

Др Славољуб Вујовић
научни сарадник

Економски институт
Београд

Др Сања Филиповић
научни сарадник

Економски институт
Београд

Др Саша Марковић
професор

Висока политехничка школа
Београд

ТУРИЗАМ КАО ПОДСТИЦАЈНИ ФАКТОР ЕКОНОМСКОГ РАЗВОЈА ПРИВРЕДЕ ТРЕБИЊА*

TOURISM AS AN INCENTIVE FOR ECONOMIC DEVELOPMENT OF THE INDUSTRY OF TREBINJE

Резиме: Међународни туризам је у сталној експанзији. Према броју учесника туризам је свакако најмасовнија појава у глобалним размерама. Глобални трендови на међународном туристичком тржишту изазвали су интеграцију туристичких субјеката, али и сегментацију туристичког тржишта. Међутим, развој туризма је пре свега блиско повезан са просторним оквиром у коме се налазе туристички ресурси, те се стога много више везује за локални и регионални ниво него за глобални. Овај рад настоји да разјасни фундаментални значај туризма као фактора који подстиче кружни ток економских процеса и путем мултипликативног ефекта доприноси општем привредном развоју. У нашем истраживању смо се фокусирали на мултипликативне ефекте туризма на привреду Требиња.

Кључне речи: глобализација, туризам, економија, развој, тржиште

Summary. The international tourism is in constant expansion. According to a number of participants tourism is certainly the most massive phenomenon in global scale. Global trends on international tourism market caused integration of tourism subject, but also segmentation of tourism market. However, tourism development is closely linked to the spatial framework in which the resources are located, and therefore much more connected to local and regional, rather than a global level. This paper seeks to clarify the fundamental importance of tourism as a factor stimulating the circular flow of economic processes. In our research we will focus on the multiple effect of tourism on the economy of Trebinje.

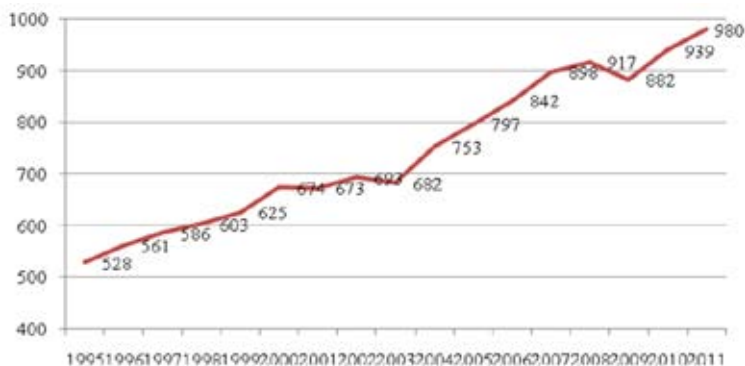
Key words: globalisation, tourism, economy, development, market.

* Рад је део истраживања на пројекту 046001 и 179001 финансираном од стране МПН Републике Србије.

Развојне перформансе туризма на глобалном нивоу

Током протеклих шест деценија, туризам је доживео експанзију и диверзификацију, поставши тако један од највећих и најбрже растућих сектора привреде. У прилог томе говоре и подаци Светске туристичке организације и Међународног монетарног фонда¹ који показују да је туризам једна од пет водећих извозних делатности 83% земаља света и главни извор девизног прихода за најмање 38% земаља. Светски туризам чини 10% укупног светског бруто домаћег производа, остварује годишњи приход од 980 млрд. USD и запошљава 200 милиона људи².

Слика 1. Број укупних међународних туристичких долазака, у млрд. USD



Извор: <http://www.unwto.org>

Упркос негативних економских кретања и политичких турбуленција, број међународних туристичких долазака је у непрекидном расту. Глобална економска криза се одразила и на туризам, али се светска туристичка индустрија већ у 2010. години опоравила. Тако је 2010. године забележен пораст долазака страних туриста за 7%, док је у 2011. години број међународних туристичких долазака порастао за 4,6%. Приходи од туризма у 2011. години се процењују на око 1.030 млрд. USD, што је у односу на претходну годину раст од 3,9%. Према подацима Светске туристичке организације, у првом кварталу 2012. године број укупних међународних долазака је виши за 5% у односу на исти квартал претходне године. Са постојећим годишњим стопама раста међународних туристичких долазака (просечна годишња стопа раста је 4,4% од 1990. године), очекује се да ће до 2020. године бити око 1,6 млрд. страних туриста у свету.

