

Primjena ekonomsko finansijske analize u turizmu

The application of economic and financial analysis in tourism

Mirko Savić, Univerzitet Sinergija

Sažetak— Da bi jedno preduzeće uspješno poslovalo na tržištu mora imati stalni tok: prikupljanja, obračuna, kontrole i analize podataka. Sve složeniji uslovi tržišnog poslovanja u kojima posluju privredni subjekti a posebno je to izraženo u turizmu daju značaj ekonomsko finansijskoj analizi. Primjenom analize omogućava se bolje sagledavanje postojećeg i predviđanje budućeg ekonomskog stanja jednog privrednog subjekta. Finansijski pokazatelji dobijeni analizom pomažu turističkim organizacijama da se bolje upoznaju sa svojim poslovanjem i da na taj način poboljšaju svoj položaj u poslovnom okruženju.

Ključne riječi – analiza finansijskih izvještaja; swot analiza; analiza u turizmu RS;

Abstract – To a company successfully operating in the market must have a steady flow: collection, calculation, control and data analysis. All the more complex requirements of market economy in which they operate commercial entities and it is expressed in tourism given the importance of economic financial analysis. Applying analysis enables better understanding of the present and predict the future economic situation of a business entity. Financial parameters obtained by the analysis helps tourism organizations to become more familiar with your business and thus improve their position in the business environment.

Keywords – analysis of financial statements; swot analysis; analysis of tourism RS;

I. UVOD

Finansijski izvještaji turističkih organizacija predstavljaju najefikasniji način da se informacije koje su sakupljene i obrađene u računovodstvenom sistemu periodično saopšte subjektima koji se nalaze izvan te organizacije. Međutim, postavlja se pitanje da li su ti finansijski izvještaji sami po sebi dovoljni za donošenje efikasnih poslovnih odluka.

Za kompletniju i stvarnu sliku o finansijskom položaju nekog preduzeća neophodno je ispitati i analizirati cjelokupno njegovo poslovanje. Analiza finansijskih izvještaja je veoma moćan instrument koji pokazuje kako je preduzeće, turistička organizacija poslovala u prošlosti i kakve su njene mogućnosti za uspjeh u budućnosti.

Ekonomsko finansijska analiza daje informacije potrebne za njeno upravljanje. Dobijene informacije pomažu menadžmentu da donese neke ključne odluke za dalje poslovanje.

Ova analiza pomaže i kreditorima budući da su oni zainteresovani za to kome daju svoj novac, kako će taj novac biti potrošen i ima li dato preduzeće mehanizme da vrati pozajmljena sredstva na vrijeme. Svaki privredni subjekt, tako i turistička organizacija je posebno zainteresovana za ove izvještaje jer se pomoću njih utvrđuju pokazatelji: produktivnost, likvidnost, profitabilnost, zaduženost, rentabilnost i dr.

II. POJAM I CILJEVI EKONOMSKO FINANSIJSKE ANALIZE

Pojam analiza potiče od grčke riječi „analysis“ koja prevedena na naš jezik znači rastavljenje nekog složenog objekta na njegove sastavne dijelove. Samo rastavljenje može da bude stvarno i pojmovno i ono se obavlja sve dotle dok se ne dođe do elemenata cjeline koji su dalje nedjeljivi.

Osnovni zadatak analize je da pruži informacije o posmatranom objektu vezano za njegov bonitet i budući razvoj. Nema analize bez ispitivanja, ali svako ispitivanje nije ujedno i analiza. Da bi jedno ispitivanje moglo dobiti naziv analiza, potrebno je da je predmet ispitivanja složen. Postoje različite metode analize koje se primjenjuju u praksi.

