир кумулативне утицаје, неинвазивне су и њима се одговорно управља како би се избегли штетни утицаји на дате животиње и на одрживост и понашање популација у дивљини

- а. Референца на (наслов, датум) међународне, националне и локалне законе који се примењују на дестинацији по питању интеракције са дивљим светом.
- б. Усвајање међународних стандарда за посматрање дивљег света, како морских тако и копнених врста.
- в. Дистрибуција кодекса понашања за интеракцију са дивљим животињама, укључујући њихово посматрање, који одражава међународне стандарде.
- г. Систем за проверу поштовања прописа и кодекса понашања међу туристичким предузећима.
- д. Активности праћења добробити дивљих животиња и минимизовања узнемиравања на локацијама где се дешавају интеракције.
- ђ. Пружање информација посетиоцима о штетним интеракцијама са дивљим животињама, као што су додиривање и храњење.



Д4 Експлоатација врста и добробит животиња

Дестинација има систем који осигурава поштовање локалних, националних и међународних закона и стандарда којима се осигурава добробит животиња и очување врста (животиња, биљака и свих живих организама). То укључује бербу или хватање, трговину, излагање и продају врста дивљих животиња и производа од њих. Ниједна врста дивљих животиња се не може набавити, узгајати или држати у заточеништву осим у случају овлашћених и одговарајуће опремљених особа и у сврхе правилно регулисаних активности. Смештај, брига и поступање са свим дивљим и домаћим животињама испуњава највише стандарде добробити животиња.

- а. Референца на (наслов, датум) посебне међународне, националне и локалне законе, стандарде и смернице који се примењују на дестинацији по питању добробити животиња и очувања врста.
- б. Обавештавање туристичких предузећа и водича о законима, стандардима и смерницама.
- в. Систем за инспекцију услова у којима живе дивље и домаће животиње, укључујући њихов смештај и поступање са њима.
- г. Лиценцирање и провера квалификација особља одговорног за дивље животиње у заточеништву.
- д. Активности промовисања Конвенције о међународној трговини угроженим врстама (ЦИТЕС) у туристичком сектору и осигурања поштовања исте.
- ђ. Пружање информација посетиоцима о избегавању трговине угроженим врстама, нпр. куповина сувенира од угрожених дивљих врста препознатих од стране ИУЦН-а или ЦИТЕС-а.
- е. Примена закона којим се осигурава то да је свака ловна активност део приступа очувању који је научно заснован, којим се правилно управља и који се строго спроводи.



Д(б) Управљање ресурсима		
<p>Д5 Уштеда енергије</p> <p>Дестинација има за циљ смањење потрошње енергије, побољшање ефикасности њене употребе, као и повећање употребе обновљиве енергије. Дестинација има систем за подстицање предузећа да мере, прате, смање и јавно извештавају о свом доприносу тим циљевима.</p>	<ul style="list-style-type: none"> а. Циљеви за потрошњу енергије се објављују и промовишу. б. Програм за повећање енергетске ефикасности – нпр. промовисање и подршка постављању изолације. в. Улагање у обновљиве изворе енергије и њихов удео у укупној набавци/потрошњи. Подршка и подстицаји за праћење и смањење енергије од стране предузећа. 	
<p>Д6 Управљање водом</p> <p>Дестинација подстиче предузећа да мере, прате, јавно извештавају и управљају коришћењем воде. Ризик по питању воде на дестинацији се процењује и документује. У случајевима високог ризика по питању воде, циљеви управљања водом се идентификују и активно спроводе са предузећима како би се осигурало да туристичка употреба не буде у сукобу са потребама локалних заједница и екосистема.</p>	<ul style="list-style-type: none"> а. Обезбеђивање упутстава и подршке за праћење и смањење употребе воде од стране предузећа. б. Програм за редовно процењивање ризика по питању воде. в. Постављање, објављивање и спровођење циљева управљања водама, где је ризик по питању воде оцењен као висок. г. Праћење и контрола извора и количине воде која се користи у туристичке сврхе и њен утицај на локалне заједнице и екосистеме. Промоција и провера придржавања циљева од стране туристичких предузећа. д. Информације за посетиоце о ризику по питању воде и смањењу њене употребе. 	