Европа је и даље водећа туристичка дестинација на коју отпада више од половине укупних туристичких посета. Током прошле године у Европи је забележено 504 мил. туристичких долазака. Повећање посета од 6% у односу на 2010. годину, Европи осигурава позицију водеће туристичке дестинације. Раст међународних туристичких долазака је нарочито приметан у медитеранском делу Европе који иначе чини 19% светског туризма. Током 2011. године раст су остварили Грчка (10%), Турска (+9%), Португалија (+9%), Хрватска (+9%), Шпанија (+8%) и Италија (+6%). Интересантно је приметити да су друге мање туристички развијене дестинације оствариле чак двоцифрен раст: Сан Марино (+30%), Македонија (+25%), Србија (+12%), Црна Гора и Кипар (по +10%). Раст туристичких посета у медитеранском делу Европе је последица немира у северној

1 WTO's Tourism Economic Report, 1998.

2 <http://www.unwto.org>

Африци и Блиском истоку, али и раста интересовања туриста из скандинавских земаља, Русије и Немачке.

Табела 1. Туристички доласци и приходи од туризма у земаљама окружења

	Туристички доласци					Приходи			
	хиљада			Промена, %		мил. USD			Учешће, %
	2009	2010	2011	11/10	2011	2009	2010	2011	2011
БиХ	311	365	392	7,2	0,2	671	594	628	0,2
Хрватска	8694	9111	9927	9,0	4,6	8898	8259	9185	3,2
Македонија	259	262	327	25,1	0,2	218	197	239	0,1
Грчка	14915	15007	16427	9,5	7,6	14506	12742	14623	5,1
Црна Гора	1044	1088	1201	10,4	0,6	662	660	777	0,3
Србија	645	683	764	11,9	0,4	989	798	992	0,3
Словенија	1824	1869	2037	9,0	0,9	2516	2566	2708	0,9

Напомена: подаци за 2011. годину су процењени. Извор: <http://www.unwto.org>

Квантитативни трендови у туризму се базирају на следећим квалитативним променама: сегментација тржишта, тренд према крајим, а чешћим путовањима, брзи развој туризма у земаљама централне и источне Европе у оба смера, итд. Сегментација тржишта један је од доминантних трендова у савременом туризму. Данас готово давише није могуће размишљати о тржишту као једној хомогеној целини, већ напротив, тржиште чине појединци и групе купаца који се разликују у својим потребама, навикама и понашању. Уобичајени облици сегментације тржишта укључују географску, демографску и психографску сегментацију. Утврђивање „тржишних мета“ се базира на примени стратегије диференцираног или чак концентрисаног маркетинга, којом се врши прилагођавање туристичког производа, као и осталих инструмената маркетинга, изабраним тржишним метама³. Груписање потрошача и сегментација тржишта помаже у креирању стратешких маркетиншких планова што би у крајњој инстанци требало да има за резултат раст прихода од туризма, али и ефекте по целокупну привреду.

Развој туризма у Републици Српској и Требињу

Развој туризма се везује за одређени просторни оквир у коме се ресурси налазе, те се стога много више везује за локални и регионални, него за глобални ниво. Туристичка делатност је део привредног система и стога је под утицајем глобалних процеса, али се њена специфичност превасходно огледа у поменутој везаности за ниже просторне оквире. Туристички производ испоручује управо локална и регионална средина, у којима се преламају глобални утицаји. У том контексту, следи краatak осврт на развој туризма у Републици Српској и општини Требиње.

