

# Pregled normi i normizacija u turizmu

---

Žan, Nina

Master's thesis / Diplomski rad

2023

Degree Grantor / Ustanova koja je dodijelila akademski / stručni stupanj: **University North / Sveučilište Sjever**

Permanent link / Trajna poveznica: <https://um.nsk.hr/um:nbn:hr:122:257544>

Rights / Prava: [In copyright](#)/[Zaštićeno autorskim pravom.](#)

Download date / Datum preuzimanja: **2025-01-01**



Repository / Repozitorij:

[University North Digital Repository](#)



zir.nsk.hr



DIGITALNI AKADEMSKI ARHIVI I REPOZITORIJI

**SVEUČILIŠTE SJEVER**  
**SVEUČILIŠNI CENTAR VARAŽDIN**



DIPLOMSKI RAD

**PREGLED NORMI I NORMIZACIJE U TURIZMU**

Nina Žan

Varaždin, srpanj 2023.



**SVEUČILIŠTE SJEVER**  
**SVEUČILIŠNI CENTAR VARAŽDIN**  
**Studij Poslovne ekonomije**



Student:

Nina Žan

Mentor:

Prof. dr. sc. Krešimir Buntak

Varaždin, srpanj 2023.

## **Sažetak**

Normizacija u turizmu odnosi se na uspostavljanje normi, smjernica i propisa koji reguliraju kvalitetu usluge i poslovanje u turističkom sektoru. Ova praksa ima ključnu ulogu u osiguravanju visoke razine kvalitete usluge, zaštiti interesa potrošača i promicanju održivog razvoja turizma. Jedan od glavnih ciljeva normizacije u turizmu je postizanje dosljedne kvalitete usluga u različitim turističkim destinacijama i sektorima. To se postiže uspostavljanjem normi za različite aspekte turizma, poput smještaja, prehrane, usluga prijevoza, turističkih atrakcija i ostalih relevantnih područja. One definiraju minimalne zahtjeve koji se moraju ispuniti kako bi se osigurala visoka razina kvalitete usluge, sigurnost gostiju i njihovo zadovoljstvo. Isto tako, pružaju smjernice o transparentnosti, poštenoj trgovini, pravima potrošača i zaštiti okoliša. Uzimajući u obzir specifične potrebe i očekivanja gostiju, norme olakšavaju donošenje informiranih odluka o odabiru turističkih proizvoda i usluga. Uvođenje normi u turizmu također promiče održivi razvoj, a često uključuju smjernice za ekološki prihvatljive prakse, energetske učinkovitost, zaštitu prirodnih resursa i očuvanje kulturne baštine. Održivi turizam postaje sve važniji kako bi se osiguralo da turizam doprinosi lokalnom razvoju bez negativnih utjecaja na okoliš i zajednicu.

**Ključne riječi:** turistička djelatnost, normizacija, ISO norme u turizmu

## **Abstract**

Standardization in tourism refers to the establishment of norms, guidelines and regulations that regulate the quality of service and business in the tourism sector. This practice has a key role in ensuring a high level of service quality, protecting the interests of consumers and promoting the sustainable development of tourism. One of the main goals of standardization in tourism is to achieve consistent quality of services in different tourist destinations and sectors. This is achieved by establishing norms for various aspects of tourism, such as accommodation, food, transport services, tourist attractions and other relevant areas. They define the minimum requirements that must be met in order to ensure a high level of service quality, guest safety and satisfaction. They also provide guidance on transparency, fair trade, consumer rights and environmental protection. Taking into account the specific needs and expectations of guests, the norms facilitate making informed decisions about the selection of tourist products and services. The introduction of norms in tourism also promotes sustainable development, often including guidelines for environmentally friendly practices, energy efficiency, protection of natural resources and preservation of cultural heritage. Sustainable tourism is becoming increasingly important to ensure that tourism contributes to local development without negative impacts on the environment and community.

**Key words:** tourist activity, normization, ISO norms in tourism

# Sadržaj

<b>1</b>	<b>Uvod</b> .....	1
1.1	Ocjena dosadašnjih istraživanja.....	3
1.2	Struktura diplomskog rada.....	3
1.3	Očekivani doprinos rada.....	4
1.4	Znanstvene metode istraživanja.....	4
1.5	Izjava pristupnika o poštivanju etičkih načela.....	4
<b>2</b>	<b>Turizam i turistička djelatnost</b> .....	5
2.1	Povijesni pregled turizma kroz povijest .....	6
2.2	Turizam kao znanstvena disciplina.....	8
2.3	Koncept modernog turizma .....	9
2.4	Struktura turizma .....	11
2.5	Turizam u Hrvatskoj.....	13
2.6	Utjecaj pandemije koronavirusa na turizam .....	14
2.7	Oblici i vrste turizma .....	14
2.7.1	Podjela turizma na domaći, dolazni i odlazni turizam .....	15
2.7.2	Podjela turizma prema vrsti putovanja.....	15
2.7.3	Vrste turizma koji su vezane uz slobodno vrijeme.....	15
2.7.4	Ostale podjele turizma.....	18
<b>3</b>	<b>Ekonomija turizma</b> .....	20
3.1	Čimbenici turističke ponude .....	21
3.2	Čimbenici turističke potražnje.....	22
3.3	Turizam i ekonomija.....	23
3.3.1	Turizam iz makroekonomske perspektive.....	24
3.3.2	Ekonomski učinci turizma.....	25
3.3.3	Utjecaj eksternalija na turizam .....	28

3.4	Turistički proizvod .....	28
<b>4</b>	<b>Međunarodna organizacija za normizaciju – specifična poveznica za čitav svijet ..</b>	<b>29</b>
4.1	Struktura ISO organizacije .....	30
4.2	Radne grupe .....	32
4.3	Povijest razvoja Međunarodne organizacije za normizaciju .....	33
4.4	Faze razvoja ISO normi .....	35
4.5	Norme .....	36
4.6	Glavni ciljevi normizacije .....	37
4.7	Ciljevi normizacije u današnjice.....	38
4.8	Korelacija srodnih pojmova.....	41
4.9	Normizacija upravljanja kvalitetom .....	43
<b>5</b>	<b>ISO norme u turizmu .....</b>	<b>44</b>
5.1	Tehnički komiteti.....	45
5.2	ISO/TC 228 Tourism and related services (ISO norma/Tehnički komitet 228 – Turizam i povezane usluge) .....	45
5.3	Objavljene ISO norme u tehničkom komitetu TC 228 – Turizam i povezane usluge 46	
5.3.1	Ukinute radne grupe .....	53
5.4	Utjecaj ISO normi na turizam i turistički razvoj .....	53
<b>6</b>	<b>Zaključak .....</b>	<b>54</b>
	<b>Popis literature .....</b>	<b>56</b>
	Knjige, priručnici, udžbenici.....	56





# 1 Uvod

Uslužni sektor ima ključnu ulogu u međunarodnoj trgovini i predstavlja važan segment globalnog gospodarstva. Uslužne djelatnosti obuhvaćaju širok spektar industrija poput turizma, financija, transporta, telekomunikacija, IT usluga, konzultantskih usluga, zdravstva, obrazovanja i mnoge druge. Njihov doprinos međunarodnoj trgovini i gospodarstvu nije zanemariv i postaje sve značajniji. Važnost uslužnog sektora u međunarodnoj trgovini raste sve snažnije u suvremenom poslovanju na globalnim tržištima. Pri determiniranju naprednih gospodarstava uzima se u obzir udio uslužnih sektora u ukupnom gospodarstvu. Zbog toga se provode ozbiljne studije o razvrstavanju uslužnih sektora kao i rješavanju njihove problematike, provodeći tako zasebne troškovne analize ljudskih resursa, financija i marketinga, te mjeri kvalitete usluga. Jedna od ključnih važnosti uslužnog sektora u međunarodnoj trgovini je stvaranje dodane vrijednosti i povećanje konkurentnosti zemalja. Uslugama se pružaju specijalizirana znanja, vještine i stručnost koje mogu poboljšati učinkovitost i produktivnost drugih sektora gospodarstva. Na primjer, financijske usluge omogućuju pristup kapitalu i investicijama, olakšavajući rast i razvoj poduzeća. IT usluge poboljšavaju tehnološku infrastrukturu i inovacije, što povećava konkurentnost industrije. Turizam stvara radna mjesta, potiče razmjenu kulture i jača međunarodne veze. Uslugama se također pruža podrška međunarodnoj trgovini kroz logističke i distribucijske usluge. Transportne i logističke usluge omogućuju učinkovit prijevoz robe i povezivanje globalnih tržišta. Telekomunikacijske usluge omogućuju brzu i pouzdanu komunikaciju između partnera u međunarodnoj trgovini. Konzultantske usluge pružaju stručnost i savjetovanje u području trgovine, zakonodavstva, financija i drugih aspekata poslovanja. Definiranje i mjerenje kvalitete u uslužnom sektoru mnogo je teže nego u drugim sektorima. U turističkom sektoru, kvaliteta je vrlo težak, nesiguran i složen koncept, budući da istu treba razumjeti, primijeniti, kontrolirati i nastojati da bude održiva. Turistička poduzeća s pravom žele povećati svoju konkurentnost na tržištu s poboljšanjem kvalitete svojih usluga. Kako se razvijaju turističke aktivnosti, a i djelatnosti, sustavno vođenje poslovanja postalo je nužnost – te je razlog tome, postavljanje normi, odnosno normi za smještaj, ugostiteljstvo, zabavu i mnoge druge turističke aktivnosti.

Normizacija u turizmu odnosi se na uspostavljanje normi, smjernica i propisa koji reguliraju kvalitetu usluge i poslovanje u turističkom sektoru. Ova praksa ima ključnu ulogu u osiguravanju visoke razine kvalitete usluge, zaštiti interesa potrošača i promicanju održivog razvoja turizma. Jedan od glavnih ciljeva normizacije u turizmu je postizanje dosljedne kvalitete usluga u različitim turističkim destinacijama i sektorima. To se postiže uspostavljanjem normi za različite aspekte turizma, poput smještaja, prehrane, usluga prijevoza, turističkih atrakcija i ostalih relevantnih područja. Norme definiraju minimalne zahtjeve koji se moraju ispuniti kako bi se osigurala visoka razina kvalitete usluge, sigurnost gostiju i njihovo zadovoljstvo. Normizacija, također, igra važnu ulogu u zaštiti interesa potrošača u turizmu što znači da pružaju smjernice o transparentnosti, poštenoj trgovini, pravima potrošača i zaštiti okoliša. Uzimajući u obzir specifične potrebe i očekivanja gostiju, norme olakšavaju donošenje informiranih odluka o odabiru turističkih proizvoda i usluga. Uvođenje normi u turizmu također promiče održivi razvoj. Norme često uključuju smjernice za ekološki prihvatljive prakse, energetske učinkovitost, zaštitu prirodnih resursa i očuvanje kulturne baštine. Održivi turizam postaje sve važniji kako bi se osiguralo da turizam doprinosi lokalnom razvoju bez negativnih utjecaja na okoliš i zajednicu. Normizacija u turizmu također pruža prednosti turističkim poduzećima. Uspostavljanje normi olakšava upravljanje kvalitetom usluge, pomaže u identifikaciji područja za poboljšanje i pruža smjernice za profesionalizaciju turističke industrije. Također pomaže u usklađivanju poslovnih procesa i praksi s međunarodnim normama, čime se poboljšava konkurentnost na globalnom tržištu. Predmet ovog rada je analiza i pregled normi i normizacije u turizmu s ciljem strukturiranja i povezivanja s pojedinim turističkim područjima i proizvodima. Objekt istraživanja je turistički sektor i primjena normi u poslovanju turističkog sektora. Svrha ovog diplomskog rada je analizirati razvoj i strukturu ISO normi za sektor turizma. Tijekom pisanja rada, kako bi se došlo do određenih zaključaka, korištene su sljedeće znanstvene metode: induktivna i deduktivna metoda, metoda analize i sinteze.

Ciljevi ovog diplomskog rada su:

- definirati pojam turizma i vrste turizma
- dati osvrt na ekonomiju turizma
- definirati ISO norme u turizmu
- izvršiti pregled i analizu ključnih zahtjeva i smjernica ISO normi tehničkog komiteta 228 koji se bavi razvojem normi u turizmu

## 1.1 Ocjena dosadašnjih istraživanja

Brojni autori (Shaw i Williams, 2004., Inmann, 1989., Dujmović, 2014. i drugi) proveli su znanstvena istraživanja iz domene razvoja turizma i primjene kvalitete u turizmu kao segmentu uslužnog sektora. Iako su predmetna istraživanja dobro strukturirana u kontekstu renomiranih knjiga, znanstvenih članaka i internetskih izvora, preciznija i kompleksnija istraživanja učinaka normizacije u turizmu posebice na aplikativnim primjerima, nisu istražena u većoj mjeri te se stoga smatra opravdanim provesti istraživanje u ovom diplomskom radu o implementaciji normizacije u turizmu.

## 1.2 Struktura diplomskog rada

Stručni doprinos ovog diplomskog rada očituje se u analizi važnosti ISO normi za turistički sektor. Rad će koristiti svakom zainteresiranom za bolje razumijevanje složenosti turističke djelatnosti i važnosti postojanja normizacije u turističkom sektoru. Ovaj diplomski rad podijeljen je u šest poglavlja. Uvod definira problem, predmet i objekt istraživanja, svrhu i ciljeve istraživanja, ocjenu dosadašnjih istraživanja, strukturu rada te očekivani stručni doprinos rada. Iduće poglavlje nosi naziv Turizam i turistička djelatnost. Donosi povijesni pregled razvoja turizma te definira pojam, vrste i podjelu turizma. Ekonomija turizma razmatra turizam s ekonomskog pogleda što uključuje čimbenike koji se odnose na turističku ponudu i mjere koje se odnose na turističku potražnju. Također, u ovom poglavlju definiran je i turistički proizvod. Iduće poglavlje nosi naziv Međunarodna organizacija za normizaciju – specifična poveznica za čitav svijet. Donosi kratku povijest razvoja Međunarodne organizacije za normizaciju, pregled ciljeva normizacije te definicije pojmova vezanih uz normizaciju. ISO norme u turizmu naziv je idućeg poglavlja gdje se analiziraju primjenjivosti ISO normi u turizmu i najčešće korištene ISO norme u turizmu. Poseban osvrt posvećen je održivom turizmu.

### 1.3 Očekivani doprinos rada

Očekivani doprinos rada očituje se u spoznajama i pozitivnim učincima koje može ostvariti implementacija normizacije u turizmu. Uvođenje normi u turizmu također promiče održivi razvoj. Norme često uključuju smjernice za ekološki prihvatljive prakse, energetske učinkovitost, zaštitu prirodnih resursa i očuvanje kulturne baštine. Održivi turizam postaje sve važniji kako bi se osiguralo da turizam doprinosi lokalnom razvoju bez negativnih utjecaja na okoliš i zajednicu. Normizacija u turizmu također pruža prednosti turističkim poduzećima. Uspostavljanje normi olakšava upravljanje kvalitetom usluge, pomaže u identifikaciji područja za poboljšanje i pruža smjernice za profesionalizaciju turističke industrije. Također pomaže u usklađivanju poslovnih procesa i praksi s međunarodnim normama, čime se poboljšava konkurentnost na globalnom tržištu.

### 1.4 Znanstvene metode istraživanja

U radu su u različitim kombinacijama primijenjene znanstvene metode: metoda deskripcije, metoda analize i sinteze, metoda generalizacije te metoda indukcije i dedukcije.

### 1.5 Izjava pristupnika o poštivanju etičkih načela

Pod punom odgovornošću potvrđujem da je ovo moj autorski rad čiji niti jedan dio nije nastao kopiranjem ili plagiranjem tuđeg sadržaja. Prilikom izrade rada koristila sam tuđe materijale navedene u popisu literature, ali nisam kopirala niti jedan njihov dio, osim citata za koje sam navela autora i izvor te ih jasno označila.

## 2 Turizam i turistička djelatnost

Turizam je, za proučavanje, jedan vrlo fascinantna i izazovan fenomen. Nalazi se u različitim oblicima i određenom stupnju te u svakom dijelu svijeta. Prisutan je u svugdje: od naseljenih područja, manje naseljenih (poput Sjeverne Koreje) te sve do nenaseljenih područja kao što je Antarktika. Mnogi ljudi o turizmu razmišljaju kao o nečemu čime se mogu baviti u slobodno vrijeme ili u mirovini. Za milijune ljudi diljem svijeta turizam je temeljna djelatnost kojom osiguravaju prihode za život. Iskustvo uživanja u turizmu, kao posjetitelj, bitno se razlikuje od iskustva rada u turizmu. Turizam obuhvaća širok raspon aktivnosti; od obiteljskih izleta ili školskih maturalnih putovanja, preko konvencija i znanstvenih ekspedicija pa sve do vjerskih hodočašća. Zaposlenje u turizmu nudi onaj stil života koji ljudima omogućuje spajanje posla i zadovoljstva istovremeno. Poslovi u turizmu variraju od privremenih radnih mjesta s nepunim radnim vremenom do profesionalno-usavršenog razvoja. Turizam prije svega nudi mogućnost zaposlenja za ljude koji tek ulaze na tržište rada, stoga on može biti važan izvor zapošljavanja za mlade. Za mnoge, turizam se odnosi na turiste – ljude uključene iskustvom putovanja na neko mjesto, a da nije matična zajednica. Dok su ljudi putovali tisućama godina, turizam se, kao globalni fenomen, pojavio nakon Drugog svjetskog rata. Tek je tada tehnologija omogućila razvoj domaćih i međunarodnih putovanja. Razvoj putovanja komercijalnim, mlaznim zrakoplovom zasigurno je imao drastičan učinak na međunarodni turizam. Između ostalog, kreditne kartice, bankomati, online rezervacije, a i sami razvoj Interneta kao takvog, imali su ključnu ulogu za daljnji razvitak turizma. Dodajmo da se turizam oslanja na mnogobrojne poslovne usluge kao što su turističke agencije, agencije za smještaj poput Booking-a i Airbnb-a, marketinške organizacije odredišta, agencije za zaštitu okoliša i sl. Također treba spomenuti da je čovječanstvo na pragu nove ere svemirskog turizma.

