

UTJECAJ TURIZAMA NA EKONOMSKI RAZVOJ

Doc. dr. sc. Duško Stić, e-mail: drdskonzultant@gmail.com
Direktor Auto-kapa Zablaće, Šibenik, direktor Jadromarka Zagreb
Samostalni konsultant i projekt menadžer

Dr. sc. Mate Usorac, e-mail: mate.usorac@gmail.com
Hrvatski zavod za mirovinsko osiguranje, Zagreb, Republika Hrvatska

Sažetak: Turizam kao globalni ekonomski fenomen je industrija koja poslije naftne i hemijske industrije, najviše doprinosi ekonomskom rastu i razvoju svjetske ekonomije. Utječe na makroekonomske agregate i povećava makroekonomsku stabilnost nacionalne ekonomije, uz istovremeno ubrzanje lokalnog i regionalnog razvoja i porast zaposlenosti. U tom kontekstu, pozitivne ekonomske (profitne) funkcije turizma su prije svega multiplikacijska funkcija (umnožavanje početnog djelovanja, proširenje tržišta, poticanje i ubrzavanje proizvodnje), zatim induktivna (povećanje proizvodnje), akceleratora (ubrzavanje općeg razvoja); konverzijska funkcija (pretvaranje prirodnih i kulturnih dobara u robu), zapošljavanje (otvaranje novih radnih mjesta, smanjenje migracija), razvojna funkcija (osim općeg, ubrzanje razvitka nerazvijenih područja), povećanje nevidljivog izvoza (usklađivanje robno-novčanih odnosa kroz unos stranih sredstava plaćanja bez klasičnog izvoza), te jačanje platne bilance (olakšavanje nabave robe u inozemstvu). U ovom radu ukazuje se na ekonomski učinak turizma kao jedne od determinanti razvoja nacionalnog gospodarstva, sa posebnim osvrtom na Bosnu i Hercegovinu.

Ključne riječi: turizam, ekonomske funkcije turizma, turistički razvoj

IMPACT OF TOURISM ON ECONOMIC DEVELOPMENT

Abstract: Tourism as a global economic phenomenon is an industry that, after the oil and chemical industries, contributes most to economic growth and to the development of the world economy. It affects on macroeconomic aggregates and increases the macroeconomic stability of the national economy, while at the same time accelerating local and regional development and employment growth. In this context, the positive economic (profit) functions of tourism are primarily the multiplication function (duplication of initial activity, expansion of the market, stimulation and acceleration of production), then inductive (increase in production), acceleration (acceleration of general development), conversion function (conversion of natural and cultural goods into manufactured goods), employment (job creation, migration reduction), developmental function (apart from general, accelerating the development of underdeveloped areas), increase of invisible exports (harmonization of commodity relations through the introduction of non- classical exports), and strengthening the balance of payments (facilitating the purchase of goods abroad). This paper points to the economic significance of tourism as one of the determinants of the development of the national economy, with particular reference to Bosnia and Herzegovina.

Key words: tourism, economic functions of tourism, tourism development

1. Uvod

Turizam je relativno mlada znanstvena disciplina te veći teorijski interes za turizam počinje 50-ih godina 20. stoljeća, kada su već uočljivi njegovi ekonomski učinci, pa se zato i pojavljuju nedorečenosti definicija i nesuglasje teoretičara i stručnjaka prigodom njegova definiranja. Turizam se može definirati u užem i širem smislu.

Prema Stiću (2018) turizam u užem smislu obuhvaća neke imanentno turističke gospodarske aktivnosti (hotelijerstvo, ugostiteljstvo i putničke agencije), jer turist mora doći u destinaciju te u mjestu privremenog boravka koristiti usluge smještaja, prehrane i pića, dakle zadovoljavati svoje primarne potrebe. Turizam u širem smislu obuhvaća sve materijalne sadržaje i ljude koji na bilo koji način sudjeluju u oblikovanju i aktivnostima namijenjenim turistima te, osim djelatnosti hotelijerstva, ugostiteljstva, putničkih agencija, trgovine, prijevoza i slično koje izravno kontaktiraju s turistima, tu možemo uvrstiti i poljoprivredu, šumarstvo, prehrambenu industriju, graditeljstvo, zdravstvo, kulturu i slično (inače, teško je pronaći neku ljudsku aktivnost koja se, na ovaj ili onaj način, ne bi mogla držati turističkom).