Република Српска је туристички неразвијен простор и у том погледу знатно заостаје за свим земаљама у окружењу. Званични показатељи за Републику Српску⁴ показују да приходи од туризма чине свега 0,9% бруто домаћег производа и да је у туризму запослено свега 5,8% укупног броја запослених. Аналитички показатељи упућују и на неодговарајућу кадровску структуру запослених у области туризма, где је учешће високообразовног кадра мање од 15%. Поред тога, развој туризма у Републици Српској прати читав низ проблема различите природе (лоша туристичка и саобраћајна инфраструктура, неадекватна институционална подршка, итд.). Проблеми у вези с развојем туризма Републике Српске добрим делом проистичу и из неповољне социоекономске структуре, општих економских

3 Бакић, О. (2007): Маркетинг у туризму, Интерграф ММ д.о.о. Београд

4 Стратегија развоја туризма Републике Српске за период 2011-2020. године.

услова развоја, проблематичних политичко-географских процеса у држави и њеног лошег имиџа на туристичком тржишту.

Како се Република Српска налази у окружењу развијених туристичких земаља (Хрватска -13 ноћења по становнику и Црна Гора -12 ноћења по становнику), туристички биланс Републике Српске мерен упоредним показатељима бројем посетилаца и бројем ноћења, са земљама из непосредног окружења је негативан. Највећи туристички дефицит Република Српска има са Црном Гором где на једно ноћење остварено у Републици Српској, грађани Републике Српске остваре у просеку 77 ноћења у Црној Гори. Упоредни показатељи са Хрватском су нешто повољнији, па је однос 1 према 4 у корист Хрватске.

Анализа туризма Републике Српске у периоду након 2003. године, показала је раст броја долазака и броја ноћења, како домаћих тако и страних туриста. Међутим, највећи обим туристичког промета и даље остварују домаћи туристи (преко 60%) док од страних највећи је број туриста из Србије (38,6%), Хрватске (12,3%), Словеније (11,5%), Црне Горе (4,2%) и Италије (4,1%). Страни туристи највећи број ноћења имају у планинским (42,2%) и у бањским (35,4%) местима.

Табела 2. Доласци, ноћења туриста и остварен промет у туризму

	Република Српска			Требиње		
	Доласци	Ноћења	Остварен промет	Доласци	Ноћења	Остварен промет
2003	152.441	391.995	48.378.243	7.748	17.066	1.491.963
2004	151.280	407.749	49.958.609	7.698	10.562	963.919
2005	150.526	397.976	5.022.156	7.296	10.491	839.004
2006	191.934	489.441	65.794.347	9.041	15.446	1.407.136
2007	222.729	561.995	77.341.480	10.928	19.166	2.210.542
2008	241.145	625.842	101.297.583	10.292	16.590	3.554.915
2009	226.957	564.091	103.334.702	10.203	19.584	4.091.910
2010	236.286	577.802	104.471.939	13.148	18.733	4.533.808
2011*	237.794	614.637	-	15.467-	24.954-	-

Извор: <http://www.rzs.rs.ba>, <http://www.irbrs.net> и *Туристичка организација РС.*

Анализе су показале да се највећи обим туристичког промета, мереног бројем долазака, оствари у категорији градског туризма. На другом месту се налази планински а на трећем бањски туризам. С обзиром на остварени број ноћења прво место припада бањском, друго градском, а треће планинском туризму.

Туризам градова (градски туризам) је најразвијенији у Бањој Луци и Требињу, два градска центра, оба карактеристична по туристичкој понуди. Бања Лука свој туристички производ заснива углавном на пословном туризму, сајмовима, културним манифестацијама, Требиње је производ субмедитеранске амбијенталности са специфичном климом, архитектуром и менталитетом. Градски туризам Требиња се базира на великом броју елемената: културно-историјске вредности, манастири, цркве, џамије, архитектонска остварења (Стари град, старе тврђаве у близини Требиња – Мичевац и Клобук, Автовац код Гацка), културне манифестације, етнокултурне вредности, аутохтони етнопроизводи, гастрономија, домаћа радиност и др.