## 2.1 Povijesni pregled turizma kroz povijest

Kroz povijest, još od drevnih vremena, potreba za vodom, hranom, skloništem i sigurnošću, prisilila je ljude u kontinuiranu selidbu iz jednog mjesta u drugi što bi, u praksi, označavalo opasno i teško putovanje bilo za pojedince, obitelj ili cijelu zajednicu. U nedostatku održanih cesta, ljudi su primorani putovati pješice ili na leđima životinja preko otvorenih polja, šuma, močvarnih tla pa čak i pustinja što bi značilo da je tada kretanje zemljom bila avantura koja je zahtijevala oprez i vještinu. Putovanje u doba paleolitika (30 000 g. pr. Kr. do 10 000 g. pr. Kr.) nalaže kako su se sve ljudske aktivnosti, kao i kretanja, odnosile oko svakodnevnog preživljavanja. Postupno, kada su neka područja već bila istražena i kada su napravljena prva oruđa, a samim time i upaljena prva vatra, ljudi su se mogu nastaniti u skloništima. To je rezultiralo povećanu aktivnost u putovanjima. Sposobnost izrade i korištenje alata te izgradnja skloništa, omogućili su pračovjeku da putuje u nova lovišta čak i u ekstremnim i nepovoljnim vremenskim uvjetima. U doba neolitika (oko 10 000 g. pr. Kr.), nekolicina inovacija u području prometa promijenilo je i samo putovanje. U Egiptu su 4 000 g. pr. Kr. izgrađeni prvi jedrenjaci, u Babilonu su, 3 500 g. pr. Kr., Sumerani izumili kotač i novac što označava i početak nove ere putovanja. Novac koji su uveli Sumerani, koristili su u raznim poslovima i putovanjima te su tako mnogobrojni trgovci mogli platiti prijevoz kao i smještaj bilo novcem ili razmjenom robe. Od najranijih vremena, putovanja su fascinirala čovjeka. Većina putovanja u početku su bila uglavnom nesvjesna i poprilično jednostavna. Tada putovanja nisu bila zadovoljstvo kao što su danas. Putnici iz dalekih zemalja počeli su se seliti u velikom broju i posjećivati mnoga mjesta u svrhu trgovine. Trgovački odnosi prerasli su u kulturne odnose i bolje razumijevanje međunarodnog načina života. Putovanju je veliki poticaj dao i dobar komunikacijski sustav i sigurnost Rimskog Carstva. To to je doba postojala mreža cesta koje su se tada sve više i gradile. Izdavale su se i putopisne literature koje su davale rute, imena glavnih cesta, udaljenosti između mjesta pa čak i vrijeme potrebno za putovanje. Stari Rimljani putovali su kako bi vidjeli poznate hramove, spomenike i poznate egipatske piramide. Također, putovali su i za vrijeme praznika, posebice za vrijeme Olimpijskih igara. Lječilišta u i odmarališta koja potječu iz ovoga razdoblja, mogu se povezati s putovanjima za uživanje. Ljekovite kupke i morska odmarališta (koja su kasnije nazvana toplicama) bila su vrlo popularna. Posjetitelji u doba Rimskoga Carstva nisu uživali samo u ljekovitim kupkama već i u raznim oblicima zabave: kazališne produkcije, sportska natjecanja i sl.

Pad Rimskog Carstva (oko 400. i 500. g. pr. Kr.) imao je velik utjecaj na razvoj putovanja na starim rimskim teritorijima diljem Europe i dijelom Male Azije kroz nekoliko stoljeća – luksuz putovanja na odmor je nestao, a razni sadržaji i resursi potrebni ljudima za putovanje više nisu bili potrebni. U stoljećima koja su uslijedila, usluga, sigurnost i udobnost putovanja gotovo su nestali i samim time, ljudi više nisu bili motivirani za putovanja. Renesansa je vrlo bitna etapa u povijesti putovanja. Ponovna pojava turizma uslijedila je nakon talijanske renesanse i razvoja potpunog urbanog sustava i mreže cesta. Italija je, u Europi, u to vrijeme bila europski gospodarski i kulturno moćna, ali politički u potpunosti razjedinjena zbog ratova koji su se vodili na talijanskom tlu. Ti su ratovi odigrali važnu ulogu u širenju renesanse i kasnije razvoju Grand Tour-a. U 18. stoljeću takozvani Grand Tour postao je ritual prijelaza za aristokratske mladiće. Putovanje je obično uključivalo tri ili čak četiri godine putovanja po Europi, uključujući i opsežan boravak u Italiji jer se tada Rim smatrao krajnjim odredištem za ono što bi se sada moglo okarakterizirati kao kulturni turizam (Britannica, 2022.). Razvoj Grand Tour-a slijedio je promjenu fokusa kulture, ekonomske i političke moći. Bogati i obrazovani iz država čiji je položaj dominacije u svijetu bio relativno nov, posjećivali su zemlje koje su prošle svoj vrhunac prestiža. Tako su Rimljani posjećivali Grčku i Istočni Mediteran dok su Englezi, od 16. stoljeća, posjećivali Italiju. Grand Tour štovao je učenje, baštine i društvenu profinjenost Staroga svijeta. 18. stoljeće smatra se zlatnim dobom Grand Tour-a. Zbog engleske buržoazije broj turista se umnožio. Grand Tour više nije bio aristokratski rezervat već ga je naslijedila buržoazija (Hrvatska enciklopedija, 2022.) – srednja društvena klasa između plemstva i seljaštva (trgovci, obrtnici, činovnici, liječnici, ...) Tijekom tog razdoblja velik broj pjesnika, pisaca, intelektualaca posjetilo je Italiju i druge zemlje u blizini kako bi prošili svoje znanje i naučili nove zanate, umjetnost i sl. Uvođenje godišnjeg odmora u Europi značilo je jedno važno obilježje koje je potaknulo mnoge ljude da u velikom broju krenu na putovanja tijekom 18. stoljeća. Godišnji odmor bio je preteča plaćenog odmora koji je kasnije zaslužan za izniman rast turizma. Pojam praznik potječe od „svetih dana“ povezanih s vjerskim obredima. Danas se općenito koristi u svjetovnom smisli što znači predah od rutine svakodnevnog radnog života i vrijeme za slobodno vrijeme, rekreaciju i zabavu.



## 2.2 Turizam kao znanstvena disciplina

Posljednjih se godina u znanstvenim raspravama sve češće koristi termin znanost o turizmu. Međutim, pogled na do sada objavljene rasprave iz znanosti o turizmu, utvrđeno je da postoji velik broj pojedinačnih pristupa. S obzirom na razvoj cjelovite turističke teorije, ali i s obzirom na formiranje teorija u pojedinačnim disciplinama, još uvijek postoji velika potreba za istraživanjem. Početak znanstvene rasprave o turizmu nije jasno određena literaturom. No, svi se slažu da su važni istraživački poticaji potekli od autora koji su se bavili turizmom početkom 20. stoljeća. Prva sveobuhvatna znanstvena turistička studija pripisuje se Josefu Stradneru s radom "Turizam" iz 1905. godine. S povećanjem opsega turizma, problemi su također sve više uzrokovani u ciljnim područjima (npr. utjecaji na krajolik, kulturu i društvo) za koje se mogu razviti znanstvena rješenja. Znanstveno usavršavanje počelo je u Njemačkoj 1920. godine. Ekonomist Robert Glücksmann osnovao je Institut za podučavanje i istraživanje u Berlinu i objavio Arhiv za turizam, interdisciplinarni forum za raspravu koji je teoriji turizma (kako se tada u početku zvala) dao odlučujući poticaj. U znanstvenoj raspravi sporno je pitanje postoji li, ili može postojati, vlastita turistička znanost te isto tako postoji li, ili može postojati, jedna ili više turističkih znanosti odnosno parcijalnih znanosti o turizmu, kao na primjer ekonomika turizma, sociologija, pedagogija, medicina, pravo, itd. U znanstvenoj se raspravi, između ostalog, već identificira većina koja bi željela uspostaviti samostalnu znanost o turizmu. S druge strane, postoji suglasnost da postoje istraživanja turizma. Za razliku od prvih dana bavljenja turizmom, danas nitko ne spori da turizam može biti predmet znanstvenog proučavanja. „Svakako je utješno primijetiti da danas više nije sporno ono što je autor još prije tridesetak godina morao potkrijepiti, a to je da turizam može biti predmet znanstvene obrade“ (Hunziker, 1973: 55). No, potrebno je i detaljnije ispitivanje podrijetla i sadržaja teorije sustava i njezinih različitih glavnih tokova kako bi se moglo odgovoriti na pitanje njezine prikladnosti kao turističko-znanstvene metode ili čak kao paradigme.

### 2.3 Koncept modernog turizma

Koncept modernog turizma nastao je u drugoj polovici devetnaestog stoljeća paralelno s razvojem industrijaliziranih društava zapadne Europe i Sjeverne Amerike stoga se razvoj industrijaliziranih društava zapadne Europe i Sjeverne Amerike može smatrati odgovornim za rast modernog turizma. Industrijska revolucija bila je odgovorna za promjenu u ekonomskim i društvenim sustavima. Gradili su se veliki tvornički gradovi. Radnička je klasa u početku bila opterećena dugim radnim vremenom i lošim uvjetima rada i života općenito. Nagla koncentracija stanovništva u gradovima stvorila je nezdrave društvene uvjete. Kako se industrija razvijala, tako su gradovi i njihovo stanovništvo rasli velikom brzinom te je potreba za bijegom postala još više akutnija. Imući i dobrostojeći ljudi odlazili bi na razna odmarališta. Industrijalizacija je također donijela i povećanje materijalnog bogatstva kao i određena poboljšanja u prometnoj infrastrukturi i komunikacijama tijekom druge polovice 19. i početkom 20. stoljeća. Mnoga odmarališta svoju današnju popularnost duguju izvornom otkriću bogatih manjina tijekom Rimskog Carstva. U 19. stoljeću došlo je do razvoja velikih razmjernih užitaka na popriličnoj udaljenosti od velikih gradova i metropolitanskih središta srednje Europe. Francuska rivijera s Nicom, Cannesom i Monte Carlom bile su neke od tih zona užitaka. Do kraja stoljeća, Francuska rivijera bila je nedvojbeno najpopularnija zona užitaka. Krajem 19. stoljeća, Talijanska rivijera također je postala popularna među Englezima i Francuzima. Početkom 20. stoljeća, bogati Amerikanci počeli su se pojavljivati u znatnom broju u Francuskoj i Italiji, međutim, tek nakon Prvog svjetskog rata, Amerikanci su se pojavili kao začetnici novog turizma. Uvođenje željeznice u 19. stoljeću bila je još jedna prekretnica u povijesti putovanja. Putnici su prvi puta prevezeni željeznicom 1830. godine u Engleskoj. Željeznička pruga između Liverpoola i Manchestera u Engleskoj imala je posebne odredbe za prijevoz putnika, osim tereta. Uspjeh željeznice Liverpool i Manchester potaknuo je mnoge druge zemlje u Europi da otvore željezničke linije. Željezničke pruge izgradile su se u Francuskoj, Austriji i Švicarskoj, a s druge strane Atlantika, tračnice su izgrađene i u Americi. 1881. godine vlakovi su prevozili više od 600 milijuna putnika na linijama kojima je upravljalo oko stotinjak tvrtki. Tada je postojao i element natjecanja i razne željezničke kompanije nastojale su putovanje učiniti što ugodnijim. Početkom 1870. godine, putovanje vlakom u prvom razredu uveo je Amerikanac George Pullman koji je izumio autobuse Pullman s luksuznim namještajem i blagovaonicom. Željeznice se mogu smatrati jednim od najsnažnijih motiva za masovna putovanja u 19. i 20. stoljeću. Isto tako, poput željeznice, brodarstvo je također dalo značajan doprinos putovanjima tijekom 19. stoljeća.

Tehnologija brodarstva unijela je brojne inovacije u 19. stoljeću. Migracija je postala važan čimbenik u putovanjima Sjevernim Atlantikom. Amerika se tada smatrala Novim svijetom punim mogućnosti i bogatstva za ljude koji su tada živjeli u Europi. Velik broj ljudi iz Staroga svijeta počeo je odlaziti u Ameriku u potrazi za boljim životom. Velika Britanija, Njemačka i ostale zemlje, postale su glavni generatori migranata u Novi svijet. Također, glavni naglasak treba dati na otvaranje Sueskog kanala 1869. godine koji je donio znatno skraćene rute između Zapada i Istoka i kao zauzvrat, potaknulo uvođenje boljeg broskog prijevoza na Daleki Istok. Ekspanzija međunarodnog turizma dovela je do sve većeg korištenja trajekta od strane turista na kratkim pomorskim plovidbama te korištenje unajmljenih brodova za krstarenja. Smatra se da turistički pomorski promet, u cjelini, nema obećavajuću budućnost. Putovanje morem na velike udaljenosti moglo bi se nastaviti smanjivati iako će i dalje postojati ograničena potražnja za krstarenjem morem. U nedavnoj su prošlosti, jedan od najvažnijih razvoja u pomorskom prometu bila upravo krstarenja morem za odmor, posebice na Mediteranu, Karibima i jugoistočnoj Aziji. Sve do početka 20. stoljeća, ljudi su putovali isključivo željeznicom i parobrodom. Izumom novog prijevoznog sredstva, putovanje osobnim automobilom i autobusom dobilo je prvi veliki zamah u deset godina koje su prethodile Prvom svjetskom ratu. Cjelokupni oblik turističke industrije stoga je transformiran izumom novog prijevoznog sredstva. Rast privatnih automobila može se identificirati kao glavni uzrok propadanja željeznice jer je automobil postao alternativno prijevozno sredstvo za kratka i duža putovanja. Naknadno, s rastom mreže brzih nacionalnih i međunarodnih sustava autocesta, duga su se putovanja također obavljala motornim automobilima i autobusima. Svjetska gospodarska kriza 1929. godine koja je dovela do smanjenja korištenja prometnih kapaciteta, ipak nije ozbiljnije ugrozila rast cestovnog prometa. U mnogim se zemljama sve veći naglasak stavlja na izgradnju novih cesta. Nekoliko zemalja nastavlja s izgradnjom autocesta i brzih cesta. U planu su veliki programi autocesta prisutni u različitim regijama svijeta. Kada isti budu dovršeni, oni će zadovoljiti sve veće zahtjeve turista. Uloga zračnog prometa postala je ključan čimbenik u rastu međunarodnog turizma. Iako je međunarodno zračno putovanje rođeno krajem Prvog svjetskog rata i polagano se razvijalo tijekom dvaju rata, tek je krajem Drugog svjetskog rata došlo do golemog proboja. Posljednjih je godina postignut velik napredak u zračnom prometu, a posebice putovanja zrakoplovom u inozemstvo. Čimbenici poput brzine, udobnosti i sigurnosti znatno utječu na odabir načina prijevoza te je zbog toga turizam imao značajan utjecaj na zrakoplovnu industriju i njihove prijevoznike.

## 2.4 Struktura turizma

S rastom globalnog gospodarstva, koji utječe na unapređenje životnog standarda i raspoloživog dohotka zajedno s više slobodnog vremena, dolazi i do sve većeg porasta u turističkoj industriji. Čimbenici poput dostupnosti jeftinijeg i povoljnijeg prijevoza, manjih ili čak nikakvih ograničenja u putovanju, dostupnosti mnogo informacija o raznim destinacijama i novijim marketinškim tehnikama, doprinos turizma svjetskoj ekonomiji i ukupnom broju turista očekuje daljnji rast. Od trenutka kada se donese odluka o posjetu određenoj destinaciji do trenutka kada se turisti vrate kući, odvijao bi se širok raspon aktivnosti koje uključuju brojne usluge i sadržaje. Tijekom godina, mijenjao se niz aktivnosti – od jednostavnog odmora do uživanja u lijepom vremenu i krajoliku na odredištu, turisti sada imaju veći interes za učenjem i razumijevanjem o samom odredištu (domaćinu) i ljudima s kojima komuniciraju. Turisti sve veći naglasak stavljaju i na ekološku kvalitetu odredišta. Razumijevanje značaja i prirode ovog fenomena i njegovih osnovnih komponenti je bitno. Da bi se struktura turizma sustavno razumjela, potrebno je poznavati različite sastavnice koje zajedno čine turistički industriju. Četiri od njih smatraju se osnovnima (Bhatia, 2006: 76):

1. **Smještaj** - Potražnja za smještajem izvan vlastitog doma zadovoljava se nizom sadržaja. Ponuda i vrsta smještaja vrlo je raznolika i doživjela je značajne promjene u odnosu na posljednjih pola stoljeća. Zabilježen je pad korištenja pansiona i malih privatnih hotela. Sve je veća potražnja za netradicionalnim tipom smještaja. Velik broj turista posjećuje određenu destinaciju ili grad jednostavno zato što se tamo nalaze prvoklasni, luksuzni hoteli ili odmarališta koja pružaju izvrsne usluge i sadržaje. Mnogi su hotelski objekti u raznim zemljama stekli reputaciju svojom izvrsnom kuhinjom, uslugama i sadržajima.
2. **Prijevoz** - Putovanje uključuje kretanje ljudi, a to je moguće samo ako postoji neki način prijevoza. Povezanost je vrlo važna za razvoj turizma. To bi moglo biti moguće samo ako je odgovarajuća prometna infrastruktura i pristup odredištu učinkovita, udobna i jeftina. Turistu je, dakle, potreban neki način prijevoza kako bi došao do svoga odredišta. To može biti zrakoplov, automobil, autobus, brod ili vlak koji putniku omogućuje da stigne na svoje unaprijed određeno odredište.

3. **Atrakcije** - Odredište za odmor može nuditi razne prirodne atrakcije kao što su sunce, ljepota pejzaža ili primjerice sportske atrakcije. Te su atrakcije osnovne za turizam. Ukoliko iste nisu omogućene, turisti neće biti motivirani da odu na određeno mjesto. Međutim, budući da se interesi i ukusi turista jako razlikuju, oni mogu birati između širokog spektra atrakcija dostupnih na raznim odredištima diljem svijeta. Prema Michaelu Petersu one se mogu podijeliti u pet kategorija (Peters, 1969: 62):
  1. Kultura (Nalazišta i područja arheološkog interesa, povijesne građevine i spomenici, muzeji, vjerske institucije)
  2. Tradicija (Festivali, umjetnost i rukotvorine, glazba, folklor, zavičajni život i običaji)
  3. Slikovita mjesta (Nacionalni parkovi, divlje životinje, plaže, planinska odmarališta)
  4. Zabava (Sudjelovanje i gledanje sportova, zabavni i rekreacijski parkovi, kina, kazališta, noćni život, kuhinja)
  5. Ostale atrakcije (Toplice i lječilišta, jedinstvene atrakcije koje nisu dostupne drugdje)
4. **Usluga podrške** - Usluga podrške na određenoj turističkoj destinaciji vrlo je važna jer pomaže turistima da uživaju u boravku. Zapravo, bez učinkovite i odgovarajuće službe podrške, odmor turista bit će nepotpun. Jedna od važnih usluga podrške u privatnom sektoru odnosi se na ugostiteljske usluge. Navedenu uslugu prvenstveno koriste domaći i strani turisti kao i dnevni posjetitelji koji žele jesti izvan hotelskih prostorija. Dostupnost vodiča još je jedan važan oslonac koji turiste oslobađa brige za vlastitu sigurnost kao i za sigurnost imovine.

Dostupnost širokog spektra proizvoda osiguranja posjetiteljima uvelike doprinosi ugodnom boravku. Zdravstveno osiguranje dobilo je veliku važnost jer sve više zemalja inzistira na istom kao preduvjet za dobivanje vize. Osiguravajuće usluge bez problema velika su podrška turistima.