Turizam utječe na makroekonomske agregate i povećava makroekonomsku stabilnost nacionalne ekonomije, uz istovremeno ubrzanje lokalnog i regionalnog razvoja i porast zaposlenosti.

U tom kontekstu, Stić (2018) navodi, u pozitivne ekonomske (profitne) funkcije turizma obično se ubrajaju sljedeće:

- Multiplikacijska (umnožavanje početnog djelovanja, proširenje tržišta, poticanje i ubrzavanje proizvodnje);
- Induktivna (povećanje proizvodnje);
- Akceleratora (ubrzavanje općeg razvoja);
- Konverzijska (pretvaranje prirodnih i kulturnih dobara u robu);
- Zapošljavanje (otvaranje novih radnih mjesta, smanjenje migracija);
- Razvojna (osim općeg, ubrzanje razvitka nerazvijenih područja);
- Povećanje nevidljivog izvoza (usklađivanje robno-novčanih odnosa kroz unos stranih sredstava plaćanja bez klasičnog izvoza); te
- Jačanje platne bilance (olakšavanje nabave robe u inozemstvu).

2. Ekonomski učinci turizma

Ekonomski učinci turizma postaju osobito uočljivi u vrijeme njegova omasovljenja početkom druge polovice 20. stoljeća. Prema Vukoniću (1987), to je u prvom redu posljedica činjenice što su ekonomski učinci mjerljivi i lakše ih je uočiti te što ekonomski učinci imaju vitalno značenje za većinu zemalja i područja gdje se turizam intenzivnije razvija.

Budući da je turizam značajna uslužna industrija, on je zaslužan i za razvoj cijelog uslužnog sektora pojedinih zemalja i u svijetu, na kojeg u zemljama u razvoju otpada 40%, a u razvijenim zemljama i više od 65% BDP-a navodi Cooper, Fletcher i Gilbert (1998). Za razliku od ostalih svjetskih industrija i industrijskih giganta koji su podložni pritiscima globalnih recesija, turizam je uspijevaio stalno rasti. Danas je turizam najveća gospodarska grana, odnosno industrija (jer ostvaruje 11% svjetskog BDP-a), najveći je poslodavac (zapošljava 212 milijuna ljudi) i najveći porezni obveznik na svijetu (udjel od oko 6% svih poreznih davanja).

Osim toga, valja znati da je turizam, nakon naftne i automobilske industrije, najveći svjetski izvoznik, izraženo u različitim finansijskim pokazateljima prema Hitrecu i Mikačiću (1996). Iz predloženih podataka vidljiv je utjecaj turizma na razvoj gospodarstava nekih regija ili zemalja. Doprinos turizma razvoju gospodarstva pojedine regije (zemlje) ovisi o gospodarskoj snazi, odnosno neovisnosti konkretnog turističkog područja. Što je gospodarstvo određenog receptivnog područja razvijenije, to će ono manje trebati uvoziti usluge i proizvode za zadovoljenje turističke potražnje, pa će i multiplikacijski efekti od turizma biti veći. Također, prema Page (1995), na veličinu ekonomskih učinaka turizma u određenom području utječu i sljedeći čimbenici:

- Vrsta turističke destinacije i njezin turistički proizvod;
- Veličina turističke potrošnje u destinaciji i obujam njezine cirkulacije u okviru lokalnog gospodarstva;
- Veličina i vrsta lokalnog gospodarstva (odnosno, je li ono ovisno o uslugama, proizvodnji, ili je mješovita tipa);
- Stupanj do kojeg je lokalno gospodarstvo uspjelo riješiti problem sezonalnosti i osigurati cjelogodišnje poslovanje.

Za ocjenu doprinosa turizma razvoju gospodarstva nekog područja osobito je nužno je uključiti i, primjerice, oportunitetni trošak ulaganja u turizam, odljeve i drugo. Weiermair (1993) drži da turizam može poslužiti kao sredstvo poticanja i diversifikacije gospodarstva samo ondje gdje je dostigao barem minimalni stupanj početnog razvoja te procjenjuje da on može stimulirati opći gospodarski razvoj ukoliko je u nekoj regiji (zemlji) prihod od turizma dosegao približno 2% BDP-a. Međutim, prema Page (1995), pitanje je koliko je moguće postići i održati taj udjel turističke potrošnje u BDP-u s obzirom na sljedeće činjenice:

- Turizam je sezonska industrija, što utječe na investicije i zaposlenost (često se misli da su zaposleni u turizmu niskog stupnja obrazovanja, slabo plaćeni, niskog statusa i bez dugoročne stabilnosti);
- Turistička je potražnja pod utjecajem niza vanjskih čimbenika (primjerice, politički nemiri, neuobičajeni klimatski uvjeti i slično) koji se obično nalaze izvan kontrole turističke destinacije;
- Motivacija za turistička putovanja složena je i nestabilna pojava, nalazi se u konstantnoj promjeni na konkurentnom turističkom tržištu počevši od 90-ih godina 20. stoljeća naovamo;
- Turistička potražnja cjenovno je i dohodovno elastična, što znači da na nju utječu i male promjene cijena turističkog proizvoda i raspoloživog dohotka potrošača i slično.

Prigodom procjene ekonomskih učinaka turizma valja uključiti i njegov izravni, neizravni i induktivni utjecaj na gospodarstvo receptivne regije (zemlje). Izravni je utjecaj ukupna vrijednost turističke potrošnje u određenom vremenu i prostoru umanjena za vrijednost uvoza proizvoda i usluga tzv. prve linije (neophodnih za zadovoljenje turističke potražnje). Neizravni se efekt manifestira kada ostvarena sredstva iz turističke potrošnje tvrtke troše za nabavu proizvoda i usluga drugih sektora lokalnog gospodarstva (primjerice, graditeljstvo, energetika, vodovod i slično). Taj efekt ne uključuje sav novac ostvaren u izravnu efektu, pa ga valja umanjiti za uvoz, poreze, štednju i slično.

Pozitivni ekonomski učinci turizma (poboljšanje devizne bilance, generiranje proračunskih prihoda, aktiviranje turističkih potencijala, povećanje zaposlenosti, pokretanje regionalnog razvoja, razvoj malog i srednjeg poduzetništva, stimuliranje gospodarskih tokova između područja i sudionika turističkog procesa, zapošljavanje prometnih kapaciteta i slično).

Negativni ekonomski učinci turizma (sezonski karakter djelatnosti, rast cijena proizvoda, usluga i zemljišta, ovisnost o nekoliko glavnih emitivnih tržišta, različiti odljevi, kao što su veća sklonost uvozu, zapošljavanje strane radne snage, stranog kapitala za investicije i slično, zatim promjena gospodarske strukture ili efekt istiskivanja receptivnog prostora koje može ići do te mjere da se stvori potpuna ovisnost toga prostora o turizmu, porast troškova života rezidenata, porast oportunitetnih troškova i slično).

Mjerenje ekonomskih učinaka turizma zahtjevniji je posao od običnog računanja razine turističke potrošnje i prihoda, jer to može biti netočno, ali i zavarati. Zbog toga, prije utvrđivanja načina mjerenja ekonomskih učinaka turizma, nužno je promotriti različite aspekte gospodarstva pod utjecajem turističke potrošnje. Naime, postoji razlika utvrđivanja ekonomskih učinaka turističke potrošnje i samog turističkog razvoja. Ekonomski učinci turističke potrošnje računaju se primjenom multiplikacijske analize, dok se ekonomski učinak projektiranog turističkog razvoja procjenjuje primjenom tehnika poput cost-benefit analize i slično navode Cooper, Fletcher i Gilbert (1998).

Godišnja turistička potrošnja u nekoj zemlji može se saznati iz statistike koju svake godine objavljuje WTO, ali ona ne pruža uvid u to koliki je dio tog prihoda ostao u nacionalnom gospodarstvu, a koliki je dodatni učinak u gospodarstvu ostvarila turistička potrošnja.

2.1. Utjecaj turizma na platnu bilancu

Devizni priliv od turizma predstavlja jednu od najvažnih stavki prihoda u platnoj bilanci. Obzirom da nije praćena izvozom roba preko granica, ova vrsta izvoza naziva i "nevidljivim izvozom" (invisible export). Umjesto izvoza dobara, riječ je o "uvozu" turista – potrošača čija potrošnja u destinaciji čini osnov deviznog priliva. Prema Sharpley i Tefler (2004), postoje brojne prednosti ovakve vrste izvoza u odnosu na klasični izvoz roba i usluga:

- Pojedine vrste roba koje ne mogu biti predmet razmjene u međunarodnoj trgovini, kao što su prirodne, kulturne ili socijalne atrakтивности zemlje, mogu biti valorizovane kroz turizam. One se neizravno prodaju turistima u obliku viših cijena za turističke proizvode.
- Pojedini proizvodi "izvezeni" su tako što su prodani stranim turistima koji su boravili na destinaciji (npr. boca vina ili neki drugi proizvod koji je na taj način prodat po višoj cijeni nego da je tradicionalno izvezen).
- Izvoz putem prodaje stranim turistima rezultira visokim profitom, jer su pored pomenutih viših cijena i troškovi niži (nema troškova transporta, osiguranja i sl.).
- Neki kvarljivi proizvodi (npr. poljoprivredni proizvodi), koji se prodaju turistima mogu da ne odgovaraju za izvoz zbog nedovoljne razvijenosti infrastrukture i upravljanja izvoznim tokovima.

Pored utjecaja na aktivu platne bilanse turizam utječe i na pasivnu stranu platne bilance i to preko izdataka stanovništva za putovanja u inostranstvo koja se mogu tretirati i kao "nevidljivi uvoz".

2.2. Multiplikativni utjecaj turizma

Multiplikovani utjecaj turizma zasniva se na činjenici da sredstva turističke potrošnje nakon svoje osnovne cirkulacije, nastavljaju da cirkulišu u gospodarstvu i time utječu na ukupne gospodarske aktivnosti u zemlji, sve do momenta kada kroz uvoz, putovanja domaćeg stanovništva u inostranstvo, ili štednjom, ponovo ne "isteknu iz krvotoka" nacionalnog gospodarstva. Skala utjecaja multiplikatora varira u zavisnosti od nivoa razvoja same ekonomije, tipa turizma i obima do kojeg gospodarstvo može iz domaćih izvora da pokrije potrebe turizma i, prema tome, obim do kojeg se odliv kapitala može minimizirati. Kod razvijenijih zemalja, vrijednost ovog parametra je u najvećem broju slučajeva velika, dok je situacija suprotna kod slabije razvijenih zemalja. I pored toga što u teoriji postoji visok stepen saglasnosti oko pozitivnih ekonomskih efekata turizma na privredu i njegovog uticaja na privredni razvoj, postoje teoretičari koji upozoravaju i dovode u pitanje ovakva mišljenja.⁹³

Kako bi se podatak o turističkoj potrošnji preveo u informaciju o ekonomskim učincima, nužno je izračunati vrijednost multiplikatora. Vrijednost turističkog multiplikatora beznačajna je ako ne znamo o kojem je multiplikatoru riječ i ako ne definiramo metodologiju njegova izračuna.

Tablica 1. Turistički multiplikator outputa i dohotka

Multiplikator outputa		Multiplikator dohotka			
Zemlja/regija	Iznos	Zemlja/regija	Iznos	Zemlja/regija	Iznos
Turska	2,34	Velika Britanija	1,73	Sejšeli	1,03
Door County, SAD	2,17	Republika Irska	1,72	Malta	1,00
Clinton County, SAD	1,98	Šri Lanka	1,59	Mauricijus	0,97
Grand County, SAD	1,94	Jamajka	1,27	Antigva	0,88
Walworth County, SAD	1,87	Egipat	1,23	Hong Kong	0,87
Sullivan County, SAD	1,58	Dominik. Republi.	1,20	Filipini	0,82
Edinburgh, Velika Britanija	1,51	Cipar	1,14	Bahami	0,79
Barbados	1,41	Bermudi	1,09	Malta	0,68
Gwynedd, Velika Britanija	1,16	Fidži	1,07	Barbadosi	0,60

Izvor: Stić, D., (2018), *Marketing u turizmu*, Internacionalni univerzitet Travnik, Travnik, str. 53.

Izračun turističkih multiplikatora prema Cooper, Fletcher i Gilbert (1998), od velika je značenja za definiranje turističke politike, ali i ostalih politika bitnih za razvoj društva, jer pružaju uvid u gospodarsku performansu turističke industrije i kratkoročne ekonomske učinke

⁹³ R. Erbes., I. Antunac, R. Lawson, G. Menges, J.A. Bodlender su teoretičari koji smatraju da je vladajuće mišljenje o posebnim privrednim efektima potrošnje stranih turista za privredu zemlje koju turisti posećuju pretjerano, te da su preterane ocjene o značaju i efektima međunarodnog turizma u privredi posjećene zemlje.

promjene razine turističke potrošnje te su osobito pogodni za proučavanje utjecaja turističke potrošnje na poslovni promet, dohodak, zaposlenost, prihod javnog sektora i bilancu plaćanja.

