



Naša zemlja, kao retko koja, ima uslove za gotovo sve vidove turizma i u svojoj bogatoj turističkoj ponudi ima sve vrste turističkih proizvoda, od kružnih i vinskih tura, lovnog, ruralnog, city break i drugih vrsta turizma.

Naš problem je, i taj što postoji jedan broj pravnih akata, ne samo zakona nego i uredbi, koji se odnose na turizam, međutim naše zakonodavstvo nije u skladu sa pravom Evropske unije. Srbija je od 2000. godine čvrsto rešena da postane punopravan član EU. Od 2005., kada je Srbija, još uvek u zajednici sa Crnom Gorom, započela pregovore o Sporazumu o stabilizaciji i pridruživanju, koji je i zaključen u oktobru 2007. godine, radi se na ovoj problematici. Kandidaturu za članstvo je predala 22.12. 2009., pa su sledeći koraci na tom putu pregovori o 35 oblasti (poglavlja) na koje je podeljeno pravo EU. To podrazumeva usklađivanje našeg zakonodavstva sa zakonodavstvom EU, i to kako u drugim oblastima tako i u oblasti turizma.

Evropska unija je turističku delatnost definisala sekundarnim zakonodavstvom jer je turizam kompleksna delatnost koja utiče i na koju utiču brojne druge oblasti evropskog prava, od prava potrošača, zaposlenja, konkurentnosti, preko istraživanja regionalnog razvoja i obrazovanja. Konkretno, naš turizam regulišu sledeći pravni akti: Zakon o turizmu, Zakon o banjama, Zakon o javnim skijalištima, Zakon o zaštiti potrošača, Zakon o privatnim preduzetnicima, Zakon o privrednim društvima, Zakon o udruženjima, Zakon o zaštiti stanovništva od izloženosti duvanskom dimu, Posebne uzanse u turizmu, Zakon o autorskom i srodnim pravima, Strategija razvoja turizma Republike Srbije. Oblast turizma u našoj državi, koju vodi Ministarstvo trgovine, turizma i telekomunikacija je veoma široka i postavlja se pitanje da li ono kao takvo daje rezultate u svom radu? Zemlje u okruženju su već radile na tome i oformile ministarstva koje je bave turizmom samostalno ili eventualno sa održivim razvojem, koje je na neki način blisko turizmu. Osnovni pravci održivog evropskog turizma naglašavaju potrebu za obezbeđivanjem konzistentnosti različitih politika u okviru zajednice i mreže koje utiču na održivost turizma i konkurentnost ove privredne grane. Oni takođe pozivaju na aktivniju saradnju između turističkih preduzeća, turističkih destinacija i nacionalnih, regionalnih i lokalnih organa vlasti, kako bi se suočili sa izazovima kao što su povećana tražnja i promene potreba na tržištu da bi ostvarili rast prihoda. Još jedan pravni akt koji o tome govori je Strategija razvoja turizma. Turizam nije više dugačak godišnji odmor koji se koristi isključivo za letovanja i/ili zimovanja. Zbog ubrzanog tempa života turisti traže više sadržaja za kraći vremenski period, bilo da se radi o aktivnom odmoru, relaksaciji, oporavku ili lečenju. Sve što se na turističkom tržištu traži treba da bude u ponudi, tj. ponuda mora da bude raznovrsna. Dolazimo do toga da je turizam ništa drugo nego pružanje USLUGA. Turizam jeste privredna grana koja predstavlja neograničeni i neiscrpan resurs, samo ga treba na pravilan način prezentovati kupcu usluge. Treba zadovoljiti kriterijume

koje kupac zahteva i očekuje, da bi se kasnije opet vratili. Kao i svaka druga usluga pravnog prometa, i ova se reguliše UGOVOROM. Iako veliki broj akata reguliše oblast turizma, mišljenja sam da ugovori u ovoj privrednoj grani nisu dovoljno precizirani. Ugovori su regulisani Zakonom o obligacionim odnosima, a malo opširnije se definiše UGOVOR O ALOTMANU.

Ugovor o alotmanu je ugovor kojim se ugostitelj (npr. hotel) obavezuje da u toku određenog vremena turističkoj agenciji stavi na raspolaganje određeni broj ležaja u određenom objektu, pruži ugostiteljske usluge licima koje uputi agencija i za to joj plati određenu proviziju, a turistička agencija nastoji da smeštajne kapacitete popuni, plati ugovorenu cenu pruženih usluga i obavesti hotelijera kada nije u mogućnosti da popuni angažovane hotelske kapacitete.