## 2.5 Turizam u Hrvatskoj

Turizam je u Hrvatskoj okosnica gospodarskog napretka, s obzirom na veliki udio ovog sektora u BDP – u, gotovo 14% (Ministarstvo turizma, 2022.), ali i eksponencijalnih razvojnih perspektiva. Pristupanje Republike Hrvatske Europskoj Uniji stvorio je opći i znanstveni interes za primarnu, sekundarnu i tercijarnu industriju zemlje. Gledajući s aspekta turizma, Hrvatska je zvijezda u usponu. Hrvatska je među najpopularnijim odredištem Europske Unije te se najveći dio turističke aktivnosti ostvaruje upravo na hrvatskom Jadranu koje je popularno odredište stranih turista diljem svijeta. Popularnost Hrvatske kao turističke destinacije i dalje je u porastu. Poklapajući se sa sličnim razvojem diljem Europe, turizam se počeo razvijati sredinom 19. stoljeća duž obale. Postoje mnoge faze razvoja hrvatskoga turizma, međutim, autor Vukonić (2005) smatrao je da se cijela povijest hrvatskog turizma orijentirala isključivo prema ratovima te je predložena periodizacija turizma u Hrvatskoj u šest faza:

1. Prva faza – razdoblje preteča turističkog razvoja ili pojava sličnih turizmu
2. Druga faza – kraj 19. stoljeća (faza znatiželje)
3. Treća faza – Razdoblje od početka 20. stoljeća do kraja Prvoga svjetskog rata (faza „osvješćivanja“)
4. Četvrta faza – Razdoblje između dva svjetska rata (faza prvih postignuća)
5. Peta faza – Razdoblje nakon Drugoga svjetskog rata (faza intenzivnog turističkog razvoja)
6. Šesta faza – Razdoblje od 1991. godine do početka 21. stoljeća (faza oporavka i konsolidacije turističkog života u Hrvatskoj)

Tijekom i nakon rata u Republici Hrvatskoj, turizam je prestao biti dominantan i konkurentan. Budući da se rat odvijao većinom u središnjoj Hrvatskoj, hoteli na dalmatinskoj i primorskoj obali bili su domaćini prognanih Hrvata. Nakon Domovinskog rata, trebalo je ponovno oživiti turizam, obnoviti objekte i prometnu infrastrukturu kako bi se ponovno vratio interes turista za dolazak u Hrvatsku.

## 2.6 Utjecaj pandemije koronavirusa na turizam

Za razliku od nedavnih epidemija kao što su SARS, Ebola i H1N1, koronavirus, poznatija kao COVID-19, ostaje najsmrtonosnija svjetska epidemija koja dolazi zajedno s globalnom zdravstvenom, financijskom i ekonomskom krizom – recesija COVID-19. Kako bi se ograničilo širenje koronavirusa, Vlade diljem svijeta poduzimale su drastične mjere kao što je karantena za ljude, zatvaranje granica, odnosno zabrana ulaska u druge države što je rezultiralo golemim udarom za globalnu turističku industriju, posebice sektor putovanja i ugostiteljstva. Nove norme brzo su zamijenile tradicionalne prakse – manje zagrljaja i rukovanja, društveno distanciranje među ljudima i povećano korištenje tehnologije, e-usluge i online transakcije. Izbijanje COVID-19 jedan je od najutjecajnijih i najtragičnijih događaja modernog doba, a turizam je jedan od najpogođenijih sektora. Ne može se sa sigurnošću reći o budućem razvoju pandemije i njezinim učincima na turizam. Potpora oporavku turističkog sektora nije lak zadatak za kreatora politike. Trebalo bi poduzeti razne radnje kako bi se osigurao potpun, brz i stabilan oporavak od krize izazvane COVID-19, pokušavajući pritom, izbjeći trajne gubitke za izloženija gospodarstva nakon što se pandemija stavi „pod kontrolu“.

## 2.7 Oblici i vrste turizma

Vrste turizma vrlo često variraju i one su dane u određenom razdoblju. Prostorno obilježje turizma je vrsta turizma koja nastaje miješanjem više vrsta iste teritorijalne jedinice. Međutim, miješanje vrsta turizma jest od regionalne ili lokalne važnosti kao jedan od faktora za napredak, ali istovremeno vrijeme na koje utječe sezona. Sukladno namjeni, svaka vrsta turizma ide prema tim područjima gdje se svrha može postići ili kroz potencijalne objekte, ili klime, ili specifičnim mjestima ovisno o njihovoj tradiciji. Postoje mnogobrojne vrste turizma ovisno o duljini boravka, načinu prijevoza, prijedenoj udaljenosti, svrsi putovanja i plaćenju cijeni od strane turista. Jedne od najčešćih podjela turizma jesu podjele na međunarodni i domaći turizam, dugi i kratki turizam. Međunarodni turisti prelaze granice mnogih zemalja, koristeći pritom različite valute i različite jezike. S druge strane, domaći turizam odnosi se na putovanja unutar matične zemlje. Ovdje ne dolazi do suočavanja s problemom traženja putovnice i vize ili konverzije jedne valute u drugu.

### 2.7.1 Podjela turizma na domaći, dolazni i odlazni turizam

Sukladno destinaciji u odnosu na korisnika turističke usluge turizam možemo podijeliti na:

1. Domaći turizam, koji se odnosi na odmor i putovanja u vlastitoj zemlji. Primjer domaćeg turizma za stanovnike Republike Hrvatske bila bi obitelj iz Zagreba koja odlazi na kratki odmor na otok Pag.
2. Dolazni turizam, gdje posjetitelji iz inozemstva dolaze u neku drugu zemlju. Općenito, kada koristimo izraz dolazni turizam u Republici Hrvatskoj, odnosi se na ljude koji dolaze iz različitih zemalja.
3. Odlazni turizam, svodi se na putovanje u druge zemlje radi posjete ili odmor. Generalno, kada se koristi termin odlazni turizam u Republici Hrvatskoj, navedeno se odnosi na stanovnike RH koji putuju izvan HR. Za primjer, odlazni turist iz RH koji ide na odmor u Španjolsku.

### 2.7.2 Podjela turizma prema vrsti putovanja

Postoje mnoge motivacije, a i razlozi zašto ljudi putuju, te su za statističke potrebe kategorizirani prema svrsi putovanja, a one su sljedeće:

1. Putovanja u slobodno vrijeme, koji uključuju putovanja za odmor, kulturne događaje, sportske rekreacije
2. Poslovna putovanja, koja uključuju sva putovanja iz poslovnih razloga kao što su sastanci, konferencije i izložbe (obično imaju poslovni putnici čije troškove plaća njihova tvrtka)
3. Posjet prijateljima i rodbini, koja uključuje sva putovanja u svrhu susreta s prijateljima i rodbinom, bilo unutar vlastite zemlje ili u inozemstvu

### 2.7.3 Vrste turizma koji su vezane uz slobodno vrijeme

Vrste turizma vremenski su dinamične i variraju. Predstavljene vrste turizma u određenom razdoblju generirane su potrebama njegovih ciljeva, razinom kulturnih i društvenih sadržaja te postojećim prometnim sredstvima. Prostorno obilježje turizma je vrsta turizma koja nastaje miješanjem više vrsta iste teritorijalne cjeline. Miješanje vrsta turizma je, međutim, regionalnog ili lokalnog značaja kao čimbenik napretka proporcionalno njihovoj brojnosti, ali istovremeno pod utjecajem sezone.



Sukladno namjeni, svaka vrsta turizma ide prema onim područjima gdje se svrha može postići bilo kroz potencijalne sadržaje, bilo zbog klime ili specifične tradicije mjesta:

- **Turizam za slobodno vrijeme (odmor)**, trenutno, po participaciji, najviše prevladava kod ljudi i jedna je od najvažnijih vrsta turizma. Osobito se odnosi na gradsko stanovništvo u velikim gospodarskim središtima. U ruralnim područjima ovaj vid turizma još uvijek je u smanjenoj praksi s jedne strane, i s druge strane, smanjene mobilnosti ljudi u tim područjima. Turistički odmor može se sastojati ili od razdoblja gotovo potpunog odmora (koji se održava u nekom mirnom području, s nekoliko atrakcija u okolici), ili kao aktivni odmor (u kojem svakodnevne aktivnosti zamjenjuju druge, obično komplementarne, gdje osobe koje se bave intelektualnim radom obično biraju sportove, šetnje, izlete itd. Turizam ima jaku sezonu godišnjih odmora. Usredotočen je, posebno tijekom razdoblja godišnjih odmora i školskih praznika koji se provode u posebnim ljetnim ili zimskim mjesecima. Iz tog razloga, naziva se dugotrajnim boravkom (unutar jednog ili dva tjedna).
- **Turizam rekreacije i zdravstva**, poznat je od još od antičkog doba i jedna je od najstarijih vrsta turizma. Ekonomski i društveni uvjeti suvremenog života u kojima faktor stresa postaje sve veći, doveli su do povećanja ovog oblika turizma. Zagađenje u velikoj mjeri velikih gradskih središta, sjedilački život građana, bolesti koje se manifestiraju u različitim oblicima, prehrana i sl. dovode do potrebe za turizmom zdravstvenog oporavka. Mjesto odredišta ove vrste turizma su lječilišta i toplice koje imaju rekreacijske funkcije, značajke i funkcije mješovitog tretmana (termalni i mineralni izvori, morska voda i sl.). Budući da briga o zdravlju podrazumijeva potrebu za odmorom, rekreacijom, ova vrsta turizma može biti smatra složenijom varijantom turističkog odmora (rekreacije). Međutim, primarnu ulogu u ovoj vrsti turizma ima zdravstvo.
- **Turistička posjeta** kombinacija je nekoliko vrsta turizma. Također spada i pod rekreacijski turizam. Ljudi se odlučuju za ovu vrstu turizma za potrebom širenja horizonta opće kulture. Korisnici su poglavito intelektualci, zbog želje za usvajanjem novih znanja. Za razliku od prethodnih vrsta putovanja, turistička posjeta karakterizira mali broj sudionika. Važan čimbenik koji je pogodovao razvoju ove vrste turizma jest da se koristi ponuda automobila kao prijevoznog sredstva, što pridonosi veću mobilnost turista i što rezultira istim vremenom i trajanjem.

Turistička posjećenost veća je u ljetnoj sezoni, zbog promjene klime u ostalim godišnjim dobima (u proljeće i jesen postoji mogućnost obilne kiše i hladnog vremena ili zimi, gdje je moguć obilan snijeg, vjetar, mraz i sl.).

- **Tranzitni turizam**, odnosi se na turističke destinacije koje se nalaze na velikoj udaljenosti od grada prebivališta turista. Dakle, putovanje kroz područje tranzita između polazišta i odredišta može se provoditi sa ili bez prekida na različitim točkama duž neke rute. Selidba znači pogodovanje nastanku više ove vrste turizma jer se odnosi na slobodan izbor usputnih stanica na ruti putovanja. Tranzitni turizam obično kratko traje, u nekim slučajevima i kraće od 24 sata i skoro sve slučajeve kombinira s turističkom posjetom.
- **Posao vezan uz turizam**, nije vezan za godišnji odmor ili rad vikendom i javlja se tijekom cijele godine. Uspostavlja se između različitih upravnih i kulturnih institucija, te između gospodarskih odnosa koji postoje između suradnje. Uključuje sva kretanja sa službenim institucijama organiziranim od strane administrativnih, znanstvenih, kulturnih i gospodarskih i komercijalnih poduzeća. Kao takva, ova vrsta turizma odvija se između različitih administrativnih, kulturnih i gospodarskih središta. Za razliku od rekreacijskih putovanja, ona se poduzimaju u interesu službe i obično traju dva do tri dana, a odnose se na sudjelovanje na međunarodnim sajmovima i konferencijama, putovanje na usavršavanje, razmjenu iskustava itd. Podjela turizma na različite vrste rezultat je potrebe, kako bi se kroz promociju različitih vrsta turizma privukli turisti posebnih interesa. Te uske podjele turizma služe da bi se ciljanim marketingom moglo obraćati uskom segmentu turista koji su zainteresirani za određenu turističku ponudu. Takav ciljani marketing je puno učinkovitiji i daje odlične rezultate koji se mjere odazivom gostiju i brojem rezervacija.

#### 2.7.4 Ostale podjele turizma

U pogledu odabira turističke destinacije razlikuju se:

1. Volonterski turizam – destinacija se bira slobodnom voljom korisnika turističkih usluga (relaksacija, turizam posjećenosti i turizam smanjene udaljenosti koji se koristi za slobodno vrijeme)
2. Prisilni turizam – odredište se bira između različitih zahtjeva (relaksacija i zdravstvena njega, odnosno medicinska preporuka, tranzitni turizam – iz potrebe prijevoza zbog nekog cilja, itd.)

Za razliku od vrsta turizma, oblici turizma predstavljaju način odvijanja turizam ovisno o uzrocima i vanjskim utjecajima. Oblici turizma kao svoju diferencijaciju imaju svojstva turizma. Razlikujemo nekoliko oblika turizma prema sljedećim kriterijima:

1. Kriteriji početnog područja i odredišta:
  - Domaći turizam
  - Međunarodni turizam
2. Kriterij prema broju sudionika:
  - Individualni turizam
  - Grupni turizam
3. Kriterij organizacije:
  - Organizirani turizam
  - Neorganizirani turizam
  - Poluorganizirani turizam
4. Kriterij sezone:
  - Kontinuirani turizam
  - Diskontinuirani turizam
5. Vremenski kriterij:
  - Turizam na duži vremenski period
  - Turizam dugog trajanja
  - Turizam skraćenog trajanja

6. Kriteriji prijevoznih sredstava:

- Željeznički turizam
- Automobilski turizam
- Pomorski turizam
- Zračni turizam
- Ostali oblici turizma (biciklistički, pješački i sl.)

7. Društveni kriterij:

- Privatni turizam
- Socijalni turizam
- Kriterij starosti i zanimanja turiste
- Omladinski turizam
- Turizam za odrasle
- Turizam starije generacije
- Kriterij prema vrsti odredišta:
- Planinski turizam
- Sezonski turizam
- Ostalo

Ovisno o razlozima putovanja koji su vrlo različiti, može se razlikovati utjecaj psiho-socioloških čimbenika, zdravlja ili života. Njihovo određivanje se vrši na temelju prosječne duljine boravka i distribucije turističkih tokova tijekom godine.

### 3 Ekonomija turizma

Društvene znanosti pružaju važne perspektive i alate za razumijevanje turizma. Turizam uključuje korištenje resursa. Resurse, koji variraju od prirodnih do kulturnih, potrošači, poduzeća kao i Vlade ih koriste u mnoge svrhe (ne samo u turističke). Ekonomija je širok pojam – obuhvaća odluke pojedinaca i obitelji, kao i odluke multinacionalnih korporacija, Vlada i međunarodnih organizacija. Kako bi se bolje shvatio tako širok pojam, ekonomija se često dijeli na makroekonomiju i mikroekonomiju. Razlika se ne odnosi samo na pitanje razmjera. Ove grane razmatraju vrlo različite tipove pitanja i probleme iz stvarnog svijeta. Makroekonomija se bavi funkcioniranjem ekonomskih sustava kao što je tržište rada, učinak inflacije, politiku Vlade, dok se mikroekonomija bavi temama koje se odnose na vrijednost, cijene i donošenje odluka od strane pojedinca, obitelji i poduzeća. Iako su tijekom godina ponuđene mnogobrojne definicije turizma, od 1991. godine nastao je međunarodni konsenzus o definiciji turizma kao sektora u nacionalnim gospodarstvom kroz napore Svjetske turističke organizacije koji ustvrđuje da je turizam društveni, kulturni i ekonomski fenomen koji uključuje kretanje ljudi u zemlje ili mjesta izvan njihovog uobičajenog okruženja u osobne ili poslovne/profesionalne svrhe. Ti se ljudi nazivaju posjetiteljima (koji mogu biti turisti ili izletnici; rezidenti ili nerezidenti), a turizam ima veze s njihovim aktivnostima, od kojih neke uključuju troškove turizma (UNWTO, 2022.). Dvije važne karakteristike ove definicije su sljedeće:

1. Turizam je pojam koji je vezan uz potražnju, što bi drugim riječima značilo, turizam je ono što ljudi rade, a ne „finalni proizvod“ proizveden od strane poduzeća.
2. Turizam ne uključuje samo putovanja u slobodno vrijeme, već obuhvaća širok raspon drugih motivacija kao što je posao, studij, zdravlje, religija, sastanak, te putovanja povezana s poslom (sve dok osoba koja putuje izravno ne zarađuje prihod od mjesta koje osoba posjećuje).

### 3.1 Čimbenici turističke ponude

Moguće je identificirati niz karakteristika na strani ponude koje su važne za razvoj turističke industrije u mnogim zemljama. Najočitiiji, a katkada zanemaren čimbenik, je razvoj turističke kulture u različitim zemljama. Kako se dolasci posjetitelja povećavaju i održavaju tijekom vremena, države koje imaju ulogu domaćina, postaju upoznate s potrebama i zahtjevima turista. Sadržaji i usluge razvijeni su izravno ili neizravno za potporu turističkoj industriji. Kako se industrija razvija i raste, tako se obično razvijaju i rastu ekonomske, financijske i druge koristi koje turizam stvara. Određena ovisnost o turizmu stvara se u onoj mjeri u kojoj mogu značajno podupirati lokalna ili nacionalna gospodarstva. Sastavne aktivnosti turizma razlikovat će se među zemljama, ali sve će pridonositi ukupnoj atraktivnosti destinacije za turiste. Sa strane ponude, turistički sektor čine usluge i značajke koje zajedno čine iskustvo u kojem turisti uživaju. Prva razina uključuje ulogu Vlade u smislu turističke politike i planiranja te uspostavljanje okvira unutar kojeg sektor mora djelovati. To pokriva ekonomske, ekološke i društvene ciljeve na svim razinama vlasti i odgovarajući sustav kontrole. To uključuje kontrolu prostornog planiranja, kontrolu izdavanja dozvola, kontrolu rada, fiskalnu kontrolu i kontrolu transporta. U razvoj i upravljanje ovim okvirom uključena je državna turistička uprava sa svojim glavnim odjelima kao što su marketing, razvoj proizvoda, regulacija i kontrola, razvoj ljudskih resursa, javna svijest i istraživanje. Druga razina pokriva organizacije na prvoj liniji koje se bave razvojem i poslovanjem turizma. Tu su uključeni hoteli, ostali smještajni kapaciteti, ugostiteljske i prateće usluge, kulturne i povijesne atrakcije te zabavni i rekreacijski centri i sadržaji. Također, u drugu raznu uključen je i zračni, cestovni, pomorski i željeznički promet. Treća razina uključuje čitav niz pratećih usluga i organizacija koje su u javnom i privatnom sektoru što uključuje policiju, poštu, carinu i imigraciju, banke, medije, crkve, sveučilišta, sindikate i sl. Mehanizmi koordinacije i savjetovanja koji povezuju ove tri razine osiguravaju odbori, vijeća, radne skupine i skupine koje uključuju tijela i agencije javnog sektora, organizacije, udruge privatnog sektora ili kombinaciju spomenutog. One nastoje stvoriti potrebnu suradnju i konzultacije za skladan razvoj i rad sektora.