Analiza finansijskih izvještaja predstavlja jednu od osnovnih vrsta analiza koja podrazumjeva ispitivanje i objašnjavanje finansijskog položaja uspješnosti poslovanja preduzeća, utvrđivanje odstupanja od predviđenih planova, uzorka odstupanja, a sve na osnovu dostupnih računovodstvenih izvještaja. Analiza finansijskih izvještaja se bavi istraživanjem i povezivanjem veza i odnosa između pojedinih pozicija bilansa stanja, bilansa uspjeha, izvještaja o novčanim tokovima i izvještaja o promjenama na kapitalu, a u svrhu ocjene finansijskog položaja i uspješnosti poslovanja preduzeća.¹

Analiza finansijskih izvještaja je prvenstveno usmjerena na istraživanja vrijedonosnih ili novčanih podataka, te se zbog toga često susreće pod nazivom finansijska analiza. Finansijska analiza ili analiza bilansa podrazumjeva analiziranje odnosa između bilansa stanja i bilansa uspjeha s ciljem da se pruži uvid u finansijski položaj preduzeća. Kao trenutna slika bilans predstavlja zadržano kretanje koje je istovremeno i pokazatelj budućih kretanja.

¹ Milićević, B., Metodološki pristup oceni finansijskog stanja preduzeća, Beograd, 2009., str. 12

Najčešći korisnici rezultata finansijske analize u tržišnim uslovima privredivanja su investitori, menadžment, povjerioci, poreski organ, konkurenti i sl.

Investitori su posebno zainteresovani za tekuću i dugoročnu profitabilnost svojih ulaganja. Oni očekuju rastuće zarade i dividende koje će povećati ekonomsku vrijednost njihovog ulaganja. Menadžment turističke organizacije ima nekoliko zadataka, među kojima su najznačajniji: ostvariti neto dobit, spriječiti nelikvidnost preduzeća i sl.

Menadžment je zainteresovan za sve aspekte finansijske analize. Povjerioci prvenstveno su zainteresovani za likvidnost preduzeća. Sposobnost turističke organizacije da brzo plati ta potraživanja najbolje se ocjenjuje analizom likvidnosti. Poreski organ je zainteresovan za utvrđivanje osnove za oporezivanje. Generalno, postoji veliki broj korisnika koji su zainteresovani za finansijski položaj posmatrane turističke organizacije koja se realizuje kroz analizu finansijskih izvještaja.

Međutim, ostvarenje ciljeva uslovljeno je raspoloživim resursima, jer od raspoloživih resursa zavisi u kojoj mjeri će se izvršiti analiza. Ciljevi analize bilansa mogu biti ograničeni tj. uslovljeni i vremenom za koje analiza treba da se obavi. Kraći rok skraćuje i ciljeve koji se mogu postaviti analizom, duži rok omogućuje proširenje ciljeva. Smatra se da je opšti, tj. zajednički cilj svake analize bilansa ispitivanje uslova finansijske ravnoteže preduzeća i mjerenja rentabiliteta uloženi sredstava.

III. ULOGA I ZNAČAJ TURIZMA U REPUBLICI SRPSKOJ

Pod turizmom se podrazumjeva da je industrija svih. Odnosi se na realizaciji najrazličitijih djelatnosti koje su usmjerene na zadovoljenje potreba turista. Turistička potrošnja koja se ostvari u hotelima, restoranima, transportu, zabavi i sl. pokreće brojne industrije u svrhu pružanja turističke usluge. Osnovna i najvažnija ekonomska vrijednost turizma upravo je u povezivanju privrede. Zbog toga mnoge zemlje uvrstavaju turizam u razvojne prioritete.

Sektor turizma ima uticaja na mnoge druge uslužne sektore i proizvodne industrije, kao što su prehrambena industrija, građevinarstvo i finansijske usluge. Njegov uspjeh je blisko povezan sa slikom zemlje, njene političke i ekonomske stabilnosti. Sektor turizma zavisi od građana bilo koje zemlje, ali i utiče na njih. To je sektor u kojem se obrće gotov novac, te je tako sklon otvaranju sivih zona. Uočljivo je da BiH, RS ima neosporno prirodno bogatstvo, kao i kulturne, istorijske i vjerske lokalitete koji su privlačni stranim turistima. Većina gostiju još uvijek dolazi iz okruženja. To je samo po sebi pokazatelj da je promocija jedna od slabih tačaka sektora turizma i da informacije ne dopiru do potencijalnih gostiju.