Посебну вредност чине манастири, цркве и споменици као сведочанства постојаности духовног живота на подручју Требиња и Херцеговине од најранијег периода хришћанства до данас. На свега седамдесетак километара, од Мостара до Требиња налази се седам објеката неизмерне духовне вредности (Житомислић, Тврдош, Петро-Павлов, Добрићево,

Завала, Дужи и Херцеговачка Грачаница)⁵. Значи на сваких седам километара има по један манастир. Посебно су интересантни Тврдош (4. век)⁶ и Петро-Павлов манастир као доказ постојаности духовног и културног живота на подручју Требиња. Важно је напоменути да је Петро-Певлов⁷ манастир саграђен у близини Павлове пећине⁸. Затим, родна кућа светог Василија Острошког⁹ и родна кућа pjesника Јована Дучића¹⁰ су изизетне вредности.

Сходно претходно наведеном, и с обзиром на чињеницу да су поклоничка путовања као најстарији облик туристичких путовања и данас у свету веома актуелна и профитабилна, Требиње има могућности, али уз помоћ државе, да постане препознатљива светска туристичка дестинација. Поред осталог, да постане место ходочашћа¹¹.

Источна Херцеговина, са Требињем као главним административним и културним центром, је туристичка дестинација саткана од традиције и богате културно-историјске баштине, измењене медитеранске климе, али и специфичног менталитета и гостопримства локалног становништва.

Пуна валоризација наведених природних и антропогених вредности претпоставка је озбиљном развоју туризма. Транзитни положај Требиња је предност за развој туризма, али недостатак сарадње са органима локалне власти и носиоцима развоја туризма на херцеговској и дубровачкој ривијери, спречава афирмацију туризма у овом делу Републике Српске. Посебан проблем за развој туризма је слаба насељеност требињско-фочанске регије (око 17 стан./км²), где око 2/3 становништва живи у општинским средиштима, док је у селима изражен процес депопулације и старења, што не чини добру претпоставку развоја туризма.

Мултипликативни ефекти туризма на привреду Требиња

Анализе и истраживања примене теорије мултипликатора у туризму показују да новац остварен продајом туристичких услуга страним туристима циркулише у привреди земље домаћина, правећи додатне ефекте за привреду, чак у 13 до 14 трансакција, пре него нестане посредством увоза производа или услуга из те земље (Clement, 1961). Теоријске аспекте „мултипликатора“¹² тј. мултипликативних ефеката туризма на привреду, Clement

5 [http://sr.wikipedia.org/sr/Петропавлов манастир](http://sr.wikipedia.org/sr/Петропавлов_манастир); [http://sr.wikipedia.org/wiki/Павлова пећина](http://sr.wikipedia.org/wiki/Павлова_пећина)

6 Видети: Тврдошки поменик (17 век), Манастир Тврдош. По наведеном извору Манастир Тврдош је подигнут у четвртном веку и задужбина је цара Константина и његове мајке Јелене, а обнова се веже за краља Милутина (1282-1321). Значи Тврдош је саграђен у време Миланског едикта (313 година).

7 Настанак богомоље-манастира веже се за време мисионарског путовања по Херцеговини и Далмацији апостола Павла.

8 У брдима изнад данашњег манастира налази се Павлова пећина, у којој је, према предању, крстио и проповедао апостол Павле. Први писани податак о манастиру Светог Петра налази се у Љетопису попа Дукљанина (12 век), у којем се каже да је на том месту сахрањен краљ Радослав, брат зетског краља Михајла.

9 Свети Василије Острошки (Јовановић) је хришћански светитељ. Рођен је у селу Мркоњићи, Попову пољу, у Херцеговини 1610. године. Када је одрастао отишао је у требињски манастир Успенија Пресвете Богородице и ту се замонашио. Као монах убрзо се прочуо због свог подвижничког живота, а касније је изабран и посвећен за епископа захумског и скендеријског. Као архијереј живео је у манастиру Тврдошу и одатле утврђивао у православљу своје вернике, чувајући их од турских свирепости и латинског лукавства. Када су Турци разорили Тврдош, Василије се преселио у манастир Острог где је наставио свој строги подвижнички живот, уз много топле молитве и бриге за своје вернике. Умро је 1671. године, а његове чудотворне и целебне мошти и његов гроб чувају се до данашњег дана. У њихову моћ исцелења и утехе верују подједнако и хришћани и муслимани. У Острогу се сваке године на Тројчина дне одржава велики народни сабор. Српска православна црква слави Светог Василија Острошког 12. маја, по грегоријанском календару (29. априла, по јулијанском).

