

## TURIZAM KAO FAKTOR PRIVREDNOG RAZVOJA

Tatjana Bošković\*

**Sažetak:** Turistička potrošnja je središte ekonomskih merenja turizma i osnova ekonomskih uticaja turizma i stoga razumevanja ekonomskih uticaja turizma (uticaj turizma na platni bilans, uticaj turizma na ukupni privredni razvoj kroz multiplikativni efekat, uticaj turizma na regionalni ekonomski razvoj, uticaj turizma na zaposlenost...).

**Ključne reči:** turizam, turistička potrošnja, ekonomski uticaji turizma, razvoj

**Summary:** Tourism consumption is at the centre of the economic measurement of tourism and the foundation of the economic impacts of tourism and therefore, understanding tourism's economic impacts (the impact of tourism on the balance of payments, tourism impacts on general economic development through the multiplier effect, the impact of tourism on regional economic development, the impact of tourism on employment...).

**Key words:** tourism, tourism consumption, economic impacts of tourism, development

### Uvod

U teoriji je dugo bio opšte prihvaćen stav da je turizam samo izvedena, posledična pojava privrednog razvoja. Takav stav se objašnjavao time da pozitivni uticaji turizma na privredni razvoj pretpostavljaju prethodno dostignut određeni nivo opšteg društvenog i privrednog razvoja. Najznačajniji faktori koji pokreću razvoj turizma (dohodak i slobodno vreme, ali i neki drugi kao urbanizacija, industrijalizacija...) pre su svega rezultat brzog privrednog razvoja. S obzirom na to da se privredni razvoj javlja pre pojave turizma, turizam se ispočetka smatrao samo posledicom privrednog razvoja. Međutim, kasnija istraživanja turizma (i to posebno receptivnog) ukazala su da razvoj turizma utiče i na ostale privredne i društvene delatnosti to jest na ukupni privredni razvoj. Tako je turizam prepoznat ne samo kao posledica privrednog razvoja već i kao faktor privrednog razvoja.

Hunziker i Krapf su još 1942. godine objasnili uticaj turizma na nacionalnu ekonomiju. Oni su dokazali da zavisno od ulaznih i izlaznih turističkih tokova, turizam može imati i pozitivne, ali i negativne efekte na obim nacionalnog dohotka (engl. national income). Turizam utiče na redistribuciju nacionalnog dohotka u svetskim okvirima, ali takođe i na redistribuciju dohotka između sektora i kompanija u okviru nacionalne ekonomije. Od tada, pažnja mnogih teoretičara usmerena je na analiziranje različitih, takozvanih ekonomskih uticaja turizma (engl. economic impacts of tourism) među kojima su multiplikativni efekti turizma (engl. multiplier effect) u literaturi jedni od najčešće razmatranih.

### Ekonomski uticaji turizma na privredu

Turistička potrošnja (engl. tourism consumption), kao potrošnja turista u mestima koje posećuju, osnova je razumevanja ekonomskih uticaja turizma. Savremena ekonomska teorija u istraživanju doprinosu turizma privrednom razvoju uvek polazi od turističke potrošnje, jer kao „rezultat ove potrošnje nastaju određeni ekonomski efekti na privredu, kako zemlje i područja iz kojih turisti dolaze tako i onih zemalja i mesta koja turisti posećuju“.<sup>1</sup> Iako se određeni ekonomski efekti osećaju i u privredi zemlje i područja iz kojih turisti

---

\* mr Tatjana Bošković, predavač, Visoka poslovna škola strukovnih studija, Novi Sad, Srbija

<sup>1</sup> dr Slobodan Unković, dr Bojan Zečević, *Ekonomika turizma*, Ekonomski fakultet, Beograd, 2006, str. 39

dolaze, ipak se prilikom analize ekonomskih uticaja turizma, pre svega, analiziraju efekti turističke potrošnje na privredu zemlje i područja koja turisti posećuju.