Svjetske procjene govore da će aktivnosti putovanja i turizma Bosne i Hercegovine, pa tako i Republike Srpske, do 2015. godine imati realan godišnji rast od 5,2%. Sasvim je jasno da je turizam sektor od ogromne ekonomske važnosti, što iziskuje dodatne napore za njegovo unapređenje. U Evropi turizam učestvuje u ekonomiji sa 5%–11% u bruto dohotku po glavi stanovnika. Evropska unija i dalje zadržava vodeću ulogu u svjetskom turizmu kao vodeća destinacija i emitivni

prostor. Oko osam miliona ljudi direktno je zaposleno u turističkom sektoru, a posredan uticaj je još veći.²

Na bazi zvaničnih pokazatelja ukupnog obima turističkog prometa u RS, obima prometa po pojedinim vidovima turizma i obima turističkog prometa po pojedinim mjesecima jasno pokazuju da su planinske destinacije isključivo u funkciji zimskog turizma. Nedostaje ponuda koja bi turističku sezonu produžila i na topliji dio godine, odnosno na čitavu godinu.

Takođe, prema zvaničnim pokazateljima banjski turizam je uglavnom u funkciji zdravstva, te da mu nedostaje alternativna ponuda. Ovaj vid turizma je limitiran i smještajnim kapacitetima. Izuzetak predstavlja Banja Vrućica, sa visokim obimom turističkog prometa, značajnim smještajnim kapacitetima i sasvim dobrom turističkom ponudom.

Na osnovu istraživanja Svjetskog ekonomskog foruma i godišnjih izvještaja o indeksu kompetitivnosti u Sektoru putovanja i turizma, Bosna i Hercegovina je zauzela, od 130 rangiranih zemalja, 105. mjesto, znatno iza zemalja u okruženju. Indeks ne predstavlja iskaz o turističkim ljepotama i atraktivnostima pojedinih destinacija, veći indeks mjeri faktore koji čine potencijal neke zemlje za razvoj turističkog sektora (turističku infrastrukturu, kadrove, kvalitet usluge, bezbjednost, prezentaciju turističke ponude i sl.). Sasvim je očigledno da turizam u Republici Srpskoj i BiH u cjelini zaostaje za turizmom susjednih zemalja, a pogotovu visokorazvijenih turističkih zemalja Evrope.³

IV. PRIMJENA EKONOMSKO FINANSIJSKE ANALIZE U TURIZMU REPUBLIKE SRPSKE

Ekonomska analiza sagledava poslovanje nekog preduzeća, turističke organizacije sa aspekta efektivnosti i efikasnosti tog poslovanja. Efektivnost poslovanja podrazumjeva ostvarivanje ciljeva posmatrane turističke organizacije na tržištu. Efikasnost podrazumjeva ostvarivanje maksimalnih rezultata uz minimalna ulaganja za ostvarivanje tih rezultata. Cilj ekonomske analize je da ustanovi odnos ulaganja sa njegovim rezultatima posmatranog preduzeća. Ovom analizom se utvrđuje stepen iskorištenosti resursa sa jedne i stepen ostvarivanja maksimalnih rezultata sa druge strane. Da bi jedno turističko preduzeće maksimiziralo svoju dobit neophodno je da poveća svoju: profitabilnost, produktivnost, ekonomičnost, rentabilnost, kvalitet usluga, menadžerske sposobnosti i ostale ekonomske vrijednosti.^[6]

Finansijska analiza je ne odvojivi dio ekonomske analize. Finansijska analiza predstavlja vrijednosno iskazane ekonomske vrijednosti finansijskim pokazateljima.