### 3.2 Čimbenici turističke potražnje

Jedna od posebnih karakteristika turizma u usporedbi s većinom drugih dobara i usluga koje konzumira pojedinac jest da njihova potrošnja uključuje skup dobara i usluga. Stoga se, u analitičke svrhe, turizam definira kao skup dobara koji se sastoji od svih dobara i usluga koje turist ili posjetitelj konzumira dok posjećuje određite. U ekonomskom smislu, potražnja se može definirati kao količina robe ili usluge koju je zajednica voljna i sposobna kupiti tijekom određenog vremenskog razdoblja (Copeland, 1991: 44). Stvarna potražnja predstavlja količinu dobara i usluga koje potrošači trebaju u određenom trenutku. Analiza ovih zahtjeva u turizmu uključuje proučavanje razloga koji stoje iza razvoja i intenziteta turističkih tokova između destinacija (npr. zemalja) i razina sudjelovanja u turističkim aktivnostima na licu mjesta. Stoga bi odrednice potražnje i mjere potražnje za turizmom trebale odražavati skalu analize (međunarodni turizam, domaći turizam ili turistička potražnja na licu mjesta) u smislu mjerenja i operacionalizacije varijabli. Potražnja za turizmom mjeri se na različite načine. Najčešće mjere za potražnju uključuju:

1. Broj dolazaka
2. Izdatke ili primitke od turizma
3. Duljina boravka ili turistička noćenja provedenih na mjestu odredišta
4. Indeksi sklonosti putovanju

Mjerenje opsega posjetitelja u obliku turističkih dolazaka i iznosa novca koji turisti potroše na robu i usluge (prihodi i izdaci) dominiraju modelima turističke potražnje na međunarodnoj razini. Ekonomist Sheldon, P.J. 1993. godine ispitivao je pitanja koja se odnose na mjerenje i predviđanje međunarodnih turističkih troškova i turističkih aktivnosti. Rezultati su pokazali da ove alternativne mjere potražnje različito fluktuiraju. Već od početka 60-ih godina 20. stoljeća, poduzete su brojne empirijske studije kako bi se razvilo razumijevanje konstante čimbenika potražnje za turizmom. Klasična ekonomska teorija tvrdi da je količina tražene robe ili usluge funkcija njezine cijene, dohotka potrošača, cijene povezanih dobara i osobnih preferencija potrošačevog ukusa. Dakle, teorija potražnje usmjerava uključivanje takvih varijabli kao što su cijene i prihod. Iako će faktori povezani s prihodom i cijenom vjerojatno igrati glavnu ulogu u određivanju potražnje za turizmom, broj potencijalnih odrednica potražnje u turističkoj literaturi gotovo je neograničen.

Mnogi čimbenici koji će vjerojatno utjecati na potražnju mogu se podijeliti u tri vrste determinanti potražnje:

1. Egzogene determinante (poslovno okruženje)
2. Socijalno-psihološke determinante
3. Ekonomske determinante

Egzogene odrednice turističke potražnje obično se bave općim poslovnim trendovima, napretkom u korištenju tehnologije i komunikacija, promjenama na tržištu, gospodarski rast, političko i društveno okruženje odredišta te razvoj i dostupnost opskrbnih resursa. Socijalno-psihološke odrednice nije lako izmjeriti i teško ih je ugraditi u modele ekonomske potražnje. Ti se čimbenici obično ispituju u vezi s donošenjem odluka o putovanju i odabirom odredišta i ključni su za razumijevanje tržišta i njegove potražnje za turizmom. Ekonomski faktor potražnje najlakše je izmjeriti i obično se koristi u studijama turističke potražnje.

### 3.3 Turizam i ekonomija

Ekonomija, između ostalog, proučava kako ljudi donose odluke. Svatko od nas suočava se s mnogim izborima, kao na primjer: Što doručkovati ujutro, što ćemo obući za odlazak u školu ili na posao, trebamo li poslijepodne otići u teretanu ili družiti se s prijateljima? Slično k tome, izbore moramo napraviti kada odlučimo otići na godišnji odmor: Koliko novaca trebamo izdvojiti za putovanje, koliko dugo planiramo ostati na putu, gdje bismo željeli otići. Mnogi donositelji odluka u turizmu – turisti, dobavljači i Vlade nemaju isti cilj. Potrošači žele dobiti „najveću korist za novac“. Ekonomisti koriste izraz korisnost za opisivanje zadovoljstva ili koristi koju potrošači imaju od potrošnje robe ili usluge. Cilj turista je izvući najviše zadovoljstva iz korištenja svojih oskudnih resursa – svog vremena i novca. Vlade imaju široke ciljeve, kao na primjer zemljama u razvoju Vlade žele da turizam stvara prihode, otvara radna mjesta, smanjuje siromaštvo, a istovremeno da štiti okoliš i poštuje njihovu kulturu. U razvijenim zemljama dodatni cilj razvoja turizma može biti poticanje boljeg razumijevanja među ljudima i međusobnih odnosa.



### 3.3.1 Turizam iz makroekonomske perspektive

Iz makroekonomske perspektive, turizam doprinosi lokalnom, nacionalnom i međunarodnom gospodarskom razvoju kao i konkurentnosti odredišta. Robert P. Inman u svojoj knjizi *Managing the Service Economy: Prospects and Problems* je 1985. godine, u pokušaju da pronađe razloge rasta uslužnog gospodarstva, formuirao tri hipoteze o relativnom rastu uslužnog zapošljavanja. Prva hipoteza je tvrdila da usluge imaju dohodovnu elastičnost potražnje veću od jedan, odnosno kako se stvarni dohodak po stanovniku povećava, stvarna potražnja za uslugama po stanovniku raste više od proporcionalnog rasta dohotka. Stoga usluge troše sve veći udio nacionalnog dohotka (*ceteris paribus*) i nacionalne zaposlenosti. Druga hipoteza ispitana je na način kako se ekonomska specijalizacija i automatizacija povećavaju s gospodarskim rastom, postaje učinkovito da se usluge koje se jednom pruže unutar poduzeća ili kućanstva, povjeravaju stručnjacima izvan organizacije. Primjerice, pravne i računovodstvene usluge ugovaraju tvrtke dok restoranske i kućne usluge koristi sektor kućanstava. Navedeno može značiti da se isti opseg usluga pružao i prije, ali da se te usluge sada mjere kao zasebna tržišna aktivnost. Isto tako je moguće da povećana specijalizacija dovede do veće kvalitete usluge ili nižih prosječnih troškova što bi povećalo potražnju i proizvodnju takvih usluga.

Treća hipoteza objašnjava rastuću relativnu važnost usluga u nacionalnoj zaposlenosti sporijim relativnim rastom produktivnosti rada u uslugama nego u poljoprivredi ili industriji. Sporiji od prosječnog rasta produktivnosti radnika u uslugama značit će više od prosječnih troškova u uslugama. Ako je potražnja za uslugama relativno neosjetljiva na rastuće cijene, te kako se gospodarstvo bude širilo, udio usluga u ukupnoj zaposlenosti će se povećati.

### 3.3.2 Ekonomski učinci turizma

Analizom ekonomskih i društvenih funkcija turizma, identificirani su osnovni ekonomski učinci turizma za:

1. Bilancu plaćanja
2. Devizne prihode
3. Porezne prihode
4. Inflaciju
5. Zapošljavanje
6. Gospodarski rast
7. Gospodarski razvoj

U knjizi *Managing the Service Economy: Prospects and Problems*, Robert P. Inman pokušao je pratiti učinak širenja turizma kroz nacionalno gospodarstvo, procjenjujući broj kruga koje turizam čini u nacionalnom gospodarstvu, s ciljem procjene vrijednosti turističkog multiplikatora i njegovih multiplikativnih učinaka na različite makroekonomske agregate. Bilancu plaćanja, turistička potrošnja dovodi do unutarnjih i vanjskih tokova valuta. Financijski tokovi okarakterizirani su na sljedeći način:

- a) Primarni učinak koji proizlazi iz deviznih priljeva od troškova stranih posjetitelja u zemlji domaćinu, a odljevi potječu od potrošnje rezidenata u inozemstvu.
- b) Sekundarni učinci nastaju kako se primarni i izravni rashodi postupno osjećaju u drugim sektorima gospodarstva. Podijeljeni su u tri kategorije izravnih sekundarnih učinaka (kao što su provizije putničke agencije): neizravni sekundarni učinci, budući da industrija turističkih usluga dio svoje zarade prosljeđuje drugim poduzećima (na primjer kada zračni prijevoznik ugovori s lokalnom tvrtkom opskrbu obroka u zrakoplovu, zauzvrat ta tvrtka uvozi dio hrane); inducirani sekundarni učinak koji se odnosi na plaće zaposlenih u proizvodnju turističkih roba i usluga.
- c) Tercijarni učinci koji se odnose na valutne tokove koji ne potječu od izravne turističke potrošnje i donose se na stvari poput mogućnosti ulaganja potaknutih turističkom aktivnošću. Turizam ima značajan utjecaj na platnu bilancu zemlje ili regije.

Stanje platne bilance također izravno utječe na bruto nacionalni proizvod GNP zemlje Y prema formuli:  $Y = C + I + G + (X - M)$ , gdje je Y bruto nacionalni proizvod, C izdaci za potrošnju, I investicije, G državna potrošnja, (X-M) neto izvoz, odnosno X koji označava izvoz i M koji označava uvoz. Najvažniji makroekonomski učinak turizma kao izvoznog proizvoda mogao bi se izvesti iz platne bilance zemlje. To znači da će se turističke usluge izvoziti ne samo međunarodnim turistima, već i domaćim turistima (iz drugih zemalja ili pokrajina). Drugim riječima, kako račun platne bilance jača kao rezultat primljene strane i domaće valute, to će pozitivno utjecati na gospodarski položaj neke zemlje ili bi se devizni tečaj neke zemlje mogao ojačati. Na taj bi se način više uštedjelo što bi dovelo do povećanih ulaganja te bi postojala potreba za povećanom proizvodnjom što bi rezultiralo otvaranjem radnih mjesta i na kraju urodilo rastom.

Devizni prihodi u turizmu važan su element međunarodne trgovine. Prema Shawu i Williamsu (2004: 67) postoji visoka i pozitivna dohodovna elastičnost potražnje za turizmom. Gospodarski rast proizlazi iz prihoda ostvarenog izvan nekog područja, odnosno izvoza. Međutim, postoje dvije glavne metode za procjenu turističkih izdataka (Shaw i Williams, 2004: 68), a često se koriste zajedno, a to su izravna i neizravna metoda. Izravna metoda oslanja se na informacije koje pružaju sami turisti i financijske institucije, dok neizravna metoda množi broj turističkih noćenja s prosječnim dnevnim izdacima. Devizni tečaj relativna je cijena dviju valuta. Varijable koje utječu na ponudu i potražnju dviju valuta utjecat će na stopu razmjene između njih. Kako je novac trajna imovina, očekivanja o vrijednosti varijabli koje utječu na buduću ponudu potražnje bit će važne odrednice trenutne potražnje. Povećanje deviznih prihoda pozitivno će pridonijeti trgovinskoj bilanci i to bi moglo odvesti do poboljšanja tečaja u korist rada, a to bi također moglo imati pozitivan učinak na priljev turista i poboljšanje trgovinske bilance. Kod poreznih prihoda, i turisti moraju platiti porez kao i većina dugih ljudi. Turisti katkada plaćaju poreze na manje izravne načine, kao što su pristojbe zračnih luka, izlazne pristojbe, carinske pristojbe i naknade koje se određuju za izdavanje viza. Inflacija prikazuje kako turisti obično imaju veću potrošnju od stanovnika – bilo zato što turisti imaju veće prihode ili zato što su uštedjeli za putovanje i skloni su većoj potrošnji tijekom odmora. Dobavljači turističkih usluga i proizvoda nerijetko iskorištavaju situaciju priljeva turista (na primjer, vrhunac sezone) kako bi pretjerano povećali svoje cijene.

To uzrokuje inflatorne pritiske koji mogu biti štetni za ekonomsku dobrobit stanovnika zajednice domaćina – posebice kada inflacija utječe na cijene osnovnih potrepština, poput hrane, odjeće i stanovanja. Učinci turističke potrošnje na zapošljavanje mogu se podijeliti u tri oblika (Noobs, 1981: 72):

1. Izravno zapošljavanje iz izdataka za turističke objekte poput turističke atrakcije, hoteli, prodavači u trgovinama, itd.
2. Neizravno zapošljavanje u poduzećima na koje turizam utječe sekundarno, kao primjerice lokalni prijevoz, obrtništvo i banke.
3. Investicijsko zapošljavanje zbog, uglavnom, izgradnje velikih infrastrukturnih radova, na primjer, zračne luke, ceste, radovi na struji, vodi i kanalizaciji.

Uz gospodarski rast veže se glavni cilj svake države, a to je korištenje svojih oskudnih resursa na najučinkovitiji mogući način kako bi ljudi imali maksimalnu korist. Uvelike se koriste različiti pristupi u nastojanju da se postignu najvažniji ekonomski ciljevi, a neki od ciljeva su primjerice koje resurse treba razvijati te kako i gdje ih treba koristiti, koje se prilike gube ulaganjem resursa na određeni način ili preusmjeravanjem resursa iz jedne kategorije ulaganja u drugu? Navedenim pitanjima treba se posvetiti kada se ide odlučivati o strategiji gospodarskog rasta. Do rasta može doći samo kada se u tu svrhu spoje određeni elementi. Ti elementi uključuju dovoljnu raznolikost, količinu i kvalitetu prirodnih resursa, odgovarajuću ponudu radne snage s odgovarajućim vještinama, dovoljnu količinu kapitala, tehničku i istraživačku potporu, razmjernom stupnju sofisticiranosti rasta koji se planira, te političko i ekonomsko okruženje koje je povoljno za rast. Rast se obično izražava u smislu dohotka, stanovništva, životnog standarda, zaposlenosti, proizvodnje i očekivanog životnog vijeka. Što se gospodarskog razvoja tiče, većina razvojnih ekonomista slaže se da se koristi stvarnih ulaganja brže osjete od onih u ljudima (ljudski kapital). Sustav autocesta može, na primjer, povezati formalno izolirane regije i dovesti do gospodarske integracija (recimo, turističke atrakcije učiniti dostupnima). Štoviše, istodobna primjena ekonomskog i društvenog kapitala nužna je za postizanje razvojnih ciljeva. Za stvaranje su potrebna gospodarska ulaganja, početni poticaj za rast, a potrebno je, istodobno, ulaganje i u ljudske resurse kako bi rast kontinuirano rastao.

### 3.3.3 Utjecaj eksternalija na turizam

Iako turizam donosi mnoge dobrobiti, potrebno je voditi računa o njegovom društvenom utjecaju. Negativni vanjski učinak proizlazi iz ekonomske aktivnosti. Drugim riječima, tvornica u kojoj je zaposleno više ljudi, u procesu proizvodnje na neke ljude negativno utječe miris odlagališta smeća koji također zagađuje zrak. Učinci velikih turističkih kretanja na ekologiju i na državne službe mogu biti katastrofalne ako se ne poduzmu odgovarajuće mjere. Okoliš se nalazi na prvom mjestu i opasnost se ne odnosi toliko u broju turista, koliko u neadekvatnom odvodu, odvozu smeća, opskrbe vodom, strujom i sl. Degradacija ekosustava i okoliša može u konačnici uništiti ljepotu koja je privlačila turiste. Negativni utjecaji turizma mogu se pojaviti u tri razine:

1. Fizički i okolišni – na primjer, prenapučenost, porast stanovništva gustoća
2. Ekonomski – na primjer, inflacija cijena zemljišta i ekonomska ovisnost
3. Društveni – na primjer, uvođenje nepoželjnih aktivnosti kao što je prostitucija, kockanje i gubitak kulturnog identiteta

### 3.4 Turistički proizvod

Mnogim ljudima, pojam „turistički proizvod“ gledaju s različitog aspekta. Ukoliko se, primjerice, radi o zrakoplovnoj industriji, rukovoditelj će najvjerojatnije reći da njegova zrakoplovna kompanija prodaje „zračni prijevoz“. Ukoliko se isto pitanje postavi direktoru hotela, odgovor će vrlo vjerojatno biti „smještaj“. Budući da će obojica reći da se bave turizmom ili putničkim prijevozom, niti jedan od njih neće reći da im je glavni proizvod „turizam“. Ekonomisti Tara M. Sinclair i Mike Stabler (1997: 82) definiraju turistički proizvod kao kompozitni proizvod koji uključuje prijevoz, smještaj, ugostiteljstvo, prirodne resurse, zabavu i druge sadržaje i usluge kao što su banke, putničke agencije i turoperator. Iz perspektive dobavljača, turistički proizvod se sastoji od heterogenih dobara i usluga različitih dobavljača. Neki dobavljači, kao što su prijevoznici, hoteli i atrakcije za posjetitelje, proizvode stvarnu robu i usluge koje turisti konzumiraju, dok su drugi dobavljači posrednici kao što su putnički agenti koji dogovaraju i prodaju druge proizvode. Za razliku od dobavljača, potrošači imaju vrlo različit pogled na turistički proizvod. Ono što svaki turist želi jest posjetiti poznata i povijesna mjesta, odmoriti se i zabaviti.

## **4 Međunarodna organizacija za normizaciju – specifična poveznica za čitav svijet**

Međunarodna organizacija za normizaciju (engl. International Organization for Standardization – ISO) je neovisna, nevladina međunarodna organizacija s članstvom od 167 nacionalnih normizacijskih tijela sa sjedištem u Ženevi, Švicarska. ISO razvija dobrovoljne, tržišno relevantne međunarodne norme koje se temelje na konsenzusu i koje podržavaju inovacije, te pružaju rješenja za globalne izazove. S obzirom na to da su sve međunarodne norme, i drugi rezultati koje proizvodi dobrovoljni, ISO se ne smatra regulatorom u tradicionalnom smislu. Međutim, kada Vlade i industrije odluče koristiti ISO norme, to može imati učinak promicanja suradnje između zemalja, olakšanja trgovine i stvaranje pravila i najboljih praksi na međunarodnoj razini, što se može smatrati promicanjem međunarodne regulatorne suradnje. ISO nije tradicionalna međunarodna organizacija niti međuvladina organizacija, budući da se ne temelji na ugovorima. Preko svojih članova okuplja stručnjake za razmjenu znanja i razvoj dobrovoljnih, tržišno relevantnih međunarodnih normi koji se temelje na konsenzusu i koji podržavaju inovacije i pružaju rješenja za globalne izazove. Vijeće ISO-a je središnje upravljačko tijelo organizacije i izvješćuje Opću skupštinu. Sastaje se tri puta godišnje i sastoji se od 20 tijela članica, službenika ISO-a i predsjedavajućih odbora za razvoj politike. Vijeće ima izravnu odgovornost nad nizom tijela koja su odgovorna Vijeću, kao na primjer: odbor predsjednika savjetuje Vijeće o pitanjima o kojima odlučuje Vijeće; stalni odbori Vijeća bave se pitanjima koja se odnose na financije, strategiju i politiku, nominacije za upravljačke položaje i imaju nadzor nad praksama upravljanja organizacijom; savjetodavne skupine pružaju savjete o pitanjima koja se odnose na ISO-ovu komercijalnu politiku i informacijsku tehnologiju, i sl. Članstvo u Vijeću otvoreno je svim tijelima članicama i rotira se kako bi se osiguralo da ono predstavlja zajednicu članova. ISO je razvio preko 24599 međunarodnih normi i svi su uključeni u katalog ISO organizacije (ISO, 2023.).

