

Прегледни рад

УДК: 338.48-6(460)

## Врсте туризма и перспективе развоја туризма на територији Шпаније

Марија Ристић<sup>1\*</sup>, Љубица Владушић<sup>2</sup>

<sup>1</sup> Туристичка агенција Ђирамондо

<sup>2</sup> Студент мастер студија, Доба факултет за примењене пословне и друштвене студије Марибор

**Сажетак:** Шпанија је задржала статус једне од туристички најразвијенијих земаља и поред тога што је на међународном туристичком тржишту оштрија конкуренција и што се повећава број земаља који улаже велике напоре за анимирање туристичке клијентеле, а поред тога долази и до појаве нових типова туристичких дестинација са специфичним видовима понуде. У овом раду ће бити разматрано које су то врсте туризма које су заступљене на територији Шпаније и каква је перспектива развоја туризма на њеној територији. Значај овог рада огледа се у томе да се утврди које су предности, а који су недостаци за развој одређених врста туризма на територији Шпаније. Такође, коришћен је статистички метод ради утврђивања посећености туриста, какав је однос посећености домаћих и страних туриста, које су то дестинације најпосећеније и из којих земаља туристи највише долазе.

**Кључне речи:** врсте туризма, Шпанија, Хоризон 2020

**ЈЕЛ класификација:** L83

## Types of tourism and the perspectives of tourism development in Spain

**Abstract:** Spain retained the status of one of the most touristically developed countries even though the competition in the tourism market is harsher and the number of countries that invest great efforts in animating touristic clientele is increasing. Despite all this, new types of tourist destinations appear with distinctive offers. This paper will consider types of tourism present at the territory of Spain and the perspectives of tourism development in Spain. The significance of this paper is reflected in its attempt to give insight into the benefits and disadvantages for development of certain tourism types on the territory of Spain. Statistical methods are used to determine the number of tourist's visits, the ratio of visitors among domestic and foreign tourists, the most visited destinations and the number of visiting tourists by their home country.

**Key words:** tourism types, Spain, Horizon 2020

**JEL classification:** L83

---

\* [marija.mare.ristic@gmail.com](mailto:marija.mare.ristic@gmail.com)

## 1. Увод

Туризам у Шпанији почиње интензивно да се развија током 50-их и 60-их година XX века, када долази до повећања физичког обима туристичког промета и прихода који из њега проистичу. У овом периоду је и тадашња новчана јединица пезета стабилизовала своју вредност у односу на немачку марку и амерички долар, што је утицало на пораст девизних прихода од туризма и покривање дефицита у међународној размени. Тако је у Шпанији 1965. године остварено 1,6 милијарди америчких долара прихода од туризма, и то пре свега захваљујући богатству природних и антропогених туристичких вредности и промишљеној туристичкој политици. Захваљујући томе, Шпанија је задржала статус једне од туристички најразвијенијих земаља бележећи пораст економских прихода од туризма и у првим годинама XXI века. Рекорд је остварен 2008. године када су реализовани приходи од 62 милијарде америчких долара, међутим светска економска криза током 2009. године је драстично погодила земље Медитерана, укључујући Шпанију, што је утицало да туристички приходи опадну за око 4 милијарде америчких долара. Међутим од 2010. године, постепено су расли приходи од туризма, да би у 2015. години остварили 76 милијарди америчких долара прихода од туризма, што значи да су се приходи у односу на 2010. годину увећали за 27.2% ([www.iet.tourspain.es](http://www.iet.tourspain.es)).

Шпанија заједно са Италијом, Француском, САД и Кином спада у водеће рецептивне земље света. Иностранци туристи као основне разлоге за посету Шпанији наводе рекреацију и одмор приликом којих они иду на излете и екскурзије да би обишли што више локалитета (Јовичић и Ивановић, 2008). Иако је Шпанија традиционално више окренута рекреативном туризму, у протеклој деценији пажња се полако пребацивала на сферу културног туризма, као кључног производа да се супротстави сезонској концентрацији туриста. У 2011. години 9.4 милиона туриста путовало је у Шпанију због културних дешавања, што је 17% од укупне годишње посете. У 2011. години 8,5 милијарди евра је остварен приход од културног туризма, што чини 16,1% од укупних прихода и чак 43,3% остварених прихода више него у 2005. години (Унковић и Зечевић, 2011).