U domaćoj i stranoj literaturi mogu se naći različite klasifikacije za sagledavanje ekonomskih efekata turizma na privredu. Jedna od najčešće korišćenih u domaćoj literaturi jeste podela na direktne i indirektne efekte na privredu.<sup>2</sup> Prema ovoj podeli se kao najvažniji *direktni* uticaji turizma na privredu navode sledeći: uticaj na društveni proizvod i nacionalni dohodak, uticaj na razvoj privrednih delatnosti turističke privrede, uticaj na platni bilans, uticaj na zaposlenost stanovništva, uticaj na investicije (investicionu aktivnost i strukturu investicija) i uticaj na brži razvoj nedovoljno razvijenih zemalja i područja. *Indirektni* uticaj se odnosi na poljoprivredu, industriju, građevinarstvo. Turistička potrošnja ima uticaja na gotovo sve privredne i neprivredne delatnosti. Potrošnja stranih turista ima i *multiplikativni* uticaj na privredu zemlje u celini. U nastavku ćemo razmotriti neke od najznačajnijih i najčešće pominjanih ekonomskih efekata turizma na privredu.

### **Uticaj turizma na društveni proizvod i nacionalni dohodak**

U teoriji postoji visok stepen saglasnosti oko stava da se turizam ne može smatrati stvaraoцем društvenog proizvoda i nacionalnog dohotka, ali da ipak turistička potrošnja i posredno i neposredno utiče na društveni proizvod i nacionalni dohodak. Posredno, turistička potrošnja utiče tako što podstiče razvoj oblasti materijalne proizvodnje koje su u ulozi dobavljača turističke privrede, dok neposredno utiče po osnovu prelivanja dohotka iz drugih zemalja. Naime, ovaj neposredan uticaj turizam ostvaruje preko prometa stranih turista preko koga se, posredstvom ostvarene inostrane turističke potrošnje, vrši direktno prelivanje inostrane akumulacije u turističke destinacije i privredu posećene zemlje. To je razlog velike zainteresovanosti zemalja za razvoj inostranog turizma i njegova ključna prednost u odnosu na domaći turizam (koji utiče na preraspodelu novčanih sredstava unutar granica jedne zemlje).

U razvijenim turističkim zemljama koje ostvaruju visoke prihode od stranih turista i beleže značajne procenete učešća ovih prihoda u društvenom proizvodu, vidljiv je značaj direktnog uticaja turizma na društveni proizvod. Tako su prema podacima Svetske turističke organizacije u 1995. godini visoko učešće prihoda od stranih turista (ali bez prihoda od međunarodnog saobraćaja) u društvenom proizvodu zabeležile sledeće razvijene turističke zemlje: Singapur (10,5%), Hong Kong (6,8%), Austrija (6,7%), Španija i Grčka (4,8%), Portugal (4,5%) itd.

Pored direktnog uticaja turizma na društveni proizvod i nacionalni dohodak, u teoriji se često pominje i razmatra njegovo delovanje na teritorijalnu preraspodelu kako u svetskim okvirima tako i u okviru konkretnih zemalja.<sup>3</sup> U svetskim okvirima turizam može da predstavlja značajan činilac prelivanja društvenog proizvoda iz privredno razvijenih zemalja sveta u zemlje sa nižim stepenom privredne razvijenosti te da tako dovodi do ravnomernijeg razvoja proizvodnih snaga u svetu. Takođe, razvoj domaćeg turizma može da doprinese ravnomernijem razvoju svih regiona jedne zemlje, tako što preko potrošnje turista obezbeđuje prelivanje dohotka iz privredno razvijenih u privredno nedovoljno razvijene regione (ali turističke razvijene). Zahvaljujući takvim uticajima na društveni proizvod i nacionalni dohodak, turizam može da predstavlja značajan činilac ukupnog privrednog razvoja.

### **Uticaj turizma na platni bilans**

Platni bilans predstavlja sumarni iskaz ekonomskih transakcija rezidenata neke ekonomije sa ostatkom sveta u određenom vremenskom periodu. Značaj pojedinih pozicija u platnom bilansu zavisi od zastupljenosti primarnih, sekundarnih i tercijarnih delatnosti u strukturi pojedine ekonomije, dostignutog stepena privrednog razvoja te uključenosti u međunarodne tokove roba, usluga i proizvodnih faktora te finansijskih

---

<sup>2</sup> dr Slobodan Unković, dr Bojan Zečević, *Ekonomika turizma*, Ekonomski fakultet, Beograd, 2006

<sup>3</sup> Isto.

tokova. U literaturi se često ističe da se uticaj turizma na nacionalnu ekonomiju osetio najpre kroz platni bilans zemlje i da je ovo jedna od najznačajnijih ekonomskih funkcija turizma.