2.3. Utjecaj turizma na zapošljavanje

Razvoj turizma određenog područja pruža značajnu mogućnost za direktno zapošljavanje u djelatnostima turističke industrije (smještaj, ishrana, saobraćaj), ali i u djelatnostima koje su posredno povezane sa turizmom i ostvaruju značajne koristi od turizma (trgovina, građevinarstvo, industrija, poljoprivreda). Za razliku od drugih grana privrede, turizam održava visok stepen potrebe za radnom snagom, koji se zasniva prije svega na potrebi za radnom snagom u hotelijerstvu, ugostiteljstvu, maloprodaji i javnom prevozu. Okosnicu radne snage čine zaposleni na određeno vrijeme koji se angažuju kao pomoć za stalno zaposlene, pogotovo u vrijeme turističke sezone.

3. Turizam u Bosni i Hercegovini

Budućnost turizma BiH temelji se na raspoloživoj i, velikim dijelom, jedinstvenoj resursnoj osnovi.

Turizam u Bosni i Hercegovini je jedan od najbrže rastućih sektora koji čini važan dio u ekonomiji u cijeloj državi. Bosna i Hercegovina je u grupi država sa značajnim turističkim razvojem u nekoliko posljednjih godina i prema procjenama Svjetske turističke organizacije nalazi se u vrhu spiska zemalja u svijetu po porastu broja turista sa godišnjim rastom koji je u proteklom razdoblju iznosio i do 20 posto na godišnjem nivou.

Prema Izvještaju Statistika turizma - kumulativni podaci, janur-juli 2018. godine, Agencije za statistiku Bosne i Hercegovine, u navedenom periodu turisti su ostvarili 811.660 posjeta, što je više za 12,2% i 1.690.663 noćenja, što je više za 14,3% u odnosu na isti period 2017. godine. Broj noćenja domaćih turista viši je za 16,6%, dok je broj noćenja stranih turista viši za 13,4% u odnosu na isti period 2017. godine. U ukupno ostvarenom broju noćenja učešće domaćih turista je 29,7% dok je 70,3% učešće stranih turista. U strukturi noćenja stranih turista najviše noćenja ostvarili su turisti iz Hrvatske (12,9%), Srbije (9,0%), Turske (7,4%) Slovenije (5,4%), Ujedinjenih Arapskih Emirata (4,8%), Poljske (4,7%), Njemačke (4,6%) i Italije (4,4%), što je ukupno 53,2 %. Turisti iz ostalih zemalja ostvarili su 46,8 % noćenja. Što se tiče dužine boravka stranih turista u našoj zemlji, na prvom mjestu je: Katar sa prosječnim zadržavanjem od 3,6 noći, Irska sa 3,5 noći, Kuvajt sa 3,4 noći te Ujedinjeni Arapski Emirati sa 3,1 noći. Prema vrsti smještajnog objekta najveći broj noćenja ostvaren je u okviru djelatnosti Hoteli i sličan smještaj sa učešćem od 91,2%.

Poseban značaj za razvoj turizma BiH ima devizni priliv i prihod od stranih turista, zbog činjenice da blagostanje u BiH u uslovima valutnog odbora (Currency board) primarno zavisi od bilansa transakcija privrede sa inostranstvom. Sa rastućim učešćem stranih turista, turizam stvara fenomen "nevidljivog izvoza" u kome strani turisti koriste domaće proizvode u BiH.

Nosioci ekonomske i turističke politike zemalja koje imaju potencijala za razvoj turizma i žele da ga iskoriste za brži gospodarski razvoj (među kojima je i Bosna i Hercegovina), prema Staniću i Vujiću (2016) moraju imati u vidu sljedeće:

- Odnos turizma i gospodarskog razvoja karakteriše visok stepen korelacije, te se turizam zbog svojih pozitivnih efekata na cjelokupnu gospodarsku aktivnost može iskoristiti kao faktor gospodarskog razvoja, konkretno preko utjecaja turističke potrošnje i ulaganja u turizam.
- Efikasnije korištenje turističkih potencijala ne može se postići samo posjedovanjem prirodnih pretpostavki za bavljenje turizmom, nego zahtijeva i određena ulaganja u infrastrukturu, objekte, kadrove itd.
- Nije poželjno da se gospodarski razvoj bilo koje zemlje zasniva samo na jednoj djelatnosti i jednostranoj ekonomskoj orijentaciji, bez obzira na raspoložive resurse.
- Imajući u vidu nizak nivo konkurentnosti BiH turizma, neophodno je nove tendencije suvremenog turizma i globalizacijske procese u turizmu iskoristiti kao priliku na putu integriranja u evropske i svjetske turističke tokove. U tom smislu značajna uloga je na nosiocima turističke politike, prije svega resornim ministarstvima i Turističkim organizacijama.
- Zajedničkim naporima stručnjaka iz resornih ministarstava, turističkih organizacija, Akademске zajednice, raditi na izradi realnih projekata iz oblasti turizma, koji bi se kandidovali preko predpristupnih fondova Evropske Unije.

4. Zaključak

U relativno kratkom vremenskom razdoblju turizam je postao globalni fenomen i najmasovnija pojava sudeći po broju sudionika. Turizam je postao jedna od najvažnijih komponenti međunarodne trgovine te zarada turističke industrije svrstava se na treće mjesto u svijetu, iza naftne i hemijske industrije. Turizam utječe na makroekonomske agregate i povećava makroekonomsku stabilnost nacionalne ekonomije, uz istovremeno ubrzanje lokalnog i regionalnog razvoja i porast zaposlenosti.

Pozitivni ekonomski učinci turizma su mnogobrojni a ogledaju se kroz poboljšanje devizne bilance, generiranje proračunskih prihoda, aktiviranje turističkih potencijala, povećanje zaposlenosti, pokretanje regionalnog razvoja, razvoj malog i srednjeg poduzetništva, stimuliranje gospodarskih tokova između područja i sudionika turističkog procesa, zapošljavanje prometnih kapaciteta i slično.

Potencijal za razvoj turizma u BiH svakako postoji, imajući u vidu izvanrednu prirodnu ljepotu zemlje i jedinstvenost njenog kulturnog naslijeđa. Međutim nije dovoljno samo posjedovati prirodne resurse nego je potrebno ulagati u infrastrukturu, objekte, kadrove i iskoristiti nove tendencije suvremenog turizma i globalizacijske procese u turizmu kao priliku na putu integriranja u evropske i svjetske turističke tokove što bi pozitivno utjecalo na cjelokupni razvoj zemlje.

5. Literatura

- [1] Cooper, C. & Fletcher, J. & Gilbert, D. et al., (1998), *Tourism - Principles and Practice*, Logman, Harlow, Essex.
- [2] Hitrec i Mikačić, (1996), *Hrvatski turizam u integriranoj Europi: danas i sutra*, Zbornik radova sa znanstvenoga i stručnoga skupa Turizam u Hrvatskoj na prijelazu stoljeća, Fakultet za turizam i vanjsku trgovinu Dubrovnik Sveučilišta u Splitu, Dubrovnik.

- [3] Page, S., (1995), *Urban tourism*, Routledge, London.
- [4] Sharpley, R., Tefler, D.J., (2004), *Tourism and Development Concepts and Issues*, Cromwell Press Ltd..
- [5] Stanić, M. i Vujić T., (2016), *Turizam kao faktor ekonomskog razvoja*, Sinergija University International Scientific Conference, UDK 330.341:338.48 COBISS.RS-ID 6300440 DOI: 10.7251/ZRSNG1602014S.
- [6] Stić, D., (2018), *Marketing u turizmu*, Internacionalni univerzitet Travnik, Travnik.
- [7] Vukonić, B., (1987), *Turizam i razvoj s posebnim naglaskom na zemlje u razvoju*, Školska knjiga, Zagreb.
- [8] Strategija razvoja turizma federacije Bosne i Hercegovine za period 2008.-2018., Federalno ministarstvo okoliša i turizma, Inžinjerski biro, 2008.
- [9] Statistika turizma-kumulativni podaci, janur-juli 2018. godine, Agencija za statistiku Bosne i Hercegovine, preuzeto sa linka: http://www.bhas.ba/saopstenja/2018/TUR_02_2018_07_0_BS.pdf, datum pristupa: 26.10.2018.
- [10] Weiermair, K., (1993), *Turizam kao jedna od odrednica gospodarskog razvoja i ekonomske inte- gracije Europe - problemi i izgledi*, Turizam, No. 11-12.