Kako je to ugovorni odnos, obe strane imaju i prava i obaveze.

OBAVEZE TURISTIČKE AGENCIJE su:

OBAVEZA OBAVEŠTAVANJA [Član 887] 1. Turistička agencija je dužna da obaveštava ugostitelja o toku popunjavanja smeštajnih kapaciteta. 2. Ukoliko nije u mogućnosti da popuni sve angažovane smeštajne kapacitete, turistička agencija je dužna da u ugovorenim ili uobičajenim rokovima obavesti ugostitelja o tome i da mu dostavi listu gostiju, kao i da u obaveštenju odredi rok do koga ugostitelj može slobodno raspolagati angažovanim kapacitetima. 3. Ugostiteljski kapaciteti koji u listi gostiju nisu označeni kao popunjeni, smatraju se slobodnim od dana prijema te liste od strane hotela za period na koji se lista odnosi. 4. Posle protoka toga roka turistička agencija ponovo stiče pravo da popunjava angažovane smeštajne kapacitete. **OBAVEZA PRIDRŽAVANJA UGOVORENIH CENA [Član 888]** 1. Turistička agencija ne može licima koja šalje u ugostiteljski objekat zaračunavati veće cene za ugostiteljske usluge od onih koje su predviđene ugovorom o alotmanu ili ugostiteljskim cenovnikom. **OBAVEZA PLAĆANJA UGOSTITELJSKIH USLUGA [Član 889]** 1. Ukoliko ugovorom nije drukčije određeno, cenu pruženih ugostiteljskih usluga plaća ugostitelju turistička agencija posle izvršenih usluga. 2. Ugostitelj ima pravo da zahteva plaćanje odgovarajuće akontacije. **OBAVEZA IZDAVANJA POSEBNE PISMENE ISPRAVE [Član 890]** 1. Turistička agencija je dužna da licima koja šalje na osnovu ugovora o alotmanu izda posebnu pismenu ispravu (posebna pismena isprava).

2. Posebna pismena isprava glasi na ime ili na određenu grupu, neprenosiva je i sadrži nalog ugostitelju da pruži usluge koje su u njoj navedene.

3. Posebna pismena isprava služi kao dokaz da je lice klijent turističke agencije koja je sa ugostiteljem zaključila ugovor o alotmanu. 4. Na osnovu posebne pismene isprave vrši se obračun uzajamnih potraživanja između turističke agencije i ugostitelja. **OBAVEZE UGOSTITELJA SU: OBAVEZA STAVLJANJA NA KORIŠĆENJE UGOVORENIH SMEŠTAJNIH KAPACITETA [Član 891]**

1. Ugostitelj preuzima konačnu i neopozivu obavezu da u toku određenog vremena stavi na korišćenje ugovoreni broj ležaja i pruži licima koja upućuje turistička agencija usluge navedene u posebnoj pismenoj ispravi.

2. Ugostitelj ne može ugovoriti sa drugom turističkom agencijom angažovanje kapaciteta koji su već rezervisani na osnovu ugovora o alotmanu. **OBAVEZE JEDNAKOG POSTUPANJA [Član 892]** 1. Ugostitelj je dužan da licima koje uputi turistička agencija pruži pod istim uslovima usluge kao i licima sa kojima je neposredno zaključio ugovor o ugostiteljskim uslugama.

OBAVEZA UGOSTITELJA DA NE MENJA CENU USLUGA [Član 893] 1. Ugostitelj ne može menjati ugovorene cene ako o tome ne obavesti turističku agenciju najmanje šest meseci unapred, osim u slučaju promene u kursu razmena valuta koje utiču na ugovorenu cenu.

2. Nove cene mogu se primenjivati po isteku mesec dana od njihove dostave turističkoj

agenciji. 3. Nove cene neće se primenjivati na usluge za koje je već dostavljena lista gostiju. 4. U svakom slučaju izmene cena nemaju dejstvo na rezervacije koje je ugostitelj potvrdio.

OBAVEZA PLAĆANJA PROVIZIJE [Član 894] 1. Ugostitelj je dužan da turističkoj agenciji isplati proviziju na promet ostvaren na osnovu ugovora o alotmanu.