Turizam predstavlja veoma značajan izvor deviznih sredstava zbog čega ga svrstavaju u favorizovane izvozne grane. Za zemlje koje su se, pre svega, izdvojile kao značajne receptivne turističke zemlje na međunarodnom turističkom tržištu, devizni priliv od turizma predstavlja najvažniju stavku prihoda u platnom bilansu i veoma snažan faktor ukupnog razvoja privrede. Takođe, značajna je činjenica da ovaj devizni priliv nije praćen izvozom dobara preko granica zemlje, pa se ova vrsta izvoza naziva „nevidljivim izvozom“ (engl. invisible export) ili ređe „tihim izvozom“ i „izvozom na licu mesta“. Umesto izvoza robe ovde se „uvozi“ potrošač odnosno turista čija potrošnja u destinaciji predstavlja osnov deviznog priliva. Ova specifična vrsta izvoza ima brojne prednosti u odnosu na klasični izvoz roba i usluga:

- Neke robe koje ne mogu postati predmet razmene u okviru međunarodne trgovine (engl. international trade), kao što su prirodne i kulturne ili socijalne atraktivnosti zemlje mogu biti valorizovane kroz turizam. One privlače turističku tražnju i indirektno se „prodaju“ na turističkom tržištu u obliku viših cena za turističke proizvode.
- Neki proizvodi su „izvezeni“ tako što su prodati stranim turistima koji su posetili zemlju (na primer: boca vina ili neki drugi proizvod koji je tako prodat po višoj ceni nego da je tradicionalno izvezen).
- Izvoz putem prodaje stranim turistima rezultira visokim profitom, ne samo zbog prethodno pomenutih viših cena nego i zbog činjenice da su u ovom slučaju i troškovi niži (na primer: nema transportnih troškova – engl. transportation costs ili troškova osiguranja- engl. insurance costs).
- Neki kvarljivi proizvodi, kao na primer poljoprivredni proizvodi, koji se prodaju turistima u zemlji, mogu jednostavno da ne odgovaraju za izvoz zbog nedovoljno razvijene infrastrukture i upravljanja izvoznim tokovima.<sup>4</sup>

Zbog ovih prednosti turizam se vidi kao relativno jeftin, a lak način (a ponekad čak i kao jedini način) zarade deviza (engl. foreign currency) neophodnih za investiranje u razvoj. Pošto se danas mnoge zemlje sveta suočavaju sa problemima deficita platnog bilansa, međunarodni turizam može pomoći da se ublaže takvi problemi i doprinese obezbeđenju finansijskih resursa potrebnih za ekonomski i društveni razvoj. To je razlog što većina njih nastoji da kroz aktivnu turističku politiku stimuliše potrošnju stranih turista i utiče na uravnoteženje nepovoljnog trgovinskog i platnog bilansa u celini.

Značaj turizma kao izvozne grane najbolje se vidi i iz podataka Svetske turističke organizacije (WTO) i Međunarodnog monetarnog fonda (International Monetary Fond - IMF), prema kojima je međunarodni turizam vodeća izvozna kategorija u svetu koja prevazilazi čak i automobilsku i hemijsku industriju. Međunarodni turizam danas predstavlja najznačajniju pojedinačnu stavku u ukupnoj vrednosti svetskog izvoza roba i usluga. Turizam je takođe jedna od pet vodećih izvoznih kategorija za 83% svih zemalja, i glavni izvor deviza za najmanje 38% njih. Činjenica je da za mnoge zemlje, naročito one sa ograničenim industrijskim sektorom ili sa samo nekoliko mogućnosti za razvoj alternativnih izvoznih sektora, turizam predstavlja osnovni izvor deviznih prihoda (engl. foreign exchange earnings). Interesantni su podaci da su devizni prihodi od turizma u Tanzaniji i Južnoj Africi veći od prihoda koji ove zemlje ostvaruju po osnovu izvoza zlata. Najnoviji podaci Konferencije Ujedinjenih nacija o trgovini i razvoju (UNCTAD) ukazuju na turizam kao glavni izvor deviznih prihoda za jednu trećinu zemalja u razvoju i skoro polovinu najmanje razvijenih zemalja.

Turizam osim na aktivu platnog bilansa takođe utiče i na pasivu i to preko izdataka stanovništva za putovanja u inostranstvo koja se mogu tretirati i kao „nevidljivi uvoz“. Ovakav uticaj turizma na platni bilans je izraženiji u grupi privredno razvijenijih zemalja sveta u kojima se zapaža tendencija da izdaci za putovanja u inostranstvo rastu brže u odnosu na prosečni rast vrednosti uvoza roba i usluga. Kao što se povećana potrošnja stranih turista javlja kao pozitivan faktor platnog bilansa, tako se povećani izdaci stanovništva za putovanja u inostranstvo javljaju kao negativan faktor platnog bilansa.