10 Налази се у Хрупјелима у Требињу.

11 Мало је мјеста или дестинација у свету где се на тако малом пространству налази много вредних објеката. Нпр. у Египту, из Табе, као места одмора, туристи путују сатима да обиђу Стари град Петру, манастир Свете Катарине и сл., док у Херцеговини, у Требињу у полупречнику 100км могу видети много више.

12 Основне аспекте мултипликатора у економији поставио је нобеловац Паул Самуелсон 1939. године, мада је Kahn, R.F. још 1931. говорио о улози мултипликатора у економији, а Keunes, J.M. их је касније образлагао.

је анализирао на примеру седамнаест земаља Пацифика и Блиског истока. Овај аутор је емпиријски утврдио да приходи остварени продајом услуга и робе страним туристима, у току једне године прођу 5-6 трансакција и да се обрну 3 до 3,5 пута.

Вишеструки или мултипликативни ефекти туризма на економски развој Требиња могу се сагледати посредством туристичке потрошње. У табели 3 види се да раст прихода од туризма у Требињу (осим 2004. и 2005) прати раст прихода у Републици Српској, тако да мултипликативни ефекти туризма на примеру Требиња репрезентују мултипликативне ефекте туризма у целој Републици Српској.

Коефицијент мултипликације, који показује број обрта прихода од страних туриста у току једне године, директно зависи од већег броја фактора као што су: ниво развијености домаће привреде, расположивост домаћих производа за задовољење потреба страних туриста, обим издатака локалног становништва за путовања у иностранство, као и укупна новчана маса која се извлачи из промета и депонује као лична штедња грађана. Ова последња карактеристика је типична за туризам. Ради се о томе да приватна домаћинства (која учествују у задовољењу потреба страних туриста) један део оствареног прихода од страних туриста (недозвољено наплаћују у инострану валути) извлаче из промета и задржавају у облику кућне штедње. Због тога, приликом утврђивања мултипликативних ефеката прихода од страних туриста у конкретној анализи за Требиње, треба узети у обзир само укупан износ издатака (за увезене производе и плаћене услуге) који служе директно за задовољење потреба страних туриста, јер по том основу долази до одлива девиза из земље, као и повлачења девизних средстава из промета од стране локалног становништва у облику личне штедње девиза или њиховог изношења у иностранство.

Дефинисање мултипликативних ефеката туризма на привреду Требиња, захтева и анализу структуре туристичке потрошње. Претпоставимо да је потрошња страног туристе у Требињу износила 1.000 USD и то по следећој структури потрошње: смештај, исхрана и пиће, куповина, издаци за посете и забаву и превоз у локалу. Детаљна анализа трошкова по овим ставкама, кроз пет трансакција у току једне године, показује сву комплексност економских ефеката и односа који се успостављају од момента плаћања туристичких услуга од стране туристе до трајног нестанка једног дела новчане масе из промета.

Табела 3. Процена годишњег обрта по категоријама туристичке потрошње

Категорија потрошње	Трансакције у USD					Укупни издаци	Годишњи обрт /УСД
	прва	друга	трећа	четврта	пета		
Смештај	250	250	178	120	64,5	854,5	3,42
Исхрана и пиће	320	320	211	137	63,5	1051,5	3,28
Куповина	250	250	149	89,5	48,5	787	3,15
Разгледање и забава	100	100	70,5	41	25	336,5	3,30
Локални транспорт	50	50	29	16,5	7,5	153	3,06
Остало	30	30	16,5	9	4,5	90	3,00
УКУПНО:	1000	1000	654	405	213,5	3.272,5	3,27
Додатне трансакције (од 6-13)							
Све категорије						212,1	3,48
Укупно 13 трансакција						3.483,6	