Табела 1: Број иностраних туриста који је посетио Шпанију од 2011-2015. године

Година	Број туриста
2015. година	68.215.225
2014. година	64.995.275
2013. година	60.675.489
2012. година	57.464.496
2011. година	56.176.884

Извор : ([www.iet.tourspain.es](http://www.iet.tourspain.es))

На основу ових података можемо закључити да је број туриста у Шпанији постепено растао од 2011. године. Од укупног броја иностраних туриста у 2014. години 56.230.900 је посетило Шпанију ради одмора, док се остатак броја туриста односи на посао, студирање, посету породици и пријатељима. Највише страних туриста који су посетили Шпанију у 2014. години су из Велике Британије (15.006.744), Француске (10.615.746) и Немачке (10.442.055). Према подацима у протеклих 10 година највише туриста из Велике Британије посетило је Шпанију (у просеку око 14 милиона), док се на другом и трећем месту смењују Немачка и Француска ([www.iet.tourspain.es](http://www.iet.tourspain.es)).

Табела 2: Путовања домаћих туриста од 2011-2015. године

Година	Путовање у оквиру Шпаније	Путовања у иностранство	Укупно
2015.	158.923.615	15.066.683	173.990.297
2014.	139.614.605	11.782.715	151.397.320
2013.	144.527.252	11.245.984	155.773.216
2012.	148.369.376	12.422.042	160.791.418
2011.	147.407.636	13.346.738	160.754.374

Извор : (www.iet.tourspain.es)

Према подацима из табеле највећи број домаћих туриста био је у 2015. години. Од укупног броја туриста у 2015. години, само 9,48% је путовао у иностранство. Такође, највише домаћих туриста се одлучило на путовање у иностранство у 2015. години, са тим што је остварен скок у броју туриста у односу на 2014. годину за 11.8%. Свакако се закључује да су домаћи туристи више окренути путовањима у оквиру Шпаније и то у огромном проценту од преко 91%.

Основни разлози посета иностраних туриста у Шпанији су рекреација и одмор (око 80%) чиме се објашњава релативно велика дужина боравка иностраних туриста, као и велика посећеност острвских регија, као што су Канари и Балеари, који свој развој превасходно темеље на рекреативно-купалишном туризму. Домаћи туристи предност дају приобалним и континенталним туристичким местима и регијама, а највеће учешће у промету домаћих туриста има Андалузија са око 20%. Када је реч о иностраном туризму током протеклих 5-10 година присутан је тренд да Балеарска и Канарска острва, иако још увек најпосећенија бележе стагнацију промета. То се објашњава променом потреба туристичке тражње где је све мањи број туриста који се одлучују за традиционални 3С (sea, sand, sun) производ, већ су усмерени на алтернативне облике туризма.

Приморски туризам (купалишно-рекреативни) спада у доминантне облике туризма у Шпанији. Шпанија је једна од водећих рецептивних земаља света, а основни разлози посете иностраних туриста су рекреација и одмор. Дужина инсолације, пријатна клима, купалишна сезона која у Шпанским регијама траје и до шест месеци представља разлоге велике развијености приморског туризма. Канарска острва, Балеарска острва, Коста Брава и Коста Дорада су прави примери тога. Најпознатија приморска туристичка места су: Љорет де Мар, Марбеља, Палма де Мајорка, Ибица, Тенерифе. Шпанију карактерише богата култура и традиција која се огледа кроз велики број споменика који привлаче пажњу туриста. За разлику од купалишног туризма, градски туризам карактерише краћи боравак у просеку око два дана, као и усмереност туриста на вансезонски период. Најважнији центри градског туризма су : Мадрид, у коме се налазе 72 музеја (Милићевић и Ђорђевић, 2016), а музеј Прадо се може похвалити милионским посетама (Кривошејева, 2015), затим су ту и Барселона, Валенсија, Севиља. Према класификацији места и градова и њиховог културног производа, мања места и села која имају културну баштину и традицију припадају кластеру 1. Кластер 2 обухвата мање градове са културном баштином (Авила, Кордоба, Гранада). Кластер 3 обухвата мање градове са културном баштином и уметничким делима (Сантијаго де Кампостела). У кластер 4 спадају сви градови са културном баштином и уметничким делима (Севиља). У кластер 5 спадају сви градови са културном баштином, уметничким делима и креативном индустријом (WTO, 2005).