Uticaj turizma na platni bilans može biti čak i veći ukoliko se posmatra cela turistička privreda (engl. tourism economy) sa svim industrijama i sektorima koji su povezani sa njom, nego što se čini ako se posmatra samo turistički sektor. U teoriji se ovaj ukupni doprinos turizma meri preko satelitskog bilansa turizma (engl.

---

<sup>4</sup> Richard Sharpley and David J. Telfer, *Tourism and development – Concepts and Issues*, 2004, str. 93

tourism satellite account – TSA). Stručnjaci međunarodnih turističkih organizacija, pre svega Svetske turističke organizacije (WTO) koji su i otkrili satelitski bilans turizma smatraju da ovaj bilans definitivno potvrđuje postojanje dosad neotkrivenih ekonomskih efekata turizma na privredu zemlje kao celine, koji se sada zahvaljujući njemu mogu locirati i izmeriti.

### Uticaj turizma na zaposlenost

Razvoj turizma kao visoko radno-intenzivna delatnost može značajno da poveća zaposlenosti i tako doprinese rešavanju problema nezaposlenosti koji je u današnje vreme jedan od gorućih problema mnogih ekonomija. U vezi sa uticajem turizma na zaposlenost se najčešće pominju dve vrste zaposlenosti: direktna zaposlenost i indirektna zaposlenost. Direktna zaposlenost (engl. direct employment) odnosi se na zaposlenost u delatnostima koje su neposredno povezane i zavisne od turizma (na primer zaposlenost u hotelima, restoranima, *tour* kompanijama, noćnim klubovima itd.). Indirektna zaposlenost (engl. indirect employment) odnosi se na zaposlenost u delatnostima koje su posredno povezane sa turizmom i ostvaruju značajne koristi od turizma (kao što su na primer građevinarstvo, trgovina, benzinske stanice itd.). Razvoj turizma utiče kako na porast direktne, tako i indirektna zaposlenosti.

Turizam se često pominje kao najznačajniji pojedinačni izvor zaposlenosti u svetu i procene su da turistička privreda (koja osim direktne turističke industrije obuhvata i povezane sektore kao što su građevinarstvo i finansije) obezbeđuje do 11% od globalne zaposlenosti. Turizam se smatra industrijom koja nudi najbolje mogućnosti za ekonomski rast i kreiranje zaposlenosti. Međutim, uloga i doprinos turizma zaposlenosti, a time i razvoju, varira značajno prema obimu, karakteru i stepenu razvoja i relativne važnosti turističke industrije u pojedinačnoj zemlji ili destinaciji.

Pozitivan uticaj turizma na zaposlenost je, kao i ostali pozitivni ekonomski efekti turizma, izraženiji kod grupe zemalja koje se ističu kao značajne receptivne turističke zemlje. Tako je, na primer, u slučaju Maldiva kao poznate turističke destinacije veoma značajan doprinos turizma zaposlenosti (u 2000. godini je procenat učešća putovanja i turističke industrije u ukupnoj zaposlenosti iznosio 25,9%, dok je procenat učešća putovanja i turističke privrede u ukupnoj zaposlenosti iznosio čak 54,2%). Ili ako uzmemo Hrvatsku, kao nama bliži primer, učešće zaposlenosti u delatnosti hoteli i restorani u ukupnoj zaposlenosti je u 2005. godini, na osnovu sprovedenog anketnog istraživanja o radnoj snazi, iznosilo 5,4%, dok je taj procenat učešća u istoj godini u Kipru iznosio 8,3%, u Malti 7,4%, u Španiji 7,1%, u Grčkoj 6,9% itd.<sup>5</sup> U svetu je na pružanju turističkih usluga 1999. godine bilo zaposleno oko 120 miliona ljudi, od čega u Evropskoj uniji devet miliona ljudi. Procenjuje se da u budućnosti u ovom sektoru može biti kreirano između 2,2 i 3,3 miliona novih radnih mesta.