<p>Д7 Квалитет воде</p> <p>Дестинација прати квалитет воде за пиће, рекреативне и еколошке сврхе користећи стандарде квалитета. Резултати праћења су јавно доступни, а дестинација има систем за правовремено реаговање на проблеме квалитета воде.</p>	<ul style="list-style-type: none"> а. Програм праћења квалитета воде. б. Постојање података и извештаја о квалитету воде. в. Праћење воде за купање, при чему су локације које испуњавају постављене стандарде сертифицизоване и идентификоване. г. Доказ о активностима на побољшању квалитета воде. д. Информације за посетиоце о квалитету локалне воде за пиће како би се подстакла њена употреба као алтернатива флашираној води. 	 
Д(ц) Управљање отпадом и емисијама		
<p>Д8 Отпадне воде</p> <p>Дестинација има јасне и спроведене смернице за лоцирање, одржавање и испитивање испуштања из септичких јама и система за пречишћавање отпадних вода. Дестинација осигурава да се отпад правилно третира и поново употребљава или отпушта на безбедан начин без штетних утицаја на локално становништво и животну средину.</p>	<ul style="list-style-type: none"> а. Писмене смернице и прописи о пречишћавању отпадних вода. б. Систем спровођења смерница међу предузећима. в. Праћење/испитивање испуштених отпадних вода. г. Привремени одрживи комунални системи за пречишћавање вода који се користе у туристичком сектору, тамо где је то практично и прикладно. 	 



Д9 Чврст отпад

Дестинација мери и извештава о отпаду који ствара и поставља циљеве за његово смањивање. Осигурава да се чврсти отпад правилно третира и преусмерава са депоније, те обезбеђује систем сакупљања и рециклирања из више токова који ефикасно одваја отпад према врсти. Дестинација подстиче предузећа да избегавају, смањују, поново користе и рециклирају чврсти отпад, укључујући остатке хране. Предузимају се активности за престанак коришћења или смањено коришћење предмета за једнократну употребу, посебно пластике. Сав преостали чврсти отпад који се не користи поново или не рециклира, одлаже се на безбедан и одржив начин.

- а. Објављен програм праћења отпада са резултатима и циљевима.
- б. Са туристичким предузећима координисана кампања/ савети/подршка по питању управљања отпадом, укључујући и прехранбени отпад.
- в. Кампања за смањење или избегавање из употребе предмета за једнократну употребу, посебно пластике.
- г. Програм управљања отпадом за јавне службе и објекте.
- д. Обезбеђивање система за сакупљање и рециклирање, са најмање четири тока (тј. органски, папир, метал, стакло и пластика).
- ђ. Обезбеђивање одрживог система за одлагање преосталог отпада.
- е. Кампања како би се зауставило бацање отпадака, укључујући и оно од стране посетилаца, и како би се јавне површине могле одржавати чистим.
- ж. Адекватне канте за одвојено одлагање отпада.



<p>Д10 Емисија гасова стаклене баште и ублажавање климатских промена</p> <p>Дестинација има постављене циљеве за смањење емисије гасова са ефектом стаклене баште и спроводи и извештава о политикама и активностима њиховог ублажавања. Подстичу се предузећа да мере, прате, смањују или минимизују, јавно извештавају и ублажавају емисије гасова са ефектом стаклене баште из свих аспеката њиховог деловања (укључујући добављаче и пружаоце услуга). Подстиче се неутрализовање/компензовање преосталих емисија.</p>	<p>а. Објављени циљ за проценат смањења емисија до одређеног датума.</p> <p>б. Годишњи извештај о клими, укључујући праћење и мере ублажавања.</p> <p>в. Подржана кампања или други вид сарадње са туристичким предузећима на смањењу и ублажавању емисија.</p> <p>г. Активности за смањење емисије из пословања јавног сектора.</p> <p>д. Информације за предузећа и посетиоце о програмима неутралисања/компензације који испуњавају признате стандарде.</p>	
<p>Д11 Транспорт са малим утицајем</p> <p>Дестинација има постављене циљеве да смањи штетне емисије проистекле из превоза до и унутар дестинације. Тражи се повећање употребе одрживих возила са ниским емисијама гаса и јавног превоза и активног путовања (нпр. пешачења и вожње бициклом) како би се смањио допринос туризма загађењу ваздуха, загушењу и климатским променама.</p>	<p>а. Улагање у одрживију транспортну инфраструктуру, укључујући јавни превоз и возила са ниским емисијама.</p> <p>б. Информације којима се међу посетиоцима промовишу алтернативне могућности превоза до и унутар дестинације.</p> <p>в. Подаци о коришћењу алтернативних видова превоза од стране посетилаца.</p> <p>г. Унапређење и промоција могућности за бициклизам и шетњу.</p> <p>д. Приоритизација оних туристичких/посетилачких тржишта која су доступна кратким путовањем и одрживијим могућностима превоза.</p> <p>ђ. Јавни сектор и туристичка предузећа дају предност превозу ниског утицаја у сопственом пословању.</p>	 

<p>Д12 Загађење светлом и буком</p> <p>Дестинација има смернице и прописе за смањење загађења светлом и буком. Дестинација подстиче предузећа да се придржавају ових смерница и прописа.</p>	<p>а. Смернице о загађењу светлом и буком – направљене и промовисане међу туристичким предузећима.</p> <p>б. Идентификација и праћење потенцијалних извора загађења буком и светлом повезаних са туризмом.</p> <p>Механизми који омогућавају становницима да пријављују загађење буком и светлом, и пратеће активности.</p>	 
---	---	---

9.