Сантијаго де Кампостела је један од главних центара ходочашћа у католицизму и представља главну дестинацију верског туризма у Шпанији. Сантијаго де Кампостела је постао ходочаснички центар због веровања које је настало у IX веку

да је тело Светог Јакова Апостола, патрона Шпаније, чудом пренесено из Јерусалима у Кампостелу. Главна грађевина је катедрала која представља једно од најбољих дела романске архитектуре у Европи. Главна свечаност се одржава 25. јула (дан Светог Јакова). За савремене ходочаснике уређени су средњевековни путеви Светог Јакова (Грчић, 2011). Поред тога, сваке године се одржавају посебне верске свечаности за време „Ускрсне недеље“. Поред Сантјаго де Кампостеле, значајно је и ходочашће „El Rocío“ у провинцији Хуелва ([www.spain.info](http://www.spain.info)). Такође, један од најзначајнијих верских центара је град Толедо некадашњи Толетум. Од грађевина се истичу остаци утврђења Алказар, споменик Карла I, мост Сан Мартин, Капија сунца из IX века (Станковић, 2008). Поред приморског, градског и религиозног туризма, у доминантне облике туризма у Шпанији спада и пословни (mice) туризам (M-meetings (састанци), I-incentive (мотивациона путовања), C-convention (конвенције), C-congresses (конгреси), E-exhibitions (изложбе), Fairs (сајмови)). Пословни туризам укључује велики број туриста у краћем временском периоду. Циљ њиховог доласка је посао, али на основу досадашње праксе доказано је да су учесници пословног туризма који су боравили у некој дестинацији, поново долазили на ту дестинацију са својим породицама (Fenich George, 2007). Велики број сајмова у Шпанији привлачи пословне туристе, а најпосећенији од тих сајмова су: ARATUR-сајам туризма који се одржава сваког новембра у Арагону. EIBTM-сајам индустрије, конгреса и пословних путовања који се одржава у децембру. FITUR је међународни сајам туризма који промовише нове туристичке дестинације, производе и који представља нове стратегије у туризму. Одржава се сваке године крајем јануара. У 2015-ој години на њему је учествовало 9.419 фирми из 165 земаља са укупним бројем од 222.551 хиљада посетилаца ([www.ifema.es](http://www.ifema.es)).

EXSPOVACACIONES је изложбени сајам који се сваке године у мају одржава у Билбау. На сајму се врши представљање делатности аутономних покрајина, туристичких агенција, међународних канцеларија за туризам, хотела. У 2014. години одржан је 35 сајам по реду, на њему је учествовало 360 компанија које су преставиле домаће и иностране дестинације за одмор, а посећеност сајма је износила 136.500 ([www.exprovacaciones.bilbaoexhibitioncentre.com](http://www.exprovacaciones.bilbaoexhibitioncentre.com)). SITC међународни сајам туризма у Барселони са просечном годишњом посетом од око 200.000 посетилаца. Што се тиче даљег развоја и промоције пословног туризма у Шпанији, велики утицај имају Конгресни биро Шпаније и Turespaña. Шпански конгресни биро представља непрофитну организацију провинција и градова основану 1984. године коју сачињавају 53 дестинације. Циљ бироа је промовисање градова који су у његовом саставу како на националном тако и на међународном нивоу ([www.scb.es](http://www.scb.es)). Turespaña организује рад преко 30 шпанских канцеларија (20 се налази у Европи) за туризам које се баве испитивањем тржишта, а свака од њих има специјалисту из области пословног туризма. Њихова промотивна активност се односи на организацију и укључивање шпанског приватног и јавног сектора у међународне изложбе и сајмове (Rogers, 2008).