2. Provizija se određuje u procentu od cene izvršenih ugostiteljskih usluga.

3. Ukoliko procenat provizije nije određen ugovorom, turističkoj agenciji pripada provizija određena opštim uslovima poslovanja turističke agencije ili, ako ovih više nema, poslovnim običajima. **PRAVO TURISTIČKE AGENCIJE DA ODUSTANE OD UGOVORA PRAVO NA ODUSTANAK OD ANGAŽOVANIH SMEŠTAJNIH KAPACITETA [Član 895]**

1. Turistička agencija može privremeno odustati od korišćenja angažovanih smeštajnih kapaciteta a da time ne raskine ugovor o alotmanu niti stvori za sebe obavezu naknade štete ugostitelju, ukoliko u ugovorenom roku pošalje obaveštenje o odustanku od korišćenja. 2. Ako rok obaveštenja o odustanku nije određen ugovorom, utvrđuje se na osnovu poslovnih običaja u ugostiteljstvu. 3. U slučaju da obaveštenje o odustanku ne bude poslato u predviđenom roku, ugostitelj ima pravo na naknadu štete.

4. Turistička agencija može odustati od ugovora u celini bez obaveze da naknadi štetu ako obaveštenje o odustanku pošalje u ugovorenom roku. **OBAVEZA TURISTIČKE AGENCIJE DA POPUNI ANGAŽOVANE KAPACITETE [Član 896]**

1. Ugovorom o alotmanu se može predvideti posebna obaveza turističke agencije da popuni angažovane ugostiteljske kapacitete. Ako u tom slučaju ne popuni angažovane ugostiteljske kapacitete, turistička agencija je dužna da plati ugostitelju naknadu po neiskorišćenom ležaju u danu. Turistička agencija nema tada pravo da putem blagovremenog obaveštenja otkáže ugovor bilo delimično ili u celini. Ako je turistička agencija član YUTA-e postoje tri mere koje idu u korist putnika-turiste: reklamacija na licu mesta, progovor i tužba arbitražnom sudu. Ciljevi razvoja turizma Republike Srbije i interesi Republike Srbije u turizmu su:

- podsticanje privrednog rasta, zapošljavanja i kvaliteta života stanovnika putem razvoja inostranog turizma; obezbeđenje razvoja sopstvene pozitivne međunarodne slike; obezbeđenje dugoročne zaštite i integrisanog upravljanja prirodnim i kulturnim resursima, što je u interesu održivog razvoja turizma; obezbeđenje međunarodnih standarda kvaliteta zaštite turističkih potrošača saglasno savremenoj evropskoj praksi.

Postoji veliki broj organizacija (državnih i lokalnih), i udruženja koja se bave marketingom i promocijom turizma i turističkih manifestacija. To je jedan dao... Ali, da bi došlo do sigurnosti i kod prava i obaveza treba da se posveti izvesna pažnja i pravnoj regulativi. Kada se iskristališu pravne norme tada će doći i do više ulaganja (i stranog) u turizam, u hotele i marine, ne samo u Beogradu, nego i u celoj zemlji, pa i u ruralni turizam.

Bez javno privatne saradnje nemoguće je podići kapitalnu vrednost resursa. Takvi projekti su najrazvijeniji na planu uslova investiranja i prostornog planiranja. A ujedno bi se i poslovi podelili tako da bi svako znao svoj delokrug rada. I umesto zaključka, treba istaći da se u turizmu, kao resursu koji se ne trši, ustvari prodaju usluge, i da se sa minimalnim investiranjem stvara maksimalan profit. Turizam je povezen i sa privredom, trgovinom, saobraćajem, medicinom, obrazovanjem... Turističke organizacije i agencije rade na marketingu, promociji, iznošenjem ponude koju naša zemlja nudi, međutim u obilju raznih destinacija, treba privući turiste originalnošću, osobenošću našeg podneblja. Srbija je osiromašena i slaba su ulaganja u turizam, tako da moramo da se oslonimo na investitore, pretežno iz inostranstva, velike multinacionalne kompanije, ali u tom slučaju zbog obostrane sigurnosti treba urediti oblast turizma.

To je prvenstveno od interesa za našu privedu, naše stanovništvo, povećanje zaposlenosti i ostvarivanje profita, pa tek onda za evropske intergacije.

Tanja Varazlić, Business Summit 2015 "Uposlimo Srbiju", Vrnjačka Banja