Postoje različite metode koje se koriste u ekonomskoj finansijskoj analizi, među kojima su najznačajniji racio brojevi. Dobijaju se stavljanjem u relativni odnos pojedinih pozicija bilansa stanja i bilansa uspjeha i izražavanjem u matematičkoj formuli. Na osnovu racio brojeva dobija se ocjena boniteta preduzeća. Dobijeni racio brojevi se upoređuju vremenski, tekuće poslovanje se stavlja u odnos sa prethodnim

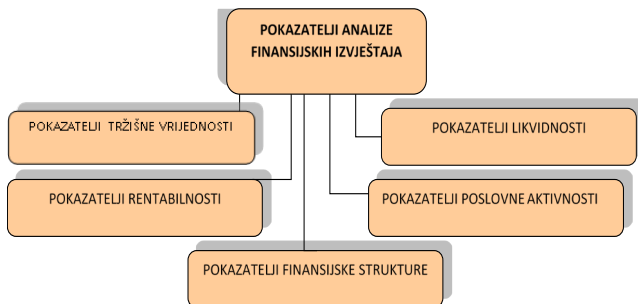
² <http://www.eubusiness.com/Transport/eu-tourism-sector/>, 16.04.2014.

³ Republički zavod za statistiku, Ugostiteljstvo i turizam, st. bilten br. 12/2016.

i upoređenjem sa drugim preduzećima u svom poslovnom okruženju.

Najznačajniji finansijskih pokazatelji za jednu turističku organizaciju su: pokazatelji likvidnosti, rentabilnosti, poslovne aktivnosti, finansijske strukture i pokazatelji tržišne vrijednosti.

Slika 1. Najvažniji finansijski pokazatelji analize finansijskih izvještaja



Pored racio analize postoje i ostale analize koje se često koriste u praksi, a to su: strategijska analiza, analiza prelomne tačke, swot analiza, regresiona analiza i dr.

Analiza poslovne strategije posmatrane turističke organizacije, odnosno konkurentnosti će pokazati da li se ona približava ili zaostaje za konkurencijom ukoliko se prostorno vrši upoređivanje u odnosu sa najboljim konkurentnim turističkim organizacijama. Ukoliko je obrnuta situacija, analiza pokazuje postizu li se bolji ili lošiji finansijski rezultati od prosjeka svih konkurentnih organizacija u oblasti turizma.

Ukoliko se upoređivanje vrši sa najboljim konkurentnim turističkim organizacijama predmet analize su njegovi finansijskih izvještaji, a ukoliko se upoređivanje vrši sa svim konkurentnim organizacijama iz oblasti turizma predmet analize su i njihovim zbirni finansijski izvještaji. Međutim, po pravilu, se ne vrši upoređivanje apsolutnih, već samo relativnih brojeva. Razlog za to je što su usljed različite veličine analiziranih turističkih organizacija apsolutne veličine neuporedive, pa otuda samo relativni brojevi (pokazatelji) daju pouzdane zaključke o tome da li je neko stanje ili pojava lošija kod posmatranog turističkog subjekta ili kod konkurentnog, odnosno svih konkurentnih turističkih subjekata.

Analizu finansijskih izvještaja zaokružuje analiza poslovne strategije i konkurentnosti preduzeća i daje kompletan uvid u cjelokupno poslovanje preduzeća i njihov odnos prema konkurenciji. Među prodavcima turističkih usluga i njihovim kupcima, kao i između njih samih postoje različite vrste konkurencije. Svako od učesnika na tržištu ima drugačije preferencije i ciljeve kojima teži. Konkurencija je u većini slučajeva dobra i motiviše turističku organizaciju da još bolje posluje i da ostvaruju još bolje uspjehe na tržištu u odnosu na svoje rivale.

Turističke organizacije nameću razne svoje interese na tržištu i nude svoje usluge po povoljnijim uslovima od svojih konkurenata, pa time doprinose do stvaranja oštre konkurencije. Ti uslovi se ogledaju u povoljnijoj cijeni, boljoj

usluzi, boljoj promociji i distribuciji, kvalitetu i povoljnijem načinu plaćanja.