Поред претходно наведених врста туризма, у Шпанији је развијен и еко туризам који представља одговорно путовање у природна добра и пределе, које доприноси заштити животне средине и обезбеђује егзистенцију локалном становништву (Јовичић, 2008). Еко туризам почиње интензивно да се развија 90-их година прошлог века када се повећава број туриста који се одлучују за одговорна путовања, која имају за циљ подизање свести о заштити животне средине. Кампови представљају најчешћи облик смештаја еко туриста. Велики хотелски ланци (Интерконтинентал), увидевши значај одговорног пословања, подстичу своје хотеле да изаберу начин пословања који у што мањој мери штети животној

средици. Њихова политика се заснива на принципу Reduce, Re-use or recycle (смањити, поново користити или рециклирати). За развој еко туризма у Шпанији значајну улогу има ECOTUR – портал који преставља водич кроз рурални туризам и сеоски туризам Шпаније који у сарадњи са европским мрежама врши промоцију и неговање еколошког и одрживог туризма у Европи ([www.ecotur.es](http://www.ecotur.es)). Такође значајну улогу има и ECEAT – представља европски центар за одрживи туризам чији је Шпанија члан ([www.eceat.org](http://www.eceat.org)). Развој руралног туризма у Шпанији започиње средином 80-их година прошлог века. Овај вид туризма је везан за природу и активности у њој. Циљ ове врсте туризма је приказивање лепоте неког краја, али и да се туристима прикаже традиција и обичаји, као и да им се омогући смештај у старим рестауираним кућама. Сеоски туризам је присутан у свим регијама Шпаније, са тим што треба истаћи долину реке Ео, област која се налази на истоку покрајине Астуриас ([www.spain.info](http://www.spain.info)). Здравствени туризам представља путовање ради одмора, уживања или лечења неке болести у циљу физичког и духовног баланса појединца. Највећу понуду термалних центара имају Арагон и Каталонија. У Шпанији постоји велики број бања и спа центара. У већини бања се примењује традиционална масажа, оријентална масажа, масажа водом, ароматерапија, терапија са блатом, турско купатило, купка са мехурићима, сауна, јога, хидромасажа. Развој здравственог туризма у Шпанији утицаће и на развој и изградњу хотела. У близини градских болница вршиће се изградња, као и реновирање постојећих хотела, самим тим развој ове врсте туризма утицаће и на развој хотелског сектора. Према истраживањима (2013) везано за област медицинског туризма утврђено је да је број иностраних пацијената у клиникама порастао за 60%, а 56% пацијента одлучује се за естетску хирургију. Према подацима из 2008. године, највише иностраних туриста којима је главни разлог путовања неки од облика медицинског туризма дошло из Велике Британије (57.000), док су на другом месту Немци (55.000) (Auren, 2013). Етнолошки туризам је такође један од развијених облика туризма у Шпанији. Шпанија је препознатљива по фламенку, кориди, гаспачу, паељи. Плес фламенко је настао у XV веку у Андалузији. Плес се састоји од певања, инструменталног дела, дела са гитаром и плеса. Корида је настала у XVII веку када су племићима досадили витешки турнири. Корида се прво организовале на улицама, да би се касније прешло у арену. Паеља представља јело од пиринча, а гаспачо је хладна супа од парадајза, специјалитети потекли из Андалузије (Павловић, 2010).

## 2. Нови правци развоја туризма Шпаније

Данас је немогуће наћи облик туризма који припада само једној врсти и који се не укршта са неком од врста тематског туризма. У складу са захтевима савременог туристе произвођачи услуга су креирали туристичку понуду на основу њихових жеља схвативши колику ће добит имати од тога. То доводи до побољшања ранијих туристичких производа и до стварања нових. Тематски туризам представља путовање са посебним циљем, сматра се да колико има интересовања толико има и врста тематског туризма (Јовановић, 2013).