Извор: Унковић, С., (1992), *Економика туризма*, стр. 49. Економски факултет, Београд

Потрошња поменутог износа са становишта привреде Требиња почиње у другој трансакцији док у трећој трансакцији долази до повлачења из промета 346 USD који је напустио привреду Требиња. У четвртој трансакцији још 249 USD напушта привреду Требиња, а у промету остаје 405 USD. Пета трансакција условљава повлачење даљих 191,50

USD кроз плаћања по основу увоза тако да у промету остаје износ од 213,50 USD. После ове трансакције види се да је туристичка потрошња од 1.000 USD у току једне године подстакла укупне ефекте у привреди Требиња у износу од 3.272,50 USD, односно првобитни износ се обрнуо у тој години 3,27 пута. Пратећи даљи ток првобитних 1.000 USD туристичке потрошње, долазимо до закључка да је тек после 13. трансакције у промету остало свега 80 центи, тј. да је тек тада практично првобитно наплаћених 1.000 USD „нестало”, са становишта ефеката на привреду Требиња. Анализа свих 13 трансакција доводи до закључка да је укупни ефекат туристичке потрошње од 1.000 USD на привреду Требиња износио укупно 3.484,60 USD, тј. првобитни износ од 1.000 USD обрнуо се 3,48 пута пре него што је нестао.

Пројектована анализа мултипликативних ефеката туризма на привреду Требиња, базирана је на Самулсоновом моделу за утврђивање мултипликативних ефеката:

$$K = 1 / (1 - C/Y)$$

Овде се види да коефицијент мултипликације зависи од односа између „промена у потрошњи” (C) и „промена у дохотку” (Y). У туризму ово значи да се износ који страни туристи утроше у земљи коју посећују може означити као „промена у дохотку”, док „промене у потрошњи” представљају само један део промена у дохотку, који се може означити као „гранична склоност потрошњи”.

Износ од 1.000 USD који је туриста потрошио јесте противвредност услуга које он користи (смештај, исхрана, куповина робе, комуналне услуге и слично). У економији Требиња не долази до потрошње све док туриста не плати наведене услуге. Потрошња у привреди Требиња почиње тек у другој трансакцији и наставља се кроз наредне три трансакције у току једне године, односно закључно са тринаестом трансакцијом, када првобитни новац који је утрошио страни туриста напушта привреду Требиња. Као што је наведено, туриста је потрошио 1.000 USD у првој трансакцији. Остатак, тј. износ од 2272 долара утрошило је становништво Требиња у наредне четири трансакције за једну годину дана. Ова последња цифра представља „промену у потрошњи”, карактеристичну за примену поменуте теорије мултипликатора.

На основу претходно наведеног, на бази општег обрасца мултипликације може се утврдити коефицијент мултипликативних ефеката туризма у привреди Требиња. Овај коефицијент одговара коефицијенту који је добијен на бази претходно наведених пројекција, а показује да се 1.000 USD који је утрошио страни туриста, циркулишући у току године кроз привреду Требиња, обрнуо 3,27 пута и произвео допунске ефекте на економију у износу од 3272 USD. То даље значи да је потрошња од једног долара страног туристе у Требињу у току године креирала додатних 3,27 USD. У претходној табели, као основ за утврђивање коефицијента мултипликације, колона која означава „укупне издатке” (3272,5) може се изједначити са „променама у дохотку”, а укупни издаци умањени за износ дат у колони један (који означава износ новца који је страни туриста платио за извршене услуге) са „променама у потрошњи” (3272,5 – 1.000 = 2272,5). Претходни подаци омогућавају да се утврди и „гранична склоност потрошњи” у датом случају. Ако се стави у однос износ „промена у потрошњи” (2272,5) према износу „промена у дохотку” (3272,5), добија се „гранична стопа склоности потрошње” од 69,4%.