Prelomna tačka određenog obračunskog perioda se definiše kao onaj obim realizacije kod kojeg je iznos prihoda jednak zbiru fiksnih troškova tog obračunskog perioda i varijabilnih troškova uzrokovanih nastalim prihodima. Analiza trošak-prihod-dobit podrazumijeva utvrđivanje tzv. prelomne tačke. Definisanje veze između finansijskog rezultata i prihoda je centralni problem ove analize.

Prelomna tačka se uvijek utvrđuje za određeni vremenski period i može se iskazati:

- količinskoj jedinici mjere kao obim prodaje ili,
- vrijednosnoj jedinici mjere (kao iznos prihoda).

Kada se vrši analiza prelomne tačke pitanje koje se postavlja jeste:

- koji je najmanji iznos poslovnih prihoda koje neka turistička organizacija treba da ostvari kako bi zabilježilo pozitivan finansijski rezultat i
- koliko će se promijeniti finansijski rezultat turističke organizacije ukoliko se smanje ili povećaju njegovi poslovni prihodi.

Regresiona analiza je jedna od najčešće korišćenih statističkih metoda koja ima veliku primjenu u ekonomiji i ostalim društvenim naukama. Njen značaj i primjena se koristiti u analizi za predviđanje budućih rezultata poslovanja određene organizacije.

Predviđanje koje je zasnovano na korišćenju regresione analize, a uvažavajući djelokrug rada, odgovornost i poziciju menadžmenta u turističkoj organizaciji, doprinosi povećanju kvaliteta njenog cjelokupnog poslovanja. Rezultati regresione analize daju kvalitetniju i tačniju sliku o poslovanju turističkog subjekta koji je predmet analize.

Preduzeće je samostalna, ekonomska cjelina, osnovana radi obavljanja određene djelatnosti, i sa osnovnim zadatkom da ostvari pozitivni rezultat u obavljanju te djelatnosti. Svako preduzeće, tako i turistička organizacija teži da bude uspješna u svom poslovanju. Istraživanjem i ocjenom finansijskog statusa, kao i uspješnosti poslovanja bavi se finansijska analiza.^[7]

Finansijski izvještaji su završna faza računovodstvenog obuhvatanja podataka i pojavljuju se kao nosioci računovodstvenih informacija. Cilj finansijskog izvještavanja se odnosi na informisanje zainteresovanih korisnika o finansijskom položaju preduzeća, kao i o uspješnosti poslovanja datog preduzeća. Njihov cilj jeste da pruže informacije o finansijskom položaju, uspješnosti i novčanom toku turističke organizacije, koja je korisna širokom krugu korisnika u donošenju ekonomskih odluka. Oni, takođe, prikazuju i rezultat upravljanja resursima koje je povjereno upravi.

Finansijski izvještaji su, dakle, izvještaji o finansijskom položaju i ukupnom rezultatu nekog poslovnog subjekta. Analiza bilansa u poslovne svrhe predstavlja podlogu za donošenje adekvatnih poslovnih odluka.^[8]

Naredna tabela predstavlja swot analizu u turizmu Republike Srbije.