Као један од нових праваца развоја туризма у Шпанији се издваја авантуристички туризам. Он обухвата: сплаварење, параглајдинг, сурфовање, планинарење, пењање. Шпанија спада у једну од најатрактивнијих дестинација у Западној Европи (Канарска острва и Баскија) у којима су заступљени surfing, windsurfing, kitesurfing. Овај тип туризма привлачи око 7 милиона туриста годишње захваљујући разноврсној понуди. Ругеенеес Trail представља најпознатију руту за

планинарење, која укључује и крос кантри ка Француској. Према Туристичком плану Хоризон 2020 предвиђено је велико инвестирање у развој авантуристичког туризма (Plan de turismo Español Horizonte 2020, 2008). Туризам пиринчаних поља Шпаније спада у нове облике туризма који су заступљени на територији Шпаније. Формирање „Мреже Пиринчаних поља“ - заштићених области и регија Шпаније које се баве узгојем пиринча има за циљ промовисање културне и природне баштине ове регије, која ће се развијати захваљујући узгоју пиринча. Мрежа обухвата делту реке Ебро у Каталонији, Албуферу из Валенсије и природни простор Доњана у Андалузији. Шпанија је на другом месту по производњи пиринча у Европи (Јовановић и Миловановић, 2014). Поред претходно наведених велику пажњу туриста привлачи и тзв. „Плави туризам“ - под овим појмом се обухвата приморски туризам, једрење, јахтинг, крузинг. Шпанија је једна од најатрактивнијих земаља која обухвата туризам „Сунца и плаже“ и наугички туризам. Шпанија је на другом месту у Европи по броју крстарења, са водећим лукама Барселоном и Валенсијом. Барселона је у 2011. години била прва Европска лука крузинг туризма. Власници великог броја апартмана у Коста Брави, Коста дел Луз и Коста дел Сол су Немци и Британци. Такође, у нове облике туризма спада и пинк туризам. То је врста туризма која обухвата ЛГБТ (lesbian, gay, bisexual and transgender) популацију. У 2014. години Мадрид је био домаћин конференције IGLTA (International Gay and Lesbian Travel Association). Од 22. јуна до 1. јула у Мадриду се одржава годишња недеља Параде поноса која представља највећу параду поноса у Европи са око 2 милиона учесника. Такође, сваког новембра се одржава ЛГБТ филмски фестивал у Мадриду ([www.eturbonews.com](http://www.eturbonews.com)).

### 3. Перспективе развоја туризма у Шпанији

„Хоризон 2020“ представља план развоја туризма Шпаније који је усвојен 8.11.2007. године. Основу овог плана представља ангажовање, учествовање и мотивација свих оних који су део туристичког сектора. План се састоји од три фазе. У првој фази је извршена анализа тренутног туристичког система Шпаније, као и дефинисање и одређивање циљева самог плана. У другој фази се предвиђа учествовање у дебатама везаним за начине побољшања критичних зона и области и реализација Стратешког плана. У трећој фази је предвиђено усавршавање Шпанског туристичког плана 08-12, као и усавршавање већ поменутог стратешког плана. По овом плану ако буде извршен онако како је планирано Шпанија би у 2020-ој и даље била међу водећим туристичким дестинацијама. Такође се према овом плану очекује да ће бити реализовано 1500 милиона путовања и да ће се број домаћих туриста који путују у иностранство знатно повећати. Туристички сектор ће зависити од заштите животне средине, а развој нових технологија утицаће на развој система транспорта (Plan de turismo Español Horizonte 2020, 2008).