Закључак

Туризам је једна од најосетљивијих делатности у привредној структури и најпре реагује на турбуленције на светском тржишту или неке друге појаве (политичка нестабилност, сукоби, тероризам, итд.), али туристички промет и приходи од туризма се не смањују, само долази до промене праваца туристичких кретања и прерасподеле прихода од туризма. Међутим, посматрајући динамику и ток раста међународног туризма током последњих

неколико деценија, ништа од тих негативних утицаја није драстичније пореметило тржиште међународног туризма што указује да туризам може бити модел економског развоја и привредног раста. У прилог томе говоре и истраживања мултипликативног ефекта туризма.

Емпиријска примена коефицијента мултипликације у туризму показује да постоје значајне разлике у приходима између појединих региона и земаља због утицаја разних фактора. У конкретном случају, приходи остварени од иностраног туризма у току једне године 3,2 до 4,3 пута додатно утичу на привреду Требиња. Динамика мултипликативних ефеката туризма на економски развој Требиња била би много већа под претпоставком да што већи број производа буде домаћег порекла и да се смање све активности које условљавају „одлив” остварених девиза од страних туриста у иностранство.

Поред анализираних теорија мултипликатора, код утицаја туризма на привреду посебан значај има и међусекторска анализа или инпут-оутпут анализа. У задовољавању потреба страних туриста учествује већи број привредних делатности, које сачињавају туристичку привреду (саобраћај, трговина, угоститељство итд.) и у којима се реализује већи део туристичке потрошње (пансионска и ванпансионска), што је показала и структура потрошње на примеру Требиња а по узору на Clementa. Преко ових делатности се испољава утицај туризма на остале привредне делатности и на општу запосленост.

Литература

1. Clement, H. G., (1961), *The Future of Tourism in Pacific and Far East*, Washington.
2. John Kenneth Galbraith (1995), *Економија у перспективи-критичка повијест*, Мате, Загреб.
3. Roubini, Nouriel (ed.), (2006). *New International Financial Architecture*. Edward Elgar Publishing.
4. Бакић, О. (2007): *Маркетинг у туризму*, Интерграф ММ д.о.о. Београд.
5. Вујовић, С., Маџура, Р., и Спајић, Ј., *Развојни аспекти туризма (Општина Кнић)*, Економика пољопривреде, Београд, Год./Вол. LVIII, СБ/СИ-1 (1-368) (2011).
6. Вујовић, С., Спајић, Ј., Вукосављевић, Д., (2011), *Анатомизовање туристичке тражње у светлу економских законитости, феномена, ефеката и парадокса у потрошњи*, Економика пољопривреде 2011 (58) 4.
7. Дулчић, А., (2001), *Управљање развојем туризма*, Мате, Загреб.
8. Милановић, М., (2007). *Основи економије*, Мегатренд универзитет, Београд.
9. Премовић, Ј., и остали, (2012). *Глобални стратегијско-развојни аспекти туризма*. Зборник радова. Мајска конференција о стратегијском менаџменту, 25 - 27 мај 2012, Бор.
10. Самуелсон, П., (1969), *Економија-уводна анализа*, Савремена администрација, Београд.
11. Стивен, Д.Л., и Стивен, Џ.Д., (2006), *Откачена економија*, Моно и Мањана, Култура, Бачки Петровац.
12. Стратегија развоја туризма Републике Српске за период 2011-2020. године.
13. Филиповић, С. *Global trends – effects of the crisis one year and a half after its escalation*, Економика предузећа, Вол 58, бр. 1-2, Савез економиста Србије, Београд, 2010.
14. Фролов, Д. П., (2011), *Теорија криза после кризе-Технологија версус институти*, Социјална мисао, 4(2011), Београд.
15. Унковић, С., (1992). *Економика туризма*, Економски факултет, Београд
16. *WTO's Tourism Economic Report*, 1998.
17. <http://www.unwto.org>
18. <http://sr.wikipedia.org/sr/>
19. http://sr.wikipedia.org/wiki/Pavlova_pecina