TABELA 1. PRIMJENA SWOT ANALIZE U TURIZMU REPUBLIKE SRPSKE⁴

<i>Swot analiza</i>	<i>Snage</i>	<i>Slabosti</i>
	<ul style="list-style-type: none"> • vrijedno prirodno bogatstvo • raznolikost prirodnih turističkih vrijednosti • očuvanost životne sredine • bogato i diverzifikovano kulturno-istorijsko nasljeđe • regionalne specifičnosti turističkog proizvoda • zdrava hrana i tradicionalna kuhinja • relativno veći broj turističkih destinacija • privatno preduzetništvo • razvijene informacione tehnologije 	<ul style="list-style-type: none"> • nedostatak svijesti o značaju i mogućnostima turističke privrede • dezintegrirana ponuda • slaba kadrovska osnova • nedovoljno prepoznatljiv turistički proizvod • izražena sezonalnost • nedovoljna primjena informacionih tehnologija • nizak nivo kvaliteta usluga • nepotpuna institucionalna organizovanost, nedostaje institucionalni nivo regije • infrastrukturna uređenost na niskom nivou • nedostatak hotela visoke kategorije sa većim smještajnim mogućnostima • neplanska gradnja • nizak nivo ekološke svijesti • nečistoća • biznis barijere
	<i>Mogućnosti</i>	<i>Prijetnje</i>
	<ul style="list-style-type: none"> • bogata ponuda u sferi turizma orijentisanog na prirodu (prirodne resurse): banjskog, planinskog, eko, avanturističkog... • turistička ponuda na regionalnom nivou • saradnja na međuregionalnom nivou • pristup strukturnim fondovima EU • brendiranje turističkog proizvoda • privatno-javno partnerstvo 	<ul style="list-style-type: none"> • turistička konkurencija • visok interes za velike turističke destinacije • nestabilan geopolitički položaj u okviru evropskog turističkog tržišta • nepredvidivi unutrašnji razvojni procesi, naročito politički • nizak BDP po glavi stanovnika • nerazumijevanje uloge turizma u ekonomskom, socijalnom i regionalnom razvoju • nedovoljna zaštićenost turističkih prostora od individualne gradnje • nepostojanje prostornih planova opština i pozicioniranja turizma u njima

S obzirom na pokazatelje stanja turizma Republike Srbije, vrijednosti turističkog proizvoda, trendove na turističkom tržištu, uslove i mogućnosti razvoja pojedinih vidova, mogućnosti podsticaja i sl. prioritetni oblici (vidovi) turizma u RS, u narednom desetogodišnjem periodu, su:⁵

- Seoski turizam, integriše sve vidove turizma izvan gradskih područja: etno, eko, sportski, avanturistički, edukativni i naučni. Zasniva se na vrednovanju prepoznatljivih prirodnih turističkih vrijednosti, sve

⁴ Strategija razvoja turizma Republike Srbije za period 2010-2020.godina, Univerzitet u Banjoj Luci,2009.,str.60

⁵ Strategija razvoja turizma Republike Srbije za period 2010-2020.godina, Univerzitet u Banjoj Luci,2009.,str.61

traženiji vid turizma, turizam bogatih korisnika, ne zahtijeva značajnija finansijska ulaganja.

- Planinski turizam, veoma kompatibilan sa seoskim, zasniva se na vrednovanju primarnih prirodnih turističkih vrijednosti, zdrave životne sredine, ambijentalnih prirodnih vrijednosti, ne zahtijeva značajnija finansijska ulaganja, predstavlja top proizvod zahtjevnih i ekonomski situiranih korisnika.
- Transitni turizam, počiva na privilegovanim turističkim koridorima, vrednuje postojeći infra i suprustukturu, podrazumijeva skromnija ulaganja u kvalitetniju turističku ponudu (suprastruktura, trgovina, usluge, informacioni sistemi).
- Vjerski turizam, izuzetno vrijedni turistički resursi, kulturno diverzifikovan proizvod, turističke destinacije u obnovljenom,uređenom, i saobraćajnom dostupnom stanju, skoro da ne zahtijeva bilo kakva značajnija finansijska ulaganja izuzev onih objekata koji su u ruševnim ili zapuštenom stanju a njih je sve manje, ključni faktor razvoja počiva na unapređenom marketingu, informacionim tehnologijama i popularizaciji.
- Turizam gradova, raspolaže najpotpunijim turističkim proizvodom, diverzifikovanim proizvodom, najpovoljnijom infra- i supra- turističkom strukturom, ulaganja i javnih i privatnih subjekata su najveća i najbrojnija, nosioci turističke promocije su praktično svi privredni i neprivredni subjekti.
- Banjski turizam, u sadašnjem i narednom desetogodišnjem periodu, podrazumijeva izuzetna finansijska ulaganja kako bi se povećale mogućnosti turističkog proizvoda (povećanje smještajnih kapaciteta, većeg obima turističkih usluga posebno u sferi kongresnog turizma, unapređenje osnovene funkcije – zdravstvene, zaposlenje visokoobrazovnih kadrova. U narednih deset godina teško je očekivati značajnija ulaganja koja bi unaprijedila turistički proizvod banjskog turizma.