Да би се привукао већи број туриста који би учествовао у различитим облицима туризма неопходно је да се побољшају одређене ствари које су према плану „Хоризон 2020“ одређене. Што се тиче културног туризма, неопходно је да се успоставе везе између различитих ресурса који чине културну понуду, промовисање културног туризма Шпаније на подручјима где је Шпанија као културна дестинација још увек у развоју, као и промовисање нових културних дестинација. Пословни туризам према Хоризон плану треба да се усмери на следеће – да се изврши усмеравање инвестиција у инфраструктуру како би се образовала квалитетна понуда и да се усаврши процес развоја и управљања туристичким производом, који обухвата пословне састанке, мотивациона путовања

и конгресе. За здравствени туризам је неопходно да се производи и услуге ове врсте туризма усаврше и да се изврши повезивање понуде са још неким туристичким производом из окружења. Основни циљеви „Хоризона 2020“ представљају обезбеђивање квалитета природног и културног окружења и што мањи утицај на животну средину (Plan de turismo español horizonte 2020, 2008).

Оно што представља предност дестинација Шпаније у односу на друге, је то да Шпанија поседује добре климатске услове за развој туристичких активности, као и то да је велики број дестинација Шпаније познат на туристичком тржишту, што даје могућност за развој туризма у још већем обиму. На њеној територији постоји велики број дестинација које су у развоју и код којих се очекује велика концентрација туриста у будућности, и то се односи пре свега на велике градове и места у унутрашњости. Постојећи туристички производи се усавршавају, а паралелно са тим долази до развоја нових туристичких производа. Такође, Шпанија има широку понуду смештајних капацитета, са тим да се број високих категорија хотела повећава.

Велики број сезонских туриста и њихова концентрација на одређеним дестинацијама представљају недостатке који карактеришу шпански туризам. Претходно наведено доводи до уништавања дестинације и њених природних карактеристика. Све више долази до тога да Шпанија самим тим губи на својој аутентичности, јер је све више подређено масовности и продаји, где долази до давања предности квантитету у односу на квалитет. Тиме се губи и на оригиналности. Са обзиром на велике концентрације туриста у одређеним областима, долази се до тога да су и смештајни капацитети превише концентрисани у одређеним областима. Непланска градња која се врши доводи до уништавања животне средине.

#### **4. Закључак**

Поред чињенице да је у новије време на међународном туристичком тржишту све оштрија конкуренција и да све већи број земаља улаже велике напоре за анимирање туристичке клијентеле, као и да долази до појаве нових типова туристичких дестинација са специфичним видовима понуде, Шпанија је задржала статус једне од туристички најразвијенијих земаља.

Купалишно - рекреативни туризам и даље представља доминантан облик туризма у Шпанији. Одмор и рекреација у приморским местима основни су разлози посете иностраних туриста. Ову врсту туризма карактерише релативно велика дужина боравка са израженом сезонском концентрацијом туриста. Рекреативни туристи током свог боравка у Шпанији праве честе излете и екскурзије да би упознали што више места и локалитета ове туристичке земље. Тако туристи који бораве у приморским местима у Коста Брави одлазе да посете Барселону, музеј Салвадора Далија у Фигерасу, забавни парк Порт Авентура и друга места што доводи до повезивања различитих врста туризма.

Све више долази до тога да Шпанија губи на својој аутентичности. До тога је довела подређеност масовности и продаји, тј. давања предности квантитету у односу на квалитет. Протеклих пет до десет година присутан је тренд да Балеарска и Канарска острва, иако још увек најпосећенија бележе стагнацију промета, док медитеранске обалске регије Пиринејског полуострва као што су Андалузија, Коста Брава, Коста Дорада и Коста Бланка, региструју константан раст туристичког промета. Овај тренд се објашњава чињеницом да острвске регије Шпаније карактерише изражен купалишни туризам, док у осталим регијама долази до прожимања различитих врста туризма.

Поред тога што се и даље највећи број туриста одлучује за доминантне облике туризма, не можемо занемарити чињеницу да нови облици туризма све више заокупљују пажњу туриста што доводи до тога да се њихов број повећава из године у годину. Туристи се више не задовољавају класичним облицима масовног туризма, већ желе да пробају нешто ново и алтернативно. Поред појаве у туризму означене као sight – seeing, појављује се life seeing – гледање живота. Предмет туристичког интересовања постаје начин живота људи, тако туристи уместо у хотелима бораве у приватном смештају, учествујући у животу локалног становништва. Шпанија поседује велике потенцијале за развој оваквих облика туризма, јер је карактерише богатство етнолошке разноврсности и традиционалних обичаја, које погодују развоју руралног и етно туризма.