## 4.1 Struktura ISO organizacije

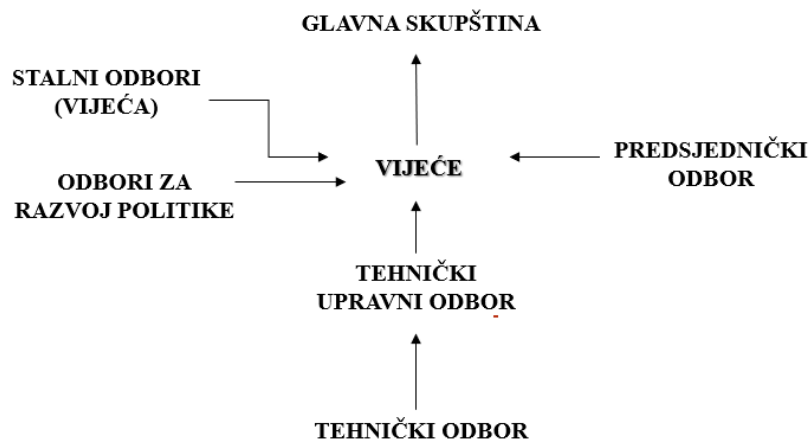
Vijeće Međunarodne organizacije za normizaciju je središnje upravljačko tijelo organizacije i izvješćuje Glavnu skupštinu. Sastaju se tri puta godišnje i sastoji se od 20 tijela članica, službenika, i predsjedavajućih odbora za razvoj politike povjerenstva za ocjenu sukladnosti, odbor za potrošačku politiku i odbor za potporu državama u razvoju. Vijeće ima izravnu odgovornost nad nizom tijela koja su odgovorna Vijeću:

- Odbor predsjednika savjetuje Vijeće o pitanjima o kojima odlučuje Vijeće.
- Stalni odbori Vijeća bave se pitanjima koja se odnose na financije, strategiju i politiku, nominacije za upravljačke položaje i imaju nadzor nad praksama upravljanja organizacijom
- Savjetodavne skupine pružaju savjete o pitanjima koja se odnose na normizacijsku komercijalnu politiku i informacijsku tehnologiju
- Odbor za sukladnost procjena daje smjernice za ocjenu sukladnosti
- Odbor za potrošačku politiku daje smjernice o potrošačkim pitanjima
- Odbor za pitanja zemalja u razvoju daje smjernice o pitanjima koja se odnose na zemlje u razvoju

Članstvo u Vijeću otvoreno je svim tijelima članicama i ono je rotirajuće kako bi se osiguralo predstavljanje zajednice članova. Glavni je tajnik član Predsjedničkog odbora koji odgovara predsjedniku i Vijeću te prima savjete od političkih i savjetodavnih skupina koji također savjetuju Vijeće. Nadalje, središnje tajništvo odgovorno je za potporu upravljanja, politike, savjetovanja struktura i djelovanje Međunarodne organizacije za normizaciju. Generalna skupština slična je sastancima dioničara poduzeća, a glavni prisutni su službenici ISO-a i delegati koje imenuju tijela članica. Dopisni članovi i članovi pretplatnici mogu prisustvovati kao promatrači. Generalna skupština sastaje se svakog rujna, a domaćin je obično tijelo članice ISO-a. Vijeće ISO-a općenito se sastaje tri puta godišnje i upravlja poslovanjem ISO-a kao što upravni odbor upravlja poslovanjem poduzeća. Njime predsjedava predsjednik ISO-a, a sastoji se od 20 članova ISO-a i predsjedatelja ISO-ovih odbora za razvoj politike. Vijeće imenuje blagajnika, članove Tehničkog upravnog odbora i predsjednike ISO-ovih odbora za razvoj politike: Odbor za potporu državama u razvoju, Odbor za potrošačku politiku i Odbor za ocjenu sukladnosti. Predsjednički odbor sastoji se od glavnih časnika. Savjetuje Vijeće o provedbi njegovih odluka. Također osigurava učinkovitu komunikaciju i koordinaciju između Vijeća ISO-a, Tehničkog upravnog odbora i četiri Stalna odbora Vijeća: Odbora za strategiju i politiku, Odbora za financije, imenovanja za upravljačke položaje i nadzor nad praksama upravljanja.

Predsjednički odbor sastaje se fizički ili virtualno onoliko često koliko je potrebno tijekom cijele godine – u prosjeku oko četiri ili pet puta godišnje. Tehnički upravni odbor odgovara Vijeću ISO-a i odgovoran je za cjelokupno upravljanje tehničkim radom. Ono se sastoji od predsjednika i 15 tijela članova, a odlučuje o osnivanju tehničkih odbora te imenuje njihova tajništva i predsjednice.

**Slika 1** Struktura upravljanja Međunarodne organizacije za normizaciju



Izvor: International Organization for Standardization, <https://www.iso.org/structure.html>, pristupano: 13.2.2023.

ISO prati napredak tehničkog rada i odgovoran je za upravljanje informacijskom sigurnošću. Ima tri fizička sastanka godišnje (u veljači, lipnju i rujnu). ISO organizacija blisko surađuje s dvije druge međunarodne organizacije za razvoj normi, Međunarodnom elektrotehničkom komisijom i Međunarodnom unijom za telekomunikacije. Godine 2001. Međunarodna organizacija za normizaciju, Međunarodna elektrotehnička organizacija i Međunarodna organizacija za telekomunikacije osnovali su Svjetsku organizaciju za normizaciju kako bi ojačali sustave normi triju organizacija. Svjetska organizacija za normizaciju također promiče usvajanje i provedbu međunarodnih normi temeljenih na konsenzusu diljem svijeta. Osim toga, ISO organizacija blisko surađuje i sa Svjetskom trgovinskom organizacijom koja posebno cijeni doprinos međunarodnih normi smanjenju tehničkih prepreka u trgovini te s partnerima Ujedinjenih naroda.



Ukupno, ISO surađuje s više od 700 međunarodnih, regionalnih i nacionalnih organizacija. Ove organizacije sudjeluju u procesu razvoja normi, kao i u razmjeni stručnog znanja i najboljih praksi.

## 4.2 Radne grupe

Članstvo u radnim skupinama ograničeno je na stručnjake koje imenuju članovi koji su pristali aktivno sudjelovati u dotičnom projektu (članovi P i osobe za vezu kategorije A). Postoji i posebna kategorija veza (kategorija C) rezervirana za radne skupine. Dok P-članovi tehničkih odbora, pododbora ili projektnih odbora moraju zastupati svoja nacionalna stajališta, stručnjaci radnih skupina službeno ne zastupaju članove koji ih imenuju. Oni su odabrani na temelju svog osobnog znanja i iskustva u određenom predmetu i stoga djeluju u osobnom svojstvu. Međutim, trebali bi razumjeti stavove člana koji ih je imenovao i obavještavati ih o napretku u tehničkom radu. Iako je ISO najpoznatiji po svojim međunarodnim normama, njegove norme klasificiraju se u funkciji sljedeće podjele:

1. **Međunarodne norme** – daju pravila, smjernice ili karakteristike za aktivnosti ili za njihove rezultate, s ciljem postizanja optimalnog stupnja reda u danom kontekstu. Može imati mnoge oblike. Osim normi proizvoda, drugi primjeri uključuju: metode ispitivanja, kodekse prakse, norme smjernica i norme sustava upravljanja.
2. **Tehničke specifikacije** – odnose se na rad koji je još uvijek u tehničkom razvoju ili gdje se vjeruje da će u budućnosti postojati, ali ne odmah, mogućnost dogovora o međunarodnoj normi. Tehnička specifikacija je objavljena za trenutnu upotrebu, ali također pruža način za dobivanje povratnih informacija. Cilj je da se na kraju transformira i ponovno objavi kao međunarodna norma.
3. **Tehnička izvješća** – sadrže informacije različite vrste od onih u prethodne dvije publikacije. Može uključivati podatke dobivene iz ankete, na primjer, ili iz informativnog izvješća, ili informacije o percipiranom "stanju tehnike".

4. **Javno dostupne specifikacije** – objavljuju se kao odgovor na hitne potrebe tržišta, predstavljajući ili konsenzus stručnjaka unutar radne skupine ili konsenzus u organizaciji izvan ISO-a. Kao i kod tehničkih specifikacija, javno dostupne specifikacije objavljuju se za neposrednu upotrebu i također služe kao sredstvo za dobivanje povratnih informacija za eventualnu transformaciju u međunarodnu normu. Javno dostupne specifikacije imaju rok trajanja od najviše šest godina, nakon čega se mogu transformirati u međunarodnu normu ili povući.
5. **Međunarodni sporazumi o radionicama** – ugovor o međunarodnoj radionici dokument je razvijen izvan uobičajenog sustava odbora ISO kako bi se igračima na tržištu omogućilo pregovaranje u okruženju "otvorene radionice". Ugovore o međunarodnim radionicama obično administrativno podržava tijelo članice. Objavljeni sporazum uključuje naznaku organizacija koje sudjeluju u njegovom razvoju. Ugovor o međunarodnoj radionici ima maksimalan rok trajanja od šest godina, nakon čega se može transformirati u drugu ISO isporuku ili se automatski povlači.

#### 4.3 Povijest razvoja Međunarodne organizacije za normizaciju

Kvaliteta je nedvojbeno stara koliko i sama industrija. Koncept specijalizacije rada uveden je tijekom industrijske revolucije. Kao rezultat toga, radnik više nije bio taj koji je sam napravio proizvod, već samo dio. Ta je promjena dovela do smanjenja broja radne snage. Kako su proizvodi postajali sve više i više kompliciraniji, a poslovi sve specijaliziraniji, potreba je bila pregledavati proizvode nakon proizvodnje. Godine 1924. W. A. Shewhart iz Bell Telephone Laboratories razvio je statistički grafikon za kontrolu varijabli proizvoda. Spomenuti se grafikon smatra početkom statističke kontrole kvalitete. Kasnije, u istom desetljeću, H. F. Dodge i H. G. Roming, obojica iz Bell Telephone Laboratories, razvili su područje prihvatljivog uzrokovanja kao zamjenu za inspekciju. Prepoznavanje vrijednosti statističke kontrole kvalitete postalo je očito 1942. godine. Nažalost, američki poslodavci nisu uspjeli prepoznati njezinu vrijednost. 1946. godine osnovano je Američko društvo za kontrolu kvalitete kojem je nedavno promijenjen naziv u Američko društvo za kvalitetu. Organizacija je svojim publikacijama, konferencijama i treninzima promicala korištenje kvalitete za sve vrste proizvodnje i usluge. Godine 1950. W. Edwards Deming koji je naučio statističku kontrolu kvalitete od Shewharta, održao je niz predavanja o statističkim metodama japanskim inženjerima kao i o odgovornosti za kvalitetu izvršnim direktorima najvećih organizacija u Japanu.

Joseph M. Juran napravio je svoje prvo putovanje u Japan 1954. godine i dodatno naglasio odgovornost menadžmenta za postizanje kvalitete. Koristeći ove koncepte, Japanci su postavili standarde kvalitete koje će slijediti ostatak svijeta. 1960. godine, japanska radna snaga koristi prve kontrole kvalitete u svrhu poboljšanja kvalitete. Krajem 80-ih godina 20. stoljeća automobilska industrija počela je naglašavati statističku kontrolu procesa, metodu kontrole kvalitete koja koristi statističke metode da nadgleda i kontrolira proces. Navedenu metodu koristili su dobavljači, međutim druge industrije te Ministarstvo obrane također su implementirali statističku kontrolu procesa. Naglasak na kvaliteti nastavio se u automobilskoj industriji 90-ih godina 20. stoljeća kada je automobil Saturn zauzeo prvo mjesto po zadovoljstvu kupaca. Osim toga, ISO 9000 postao je svjetski model za sustav upravljanja kvalitetom dok je ISO 14000 odobren kao svjetski model upravljanja okolišem sustava. Novo tisućljeće pridonijelo je još veći naglasak na svjetsku kvalitetu i Internet. 15. srpnja 2021. u Madridu, Međunarodna organizacija za normizaciju objavila je prvu svjetsku normu o pristupačnom turizmu, ISO 21902 Turizam i povezane usluge – Pristupačni turizam za sve – Zahtjevi i preporuke. Ovo je međunarodna norma koja nudi smjernice za osiguranje pristupa i uživanja u turizmu za sve na jednakoj osnovi. Obraća se pružateljima usluga i turističkim operaterima, kao i javnim upravama i turističkim destinacijama. Norma ISO 21902 utvrđuje zahtjeve i preporuke za pristupačni turizam. Na primjer, da bi se plaža smatrala pristupačnom, mora imati tuševе, toalete i rutu koju svi mogu koristiti. Također, pristupačni pješački putovi u prirodnom okruženju moraju, između ostalih zahtjeva, pružati neprekidan, čvrst i stabilan pod i signalizaciju te mora ponuditi pojedinosti o planu puta prije početka rute. Općenito, u svojoj pisanoj komunikaciji turističke ustanove moraju koristiti jasan i jednostavan jezik koji slijedi logičan slijed, sa slikama i grafičkim simbolima gdje je to prikladno te kontrastnim bojama i lako čitljivim fontovima. Nadamo se da će u budućnosti norme postati ključni alat za provođenje prava svih na uživanje u turizmu i slobodnom vremenu. Unatoč napretku posljednjih desetljeća, u mnogim zemljama još uvijek treba učiniti mnogo prije nego što turistički sektor uzme u obzir potrebe više od 1 milijarde osoba s invaliditetom u svijetu. Zbog načina na koji je zamišljen okoliš, infrastruktura i široki raspon turističkih usluga, turisti s invaliditetom često se suočavaju s izazovima počevši od stvarnog planiranja svog putovanja do uključivanja iskustva u destinaciji. Ova norma za cilj ima potaknuti promjenu. Ovu svjetsku normu izradio je Međunarodni odbor za normizaciju ISO/TC 228 o turizmu i srodnim uslugama.

#### 4.4 Faze razvoja ISO normi

Inicijalno svaka isporuka normi dodijeljena je stazi razvoja normi. Ova staza određuje vremenski okvir projekta (18, 24 ili 36 mjeseci) dok prolazi kroz različite faze do objave. Bez obzira koji se smjer odabere, razvojni proces za ISO norme slijedi definirane faze. Ove faze i glavni resursi potrebni u svakoj fazi prikazani su u plavom okviru. Postoje šest faza razvoja ISO normi (ISO, 2023.):

1. Faza prijedloga
2. Faza pripreme
3. Faza odbora
4. Faza upita
5. Faza odobrenja
6. Faza objave

Prvi korak je faza prijedloga, gdje je potrebno potvrditi da je nova međunarodna norma, u predmetnom području, stvarno potrebna. Prijedlog nove radne točke podnosi se povjerenstvu na glasovanje putem obrasca. Za glasovanje treba koristiti portal za elektroničko glasanje. Osoba koja se imenuje za voditelja projekta navedena je na obrascu. Ako postoje moguće komplikacije u vezi s autorskim pravima, patentima ili ocjenom sukladnosti, treba ih pokrenuti u ovoj ranoj fazi. Ova se faza može preskočiti za revizije i dopune ISO normi koji su već objavljene. Kod druge faze priprema, obično radnu skupinu osniva matični odbor za pripremu radnog nacarta. Radnu skupinu čine stručnjaci i voditelj (koji je obično voditelj projekta). Tijekom ove faze, stručnjaci nastavljaju paziti na probleme u vezi s autorskim pravima, patentima i ocjenom sukladnosti. Nacrt se zatim prosljeđuje matičnom odboru radne skupine koji će odlučiti u koju će fazu prijeći (faza odbora ili faza ispitivanja). Platforma Tehnički odbori (engl. Technical Committees – ISO/TC, također poznata kao e-odbori), može se koristiti za dijeljenje dokumenata u ovoj, a i u drugim fazama razvoja normi. Faza odbora, odnosno treća faza, nije obavezna. Nacrt radne skupine dijeli se s članovima matičnog odbora. Ako odbor koristi ovu fazu, nacrt odbora se šalje članovima odbora koji zatim komentiraju i/ili glasuju putem portala za elektroničko glasanje. U četvrtoj fazi upita, nacrt međunarodne norme, tajnik odbora dostavlja središnjem tajništvu ISO-a. Zatim se distribuira svim članovima ISO-a koji imaju 12 tjedana da glasaju i komentiraju.

Ukoliko projekt zadovolji uvjete, ono ide ravno u objavu. Međutim, vodstvo odbora može odlučiti uključiti fazu odobrenja ako je potrebno. Peta faza odobrenja, će se automatski preskočiti ako je nacrt međunarodne norme odobren. Ukoliko je nacrt značajno revidiran nakon komentara ili ima tehničke izmjene, odbori moraju provesti ovu fazu. U zadnjoj fazi objave, tajnik predaje konačni dokument za objavljivanje putem sučelja za podnošenje. Objavljuje ga Središnje tajništvo ISO-a kao međunarodnu normu. Tajnici odbora i voditelji projekta dobivaju dvotjedno razdoblje za prijavu prije objave norme.

#### 4.5 Norme

Norme su pravila, upute ili značajke za neku djelatnosti s ciljem postizanja najboljeg stupnja uređenosti u danome kontekstu. One se trebaju temeljiti na provjerenim znanstvenim, tehničkim i spoznajnim rezultatima, i kao takve, trebaju biti usmjerene promicanju najboljih prednosti za društvo. Svrha normizacije ili donošenja normi je uspostavljanje odredaba za opću i opetovanu uporabu radi postizanja najboljeg stupnja uređenosti u danom kontekstu. Svrha normizacije je poboljšavanje prikladnosti proizvoda, procesa i usluga za njihove predviđene svrhe, otklanjanje zapreka te olakšavanje suradnje (HZN, 2023.).

Kada je riječ o vrstama normi, postoji (HZN, 2023.):

1. Osnovna norma – to je norma kojom se obuhvaća široko područje ili koja sadrži opće odredbe za neko posebno područje.
2. Terminološka norma – je norma koja utvrđuje nazive, obično praćene njihovim definicijama, objašnjenjima, crtežima, primjerima itd.
3. Norma za ispitivanje – je norma koja se odnosi na metode ispitivanja, kao što su uzorkovanje, uporaba statističkih metoda ili redoslijed ispitivanja.
4. Norma za proizvod – je norma koja utvrđuje zahtjeve koje mora zadovoljiti neki proizvod ili skupina proizvoda da bi se osigurala njihova prikladnost.
5. Norma za proces – je norma koja utvrđuje zahtjeve što ih mora ispuniti neki proces kako bi se osigurala njegova prikladnost.
6. Norma za uslugu – je norma koja utvrđuje zahtjeve što ih mora ispuniti neka usluga kako bi se osigurala njezina prikladnost.

7. Norma za sučelje – je norma koja utvrđuje zahtjeve koji se odnose na spojivost proizvoda ili sustava u njihovim spojnim točkama.

8. Norma o potrebnim podacima – je norma koja sadrži popis značajki za koje treba navesti vrijednosti ili druge podatke radi pobližeg opisa nekog proizvoda, procesa ili usluge.

ISO razvija niz normi (sustava upravljanja) čija je osnovna namjena zaštiti kupca/korisnika, zaposlenika i okoliš uvijek i na svakom mjestu. Norme se donose na međunarodnoj i nacionalnoj razini, a mogu biti vezane uz kvalitetu, sigurnost, okoliš, energetska učinkovitost i slično. U hrvatskoj praksi najčešće se implementiraju sljedeće norme (sustavi upravljanja) (Britvić, 2011: 73):

1. ISO 9001:2008 – sustav upravljanja kvalitetom;
2. ISO 14001:2004 – sustav upravljanja okolišem;
3. OHSAS 18001:2007 – sustav upravljanja sigurnošću i zaštitom zdravlja;
4. ISO 22000/HACCP – sustav upravljanja sigurnošću hrane;
5. ISO 26000:2010 – sustav upravljanja socijalnom odgovornošću;
6. ISO 27001:2005 – sustav upravljanja informacijskom sigurnošću;
7. ISO 50001:2010 – sustav upravljanja energetska učinkovitošću.