Ipak, i pored ovih podataka koji potvrđuju da turizam itekako može da doprinese porastu zaposlenosti, uticaj turizma na zaposlenost predstavlja često predmet kritike. Naime, u praksi se dešava da izostanu ti pozitivni efekti turizma u smislu kreiranja visoko kvalitetnih stalnih radnih mesta i smanjenja ukupne nezaposlenosti u zemlji. Najčešće se kritika odnosi na činjenicu da je većina poslova u turizmu sezonskog karaktera (čije je trajanje vezano za turističku sezonu), i da se stoga uglavnom radi o poslovima koji su privlačni pojedincima kao što su studenti ili penzioneri, koji ne mogu biti razmatrani kao deo radne populacije.

### Multiplikativni efekti turizma na privredu

Potrošnja domaćih turista se ne razlikuje značajno u odnosu na ličnu potrošnju stanovništva. Međutim, kao dodatna, potrošnja stranih turista (pošto rezultira prelivanjem nacionalnog dohotka iz inostranstva u konkretnu turističku zemlju) ima i multiplikativne efekte na privredu. Naime, multiplikativni efekti turizma zasnivaju se na činjenici da sredstva turističke potrošnje nakon svoje osnovne cirkulacije, nastavljaju da cirkulišu u privredi i time utiču na ukupna privredna događanja u zemlji, sve do momenta kada kroz uvoz, putovanja domaćeg stanovništva u inostranstvo i povlačenjem novca iz prometa u obliku štednje ponovo ne „isteknu“ iz „krvotoka“ nacionalne privrede. Tako turizam ostvaruje uticaj na ukupnu privredu jednu zemlje,

<sup>5</sup> Maruška Vizek, „Analiza odrednica hrvatskog turističkog sektora“, *Privredna kretanja i ekonomska politika* br. 114/2008, 2008, str. 58

i kao što Krapft kaže: „Što je veći broj ruku kroz koje prolazi novac ostvaren od turiste, to je veći uticaj turizma na ekonomiju“.

Stručnjaci iz oblasti turizma najčešće se, da bi dokazali značajne ekonomske efekte potrošnje stranih turista, pozivaju na teoriju multiplikatora američkog autora H.G. Clementea. Naime, smatra se da je, iako su drugi pre njega postavili teorijske osnove multiplikatora u ekonomskoj nauci (Kahn, Paul Samuelson, Keynes), Clemente dao najobuhvatniji prikaz primene teorije multiplikatora u oblasti turizma, i to u svojoj studiji „The Future of Tourism in the Pacific and Far East“. Po toj teoriji jedan dolar potrošnje stranih turista u toku jedne godine se multiplicira u „krvotoku“ nacionalne privrede i postaje vrednost od 3,2 USD (u privredama zemalja Pacifika i Dalekog istoka). Dakle, koeficijent multiplikacije zapravo pokazuje broj obrta primljenog novca od stranih turista u toku jedne godine i kako zaključuje Clemente u svojoj studiji, on je iznosio 3,2 za sve zemlje Pacifika i Dalekog istoka.

U privredno razvijenim zemljama koeficijent multiplikacije je povoljniji (znači veći broj obrta) nego u manje razvijenim zemljama, iz razloga što su one manje uvezno zavisne, tako da se novčana sredstva dobijena od potrošnje stranih turista sporije odlivaju kroz uvoz roba i usluga, te duže cirkulišu u krvotoku nacionalne privrede i proizvode značajnije multiplikativne efekte na privrede ovih zemalja.

Iako se većina teoretičara slaže da primena teorije multiplikatora u turizmu predstavlja dobru osnovu za sagledavanje ekonomskih efekata turizma na privredu konkretne zemlje, ova teorija je i predmet oštre kritike od strane jedne grupe teoretičara. Tako je, na primer, ova teorija bila svojevremeno odmah nakon što se pojavila veoma dobro prihvaćena od strane evropskih istraživača turizma, dok je recimo u Americi oštro kritikovana. Naročito oštri u kritici Clementea su bili ekonomisti University of West Indies, Jamaica koji su smatrali da Clementove studije „nemaju nikakve teorijske i naučne vrednosti“.