Ако узмемо у обзир промене у туристичкој тражњи, перспективу будућег развоја туризма Шпаније треба заснивати на новим облицима туризма, као што су плавни туризам, пинк туризам, туризам пиринчаних поља, авантуристички и други. Такође, не треба занемаривати купалишно – рекреативни туризам, већ је потребно успоставити већу повезаност различитих врста туризма у Шпанији, како би се остварили што бољи економски, културни, еколошки и социјални ефекти развоја туризма. Са обзиром да Шпанију карактеришу бројне просторно – географске и културно – историјске привлачности, као и то да културна, излетничка и екскурзиона кретања имају комплементаран карактер у понуди места и регија које свој развој темеље на рекреативним мотивима, уз добру организацију и промотивне активности, Шпанија може остварити своје циљеве које предвиђа план развоја туризма Шпаније „Хоризон 2020“, то јест може остати у врху туристички најразвијенијих земаља.

## Литература

1. Auren. (2013). *Turismo de salud en Espana*. Madrid: Fundacion EOI.
2. Грчић, М. (2011). *Географија религија*. Београд: Географски факултет Универзитета у Београду.
3. Eceat international. (2016). Преузето 01.05.2016. са [www.eceat.org](http://www.eceat.org).
4. Ecotur.es. (2016). Преузето 01.05.2016. са [www.ecotur.es](http://www.ecotur.es).
5. España. (2016). Преузето 01.05.2016. са [www.spain.info](http://www.spain.info).
6. eTN Global Travel Industry News. (2016). Преузето 1.05.2016. са [www.eturbonews.com](http://www.eturbonews.com).
7. European commision. (2016). Преузето 1.05.2016. са [www.ec.europa.eu](http://www.ec.europa.eu).
8. Expro vacaciones. (2016). Преузето 1.05.2016. са [www.exprovacaciones.bilbaoexhibitioncentre.com](http://www.exprovacaciones.bilbaoexhibitioncentre.com).
9. IFEMA. (2016). Преузето 1.05.2016. са [www.ifema.es](http://www.ifema.es).
10. Јовановић, В. (2013). *Тематски туризам*. Београд: Универзитет Сингидунум.
11. Јовановић, В. и Миловановић М. (2014). *Нови вид тематског туризма Шпаније*. Београд: Универзитет Сингидунум.
12. Јовичић, Д. и Ивановић В. (2008). *Туристичке регије света*. Београд: Тон ПЛУС Нови Београд.
13. Кривошејев, В. (2015). Музеји као примарне туристичке атракције у функцији општег развоја окружења. *Хит менаџмент*, 3(1), 20-30.
14. Милићевић С. и Ђорђевић Н. (2016). Главни градови као туристичке дестинације. *Хит менаџмент*, 4(1), 21-30.
15. Spain convention bureau. (2016). Преузето 1.05.2016. са [www.scb.es](http://www.scb.es).



16. Станковић, С. (2008). *Туристичка географија*. Београд: Завод за уџбенике.
17. Павловић, С. (2010). *Етнолошке основе туризма*. Београд: Географски факултет Универзитета у Београду.
18. *Plan de turismo español horizonte 2020*. (2008).
19. Rogers, T. (2008). *Conferences and convention*: Oxford.
20. Унковић, С. и Зечевић Б. (2011). *Економика туризма*. Београд: Центар за издавачку делатност Економског факултета у Београду.
21. Fenich George G., (2007). *Meetings, exspositions, events and conventions*: Pearson Education.
22. WTO. (2005). *City tourism and culture*. Madrid.

Примљено: 03.08.2016. Враћено на дораду 15.08.2016. Прихваћено: 29.08.2016.