#### 4.6 Glavni ciljevi normizacije

Glavne ciljeve normizacije definirao je prije nekoliko godina ISO odbor za proučavanje načela normizacije, kao promicanje:

1. Ukupne ekonomije u smislu ljudskog napora, materijala snage, i sl. kako u proizvodnji tako i u razmjeni dobara
2. Zaštite interesa potrošača odgovarajućom i dosljednom kvalitetom roba i usluga
3. Pružanja sredstava izražavanja i komunikacije među svim zainteresiranim strankama

Gore navedeni ciljevi bili su poprilično prihvaćeni, a i važeći, dok sada, isti zahtijevaju ispitivanje i značajno proširenje s obzirom na golemi razvoj normizacije na svim razinama. Za primjer možemo reći da trenutno postoji mnogo šire priznanje vrijednosti normi kao sredstva komuniciranja ideja i tehničkih podataka, u stvaranju reda i pružanja jednostavnosti umjesto složenosti. Štoviše, sada se norme smatraju ključnom ulogom u eliminaciji „trgovinskih barijera“ među nacijama. Vrlo je očito da ne može postojati čvrsta podjela između različitih ciljeva normizacije budući da su svi međusobno ovisni jedni o drugima. Primjerice, kada je pitanje sigurnosti i zdravlja, rijetko je moguće usvojiti najekonomičnije rješenje. Gdje je navedena kvaliteta, cilj komunikacije je od najveće važnosti budući da posebni uvjeti moraju biti izraženi na način da budu jasno razumljivi svim zainteresiranim stranama. Valja uzeti u obzir normizaciju kao aktivnost i jasno razlikovati ciljeve aktivnosti s jedne strane i metode i sredstva koja se koriste za njihovo postizanje s druge strane te svakako razlikovati korištenje metoda i učinke koji proizlaze iz aktivnosti.

#### 4.7 Ciljevi normizacije u današnjice

Ciljevi normizacije su osiguranje prikladnosti proizvoda, procesa ili usluge da u određenim uvjetima služi svojoj namjeni; ograničavanje raznolikosti izborom optimalnoga broja tipova ili veličina; osiguravanje spojivosti različitih proizvoda; zaštita zdravlja; sigurnost; zaštita okoliša itd. (HZN, 2023.).

1. **Pojednostavljenje** - Modernu bi normizaciju trebalo smatrati procesom pojednostavljenja koji se broji protiv sve veće složenosti ljudskoga života – složenost koja se može usporediti s poplavnom plimom koja nemilosrdno nadire prema naprijed koja će, ako je nekontrolirana, poplaviti sve pred sobom. Normizacija je, potom, primarna koja čovječanstvu može kontrolirati poplavu, prikupiti i proširiti informacije o njoj i disciplinirati svoje vode, usmjeravajući ih pritom, u odobrene kanale za dobrobit i sigurnost čovječanstva. Zato cilj „pojednostavljenje“ može biti prvi i najvažniji cilj normizacije

2. **Zamjenjivost** – Vrlo važan aspekt pojednostavljenja je ograničenje raznolikosti proizvedene robe i komponenti. Zamjenjivost se može primijeniti na svim razinama normizacije, a posebice je korisna u smislu ukupne ekonomije za tvrtku gdje je izravan i neposredan način postizanje ušteda troškova u fazi proizvodnje. Smanjenje raznolikosti pretpostavlja načelo uzajamne zamjenjivosti – sposobnost proizvođača da proizvede veliku seriju dijelova koji su dovoljno identični po veličini, obliku i učinku kako bi bilo koji drugi dio mogao biti zamijenjen drugim kako bi se postigla ista izvedba. Dva dijela ne mogu biti potpuno identična i dužnost norme je da specificira stupanj tolerancije (odstupanje od teorijskih uvjeta) koji se može dopustiti bez gubitka prednosti međusobne zamjenjivosti. Dobar primjer dimenzionalne zamjenjivosti su obični vijak i matica. Navoji su sada visoko normirani da, iako se diljem svijeta proizvode ogromne količine vijaka i matica, oni određenog promjera proizvedeni u jednoj zemlji, potpuno su zamjenjivi s onima proizvedenoj u nekoj drugoj državi.
3. **Norme kao sredstvo komunikacije** – Ne možemo učiniti ništa od našeg društvenog, političkog ili radnog okruženja ako nemamo odgovarajuća sredstva komuniciranja o našim potrebama, mišljenjima i ideja s drugima. Čovjekova potreba oduvijek je bila komunicirati, bilo putem književnosti, umjetnosti, filozofije ili znanstvenih otkrića. Nagli skok unaprijed u tehničko, a i znanstvenom smislu, često su bile prekretnice u povijesti komunikacije: izum tiska, razvoj novina, otkriće radijskih valova koji su otvorili potpuno nove kulture na radiju i televiziji i bezgranične mogućnosti u telekomunikacijama, na zemlji i u svemiru. Primarna funkcija normi jest osigurati sredstvo komunikacije između proizvođača i kupca, navesti informacije koje su dostupne, te potaknuti kupca na povjerenje tako da ako naruči određenu robu koja se u skladu s normama i da se pouzda u njihovu kvalitetu. Velik broj nacionalnih i međunarodnih normi sada daje znatnu količinu podataka o dizajnu kao i savjete o tome kako koristiti normu i kako iz nje odabrati artikl koji je najprikladniji za određeni zahtjev.
4. **Simboli i kodovi** – U međunarodnim poslovima jezici uvijek predstavljaju problem, ali u nekim slučajevima to se može prevladati korištenjem međunarodno dogovorenih simbola i kodova. Neki važni primjeri koji se mogu citirati su ISO preporuke o praksi inženjerskog crtanja (ISO/R 128 i 129). Dakle, norme omogućuju podnošenje dizajna u cijelom svijetu, pojednostavljujući proces te smanjujući jezični problem.



5. **Ukupna ekonomičnost** – Neki ljudi mogu tvrditi da je ekonomija u svom najširem smislu prvi i krajnji cilj svih normiranih aktivnosti, te da, osim normi usmjerenih na sigurnost, gdje se rijetko može primijeniti najekonomičnije rješenje, sve norme trebaju pokazivati jasne ekonomske prednosti ako se uopće žele promicati. Međutim, u normizaciji proizvoda postizanje sveukupne ekonomije, mora postojati kompromis samim time što se neće postići kada su sve njegove pojedinačne komponente svaka na svom optimumu jer su međusobno ovisne jedna o drugoj. Drugim riječima, najveća ekonomija rada može isključiti najveću ekonomiju materijala i obrnuto ili pak, najveća ekonomičnost u dizajnu i proizvodnji može dovesti do proizvoda koji nije najekonomičniji u tekućim troškovima. Štoviše, potrebno je podjednako voditi računa o ekonomiji proizvođača u potrošača. Ekonomski učinci određene norme općenito su toliko složeni da su ih donedavno na svim razinama, u potpunosti zanemarivali, usredotočujući svoju pozornost samo na tehničke aspekte. Premda, taj se stav vrlo brzo mijenja i sada se pokušavaju procijeniti ekonomske prednosti i upozoriti na njih proizvođače i potrošače.
6. **Sigurnost** – Postoji mnogo normi za proizvode pripremljenih isključivo za zaštitu života i zdravlja ljudi. Primjeri su sigurnosni pojasevi za vozače ili zrakoplovne putnike, industrijska zaštitna odjeća svih vrsta, pojasevi za spašavanje na moru, i sl. U mnogim zemljama, ove su norme obvezne za upotrebu. Postoje i druge norme koji se bave isključivo sigurnošću, a koji su više u prirodi Kodeksa prakse. Oni bi uključivali stavke kao što su protupožarni propisi koji se treba pridržavati pri izgradnji zgrada ili propisi koji se odnose na postavljanje električnih žica. Osim toga, velik broj nacionalnih i sve veći broj međunarodnih normi imaju sigurnosne zahtjeve upisane kao jedan od aspekata određene norme. Više no ikad prije može se reći da su sigurnost i zaštita ljudskih života jedan od glavnih ciljeva normizacije.
7. **Interes potrošača** – Gotovo sve norme pripremljene su za konačnu dobrobit osoba koje će koristiti proizvode pa bi potrošač trebao biti jednako zabrinut kao i proizvođač u njihovoj pripremi. Nažalost, većina potrošača nije baš organizirana za iznošenje kolektivnog mišljenja, a u većini slučajeva nije ni tehnički osposobljena za to. Ipak, provedba većine normi u konačnici leži na potrošaču jer ukoliko on nema povjerenja u njih, vrlo vjerojatno neće ni kupiti određeni proizvod. Zaštita interesa potrošača nedvojbeno spada među najvažnije ciljeve normizacije, a jasno je da pojam kvalitete robe obuhvaća njezina svojstva kako u trenutku kupnje, tako i u procesu njezine naknadne uporabe (npr. trajnost, pouzdanost, itd.)

8. **Interes zajednice** – U današnje vrijeme nisu samo proizvođači i potrošači ti koji se bave normama. Postoji širi interes zajednice koji se mora zadovoljiti; ovo je vrlo snažno prikazano u odnosu na aspekte okoliša na koje je naša pozornost dramatično usmjerena u ovo vrijeme. Ukoliko se ovaj široki interes zajednice ne osigura u potpunosti, rad na normama na nacionalnoj i međunarodnoj razini postupno će padati ispod onoga što se traži za životni standard.
9. **Trgovinske barijere** – Brzi napredak u tehnologiji koji se odvija u cijelom svijetu, te porast količine proizvedene robe koja sada proizlazi između jedne zemlje u drugu, stvorili su potražnju za novim i ažuriranim normama koji imaju međunarodni status. Nije poželjno da se norme, bile oni nacionalne ili međunarodne, primjenjuju sa snagom zakona osim ako je to nužno zbog javne sigurnosti, zdravlja ili okoliša, ili povremeno radi izbjegavanja grube prijevare. Cilj normizacije stoga mora postići dogovor na forumu međunarodnih stručnjaka, kakav postoji u odborima ISO-a i IEC-a, o tehničkom sadržaju normi, uključujući kvalitetu robe i metode o njegovom osiguranju, te o kodeksima dobre prakse za stavljanje robe u uporabu, zatim, potrebno je primijeniti načelo „referencije na norme“ i u izradi zakona i propisa u pojedinim zemljama. Samo na taj način možemo izbjeći glomazno zakonodavstvo i na najbolji način iskoristiti oskudne tehničke resurse, a istovremeno pružiti optimalno rješenje i u dinamičnim okolnostima koje stvara brzina tehnološkog napretka.

#### 4.8 Korelacija srodnih pojmova

Na međunarodnoj razni, uz dodatni problem prijevoda na druge jezike, mogućnosti nesporazuma su neograničene te iz tog razloga postoji niz osnovnih pojmova koji se koriste u normizacijskim dokumentima i imaju posebna značenja. Neki su pojmovi sami po sebi posebni – oni se ne nalaze često u literaturi, ali su često poznati u drugim kontekstima gdje imaju različita značenja, ali se u radu na normiranju koriste u vrlo posebnom smislu. ISO je već objavio preliminarni popis nekih osnovnih pojmova s definicijama na engleskom, francuskom i ruskom jeziku, a nekoliko ih je zemalja usvojilo i prevelo na druge jezike.

Može se dogoditi da se ISO definicije razlikuju od onih danih u nacionalnim rječnicima, ali treba naglasiti da su definicije koje je ISO usvojio na taj način namijenjene samo za upotrebu u specifičnom području normizacije gdje riječi imaju svoje posebno značenje. U drugim kontekstima, riječi mogu imati nešto drugačija značenja koja su im pripisana. U nastavku slijede neki od izraza.

1. **Normizacija** je proces formuliranja i primjene pravila za uredan pristup određenoj aktivnosti uz suradnju svih zainteresiranih, a posebice za promicanje optimalne, ukupne ekonomije uzimajući u obzir funkcionalne uvjete i sigurnosne zahtjeve. Temelji se na konsolidiranim rezultatima znanosti, tehnike i iskustva. Određuje ne samo osnovu za sadašnjosti, nego i za budući razvoj. Neke posebne primjene su, primjerice mjerne jedinice, terminologija i simbolički prikaz, proizvod i procesi (definiranje i odabiri svojstva proizvoda, metode ispitivanja i mjerenja, specifikacija svojstva proizvoda za definiranje njihove kvalitete, itd.), te sigurnost osoba i roba.
2. **Norma** je rezultat određenog normiranog napora, odobren od strane priznatog autoriteta koji može biti u obliku dokumenta, koji sadrži niz uvjeta koje treba ispuniti, i temeljne jedinice ili fizičke konstante kao primjer amper, metar, apsolutna nula (Kelvin) i sl.
3. **Specifikacija** je sažeta izjava o skupu zahtjeva koji trebaju zadovoljiti proizvod. Radi se o materijalu ili procesu koji ukazuje, kad god je prikladno, na postupak pomoću kojeg se može utvrditi jesu li dani zahtjevi zadovoljeni. Specifikacija može biti norma, dio norme ili pak neovisna o normi.
4. **Pojednostavljenje** (smanjenje raznolikosti) je oblik normizacije koji se sastoji od smanjenja broja vrsta proizvoda unutar određenog raspona na onaj broj koji je prikladan za zadovoljenje prevladavajućih potreba u određenom trenutku.
5. **Ujedinjenje** je oblik normizacije koji se sastoji od kombiniranja dviju ili više specifikacija u jednu na takav način da su dobiveni proizvodi međusobno zamjenjivi u upotrebi.
6. **Specijalizacija**, inače, nije pojam u sferi normizacije, a ukoliko se koristi, onda je ona proces normizacije kojim se određene proizvodne jedinice koncentriraju na proizvodnju ograničenog broja vrsta proizvoda.
7. **Funkcionalna zamjenjivost** se odnosi na uvjet koji je postignut kada su karakteristike gotovog proizvoda, utjecale na njegov rad do potrebnog stupnja točnosti.

## 4.9 Normizacija upravljanja kvalitetom

Prema Dahlgaardu i sur. (2013) postoje tri razine na kojima se može promatrati kvaliteta, a koje su obradili u svome istraživanju Buntak i sur. (2021):

1. Sustavi i modeli upravljanja kvalitetom
2. Alati i tehnike kvalitete
3. Načela i vrijednosti kvalitete

Sustav upravljanja je način na koji organizacija upravlja međusobno povezanim dijelovima svog poslovanja kako bi postigla svoje ciljeve. Ovi se ciljevi mogu odnositi na niz različitih tema, uključujući kvalitetu proizvoda ili usluge, operativnu učinkovitost, ekološku učinkovitost, zdravlje i sigurnost na radnom mjestu i još mnogo toga. Razina složenosti sustava ovisit će o specifičnom kontekstu svake organizacije. Za neke organizacije, osobito manje, to može jednostavno značiti snažno vodstvo vlasnika tvrtke, pružanje jasne definicije onoga što se očekuje od svakog pojedinog zaposlenika i kako doprinose općim ciljevima organizacije, bez potrebe za opsežnom dokumentacijom. Složenijim tvrtkama koje djeluju, na primjer, u visoko reguliranim sektorima, možda će trebati opsežna dokumentacija i kontrole kako bi ispunile svoje zakonske obveze i ispunile svoje organizacijske ciljeve. ISO norme sustava upravljanja (MSS) pomažu organizacijama da poboljšaju svoju izvedbu određivanjem ponovljivih koraka koje organizacije svjesno provode kako bi postigle svoje ciljeve i kako bi stvorile organizacijsku kulturu koja se refleksno uključuje u kontinuirani ciklus samoprocjene, ispravljanja i poboljšanja poslovanja i procese kroz povećanu svijest zaposlenika te vodstvo i predanost menadžmenta.

Prednosti učinkovitog sustava upravljanja za organizaciju uključuju:

1. Učinkovitije korištenje resursa i bolji financijski učinak
2. Poboljšano upravljanje rizicima i zaštita ljudi i okoliša
3. Povećana sposobnost pružanja dosljednih i poboljšanih usluga i proizvoda, čime se povećava vrijednost za klijente i sve druge dionike.

## 5 ISO norme u turizmu

ISO norme korisne su za gotovo sve industrije u svijetu. Turistička industrija je glavni sektor koja neizmjerljivo doprinosi gospodarskom rastu svake države. Vjeruje se da je turistička industrija pokretač prihoda gospodarstva svake nacije. Stoga u posljednje vrijeme dolazi do trenutnog porasta zahtjeva za održavanjem kvalitete i učinkovitosti u turističkoj industriji. Ovdje dolazi do uloge ISO normi za turističku industriju koje mogu pomoći turističkom poslovanju da svojim turistima ili posjetiteljima pruži proizvode ili usluge najbolje kvalitete. ISO norme za sektor turizma također su vrlo produktivne u ispunjavanju potreba i zahtjeva turista i oni imaju najveći potencijal u isporuci proizvoda ili usluga s osiguranom kvalitetom za turističku industriju, što zauzvrat pomaže u stvaranju ogromne dobiti za tvrtku. ISO certifikati pomažu u podizanju ugleda neke tvrtke pokazujući predanost ispunjavanju međunarodno priznatih normi izvrsnosti, stoga su one od velike pomoći turističkoj industriji. ISO norme su međunarodno priznate u svijetu koje turistička industrija mora ispuniti kako bi se pojavile kao učinkoviti i djelotvorni sustavi upravljanja. Turističke industrije su one industrije koje uključuju mnogo rizika kao što su terorizam, rat ili politička nestabilnost. Kao rezultat toga, postoji velika zabrinutost u pogledu kvalitete i sigurnosti turističkih usluga. Uz pomoć ISO normi za turističku industriju, turistički sektor može dokazati svoju djelotvornost i učinkovitost u ispunjavanju traženih normi za turiste ili posjetitelje. Može se osjetiti krajnja potreba za ISO normama za turističku industriju u svakoj pojedinoj fazi njihovih usluga, a to je najčešće:

1. Temeljito pružanje usluga, poboljšavanje reputacije i k tom, pomaže pridobiti nove turiste ili posjetitelje, a i istodobno zadržati svoje trenutne turiste ili posjetitelje
2. Poduzimanje potrebnih mjera za smanjenje utjecaja incidenata na radnom mjestu
3. Prepoznavanje i upravljanje trenutnim i budućim rizicima u poslovanju
4. Primjenjivost ISO normi gotovo se odnosi na sve vrste turističkih djelatnosti bez obzira na njihovu veličinu, vrstu ili proces.