### **Neke negativne ocene značaja ekonomskih efekata turizma**

Iako u teoriji postoji visok stepen saglasnosti da turizam ima pozitivne ekonomske efekte na privredu, te da se može iskoristiti kao značajan faktor privrednog razvoja, postoje teoretičari koji upozoravaju i dovode u pitanje vladajuće mišljenje o naročitim privrednim efektima koji nastaju razvojem turizma. Jedan od njih je i Robert Erbes koji je 1973. godine objavio svoju studiju pod naslovom „Međunarodni turizam i privreda zemalja u razvoju“ koju je izradio po narudžbi Međunarodne organizacije za ekonomsku kooperaciju i razvoj. U vezi sa razvojem sektora turizma, ne samo u zemljama u razvoju, nego i u privredno razvijenim zemljama autor je izneo sledeća zapažanja:

- „Ekonomska je stvarnost 'turističkog sektora' mnogo složenija, a s gledišta privrednih efekata mnogo je manje povoljna nego što se to čini na temelju površnih ocena. Dovoljno je imati na umu veličinu investicija koje se ulažu u 'podsektor hotelijerstvo', posebno kad se radi o hotelima koji posluju samo sezonski (pet do šest meseci u godini).
- Nema zemlje koja raspolaze ispravnom i potpunom računicom koliko nju 'košta' dolar koji je ostvarila od turističkog deviznog priliva. Nema računice bi li taj dolar koštao manje da su ista investicijska sredstva uložena u 'turistički sektor', bila uložena u neki drugi privredni sektor, koji bi se skladnije uklapao u privredu zemlje kao celine.
- Malo je zemalja, ako uopšte postoje, koje bi mogle i smele svoj ekonomski spas očekivati samo od turizma.“<sup>6</sup>

Osim Roberta Erbesa bilo je i drugih autora (R. Lawson, G. Menges, J.A. Bodlender, Ivan Antunac i drugi) koji su smatrali da je vladajuće mišljenje o posebnim privrednim efektima potrošnje stranih turista za privredu posećene zemlje preterano, odnosno da su preterane ocene o značaju i efektima međunarodnog turizma u privredi posećene zemlje.

---

<sup>6</sup> Navedeno prema Ivan Antunac (2002): „Mit o deviznoj potrošnji inozemnih turista“, *Ekonomski pregled*, 53 (3-4), str.250-251, Zagreb

## Zaključak

Važno je da zemlje koje imaju potencijala za razvoj turizma i žele da ga iskoriste za svoj brži privredni razvoj imaju u vidu sledeće:

- Odnos turizma i privrednog razvoja karakteriše visok stepen korelacije te se turizam zbog svojih brojnih pozitivnih efekata na celokupnu privrednu aktivnost može iskoristiti kao faktor bržeg privrednog razvoja. Uticaj turizma na privredni razvoj konkretno se ostvaruje preko uticaja turističke potrošnje i investicija namenjenih turizmu, na opštu privrednu aktivnost i učešće u stvaranju društvenog proizvoda.
- Investicije u turizam su važna pretpostavka za korišćenje mogućnosti koje on pruža kao element razvojne politike. Efikasnije korišćenje turističkih potencijala se ne može postići samo pukim posedovanjem prirodnih i sličnih prednosti za bavljenje turizmom nego zahteva i određene investicije u objekte, infrastrukturu, kadrove itd.
- Nije poželjno ni za jednu zemlju da svoj privredni razvoj zasniva samo na turizmu. Opšta ekonomska teorija zauzima negativan stav o privrednom razvoju koji se zasniva samo na jednoj delatnosti. Ekonomska teorija se protivi takvoj jednostranoj privrednoj orijentaciji čak i onda ako se pokaže da je samo jedan osnovni resurs na kojem se može zasnivati razvoj.

## Literatura

- [1] Antunac, I., (2002) „Mit o deviznoj potrošnji inozemnih turista“, *Ekonomski pregled*, 53 (3-4), Zagreb
- [2] Blažević, B., (2001) „Agregatna potrošnja u Hrvatskoj i turizam“, *Ekonomski pregled* 52 (3-4), Zagreb
- [3] Cicvarić, A., (1984) *Turizam i privredni razvoj Jugoslavije*, Zagreb, Informator
- [4] Sharpley, R., Tefler, D.J., (2004) *Tourism and Development-Concepts and Issues*, Cromwell Press Ltd.
- [5] Stefanović, V., (2003) *Ekonomika turizma*, Niš, Prirodno-matematički fakultet
- [6] Unković, S., Zečević, B., (2006) *Ekonomika turizma*, Beograd, Ekonomski fakultet
- [7] Vizek, M., (2008) "Analiza odrednica hrvatskog turističkog sektora", *Privredna kretanja i ekonomska politika* 114/2008, Zagreb
- [8] Vukonić, B., (1987) *Turizam i razvoj*, Zagreb, Školska knjiga