V. ZAKLJUČAK

Primjena ekonomsko finansijske analize u praksi je velika. Analiza predstavlja neminovnu kategoriju u poslovanju svakog turističkog subjekta u zemlji. Republika Srbija je bogata prirodnim ljepotama i resursima koja nisu dovoljno turistički iskorištena. Da bi se na što efikasniji način iskoristio postojeći potencijal neophodno je da se uradi detaljna ekonomsko finansijska analiza u turizmu Republike Srbije. Svaka turistička organizacija treba da izvrši svoju analizu i da na taj način sagledala svoje mogućnosti za proširenje svojih poslovnih aktivnosti. Rezultat sprovedene analize su finansijski pokazatelji koji odlikavaju finansijski položaj posmatranog turističkog subjekta.^[9]

Finansijski pokazatelji pomažu u razumijevanju i dokazivanju bilansnih i vanbilansnih pozicija turističkog subjekta njenim korisnicima finansijskih izvještaja. Dobijeni pokazatelji pomažu menadžmentu turističke organizacije u donošenju efikasnih poslovnih odluka. Sve ovo ukazuje na potrebu za finansijskim pokazateljima kako bi što kvalitetnije i efikasnije zadovoljili mnogobrojne i raznovrsne korisnike.

Za izračunavanje ovih pokazatelja koriste se informacije iz finansijskih izvještaja preduzeća kakvi su bilans stanja i bilans uspjeha. Da bi informacije donijete na bazi ovih pokazatelja bile tačno protumačene moraju biti i tačno izračunate po već određenim formulama. Pokazatelji su tako strukturirani da u svakom trenutku mogu pružiti svojim korisnicima većinu informacije potrebnih za donošenje odluka vezanih za poslovanje preduzeća tj. turističke organizacije.

Turističke organizacije u Republici Srpskoj da bi ocjenile svoj ekonomsko finansijski položaj u odnosu na konkurenciju unutar zemlje kao i u bliskom regionu, neophodno je da izvrše analizu svog poslovanja.

Samo sve obuhvatnom i temeljnom analizom moguće je donijeti i efikasnu poslovnu odluku koja se bazira na minimizaciji troškova i maksimiranju profita.

Razvojem turizma može se pomoći u zapošljavanju ljudi i promociji drugih proizvoda iz Republike Srpske. Nadležne

institucije u oblasti turizma podsticajnim sredstvima moraju se posvetiti unapređenju prioriternih vidova turizma, kako bi se ostvarili osnovni zahtjevi turizma: povećanje obima turističkog prometa i uvećanje prihoda od turizma. Ostali ciljevi turizma se podrazumijevaju socioekonomski napredak, uravnotežen regionalni razvoj, očuvanje zdrave životne sredine.

LITERATURA

- [1] Milićević, B., Metodološki pristup oceni finansijskog stanja preduzeća, Beograd, 2009.
- [2] <http://www.eubusiness.com/Transport/eu-tourism-sector/>, 16.04.2014.
- [3] Republički zavod za statistiku, Ugostiteljstvo i turizam, st. bilten br. 12/2016
- [4] Strategija razvoja turizma Republike Srpske za period 2010-2020.godina, Univerzitet u Banjoj Luci, 2009.
- [5] Čerović S., Istraživanje turističkog tržišta, Univerzitet Singidunum, Beograd, 2004.
- [6] Spasić V. Čerović S., Ekonomsko-finansijska analiza poslovanja preduzeća u hotelijerstvu i turizmu, Univerzitet Singidunum, Beograd, 2013.
- [7] Rut, Dž., Analiziranje finansijskih izvještaja, Podgorica, 2006.
- [8] Piljić, J., Analiza finansijskih izvještaja, OFF-SET Tuzla, Tuzla, 2012.
- [9] Savić M., Analiza finansijskih izvještaja, Univerzitet Sinergija, Bijeljina, 2015.