## 5.1 Tehnički komiteti

Razvoj međunarodnih normi provode tehnički odbori ISO-a te njihovi pododbori ili projektni odbori. Tehnički upravni odbor osniva tehničke i projektne odbore za razvoj međunarodnih normi ili drugih ISO proizvoda koji su izručeni unutar odobrenih područja djelovanja. Tehnički odbor ima mogućnosti osnovati jedan ili više pododbora. Unutarnji ustroj pododbora mora biti unutar djelokruga matičnog tehničkog odbora. Tehnički odbori, projektni odbori i pododbori mogu uspostaviti radne skupine koje će biti usredotočene na specifične zadatke kao što je razvoj prvog nacrt standarda ili isporučenog proizvoda. Savjetodavne skupine, studijske skupine, ad hoc skupine i uređivački odbori također, prema potrebi, mogu biti uspostavljeni za podršku aktivnosti. Za razliku od tehničkih odbora i pododbora, spomenute skupine se raspuštaju nakon izvršenja postavljenog zadatka. Tehnički odbori moraju izraditi strateške poslovne planove koji se također bave aktivnostima bilo kojeg pododbora. Svrha strateškog poslovnog plana je analizirati potrebe tržišta i pokazati kako će se na njih odgovoriti radom tehničkog odbora. Norme se također mogu razvijati u projektnim odborima koji djeluju na isti način kao i tehnički odbori.

Izuzetak je u tome što su oni ovlašteni razviti samo jednu normu, nakon čega se projektni odbor raspušta ili transformira u tehnički odbor ukoliko postoji potreba za daljnjom normizacijom unutar njegovog djelokruga. Projektni odbor ne može imati pododbore osim ako se ne transformira u tehnički odbor.

## 5.2 ISO/TC 228 Tourism and related services (ISO norma/Tehnički komitet 228 – Turizam i povezane usluge)

ISO/TC 228 je odbor koji je osnovan 2005. godine pod zajedničkim vodstvom između Španjolske i Tunisa, a trenutno broji 103 države i 23 uključene organizacije. Postoje 29 objavljenih normi, dok je 12 projekata u razvoju na teme kao što su ronjenje, zdravstveni turizam, pustolovni turizam, marine, iznajmljivanje brodova, volonterski turizam, održivi sustav upravljanja smještajem ili pristupačni turizam. Misija ISO/TC 228 jest odgovornost razvoja međunarodno prihvaćene norme terminologije i specifikacija usluga koje nude pružatelji turističkih usluga, uključujući povezane aktivnosti, turistička odredišta i zahtjeve opreme te objekte koje koriste kako bi kupcima, dobavljačima i potrošačima u turizmu pružili kriterije za donošenje informiranih odluka.

Treba naglasiti kako je turizam u procvatu i također, sa sobom donosi značajne mogućnosti za doprinos održivom razvoju. Ovaj je tehnički odbor alat turističkoj industriji za bolju komercijalizaciju svojih proizvoda, usluga i ponuda te povećanje konkurentnosti turističkih organizacija. Glavni cilj ISO/TC 228 je razviti međunarodne norme i druge ISO dokumente koji istinski odgovaraju na potrebe tržišta i uvijek poštuju različitost industrije, pomažući potrošačima da odaberu najbolji proizvod/uslugu za svoje potrebe bez obzira na vrstu odredišta. Budući da turistička industrija pokriva toliko podsektora, rad TC 228 je dodijeljen različitim radnim skupinama, odgovornim za razvoj specifičnih projekata. Trenutno je strukturiran u devet aktivnih radnih skupina, usredotočenih na sljedeća područja:

1. Ronilačke usluge (Radna grupa 1)
2. Usluge zdravstvenog turizma (Radna grupa 2)
3. Avanturistički turizam (Radna grupa 7)
4. Luke za jahte (Radna grupa 8)
5. Usluge iznajmljivanja plovila (Radna grupa 11)
6. Održivi turizam (Radna grupa 13)
7. Pristupačni turizam (Radna grupa 14)
8. Smještaj (Radna grupa 15)
9. Restorani (Radna grupa 16)

### 5.3 Objavljene ISO norme u tehničkom komitetu TC 228 – Turizam i povezane usluge

ISO/TC 228 odgovoran je za normizaciju u području turizma i povezanih usluga, što znači da se odnosi na normiranje terminologije i specifikacije usluga koje nudi pružateljima turističkih usluga, a uključujući i srodne djelatnosti, turistička odredišta i zahtjeve objekata i opreme koju koriste.

Do sada objavljene ISO norme u tehničkom komitetu 228 su:

### **Radna grupa 1 – Ronilačke usluge**

1. **ISO 11107:2009** Usluge rekreacijskog ronjenja – Zahtjevi za programe obuke za ronjenje obogaćenim nitroksom u zraku (ISO 11107:2009 utvrđuje razinu kompetencije koja je potrebna za ronioca kako bi mu organizacija za obuku dodijelila certifikat ronioca obogaćenog nitroksom u zraku. Također utvrđuje uvjete pod kojima se treba pružiti obuka koji dopunjuju opće zahtjeve za usluge rekreacijskog ronjenja)
2. **ISO 11121:2017** Usluge rekreacijskog ronjenja — Zahtjevi za uvodne programe u ronjenje (Utvrdjuje minimalne zahtjeve za programski sadržaj koji se odnosi na organizacije koje osposobljavaju za uvodna iskustva ronjenja u rekreacijsko ronjenje. Ovi se zahtjevi ni pod kojim uvjetima ne smatraju normom za obuku i kvalifikaciju ronioca. Primjenjuje se na programe koji uključuju odvođenje sudionika u otvoreno vodeno okruženje. Ne odnosi se na programe koji se provode isključivo u zatvorenom vodenom okruženju (npr. bazeni)
3. **ISO 13289:2011** Usluge rekreacijskog ronjenja — Zahtjevi za provođenje izleta ronjenja s dihalicom (Utvrdjuje minimalne zahtjeve za pružatelje usluga koji nude izlete pod nadzorom rekreativnog ronjenja. Primjenjuje se na aktivnosti koje uključuju odvođenje sudionika u otvoreno vodeno okruženje. Ne odnosi se na aktivnosti koje se provode isključivo u zatvorenom vodenom okruženju, npr. bazeni)
4. **ISO 13293:2012** Usluge rekreacijskog ronjenja — Zahtjevi za programe osposobljavanja za miješanje plinova (Utvrdjuje zahtjeve za programe osposobljavanja za mješača plina i kompetencije koje se zahtijevaju od pojedinca kako bi dobio certifikat za mješača plina od organizacije za osposobljavanje kojim se potvrđuje da je pojedinac ispunio ili premašio zahtjeve navedene u ISO 13293:2012)
5. **ISO 13970:2011** Usluge rekreacijskog ronjenja — Zahtjevi za osposobljavanje vodiča za rekreacijsko ronjenje (Utvrdjuje zahtjeve za programe osposobljavanja vodiča ronjenja s dihalicom i kriterije koje je potrebno ispuniti koji dopuštaju organizaciji za osposobljavanje dodjeljivanje kvalifikacije vodiča ronjenja s dihalicom koja pokazuje da su zahtjevi navedeni u normi ispunjeni te također navodi posebne uvjete pod kojima se pruža obuka)



6. **ISO 21417:2019** Usluge rekreacijskog ronjenja — Zahtjevi za osposobljavanje o ekološkoj svijesti za rekreativne ronioce (Ovaj dokument specificira zahtjeve za programe obuke koji su osmišljeni za educiranje sudionika o ekološkoj svijesti i održivim ekološkim praksama u aktivnostima rekreacijskog ronjenja. Programi obuke sastoje se od teorije i fakultativnog segmenta praktične obuke u vodi)
7. **ISO 21416:2019** Usluge rekreacijskog ronjenja – Zahtjevi i smjernice o ekološki održivim praksama u rekreacijskom ronjenju (Navodi zahtjeve za pružatelje usluga u pogledu odgovorne prakse za pružanje njihovih usluga. Ona se odnosi, ali nije ograničena, na aktivnosti povezane s rekreacijskim ronjenjem kao na primjer ronjenje, ronjenje s dihalicom, ronjenje na dah i sl. Nadalje, ova norma daje smjernice za sve sudionike koji su uključeni u aktivnosti povezane s rekreacijskim ronjenjem o najboljoj praksi za smanjenje negativnog utjecaja na vodeni okoliš i optimiziranje pozitivnih rezultata. U ovoj se normi koristi izraz "vodeni" te se odnosi na sve vodene površine)
8. **ISO 24801-1:2014** Usluge rekreacijskog ronjenja – Zahtjevi za obuku rekreativnih ronilaca – Dio 1: Razina 1 – Ronilac pod nadzorom (Utvrđuje kompetencije koje su potrebne od ronioca na dah kako bi dobio kvalifikaciju ronioca na dah od organizacije za obuku kojom se potvrđuje da je dostigao ili premašio razinu 1 ronioca na dah "Ronilac pod nadzorom". Također navode se uvjeti pod kojima se pruža obuka, a primjenjuje se na obuku i ocjenjivanje u rekreacijskom ronjenju)
9. **ISO 24801-2:2014** Usluge rekreacijskog ronjenja – Zahtjevi za obuku rekreativnih ronilaca – Dio 2: Razina 2 – Autonomni ronilac (Utvrđuje kompetencije potrebne za ronioca na dah kako bi dobio kvalifikaciju ronioca na dah od organizacije za obuku kojom se potvrđuje da je dostigao ili premašio razinu 2 ronioca na dah "Autonomni ronilac". Također navode se uvjeti pod kojima se pruža obuka, a primjenjuje se na obuku i ocjenjivanje u rekreacijskom ronjenju)
10. **ISO 24801-3:2014** Usluge rekreacijskog ronjenja – Zahtjevi za obuku rekreativnih ronilaca – Dio 3: Razina 3 – Voditelj ronjenja (Utvrđuje kompetencije potrebne za ronioca kako bi dobio kvalifikaciju ronioca od organizacije za obuku kojom se potvrđuje da je dostigao ili premašio razinu 3 ronioca "Voditelj ronjenja". Navode se i uvjeti pod kojima se pruža obuka, uz opće zahtjeve za pružanje usluga rekreacijskog ronjenja u skladu s ISO 24803. ISO 24801-3:2014 primjenjuje se na obuku i ocjenjivanje u rekreacijskom ronjenju)

11. **ISO 24802-1:2014** Usluge rekreacijskog ronjenja – Zahtjevi za obuku instruktora ronjenja – 1. dio: 1. razina (Utvrdjuje kompetencije koje se traže od instruktora ronjenja kako bi dobio kvalifikaciju instruktora ronjenja od organizacije za osposobljavanje kojom se potvrđuje da je dostigao ili premašio razinu 1 instruktora ronjenja. Također navode se uvjeti pod kojima se pruža obuka, uz opće zahtjeve za pružanje usluga rekreacijskog ronjenja, a primjenjuje se na obuku i ocjenjivanje u rekreacijskom ronjenju)
12. **ISO 24802-2:2014** Usluge rekreacijskog ronjenja – Zahtjevi za obuku instruktora ronjenja – 2. dio: 2. razina (Utvrdjuje kompetencije koje se traže od instruktora ronjenja kako bi dobio kvalifikaciju instruktora ronjenja od organizacije za osposobljavanje kojom se potvrđuje da je dostigao ili premašio razinu 2 instruktora ronjenja. Navodi uvjete pod kojima se pruža obuka, a primjenjuje se na obuku i ocjenjivanje u rekreacijskom ronjenju)
13. **ISO 24803:2017** Usluge rekreacijskog ronjenja – Zahtjevi za pružatelje usluga rekreacijskog ronjenja (Utvrdjuje zahtjeve za pružatelje usluga u području rekreativnog ronjenja i izleta s maskom i dihalicom. Određuje područja pružanja usluga kao što su uvodne ronilačke aktivnosti, ronilački izleti, pružanje obuke i obrazovanja, organizirano i vođeno ronjenje za kvalificirane ronioce, iznajmljivanje opreme za ronjenje i ronjenje i sl. Davatelji usluga mogu ponuditi jednu ili više ovih usluga. Spomenuta norma ne odnosi se na ronjenje na dah koji se naziva i "ronjenje na dah")

## **Radna grupa 2 – Usluge zdravstvenog turizma**

1. **ISO 17680:2015** Turizam i srodne usluge – Talasoterapija – Zahtjevi za usluge (utvrđuje zahtjeve za pružanje usluga u talasoterapijskim centrima korištenjem blagotvornih učinaka morskog okoliša u preventivne svrhe, s ciljem osiguravanja kvalitetne usluge koje odgovaraju implicitnim i eksplicitnim potrebama kupaca, poštivanje koncepta talasoterapije, provedbu higijenskih i sigurnosnih načela i udobnost za korisnike. Norma se ne odnosi se na smještaj niti na ugostiteljske usluge, a podrazumijeva se da centar za talasoterapiju mora ispuniti sve nacionalne zakonske obveze, posebno u pogledu higijene, zdravlja, potrošača i zaposlenika)

2. **ISO 17679:2016** Turizam i srodne usluge – Wellness toplice – Zahtjevi usluga (Norma utvrđuje zahtjeve za uslugu wellness toplica, procese i kvalitetu usluge koju treba pružiti klijentu. ISO 17679:2016 mogu koristiti sve vrste i veličine wellness toplica čak i ako je dio druge djelatnosti npr. smještajni objekti, fitness centri i bolnice. Ne uključuje zahtjeve za smještaj ili hranu i piće, te se ne odnosi na lječilišta i centre za talasoterapiju. Također, ona ne pokriva odluke koje su povezane s medicinskim profesijama, medicinskom izobrazbom ili bilo kojim vjerskim aspektom)
3. **ISO 21426:2018** Turizam i srodne usluge – Lječilišta – Zahtjevi usluga (Ovim dokumentom utvrđuju se uvjeti za pružanje kvalitetne usluge u lječilištima koja koriste prirodne ljekovite vode (osim morske) i druga prirodna bogatstva, a ne odnosi na centre za talasoterapiju ili wellness spa centre)
4. **ISO 22525:2020** Turizam i srodne usluge – Medicinski turizam – Zahtjevi usluga (Ova norma određuje zahtjeve i preporuke za voditelje i pružatelje zdravstvenih usluga u medicinskom turizmu, a njome se želi osigurati kvalitetno pružanje usluga turistima kako bi se ispunila očekivanja turista koji putuju iz zdravstvenih razloga. Ona se ne odnosi na centre za talasoterapiju, lječilišta ili wellness lječilišta)

#### **Radna grupa 7 – Avanturistički turizam**

1. **ISO 21101:2014** Pustolovni turizam – Sustavi upravljanja sigurnošću – Zahtjevi (Ističe zahtjeve sustava upravljanja sigurnošću za pružatelje aktivnosti pustolovnog turizma. Odnosi se na poboljšavanje sigurnosne performanse, ispunjenje očekivanja u pogledu sigurnosti sudionika i osoblja i sl. Koristi se za sve vrste i veličine pružatelja koji djeluju u različitim geografskim, kulturnim i društvenim okruženjima)
2. **ISO 21102:2020** Pustolovni turizam – Voditelji – Kompetentnost osoblja (Norma ukazuje na zahtjeve i preporuke kompetencija i s njima povezane očekivane rezultate kompetencija za voditelje aktivnosti pustolovnog turizma zajedničke za svaku aktivnost pustolovnog turizma, a koje mogu utjecati na kvalitetu i sigurnost pruženih usluga. Mogu ga koristiti sve vrste i veličine pružatelja koji djeluju u različitim geografskim, kulturnim i društvenim okruženjima)

3. **ISO 21103:2014** Pustolovni turizam – Informacije za sudionike (ISO 21103:2014 utvrđuje minimalne zahtjeve za informacije koje se trebaju pružiti sudionicima prije, tijekom i nakon aktivnosti pustolovnog turizma, a može se koristiti za sve vrste i veličine pružatelja koji djeluju u različitim geografskim, kulturnim i društvenim okruženjima)
4. **ISO 20611:2018** Pustolovni turizam – Dobre prakse za održivost – Zahtjevi i preporuke (Definira zahtjeve i preporuke za pružatelje aktivnosti pustolovnog turizma o dobrim praksama za održivost: ekološki, društveni i ekonomski aspekti koja se odnosi na aktivnosti pustolovnog turizma. Mogu se koristiti za sve vrste i veličine pružatelja aktivnosti pustolovnog turizma koji djeluju u različitim geografskim, kulturnim i društvenim okruženjima)

#### **Radna grupa 8 – Luke za jahte**

1. **ISO 13687-1:2017** Turizam i srodne usluge – Luke za jahte – 1. dio: Minimalni zahtjevi za luke s osnovnom uslugom (Određuje minimalne zahtjeve za komercijalne i nekomercijalne luke za plovila za razonodu kako bi se definirala osnovna razina za pružanje usluga nautičarskoj zajednici za sve vrste rekreacijskih aktivnosti na brodu, isključujući standardizaciju sportskih aktivnosti)
2. **ISO 13687-2:2017** Turizam i srodne usluge – Luke za jahte – 2. dio: Minimalni zahtjevi za luke srednje razine usluge (utvrđuje minimalne zahtjeve za komercijalne i nekomercijalne luke za plovila za razonodu kako bi se definirala srednja razina za pružanje usluga nautičarskoj zajednici za sve vrste rekreacijskih aktivnosti na brodu, isključujući normizaciju sportskih aktivnosti)
3. **ISO 13687-3:2017** Turizam i povezane usluge – Luke za jahte – 3. dio: Minimalni zahtjevi za luke visoke razine usluge (odnosi se na minimalne zahtjeve za komercijalne i nekomercijalne luke za plovila za razonodu kako bi se definirala visoka razina za pružanje usluga nautičarskoj zajednici za sve vrste rekreacijskih aktivnosti na brodu, isključujući normizaciju sportskih aktivnosti)
4. **ISO 21406:2020** Turizam i srodne usluge – Luke za jahte – Osnovni zahtjevi za luksuzne luke (Norma utvrđuje minimalne zahtjeve za komercijalne i nekomercijalne luke za jahte kako bi se zajednici nautičara pružili luksuzni sadržaji i usluge. Detaljno opisuje zahtjeve za luku za luksuzne jahte da bi se smatrala luksuznim objektom, pružajući iznimne razine korisničke usluge kako bi se zadovoljile potrebe korisnika na vremenski učinkovit način)

## **Radna grupa 9 – Industrijski turizam**

1. **ISO 13810:2015** Turističke usluge – Industrijski turizam – Pružanje usluga (odnosi se na opće zahtjeve za industrijski turizam koje nude pružatelji usluga koji namjeravaju prenijeti znanje o proizvodnji, znanstvenim i tehničkim aktivnostima, kako sadašnjim tako i prošlim, na temelju procesa, znanja i iskustava, proizvoda ili usluga. Norme su primjenjive na sve usluge industrijskog turizma (posjeta i dodatna ponuda) koje se bave živom industrijom, industrijskom baštinom ili kombinacijom oba, uključujući objekte i opremu vezanu uz takve usluge, kao i njihov unutarnji rad)

## **Radna grupa 10 – Ekološki prihvatljiv smještaj**

1. **ISO/TS 13811:2015** Turizam i srodne usluge – Smjernice za razvoj ekoloških specifikacija za smještajne objekte (ISO/TS 13811:2015 daje smjernice za razvoj specifikacija čiji je cilj smanjenje negativnih i povećanje pozitivnih utjecaja smještajnih objekata na okoliš. Ova se norma ne odnosi se na kampove)

## **Radna grupa 11 - Usluge iznajmljivanja plovila**

1. **ISO 20410:2017** Turizam i srodne usluge – Čarter bez broda – Minimalni zahtjevi za uslugom i opremom (Odnosi se na minimalnu razinu usluge i zahtjeve za opremu za plovila bez plovila koja se nude za najam u kopnenim, obalnim i/ili priobalnim vodama. Primjenjivo je na svakog pojedinca ili organizaciju koja nudi brod bez jela za najam)

## **Radna grupa 13 – Održivi turizam**

1. **ISO 21401:2018** Turizam i srodne usluge – Sustav upravljanja održivošću smještajnih objekata – Zahtjevi (Ovaj dokument specificira ekološke, društvene i ekonomske zahtjeve za implementaciju sustava upravljanja održivošću u smještajnim objektima u turističkom sektoru. Odnosi se na aspekte koje smještajni objekti mogu kontrolirati i na koje mogu utjecati)

## **Radna grupa 15 – Smještaj**

1. **ISO 22483:2020** Turizam i srodne usluge – Hoteli – Zahtjevi za usluge (Obuhvaća zahtjeve kvalitete i preporuke za hotele u pogledu osoblja, usluge, događaja, zabavnih aktivnosti, sigurnosti i zaštite, održavanja, čistoće, upravljanja opskrbom i zadovoljstva gostiju)

### 5.3.1 Ukinute radne grupe

Sljedeće radne skupine ukinute su nakon završetka svojih zadataka, a to su:

1. **Radna grupa 3** – Uredi turističkih informacija (ISO 14785:2014 Uredi turističkih informacija – Turističke informacije i usluge recepcije – Zahtjevi)
2. **Radna grupa 5** – Plaže ISO (13009:2015 Turizam i srodne usluge – Zahtjevi i preporuke za rad plaže)
3. **Radna grupa 6** – Prirodna zaštićena područja (ISO 18065:2015 Turizam i srodne usluge – Turističke usluge za javnu upotrebu koje pružaju nadležna tijela za zaštićena prirodna područja – Zahtjevi)
4. **Radna grupa 9** – Industrijski turizam (ISO 13810:2015 Turističke usluge – Industrijski turizam – Pružanje usluga)
5. **Radna grupa 10** – Ekološki prihvatljiv smještaj (ISO/TS 13811:2015 Turizam i srodne usluge – Smjernice za izradu ekoloških specifikacija za smještajne objekte)

Osim toga, radna grupa 4 (Golf usluge) i radna grupa 12 (Volonterski turizam) ukinute su zbog nedostatka konsenzusa o pristupu projektu i zbog nedostatka napretka i interesa sudionika za spomenuto. Te su odluke donesene kako bi se raspoloživi resursi koncentrirali na projekte koji imaju potporu sudionika.