ЛИТЕРАТУРА

1. Бакић, О. (2001): *Маркејини менаџмент и туристичке дестинације*, Београд: Економски факултет
2. Др Вујовић, С., Др Цвијановић, Д., Др Штетић, С. (2012): *Дестинацијски концепт развоја туризма*, Београд: Институт за економику пољопривреде Београд
3. Стратегија развоја туризма Републике Србије за период 2016–2025.
4. Стратегијски маркетинг план туризма Републике Србије до 2025. године
5. Попеску, Ј. (2004): *Конкурентност и одрживост туристичке дестинације – предуслов успешности маркетинга хотелске куће*; зборник радова, стр. 103–114.
6. Ritchie, J. R. Brent, Crouch Geoffrey I. (2003): *The Competitive Destination: A Sustainable Tourism Perspective*,
7. Poon, A. (1993): *Tourism, Technology and Competitive Strategies*
8. World Economic Forum (2019): *The Travel & Tourism Competitiveness Report 2019*
9. World Economic Forum (2021): *Digital Culture: The Driving Force of Digital Transformation*
10. UNWTO, *Guidelines for Institutional Strengthening of Destination Management Organizations (DMOs) – Preparing DMOs for new challenges*
11. Maráková, Vanda, Dyr, Tadeusz, Wolak-Tuzimek, Anna (2016): *Factors of Tourism's Competitiveness in The European Union Countries*
12. Kernaghan, K. (1993): *Partnership and public administration: conceptual and practical considerations*. Canadian Public Administration, v. 36, p. 57–76.
13. Мр Павловић-Крижанић, Т. (2021): СКГО, *Међуоштинска сарадња у Србији: могућности и изазови*
14. Кунст, Иво (2011): *Применљивост модела јавно-приватног партнерства у туризму*
15. Група аутора (2010): *Јавно-приватно партнерство у руралном туризму*, Програм Уједињених нација за развој (УНДП) у оквиру заједничког програма Уједињених нација „Одрживи туризам у функцији руралног развоја“, Србија
16. Чорак, С. и Трезнер, Ж. (2014): *Дестинацијске менаџмент компаније ДМК*, Хрватска туристичка заједница
17. Станић, Маја (2008): *Дестинацијске менаџмент компаније*, Удружење хрватских путничких агенција
18. Smith, Arthur L.: *Public-Private Partnerships (PPPs) for Sustainable Tourism*, Inter-American Development Bank
19. UNWTO, *Global Report on Public-Private Partnerships: Tourism Development*,
20. <https://pppknowledgelab.org/sectors/tourism>
21. *Пројекат Шибеник – брошура*, Министарство туризма и спорта Републике Хрватске: (Загреб), <https://mint.gov.hr/UserDocsImages/arhiva/ProjektSibenik.pdf>

CIP - Каталогизација у публикацији
Народна библиотека Србије, Београд

338.48(497.11)(0.034.2)
352(497.11)(0-034.2)

ЖИКИЋ, Марија, 1977-

Анализа надлежности и капацитета јединица локалних самоуправа у области туризма [Електронски извор]
/ Марија Жикић, Славко Лукић. - Београд : Стална конференција градова и општина - Савез градова и општина Србије, 2022 (Београд : СКГО). - 1 електронски оптички диск (CD-ROM) : текст ; 12 cm

Системски захтеви: Нису наведени. - Насл. са насловног екрана

ISBN 978-86-80480-59-6

1. Лукић, Славко, 1958- [аутор]
а) Туризам -- Развој -- Србија б) Локална самоуправа -- Надлежности -- Србија

COBISS.SR-ID 6236852



Стална конференција
градова и општина

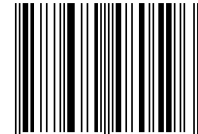
Савез градова и општина Србије

Македонска 22/VIII
11000 Београд
Србија

Тел: 011 3223 446
Факс: 011 3221 215
E-mail: secretariat@skgo.org

www.skgo.org
www.facebook.com/skgo.sctm
www.twitter.com/skgo_sctm

ISBN 978-86-80480-59-6



9 788680 480596 >