### 5.4 Utjecaj ISO normi na turizam i turistički razvoj

Norme predstavljaju najbolju praksu dogovorenu unutar turističke industrije u cijelom svijetu i tako postaju vrijedan alat i koristan izvor znanja za pružatelje turističkih usluga. Začetnici normi iste stvaraju pronalaženjem dogovora o najboljem načinu pružanja turističkih usluga. To je rezultiralo preko 20 međunarodnih normi koje pomažu poboljšanju javnih i privatnih organizacija njihove turističke usluge u područjima kao što su ronjenje, talasoterapija, zaštićena prirodna okruženja, pustolovni turizam, marine, itd.

## 6 Zaključak

Važan aspekt uslužnog sektora u međunarodnoj trgovini je da uslužni sektor pruža mogućnosti za stvaranje radnih mjesta i ekonomski rast. Uslugama se često povezuje visoka razina znanja i vještina, što potiče obrazovanje i stručno usavršavanje radne snage. Uslužni sektor također omogućuje raznolikost zaposlenja, s mogućnostima za različite stručne i akademske profile. Uslužni sektor nije ograničen na velike multinacionalne kompanije. U njemu se nalaze i mnogi mali i srednji poduzetnici koji pružaju lokalno prilagođene usluge i doprinose lokalnoj ekonomiji. U turističkom sektoru kvaliteta je vrlo težak, nesiguran i složen pojam, što se tiče razumljivosti, primjenjivosti i kontrolabilnosti. Stoga, iz mnogo razloga, kvaliteta usluge dovodi do različitih percepcija. Kvaliteta pruženih usluga može varirati ovisno o pružateljima usluga ili organizacijama te može varirati od kupca do kupca. Budući da je uspjeh poduzeća izravno proporcionalan pružanju kvalitetnih proizvoda i usluga, koncept kvalitete usluge dobiva sve veću važnost. Povećanom razinom aktivnosti, posebice u sektoru turizma, postalo je nužno postaviti regulativu za upravljanje poduzećima. Zato se javila ideja da se uz mnoge druge aktivnosti postave norme za stanovanje, hranu, piće i zabavu koju je pripremila međunarodna organizacija za normizaciju – ISO. Uvođenje normi u turizmu također promiče održivi razvoj. Norme često uključuju smjernice za ekološki prihvatljive prakse, energetske učinkovitost, zaštitu prirodnih resursa i očuvanje kulturne baštine. Održivi turizam postaje sve važniji kako bi se osiguralo da turizam doprinosi lokalnom razvoju bez negativnih utjecaja na okoliš i zajednicu. Normizacija u turizmu također pruža prednosti turističkim poduzećima. Uspostavljanje normi olakšava upravljanje kvalitetom usluge, pomaže u identifikaciji područja za poboljšanje i pruža smjernice za profesionalizaciju turističke industrije. Također pomaže u usklađivanju poslovnih procesa i praksi s međunarodnim normama, čime se poboljšava konkurentnost na globalnom tržištu. Turizam je jedno veliko, globalno „poduzeće“, i iz tog razloga ima smisla da putnici znaju što mogu očekivati kada idu na odmor u bilo koju zemlju. To se posebno odnosi na osobe s invaliditetom. ISO prepoznaje ekonomičnost pristupačnog i inkluzivnog putovanja te je, stoga, osmislio norme. Kao međunarodne norme, moguće je postići određenu dosljednost među zemljama kako bi se podržala ova rastuća industrija. Normizacija u turizmu odnosi se na uspostavljanje normi, smjernica i propisa koji reguliraju kvalitetu usluge i poslovanje u turističkom sektoru. Ova praksa ima ključnu ulogu u osiguravanju visoke razine kvalitete usluge, zaštiti interesa potrošača i promicanju održivog razvoja turizma.

Jedan od glavnih ciljeva normizacije u turizmu je postizanje dosljedne kvalitete usluga u različitim turističkim destinacijama i sektorima. To se postiže uspostavljanjem normi za različite aspekte turizma, poput smještaja, prehrane, usluga prijevoza, turističkih atrakcija i ostalih relevantnih područja. Norme definiraju minimalne zahtjeve koji se moraju ispuniti kako bi se osigurala visoka razina kvalitete usluge, sigurnost gostiju i njihovo zadovoljstvo. Normizacija također igra važnu ulogu u zaštiti interesa potrošača u turizmu. One pružaju smjernice o transparentnosti, poštenoj trgovini, pravima potrošača i zaštiti okoliša. Uzimajući u obzir specifične potrebe i očekivanja gostiju, norme olakšavaju donošenje informiranih odluka o odabiru turističkih proizvoda i usluga. Uvođenjem normi u turizmu također promiče održivi razvoj. Često uključuju smjernice za ekološki prihvatljive prakse, energetske učinkovitost, zaštitu prirodnih resursa i očuvanje kulturne baštine. Održivi turizam postaje sve važniji kako bi se osiguralo da turizam doprinosi lokalnom razvoju bez negativnih utjecaja na okoliš i zajednicu. Normizacija u turizmu također pruža prednosti turističkim poduzećima. Uspostavljanjem normi olakšava se upravljanjem kvalitetom usluge, pomaže u identifikaciji područja za poboljšanje i pruža smjernice za profesionalizaciju turističke industrije. Također pomaže u usklađivanju poslovnih procesa i praksi s međunarodnim normama, čime se poboljšava konkurentnost na globalnom tržištu.



## Popis literature

### Knjige, priručnici, udžbenici

1. Avelini-Holjevac, I.; (2002.), Upravljanje kvalitetom u turizmu i hotelskoj industriji, Opatija: Fakultet za turistički i hotelski menadžment
2. Bhatia, A., K., (2006.), The Business of tourism – Concepts and Strategies, New Delhi: Sterling Publishers Private Limited
3. Bilen, M.; (1994.), Međunarodna i domaća tržišta roba i usluga, Zagreb: Ekonomski fakultet Zagreb, Mikrorad
4. Britvić, J., (2001.) Moderni sustavi upravljanja u organizacijama, Praktični menadžment, stručni časopis za teoriju i praksu menadžmenta, Vol.2 No.1, str. 73
5. Buntak, K.; Baković T.; Mišević, P.; Damić, M.; Buntić, L.: (2021.), Hrvatska gospodarska komora [HGK] – Kvaliteta i sustavi upravljanja kvalitetom) Preuzeto 1.12.2022. s <https://hgk.hr/documents/sveucilisni-prirucnik-kvaliteta-i-sustavi-upravljanjakvalitetom618e70fc7168b.pdf>
6. Čavlek, N.; Bartoluci, M.; Prebežac, D.; Kesar, O.; Hendija, Z.; Bilen, M.; Mikulić, J.; Tomašević, A.; Čižmar, S., (2011.), Turizam – ekonomske osnove i organizacijski sustav, Zagreb: Školska knjiga
7. Čorak, S.; (2011.), Izazovi upravljanja turizmom, Zagreb: Znanstvena edicija Instituta za turizam, knjiga br. 5
8. Dujmović, M.; (2014.), Kultura turizma, Pula: Fakultet ekonomije i turizma "Dr. Mijo Mirković"
9. Freyer W., (2001.), Tourismus-Marketing 3. Auflage, Oldenbourg
10. G. Shaw, A. M. Williams, (2004.), Tourism and Tourism Spaces, London, SAGE Publications
11. Gržinić, J.; (2018.), Turizam i razvoj – Rasprava o globalnim izazovima, Pula: Sveučilište Jurja Dobrile u Puli
12. Hunziker, W., (1973.), Die Fremdenverkehrslehre – eine systemkritische Betrachtung, Wien
13. Inmann, P., R.; (1989.), Managing the Service Economy: Prospects and Problems, Cambridge University Press
14. J. Noobs, (1981.), Social Economics, Second Edition

15. Lazibat, T.; (2009.), Upravljanje kvalitetom, Zagreb: Znanstvena knjiga
16. Lickorish, J., L.; Jenkins, L., C.; (2006.), Uvod u turizam, Split: Ekokon
17. Mak, J.; (2004.), Tourism and the economy, Honolulu: University of Hawai
18. Peters, M., (1969.), International Tourism the Economics and Development of the International Tourist Trade, London: Hutchinson
19. Robinson, P.; Luck, M.; Smith L.,J., S.; (2020.), Tourism 2nd edition, Glasgow: Cabi
20. Sikavica P., Bahtijarević – Šiber F., Pološki Vokić N.; (2008.), Temelji menadžmenta, Zagreb: Školska knjiga
21. Sinclair M., T., Stabler M.; (1997.), The Economics of Tourism, London: 1st Edition
22. Šiško Kulić, M.; Grubišić, D.; (2010.), Upravljanje kvalitetom, Split: Sveučilište u Splitu
23. Tisdell, C., A., (2013.), Handbook of Tourism Economics, University of Queensland, Australia: World Scientific
24. Vukonić, B.; (2005.), Povijest hrvatskog turizma, Zagreb: Prometej
25. W. R. Copeland, Economic Justice: The Social Ethics of U.S. Economic Policy , (1991.), Abingdon Press

## Članci

1. Falk, M., Hagsten, E., Lin X., Importance of land characteristics for resilience of domestic tourism demand  
<https://wtcc.org/Portals/0/Documents/Reports/2022/EIR2022-Global%20Trends.pdf>  
<https://www.tandfonline.com/doi/epdf/10.1080/02508281.2022.2116541?needAccess=true&role=button>
2. Lazibat, T., Sustavi kvalitete i hrvatsko gospodarstvo <https://hrcak.srce.hr/file/39838>
3. Ministarstvo Turizma, Turizam u brojkama 2021, [https://mint.gov.hr/UserDocsImages/2022\\_dokumenti/Turizam%20u%20brojkama%202021.pdf](https://mint.gov.hr/UserDocsImages/2022_dokumenti/Turizam%20u%20brojkama%202021.pdf)
4. Šutalo, I., Ivandić N., Marušić Z., Ukupan doprinos turizma gospodarstvu Hrvatske : input-output model i satelitski račun turizma <https://hrcak.srce.hr/file/105894>
5. Tourism and hospitality management <https://hrcak.srce.hr/clanak/267080> (2006.)
6. World travel & tourism council - Economic impact 2022

## Internetski izvori

1. Ciljevi normizacije <https://www.hzn.hr/default.aspx?id=66>
2. Faze razvoja ISO normi: <https://www.iso.org/stages-and-resources-for-standards-development.html>
3. Hazard Analysis Critical Control Point – HACCP
4. Hrvatska agencija za hranu <https://www.hah.hr/arhiva/haccp.php>
5. Hrvatski zavod za javno zdravstvo <https://www.zzjzdnz.hr/usluge/haccp>
6. Hrvatski zavod za norme <https://www.hzn.hr/>  
<https://foodprocessing.wsu.edu/extension/training/haccp/>  
[https://www.fpz.unizg.hr/njolic/dip/pdf/Kvaliteta\\_i\\_normizacija\\_Predavanja.pdf](https://www.fpz.unizg.hr/njolic/dip/pdf/Kvaliteta_i_normizacija_Predavanja.pdf)  
<https://www.techtarget.com/searchcio/definition/Total-Quality-Management>
7. International Organization for Standardization <https://www.iso.org/standards.html>
8. Kvaliteta i normizacija
9. Lider – Udio prihoda od turizma u BDP-u u Hrvatskoj uvjerljivo najveći u Europskoj uniji <https://lidermedia.hr/biznis-i-politika/udio-prihoda-od-turizma-u-bdp-u-u-hrvatskoj-uvjerljivo-najveci-u-europskoj-uniji-142865>
10. Makroekonomski učinci turizma – Institut za turizam (Institute for tourism) <https://www.iztzg.hr/hr/macrotour/>
11. Mayer, M., Vogt, L., Economic effects of tourism and its influencing factors
12. Norma i normizacija <https://www.hzn.hr/default.aspx?id=104>
13. Poslovni turizam <https://www.poslovniturizam.com/>
14. SPC – Statistička kontrola procesa <https://qms.ba/msa-i-spc/>
15. Svijet kvalitete <https://www.svijet-kvalitete.com/index.php>
16. Total Quality Management Models <https://www.managementstudyguide.com/total-quality-management-models.htm>
17. Total quality management (TQM)
18. What is total quality management (TQM)? <https://asq.org/quality-resources/total-quality-management>
19. World Tourism organization <https://www.unwto.org/glossary-tourism-terms>

# Prijava diplomskog rada

## Definiranje teme diplomskog rada i povjerenstva

ODJEL Odjel za ekonomiju

STUDIJ diplomski sveučilišni studij Poslovna ekonomija

PRISTUPNIK Nina Žan

MATIČNI BROJ 1117/336D

DATUM 15.02.2023.

KOLEGIJ Upravljanje kvalitetom

NASLOV RADA Pregled normi i normizacija u turizmu

NASLOV RADA NA ENGL. JEZIKU verview of norms and normization in tourism

MENTOR dr. sc. Krešimir Buntak

ZVANJE Redovni profesor

ČLANOVI POVJERENSTVA

1. doc. dr. sc. Dijana Vuković, predsjed.
2. oc. dr. sc. Mirko Smoljić, član
3. prof.dr.sc. Krešimir Buntak, mentor, član
4. doc. dr. sc. Vesna Sersar, zamj. član
- 5.

## Zadatak diplomskog rada

BROJ 437/PE/2023

OPIS

Normizacija je ključan element i temelj usklađenosti gospodarstava i gospodarskih grana sa zahtjevima koji proizlaze iz mogućnosti ostvarenja adekvatne poslovne aktivnosti na globalnom tržištu. Svjetska organizacija za normizaciju ISO prepoznala je važnost normiranja u području turizma i turističke industrije, te je oformila TC 228 koji se bavi razvojem i objavom normi vezanih uz turizam i turističku djelatnost. U radu je potrebno napraviti pregled turizma kao gospodarske grane i ukazati na njen značaj za gospodarstvo Republike Hrvatske. Uz to potrebno je analizirati područje normizacije na globalnoj razini s posebnim težištem na norme i normizaciju turizma. Pritom je važno kroz strukturu organizacije radnih grupa i njihovih tematskih područja unutar tehničkog komiteta ISO 228 analizirati njihov dosadašnji rad u pogledu objavljivanja normi za definirana područja turizma kao i pregled važećih normi s mogućnošću primjene u području turističkog sektora Republike Hrvatske.

ZADATAK URUČEN 15.02.2023.



POTPIS MENTORA



## IZJAVA O AUTORSTVU

Završni/diplomski rad isključivo je autorsko djelo studenta koji je isti izradio te student odgovara za istinitost, izvornost i ispravnost teksta rada. U radu se ne smiju koristiti dijelovi tuđih radova (knjiga, članaka, doktorskih disertacija, magistarskih radova, izvora s interneta, i drugih izvora) bez navođenja izvora i autora navedenih radova. Svi dijelovi tuđih radova moraju biti pravilno navedeni i citirani. Dijelovi tuđih radova koji nisu pravilno citirani, smatraju se plagijatom, odnosno nezakonitim prisvajanjem tuđeg znanstvenog ili stručnoga rada. Sukladno navedenom studenti su dužni potpisati izjavu o autorstvu rada.

Ja, NINA ŽAN (ime i prezime) pod punom moralnom, materijalnom i kaznenom odgovornošću, izjavljujem da sam isključivi autor/ica ~~završnog/diplomskog~~ (obrisati nepotrebno) rada pod naslovom PREGLED NORMI I NORMIZACIJE U TURIZMU (upisati naslov) te da u navedenom radu nisu na nedozvoljeni način (bez pravilnog citiranja) korišteni dijelovi tuđih radova.

Student/ica:

(upisati ime i prezime)

NINA ŽAN

(vlastoručni potpis)

Sukladno čl. 83. Zakonu o znanstvenoj djelatnosti i visokom obrazovanju završne/diplomske radove sveučilišta su dužna trajno objaviti na javnoj internetskoj bazi sveučilišne knjižnice u sastavu sveučilišta te kopirati u javnu internetsku bazu završnih/diplomskih radova Nacionalne i sveučilišne knjižnice. Završni radovi istovrsnih umjetničkih studija koji se realiziraju kroz umjetnička ostvarenja objavljuju se na odgovarajući način.

Sukladno čl. 111. Zakona o autorskom pravu i srodnim pravima student se ne može protiviti da se njegov završni rad stvoren na bilo kojem studiju na visokom učilištu učini dostupnim javnosti na odgovarajućoj javnoj mrežnoj bazi sveučilišne knjižnice, knjižnice sastavnice sveučilišta, knjižnice veleučilišta ili visoke škole i/ili na javnoj mrežnoj bazi završnih radova Nacionalne i sveučilišne knjižnice, sukladno zakonu kojim se uređuje znanstvena i umjetnička djelatnost i visoko obrazovanje.